

湖北省陶瓷工业协会秘书处  
电子邮件: [hubeitaoci@163.com](mailto:hubeitaoci@163.com)

地址: 武汉市武昌区中南一路45号  
联系电话: 027-87824880

## 金海达陶瓷薄板市场前景看好

前不久,湖北省咸宁市政府在全市表彰大会上对湖北金海达新材料有限公司获得“2015年国家高新技术企业”、JHD商标获“2015年湖北省著名商标”等两项荣誉给予表彰,并奖励该公司董事长金红英15万元。

金海达公司是我省唯一一家陶瓷薄板生产企业,2013年第一条生产线建成投产,其1.2m×0.6m薄板厚度只有4.8mm,单位面积陶瓷原料用量可降低1倍以上,节约60%以上的原料资源,降低综合能耗50%以上。

近两年,该公司以市场为导向,不断开拓国内外市场,2015年销售额大幅增长,市场前景看好。去年底,公司第二条线已经安装到位,今年可投入生产。

下图为金海达陶瓷薄板在黑龙江和广西的两个工程案例:



金海达工程案例——黑龙江鸡西北欧印象



金海达工程案例——梅州市宁江新城五期工程

(协会秘书处)

## 安广陶瓷荣获“2015年度安全生产红旗单位”荣誉称号

3月22日,远安县安监局组织全县企事业单位召开“2015年度全县安全生产总结大会”,会上县委、县政府主要领导充分肯定了安广陶瓷在2015年度的安全生产工作,勉励企业在2016年度生产经营工作中加大安全生产管理力度,坚持“安全第一,预防为主”的安全工作方针,授予安广陶瓷“2015年度全县安全生产红旗单位”荣誉称号!

(来源:湖北安广陶瓷有限公司微信)

## 1~2 月陶瓷价格指数跌幅收窄，产品成交全线下跌

2016 年初，伴随着春节假期的来临，多数陶企在 1 月中旬进入了休假模式，直至 2 月下旬才恢复生产，佛山陶瓷市场进入萧条期。1~2 月佛山陶瓷价格总指数报 95.24 点，环比跌 0.10%，同比跌 1.34%；建筑陶瓷系列指数报 90.90 点，环比跌 0.29%，同比跌 1.84%；卫生陶瓷系列指数报 121.33 点，环比升 0.76%，同比升 0.97%。本月卫生陶瓷价格指数的小幅上涨而降低了总指数下跌幅度，但整体市场陷入缩量阴跌态势。

### 1~2 月价格指数走势分析

建筑陶瓷缺乏利好提振，权重品种价格优势缺失

受春节长假影响，1~2 月建筑陶瓷市场经营惨淡，多数代表品量价齐跌，市场走向低迷。本月建筑陶瓷系列指数环比上月下降 1 个百分点，陶瓷马赛克、广场砖大幅升价，指数分别上涨 26.44%、19.07%，烧结瓦、釉面砖微幅上涨，外墙砖、仿古砖、抛光砖、微晶陶瓷复合板指数走跌。据多数厂商反响，1 月初，随着多数工装项目建设力度的加快，广场砖、釉面砖、抛光砖、外墙砖的工装采购量加大，家装及零售采购缩量明显。走高端路线的微晶陶瓷复合板由于成本高，价位始终居高不下，即便大幅降价，成交量难有突破；权重产品抛光砖、仿古砖、外墙砖虽然产品种类在不断更新换代，价格定位也合理，但缺乏利好因素提振，市场成交以平淡为主。

### 影响 1~2 月价格指数走势原因分析

#### （一）宏观经济持续低迷，陶企进入淡季模式

据国家统计局发布，今年 2 月制造业 PMI 49.0，连续第 7 个月低于荣枯线，创逾三年来新低，企业生产经营活动持续放缓，新订单指数持续下行及原材料库存指数的回升，进一步表明经济大环境持续低迷。另一方面，1 月中至 2 月下旬，陶企普遍进入休假状态，市场成交量全年最低，虽然房价在逐步回升，但建材需求有一定的滞后性，所以 1 月份大部分产品量价齐跌是合乎情理之中的。

#### （二）成本压力不断增大，供求矛盾凸出致利润微薄

随着经济水平的不断提升，用工成本也在普遍提高，同时市场需求的不断萎缩，导致企业库存居高不下，陶企不得不以促销让利来获得微薄利润，维持资金链的正常运转。这也是佛山陶瓷价格指数近一年以来连续低迷下探的主要原因。

