

产区调查: 2015 陶企生产成本下降 15%

2015 年国内建陶行业持续低迷, 绝大部分企业发展举步维艰, 面临较大经营压力。但事实上, 尽管如此, 陶企的综合生产成本却大幅降低, 原料、燃料甚至是纸箱等产品的采购价格大幅降低。记者从广东、山东、江西、四川、河南等产区随机调查获悉, 根据不同产区及陶企的差异, 2015 年陶企综合生产成本普遍下降 7-15%。与之相反的是, 人工成本、营销成本、环保投入成本等费用继续增长, 为陶企经营添加了新的压力。此外, 在激烈而残酷的市场竞争下, 产品销售价格持续走低, 大部分产品遭遇了 10-30% 的下调, 增降相互冲抵之下, 陶企经营出现了利润不增反降的局面。

原料、燃料采购价全线下跌, 最高跌幅达 50%

九方瓦业董事长杨光中向记者表示, 总的来讲, 过去的 2015 年, 陶企综合生产成本大致下降 15% 左右, “虽然各企业会有细微差异, 但成本的总体下降情况不会相差太大。”

调查获悉, 在陶企的生产环节, 原料(粘土、白泥、钾长石)、色釉料(熔块、色料、墨水)等产品的价格均出现了下调。其中幅度较大的是煤炭和墨水, 降幅都在 20% 左右, 部分地区和部分厂家, 降幅甚至能够达到 30~50%。如在部分产区, 2014 年墨水的采购价格还维持在 11 万元每吨, 但 2015 年价格就出现了“腰斩”, 每吨的采购价仅为 5.5 万元。

煤炭价格每吨下跌 200 元左右, 佛山一家知名陶企生产负责人告诉记者, 以现在的大产能生产线计算, 一条线每月的用煤量为 2000 吨, 每吨煤便宜 200 元左右, 意味着一条线每月能省下 40 万元。

杨光中告诉记者, 综合来看, 2015 年原料的采购成本大致下跌 20% 左右。不仅如此, 纸箱的采购价格亦同比下降 10%, 水电费价格总体较为稳定, 没有较大波动。

四川夹江多家陶企负责人告诉记者, 如果算上煤炭、原料等采购价的下跌, 2015 年夹江陶瓷每条生产线每月可节省成本 150~200 万元。这对陶企而言, 是一笔不菲的费用。

2015 投资建厂成本最低

此外, 多家陶企负责人称, 2015 年也是“陶企工厂建设成本最低的一年”: 钢材价格由过去的 4000 多元每吨下降至 1800 余元每吨, 以建设一个厂房需要 2 万吨钢材计算, 直接省下的成本就高达 4000 多万元, 同时窑炉、压机等设备的生产亦需要大量的钢材, 钢材采购成本的降低, 使这些设备的销售价格亦达到较低水平。”对于承包商, 承包租赁窑炉的成本也大幅下降。有陶企向本报记者透露, 比如广东地区有的企业过去一条线一年的出租费用是 300 万元, 现在可能只需要 100 多万元。

伴随着银行利率的下调, 2015 年陶企的融资成本也有所降低。据一位陶企负责人介绍, 以向银行贷款 1 亿元为例, 2014 年需要支付利息款 800 多万元, 2015 年则只需要支付利息款 600 多万元。不过, 调查中, 也有河南陶企表示, 尽管利率下调, 但现在银行收紧对陶企的贷款, 甚至直接拒贷, 这种态度增加了陶企贷款的公关成本, 总体而言, 融资成本并未有降低。

环保、人工、营销成本增加, 产品销售价格大跌

成本大降, 为何还会经营困难? 事实上, 在生产成本降低的同时, 陶企环保、人工、营销等成本均在增长。在所有综合生产成本中, 人工成本攀升最快, 也是每年持续快速增长的, 平均每年的增长幅度在 10~20% 左右。一家陶企负责人介绍, 过去在所有的成本中, 人工的总成本排在 10 名开外, 但现在已经是仅次于原料、燃料的第三大成本, 这三大成本相加, 占据了陶企生产的 70% 左右。

另一个增长的成本是: 营销成本。过去, 产品销售供不应求或者产销平衡, 陶企是“等订单”, 但在产销失衡的背景下, 陶企则是“抢订单”, 广告成本、网络与渠道开拓成本均会增加, 同时随业务员出差频率的增加, 差旅成本亦会大幅增长, 但出差的效果也会因为市场原因而大打折扣。

