

湖北省陶瓷工业协会秘书处 电子邮件: [hubeitaoci@163.com](mailto:hubeitaoci@163.com)  
湖北建材联合会网站地址: <http://www.hbbm.com.cn> 电话号码 027-87824880

### 1-10月我省陶瓷砖产量退居全国第9位， 卫生陶瓷产量仍保持全国第4位 宜昌长江陶瓷卫生洁具出口额排全国第14位

据统计，我省陶瓷工业1-10月陶瓷砖产量累计达3.34亿平方米，增长4.65%。尽管保持了较好的生产水平，但在全国的排行中已退居第9位。产量居前8位的省市分别是：广东、福建、江西、山东、四川、辽宁、河南、广西。其中广西这两年陶瓷砖产量增长迅猛，1-10月同比增长33.04%，达3.82亿平方米，已超过湖北，居全国第8位。

我省卫生陶瓷1-10月产量累计达1500万件，增长2.51%，排在河南、广东、河北三省之后居第4位。

1-10月，我省建筑陶瓷实现销售收入88.77亿元，增长4.3%；主营业务利润9.75亿元，增长-6.0%（有3家建筑陶瓷企业亏损）；卫生陶瓷实现销售收入25.07亿元，增长17.5%，主营业务利润1.53亿元，增长10.7%。

我省宜都卫生陶瓷企业产销情况较好，产品以出口为主。其中宜昌长江陶瓷有限责任公司1-10月出口额有较大增幅，排在全国第14位。  
(协会秘书处)

### 行业盛会，八大活动，聚焦行业新常态—— 2015年中国建筑卫生陶瓷协会行业年会在广州召开

中国建筑卫生陶瓷协会第七届一次理事会暨2015年行业年会在广州威斯汀酒店盛大召开。协会年会是每年一度的行业盛会，此次会议以“创新·协调·绿色·开放”为主题，同期举行的还有“聚变的春天——2015中国家居建材品牌发展论坛”，“中国建筑卫生陶瓷协会陶瓷机械暨环保装备分会成立大会”，“2015中国卫浴高峰论坛”，“新常态下的中国建筑卫生陶瓷绿色制造论坛”等，得以让业内同行共同交流，共讨勇度行业寒冬之策。

年会由中国建筑卫生陶瓷协会会长叶向阳主持；协会秘书长吕琴做2015年协会工作报告；常务副会长缪斌介绍2015年行业形势及建筑陶瓷卫生洁具行业“十三五”发展设想，并主持副会长单位人选调整议案的审议；协会副秘书长官卫主持表彰诚信企业授牌仪式；协会副秘书长徐熙武主持首届“行业技术科技创新奖”表彰授牌仪式；驻会副会长夏高生主持“金陶杯”“大奖表彰仪式；中国建筑卫生陶瓷高级顾问，台湾知名营销大师陈丁荣先生进行了“2016年世界瓷砖卫浴发展趋势”的主题演讲。聚为联合，变为创新。本届论坛汇聚行业协会、产业领袖、企业精英、经济学家，以及500多家家居建材企业代表，共同探讨中国经济新常态下的创新机遇与聚变发展

论坛现场通过三大主题对市场、资本、价值链、兼并、联合等关键词进行了深度解读。

论坛邀请了独立经济学家、民建中央经济委员会副主任、中央电视台财经频道评论员马光远，其演讲主题《大势十年——宏观变局与产业机遇》从经济学角度为企业未来发展提供睿智建议，赢得建陶行业嘉宾们的一片掌声。中国社会科学院新闻与传播研究所传媒调查中心主任、中国舆情调查实验室首席专家刘志明通过《大数据解读——你的机会在哪里》解读了未来创业的机会点在哪里？为企业家们锁定思考点和方向。

(摘自会议报道)

## 爆仓严重！各大产区平均停窑率超 30%

2015 年进入尾声，各地陶瓷企业除筹划经销商年会等活动外，在生产方面也即将进入停窑检修、规划明年市场的时候。今年市场大环境不好，很早就有企业采取了停窑放假的措施，《陶城报》驻站记者也针对各产区进行了调查。根据调查到的情况来看，虽然各产区情况不一，但总体上停窑率与去年此时持平约为 30% 左右，在时间上则平均提前了半个月，多处产区产品存在爆仓严重的问题。

