



建材行业资讯 (三月)

中陶城集团 品牌企划部出品

目录

第一部分 政策及相关分析	4
陶瓷涂层的首个国际标准正式发布.....	4
浙江省《陶瓷生产和耐火材料制造企业粉尘危害治理及监督检查要点》的通知.....	5
2017 影响陶瓷行业的政策法规解读.....	6
1 月 1 日起，违规处置危险废物将处以重刑.....	10
2017 这些政策法规将深刻影响陶瓷行业.....	11
两部门印发《新型墙材推广应用行动方案》.....	13
第二部分 陶瓷及相关行业市场动态	14
瓷砖胶，建材行业的未来“蓝海”.....	14
陶瓷行业绿色发展迫在眉睫.....	16
科技与家居跨界融合，AWE2017 将现首台 Siri 智能家居风扇.....	19
家居行业新力军不断涌现 卫浴行业该如何行使.....	20
智能家居爆发指日可待 中国或成关键推动力.....	21
由大变强——中国家居产业升级从何着手.....	23
家居周观察 顺势而为的后家装时代.....	25
陶瓷原料又涨价了？.....	27
五大危机或将诱发部分中小陶企倒闭.....	29
家具建材业 材料人工“双涨”.....	34
全国人大代表彭寿：推广绿色建材 发展绿色建筑.....	36
绿色建筑建材发展进入快车道 房企看准市场加紧布局.....	38
专访东方瑞宸邱海斌：新常态下的房地产不良资产重组 盘活是关键.....	40
新动能 新业态 新融合：中国建材家居行业发展峰会在京召开.....	43
煤炭价格上涨加重陶瓷行业成本压力.....	46
第三部分 国际连线	48
美墨隔离墙 欧洲建材巨头垂涎.....	48

印度陶瓷厂疯狂建新线，中国设备企业蓝海掘金.....	50
阿联酋能源价格上涨将拉动建材市场通胀.....	56
国际光伏需求旺 中建材葡萄牙新建案开工.....	57
印度也疯狂 一年新建百余条陶瓷生产线.....	58
第四部分 产区及企业新闻.....	64
减“煤”增“气”大势下 各陶瓷产区博弈后如何?	64
2017年陕西省绿色建筑占比将达三成以上.....	67
豫冀辽晋等地陶瓷产区明确今年发展方向.....	68
陶企开工 淄博产区3月或能破局迎暖春.....	70
因生产线急剧减少 多产区抛光砖涨价明显.....	71
整改力度加大 各陶瓷产区面临“大考”与机遇.....	74
北方各产区明确今年陶瓷业发展方向.....	78
西部瓷都夹江陶瓷协会举行换届大会.....	80
触角伸向超薄内墙砖 豪联陶瓷转型求变.....	81
“泛高安”产品再升级，2017年大力推新.....	84
新锐产区行：“泛高安”凸显创新力量.....	86
“世界陶瓷之都”德化县陶瓷出口连续逆市飘红.....	88
春节后佛山瓷砖价格不断上涨.....	89

第一部分 政策及相关分析

陶瓷涂层的首个国际标准正式发布

近日，由中国建材总院所属国检集团牵头起草的国际标准 ISO20343：2017《精细陶瓷(高性能陶瓷，高技术陶瓷)-《陶瓷厚涂层的高温弹性模量测试方法》在 ISO 总部正式出版。该标准建立了陶瓷厚涂层的高温弹性模量测试方法，其成功发布不仅准确评价了陶瓷涂层高温弹性模量，填补了国内外陶瓷涂层的技术空白，对于保障整个结构的安全性和可靠性，优化生产工艺，尤其对军工产品和国防建设有重要的意义。

陶瓷涂层，由于其良好的耐高温、耐摩擦磨损和抗化学腐蚀等特点，在许多领域的重要构件中都有使用。而对于在高温环境下使用的陶瓷涂层来说，由于难以搭建高温测试环境且涂层难以从基底上分离，准确的评价其高温力学性能一直是国际上要攻克的重要难题。

该标准由中国建材总院首席科学家包亦望带领团队独立完成，于 2014 年 3 月在 ISO/TC206 正式立项，历时 2 年多，分别经过了 NP、WD、CD、DIS、FDIS 等多个阶段，其间国检集团建立了理论模型，经过了多次国际会议讨论，收到了大量来自国际行业专家及竞争对手的意见，对各种意见进行了细致的汇总、分析和计算，对各种测试因素的影响进行了大量实验验证，最终获得了国际专家的一致认可。

2013 年，ISO 组织向全世界征求陶瓷涂层测试技术时，国检集团通过中国国标委将相对法提交到 ISO/TC206 与他国提案竞争，经过激烈的竞争和讨论后，由于中国提案的原创性和普适性，ISO 顾问委员会最终通过了该提案。(中国卫浴网)

浙江省《陶瓷生产和耐火材料制造企业粉尘危害治理及监督检查要点》的通知

各市安全生产监督管理局：

现将国家安全监管总局办公厅《关于印发〈陶瓷生产和耐火材料制造企业粉尘危害治理及监督检查要点〉的通知》（安监总厅安健〔2017〕23号，以下简称《要点》）转发给你们，并提出以下要求，请一并贯彻落实。

一、加强监管，督促两类企业完成粉尘危害排查治理

按照国家安全监管总局办公厅关于印发《陶瓷生产和耐火材料制造企业粉尘危害专项治理工作方案》（安监总厅安健〔2016〕10号）要求，陶瓷生产和耐火材料制造两类企业要制定排查治理方案、对照标准排查整改，采取针对性的工程治理措施和管理措施，重点改造和完善防尘除尘设施，同时落实好职业卫生各项管理措施。各地安监部门要加强监管，在今年6月底前开展专项监督检查，督促辖区内两类企业完成排查治理工作任务。

二、突出重点，开展尘毒危害治理集中执法

按照《要点》要求，各地安监部门要从粉尘防护设施、个人防尘用品、职业卫生培训、定期检测和现状评价、职业健康检查等五方面加强对两类企业排查治理工作的执法检查。在今年7-9月，开展一次两类企业尘毒危害治理集中执法，对企业开展专项治理不认真、粉尘防治措施不落实、工作场所无防尘设施或达不到防尘要求、不为劳动者配备符合国家标准要求的防尘用品、不进行职业卫生培训、不开展职业危害因素定期检测和现状评价、不组织员工进行职业健康检查，以及工作场所粉尘浓度超过国家标准等违法违规行为，要坚决依法从严处罚；对于治理后粉尘浓度仍严重超标且整改无望的企业，要提请地方政府依法予以关闭。

三、加强宣传，强化典型示范舆论引领

各地安监部门要开展多种方式的职业病防治宣传教育活动，选择职业病防护设施效果好、职业卫生管理规范的企业作为样板，加大对专项治理先进单位的宣传力度，曝光拒不治理或治理不到位的违法企业，强化舆论引领，以典型示范推进治理工作。（文/来源于浙江省人民政府网站）

2017 影响陶瓷行业的政策法规解读

2017 年，对陶瓷行业而言，注定又是不平凡的一年。除继续受到环保高压的影响外，在今年 1~2 月，又有一批与陶瓷行业息息相关的政策法规相继出台或开始实施，也将深刻影响陶瓷行业的发展。

1 月 1 日起，违规处置危险废物将处以重刑

2016 年 12 月 26 日，最高人民法院、最高人民检察院公布了《关于办理环境污染刑事案件适用法律若干问题的解释》，该司法解释自 2017 年 1 月 1 日开始实施。

此次《司法解释》首次将篡改、伪造自动监测数据或干扰监测纳入污染环境罪。对构成污染环境罪、后果个性严重的，按刑法处 3 年以上 7 年以下有期徒刑。事实上，环保数据造假一向是陶瓷行业较为关注的问题，尽管新环保法实施后，环保执法力度有所加强，但处罚力度不强，导致数据造假、删除检测数据等问题屡禁不绝。

同时，《司法解释》中还作出了违规处置含毒物质的相关规定：违规处置危险废弃物或同时触犯污染环境罪与投放危险物质罪，最高可判处死刑。因为陶瓷企业煤气站产生的煤焦油和煤焦油渣、以及含酚废水(污泥)已被列入国家环保部、国家发改委和公安部公布的《国家危险废物名录》，因此该项规定对陶瓷行业而言好处重大。

国务院提出“十三五”节能减排目标

2017 年 1 月 5 日，国务院印发《“十三五”节能减排综合工作方案》，《方案》目标指出，到 2020 年，全国万元国内生产总值能耗比 2015 年下降 15%，能源消费总量控制在 50 亿吨标准煤以内。全国化学需氧量、氨氮、二氧化硫、氮氧化物排放总量分别控制在 2001 万吨、207 万吨、1580 万吨、1574 万吨以内，全国挥发性有机物排放总量要比 2015 年下降 10%以上。

2017 这些政策法规将深刻影响陶瓷行业

在加强重点节能领域方面，分别从工业、建筑和重点用能设备节能管理进行了明确的规定。同时在强化主要污染物减排方面，将推进京津冀及周边地区、长三角、珠三角、东北等重点地区，以及大气污染防治重点城市煤炭消费总量控制，加快推进以气代煤，并对城市建成区内的现有钢铁、建材、有色金属、造纸、印

染、原料药制造、化工等污染较重的企业应有序搬迁改造或依法关掉。

2017 这些政策法规将深刻影响陶瓷行业

房地产税是一个新税种，也是我国税制改革的一部分。通常所说的房地产税是一种直接税，简言之，是直接向产权所有人征收的一种财产税。分析指出，有了房地产税，持有多套房的成本将大增，准备购买多套房子的投机者将会收手和已经拥有多套房的投机者会恐慌抛售。这样一来，相当于增加了供应减少了需求，而一项商品供应量增加需求减少势必引发降价。

中办、国办发文支持房地产税探索创新

1月11日，中办、国办印发《关于创新政府配置资源方式的指导意见》明确提出，支持各地区房地产税、养老和医疗保障等方面探索创新。

那么，2017年房地产税真的要来了吗

据介绍，房地产税迄今已经试点征收了5年多，但是操作难度很大，因此目前房地产税立法进度与原先计划时间表已经不匹配，房地产税草案还未征求公众意见，也未提交全国人大常委会审议。虽然财政部多次表态会推进房地产税立法，房地产税已进入十二届全国人大立法规划，但从小组起草开始，中间还要经过多轮意见征询，草案透过后还要征求公众意见。由于立法过程相当严谨，资深人士预测，房地产税法2017年底前透过只是乐观估计，慢的话可能会在2017年底提交审议，在下一届人大任期内透过。

矿产资源税最高减征50%

1月24日，国家税务总局和国土资源部印发《关于落实资源税改革优惠政策若干事项的公告》。该《公告》是资源税全面改革自2016年7月1日实施以后，鉴于有关优惠政策执行中反映出减税条件较难把握、办理程序操作性不强等问题，国家税务总局与国土资源部为更好服务纳税人、避免纳税争议和执法风险，在对矿山企业联合调研和广泛征求有关方面意见的基础上共同制定的。

2017 这些政策法规将深刻影响陶瓷行业

《公告》指出，对贴合条件的充填开采和衰竭期矿山减征资源税，实行备案管理制度，并更进一步对于矿产资源资源税减征额度进行了说明。

其中，对依法在建筑物下、铁路下、水体下透过充填开采方式采出的矿产资源，资源税减征50%。减征资源税的充填开采，应当同时满足以下三个条件：一

是采用先进适用的胶结或膏体等充填方式;二是对采空区实行全覆盖充填;三是对地下含水层和地表生态进行必要的保护。

此外,《公告》明确,对实际开采年限在15年(含)以上的衰竭期矿山开采的矿产资源,资源税减征30%。衰竭期矿山是指剩余可采储量下降到原设计可采储量的20%(含)以下或剩余服务年限不超过5年的矿山。原设计可采储量不明确的,衰竭期以剩余服务年限为准。衰竭期矿山以开采企业下属的单个矿山为单位确定。

该《公告》自公布之日起施行。自《公告》实施之日起,有关税收优惠政策的备案应当按照《公告》规定条件、程序办理。需要说明的是,资源税全面改革规定的有关优惠政策仍自2016年7月1日起施行,纳税人在《公告》生效前尚未办理减免税备案的,应当按本《公告》有关规定办理相关减免税备案事宜。

两部门印发《新型墙材推广应用行动方案》

新年伊始,关于装配式、绿色建筑的利好消息可谓接连不断,为鼓励支持其的发展,帮忙建筑企业快速转型,2017年2月6日,国家发展改革委、工业和信息化部印发《新型墙材推广应用行动方案》的通知,指出要发展绿色新型墙材。

2017 这些政策法规将深刻影响陶瓷十大品牌

该《方案》总体目标是:到2020年,全国县级(含)以上城市禁止使用实心粘土砖,地级城市及其规划区(不含县城)限制使用粘土制品,副省级(含)以上城市及其规划区禁止生产和使用粘土制品;新型墙材产量在墙材总量中占比达80%,其中装配式墙板部品占比达20%;新建建筑中新型墙材应用比例达90%。初步建成基于“互联网+”的墙材革新信息化系统,行业信用评价体系基本建立,政策标准体系进一步完善,产品质量和功能明显提升,墙材生产基本实现绿色化智能化,东部地区农村新型墙材得到规模化普遍应用。