#### （三）新产品逐渐上市，企业让利幅度相对减少

每年的春季是企业推新品、招代理商的大好时机。今年由于行业竞争形势愈发严峻，众多陶企在 1 月初就有新品上市，大部分产品价格指数呈微幅下跌，主要是由于新产品权重加大所致。表现突出的有釉面砖、外墙砖、净身器、小便器、洗涤槽，体现在产品材质及功能上做了小幅调整，但销售遇冷。

受今年陶企开工晚影响，3 月部分陶企将会迎来订单小高潮，但缺乏核心竞争力、以价取胜的中小企业仍将面临瓶颈。结合 2 月制造业 PMI49.0（创逾三年新低）来看，未来一段时间内，陶企依旧将面临低迷的经济态势，但另一方面，随着天气的转暖，基础设施建设项目的加快推进以及房地产市场的逐步回暖，市场前景值得看好。  
(来源：2016.3.19 陶瓷信息)

## 科达 2.4 米超宽磨边机成功投产

对于宽达 2.4 米的瓷砖，如何进行高效稳定的磨削？科达于国内首创的 2.4 米超宽磨边机的投入使用解决了这一难题。

据了解，面对薄砖这种动辄 1.8 米或 2.4 米的加工宽度，传统结构的磨边机要加工这么宽就需要将上下两根导轨拉得很长，加工难度较大，也无法保证加工精度。而科达超宽磨边机左右两边分别配备了伺服电机，通过伺服控制技术，实现了半开放结构的皮带同步输送，这样就省去了上下同步传动轴，并且使加工精度和效率得到保证。该磨边机还采用人机界面，通过触摸屏进行操控，使工作人员更加直观便利的管理设备。

(摘自陶城报微信第 766 期)

## 三月份河南陶企销售快速回暖

进入3月以来，无论是河南陶瓷企业的产销，还是终端市场都呈快速回暖态势，陶瓷企业开工率也达到了90%以上。记者在内黄陶瓷园区走访时，看到每家陶瓷企业厂区都停满了等着装货的车辆。尽管市场趋势看起来不错，但多数企业认为形势还是不如去年同期，市场没有预想中的那么火爆，价格也几乎没有上涨。

一名经销商表示，每年开春都是装修的旺季，农村建房的也比较多，所以市场需求量比较大，“每两三天就能卖掉一车货，一年就这个时候的生意比较好，一年也就靠这几个月”。不过这名经销商也表示，现在市场需求极不稳定，看起来市场很好，也许一两个月后市场需求就会慢慢萎缩，逐渐转入不温不火的状态。记者了解到，终端市场呈现多个方面的变化。一方面，经销商越来越趋向与产品质量好的厂家合作。以往经销商更多的对价格关注较多，只要价格便宜就行，对产品质量则关注程度不够。而在本次采访中有多名经销商表示，便宜砖质量不行，经常会有客户投诉，厂家对投诉往往处理较慢，甚至无限期拖延，导致经销商处于两难境地。

另一方面，批发商逐渐向零售转型。随着市场竞争越来越激烈，厂家的市场保护形同虚设，业务员已经深入乡镇、甚至农村市场，而这些小的经销商也愿意从厂家直接拿货，减少成本，导致大的批发商生意越来越难做。多名经销商告诉记者，以前生意好的时候只是做批发，现在已经自己建展厅做零售，两条腿走路更好活命。

(来源：2016.3.27 陶瓷信息)

## 广东、湖南、四川、江西四省瓷砖大抽检，共 41 批次不合格

### 广东

3月22日，广东省质量技术监督局发布最新质量抽查检验不合格商品名录，其中陶瓷砖的专项监督抽查结果显示，155家企业生产的陶瓷砖产品349批次中，不合格产品13批次，不合格产品发现率为3.7%。

### 湖南

湖南省工商行政管理局关于陶瓷砖的抽检通报中，近日从湘西自治州、怀化、常德3个地区的43家经销单位抽检了80组样品，合格62组、不合格18组。不合格商品存在的主要问题是吸水率、破坏强度达不到标准要求。