值得注意的是, 调查中, 江西高安陶企均称: “2015 年营销费用大幅增加, 在品牌建设、终端建设等方面投入了较大资金。”

质检总局抽查：陶瓷片密封水嘴产品合格率为 80.5%

1月14日，质检总局在其官网公布陶瓷片密封水嘴产品质量国家监督抽查结果，共抽查了11个省（市）198家企业生产的200批次产品，抽查产品合格率为80.5%。

本次重点对管螺纹精度、冷热水标志、抗水压机械性能、密封性能、流量、表面耐腐蚀性能、金属污染物析出、流量均匀性、水嘴用水效率等级等9个项目进行了检验。经检验，有39家企业生产的39批次产品不合格，质量问题主要集中在管螺纹精度、冷热水标志、表面耐腐蚀性能、金属污染物析出、流量、流量均匀性、水嘴用水效率等级等方面。

据介绍，管螺纹精度是水嘴的一个重要装配使用指标。该项目不合格将导致使用者在实际安装过程中无法正常安装，造成滴漏现象，有的甚至在安装使用后会出出现接头脱落。本次抽查有11批次产品该项目不合格，主要原因是生产设备精度不高以及加工工艺水平不够完善。

冷热水标志是提醒消费者在使用过程中正确调整出水温度的重要手段，冷热水标志缺失或标示有误将会给消费者带来烫伤的危险。本次抽查有8批次产品该项目不合格，主要原因是生产企业对于标准的不熟悉。

表面耐腐蚀性能是考核水嘴在使用环境差、空气湿度大的情况下的耐腐蚀程度。该项目不合格的水嘴在使用一段时间后，其表面会产生铜绿、黑色斑点或腐蚀。本次抽查有13批次产品该项目不合格，主要原因是原材料选用质量较差的回收铜合金、易生锈的铸铁、不耐腐蚀的锌合金等材质，以及生产工艺没有严格按照相关标准执行。

金属污染物析出直接影响着消费者的人身安全。金属污染物析出不符合标准要求，长期饮用经这些产品流出的饮用水后，对人体有明显的危害。本次抽查有8批次产品该项目不合格。其中，铅析出统计值（Q）有6批次不合格，铬析出有1批次不合格，六价铬析出有2批次不合格。造成该项目不合格的主要原因：一是部分不合格产品所使用的原材料中大量使用非标黄铜，甚至是废旧回收铜，导致原材料中含有大量的铅、铬等有害元素；二是生产工艺不稳定，没有合理、高效的管控手段促使重金属析出过程更稳定。

流量、流量均匀性、水嘴用水效率等级均是水嘴的强制性指标。流量偏大，浪费水资源；流量偏小，影响正常使用。而流量均匀性是考核水嘴在不同水压下的用水情况。流量、流量均匀性、水嘴用水效率等级不符合标准要求会造成不必要的水资源浪费，达不到节能效果。本次抽查发现9批次产品流量不合格，9批次产品流量均匀性不合格，7批次产品水嘴用水效率等级不合格，主要原因是产品结构不合理，阀体内过水面积过大，选用阀芯、气泡器等配件不当等。

（来源：2016.1.22 陶瓷信息）

质检总局：9批次陶瓷砖产品不符合标准的规定

1月22日，质检总局公布了陶瓷砖产品质量国家监督抽查结果。结果显示，2015年第四季度，质检总局共抽查了河北、山西、辽宁、上海、浙江、安徽、福建、江西、山东、河南、湖北、湖南、广东、广西、四川、陕西等16个省、自治区、直辖市180家企业生产的180批次陶瓷砖产品。抽查发现有9批次产品不符合标准的规定，涉及到破坏强度、断裂模数、吸水率、尺寸项目。

据悉，本次抽查依据GB/T4100-2006《陶瓷砖》、GB6566-2010《建筑材料放射性核素限量》等标准的要求，对陶瓷砖产品的尺寸、吸水率、破坏强度、断裂模数、无釉砖耐磨性、耐污染性、耐化学腐蚀性、抗釉裂性、放射性核素等9个项目进行了检验。