随着社会发展,国家实行墙体改革政策,以实现保护土地、节约能源的目的。近几年在社会上出现的新型墙体材料种类越来越多,其中应用较多的,有石膏或水泥轻质隔墙板、彩钢板、加气混凝土砌块、钢丝网架泡沫板、小型混凝土空心砌块、石膏板、石膏砌块、陶粒砌块、烧结多孔砖、页岩砖、实心混凝土砖、PC大板、水平孔混凝土墙板、活性炭墙体、新型隔墙板等。

除此之外,根据已知的相关报道,接下来还将有一大波与陶瓷行业息息相关的政策法规及检查来袭,其中包括:《佛山市排污权有偿使用和交易管理办法》

将于4月1日起实施;2017年7月-9月底,陶瓷生产和耐火材料制造企业粉尘危害专项治理工作将进入集中执法阶段,全面检查两类企业治理状况;新修订的《陶瓷工业污染物排放标准》也将于2017年出台,据相关人士透露,尽管到目前为止尚未确定具体排放标准,但收严是必然的。2017年,对陶瓷行业而言,注定又是不平凡的一年。除继续受到环保高压的影响外,在今年1~2月,又有一批与陶瓷行业息息相关的政策法规相继出台或开始实施,也将深刻影响陶瓷行业的发展。(文/综合整理)

1月1日起，违规处置危险废物将处以重刑

2016年12月26日，最高人民法院、最高人民检察院公布了《关于办理环境污染刑事案件适用法律若干问题的解释》，该司法解释自2017年1月1日开始实施。

此次《司法解释》首次将篡改、伪造自动监测数据或干扰监测纳入污染环境罪。对构成污染环境罪、后果个性严重的，按刑法处3年以上7年以下有期徒刑。事实上，环保数据造假一向是陶瓷行业较为关注的问题，尽管新环保法实施后，环保执法力度有所加强，但处罚力度不强，导致数据造假、删除检测数据等问题屡禁不绝。

同时，《司法解释》中还作出了违规处置含毒物质的相关规定：违规处置危险废弃物或同时触犯污染环境罪与投放危险物质罪，最高可判处死刑。因为陶瓷企业煤气站产生的煤焦油和煤焦油渣、以及含酚废水(污泥)已被列入国家环保部、国家发改委和公安部公布的《国家危险废物名录》，因此该项规定对陶瓷行业而言好处重大。

国务院提出“十三五”节能减排目标

2017年1月5日，国务院印发《“十三五”节能减排综合工作方案》，《方案》目标指出，到2020年，全国万元国内生产总值能耗比2015年下降15%，能源消费总量控制在50亿吨标准煤以内。全国化学需氧量、氨氮、二氧化硫、氮氧化物排放总量分别控制在2001万吨、207万吨、1580万吨、1574万吨以内，全国挥发性有机物排放总量要比2015年下降10%以上。(文/来源于网络)

2017 这些政策法规将深刻影响陶瓷行业

在加强重点节能领域方面，分别从工业、建筑和重点用能设备节能管理进行了明确的规定。同时在强化主要污染物减排方面，将推进京津冀及周边地区、长三角、珠三角、东北等重点地区，以及大气污染防治重点城市煤炭消费总量控制，加快推进以气代煤，并对城市建成区内的现有钢铁、建材、有色金属、造纸、印染、原料药制造、化工等污染较重的企业应有序搬迁改造或依法关掉。

房产税是一个新税种，也是我国税制改革的一部分。通常所说的房产税是一种直接税，简言之，是直接向产权所有人征收的一种财产税。分析指出，有了房产税，持有多套房子的成本将大增，准备购买多套房子的投机者将会收手和已经拥有多套房的投机者会恐慌抛售。这样一来，相当于增加了供应减少了需求，而一项商品供应量增加需求减少势必引发降价。

中办、国办发文支持房产税探索创新

1月11日，中办、国办印发《关于创新政府配置资源方式的指导意见》明确提出，支持各地区房产税、养老和医疗保障等方面探索创新。

那么，2017年房产税真的要来了吗

据介绍，房产税迄今已经试点征收了5年多，但是操作难度很大，因此目前房产税立法进度与原先计划时间表已经不匹配，房产税草案还未征求公众意见，也未提交全国人大常委会审议。虽然财政部多次表态会推进房产税立法，房产税已进入十二届全国人大立法规划，但从小组起草开始，中间还要经过多轮意见征询，草案透过后还要征求公众意见。由于立法过程相当严谨，资深人士预测，房产税法2017年底前透过只是乐观估计，慢的话可能会在2017年底提交审议，在下一届人大任期内透过。

矿产资源税最高减征50%

1月24日，国家税务总局和国土资源部印发《关于落实资源税改革优惠政策若干事项的公告》。该《公告》是资源税全面改革自2016年7月1日实施以后，鉴于有关优惠政策执行中反映出减税条件较难把握、办理程序操作性不强等问题，国家税务总局与国土资源部为更好服务纳税人、避免纳税争议和执法风险，在对矿山企业联合调研和广泛征求有关方面意见的基础上共同制定的。（文来源于网络）

《公告》指出，对贴合条件的充填开采和衰竭期矿山减征资源税，实行备案管理制度，并更进一步对于矿产资源资源税减征额度进行了说明。

其中，对依法在建筑物下、铁路下、水体下透过充填开采方式采出的矿产资源，资源税减征 50%。减征资源税的充填开采，应当同时满足以下三个条件：一是采用先进适用的胶结或膏体等充填方式；二是对采空区实行全覆盖充填；三是对地下含水层和地表生态进行必要的保护。

此外，《公告》明确，对实际开采年限在 15 年(含)以上的衰竭期矿山开采的矿产资源，资源税减征 30%。衰竭期矿山是指剩余可采储量下降到原设计可采储量的 20%(含)以下或剩余服务年限不超过 5 年的矿山。原设计可采储量不明确的，衰竭期以剩余服务年限为准。衰竭期矿山以开采企业下属的单个矿山为单位确定。

该《公告》自公布之日起施行。自《公告》实施之日起，有关税收优惠政策的备案应当按照《公告》规定条件、程序办理。需要说明的是，资源税全面改革规定的有关优惠政策仍自 2016 年 7 月 1 日起施行，纳税人在《公告》生效前尚未办理减免税备案的，应当按本《公告》有关规定办理相关减免税备案事宜。(文综合整理)

两部门印发《新型墙材推广应用行动方案》

新年伊始，关于装配式、绿色建筑的利好消息可谓接连不断，为鼓励支持其的发展，帮忙建筑企业快速转型，2017年2月6日，国家发展改革委、工业和信息化部印发《新型墙材推广应用行动方案》的通知，指出要发展绿色新型墙材。

该《方案》总体目标是：到2020年，全国县级(含)以上城市禁止使用实心粘土砖，地级城市及其规划区(不含县城)限制使用粘土制品，副省级(含)以上城市及其规划区禁止生产和使用粘土制品；新型墙材产量在墙材总量中占比达80%，其中装配式墙板部品占比达20%；新建建筑中新型墙材应用比例达90%。初步建成基于“互联网+”的墙材革新信息化系统，行业信用评价体系基本建立，政策标准体系进一步完善，产品质量和功能明显提升，墙材生产基本实现绿色化智能化，东部地区农村新型墙材得到规模化普遍应用。

随着社会发展，国家实行墙体改革政策，以实现保护土地、节约能源的目的。近几年在社会上出现的新型墙体材料种类越来越多，其中应用较多的，有石膏或水泥轻质隔墙板、彩钢板、加气混凝土砌块、钢丝网架泡沫板、小型混凝土空心砌块、石膏板、石膏砌块、陶粒砌块、烧结多孔砖、页岩砖、实心混凝土砖、PC大板、水平孔混凝土墙板、活性炭墙体、新型隔墙板等。

除此之外，根据已知的相关报道，接下来还将有一大波与陶瓷行业息息相关的政策法规及检查来袭，其中包括：《佛山市排污权有偿使用和交易管理办法》将于4月1日起实施；2017年7月-9月底，陶瓷生产和耐火材料制造企业粉尘危害专项治理工作将进入集中执法阶段，全面检查两类企业治理状况；新修订的《陶瓷工业污染物排放标准》也将于2017年出台，据相关人士透露，尽管到目前为止尚未确定具体排放标准，但收严是必然的。（文/来源于九正建材网）

第二部分 陶瓷及相关行业市场动态

瓷砖胶，建材行业的未来“蓝海”

提要：通过为陶瓷企业产品做配套服务，完善陶瓷行业售后服务系统，在提升陶瓷企业产品附加值的同时，对瓷砖胶进行推广，提高终端消费者对瓷砖胶产品的认知。

瓷砖胶是建材行业最后一片蓝海？

瓷砖胶最早出现在 20 世纪六十年代欧洲芬兰等国家，国内一直到九十年代初才开始有台资企业涉足该领域，随着国民经济的发展和人民生活水平的提高，建筑物的装饰越来越引起人们的重视，瓷砖胶的市场需求激增，2005 年至 2009 年有许多企业开始进入瓷砖胶生产、销售市场，2012 年，瓷砖胶的发展进入高峰期，目前瓷砖胶无论从生产工艺还是产品使用性能都已相对成熟，进入稳定发展期。

瓷砖胶所占市场份额不足 10%

随着建筑物铺贴外墙砖脱落而引发的安全事故层出不穷，部分城市甚至明文规定高层建筑必须使用外墙装饰涂料，禁止使用瓷砖做装饰。砖面粘贴不牢固是导致建筑物外墙砖脱落的原因之一，普通的水泥砂浆铺贴方式是通过渗入到砖与墙面这两个关联内部的水泥砂浆辅料作用力机械咬合，而水泥会随着钙的流失硬化导致瓷砖脱落。另外，瓷砖胶属于标准化的产品，有标准的配比，质量可以控制，同时又比较环保。”然而，集诸多优势于一身的瓷砖胶理应成为瓷砖铺贴原辅材料界的明日之星，但据朱峰所言，就国内来说，目前绝大部分消费者还是采用传统的水泥砂浆铺贴方式，瓷砖胶所占市场份额不到 10%。

瓷砖胶完善陶瓷行业售后系统，开辟蓝海

瓷砖胶领域门槛低，只要有资金基础便可入行，甚至 7500 元钱买一台设备（词条“设备”由行业大百科提供）就能生产，因而导致瓷砖胶市场参差不齐。而随着瓷砖生产技术越来越成熟，品质越来越好，因此，在瓷砖吸水率不断降低的前提下，传统水泥砂浆铺贴已不能适应现时代瓷砖铺贴的高要求。“瓷砖胶的市场还是很大，它或许是建材行业最后一个蓝海市场。”

同样，以后市场导向会逐步往瓷砖胶这方面发展，因为水泥是一个污染很大的原辅材料，在铺贴过程中，用量又大，对国家的资源是一种浪费，瓷砖胶的材

料相比水泥砂浆要更加标准化，并对有毒物质会有一定的限制。瓷砖胶的未来发展会更加侧重消费者，把服务带到业主家中，让消费者切实感受到瓷砖胶这类原辅材料的优势。

同时，通过为陶瓷企业产品做配套服务，完善陶瓷行业售后服务系统，在提升陶瓷企业产品附加值的同时，对瓷砖胶进行推广，提高终端消费者对瓷砖胶产品的认知。（来源：中国幕墙网）

陶瓷行业绿色发展迫在眉睫

提要：《方案》将对佛山市的 63 家陶瓷企业实施烟气污染深化治理，包括建筑陶瓷、洁具陶瓷和特种陶瓷等涉及采用喷雾塔或窑炉进行烧成的陶瓷企业，共计窑炉 340 条，喷雾塔 209 个。湖北省当阳市人民政府下发《市人民政府关于对部分陶瓷企业未完成整改的窑炉生产线和干燥塔实施停产整治的通知》。

近年来，全国遭遇了严峻的雾霾天气，在空气质量不断恶化的困扰下，去年山东淄博、四川夹江、福建晋江、江西高安各个陶瓷产区刮起环保风暴，仅佛山，就因为环保问题关闭了几十家陶瓷企业，整个佛山关闭了一千多家其他企业。摆在陶瓷企业面前的问题是：环保治理进一步收紧已不可避免，绿色发展迫在眉睫。

多地环保治理趋严

陶瓷行业一直以来戴着“三高”的帽子，所带来的环境问题更是屡屡遭到投诉，为提升陶瓷行业污染治理水平，削减大气污染物排放总量，近日，广东省佛山市出台《2017 年陶瓷行业大气污染深化整治方案》（征求意见稿），要求 63 家陶瓷企业 10 月 1 日前氮氧化物限值收严为 100mg/m³。

陶瓷行业是佛山市传统行业，也是大气污染严重行业，大气污染物排放量位居全市前列。根据佛山市 2015 年环境统计数据，陶瓷行业二氧化硫排放量为 13824 吨，占全市排放量的 22.6%；氮氧化物排放量为 23255 吨，占全市排放量的 24.3%。

2014 年，佛山市开展了陶瓷行业综合整治，大部分陶瓷企业喷雾塔已建成了脱硝设施，但由于国家出台新的《陶瓷工业污染物排放标准》修改单，放宽了排放标准，多数陶瓷企业废气无须脱硝都能达标，导致原有已建成的脱硝装置不需投运。鉴于陶瓷行业氮氧化物排放量大，同时考虑到当前佛山市环境空气质量中二氧化氮指标未能稳定达标，因此，深化治理陶瓷行业废气脱硝意义重大。

