

湖北省陶瓷工业协会秘书处
电子邮件: hubeitaoci@163.com

地址: 武汉市武昌区中南一路45号
联系电话: 027-87824880

中国建筑卫生陶瓷协会第七届理事会第二次会长会顺利召开

中国建筑卫生陶瓷协会第七届理事会第二次会长会于6月28日在唐山顺利召开。本次会议的中心议题为“增品种,提品质,创品牌”,中国建陶行业的近四十家会长企业领导及代表参加会议并就目前各自发展情况围绕这一主旨进行了讨论和交流。

中国建筑卫生陶瓷协会叶向阳会长首先致辞拉开了大会的序幕。叶会长首先介绍当前世界经济增长乏力,复杂多变,格局进一步深度调整,全球经济增幅预期进一步降低。我国经济社会正按照创新、协调、绿色、开放和共享五大发展理念,向中高速增长和中高端水平转型升级。经济运行总体平稳,稳中有进,经济增速保持在合理区间,结构进一步优化,但下行压力依然较大,民间投资增速回落。世行六月初预测我国经济今年同比增幅为6.7%,比去年下降0.2个百分点。本次会议的主题是进一步确立并有效践行五大发展理念,有效推进供给侧结构改革,有效实施创新驱动战略和增品种,提品质,创品牌战略。

中国建筑卫生陶瓷协会常务副会长缪斌介绍了行业上半年行业运行态势及下半年形式预测,同时解读了我会关于“十三五”行业发展的指导意见。

吕琴秘书长报告协会工作,从陶瓷史编纂,协会三十年庆典,行业标准体系建设和制定以及国际交流等多方面介绍了协会上半年的具体工作情况。

本次会议是在严峻的国内外经济环境和业内外新形势下召开的一次重要会议。叶德林、王彦庆、吴瑞彪、徐胜昔、周军等二十多家会长单位领导及代表就行业升级转型,节能环保,产业内供给侧改革、十三五规划等相关热点问题进行了热烈讨论和互动,对协会认真务实的工作给予了充分肯定。

(摘自:2016.6.28 中国建筑卫生陶瓷协会)

中陶协机械节能环保分会成立

由中国建筑卫生陶瓷协会、中国贸促会建筑材料行业分会主办,佛山市陶瓷学会协办的“中国建陶2025——最新技术”高峰论坛暨机械节能环保分会成立大会于5月28日下午13:30在广州琶洲展馆举行。中国建筑卫生陶瓷协会会长叶向阳、常务副会长缪斌、副秘书长官卫、副秘书长徐熙武等行业领导以及部分陶瓷、装备及相关企业负责人和陶瓷行业媒体将近三百人参与了本次活动。

现场经中国建筑卫生陶瓷协会七届一次理事会决定,缪斌为“机械节能环保分会”(以下简称“分会”)理事长,张柏清、黄建起为执行理事长。副理事长分别由万鹏、尹育航、冯斌、冯竞浩、李展华、肖凤军、陈庆林、陈学功、赵祥来、刘丹、侯金宝、徐熙武、崔百臣、鹿城滨、梁海果、彭基昌、蔡聪敏担任。尹虹、冯斌、梁振海被聘为高级顾问,秘书长和执行秘书长分别由张柏清和乔富东担任,卢宏平和刘小明为“分会”副秘书长。

在本次活动开始,“分会”新任理事长缪斌介绍了“分会”合并重组情况,据了解,重组合并后的“机械节能环保分会”将继续承担全国陶瓷机械节能环保装备(建筑卫生陶瓷生产机械和设备、环保机械与设备、磨料磨具、模具等配套材料及装置等)及关联企业服务的服务工作。徐熙武分别就“分会”管理办法、会费收缴办法以及第一届“分会”理事会组成进行了详细说明。

在当天“分会”成立大会上还举办了隆重的颁奖仪式,叶向阳、缪斌、黄建起、张柏清分别为副理事长、高级顾问等人颁发了牌匾和证书。最后,“分会”副秘书长刘小明宣读了“保护知识产权倡议书”,得到了与会代表们一致赞同和鼓掌通过。

(摘自:2016.6.11 陶城报-陶城网)