湖北省被抽查的三家企业是：湖北宝加利陶瓷有限公司、湖北帝豪陶瓷有限公司、湖北帝缘陶瓷有限公司，经检验都为合格。

（摘自：2016.1.25 中国质量新闻网）

多部门调研减负，降物流成本政策将密集出台

中国物流与采购联合会报告显示，2014年，我国社会物流总费用10.6万亿元，与GDP的比率为16.6%，较1991年下降7.2个百分点，但仍高于美国、日本和德国8个百分点左右，高于全球平均水平约5个百分点。业内测算，如果物流成本减半，可新增经济效益5万多亿元。

降物流成本已经列入相关部门今年重点工作。目前，商务部等部门已经展开密集调研，并联合研究具体方案。其中，国家发改委、商务部、财政部等部门正在一起详细梳理涉及流通企业的各项税费，包括过路费、进场费等不合理收费，以达到减轻企业负担，增强盈利能力的目的。

另一方面，商务部将深入推进流通改革，提高流通信息化标准化集约化水平被列为2016年商务部工作首位。

“下一步要进一步深入推进物流标准化工作，目前正在研究扩大试点地区范围和品种范围。比如说，货架、传送带、运输车辆等也都要标准化。”商务部流通发展司司长郑文透露。

据了解，目前我国物流标准化试点主要是在京津冀、长三角、珠三角的一些城市展开，以托盘标准化为切入点，试图以此带动仓储设施和运输设施的标准化。参加试点的企业普遍反映，相关设施设备标准化、相关服务规范化水平提高后，可提升备货效率30%以上，装卸货效率50%以上，车辆周转效率1倍以上，库存周转成本降低29%以上。

此外，通过提升信息化水平来提高物流效率降低成本也是重要举措。具体包括深入实施“互联网+流通”行动计划，引导传统流通企业加快信息化改造，与电子商务企业的商流、资金流、信息流融合。提高流通信息化应用水平，启动智慧物流配送体系建设，开启智慧物流示范等。

多位业内人士表示，降物流成本将迎来政策密集出台年，预计相关政策将从年初开始陆续落地。不过，降低物流成本的根本还在于加速推进流通领域的供给侧改革。

据了解，今年商务部等部门相关的工作将包括，加快商品流通基本法立法进程，落实好内贸流通体制改革发展综合试点工作，及时总结可复制、可推广经验，营造法制化营商环境等。顶层设计层面，商贸物流、电子商务物流以及京津冀商贸物流发展三项规划也正在制定中。

郑文坦言，目前流通综合改革的试点工作正在进行，这项改革与国内的自贸试验区有很大不同，“在自贸试验区很多试点内容强调的是‘破’，而内贸的改革试点，有些是需要推进过程中不断探索的，比如创新发展机制怎么建立，如何建立新的商业模式等，主要是‘建’，没有现成的东西，要靠改革去探索。这也只是内贸流通改革的难点所在。”

中国社会科学院财经战略研究院研究员宋则指出，深化体制改革，彻底剔除流通过程中的体制性成本，降低全社会企业负担，是新时期政策设计的重中之重。“十三五”时期应把有效解决物流领域长期存在的突出问题作为核心思路与主线，并尽可能把节能降耗、提高效率、降低成本等任务目标按年度量化分解，确保圆满完成目标任务。

(摘自：2016.1.22 陶瓷信息)

中国淋浴房 2016 年要攻占美国纽约

金猴驾到万象新。有惊爆消息传来，春节期间，格力、蒙牛、乐视、海信、盼盼食品、慕思、宇通客车、韩后、雅士利、良品铺子、蒙牛、蓝月亮、长虹、海南航空、鲁西集团、东方电气、奥克斯……等100家中国各行各业的佼佼者将联袂攻占纽约时代广场。其中，中国淋浴房也赫然在列！

纽约时代广场，被称为“世界的十字路口”，年均游客流量超过4000万人次，是吸引全球目光的最佳窗口之一。从2011年开始，陆续有中国各行业的顶尖品牌在此亮相，现在，中国淋浴房也要攻占这个世界顶级品牌秀场！

在春节这个中国最隆重的节日里，中国淋浴房登陆纽约时代广场，是中国卫浴行业具有里程碑意义的事件，既展现了中国民族卫浴品牌的实力与内涵，同时也将进一步增强民族卫浴品牌的国际话语权、竞争力，成为塑造“中国梦”形象的又一股强力推动力量！