市场环境欠佳，厂家库存积压严重

据调查，除法库产区以外，其余产区全面停产的企业还不多，但不少企业都已部分停窑，剩下的表示到 12 月底之后才会逐步停产。

从广东地区来看，总体上停窑比例不到 30%。而清远、肇庆、河源等地与佛山情况类似，停窑率比佛山略高，总体上也在 30% 左右。潮州地区企业主要是以出口为主，今年情况比较稳定，目前停产比例在 20% 左右，停掉的都是作坊式的小企业，而规模稍大的企业都在正常生产。12 月月底，广东企业将普遍进入停窑维修期，60% 以上的企业将停窑维修。

淄博进入 12 月份以来开始大规模停窑检修，杨寨工业园内建陶企业共 130 余家，到 12 月中旬预估停 30 余家，12 月底会再停 30 余家，到明年 1 月中旬基本停完。夹江大部分企业在明年 1 月初将停产，少部分企业预计会在 1 月中旬和下旬的时候停线。河南产区到 12 月底预计会有 30% 的企业停产，一些部分产品出口，销售情况稳定，有订单尚未完成的企业，预计会在正月初十前后停产。江西高安产区由于市场有所好转，据不完全统计，停窑比例不到 20%，目前约有 16 条窑停产，大部分企业要到元月中旬左右才会停窑放假。

有分析说，“今年下半年市场乏力，天气冷了以后北方建筑工程量也相应减少，市场缩减，而南方市场也在逐渐减少，造成了库存积压。”

法库产区某陶瓷企业老总也表示，现在法库企业内各个品牌的陶瓷成品库存多达 160 万件，比往年同期高了近 30%。而部分高安抛光砖企业库存货值多在 3000 万元到 5000 万元之间，一些较大的抛光砖企业库存则高达上亿。河南长葛及福建泉州等产区企业也都表示今年库存压力非常大，河南企业正常情况下有 20 天产量的库存，但目前普遍都是四十天左右的库存，情况严重的达到了两个月。而福建一些往年过年都不停产的仿古砖企业也由于库存压力，今年将要停产以消化库存。

瓷片市场萎缩，部分产品销售回暖

从产品种类来看，今年瓷片市场萎缩较为严重。佛山这边包括南海、三水的瓷片生产企业，基本都是这种情况。比如说，某家大型陶瓷企业在水三就拥有十多条瓷片生产线，但目前已经停了有九条了，也是今年在水三地区最早开始停窑的生产线。

虽然整体大环境不太好，也有部分产品销售出现回暖迹象。

在四川，夹江产区的“红坯战略”效果初显，夹江米兰诺陶瓷销售总经理何德祥表示，今年他们对西瓦线进行技改、采用当地页岩生产红坯西瓦之后，生产成本显著下降，市场竞争力得到加强，红坯西瓦的销售状况良好。而按照计划，他们公司的两条西瓦生产线在春季期间依然会保持正常运转，广场砖生产线在 1 月中下旬的时候停线，年后将在正月 15 左右恢复生产。

在淄博产区，法尼那陶瓷研发出的新品大理石抛光砖市场反映也较好，在市场大环境不好的情况下，停窑时间较之去年反而停的比较晚，要给经销商提供足够的货源，预估十二月底才停窑检修。

江西产区，目前企业库存常规产品比较缺货，例如聚晶微粉、普拉提等，由于利润低，比较少企业做，尤其是原来做抛光砖的企业改做全抛釉、金刚釉，导致抛光砖普通产品缺货严重，供不应求。这也导致了江西企业生意有所好转，目前只有部分生产线停窑，企业并无放假。

福建产区则是在外墙砖销售上开始回暖。泉州远方陶瓷销售人员向记者表示，由于福建产区之前外墙砖市场不好，年初生产线开得少，从 6 月份也有外墙砖企业开始陆续停窑，但从 10 月开始，福建产区外墙砖销售开始回暖，到 11 月份势头更为明显，导致之前库存消化了不少，而一些外墙砖生产线也出现了复产的现象，“但压力还是存在的”。