《方案》将对佛山市的 63 家陶瓷企业实施烟气污染深化治理，包括建筑陶瓷、洁具陶瓷和特种陶瓷等涉及采用喷雾塔或窑炉进行烧成的陶瓷企业，共计窑炉 340 条，喷雾塔 209 个。

《方案》治理目标为今年 10 月 1 日前，全市陶瓷行业大气污染物氮氧化物排放限值收严为 100mg/m³，其他大气污染因子达到《陶瓷工业污染物排放标准》（GB25464-2010）及其修改单的指标要求；2018 年 1 月 1 日前，划入高污染燃料

禁燃区扩大范围内的陶瓷企业改用天然气。

此前，湖北省当阳市人民政府下发《市人民政府关于对部分陶瓷企业未完成整改的窑炉生产线和干燥塔实施停产整治的通知》。根据《环境保护法》、《大气污染防治法》等有关规定，当阳市人民政府决定，从2016年9月30日起，对全市部分陶瓷企业未按时完成整改任务的窑炉生产线和干燥塔实施停产整治。停产整治的对象主要为当阳的8家陶瓷企业。

为了安排部署工业企业环境保护问题大检查大整改工作，四川夹江产区要求，辖区内所有陶瓷企业高度重视环境保护工作，凡污染治理设施无法正常运转或者处理达不到生产需要的，一律停产整治，不得擅自恢复生产。

根据山东省淄博市相关部门要求，就地升级企业在完成天然气改造及相关环保设施建设后，需经有关部门组织检查验收后，方可开工。淄博张店区南部区域产业优化升级工作指挥部办公室曾于去年11月17日下发《关于加快落实建陶企业精准转调工作的通知》，要求张店区就地提升改造建陶企业于12月15日开始实施停产，并对窑炉系统改用天然气。

山西省太原市出台《太原市大气环境质量冬防严控十二条措施》，为确保该市大气环境质量明显好转，发文之日起到去年年底前，太原市所有水泥、碳黑、铸造、铁合金、金属镁、陶瓷、耐火材料等生产企业全部停产。

提升环保技术是关键

面对陶瓷行业严峻的市场环境及日趋严厉的环保政策措施，加紧生产线改造，提升环保技术水平，创新生产工艺，推进产业绿色可持续发展，已成为大多数陶瓷企业赢得竞争优势的关键。

为行业树立绿色示范工程，引领建筑陶瓷产品全生命周期的节能减排，广东科达洁能股份有限公司、蒙娜丽莎集团股份有限公司、江苏科行环保科技有限公司和佛山市恒力泰机械有限公司于2014年年初开始数字化绿色制造成套工艺技术与装备的立项研发，经过两年多的技术攻关、完善，在去年年初完成示范项目的建设并投产。近日，由四家公司联合完成的陶瓷行业首个国家级环保科技项目——《建筑陶瓷数字化绿色制造成套工艺技术与装备》通过工信部组织的鉴定。

“建筑陶瓷数字化绿色制造成套工艺技术与装备”项目采用了全新的建筑陶瓷砖生产技术、装备、工艺和配方，涵盖建筑陶瓷、陶瓷机械、环保治理三个行

业和领域，主要分为建筑陶瓷数字化成套生产技术与装备的研发、陶瓷薄板产业化生产工艺与技术、陶瓷烟气多种污染物协同控制技术与装备三个技术模块。其中，“建筑陶瓷数字化成套生产技术与装备的研发”涉及建筑陶瓷生产数字化管控一体化平台、远程智能服务平台、万吨级陶瓷砖自动液压机、陶瓷喷墨打印机、超宽体节能辊道窑、全自动大规格陶瓷板抛光生产线、全自动高效大规格陶瓷包装线等技术与装备的研发。

经运行表明，该项目研发的“建筑陶瓷数字化成套生产技术与装备”突破了陶瓷生产核心装备的关键难点，明显提高生产效率、提高自动化水平、降低生产综合能耗；“陶瓷薄板产业化生产工艺与技术”可明显降低建筑陶瓷生产的原料消耗、综合能耗和减少污染物产生，推动行业向绿色智造转型。

山东淄博成畅建筑陶瓷有限公司斥巨资倾注环保技术研发，以“沉淀泥循环再利用”等获得国家专利的革新工艺，成功消解行业多年“节能降耗、实现零排放”方面的技术瓶颈。经过“陶瓷生产固体废物循环利用”等重大环保工艺技术的推新，成畅公司首创的“仿玉晶石材”系列喷墨抛光砖、具有杀菌自净等功能性的健康瓷砖纷呈亮相。

同时，成畅公司斥资 2000 万元对环保设施进行升级改造，包括脱硫、脱硝、在线设备等，以及将窑炉电机升级为节能型号并全部实现变频使用，在降低用电量与排污节能上效果显著。

在建陶生产趋于成熟稳定的今天，技术上的每一个进步都可成为企业的竞争优势。成畅公司新技术同时突破了节能和环保两大难题：生产过程中节约了不可再生资源，减少了扬尘和粉尘挥发等，更重要的是，能极大缩短烧成过程，并可节电 15%、节煤 10%，大大减少企业的生产成本，为企业发展赢得先机。（文/来源新浪地产）

科技与家居跨界融合，AWE2017 将现首台 Siri 智能家居风扇

综艺节目《最强大脑》的辨音神童与机器人“人机大战”语音识别技能，李开复认为人工智能将是中国引领全球最好的机遇，CES 展出三星“黑科技”Family Hub 智能冰箱——近期热门的人工智能话题，给未来生活带来无限想象空间。据悉，作为全球三大家电及消费电子展之一的 AWE2017(中国家电及消费电子博览会)，汇聚世界重磅品牌，带来最前沿的智能 家居 新品，必将再次引发行业讨论。

家居智能化浪潮不断袭来。早在 2016 年秋季的苹果新品发布会，苹果公司首席执行官 Tim Cook 就谈起了对 Apple HomeKit(智能 家居 平台)的展望：“无论你是否在家，你都可以通过它，轻易操控你家里的各种设备。”在其背后大屏幕展示的众多加入 HomeKit 的品牌中，我们看到了不少中国本土品牌的 LOGO。

而 HomeKit 与 Siri 的相配合，注定智能 家居 将首先进入“声控时代”。用户像朋友一样对 Siri 说出需求，家居 设备即可随心所欲开关与调节；与 Siri 交流越多，越会发现 家居 设备能为你做到更多事。据消息，率先与苹果 HomeKit 合作的有国内品牌艾美特。该品牌长期专注于空气质量改良类家用电器产品，主要生产电风扇、电暖器、空气净化器、加湿机、除湿机等健康小家电。这次联合 HomeKit 推出的新品是升级的 Afan 智能风扇，可通过 Siri 和苹果手机上的“家庭”APP 进行管理。另一方面，Afan 使用七片羽翼减震扇叶，模拟自然静柔风，是其智能化之外人性化的一大亮点，吸引业内人士关注。

更深入、更全面的智能 家居 产品细节，会在 2017 年 3 月 9 日开幕的 AWE2017(中国家电及消费电子博览会)上逐一披露。相信这是一场智能 家居 的饕餮盛宴。届时，我们将了解到最领先的智能 家居 发展趋势，见证人工智能与日常生活的亲密接触。(文/来源 家电网 广州)

家居行业新力军不断涌现 卫浴行业该如何行使

随着社会的不断发展，家居行业的发展也在发生着不断的变化，人们的生活已经和家居行业的发展分不开了，最近曝出的家居绿色环保领跑品牌，树立家居行业新标准的事件引起了很多人的关注。竞争激烈是市场经济的常态，在时下家居业竞争日渐白热化的阶段，只要能抓住机遇并不断推陈出新，巩固自身口碑甚至带动潮流，必能在家居行业市场引领风骚。

家具行业后浪推前浪

据业内人士透露：“在10年前家企一次活动成交几十单是常情，现在的家装团购会，老牌企业能成交10几单已属罕见，有时甚至还会出现零单的尴尬。令人颇为费解的是，在这种严峻市场环境下，近年的家居市场仍不断涌现出新面孔，并且在一些楼盘做活动时经常能看到一些新的家居品牌在摆摊宣传，很多连名字都叫不上来。”

环保家引领卫浴行业

绿色环保家具是指那些立足于生态产业的基础上，合理开发、利用自然材料生产出来的能够满足使用者特定的需求，有益于使用者健康，并且具有极高文化底蕴和科技含量的家具。消费者王先生说道：“现在大部分的消费者都会讲究环保，虽然环保不是第一位考虑的，但是越来越多的消费者都在询问。”

卫浴行业发展应顺势而上

老品牌卫浴企业若想长期生存，首先得守住已有的市场，而且不能满足于现有的稳定，必须在口碑与质量做到位的前提下，寻求新的突破。再者，老牌卫浴企业如何精准定位市场，确定营销方向，也是决定其能否顺势而上的另一个关键。若能抓住目标客户群体的消费心理加以表现，紧跟时代步伐及潮流趋势，将“所需即所求”的消费主线吃透，又怕什么“后浪”涌现？

竞争激烈是市场经济的常态，在时下家居业竞争日渐白热化的阶段，只要能抓住机遇并不断推陈出新，巩固自身口碑甚至带动潮流，必能在家居行业市场引领风骚。（文/来源中国卫浴网）

智能家居爆发指日可待 中国或成关键推动力

提要：智能家居可谓是当前的一个大热点，不论是行业内还是媒体领域，都对智能家居倾注了高度的关注。不可否认，无论我们对于智能家居持何种态度，它都在以一种平民的状态到来，并走进现实生活。

随着物联网、移动互联网的发展，智能家居正吸引着越来越多的企业投身其中。不过，当前的智能家居市场仍处于早期阶段，距离爆发还有很长一段路要走。目前，企业需要做的是不断调整、摸索出合适的产品，同时提前卡位、抢占先机。

智能家居可谓是当前的一个大热点，不论是行业内还是媒体领域，都对智能家居倾注了高度的关注。不可否认，无论我们对于智能家居持何种态度，它都在以一种平民的状态到来，并走进现实生活。

其实，智能家居的概念早在N年以前就被提起，但其发展崛起却是近两年的事。随着物联网、移动互联网的发展，万物互联的梦想已有了逐渐实现的趋势。作为一个新兴的热门领域，智能家居正吸引着越来越多的企业投身其中。

这其中包括索尼、微软、谷歌、亚马逊还有苹果等等各行各业的企业巨头。目前，苹果的客厅终端为2015款AppleTV，微软则是更强大的综合娱乐设备XboxOne，谷歌和亚马逊希望拿下消费者的整个家居空间。

对于推动智能家居产业发展，苹果、亚马逊以及国内的小米、百度最具代表性，大家不约而同地选择以此构件一个庞大生态环境，聚拢更多产业链优势资源，共同推动智能家庭在全球落地。

不过，当前的智能家居市场仍处于早期阶段，距离爆发还有很长一段路要走。市面上的智能家居设备，多数停留在表面智能或片面智能，没能真正起到颠覆性变革的作用。但可以确定的是，智能家居是未来主要发展趋势之一。

随着大数据、人工智能等技术突飞猛进，家居生活日益智能化，智能家居未来依旧值得期待。在这一过程中，中国将扮演重要角色，并成为推动智能家居行业发展的关键推动力。

据前瞻产业研究院发布的《中国智能家居设备行业市场前瞻与投资策略规划报告》数据显示，2016年，我国智能家居市场规模达605.7亿元，同比增长率50.15%。预计未来几年内智能家居有望迎来爆发，到2018年，智能家居市场规模将达1396亿元。

业内人士分析称，我国有望成为全球智能家居市场增长的关键。原因如下：一方面我国经济持续增长，家庭收入水平快速提升，智能家居潜在消费能力巨大；另一方面，我国是全球最大互联网市场，能够帮助智能家居企业打开市场。

在良好的产业发展环境氛围下，国内智能家居设备制造企业要回归到打磨单品上来，踏踏实实地做产品，摒弃大而虚的理论。此外，相关企业要提供主动式服务，不要做一次性买卖，观念上的转变是智能家居进步的关键。对于涉及该领域的企业来说，在广阔的市场前景之下，企业还需抓准机遇，谋求更为长远的发展。

总体而言，智能家居热度有所回升，但是要真正做到推广和普及还有很长一段路要走。但随着智能家居产业链形成并逐渐完善、生态圈构建趋于完整，智能家居或能跨入成长期，进而迎来大规模爆发式增长。目前，企业需要做的是不断调整、摸索出合适的产品，同时提前卡位、抢占先机。（文/来源于新浪地产）

由大变强——中国家居产业升级从何着手

摘要：与欧美发达国家相比，我国仍存在森林资源匮乏、质量不高，家居制造业体量大、效益低的问题，产业升级任务艰巨而紧迫。在此形势下，推动中国从家居制造大国向强国转变，该从何着手？

自加入世界贸易组织以来，中国便积极地融入到贸易和投资自由化的全球潮流之中，一举奠定了全球制造业基地的地位，在这样的背景下，我国也成为家居产品生产和贸易大国。然而，与欧美发达国家相比，我国仍存在森林资源匮乏、质量不高，家居制造业体量大、效益低的问题，产业升级任务艰巨而紧迫。在此形势下，推动中国从家居制造大国向强国转变，该从何着手？