中国陶卫行业将朝 3 个趋势发展

使用陶瓷卫浴产品是人们多年的习惯，而且陶瓷卫浴经济实惠，不会轻易损坏，减少了额外的开支，也免去了更换的麻烦。随着技术的发展，陶瓷卫浴产品愈发多样化，色彩更加丰富，受到了许多年轻消费者的青睐。业内人士分析，中国陶卫行业发展将朝着三个趋势发展。

趋势热点一：废水利用

从中国卫浴陶瓷行业发展现状及投资前景分析报告中，了解除了尽量研发更多能直接节水的卫浴产品外，我们还从展会上看到一个新趋势，许多卫浴品牌开始致力于推出设计无死角、更好清洁的产品以及小型的“脸盆马桶一体化”洁具，这些产品的实现不但能大幅度降低卫生间“水”的利用率，还能变废为宝，让“废水”发挥余热。

市场现状：绿色卫浴独缺废水利用产品

目前，市场上能满足体积小、无接缝、无死角、便于清洁这一特点的卫浴产品并不难找，许多品牌甚至把它当成了“宣传卖点”。相反，有关废水合理利用的卫浴产品却成了市场上的盲点，能将洗手、洗脸、洗菜等日常用水集中回收处理再用的洁具，市场上还买不到。据了解，我们曾在展会上见到的某品牌展出的小型“脸盆马桶一体化”洁具，只是商家“美好的计划”，近期大概很难买到。走访时，该品牌的导购表示，必须安装在承重墙上，内部管道布置复杂及售价高达几万元等是这类产品入市难的主因。

趋势热点二：与家相融

“每天花在卫浴间里的时间越来越多”，这是许多人目前的生活状态。因此，我们希望浴室能变得更有价值。如果舒适的沙发椅、柔软的地毯、温柔的灯光、实用的书架能进入浴室，你会发现原来生活是可以推陈出新的，打翻市场发展，得到相应的市场价值。

趋势热点三：安全便利

老龄化问题日趋严重时，聪明的商家逐渐开始将脚步伸向这一领域，卫浴行业更是在今年提出了“便利浴室”概念。没有过多复杂的按钮、没有现代化的机关及长篇大论的使用说明，更没有会令你受伤的棱角和生硬设计。从位置、功能与无障碍等细节入手，让不同年龄段的人都可以便利地使用浴室，这是很美好的事。

市场现状：老年卫浴产品一片空白只能依靠定制

多个主流家居卖场的洁具里，针对老年人的卫浴产品可以说是一片空白。销售人员大多拿外观设计、节水性能及低价促销等卖点拉住客人，当问到是否有更适合老年人独自使用的卫浴产品时，他们多数哑口无言。

总之，值得肯定的是，陶瓷卫浴产品会随着技术的发展，更加科学化、人性化、健康化。

(摘自：2016.6.24 中华建材网)

22 个陶瓷品牌上榜 2016 “中国 500 最具价值品牌”

刚刚出炉的 2016 年(第十三届)“中国 500 最具价值品牌”排行榜，共有来自食品饮料、纺织服装、文化传媒、信息技术、家用电器等在内的 23 个相关行业的品牌入选。其中建材行业 42 个品牌上榜，含 22 个陶瓷品牌和 3 个卫浴品牌，且大多数已不是第一次上榜。

陶瓷品牌前三甲的依次是“马可波罗瓷砖”、“冠珠陶瓷”和“东鹏”，相比上一次(2015 年)榜单，陶瓷品牌的排名和品牌价值整体呈上升态势。其中，马可波罗品牌价值比上年增加约 63 亿，冠珠增值 61 亿，增幅明显。品牌价值突破百亿大关的陶瓷品牌，去年只有 4 家，今年增加到 5 家。

上榜的三个卫浴品牌分别是九牧、惠达、申鹭达，三家企业品牌价值均突破百亿，其中排名 321 的申鹭达是首次上榜。

(摘自：2016.6.27 陶城报微信第 842 期)

广东抽查卫生陶瓷产品：22 批次家居产品质量不过关

6 月 21 日,据中国之声《央广新闻》报道,近日,广东省质量技术监督局对卫生陶瓷等产品进行了产品质量专项监督抽查。抽检结果显示,其中有 22 批次家具产品质量不过关。其他部分产品也存在不同程度的不合格问题。