摘自（2015.12.11 陶城报微信第 682 期）

## 抛光砖创新：提升仿石效果，打造瓷砖“灵性”

2015年以来，“全抛釉”成为了行业热词之一，的确在全行业销售不景气的局面之下，大部分企业都依靠全抛釉产品的强势表现稳定产销局面。

在欣喜的背后，全抛釉产品利润不断下滑，市场逐渐饱和也成为了建陶企业不得不面对的难题。于是一批行业龙头企业开始了对抛光砖产品的创新，喷墨抛光砖、微粉渗花抛光砖等产品不断出现，这两大类抛光砖新品在几乎完全具备抛光砖物理性能优势的基础之上，高度提升了产品的仿石效果。同时，以广东宏宇集团为代表的企业甚至直接通过“粉料演绎”的方式，生产出了几乎能够完全呈现天然石材效果的抛光砖产品，该类产品在100%继承传统抛光砖物理性能优势的基础之上，既实现了对天然石材纹理的呈现，由于工艺特殊，更做到了每一片产品纹理完全不同的效果，使瓷砖也拥有了天然石材千变万化的“灵性”。

对于抛光砖的创新，行业企业正在“保持产品物理性能优势、不断提升仿石效果、打造瓷砖‘灵性’”的方向上不断前行。

当前在抛光砖领域，最为热点的产品就是喷墨抛光砖与微粉渗花抛光砖了，其在保持了抛光砖稳定的物理性能的基础之上，继承了全抛釉良好的视觉效果。

传统抛光砖拥有瓷砖品类当中最为耐磨的物理性能，但在产品外观上，采用渗花、丝网工艺生产的传统抛光砖，只能印单线条，纹理的颜色与图案单一；与传统抛光砖相比，喷墨抛光砖图案更加丰富，色彩更加鲜艳，装饰性能得到极大地提升，在产品的纹理色彩和产品的整体空间效果上都可以与全抛釉产品相媲美。

### “粉料演绎”抛光砖

在喷墨抛光砖大热的行业背景之下，广东宏宇集团在2015年上半年成功推出了抛光砖革命性的产品——“峡谷熔岩”瓷质抛光砖，该产品是完全的抛光砖产品，在实现对传统抛光砖物理性能优势100%继承的同时，更是通过粉料演绎再造天然石。

该产品采用波纹制纹器对混合、预压、推料器挤挡后的带状微粉料堆进行扭转压制作用后，形成的山脉状纹理富于变化，逼真流畅，层次感强，无限接近天然石材随机生长又变化的图案纹理；且通过对破碎后的料块周围喷附色浆，在砖面形成围绕熔岩状纹理的细腻彩色线条，凸显出熔岩边界纹路，装饰效果极佳；再结合经两次扒开作用所形成的峡谷状纹理，极大提升了抛光砖的工艺美感。

随着龙头企业的引领，行业有实力的企业将不断加入到抛光砖的研发创新中来，总体而言，抛光砖发展的全新时期已经拉开了序幕。

（摘自：2015.11.21 陶瓷信息）

## 河北库存大、价格低 10余家陶企停窑检修

据记者调查，个别企业虽然说是停产检修，实际上已经名存实亡。一家企业的内部人员告诉记者，“停产的时候说是明年还生产，其实老板根本做不下去了，明年再生产的希望不大”。

虽然形势不乐观，不过，河北规模比较大的企业，整体运行仍处于良性的状态。“虽然今年日子不好过，利润很低，但是整体处于一个良性的状态，我们近期正在对新品开发及销售模式进行调整，希望通过创新，明年的日子会好一些。”一家企业负责人表示。

据记者调查，个别企业虽然说是停产检修，实际上已经名存实亡。一家企业的内部人员告诉记者，“停产的时候说是明年还生产，其实老板根本做不下去了，明年再生产的希望不大”。

虽然形势不乐观，不过，河北规模比较大的企业，整体运行仍处于良性的状态。“虽然今年日子不好过，利润很低，但是整体处于一个良性的状态，我们近期正在对新品开发及销售模式进行调整，希望通过创新，明年的日子会好一些。”一家企业负责人表示。

（来源：2015.12.10 陶瓷信息报）

## 陕西一陶企登上环境信用“黑榜”

近日，宝鸡市政府召开新闻发布会，宣布宝鸡企业环境信用红黑榜名单。11 家企业进入红榜，陕西隆达陶瓷有限公司等 3 家企业因污染等问题多次处罚整改不到位，登上黑榜。