中国家居制造业大而不强

加入世贸组织以来，中国的家居制造业出口规模经历了大幅增长，尤其是人造板、家具等产品的体量已连续多年位居世界首位。然而，中国家居制造业同时面临大而不强的问题，在产品质量和附加值方面与国际领先水平还存在着不小的差距。近年来，美国、日本、德国等发达国家相继推出制造业升级计划，印度、巴西等发展中国家积极拓展世界市场，在这样的国际形势下，中国家居制造业依赖大量廉价劳动力进行数量型扩张的生产经营模式已经难以为继。

2015年5月，国务院颁布了实施制造强国战略的第一个10年行动纲领——《中国制造2025》，重申了制造业在国民经济中的主体地位，强调了我国制造业实现转型升级和跨越发展的必要性和紧迫性，提出了用30年的时间将我国建设成世界领先制造强国的目标。专家学者在此背景下，从木材加工及木制品行业入手，为我国家居制造业的转型升级提供了几点建议。

家居制造业如何转型升级？

首先，加强对国外先进林业科技成果的消化和吸收，提升高品质、高附加值家居产品的自主研发能力。短期来看，我国从事家居制造业的低端生产环节能够增加就业、提高收入，但是我国同时面临生产环节固化带来的长期风险，这就需要我国不断学习国际先进技术，努力缩小与发达国家之间的差距。

其次，依托本国巨大的消费市场，逐步提高我国家居产品的质量。随着收入水平的提升，中国消费者对产品质量的关注程度越来越高，更加偏好国际知名品牌和个性化需求的满足。在这样的市场形势下，中国家居产品企业要转变低价低

质、数量扩张的经营模式，不断提高产品质量和服务，更加赢得本国乃至国外消费者的青睐。

最后，大力培养高技能创新型人才，为我国家居制造业的长远发展储备力量。产品的竞争力背后是人才技能的竞争力，家居制造业强国强在能够培养出国际一流的高技能人才。我国需要进一步完善适合高技能人才成长和发挥才干的体制机制，这对从根本上提升我国家居制造业的国际竞争力意义巨大。（文/来源于新浪家居）

家居周观察 | 顺势而为的后家装时代

摘要：所谓后装修，是相对“前装修”而言，非一手住宅的首次装修装饰的消费，以老住宅的再次翻新或局部装饰为主的消费就是后装修。家装后时代的来临，是装企顺应时代的重要表现。

家装，已经远不是 80 年代简单的房屋装修装饰，互联网时代家装企业在对行业进行更深入的探索。而在一系列诸如供给侧改革、房地产市场影响、消费市场升级、政策等影响下，后家装时代日趋明显，对消费者的重视和个性化追求也越来越多的体现在家装市场中！

所谓后装修，是相对“前装修”而言，非一手住宅的首次装修装饰的消费，以老住宅的再次翻新或局部装饰为主的消费就是后装修。家装后时代的来临，是装企顺应时代的重要表现。

变则思变 后家装时代的崛起

作为家居行业上游行业，房地产市场的波动及政策调整无疑会影响到家装市场。去年，魔都相继出台“沪九条”及史上最严调控政策，明确指出自 2016 年 11 月 29 日起，居民家庭购买首套住房申请商业贷款的，首付款比例不低于 35%。在本市已拥有 1 套住房的、或在本市无住房但有住房贷款记录的居民家庭申请商业贷款，购买普通自住房的，首付款比例不低于 50%；购买非普通自住房的，首付款比例不低于 70%……

面对这样严厉的调控，只能说买房难、难于上青天！高压之下，不少购房者目标从新房投向二手房或者旧房翻新上，而这部分消费人群的增加无疑会使得旧房翻新的市场份额增加。

此外，精装房政策的出台同样会带动后家装市场的发展。浙江省政府印发《关于推进绿色建筑和建筑工业化发展的实施意见》，明确从 2016 年 10 月 1 日起，浙江省各市、县中心城区出让或划拨土地上的新建住宅，全部实行全装修和成品交付，鼓励在建住宅积极实施全装修。

浙江之后，上海《关于进一步加强本市新建全装修住宅建设管理的通知》中表示，自 2017 年 1 月 1 日起，外环线以内的城区新建商品住宅应达到 100%全装修，除奉贤区、金山区、崇明区之外，其他地区应达到 50%。加之恒大、万科等房企也在推精装房，毛坯房未来将会越来越少，这对于传统家装公司而言，不做

改变就是生死存亡的大事，这也使旧房改造或旧房翻新有更多的发展潜力。

优势打不过趋势 顺势发展才是王道

国家商务部中国国际电子商务中心培训学院特聘专家、北京大学客座教授黄耀煌曾在采访中提出这样一个观点：优势打不过趋势，2017年在整个移动互联网、场景互联网机遇来的时候，把握了机遇才能够获取机会。而在此，这个观点同样适用。

家装整个环境在变，这是机遇同样也是挑战，对装企而言，如何顺势发展才是必须要思考的问题。前文提过，后家装其实并不是新名词。此前，多乐士焕新服务、天猫家装等都有旧房翻新服务。

而专注于打造旧房翻新、二手房局部翻新的企业发展势头亦十分良好。主营旧房改造与装修的百变空间在去年获得2000万元的Pre-a轮融资，此后将继续投入在旧房改造的研发、品牌推广和进行城市的拓展；而上家在去年也已经在全国200个城市建立服务网络，覆盖2000多个区域，并针对终端提出了包括卫生间、厨房、儿童房等装修产品套餐。

对于建材企业而言，他们对此也有相应的策略。鸿雁电器总裁王米成表示看好后家装市场，面对未来消费升级的市场，鸿雁还会考虑二次装修等方面的合作，未来鸿雁电器的的合作伙伴会包括家装公司、精装修高端楼盘开发商等。

“住”作为老百姓日常生活必不可少的部分，家装则是住的更好更舒适中必不可少的部分！政策更迭也好，市场变化也好，唯一不变的就是为消费者处理后装修出现的各种问题，更好更便捷的为消费者服务！（文/新浪家居 章黎尧）

陶瓷原料又涨价了？

近日，记者从多家陶瓷原料供应商处了解到，由于各地加大环保整治力度，广西、广东惠州、吉林磐石等多地开始规范矿山管理，严厉打击非法采矿点，由于这些地方是陶瓷原料的重要供应地，受此影响，部分陶瓷原料供货紧张，定价出现不稳定现象。

由国土资源部、工信部、财政部、环保部以及国家能源局联合制定的《关于加强矿山地质环境恢复和综合治理的指导意见》已经在 2016 年发布实施。国土资源部地质环境司副司长熊自力表示，包括有历史遗留问题在内，我国将对矿山环境问题进行全面治理。

广东惠州所产的钾钠长石矿是重要的陶瓷原料之一。据相关人士透露，广东惠州去年底加强矿山管理，严厉打击非法采矿点，春节前开始对非法采矿点采取强制性措施关闭，年前部分矿山已陆续停止开采，春节后，无证矿山不能开工，办证才可开矿。现在就惠州而言，唯一在开采的是龙门县和博罗县的矿山，其他地区的矿山现在还没开工。

辽宁的一位原料供应商告诉陶卫网记者，吉林磐石大顶山等地供应的方解石、硅灰石等陶瓷原材料出现了“一天一个价”的定价不稳定现象，方解石价格浮动幅度较大，主要是因为当地环保治理，一些小矿已被关停，而一些大矿则要求安装环保设备，供货因此受到影响。

而作为陶瓷原料供应大省，广西的此次矿产治理尤其严格。据广西一知名原料供应企业相关负责人透露，广西最丰富的陶瓷原料是白泥和高岭土，但在年前都因环保证照不全基本停了，到现在都还在停止开采。目前市场供应相当紧缺，其主要来源一是靠原来库存，二是偷采。

广西是我国矿产资源富集区，矿产种类多，储量大，分布较集中。据悉，长石、石英、高岭土、硅灰石等陶瓷原料储藏比较丰富。

2016 年 12 月底，广西北海市人民政府下发《北海市集中清理整治非法开采高岭土工作方案》，全面排查采矿点、加工厂、堆场，利用现场核查、无人机航拍等方式对全市开采高岭土采矿点形成的矿坑情况进行全面清查。对于非法开采高岭土行为严厉打击，严堵非法矿产品疏通渠道，严控非法运输矿产品关卡，全面加强综合管理。

2017年2月，广西壮族自治区国土资源厅出台了《关于进一步加强露天开采非金属矿产资源管理的通知》。严格采矿权准入，重要生态区禁止新设采矿权；新一轮矿权批复前暂停批复采矿权出让计划。对已有采矿权，通过排查对存在隐患矿山进行整改达不到要求的予以关闭；对涉自然保护区的露天开采非金属矿山，要求在2017年关闭到位；在新一轮矿产资源总体规划和砂石资源开发专项规划批复之前，暂停已设采矿权扩大范围审批。截至今年2月16日，广西有效的露天开采非金属矿山采矿权共计1705个，其中由自治区人民政府发证的77个，由市、县地方政府发证的1628个。

这位供应商还透露，目前，开采矿山需要办理很多证照，但必须要做到证照齐全才能开采，如要有：采矿许可证、安全生产许可证、环保排放许可证、林地使用许可证、营业执照等等，但据他所知目前开采的矿山都不可能做到证照齐全，故均为非法开采。“这次加强露天开采非金属矿产资源管理新规，矿山被关的不仅广西、惠州，广东以及全国各地无证开采都是这样，该关停的关停，该抓人的抓人。”

目前，滑石粉以广西、江西、辽宁、山东等地资源居多。同样来自广西的一位滑石粉供应商表示，他们主要在南宁周边采购，自2016年下半年以来，受原料紧缺、原料定价不稳定、环保重压、运输成本等因素影响，其供货价格有25%-30%的上涨幅度。不过，他希望政府关于叫停无证矿山的政策能有持续性和针对性，否则只是一时的收严并不能助力行业健康发展。（文/来源陶瓷资讯）

五大危机或将诱发部分中小陶企倒闭

2017年开春以来，受各地主流产区开工率不足的影响，加上在国内大通胀背景下，各行各业的涨价潮不断来袭，尤其是生产瓷砖用的原材料价格更是居高不下，2016年9月21日超载超限整治开始后，公路运费、海运价格也普遍上涨，导致大部分陶瓷企业生产成本

2017年开春以来，受各地主流产区开工率不足的影响，加上在国内大通胀背景下，各行各业的涨价潮不断来袭，尤其是生产瓷砖用的原材料价格更是居高不下，2016年9月21日超载超限整治开始后，公路运费、海运价格也普遍上涨，导致大部分陶瓷企业生产成本急剧飙升，同时，各地环保开始动真格，部分厂家停窑、限产导致产能不足，还有政府环保督察力度加大、企业环保支出、用工成本增加等多方面因素的共振下，山东、江西、河南、河北、四川、广东多个产区纷纷开启涨价模式，本次涨价潮较去年同期的金三银四才启动可以说整整提前了20多天。市场对瓷砖看涨情绪比较一致，因此现阶段瓷砖产品价格的上涨也比较符合预期，五一旺季之前瓷砖的涨价小趋势在所难免。

但是，笔者通过与较多行业人士交流发现，本次涨价潮后却大大增加了他们的经营成本及风险，不少从业者甚至悲观的表示，涨价潮之后将可能引发众多中小陶瓷企业的倒闭潮。因为，在堪称史上最无法预估的连环涨价潮刚刚开始之后，很多的危机也是应运而生的，如众多中小陶瓷企业将面临：涨价潮、原材料紧缺、环保去产能政策的不确定性、外贸环境更加复杂、新的更大产能释放等五大危机，最终或将引爆一批中小陶企的倒闭。

危机一，涨价潮

春节前后，由于原材料煤炭、釉料、纸箱、运输成本等价格的传导，市场上已经能明显感觉到涨价的氛围十分浓厚。山东、广东、江西、四川、湖南、湖北、河南河北等不同产区的不同厂家的等纷纷发出了涨价通知，涨价幅度在5%~20%不等，涨价特点是中小陶企的中低端瓷砖产品的价格重心普遍上移。大型陶企和附加值较高的瓷砖产品价格涨幅较小，按理说，原材料上涨影响着每一家企业，要涨大家涨一样，但是为什么中小企业的涨价幅度和大企业的涨价幅度差别那么大呢？

原因有三：

(1) 大厂家的供应商比较稳定、固定，而中小陶企原材料一般都是现用现买。

由于大厂家原材料需求多，单家原材料供货商很难满足其所有的原材料供给，所以，一般大企业的原材料都有长期合同，也都是提前分批采购的，即是原料紧缺，考虑到长久利益和信誉问题，供应商在供货及时、价格方面都是优先提供给大厂家，在销售向好的预期下，大企业可以在涨价潮前购买原材料供货商未来几个月的稳定原材料供给，很大程度的减少了原材料价格上涨对企业的影响；而中小企业的原材料由于需求少、资金有限，一般都是现用先买，这样就导致对原材料涨价的抵抗能力很弱，原材料价格大幅度上涨，价格也必须大幅度上涨才能满足生产成本。可以说大厂家在原材料采购方面的优势是得天独厚的。