### 四川

四川省质量技术监督局关于2015年4季度省级监督专项抽查情况公告中，70批次陶瓷砖产品中有6批次不合格，不合格项目为破坏强度、断裂模数两个方面。

### 江西

江西赣州也在近日公布了2015年度流通领域陶瓷砖类商品质量抽检结果明细，共抽检的10个批次陶瓷砖中，“陶艺轩”、“璐裕丰”、“金泰源”、“瑞景”品牌的陶瓷砖类商品存在质量问题，不合格批次共4个，涉及的主要问题为吸水率、破坏强度项目不符合相关标准要求。

(2016.3.24 陶城报微信第762期)

## 建立新型环保企业 从瓷砖产品创新开始

今年来，随着瓷砖市场供求关系的变化，消费者逐渐成为市场的主导者。在刚刚结束的两会中，供给侧改革的提出无疑为瓷砖行业发展指明了方向，供给和产品问题成为企业转型升级的重中之重。未来，瓷企需要从产品创新方面积极努力，为制胜市场做好充足的准备。

### 一、产品创新创造发展动力

瓷砖企业如何跨越?创新供给产品。瓷砖企业要及时瞄准市场产品的供求变化，不要将自己的业务范围局限在瓷砖加工等传统环节，必须要加大产品的自主创新力度，开发出标准化、规格化、功能化和消费实用化的瓷砖，让瓷砖产品渗入到普通消费者的日常生活。

拓宽供给渠道。供给渠道即营销渠道，瓷砖企业不要固守等客上门、跑市场、跑项目、招投标等传统营销渠道，要紧跟市场发展动向，寻找新的产品供给渠道。随着“互联网”的兴起，越来越多瓷砖企业开始探索“互联网线上推广实体店线下体验”营销模式。传统的瓷砖企业必须要充分运用互联网思维，由终端消费者的体验和感受出发，精心打造线上产品宣传店和线下实体体验店，让消费者有耳目一新的产品体验，一旦这种模式成功，必将大大提升企业品牌实力，为企业带来源源不断的发展动力。

### 二、降低成本打造环保节约企业

当前，劳动力成本、各项社保税费越来越高是企业生产经营成本居高不下的主要原因，“降成本”已经成为政府推进供给侧改革的重要任务。作为企业来说，不能靠等政策来降低成本，一方面要开发或引进先进生产设备和工艺，减轻对劳动力的依赖，降低产品的可变成本;另一方面要大力推进精细化管理，减少生产损耗率，加大废物利用，努力把企业打造成为环保节约型企业。

优化供给服务。当前，瓷砖产品同质化严重，消费者“货比三家”的心理越来越明显，企业要在激烈的竞争中获得机会，企业的口碑显得尤为重要。口碑来自于优质的产品和优质的服务。要提高服务质量，瓷砖企业必须要从产品设计、包装、运输、施工、维护等环节处处为客户着想，让客户感受到企业的真诚实意，才能为企业带来良好的口碑和信誉。

综合来讲，供给侧改革对瓷砖企业来说是一次市场的洗礼，也是一次难能可贵的机遇。它必将彻底改变传统瓷砖市场格局，让勇于变革、敢于创新的优质企业有了“甩开”对手的机会，希望所有瓷砖企业都能够在这次改革浪潮中实现“凤凰涅公式”，获得新生。

(来源: 2016. 3. 26 九正建材网 [微博])

## 佛山南庄成立陶瓷产业促进会

3月23日，由91位陶瓷行业“大佬”自发组建的南庄陶瓷产业促进会成立。

南庄企业占全市陶瓷销售额和出口额80%。自2007年“两转型一再造”中，一批南庄企业将生产环节迁到外地，但南庄仍是建陶总部、展贸中心。在陶瓷产业新一轮“去库存、提质量、扩市场”的升级浪潮中，南庄镇通过政府引导，促成91个在外发展的陶企“回家”搭建公共平台。

促进会91个会员企业总产值超1000亿元，但在不同领域各有擅长。促进会首届理事会会长叶德林表示，将致力于整合资源，将分散的力量聚起来，促进陶企跨界融合、降低成本、拓展市场、共享创新成果。

禅城区区长孔海文表示，陶瓷是禅城重要的传统优势产业，要将南庄陶瓷打造成为转型升级的标杆。禅城区今年将出台“禅十条”和陶瓷行业专项政策，区财政共安排6亿元的产业扶持资金。

(2016. 3. 28 陶城报微信第766期)

