

佛山又一陶企倒闭！行业洗牌刚开始！

这两天传出“佛山吉利陶瓷厂倒闭”。据了解，8月25日佛山高明的吉利陶瓷厂贴出公告，指“公司由于经营不善，无法继续经营生产，经公司研究决定，于2015年8月25日正式关闭结业...”。陶企停产倒闭的消息现在陆续传出。有人说，陶瓷行业“已经不行了”，但也有观点认为，这或许会成为行业重新健康发展的起点。下一步关键是如何化解过剩产能、开拓新的需求、适应新常态下的发展趋势。

市场低迷

才能促进行业优胜劣汰

萧条和低迷的现状，才能促进行业优胜劣汰的步伐，巨大的产能消化不掉，就不允许行业存在太多鱼目混杂的企业。

事实上，陶瓷行业的产能过剩在2014年以140亿平米达到了高峰。产能过剩，并不意味着产品过剩，更重要的是产量与需求的匹配度。面对需求的萎缩，陶瓷行业必须化解过剩产能，而要洗牌，有一部分企业就要退出。关键是哪部分产能要被化解？哪部分企业要退出？

很多陶企的竞争力不足，是因为产业集中度太低。事实上，国内很多产区生产形势严峻、企业效益下滑、亏损面扩大、减产停产大幅增加；产能过剩也在从中小企业向大型企业蔓延。综合看来，没有雄厚实力，经营不善、高负债、没品牌、没竞争力、没性价比陶瓷的企业将率先被淘汰。

但是，淘汰这些企业可能会导致另外的问题，那就是一旦关停过剩产能，会引起相关企业资产负债无法偿还，资金链断裂，而员工也面临失业。很多企业的策略思路是以时间换空间。更倾向于稳中求进，先慢慢“破旧”，再慢慢“立新”。因此，去产能的过程仍会较为漫长。

“洗牌”为品牌形成规模创造机会

在行业快要“不行了”时进行的洗牌，是市场经济发展的必然结果。

行业洗牌对于优势企业来说是一次机会，那些平时注重内功修炼的陶企往往具有较强的抗压、抗风险能力，当下的行业情境在某种程度上来说，对他们极为有利，关键是要抓住这个机会，不断夺取那些“被洗牌”企业的原有市场规模。

而另外一些陶瓷企业，本身不注重品牌建设，在惨烈的市场竞争环境下，生存只会愈发困难。

今后发展不是看产量

而是看品质

对于企业来说，更重要的是要在深度调整的产品结构中站稳脚跟，放弃效益上的暴利思维，以品质取代产量。产品同质化越来越严重，从设计源头打造竞争力至关重要，所以必须把握住产品的市场定位与产品的“卖点”。产品开发不是只考虑产品的外观与功能，还要使产品价格与价值相符，更重要的要与市场定位与客户定位相符。

在以前较粗放的发展模式下，企业发展多半是以产量大为话语权。而现在，发展的基本格局已经形成，要看谁的技术水平过硬、创新适应能力强。

在某些层面来说，陶瓷人其实可以不用太恐慌。比如这一轮大洗牌，优胜劣汰也好、结构调整也好，阳光必定会在风雨后。因为，随着市场淘汰的进一步深入，环保压力的增大，新增产能的压缩，剩下来的企业一定会越来越强。

临沂获拨 1 亿治理大气污染 企业环境信用评价亮红牌或停产

近日，山东省财政厅会同省环保厅及时下拨大气污染防治专项资金 1 亿元，由临沂统筹安排用于大气污染防治项目建设。同时，山东省环境保护厅发布了关于《山东省企业环境信用评价办法(征求意见稿)》公开征求意见的通知，红牌标识企业或停产。

从 2015 年初，临沂的环保污染治理就尤为受到关注，政府更是启动了一项项整治攻坚行动，而随着半年来，环保部复查结果满意，山东上半年环境治理成绩公布后，让人们看到了临沂大气污染治理的效果。为支持临沂市进一步巩固大气污染防治成果，打造山东省“铁腕治霾”与经济社会发展共赢的示范市，近日，山东省财政厅会同省环保厅及时下拨大气污染防治专项资金 1 亿元，由临沂市统筹安排用于大气污染防治项目建设。