随着人们对住房家居、建材需求的日益升级,家居建材领域的其他安全问题也日益受到大家关注。日前,广东省质量技术监督局就针对家居装修当中常见的涂料、家具、陶瓷砖等产品进行了产品质量专项监督抽查。

抽查结果显示,有 22 批次家具产品质量不过关。根据广东省技术监督管理局的官网显示,本次抽查 143 家生产企业的家具产品 180 批次。其中,不合格家具当中恰恰是近年来比较受社会关注的甲醛释放量存在问题的批次最多,共有 9 个批次不合格。

在不合格瓷砖用品方面,问题主要出在不结实。在本次抽查的 155 家企业生产的陶瓷产品 349 批次当中,共发现了不合格产品 13 批次,共有 6 批次涉及断裂模数不达标,并有 3 款陶瓷砖破坏强度不合格。所谓“破坏强度”还有“断裂模数”是指陶瓷砖在一定力量或者压积的作用下所能够承受的最大力度。通俗点讲,就是陶瓷砖结实不结实。

在此次抽查了 170 批次卫生陶瓷用品当中,不合格产品有 10 批次。在 8 款不合格的普遍坐便器当中,有 7 款涉及安全水位技术要求,水箱安全水位不合格,不符合标准要求的坐便器是当供水管停水之后,在进水阀上没有安装止水阀的情况下,直接出现污水回流的现象,或者按下坐便器冲洗按钮之后,出现污水回流。

综上所述,家具产品不合格、不过关问题比较突出,不合格发现率比较高,因此消费者在选购家具产品时,应该重点关注质量问题。

(来源:2016.6.22 央广网)

涉嫌销售假“博德”瓷砖 侵权人被刑拘

日前杭州大江东产业集聚区市场与安全生产监管局查获一批超低价假“博德”瓷砖。陈甲(化名)为装修房屋,通过朋友介绍与陈某伟手下董某相识。董某向其推荐“博德”精工玉石瓷砖,称其销售的“博德”瓷砖比专卖店价格低,但一定是货真价实的广东博德精工建材有限公司产品。安监局接到举报前往现场检查,发现当事人董某正在监督搬运工卸货,卸下的瓷砖外包装标注“国家发明专利、广东博德公司”等字样及“博德”注册商标标记,在瓷砖背面也有“BODE”标记,现场共有该类瓷砖 355 片。该批瓷砖先后经广东博德公司的授权单位、广东博德公司鉴定,均认定不是该公司生产或该公司授权生产,为假冒该公司注册商标的产品。目前,因涉案货值较大,已达到公安机关管辖的刑事案件立案追诉标准,大江东市场监管局按规定将该案及涉案物资一并移交大江东公安分局处理,陈某伟已被刑拘。

购买木纹砖 没按花色拼接算谁的?

山东潍城区李女士前期购买了某品牌木纹砖,并由经销商负责找人铺装。但铺贴完成后发现施工人员并未按照瓷砖上的木纹进行拼接,导致铺装效果凌乱。李女士认为,她在购买瓷砖时,经销商未向自己说明这种瓷砖需要拼接,导致了这种情况的出现。随后她同意经销商提出的为她重新配装 15 平方米瓷砖的解决方案,不料遭到了厂家的拒绝。而厂家业务员表示,李女士购买的瓷砖并不需要刻意拼接。“这款瓷砖的质量没有任何问题,客户因为铺装效果不理想就追究我们厂家的责任,我们不认可。”

对此,律师表示,在此事中,厂家并未明确向经销商和客户告知该款瓷砖需要拼接或拼接效果更好,损害了客户的知情权;同时,施工人员在铺装过程中,明知瓷砖的纹理不同,却仍按常规方法铺装,而客户没有明确告知施工人员,要对接一下纹理,也存在一定的疏忽,所以厂家、工人、客户三方都需要承担一定的责任。

(摘自:2016.6.陶城报微信第 837 期)

喷墨渗花抛光砖兴起，引发新一轮技术革新热潮

喷墨渗花抛光砖是近几年才兴起的一款新产品，兼具传统抛光砖优越的物理性能和抛釉砖出色的表面效果，是抛光砖重夺市场“霸主”地位的利器，也是众多抛光砖生产企业抢占市场份额的重要倚仗。