据宝鸡市环保局相关负责人介绍，评价黑榜的原则：第一，今年因环境违法问题，被市县两级环保部门行政处罚过的。第二，环保部门因环境违法问题，多次下过限期责令整改通知书的，企业均未按期完成整改。第三，因环境违法问题被各级媒体曝光，群众反复投诉，至今仍未解决的企业。此次这三家企业，因上述情况被列黑榜。

对于红榜企业，环保部门将在未来采取激励措施，比如：企业创优评先上进行推荐，加大企业环保补助力度，环保专项资金优先考虑、拨付，因企业信用良好，行政审批、现场核查等环保手续予以简化。对于进入黑榜的企业，环保部门将采取惩戒措施，加大执法监督力度和频次，通过夜查、暗访、抽查等进行不间断检查，督促企业进行整改。因企业信用差，环保部门将限批各项环保手续，责令企业限产限排。此外，环保部门还将取消企业评优创先资格，不予考虑为企业发放环保各项补助资金。

宝鸡市发布企业环境信用红黑榜是为了进一步提高企业环境监管信息公开化、制度化水平，加快建立环境保护“守信激励、失信惩戒”的机制，督促企业持续改进环境行为，自觉履行环境保护法定义务和社会责任，引导公众积极参与环境监督。

另据了解，近期宝鸡市质量技术监督局对该市装饰装修材料进行了抽查，共监督抽查 44 家企业 6 种 45 批次装饰装修材料类产品，其中合格 31 批次，合格率仅为 68.9%，不到七成。其中，抽检的陶瓷坐便器、陶瓷砖、陶瓷片密封水嘴、淋浴用花洒、木质门等产品均存在一定问题。涉及的问题包括陶瓷坐便器水封深度、水封回复不合格，陶瓷砖尺寸、吸水率、破坏强度、断裂模数不合格，陶瓷片密封水嘴表面耐腐蚀性、流量、用水效率等不合格，淋浴用花洒流量、整体抗拉性能不合格等。

（来源：2015.12.4 陶瓷信息）

## 产品、服务双管齐下 陶瓷企业方能制胜市场

近年来，随着我国经济发展进入新常态，经济发展速度放缓，国内需求渐渐低迷，有些陶瓷企业还陷入了破产的绝境，总结陷入绝境的原因，其中，资金链断裂是最重要的原因，又或是产业链拉得过长，陶瓷企业难以保证盈利回笼。但不论市场环境怎么变化，陶瓷企业只有把产品、服务做好，才能取得最终的胜利。

### “低价竞争”是毒药

在买卖市场里，买东西大多数人当然要挑便宜的买，可关键的问题却是，在客户无法对产品质量进行鉴别的情况下，卖家无底线的经营，最终扰乱了市场，出现了饿死同行，累死自己，坑死企业的错误现象。

例如，你降一两百元，我降两三百元；你压半个月，我压一个月。垫着几百万货款，赚着卖白菜的钱，致使部分中小规模家具企业顶不住低价竞争压力，慢慢从市场中消失。又比如，家具行业毛利率控制在 20% 左右属于正常范围，可实际上有的厂家为了有生意做，毛利率 5% 也在接，有的 2%，甚至更低。接到单了，当然高兴，企业热火朝天日夜不停地赶着工期，营销部天天忙着发单，安排发货。在这看似繁荣的背后，企业的日子真的好过吗？到年底一算账，除去工人工资，房租费，水电费，市场推广费，物流费等各种费用，辛辛苦苦干一年，到头来就剩下三瓜两枣。

### 陶瓷企业靠产品、服务说话是王道

“抢别人的单，断自己的路！”以低价接单的家企业只看重眼前利益，看似迫不得已的个体选择却在危害行业整体的健康发展。这样的经营模式持续不了多久，而且在行业转型升级的过程中，企业也丧失了从产品开发、工艺创新等方面提升的能力，其发展道路只能越走越窄，到头来会发现这是条死胡同。因此，在陶瓷市场竞争中，陶瓷企业完全可以靠产品说话、靠服务说话，进而打破价格战的桎梏，抢占更多的市场份额。

（摘自：2015.12.11 中华陶瓷网）

## 新国标为陶瓷卫浴行业摘掉“三高”帽子

“高污染、高能耗、高排放”，是陶瓷卫浴行业多年来顶着的“三高”帽子。随着《陶瓷砖》新国标、和《节水型卫生洁具》国家标准 12 月 1 日的正式实施，凡是厚度大于 11 毫米的 800x800 规格瓷砖、不符合节水标准的便器、水嘴等产品均不予生产与销售，这就意味着更多瓷砖洁具的落后产能将被淘汰，卫浴企业更应加强对产品节水性能的提高，尽快抢占尚未普及的节水市场。