(2) 大厂家瓷砖附加值高，抵御瓷砖涨价风险的能力强

这些年来，大型的瓷砖企业凭借着先进技术、高端制造掌握着中高端市场，中小陶企只能凭借着价格低廉抢占低端市场。但同一产品，其带给企业的利润是不一样的，高端产品之所以卖那么贵，是因为他们技术投入、制造工艺升级、品牌建设、市场推广、产品促销等成本投入占其瓷砖成本的重要一部分，而原材料成本所占的比重就相对较少，原材料上涨对其整个产品成本的带动上涨较小；而中小陶企的产品价格就相对较便宜，原材料成本占其产品成本比重的一大部分。所以，原材料价格猛涨，他们的价格也就被逼着跟涨了。市场需求很旺盛时，大家的日子都很好过，但一般来说，市场的调价会比厂家调价滞后约 1 到 2 个星期，如果销量跟不上，出现“我涨你不涨”的情况，率先涨价的中小陶企必定因涨幅过高失去了性价比优势。一些勉强支撑的厂家，虽然接到的订单较以往多，但利润急剧缩水，甚至亏损连连。近期就有因原材料大幅上涨，资金链断裂，好不容易熬过了淡季，却倒在了旺季的陶瓷厂。

(3) 大厂家资金充足，信誉良好

瓷砖行业的生产厂家基本都是私企，大的厂家通过 10 多年房地产火爆带来的机遇，迅猛的发展壮大起来的，随便一个中型以上的陶瓷厂资产规模几十亿、上百亿的比比皆是，实力都是非常的雄厚，在资金上也占有很大的优势，银行信誉也相对较高，能够有充足的现金流应对这次涨价潮。而最近几年一些后知后觉上马瓷砖项目的中小企业，一部分是靠银行借贷建厂的，身上还背负着银行的巨额本息还款，在流动资金上相对较少。2015、2016 期间倒闭的陶企大都是资金链

断裂密切相关。因此，今年这次涨价潮对中小企业的负面影响是非常大的，一旦瓷砖需求不济，销路狭窄导致库存积压，很有可能成为促使中小企业倒闭潮提前来临。

危机二，原材料紧缺

2017年中国实行更加严厉的环保法，中小企业原材料供应紧缺的现状将会更加严重，一旦会成为常态的话，未来中小陶瓷企业就将面临着大范围停工甚至倒闭的危机。自去年以来，因环保、安检等压力关闭了大量的高污染的煤矿、造纸厂、釉料厂等建材原材料生产商。今年春节刚过，这股涨价风又继续袭来，原材料暴涨传导，各行各业涨价之声不断，行情如此虐人，很多瓷砖供应生产企业表示，有订单现在也不敢接，以后的日子不要谈价格，缺货将成为常态，你的供应商有货给你，就是最大的成功了。大企业可以通过长期合作和供货商巨头签订长期的供货合同、建立自己的原材料基地等保证自己的原材料稳定供应，而中小陶企的原材料供给却很难保证，一方面原材料供应商巨头主要供应大厂家，另一方面中小原材料生产商被大量关闭，生产能力实在有限，很难保证中小厂家这么多需求。

危机三，环保去产能

2月15日起，环保部将赴北京、天津、河北、山西、山东、河南等有关省(市)开展2017年度第一季度空气质量专项督查。据透露，此次专项督查由环保部部长陈吉宁及另外四位副部长亲自带队，将采取督查组进驻地方的形式，进驻时间长达一个月！各地将再度掀起“关停整治潮”！陶瓷行业从报道的情形看山东淄博、广东佛山、河北高邑、河南内黄、山西太原、四川夹江、湖北当阳、江西高安、福建南安等等包括了所有的瓷砖主产区以及广西、新疆等边远产区都有不同程度的开工晚、复产难、甚至直接被淘汰。这些产区中，存在着很大一部分高污染、高能耗的陶瓷厂，由于最近几年产能一直处于过剩阶段，企业开工率不高，导致他们盈利很少，很难筹集资金改造自己厂的生产线、增添环保设施。现在，这一部分企业已经很难从政府那里得到支持了，更别提要优惠政策了，再加上每每雾霾来袭或国内国际重大活动，逢会必停产已成为常态，前有9.3阅兵、世博会、G20峰会，今年3月还有人大政协2会、5月，中国将在北京主办“一带一路”国际合作高峰论坛。在面对环保的施压时，这一部分企业就剩下了两条路，要么

接受升级改造成为清洁能源的高新技术、高端制造的企业，要么被兼并重组或淘汰出局。

危机四，瓷砖出口转内销，中小陶企机会更加渺茫

2016年1~12月我国陶瓷砖出口数据十分不妙，海关出示的权威数据是：出口额55.31亿美元，同比下降33.57%；单价从0.45美元/千克下降到0.32元/千克，下降了28.89%。显示中国瓷砖出口确实已经滑向了危险的边缘。不论是此起彼伏的对华瓷砖反倾销，或者是中国瓷砖在各国的“围剿”下正逐渐失去价格竞争优势，瓷砖出口对于中国陶企变得更加有挑战性。上两年瓷砖内销压力加大，导致出口端更是麻烦连连，毁约以及反倾销现象时有发生。当然区域贸易保护机制是形成如此频繁的反倾销的直接原因，然而根本性原因则是国内瓷砖的高性价比已不占任何优势，今年春节刚过，又时有消息传出下调或取消瓷砖出口退税率，那么市场的供需矛盾将被再次的激化。现在很多国家开始实行双反税率，出口型中小企业的生存将更加艰难，一大批数量可观、质量上乘、价格适中的瓷砖出口转内销，对中小陶企的冲击可想而知，自身就是中低端附加值的瓷砖出口业务的中小陶企，机会也就更加渺茫，因为海外市场的需求就是那么多订单。也就是说，涨价潮使低端产品价格和中高端价格差缩小了，越来越多的消费者在选择产品时，没有价格优势就会放弃低端产品，会多花一点钱，买中高端产品。未来中小陶企瓷砖产品滞销的可能性非常大，可以说，内外交困之下，中小陶企未来的发展充满了很多变数，也许小小的一棵稻草，就能把它们挤垮。

危机五：供给侧改革，新的更大产能不断释放

目前看，受环保高压等影响瓷砖市场短期供给增量有限，现在行业内还有不少中小陶企的设备、工艺等仍属于行业落后产能，但不排除后续各产区收到调查报告后出台相关去产能政策的可能。未来随时都有被清理、永久关停的可能。鉴于今年开年后市场需求十分旺盛，瓷砖价格不断上升，不少有实力的企业更是选择发展环境更好的地方，几个月就能上马新建的产能更大的陶瓷厂，据公开报道，2017年3-5月份，江西、广西、山西、新疆等地日产5万平米以上的大中型陶瓷厂就有几十条生产线顺利点火出砖投放市场了，还有备受煎熬的淄博产区，在淘汰了一批落后产能的中小陶瓷厂后，新规划的生产线产能很快就要释放。未来陶瓷行业去产能可谓任重道远，也可说是前门赶走狼，后门来了虎，市场竞争压

力仍是有增无减。历史总是不断重复并上演，只要瓷砖需求不畅，产品出现滞销，类似于去年9月份以后，市场需求忽然出现断崖式的减少，一些实力不济的中小企业好不容易熬过了淡季，却死在了旺季，这或将成为一种常态。综上所述，这五大危机严重威胁着中小陶企在2017年的生存与发展，任何一个环节发力，应对不当的话，都会诱发倒闭潮的发生。（文/来源中国陶瓷网）

家具建材业 材料人工“双涨”

原材料涨幅 5%~8%，人工成本涨幅 5%~9%之间，家具建材行业“双涨”给市场带来前所未有的影响，记者近日走访广州家具、建材市场发现，在看似普遍的大优惠、大促销背后，商家引发的“涨价潮”已经暗涌；装修工人薪酬水涨船高，尤其是泥水工人日工资最高可达数千元，直接拉高装修市场整体价格。有业内人士担心价格上涨影响家具家装行业的转型发展，也有观点认为这将加速行业进一步优胜劣汰。

近日，记者走访多家家具市场，发现不少大卖场正举行各种大优惠和大促销。广州大道一家大卖场举行了“砸金蛋”的推广活动，不少店面的产品都有不同幅度的优惠，购满 3000 元还可以参加“砸金蛋”抽奖活动。记者看到，一个知名家具品牌的自产床垫从 5000 多元降至 2500 元左右，而其他家具也有 9 折左右的优惠。该销售人员告诉记者，下一批货就很难保证能给到这个价格，原因是原材料和人工价格都有不同幅度的上涨。谈及目前家具市场的行情，她承认整体价格正在悄然上涨。她举例称，自己去年下半年刚到该卖场时，一款实木餐椅的价格还不到 300 元，现在的价格已经接近 400 元了。

在天河一个大型购物商场，一个定制家具品牌的销售人员也告诉记者，3 月底开始，该品牌的定制衣柜价格至少要上涨 10%~15%，原因是木材、五金的价格都涨了。她力劝记者要在 3 月 19 日前下单，这样才能保证拿到目前的优惠价。

薪酬有 5%~9%涨幅

有业内人士透露，这种上涨的势头在春节前已经隐约可见，个别企业的装修套餐价格明显有变，从 688 元/平方米涨为 880 元/平方米左右。汇美筑家装饰副总经理刘建华告诉记者，家具、建材原材料有 5%~8%左右的涨幅，员工方面，按照他年后招聘了解到的情况，整体薪酬至少有 5%~9%的涨幅。他认为，往年这两方面各自的涨幅一般在 3%左右，而且大部分新增成本主要集中在原材料成本上，对市场影响不算大。据了解，目前受影响最明显的是佛山、东莞等制造业相对集中的区域。

分析：控制材料成本使到上市公司利润大增

行业巨头在去年的业绩也非常靓丽。

在已经公布 2016 年业绩预报的几家企业中，好莱客（603898）预告称预计

2016 年年度实现归属于上市公司股东的净利润与上年同期相比，将增加 50%到 60%；曲美家居（603818）预计公司 2016 年度归属于上市公司股东的净利润与上年同期相比，将增长 50%~60%；索菲亚（002572）预计 2016 年度实现营业总收入 452994.99 万元，比上年同期增长 41.75%；利润总额 83111.32 万元，比上年同期增长 37.20%；实现归属于上市公司股东的净利润 66435.97 万元，比上年同期增长 44.74%。

有分析人士表示，几家上市公司的净利润有大幅度增长，主要原因就是企业较好控制材料成本。好莱客的预报中也提到业绩“受益于生产柔性化程度及生产效率的提升、板材利用率的提升以及原材料采购价格的有效管控等。”（文/来源 广州日报）

全国人大代表彭寿：推广绿色建材 发展绿色建筑

全国人大代表、中国建材国际工程集团有限公司董事长彭寿认为，绿色发展是当今时代发展的大趋势、大方向，推广绿色建材、发展绿色建筑成为建材工业转型升级的必由之路。

新华网合肥3月10日电（柴文成）今年的《政府工作报告》提出，加快培育壮大新兴产业，全面实施战略性新兴产业发展规划，加快新材料、人工智能、集成电路、生物制药、第五代移动通信等技术研发和转化，做大做强产业集群。全国人大代表、中国建材国际工程集团有限公司董事长彭寿认为，绿色发展是当今时代发展的大趋势、大方向，推广绿色建材、发展绿色建筑成为建材工业转型升级的必由之路。

建议加大对水泥、玻璃行业去产能的政策支持

彭寿，中国建材国际工程集团有限公司董事长、总裁，蚌埠玻璃工业设计研究院院长，作为我国平板玻璃技术专家，他所带领的中国建材蚌埠玻璃工业设计研究院六年获得三个国家科技进步二等奖，助推中国玻璃产业进入国际领跑行列。

彭寿认为，玻璃行业的产能过剩存在明显的结构性特征。从产品结构看，普通浮法玻璃产能过剩，优质浮法比率偏低，仅为35%。从组织结构看，我国玻璃行业总量已多年位居世界第一，但产业集中度较低，生产过度分散。从根本上讲，化解产能过剩的关键在于加快产业结构调整 and 转型升级，这既是供给侧结构性改革的核心要义，也是经济新常态下的中心工作。

2017年《政府工作报告》中明确指出，要扎实有效去产能，今年要再压减钢铁产能5000万吨左右，退出煤炭产能1.5亿吨以上。要严格执行环保、能耗、质量、安全等相关法律法规和标准，更多运用市场化法治化手段，有效处置“僵尸企业”，推动企业兼并重组、破产清算，坚决淘汰不达标的落后产能，严控过剩行业新上产能。

彭寿建议国家在支持钢铁、煤炭去产能的同时，一并加大对水泥、玻璃行业去产能的政策支持，坚决淘汰32.5标号低端水泥，制定和完善更加严格的环保、能耗、质量、安全标准，严查严办违规行为，防止过剩产能反弹。

此外，彭寿认为，大企业整合市场是过剩产能退出的有效途径，建议政府提供专项资金支持，重点扶持大企业，由大企业承担行业整合的重任，增加行业集

中度，改善产能过剩，实现合理有序减产。按照供给侧结构性改革的思路和做法，以结构调整去产能，建议政府引导资金更多投向补短板、调结构、促创新的产业领域，加大对转型升级企业和高科技项目的支持力度，打造一批拥有高端技术、高端产品和知名品牌的领军企业。