喷墨渗花抛光砖的成功面世是上游的原料和设备生产企业不断研发创新的结果。如今，喷墨渗花抛光砖进入了生产应用阶段，东鹏、蒙娜丽莎、宏宇、新明珠、诺贝尔、法尼娜、天弼等陶企生产的喷墨渗花抛光砖已经走向了市场，康立泰、道氏等国产墨水企业成功研发推出了渗花墨水；另外，还有许多陶企正在研发喷墨渗花抛光砖，这款产品的生产工艺尚未成熟，还有许多可以改进的地方，这也引发了上游企业的新一轮技术革新热潮。

喷墨设备

调查数据显示，从 2011 年到 2014 年间，我国抛光砖生产线由 1081 条减少至 837 条，占全国瓷砖总产量的比例也由 35.99% 降低至 27.9%。近几年，因为表面装饰性能的短板，抛光砖在与全抛釉的竞争中“丧失”了很大一部分市场。2015 年以来，抛光砖生产线继续减少，面对严峻的市场环境，一些陶企对抛光砖进行工艺改进，推出喷墨渗花抛光砖。

另一方面，国内喷墨机的上线数量目前超过了 3500 台，已经进入了缓慢增长期，如果喷墨渗花抛光砖能够推广开来，按每条抛光砖生产线配置 2 台喷墨机来算，喷墨机的上线数量可能会突破 5000 台。

而喷墨机生产企业则在重点攻关新一代的喷墨机，研发功能更强大、使用更方便、成本更低的喷墨机设备。在刚结束的 2016 年广州工业展上，西蒂贝恩特、彩神、西斯特姆、凯拉捷特、泰威等设备企业均推出了可生产喷墨渗花抛光砖的喷墨机。

布料机与干燥窑

喷墨渗花抛光砖的生产流程与传统抛光砖相比更为复杂，大致可分为干法和湿法两种工艺。使用喷墨渗花工艺生产抛光砖，需要在砖坯上增加一层面料，该面料对白度要求高，且需要添加一种特殊的发色剂来帮助渗花墨水发色，因此需要调整生产工序进行配合，干法工艺是进行二次布料，需要添加布料机；湿法工艺则是通过淋釉的方式叠加，需要改釉线。

有生产条件的陶企可选择干法工艺，无需增加太多成本；但若是生产线原本不具备布料条件而选择淋釉，就需要进行两次干燥，也意味着需要在原有生产线上增加一条约 100 米左右的干燥窑，成本大概在 200 万-300 万之间。

喷墨渗花抛光砖对坯体釉料的筛选和要求极为严格，特别是面釉原材料的品质和配方要求。在这样的工艺条件下，喷墨渗花抛光砖的原料成本和人工成本都比普通抛光砖要高很多。

抛光机与助渗剂

佛山市子陶陶瓷技术有限公司总经理邱子良介绍到，喷墨渗花抛光砖的工艺流程分两种：工艺一为二次布料——砖坯上布薄料——压制——干燥——釉线喷墨 + 助渗剂——烧成；工艺二为布料——压制——干燥——淋釉——干燥——釉线喷墨 + 助渗剂——烧成。

喷墨渗花抛光砖是渗花墨水、抛光砖与釉料的结合，渗花墨水要在抛光砖表面实现下渗效果，必须要底釉的辅助，在产品生产过程中，必须先先在砖体表面施一层底釉，再进行喷墨工艺。渗花墨水渗透下陷进入砖体，烧成之后再再进行抛光工艺。

为了稳定产品在烧制过程中的平整度，如将喷墨渗花抛光砖的窑炉平整度按抛釉砖的标准去控制，必然要采取的手段是：加厚坯体厚度，加大坯体致密度来保证产品平整度，但坯体致密度增加后其渗透墨水的渗透难度进一步加大，渗透效果仍不理想。

因此，实际生产管理控制中，渗透墨水的垂直渗透深度应仍以 1.2-1.5mm 为控制标准，并且其表面扩张力也在保持花纹扩散均匀的范围之内才能够保持高产量下保持稳定的产品质量。为保持渗透墨水的良好渗透性，生产中仍须加入一定量的助渗剂来解决渗透深度问题。