### 瓷砖：

#### 严格规定厚度 企业抓紧调试生产线

建材行业一直都被诟病是国家标准少、门槛低、执行难的行业。而此番陶瓷砖和节水洁具两大建材门类新国标的颁布，大大提高了生产标准和监管力度。《陶瓷砖》新国标(GB/T4100-2015)新标准规定，表面积大于 6400 平方厘米的，厚度不能超过 13.5 毫米；表面积小于 36

广东新中源陶瓷品牌副总经理刘建勋坦言，要想标准更好落地，就要把瓷砖变薄的物理性能推销给消费者，让消费者接受变薄的观念，改变消费者“越厚越好、越值钱”的固定思维，新中源做薄板做了五、六年，却发现很难推销出去尤其是零售渠道。国标从环保节能的方面灌输薄的理念，推广薄板也会更容易一些，消费者接受度也会更快一些，但是更多的消费者更关注产品本身的使用状况而不是标准本身，这就需要终端经销商不断摸索宣传，利用消费者更直观的体验把这些标准融入其中，引导消费者把国标作为最终选购依据和标准。

### 卫浴：

#### 不合标准马桶、水嘴不予生产销售

新国标除了提升瓷砖生产节能，还注重卫浴产品的使用节能。数据显示，卫生间用水量占国人家庭用水的 60%~70%，其中，冲水马桶是用水大户，占生活用水量的 35%以上。近几年响应国家号召和消费趋势，很多卫浴企业都推出各种冲水量的节水马桶。

一些卫浴品牌打出的“超节水”产品概念，排水量低至 2.3 升的节水坐便器，比同品牌的普通马桶要贵 30%~40%，有些高端进口品牌甚至要贵上几倍。记者在市场上还看到一些 4.5 升的节水型马桶，但是销售人员均未拿出可以证明 4.5 升冲水量的纸质证件，连产品说明书、合格证上也没有标明冲水量的升数。“我们每期都有企业培训，厂家出了新款都会先给我们培训，然后再推荐给消费者。节水产品经过检测都有节水检测报告的。但是我们只提供给工程项目，因为与工地签署工程合同时必须要具备产品的检测报告，而个人家装不方便提供。”

广东恒洁卫浴品牌经理何志渊说，此次新国标制订 5L 作为坐便器的节水标准而不是 4L，是考虑行业整体水平而所出的判断，是在综合评估行业的承受能力后制定的标准。标准执行需要政府、行业及市场主管单位、企业合力才能逐步实现。”政府做好宣传引导，支持行业研发升级改造；终端市场和商家加强宣传，引导消费者购买节水产品，提升消费者节水意识；企业扎扎实实做好产品，消费者才会认可。

### 分析：

#### 淘汰落后产能或重创中小陶卫企业

经济学家对国内传统行业产能过剩早已做出预警。而在陶瓷卫浴行业近几年产能过剩的现象尤为严重。现在国家正在大力抓经济结构转型，以前行业关注的安全环保达不到标准就一票否决，现在瓷砖质量也一样一票否决，国家质量监督检验抽查已纳入到了法规层面，一次不合格停产三个月整顿，三个月整顿以后再次抽查不合格就吊销生产资格证和营业执照，比环保法还要严格。

800x800(mm)规格的陶瓷砖，厚度不能大于 11 毫米，这个厚度要达标，需要提前做各种准备。很多企业 12 月 1 号才来调整厚度，厚度一旦有偏差，不是挤压就可以解决的，而摩擦系数、断裂强度、破坏强度、弯曲程度各种测试方面的综合考虑也是来不及的。这就陷入了像原来环保部对陶瓷行业的强标，没有拿到产品合格证的一家都不能开，结果导致临沂、佛山、肇庆的陶瓷企业大部分停产。

广东嘉俊陶瓷市场总监王兴水也表示，新国标的标准对大企业来说没有什么难度，一线品牌内部出厂标准比欧洲标准还要严格，同时国标的颁布有利于陶瓷企业环保节能和节省成本。但小的陶瓷企业由于窑炉设备落后，会受到比较大的影响。

(摘自：2015.12.11 信息时报)