以标准规范为抓手促进绿色建材发展和应用

今年的《政府工作报告》提出，加快培育壮大新兴产业，全面实施战略性新兴产业发展规划，加快新材料、人工智能、集成电路、生物制药、第五代移动通信等技术研发和转化，做大做强产业集群。作为新材料行业领军人物，中国建材国际工程集团有限公司董事长彭寿此次特别关注绿色建材的发展。

彭寿认为，绿色发展是当今时代发展的大趋势、大方向，在“创新、协调、绿色、开放、共享”的新发展理念下，绿色发展已经成为关系我国发展全局的重要内容。作为国民经济的重要基础产业，在资源环境约束趋紧、环境污染严重、生态系统脆弱的严峻形势下，推广绿色建材、发展绿色建筑成为建材工业转型升级的必由之路。

发展绿色建材重在规范，彭寿建议建设部出台绿色建材认定标准和认定制度，开展能效审计，编制绿色建材产品目录标准，以标准规范为抓手，对示范企业给予更大力度的资金支持，促进绿色建材发展和应用。

设立发展新型建材、循环经济的专项资金，对绿色建材企业和绿色建筑项目给予补贴，支持绿色建材技术和产品的示范与推广，支持重大绿色建筑项目的实施。

明确强制实施绿色建筑标准的范围，比如，明确规定新建建筑中绿色建筑的占比，加大 Low-E 玻璃、薄膜太阳能电池、加能源 5.0 等绿色建材和绿色建筑的推广力度，实现绿色建材在全社会的广泛应用。（文/来源新华网）

绿色建筑建材发展进入快车道 房企看准市场加紧布局

新华网北京3月22日电(王日晨)日前,住建部发布《建筑节能与绿色建筑发展“十三五”规划》,旨在建设节能低碳、绿色生态、集约高效的建筑用能体系,推动住房城乡建设领域供给侧结构性改革。同时,这标志着中国绿色建筑建材将进入快速发展时期。

“十三五”规划明确了绿色建筑的发展目标和重点任务,要求严格按照绿色建筑评价标准开发建筑材料,推广应用创新设备,革新建造方式。

“目前,绿色建筑从规模、数量和运行质量上,都与人民群众对住宅品质的要求存在较大差距。我们更要拓宽视野,创新思路,把绿色建筑推向更高的发展水平。”在3月21日举办的第十三届国际绿色建筑与建筑节能大会暨新技术与产品博览会上,住房和城乡建设部总工程师陈宜明再次明确未来五年绿色建筑发展的目标与方向。

据记者了解,本次参展企业达到300余家。其中,包括大连万达集团股份有限公司、中国金茂控股集团有限公司、河北卓达房地产集团有限公司、朗诗绿色地产朗绿、当代节能置业股份有限公司、宝业集团股份有限公司等房企携创新技术产品相继亮相。由此可见,开发商已经开始加紧布局绿色建筑市场。

“随着新型城镇化建设的不断推进,一定会对建筑和建材行业起到极大的促进作用,未来三、五十年依然是发展的高峰时期。”卓达集团执行总裁杨汗青认为,目前已经有越来越多的企业已经深刻意识到未来行业发展潜力,已经参与其中并加紧市场布局。

2016年9月,国务院办公厅发布的《关于大力发展装配式建筑的指导意见》提出,以京津冀、长三角、珠三角三大城市群为重点推进地区,常住人口超过300万的其他城市为积极推进地区,因地制宜发展装配式混凝土结构、钢结构和现代木结构等装配式建筑。

对此,杨汗青认为,一方面国家在政策层面对装配式建筑行业是大力支持的。从企业角度来讲,考虑到日益提高的人力成本,已经到了改革的关键节点,只有走建筑装配化和工业化道路,才能有效的解决企业痛点。当然,在这个发展过程中,肯定会有一定的难度。

“很多企业在推装配式建筑，之所以没推广起来，除人们认识接受需要一个过程外，还有一个瓶颈就是价格的问题。东西再好，政策再鼓励，如果市场拿不下来，价格拿不下来，就很难进行推广。”杨汗青说。（文/来源新华网）

专访东方瑞宸邱海斌：新常态下的房地产不良资产重组 盘活是关键

人民网北京3月23日电（卢志坤）近年来国内房地产市场分化加剧的局面为一类投资群体带来了新的获利机会，他们瞄准那些出现问题的项目和企业，通过对问题资产的重新处置以获取预期回报。

来自东方瑞宸基金的邱海斌正是专注于日益膨胀的房地产不良资产业务中的一员，这家由中国东方资产管理股份有限公司辖下机构发起设立的另类投资管理基金近4年间已经“救活”了位于杭州、南京、上海等多个城市的数个烂尾楼项目。

在近日接受人民网记者专访时，邱海斌表示，中国四大资产管理公司更多的是承担不良资产做市商的角色，市场上依然缺少能够有效的实质性盘整不良资产的专业机构，类似于东方瑞宸这样同时拥有实质性的债务重组能力并配备规模可观的产业基金，其优势在细分领域的产业整合方面体现更为明显。

该机构预计，其今年管理的资产规模预计将会从去年底时的近400亿元增长至700亿元左右。在中国指数研究院发布的房地产基金综合实力榜单中，该基金排名全国第四。

邱海斌说，实质性的债务重组和资产重组改变了过去房地产类不良资产处置过程中单一的诉讼、破产、拍卖等硬着陆方式，通过基金的梳理、投资、置换和运营等能力化解不良资产，以平缓的方式重新焕发资产的实际价值。

据行业人士介绍，实际上，就房地产不良资产处置模式的本源而言，其处理方式可分为两个大的类型，一是转手，二是盘整，将不良资产主动改造为优质资产。

在过去，伴随房地产市场10数年来的快速发展，其整体向上的态势几乎能够消化因各种原因而出现的房地产问题项目。

行业人士表示，在这种单边上涨的年代，中间的每一位不良资产转手者都能不同程度获利，大家很少关注基础资产的好坏，物业价值单边上涨，物业价值不断重估，可以通过再融资来置换之前的债务，于是中间很多机构都赚了钱，但那个“烂尾楼”还是那个“烂尾楼”，没有人真正去盘活过。这种快进快出的模式只能实现行业平均收益，而真正高收益的棘手项目，其深度盘整往往需要3-5

年的时间。

但随着市场走势分化加剧，旧的策略越发失效。部分三、四线城市的住宅价格难以上涨，而在电商的冲击下，商业物业租金疲软，工业用地价格甚至呈现下跌态势，转手空间的收窄也迫使投资者真正介入到房地产项目开发盘活中，充当地产商的角色。

东方瑞宸组建的专业化地产开发运营团队，以及和百强房企中诸多企业的合作交集，让该基金拥有了介入不良地产项目重组和运营的能力。

邱海斌说，东方瑞宸的模式类似于美国的铁狮门集团，以金融+地产的形式协同运作。公司有自己的金融投融资团队，具备传统的金融资产管理能力，同时也有自己的房地产开发团队，能够进行产业方面的资产管理。

“我们既能做传统的投融资业务，也能做全面的投行业务，又能做债务重组、并购重组。”邱海斌对人民网记者说，对于那些需要通过并购的方式来整合市场的大型房企，公司提供的是专业的地产投资投行团队，辅助地产企业进行并购。而对于中小房地产企业而言，如今面临的是融资难和品牌知名度低、运营水平低下的问题，公司提供的就会是投融资以及专业的地产运营团队。

邱海斌介绍，在东方瑞宸接手的南京一个烂尾项目中，因为开发的企业资金链断裂，导致项目停工，项目诉讼缠身，大量业主维权。公司介入之后，开始梳理债权债务关系，风险前置，追加投资，与包括银行、高利贷、公众欠款等债权人谈判、清退，最后重新对项目进行规划设计，调整市场定位，最终抓住了南京市场去年的上升周期，项目清盘推出。

邱海斌给基金的定位介乎于金融、地产、不良资产处理的集合。“如果涉及到房地产的，我们比房地产企业更懂金融。在金融企业里面，我们更懂地产，”他说，“就金融机构和地产企业来讲，我们更懂不良资产的重组。”

目前，东方瑞宸与绿城集团在养老产业等方面均有较多合作，也与平安集团、东兴证券、紫金信托等机构成立产业投资基金，布局不良资产投资领域。邱海斌透露，年内公司预计会与黑石、华平、峰堡等国际投资机构在不良资产业务上有所合作，合资的规模可能不下百亿。

邱海斌说，公司聚焦于住宅地产的重组、养老地产投资以及产业园区的运营这3个方面。同时也专注于医疗大健康、教育、文化体育、智能家居等大消费产

业的股权投资，辅以房地产为载体的产业支撑。投资策略主要基于公司对房地产政策、城市、区域、以及产品类型的研究。

在他看来，由于房地产的周期性特点，注定了房地产项目和产品类型都是动态的。“今天不好的不表明天不好，或者新业态出来之后，今天不能做的不表明天不能做。”

邱海斌说，关键在于，需对产业变迁、消费习惯和市场变化做出研判，并提前布局。（文/来源于人民网）

新动能 新业态 新融合：中国建材家居行业发展 峰会在京召开

3月25日，中国建材家居行业“新动能、新业态、新融合”发展峰会在北京万寿宾馆山海厅拉开帷幕。本次峰会由中国建筑材料流通协会主办，国务院发展研究中心、商务部市场建设司、中国建筑材料流通协会相关领导及骨干企业代表100多人参加会议。据了解，本次会议主要围绕两会后建材家居行业供给侧结构性改革面对的新形势、新挑战、新机遇进行探索与研判。

中国建筑材料流通协会智能消费服务专委会执行主任沈耀俊

25日上午9点，中国建筑材料流通协会智能消费服务专委会执行主任沈耀俊作为主持人宣布峰会正式开始。中国建筑材料流通协会会长孟国强致欢迎辞。孟国强表示，协会将一如既往致力于建材家居行业的引领、协调与服务，并呼吁与会企业“集众之智，筹众之事”，共同为我国建材家居流通业的发展贡献聪明才智。

聚焦两会政策信息 打开视野“走出去”

在我国，中国建材家居行业转型成功也不过是生存，打开视野“走出去”才叫发展。为此，本次峰会特邀国务院发展研究中心对外经济研究部部长赵晋平做了题为“经济形势与政策分析”的主题演讲。

国务院发展研究中心对外经济研究部部长赵晋平首先对2017年来特别是两会前后的国际国内经济形势进行了解读；其次，针对近期美欧政治新变局进行了深入的剖析，并指出其影响尚未全部显现；第三，以国内的政策举措与应对策略畅谈了企业“走出去”是危机的同时也是机遇，支持更多企业走出国门，向外寻找新增长点。

赵晋平指出，从全国来看，在供给侧结构性改革的有效牵引下，中国经济稳的态势在持续、进的力度在加大、新的动能在生长、好的因素在累计，经济的广阔版图正处在加快转型升级的通道。赵晋平强调，纵观中国经济形势，增速虽在下滑，但经济增长质量在提高。积极因素增多，结构性改革提速、货币政策更加保守、需求水平回稳。我们要立足内需，实现可持续增长，依靠技术创新来控制资源和环境成本，推动资金回流实体经济，为经济不断提升积蓄能量。

坚持创新驱动发展 论道行业转型升级

当前，全国经济处于面临爬坡过坎的关键阶段，面对复杂多变的世界经济形势，企业如何实现稳中有进?峰会中，集美控股集团副总裁、家居事业部执行总经理赵婧发表了自己的看法。赵婧在题为“探索‘新业态’，构建家居建材多维生态圈”发言中称，“激水之疾，至于漂石者，势也”。企业必须顺应国家之势、市场之势、行业之势，尊重客观发展规律，用大眼光、大境界、大手笔规划企业营销战略，以“天时、地利、人和”之优势，使企业走得更稳健、更久远。赵婧介绍说，集美在旗舰店大红门商场设立“新能源汽车展厅、体验中心”；成立了金融投资公司，正式涉足金融投资领域；成立了以“文创科技加速器”为主旨的新型文化传媒公司；卢沟桥店探索双 MALL 经营，影院、超市先后进驻商场；还对传统班车进行改革，多辆新能源班车上岗，已收到较好的效果。

接下来，浙江数联云集团有限公司总裁杨茗杰为大家带来题为“数字精装——住宅产业的全装修模式”的发言。杨茗杰在演讲中称，“场景化”营销已成为建材家居卖场升级的重要手段，数联中国的数字化场景科技，必能解决多年来困扰行业的住宅产业化和信息化的难题。同时，他指出，场景科技对于建材家居卖场来说，不是谁革谁的命，时代只会进化而不会颠覆。

近年来，电商企业迅速崛起。然而，众企业频频触电，但都不是太成功，其因在于缺思路、缺规划、缺人才、更缺商业模式。那么，我们该如何融入?来自江苏易销电子商务有限公司的董事长周才炳有着自己的一套实战理论。周才炳在题为“传统商品市场电商转型升级落地实操解析”的发言中称，传统建材家居卖场转型升级要找准商业模式，更要实现以经营户为中心到以订单为中心的转变，还要实现全员营销，打造高效的电商运营团队。

随着消费者群体的更迭，家居卖场的主流消费人群已由 85 后 90 后占领，他们信任网络，更依赖网络。据统计，中国有 84.61% 的年轻人每天都使用手机或电脑来获取自己的消费信息。如何在新的历史时期，采取有效的对策，以求得卖场更好地生存和发展是摆在大家面前的一个课题。为此，喵尚家网络平台创始人、CEO 丁玲也带来了她的智慧。丁玲在题为“赋能卖场，共创未来”的发言中表示，互联网不仅是对传统行业冲击，更是对传统思维的冲击。传统家居行业需从自身角度出发，借助大数据平台的优势与市场形成无缝对接，整合优势资源，构建新