（摘自：2016.6.27 陶瓷信息）

陶瓷行业热点：资本市场添生力 环保仍是大课

夹江产区环保治理力度加大 排污证成陶企生产资格

环保整治在多个陶瓷产区如火如荼铺展之下，四川夹江产区近日有四家企业，向县环保局提交申请排放污染物许可证。据介绍，排污证已成夹江陶企生产的资格条件，众多符合环保验收的企业积极准备，跃跃欲试。环保话题作为陶瓷行业转型的重中之重，各大产区陶企于革新的阵痛中不断尝试，匹配现代工业发展的路途依然任重道远。

喷墨渗花抛光砖进入生产应用 市场表现蓄力待发

自瓷砖市场抛光砖被抛釉砖浸染后，集颜值与耐磨度、硬度卓越等特质性能于一身的喷墨渗花抛光砖，现已进入生产应用。包括东鹏、诺贝尔、新明珠、蒙娜丽莎等多家陶瓷一线品牌，其喷墨渗花抛光砖纷纷融入市场，二线陶企亦磨拳擦掌，对该产品加以侧重试推。

陶企资本市场大动作 蒙娜丽莎集团上市在即

据 6 月 17 日中国证监会 IPO 预披露名单显示，蒙娜丽莎集团股份有限公司将在深交所(全称“深圳证券交易所”)上市。此次蒙娜丽莎集团发行股票类型为 A 股，发行股数共计 3943 万股(不含老股转让)，每股面值 1.00 元，发行后总股本达 15772 万股。蒙娜丽莎集团此番投身资本市场，希望能以独到的资本运营模式，在市场经济流动的程式里，蓄满别有洞天的光明，为陶企上市的怪圈迷雾带来一派新气象。

品牌商标侵权行为频发 佛山陶瓷维权正名

6 月 22 日，佛山市建材行业协会召开“佛山陶瓷品牌维权征询座谈会”。欧神诺、蒙娜依莎、锦万家、豪美家、王者明陶等冒名山寨版陶瓷名称被揭露，行业商标侵权行为频发，如何有效打假维权成会上探讨热点。

据了解，建材协会将通过法律和行政两种途径帮助企业维权：一是以佛山市建材行业协会名义，联名向政府有关部门反映，通过本地省政府转达严重仿冒地的地方政府，借助行政手段遏制侵权行为；二是将利用建材协会律师团的力量，采取法律手段进行维权反击(法律维权服务方式，根据各企业的个案单独商议)。

央视记者调查：近七成“节水马桶”不合格

6 月 19 日，央视播出最新一期《每周质量报告》，节目透露，江苏省质监局近期对市面上 99 批次“节水型”坐便器进行抽查，其中 53 批次来自实体店，46 批次来自网店。产地涉及广东、福建、河南、河北、江苏、四川、北京、上海等 11 个省市，涵盖市场主流产品的 70 个品牌。

依据 2005 年《卫生陶瓷》国家标准进行检测，在这 99 批次的产品中，有 65 批次用水量不合格，占 65.7%。在不合格产品中，有 37 批次的节水量非但不合格，还超过了普通坐便器的最大用水限值，既未能达到省水目的，费水量更是令人诧异。

金刚釉渐而兴起 抛釉砖再续热络生息

瓷砖市场差异化优势需求迭起，全抛釉、超平釉缺失新鲜卖点、后劲不足，融汇出色装饰效果、物理性能卓越的金刚釉，它的兴起是匹配产品个性需求、符合升级创新发展的产物。无论是多家陶企与配套企业于陶博会、广州工业展的大力推介，还是各大陶瓷产区对金刚釉的投入增产，都在释放抛釉砖的市场活力，与新近的喷墨渗花抛光砖无形中产生着对峙。

中国 500 最具价值品牌颁出 多家建材企业获奖

6 月 22 日，由世界品牌实验室(WorldBrandLab)主办的“世界品牌大会”于 6 月 22 日在北京举行，2016 年“中国 500 最具价值品牌”的总价值为 132696.30 亿元，比去年增加 24564.74 亿元，增加幅度为 22.72%，国家电网以 3055.68 亿元的品牌价值荣登本年度品牌价值榜首。建材行业以 42 个入选品牌名列排行榜入选数量第三位，马可波罗磁砖、冠珠陶瓷、东鹏瓷砖等多家陶瓷企业榜上有名。

(摘自：2016.6.24 中国陶瓷网)