自被约谈以来，临沂市召开了全市大气污染防治攻坚行动动员大会，向社会作出了“向大气污染宣战”的庄严承诺，严肃查处了 13 家违法企业并依法对这些企业实施停产整治。同时，对 2014 年限期治理不到位、未完成治理任务的其他 57 家企业进行了停产治理。从环保部公布的监测数据显示，今年 3-6 月份，临沂市环境空气质量大幅度改善，细颗粒物(PM2.5)、可吸入颗粒物(PM10)、二氧化硫、二氧化氮四项污染物浓度指标与去年同期相比，分别下降了 27.8%、23.5%、41.4%、25.4%。

同时，7 月 28 日，山东省环保厅公布了《山东省企业环境信用评价办法》的征求意见稿，该评价将由环保部门依据企业环境违法违规信息，对企业环境信用进行评价，同时将评价结果向社会公开。

根据征求意见稿，办法拟规定企业环境信用评价采取环境违法违规行为年度记分制。当年无记分记录的企业为环境信用绿标企业，以绿牌标识；当年有记分记录、累计记分 11 分及以下的企业为环境信用黄标企业，以黄牌标识；当年累计记分 12 分及以上的企业为环境信用红标企业，以红牌标识。

根据信用评价，对环境信用绿标企业，环保部门可以采取适当减少现场检查频次，允许申请环保资金，鼓励或推荐参加环保评先评优活动等措施予以鼓励。而对亮起“红牌”的企业，环保部门依照办法采取将企业列入重点监管对象，对适用于限制生产、停产整治的，依法责令其限制生产、停产整治；暂缓受理行政许可申请事项；对参加其他评先评优活动的，出具环保否定意见等措施。

据记者了解到，针对环保部门作出的评价，企业可以自行登录企业环境信用评价信息管理系统，查询其环境违法违规行为信息和记分情况。该办法同时规定了企业对违法信息和记分有异议时可以采取的救济途径和措施。

(来源：2015.8.17 陶瓷信息)

宜昌市政府领导到花林集团调研

8 月 27 日，宜昌市政府副市长袁卫东到集团调研，市政府副秘书长杨卫华、市经信委主任王大真，中共远安县委书记张立新、县委常委袁正泉，远安工业园区工委书记、管委会主任王旭新，集团董事长、总经理闫友平陪同调研。

袁卫东参观了花林水泥公司、楚林陶瓷公司和九林陶瓷公司，闫友平汇报了各公司的生产经营情况、生产经营目标及实现目标的措施。袁卫东对企业整洁干净的生产环境表示赞许，对企业实事求是、力求稳健发展的思路表示肯定，对企业积极应对市场环境，适时调整发展战略的做法赞不绝口，鼓励企业稳打稳扎，勇敢面对市场挑战，坚定信心勇往直前。

市经信委副主任吴正新，县经信局局长王俊，集团常务副董事长、常务副总经理朱发新，集团董事长方玲艳陪同调研。

(湖北花林新型建材集团 杨绪莲)

停窑率不到 20%，“泛高安”拟再上 7 条新线

“高安陶瓷的市场销售情况还是不错的，发展形势相对其他产区都要好。”一位名叫刘强的淄博产区业务员调研了高安产区后感慨。自去年以来，高安产区经历了一阵动荡，从伟鹏陶瓷倒下的第一块多米诺骨牌，随后又有新澳陶瓷、领先陶瓷等先后折戟沉沙，质疑和猜测也纷至沓来。不过据了解，在逆势中，高安产区今年拟计划再新增 7 条生产线。

新增 7 条新线，以创新产品抢夺市场

在刘强看来，作为行业的人士，不能从一两家企业的状况，来看待整个产区情况，这或许会将销售人员带入一个误区，不利于竞争情况的分析。因为据他统计，泛高安仍有 7 条线要上，他们分别来自江西家乐美陶瓷的全抛釉线、华硕陶瓷的超晶石线、江西鼎冠陶瓷的仿古线、江西天瑞陶瓷的大规格全抛釉线、江西铭瑞的全抛釉线、江西康而居的小地砖线。