的营销模式，从而实现共建、共享、共赢的目标，这也是家居行业良性有序发展的根本所在。

丁玲指出，当下卖场纷纷独立建网站，仅为几十万平米卖场服务，运营成本非常高，投入产出比严重失衡。并称，近两年经过与互联网专家，营销专家，业内专家充分的深入探讨，认为建立一个平台化家居行业 O2O 网站，势在必行。

推进“百家百亿重点联系市场”工作 着力振兴实体经济

为推进商品交易市场转型升级，商务部于 2015 年起决定建立百家百亿市场联系制度。两年来，数百商品交易市场成功进入商务部项目库，并开展分类指导。但是，建材家居卖场“规模之大，数量之众”却少有入选。为此，下午的座谈会上，特邀商务部市场建设司副司长胡剑萍具体说明了关于在建材家居行业开展“百家百亿重点联系市场”的材料申报和加强工作指导、促进行业管理、推动转型升级的具体措施。

胡剑萍表示，与国家振兴实体经济相适应，“商务部百家百亿重点联系市场”涉及的规模之大、范围之广是前所未有的，这对于建材家居卖场而言将是一个千载难逢的机遇。她建议，一方面由政府主导，联合行业协会与龙头企业，通过调研与攻关，重点突破一些具有行业共性的痛点与难点；另一方面，要在制度上创新，健全各项制度，保障企业能获得创新投入应有的回报，从而提高企业的创新意愿和积极性。同时，她强调，不论是谈改革、谈松绑，还是谈“提质增效”，所有的改革措施，其最终落点都在于对品质和创新的追求。(文/来源于中华门窗网)

煤炭价格上涨加重陶瓷行业成本压力

虽然因为环保治理，目前各陶瓷产区“煤改气”的进程在不断加快，但对于大多数陶瓷企业来说，煤炭仍是生产的主要燃料。然而，由于去产能等因素影响，煤炭价格从去年下半年开始就持续猛涨，给陶瓷厂的生产成本带来了不小压力，“扛不住”的许多陶瓷企业已经陆续发出了涨价通知。

刚结束的两会上，李克强总理在政府报告里提出，“2017年要退出煤炭产能1.5亿吨以上。”与此同时，内蒙古、山西、陕西、河南等产煤大省遭遇严查和去产能“双压”，在供应受到影响的同时，也将给处于高位的煤炭价格带来更大的压力。对于陶瓷厂来说，引发的煤炭紧缺和成本上涨等压力难以避免。

遭遇严查和去产能“双压”

多地煤炭供应有限

2016年12月17日，国家发改委主任徐绍史在全国发展和改革工作会议上表示，全年煤炭2.5亿吨的目标任务已超额完成。而2017年的“1.5亿吨”目标依旧不可小觑。目前，已有多个产煤大省公布了2017年去产能目标。陕西省将在关中地区削减1000万吨煤炭用量；山西省将关闭退出煤炭产能2000万吨左右；河南省再退出煤炭产能2000万吨，压减煤炭产能742万吨；贵州省计划关闭煤矿120处，化解过剩产能1500万吨；吉林省将关停15万吨以下煤矿，压减煤炭产能314万吨；内蒙古将完成120万吨煤炭产能的退出任务；新疆拟完成淘汰退出117个煤矿、1187万吨产能。可见，各省在煤炭去产能方面的决心之大。

3月16日，国家安监总局通报了2016年煤炭建设项目安全专项监察发现问题，责令局部停止施工118处，责令停止建设135处，行政处罚2847万元。另外，根据《国家安全监管总局国家煤炭安监局关于开展煤炭全面安全体检专项工作通知》要求，今年的煤炭全面安全“体检”专项工作从2017年3月开始，持续到2017年年底。随着国家对煤矿监察不断升级，各地区煤矿许多处于“体检状态”。其中，内蒙古自治区开始大面积煤矿“体检”，责令停产停建整改煤矿、长期停产停建煤矿共计197家，震动煤市。同样，陕西省也开展煤矿全面安全“体检”专项工作，责令停产停建整改煤矿、长期停产停建煤矿共计110家。此外，山西等产煤大省也开始加紧对煤矿监管，在保证煤炭供应的同时，积极退出落后产能。亚太煤炭交易中心分析认为，产煤区貌似大势已定，煤炭上涨不是新闻，煤炭不

涨才算新闻。

据相关人士透露，3月以来，伴随着两会期间加大安全整顿，以及加大环保检查力度，煤企开工率不高，煤炭发运量有限，而2017年开年众多下游企业开始恢复生产，在煤炭市场需求增长、供给受限双重影响情况下，内蒙古地区煤炭市场再次出现供不应求局面，当地很多煤矿一直没有开工，更有煤矿是无煤可产。上游煤炭供应偏紧传递到港口和下游，引起了港口销售的火爆，北方港口仓位高度紧张，基本全部进入爆仓状态，而随着港口发运量的增加，也引起了拉煤车大排长龙，在煤矿排队等候装煤，队伍长达几公里。

煤炭上涨不是新闻

陶业“压力山大”

据悉，2月底以来，由于各地煤矿严查，陕西、内蒙古的煤矿全面上调煤价，大部分煤炭贸易商也开始积极囤货，2017年开年众多下游企业恢复生产，需求量大，煤炭供不应求，煤价一涨再涨。此外，目前运费上涨和运输困难也成为煤价上涨的重要因素之一。可见，在供应紧张、煤价和运费不断上涨的三重压力下，不少陶企“压力山大”。

据了解，广东地区煤价已经从去年最低时的500多元/吨涨至1000元/吨以上。相关人士做了分析，以一条生产线每月用煤2000吨为计，煤炭每吨上涨500元，每月生产成本将增加100万元。一年按10个月的生产周期计算，每条生产线年生产成本将增加1000万元。

不过，煤价上涨的同时，一些地区响应国家发改委进一步推进非居民用天然气市场化改革，纷纷发文下调天然气价格，给予用气量较大的工业企业优惠，以达到提高天然气使用率的目的。日前泉州市物价局对天然气终端销售价格进行调整疏导，下调居民、非居民天然气终端销售价格，其中非居民用户管道燃气价格其终端销售最高限价由现行的每立方米2.638元暂调整为每立方米2.56元，允许供需双方在最高限价范围内协商确定。

煤炭价格上涨的同时天然气价格下调，这无疑有利于陶业“煤改气”的进一步推动。（文/来源陶瓷资讯）

第三部分 国际连线

美墨隔离墙 欧洲建材巨头垂涎

欧洲建筑材料巨头拉法基豪瑞公司首席执行官埃里克·奥尔森表示，集团有意进军美国总统唐纳德·特朗普力推的隔离墙项目，向美国出售水泥。

对此，法国总统弗朗索瓦·奥朗德警告称，拉法基豪瑞得“想清楚”。

不谈政治立场

为兑现竞选时的承诺，特朗普一上任就签署行政令，在美国与墨西哥边界修建隔离墙，以防非法移民偷渡。墨西哥总统恩里克·培尼亚·涅托随即表示墨西哥不会为隔离墙埋单，并取消了原定1月底的访美计划。

据估计，建造隔离墙花费可能高达216亿美元(约合1494亿元人民币)，大大超出特朗普竞选期间的成本估算，即120亿美元(830亿元人民币)。

美国政府上月底向有意向的公司开放了初步询价，拉法基豪瑞是其中之一。法新社9日援引奥尔森的话报道，拉法基豪瑞已经做好准备，向美国境内基建项目提供建材。

“我们是行业领先品牌，会向所有客户供应产品，”奥尔森说，“我们会支持美国的建筑和开发项目。”

拉法基豪瑞由法国拉法基水泥公司和瑞士豪瑞公司2015年合并而成。被问及隔离墙项目可能令拉法基豪瑞公司声誉受损，奥尔森回应称，拉法基豪瑞不是政治机构，而是经营实体。“我们满足客户需求，对具体问题没有政治立场。”

与拉法基豪瑞相反，同样在美国有经营业务的爱尔兰建材公司CRH已明确表示，不会参与隔离墙项目。

就拉法基豪瑞对隔离墙项目的“兴趣”，法国总统奥朗德在布鲁塞尔举行的一场新闻发布会上说，这类竞标必须慎重，相关企业得“想清楚”。

看好基建市场

拉法基豪瑞希望，借特朗普推动的基建热收获巨额利润。特朗普承诺升级隧道、桥梁、道路和机场等设施，基建开支预计1万亿美元(6.9万亿元人民币)。

奥尔森说，随着基建投资的逐步到位，拉法基豪瑞在美国的业绩有望从2018年起进一步提振。

“(我们)准备就绪，将满足这一需求，”奥尔森说。

就隔离墙项目而言，拉法基豪瑞在毗邻墨西哥的美国亚利桑那州、新墨西哥州和得克萨斯州均设有工厂，拉法基豪瑞还准备增加在美工作岗位。这些不仅便于特朗普隔离墙项目，还符合特朗普增加在美就业岗位的竞选承诺。

另外，为满足基建市场需求，拉法基豪瑞还在马里兰州、俄克拉何马州、纽约州和密苏里州新建了工厂和办事处。（文/来源南方都市报）

印度陶瓷厂疯狂建新线，中国设备企业蓝海掘金

日前，2017 印度国际陶瓷工业展览落下帷幕，陶瓷行业上游领域几乎所有国际知名企业都参加了本届展会，其中中国和欧美企业数量较上届增加了约 20%。

究其原因，主要是因为陶瓷行业上游企业都发现了“蓝海”市场——印度古吉拉特邦的莫尔比产区迅速崛起。据不完全统计，2015 年印度新上陶瓷生产线近 60 条，2016 年这一数据增长到 100 余条。不少业内人士甚至预计，在 2017 年，印度陶瓷产业扩张的速度依然会保持去年的发展势头，新增生产线数量或再度突破 100 条。

在业内人士看来，如今的印度陶瓷产业发展的现状与 20 世纪 90 年代的中国无异，都处于疯狂扩张产能的阶段，发展空间大，但产业链上下游配套不齐全，自主生产陶瓷设备的能力有限，高度依赖进口；陶瓷企业的企业实力、品牌影响力“高”、“低”差异悬殊，产品质量良莠不齐……

“这是一个高速发展、但也是极为粗放的市场”。刚从印度参展归来的业内人士纷纷如此表示。

古语有云，“知己知彼，百战不殆”。如今，印度已经成为了中国陶机设备企业的重点目标市场，要想攻克印度市场，必须先对这个新兴的建陶产区有一个全方位的了解。

产业综述：疯狂扩张中，2016 年新增陶瓷生产线 100 余条

位于古吉拉特邦的莫尔比是目前印度最大、最集中的陶瓷产区，集中了 700 余家建筑陶瓷厂，占印度瓷砖总产量的 80%。但作为世界第三大瓷砖消费大国，印度现阶段的瓷砖产能依旧未能完全满足该国对瓷砖的消费需求。

受访者一致表示，印度陶瓷产业发展的现状与 20 世纪 90 年代的中国无异，都处于疯狂扩张产能的阶段。

因此，自 2015 年开始，印度的陶瓷厂就开始“疯狂”建设新生产线。据不完全统计，2015 年印度新上陶瓷生产线近 60 条，2016 年这一数据增长到 100 余条，其中有 30%是推翻旧生产线新建的生产线。不少业内人士预计，在 2017 年，印度陶瓷产业扩张的速度依然会保持去年的发展势头，新增生产线数量或再度突破 100 条。

发展至今，印度瓷砖产量迅速膨胀，产品不愁销路，但依然处于相对粗放的

阶段。“目前，印度陶瓷厂的重心大多放在生产上，但缺少控制产品优等率的认识，也不论品级制定价格”。据知情人士介绍，现阶段印度的多数陶瓷厂对工艺的改造与改革创新等关心程度较低，也不关心“环保”，因此产区内扬尘滚滚、污水直排的现象十分严重。

“莫尔比陶瓷产区的交通非常不便，仅有数条泥路的主干道，若是下雨天便无法行走，现在道路两边因汽车碾压已经堆积了 50 厘米厚的泥土。即便如此，该产区内依然有不少大货车来往穿梭。天天堵车，从早到晚都是堵车的。”刚从印度参展归来的佛山市洛德机械设备有限公司项目经理陆琪描述了这么一幅场景。

除了交通，制约莫尔比产区发展的还有原材料的缺失。据悉，莫尔比产区约有 80% 陶瓷厂并没有原料车间，生产所需粉料通常从印度与巴基斯坦的边界运输进来，给当地陶瓷企业的生产造成了极大的影响。

虽然有不少人认为印度的生产成本低，人口红利大（普工工资仅需 800~1000 元人民币/月），当地的瓷砖也会有很大的价格优势。其实不然，由于当地交通不发达，运输成本高，加之要从印度与巴基斯坦的边境购入生产原料，印度瓷砖的综合成本并不低。

受多方面客观因素及当地人的主观思维影响，印度的陶瓷厂规模普遍不大，通常是 1~2 条生产线。在莫尔比产区，700 余家陶瓷厂共 1000 条生产线左右，每条生产线的日产量在 8000~12000 平方米之间。