## 中国建材市场协会卫浴分会成立 九牧林孝发任会长

3月24日下午，中国建材市场协会卫浴分会成立大会在佛山华夏明珠大酒店隆重举行，九牧卫浴董事长林孝发为中国建材市场协会卫浴分会首届会长。行业各协会领导，红星美凯龙、居然之家等家居卖场大佬、行业影响力品牌高层等近千名卫浴行业精英参加了本次盛会。

张东壮表示，改革开放以来，中国卫浴产业通过不断创新、艰辛的努力，取得了迅猛的发展，市场化程度不断提高，品牌不断提升，产品化自主化不断升级，跃升为全球卫浴制造强国。他称，当前，卫浴市场行业乃至整个建材市场加快推进供给侧改革，这就要求我们要加强改革创新，强化产品与市场的粘合，以市场为导向，更好地满足消费者日益提高的消费需求，促进经济社会实现健康发展。

为此，中国建材市场协会成立了卫浴分会，目的就是要进一步通过满足市场需求，推动卫浴产品研发向智能化、高端化、优质时尚、绿色环保、低碳节能方向不断前进，通过搭建建材商业中的流通企业与卫浴制造企业的紧密联系、优势互补、相互促进，加快推进供给侧改革的践行。张东壮希望，卫浴分会将以此为结合点和突破口，加快推进供给侧改革，突出重点，严格按照国家对社团管理的相关要求，努力加强自身的能力，规范运作、创新发展，坚持行业利益高于企业利益，企业利益孕于行业利益之中的发展理念。

中国建材市场协会卫浴分会秘书长刘文贵作工作规划和设想。他通过系列回顾，让现场来宾深入了解中国建材市场协会卫浴分会的筹备过程。他称，接下来，中国建材市场协会卫浴分会的主要工作将围绕卫浴建材市场、经销商、产区等，联合行业媒体，展开深入的调研及宣传工作。

在本次成立会上，由原四维卫浴董事长陈宗云主持的话题分享环节亮点频出，行业大佬与在座企业嘉宾分享了各自的论点。九牧厨卫董事长林孝发、华艺卫浴董事长冯松展、欧路莎卫浴总经理王俊华、英皇卫浴董事长庞健锋、心海伽蓝卫浴董事长张爱民、福瑞卫浴董事长张海锋、温洁尔卫浴董事长郑飞、佛山中国陶瓷城集团常务副总裁余敏参与互动。

（摘自：2016.3.25 华夏陶瓷网）

## 市场竞争白热化 瓷砖销售需契合市场需求

近年来，随着我国经济发展进入新常态，整个瓷砖行业呈现汹涌变幻之势。现今，瓷砖企业面临的不仅是市场大环境的变化，还有来自消费者需求的转变。市场变化迅速，这也让部分企业不知所措。为了吸引消费者，瓷砖企业应该迎合市场多元化需求，不断增强消费者“粘性”。

### 市场竞争白热化

虽然近年来瓷砖行业的发展速度相较过去有所放缓，但是仍然阻挡不了不少投资者对于家居建材行业最后这块大“蛋糕”的追求。就目前瓷砖市场现状来看，瓷砖品牌数量越来越多，整个行业已经进入了激烈的市场竞争之中。

### 消费需求多元化

当下，我国已经进入了“互联网+”时代，在业内人士看来，这是一个比产品和服务的时代，只有真正满足消费者多元化需求的产品和服务才能赢得消费者欢心。因此，瓷砖企业只有直接把控产品质量提升品质、为自身顾客群定制个性化需求商品，满足消费者多元化需求，真正让利消费者，才能牢牢‘粘’住顾客。

### 产品质量优质化

一直以来，产品质量都是消费者关注的重点，瓷砖企业在研发、生产产品时，应牢记将产品质量主动权紧握手中这一原则。一方面在选择材料供应商上狠下功夫，严格筛选出品质有多重认证、各方面值得信赖的企业合作；另一方面加强企业内部管理，制定标准化的质量监督体系，加强对产品每一个环节的监管，保证为消费者提供真正的高质量产品。同时，在售后服务方面也不放松。

虽然客观环境很难通过一己之力将之改变，但是企业可以从自身出发，在产品和服务上下足功夫，迎合多元化的消费者需求，从而为自己争取在市场上的一席之地。

（摘自：2016.3.26 九正建材网 [微博]）