江西天瑞陶瓷董事长付少模向本报记者证实，该公司确实在上四线。但他同时表示，现在做陶瓷拼量没有用，而是在做好产品质量的基础上，有好的新产品出来，这样经销商才能赚到钱，为此，天瑞这条新线拟做 1000×1000 (mm) 的大规格全抛产品，这是目前产区的唯一。

江西铭瑞陶瓷董事长游阔明也证实，该公司正在新建第三线，这主要是为了满足产能不足的需求。据游阔明透露，经过两年的时间，现在公司已经完成了国内市场和国外市场的渠道良性布局，销售相对做国内市场的企业压力小很多。

江西家乐美陶瓷营销总经理彭亚军表示，目前公司产品还是过于单一，但是全抛釉今年市场整体不算很差。根据公司下一步发展需要，增加新线的工作已经完成，将很快出产品。

令刘强不解的是，陶瓷产业正处“七死八活”的艰难时期，为什么高安产区还有这么多新线要上？

刘强调查发现，虽然 7、8 月份“泛高安”产区陆续有企业停窑减产，但停窑率不到 20%，这比其他产区要好很多，这也充分证明了产区的生命力犹在。根据刘强的反映，本报记者走访几家高安当地知名企业了解情况。

产销平衡，企业库存压力小

“我们华硕陶瓷 7 月份对一些工程客户给予了一定的优惠政策，拉动了淡季的零售和批发市场渠道。”华硕集团营销总经理谢向军向本报记者透露，淡季要有自己的策略，关键还是想从渠道方面考虑，为此，华硕陶瓷专门成立了 OEM 部，为淡季销售消化压力开辟新路径。

而江西瑞源陶瓷集团常务副总经理陈春辉表示，7、8 月份的生意确实有点难做，瑞源陶瓷的产销率维持在 90% 上下，比其他月份要低。在他看来，现在整个经济不景气的时候，做企业就是拼实力和智慧的时候。

刘强表示，瑞源陶瓷近期转发了公司的保价声明，引起经销商的共鸣，为此，尽管瑞源陶瓷在终端的产品卖价相对较高，但是不管别的企业如何降价促销都很难撬动瑞源陶瓷的客户，因为这份保价声明道出了瑞源陶瓷的自信与其维护市场的决心。

刘强向本报记者表示，他也走访了太阳陶瓷、金牛陶瓷、天瑞陶瓷等几家具有产区代表的仿古砖企业，得到的消息是销售压力都是比较大，但是他发现这几家企业的库存其实并没有多少。据他估计，这几家企业的产销率估计在 90% 左右。

在刘强看来，这几家具有实力的企业都还是不错的，根据发展需要增加生产线也在情理之中，毕竟用心做好市场，企业的发展还是可以的。

(来源：2015.8.20 陶城网-陶城报)

突尼斯对进口瓷砖进行保障措施调查

据中国贸易救济信息网报道，2015 年 7 月 14 日，突尼斯应本国企业申请，对进口瓷砖进行保障措施立案调查。涉案产品 690710(未上釉表面积 $< 7\text{cm} \times 7\text{cm}$ 陶瓷砖瓦及类似品)、690790(其他未上釉的陶瓷砖、瓦、块及类似品)、690810(上釉表面积 $< 7\text{cm} \times 7\text{cm}$ 陶瓷砖瓦及类似品)、690890(其他上釉的陶瓷砖、瓦、块及类似品)。

(来源：2015.8.20 陶城网-陶城报)

陶企发展：产品质量才是第一要素

摘要：行业有一句很经典的名言“搞活动就是找死，不搞活动就是等死”。现在，很多企业在搞全省联动的活动，请来明星代言助阵。但实际上，搞大型活动的目的是为了吸引客户，打响品牌，并不是为了赚钱，有了客户，才能走下一步，否则都是空谈。搞总裁签售，明星签售，全省联动等等的大型团购活动就是一味的打价格战来取得用户量，说得难听一点就是在烧钱，在拼谁的底气足，谁的钱包厚。