(摘自：2016.1.27 中洁网)

福建南安：石材陶瓷水暖厨卫企业兼并重组最高可获 500 万补助

近日，福建省南安市发改局、财政局下发《关于组织企业申报促进石材陶瓷和水暖厨卫产业稳健发展二十条措施部分条款的通知》，根据该通知，今年度南安市石材陶瓷、水暖厨卫企业可以开始申报部分条款的相关优惠政策，欲申报的企业可在本月 29 日前将材料报送市发改局。

据悉，此次可申报的相关优惠政策包括兼并重组奖励、主营业务转型补助、总部营销中心奖励、企业参与招投标补助等 4 项。

其中，申请兼并重组奖励经批准后，将对重大兼并重组的本地企业，积极向上争取兼并重组前期费用及并购贷款利息补助。本级按其并购金额的 5% 给予补助，单项最高不超过 500 万元。

主营业务转型补助方面，2015 年度企业在咨询设计、工程施工、仓储物流、交易市场等方面提供的服务性营业收入在 1000 万元以上且占主营业务收入比例首次超过 10% 的，获批后，给予一次性奖励 50 万元；服务营业收入在 5000 万元以上且占主营业务收入比例首次超过 20%，给予一次性奖励 100 万元。

总部营销中心奖励方面，设立独立法人资格的总部营销中心，将分布在各地企业生产的产品集中在总部营销中心销售，且 2015 年度比 2014 年度新增应纳税额达 5000 万元以上的企业获批后，按申报应纳税销售额的 5% 给予支持补贴，最高补助金额不超过 50 万元。

企业参与招投标补助方面，企业 2015 年度参与项目投标，中标提供的主要货物为本企业在南安自己生产的产品，产品中标合同金额 200 万元以上的，按合同金额 3% 给予奖励，单家企业最高奖励不超过 50 万元。

符合申报条件的企业，需提供相应的申请表以及相关申报材料一式两份，字迹清晰，加盖公章，复印件加注“与原件相符”，连同电子版在 2016 年 1 月 29 日之前报送南安市发改局，市发改局、财务局将联合相关部门对企业申报材料进行审核，将符合奖励条件的企业项目汇总后报送市政府研究。

（来源：2016.1.15 南安商报）

广东新增碳排信息报告企业四成为陶瓷企业

记者近日从省建材行业协会年会上获悉，2015 年广东建材工业经济总体略有增长，2015 年 1 月到 11 月，全省建材完成工业增加值 1249.8 亿元，同比增长 10.3%；完成主营业务收入 3772.6 亿元，同比增长 5%；但主要产品产量、销量下降，库存压力增加，经营困难和压力增大，总体下滑，效益下降。而水泥、玻璃、陶瓷相继纳入碳排放管理试点，也迫使企业加大绿色转型升级的力度。

广东省应对气候变化研究中心主任曾雪兰介绍，2013 年省政府颁布了《广东省碳排放管理试行办法》，水泥成为我省首批碳排放权有偿使用和交易的四大控排行业之一，2015 年又有陶瓷和玻璃等六大行业列入碳排放管理的试点行业，需要报告历史碳排放信息，为接下来纳入碳交易范围做准备。其中陶瓷行业 185 家重点企业纳入碳排放信息报告范围（简称报告企业），占六大行业报告企业的 43.8%。陶瓷、玻璃行业的报告企业则占六大行业报告企业数量的一半以上。

曾雪兰建议，企业更应该主动地抓住机遇作出应对工作，通过积极推进行业向绿色建材和绿色建材产品的发展，做好碳排放管理、温室气体控制、节能减排、资源综合利用等，共同营造良好的建材行业发展空间。

（来源：2016.1.22 南方日报）

一起棒打抄袭者，行业才有未来

最近审读《石湾陶瓷口述史》的稿子，佛山陶瓷研究所前所长何锡伶提到上世纪90年代初行业的一场专利官司。1987年陶瓷研究所的等静压陶瓷辊棒通过科研成果鉴定，之后荣誉不断，叫好又叫座，效益很好，最多的一年给佛陶集团上缴了1700万。