为了借势营销现在瓷砖企业的不少举动可谓“疯狂”，一个噱头一个热点往往借此炒作不已，所谓的节日促销活动也越来越多，殊不知这样的瓷砖企业陷入了一个困局，产品质量的问题被商家忽视，从而消费者对品牌的信任就将变得更低，故而瓷砖企业营销推广要脚踏实地，适可而止。

做活动也要依实力而行

行业有一句很经典的名言“搞活动就是找死，不搞活动就是等死”。现在，很多企业在搞全省联动的活动，请来明星代言助阵。但实际上，搞大型活动的目的是为了吸引客户，打响品牌，并不是为了赚钱，有了客户，才能走下一步，否则都是空谈。搞总裁签售，明星签售，全省联动等等的大型团购活动就是一味的打价格战来取得用户量，说得难听一点就是在烧钱，在拼谁的底气足，谁的钱包厚。

瓷砖企业这样的做法只会导致行业恶性竞争。对于本身实力不够强盛的企业而言，请明星已经耗费企业不少流动资金，如果明星不能带动销售，对于本来举步维艰的企业而言无疑是雪上加霜。

产品质量才是第一要素

现在消费者的消费观念已经不再像以前那样随随便便能用就好了，没有好的设计，好的服务，消费者很难关注。正如脱口秀而言与其着华服美衣，想办法抢头条，不如脚踏实地去磨砺自己，造就有实力的自己。对于瓷砖企业也是如此。费尽心思去博取头条，不如通过产品来证明自己。

任何一家企业，如果没有高水准的产品质量，那么其他的一些都是镜中花水中月，产品质量在任何时候，任何行业都是企业实现发展、抢占市场的第一要素，没有扎实的产品质量，企业的发展举步维艰；唯有领先的产品质量，才有领先的瓷砖企业。

总而言之，面对市场竞争，瓷砖企业最有效的应对方法就是坚定信心，苦练内功，笼络人才，提升管理水平，降低成本，提高效率，加强产品研发，加大营销力度，加强品牌建设，提高品牌竞争力，抢占市场制高点。唯有从不懈怠，瓷砖企业才能发展得越来越好。

（来源：2015.8.21 中国建材报）

近九成供应商称货款难收，控制押款周期成首要任务

陶企脆弱的资金链在 2015 年深度影响着陶机装备及原辅材料供应行业，“收款难”、“押款周期越来越长”等问题已成为陶瓷上游行业发展现状。如在广东地区，供应商传言称：“压款六个月算正常，压三个月则是较为良性的企业。”

而对于一些经营不善的企业，甚至压款周期达一年以上。日前，有供应商向本报表示：“对于 50 万以上的货款，广东有企业甚至要分 4 年时间还清。”这些均给上游供应企业带来严重的资金困扰和经营风险。

（摘自：2015.8.14 陶瓷信息）

国外陶机需求上升，中国设备应“质变”

今年上半年，在市场持续低迷和环保力度加大的双重压力下，国内建陶行业投资新生产线与过去两年相比数量锐减，以窑炉为主的大型陶机设备在国内市场的销售呈现下滑。但得益于近年东南压、非洲等地区的建陶产业迅速兴起和发展，海外市场的陶机设备需求有所增加，中国陶机装备凭借性价比高和配套服务强的优势备受新兴的陶瓷生产国家的青睐。

在汇率变动、陶机市场细分、陶机企业纷纷加速对国际市场的重新布局等多方面因素影响之下，国际陶机市场竞争进一步加剧。鉴于此，中国陶机设备如何在原有优势上加强创新研发，挖掘更多利润点，成为抢占更大的国际陶机市场蛋糕的关键。

（来源：2015.8.7 陶瓷信息）

《大气污染防治工作征求意见稿》发布 2015 年底前陶企完成煤改气

7 月 28 日,清远市环境保护局发布了《清远市 2015 年度大气污染防治工作目标及任务分解实施方案(征求意见稿)》,公开向社会征求意见,并提出 2015 年大气污染防治工作目标以及工作任务,指出到 2015 年底,完成广东省下达的“十二五”期间二氧化硫、氮氧化物等主要污染物排放总量控制目标要求,可吸入颗粒物(PM10)年平均浓度较 2014 年均浓度下降 5%。

在大气污染防治工作任务中,加大工业企业综合治理力度,减少污染排放方面,方案提出了包括深入开展陶瓷行业综合治理和升级改造工作、加大锅炉整治力度、实施典型行业 VOCs 排放治理等重点任务。

在深入开展陶瓷行业综合治理和升级改造工作任务中指出,2015 年底前,清新区的 18 家以及佛冈 2 家现有建筑陶瓷生产企业必须完成烟气脱硫及高效除尘设施,喷雾塔需按规定安装脱硝设施,所有企业废气排放口安装在线监控设备,并实现与环保局联网,加大日常监管力度,严厉打击企业偷排行为。按照主要污染物总量减排核算要求,配套减排设施,并加强运维管理。大力推进陶瓷行业煤改气工作,力争 2015 年底前清城区和清新区陶瓷企业完成煤改气工作。

在加大锅炉整治力度任务实施方案方面,由市质监局统筹锅炉清查工作,各级质监部门联合环保部门开展锅炉清查行动,完善锅炉台账,制定可操作性强的锅炉淘汰计划和任务,并要求于 7 月底前将锅炉台账、淘汰计划和任务交市质监局和市环保局备案。清城区淘汰城市建成区内 27 台燃煤锅炉,其他县(市、区)建成区淘汰 30%的 4 蒸吨/小时以下和使用 8 年以上 4(不含本数)~10(不含本数)蒸吨/小时使用高污染燃料锅炉。必要保留的锅炉通过改进燃烧方式、改燃清洁能源或建立烟气治理设施确保稳定达标排放,并按要求安装在线监控设备或中控系统。而全市 20 蒸吨及以上蒸汽锅炉和 14MW 及以上热水锅炉应安装污染物排放自动监控设备,并增设烟粉尘因子,与环保部门监控中心联网,并保证设备正常运行;35 蒸吨/小时以上的燃煤工业锅炉要安装低氮燃烧设施;65 蒸吨/小时以上的燃煤工业锅炉除安装低氮燃烧设施外还鼓励建设烟气脱硝工程(循环流化床锅炉不要求脱硝),同步配套完善 DCS 系统。

关于实施典型行业 VOCs 排放治理的任务中提出,在建筑装饰装修行业推广使用符合环保要求的水性或低挥发性建筑涂料、木器漆和胶粘剂,逐步减少有机溶剂型涂料的使用。鼓励生产使用符合环保要求的水基型、非有机溶剂型、低有机溶剂型的产品,提高环保型涂料使用比例。各区(县)应建立涂料产品政府绿色采购制度,在政府投资的工程中优先采用水性或低挥发性产品。

(来源:2015.8.17 陶城网-陶城报)

国内陶企生产模式渐变,自动储坯系统再度萌芽

近年,中国陶企的生产模式正由以往大产量的模式向高效灵活、个性化生产逐步转变,部分中国知名陶企逐步建立了可用于个性产品生产的自动储坯系统。此类代表着自动化程度高以及现代生产模式的陶机设备,在中国重新萌芽。

当前瓷砖市场竞争激烈,同质化瓷砖产品已经难以获得合理利润,定制化与个性化产品成为了终端销售的热点产品,这似乎让原本就用于制造该类型产品的自动储坯系统找到了新的机会。

受瓷砖市场和消费需求等多重原因的综合影响和作用下,自动储坯系统因与中国建陶产业生产模式不符导致水土不服后,初期在进入中国市场后又逐渐淡出。随着瓷砖消费个性化、定制化需求的出现及增长,瓷砖生产线需更灵活高效,对陶机设备的要求随之提高。目前自动储坯系统在中国重新萌芽,未来其在国内建陶产业发展中或可能焕发出更大的活力。

(摘自:2015.8.21 陶瓷信息)