1992年技术被偷。陶研所的员工被其他工厂高价挖角，用同样的原料、同样的工艺，做出几乎一模一样的产品，连注册的商标都类似于“康师傅”这种擦边球。这场专利官司虽然几经周折，但陶研所最终艰难地打赢了，成为“知识产权保护史”上著名案例。

但是，至今最让行业创新者痛苦，阻碍行业创新的，应该还是知识产权保护。

前段时间费罗娜的陈高照在朋友圈发了条消息，有个陶瓷厂生产的水泥砖，取名就叫“费罗娜”系列；再之前，蓝珀的潘秉然在朋友圈发图文，有个叫“蓝企鹅”的品牌，从画册到产品，甚至企业VI，全面模仿蓝珀；再往前，秋季佛山陶博会的时候，卡布里的人也在朋友圈发图文，有个佛山品牌全系列模仿卡布里的产品，甚至产品名称和宣传文案都一字不改……这样的案例，在业内越来越多，被抄袭的企业哭笑不得，维权成本太高，也疲于应对。

抄袭在行业已成常态。特别是常规产品市场越来越难做，利润空间受挤压的时候，稍微有个做出点儿创意、看上去能够有市场、有利润的品牌和产品，后面必定马上涌出一批跟随者。有人跟随并不可怕，可怕的是，很多客户愿意为创新者鼓掌，回过头来，却又更愿意去为抄袭者买单，甚至鼓励抄袭，只为低价。

有经销商跟我讲，现在有些之前所谓“小众品类”产品的市场已经不小了，一些品牌费尽心力把这些品类炒热，市场接受程度越来越高。不少工程都需要用到个性化产品，但又不想花大价钱。于是，熟知产业生态的采购商们，就拿着一些品牌的瓷砖，去找其他工厂低价代工。由于生产一样的产品怕惹麻烦，厂家和采购商会商量，在版上稍微做一些调整，跟原产品有一点差异，让被模仿的品牌有苦难言。

中国大部分客户现在还本着一种最淳朴的“唯便宜是图”消费理念，才不管你创新的成本，也不在乎售后的服务。特别是猫腻层出不穷的工程项目——要好品牌又要便宜货。于是，有些大品牌都自暴自弃了，干脆公开授权，你想要我的品牌，又不想出高价钱，那你别偷偷摸摸，给我授权费，我授权给你贴牌，拿着我的版，随便去哪个工厂生产，协议上写明：出质量问题概与本品牌无关。

变相的纵容，让这个行业的创新显得更不值钱。

唯格十周年年会的时候，姚文江说，唯格前十年走的是“从0到1”的路，很不容易。这十年熬过来了，接下来走的是“从1到N”的路，应该要比前十年更顺畅。事实上，从“0到1”不易，创新者想要从“1到N”，在中国更不容易。意大利一款产品可以热卖十几年还保持高利润。在中国不可能。创新者要面对的，不止是大批竞争对手的模仿和挤压，还必须面对自己培育起来的客户跟竞争对手的联合碾压。所以，要保持自己的地位，创新者需要不断地做“从0到1”的事，给到客户别人给不了的东西，让跟随者望尘莫及。

姚文江说，创新者是种树的人，媒体是观光者。他没提到，还有一批，是别人栽树，他们乘凉，之后还去折断树枝、刨挖树根，只顾眼前利益的破坏者。而这些破坏者，还有大批只想花低价钱，买“差不多就行”的产品的帮凶。

抄袭者不以抄袭为耻，消费者反以买便宜山寨货为荣。这是中国目前消费的一种畸形生态。关于知识产权保护的话题，行业前辈们很早就写过文章，批判中国的抄袭模仿是政策漏洞造成的。国家对抄袭模仿者过于纵容，大众对抄袭模仿也习以为常。

需要正视的是，抄袭模仿是发展的必经阶段，但不会是一条没有尽头的路。日本也曾抄袭模仿低价劣质过，但现在别人有创造力了，高端了。去年李克强也在提“大众创业万众创新”，中央“十三五”规划把“创新”作为五大发展理念之首，“圆珠笔头都做不出来”的耻辱也让制造大国开始反省自身。“供给侧改革”更是直指制造业转型升级。当“创新”已上升为国家战略的时候，知识产权保护力度加强，也指日可待。

过去的陶瓷行业，产能为王；未来的陶瓷行业，必定创新为王。

（来源：2016.1.26 陶城报）