设备概况：中国陶机设备占据 80% 市场

作为世界第三大瓷砖生产与消费大国，印度的陶瓷产业发展备受关注。虽然目前产量较大，但是陶瓷产业依然处于起步阶段，产业链上下游配套不齐全，自主生产陶瓷设备的能力有限，尤其是压机、抛光线等技术门槛高的设备依赖进口。

在早期的印度陶瓷设备市场，意大利陶瓷机械企业牢牢占据垄断地位，尤其是 SACMI 窑炉、BT 自动储坯系统等。2006 年前后，印度中产阶级真正崛起、对瓷砖需求量猛增之际，中国陶瓷机械企业开始大范围进军印度。

“目前，中国陶机设备在印度市场的占有率高达 80%。”陆琪告诉记者，以窑炉为例，科达、摩德娜与德力泰在印度分别占有 20%、40% 与 10% 的市场，其余的市场则被印度本土 ITAMAC 窑炉公司所占有；而在釉线方面，由于技术门槛

低，一般由当地企业供应，中国企业仅占三分之一的市场；抛光线则由科达占据了绝对的市场份额；压机方面则以 SACMI 品牌居多。

据介绍，目前除了压机、抛光线等机械设备依靠进口外，印度本土设备企业已经能生产相关的设备。

“印度陶瓷厂对设备要求不高，并且对价格异常敏感，也因此目前其所用的产品品质参差不齐”。正因如此，有不少业内人士感慨到，“印度市场很大，但也很烂。”

按照业内人士的说法，原因不外乎两点。其一，有相当部分中国陶瓷设备商以超低价出口印度，将自己与同行逼上“绝路”；其二，印度作为世界第三大陶瓷生产大国，对陶瓷设备需求量大，当地设备供应企业也在迅速崛起，以低价抢占市场。

“简单来说，同款设备中国生产的使用周期可达到 10 年左右，然而印度的却只能是 5~6 年。”佛山市巴赛机电有限公司董事长黄惠廷表示，印度生产的设备价格竞争力强，而低价正是大部分印度陶瓷企业采购最重要的衡量指标。

“我们在展会上遇到的印度客户，当他们知晓产品后，第一句通常都是‘HOW MUCH’或‘WHAT IS THE PRICE’。甚至有些参展企业直接在宣传资料上印刷单价。”陆琪也分享了类似的经历，并指出，目前印度的陶瓷厂采购渠道相对狭窄，信息不对称。

除此之外，由于印度当地陶瓷厂多为家族式企业，一旦某家陶企对某一设备供应商形成认知，该设备企业的声名就会在家族内口耳相传，引发连锁反应，得到其他家族成员投资企业的认可。

生产现状：粗放混乱，产品优等率低

尽管使用的都是从意大利或中国进口的设备，但是印度陶瓷企业生产出来的瓷砖成品品质一般。分析指出，出现这种情况的主要原因是因为印度没有上述两国那般完整的产业链，受制于落后的生产管理与粗糙的生产工艺，印度陶瓷厂的产品优等率非常低。

“印度陶瓷厂对于陶瓷生产设备的要求不高，能生产、能用即可”。有受访者举例说到，“在中国，砖坯进入窑炉之前都会对砖型与距离进行相关调整，但是在印度的陶瓷厂，这个环节大多被省去，任瓷砖自由进出，生产秩序相对混乱。”

陆琪也向记者证实，由于生产粗放混乱，印度陶瓷厂的产品破损率极高。“在莫尔比参观期间，随处可见破损的瓷砖，而且他们对产品的优等率基本没有要求”。他表示，在莫尔比产区的陶瓷厂里，随处可见破烂的瓷砖堆起的“小山丘”，尤其是压机处与出砖口。

据介绍，印度当地陶瓷厂主要生产抛光砖与仿古砖，其中生产抛光砖的比例高达50%以上。产品规格除了常见的600×600mm、800×800mm等规格外，还有一些600×250mm、400×100mm、800×300mm等规格异形砖，主要应用工程项目。

印度的瓷砖产品普遍较厚，大约在12~15毫米，产品之间的区别并不大，同质化的情况亦十分严重，但目前销售十分通畅，基本不存在库存积压的问题。

此外，印度瓷砖的颜色也是超乎想象，橙色等鲜艳色彩常在瓷砖上出现。因为在印度人看来，越是鲜艳的色彩越能带来幸运。

但同时，印度也有非常惊艳的瓷砖产品，有些花色甚至不输于中国。据知情人士介绍，这些令人惊艳的产品主要是意大利、西班牙的贸易公司在当地贴牌生产的，为的是满足印度当地高端、个性的需求。“现阶段，能为意大利、西班牙公司提供代工服务的印度陶瓷厂并不多，其中包括SAMPOLO与METRO等”。

据悉，SAMPOLO稍有特色800×800mm规格的产品，在当地销售价格是16美元/平方米，相当于100元/平方米。

品牌现状：高端与低端差距悬殊

目前，印度陶瓷产业发展处于粗放阶段，仍以生产为重心，对品牌塑造与宣传关注低。但是这并不代表印度没有高端瓷砖品牌，SAMPOLO与METRO就是典型的代表。以SAMPOLO与METRO为代表的当地高端品牌厂家生产设备、工艺与技术先进，且时间沉淀长，久而久之便形成了高端的品牌定位。

印度的陶瓷厂在宣传的方式上更是各显神通。除了在莫尔比街头随处可见瓷砖的广告，SAMPOLO与METRO等品牌厂家则是全方位、全渠道推广，不仅通过报纸、网络与电视轮番轰炸，甚至是大学的外墙也有陶瓷涂鸦广告。

“我们在莫尔比入住的酒店，在观看电视的时候，冷不丁就会冒出某瓷砖的广告。”陆琪回忆到。

不过印度陶瓷厂综合实力相差悬殊，中间断层明显。据介绍，在印度，仅有5%的陶瓷企业拥有一定的实力，其余大部分企业都是由十几个、甚至二十多个人

共同投资建成的小工厂，且大多只有一条生产线。因为厂家的规模与实力差别大，导致生产出来的产品品质与性价比也呈现出较大的差异。

前景展望：疯狂建线背景下中国设备输出优势突出

当前，印度的城市建设对瓷砖的需求量极大。一方面是因为印度中产阶级刚性需求大，市场空间较大；另一方面是印度新总理上任后实施的智慧城市、清洁印度等计划也对瓷砖销售产生了极大的刺激。

以莫尔比为例，目前当地中产阶级人群人均收入约为 2000 元人民币/月，而当地的普通房价是 1000 元人民币/平方米，中产阶级的购买力较强，但这部分人群现阶段家庭装修中仅客厅的地面铺贴了瓷砖，其余均为水泥。“由此可见，印度的瓷砖市场空间极为广阔”。同样是从印度观展回来的另一业内人士感叹到。

上述人士提供了一组数据：以印度的瓷砖产能来计算，现在印度的人均瓷砖产量是 4~5 平方米的瓷砖。“正常来算，人均瓷砖产量在 8~10 平方米是较为合理的”。

因此，有不少业内人士预计，为了扩充产能满足市场需求，2017 年印度新建生产线的热潮会延续去年的热度，再现疯狂建新生产线的现象。

粗略计算，以 220 米的窑炉为例，每米的建设成本是 2 万余元，再搭配压机、干燥、釉线等设备，在印度约 4 千余万就能建成一条瓷砖生产线。更为关键的是，在印度新建生产线的程序简单，基本不需要经过政府审批。这也是印度得以猛上生产线的原因。

黄惠廷告诉记者，目前针对印度市场，中国陶瓷设备输出主要集中在两种模式，其一是以低价抢市场；其二则是赚取合理的利润，在产品输出的同时辅以技术指导。

他认为，从长远来看，技术输出是非常有必要的。“无论是从中国设备企业自身长远的发展来看，亦或出于对客户负责的态度，单纯输出设备容易被价低者所取缔，然而设备配合技术，或许就能遥遥领先，确立领导地位”。

与此同时，有业内人士建议道，跟印度客户往来贸易，一定要注意回款问题。印度陶瓷市场的贸易往来赊账非常普遍，而且账期长短不一。相对而言，大宗设备回款相对较为顺畅，生产线通过调试后即可收款。但是，耗材、电机、轴承等配件的回款就显得非常困难，因此一定要谨而慎之。

在中国陶瓷产业对大宗设备需求疲软的形势下，印度成为了不少中国陶机设备企业掘金的新蓝海。对于中国设备企业而言，印度陶瓷市场非常广阔，但要在该市场获得更长远的发展，还需企业潜心经营。（文/来源于陶瓷信息）

阿联酋能源价格上涨将拉动建材市场通胀

据阿联酋《国民报》3月22日报道，阿联酋近期能源价格上涨幅度较大，造成本地制造企业成本明显上升，很可能将导致建材市场的通胀情况进一步激化。

知名房地产咨询公司 Colliers 阿联酋总监福兰纳根表示，能源价格上涨已导致本地生产的水泥、玻璃、外墙材料、电缆及木材等建材产品成品上升。本地建材公司 Arkan 近期因为成本激增的原因已关闭了有43年历史的艾因水泥厂。

该公司在声明中表示，水泥行业是能源密集型产业，2016年12月，该公司用于制热的天然气耗用成本增长了73.3%，能源耗用总成本增长了56%。福还指出，原料价格上涨是个全球性问题，在美国等地也非常明显，因此进口原料的价格上涨也会是近期的重要趋势。但福同时认为，总体来讲通货膨胀率将会保持在较低个位数，因此对阿联酋市场尚不会造成极端的影响。(文/来源商务部网站)

国际光伏需求旺 中建材葡萄牙新建案开工

相较于中国大陆太阳能(000591)光伏内需维持稳定的状态,海外市场的新机会显得相当丰富。中盛新能源与中建材分别在约旦与葡萄牙展开新的电厂建置工程,两项工程的容量加总接近 300MW。

英商 Welink 能源公司所持有的葡萄牙 Solara 光伏电站由中建材提供 EPC 服务,在 3 月 1 日正式动工,总投资金额达 2 亿欧元,占地 800 公顷,装机量高达 221MW。这不只是中建材在葡萄牙所提供的首个光伏 EPC 专案,也是欧洲规模最大的单体光伏电站。

Welink 公司专事再生能源专案之开发、设计、技术谘询、专案管理,过去已与中建材合作在英国完成近 200MW 的大型地面电站建设。而中建材除在英、葡两国市场进行开发之外,在缅甸、泰国、美国等市场也都有布局。(科技媒体新能源网)

印度也疯狂 一年新建百余条陶瓷生产线

日前，2017 印度国际陶瓷工业展览落下帷幕，陶瓷行业上游领域几乎所有国际知名企业都参加了本届展会，其中中国和欧美企业数量较上届增加了约 20%。

究其原因，主要是因为陶瓷行业上游企业都发现了“蓝海”市场——印度古吉拉特邦的莫尔比产区迅速崛起。据不完全统计，2015 年印度新上陶瓷生产线近 60 条，2016 年这一数据增长到 100 余条。不少业内人士甚至预计，在 2017 年，印度陶瓷产业扩张的速度依然会保持去年的发展势头，新增生产线数量或再度突破 100 条。

在业内人士看来，如今的印度陶瓷产业发展的现状与 20 世纪 90 年代的中国无异，都处于疯狂扩张产能的阶段，发展空间大，但产业链上下游配套不齐全，自主生产陶瓷设备的能力有限，高度依赖进口；陶瓷企业的企业实力、品牌影响力“高”、“低”差异悬殊，产品质量良莠不齐……

“这是一个高速发展、但也是极为粗放的市场”。刚从印度参展归来的业内人士纷纷如此表示。

古语有云，“知己知彼，百战不殆”。如今，印度已经成为了中国陶机设备企业的重点目标市场，要想攻克印度市场，必须先对这个新兴的建陶产区有一个全方位的了解。

产业综述：

疯狂扩张中，2016 年新增陶瓷生产线 100 余条

位于古吉拉特邦的莫尔比是目前印度最大、最集中的陶瓷产区，集中了 700 余家建筑陶瓷厂，占印度瓷砖总产量的 80%。但作为世界第三大瓷砖消费大国，印度现阶段的瓷砖产能依旧未能完全满足该国对瓷砖的消费需求。

受访者一致表示，印度陶瓷产业发展的现状与 20 世纪 90 年代的中国无异，都处于疯狂扩张产能的阶段。

因此，自 2015 年开始，印度的陶瓷厂就开始“疯狂”建设新生产线。据不完全统计，2015 年印度新上陶瓷生产线近 60 条，2016 年这一数据增长到 100 余条，其中有 30%是推翻旧生产线新建的生产线。不少业内人士预计，在 2017 年，印度陶瓷产业扩张的速度依然会保持去年的发展势头，新增生产线数量或再度突破 100 条。

发展至今，印度瓷砖产量迅速膨胀，产品不愁销路，但依然处于相对粗放阶段。“目前，印度陶瓷厂的重心大多放在生产上，但缺少控制产品优等率意识，也不论品级制定价格”。据知情人士介绍，现阶段印度的多数陶瓷厂对工艺的改造与改革创新等关心程度较低，也不关心“环保”，因此产区内扬尘滚滚、污水直排的现象十分严重。

“莫尔比陶瓷产区的交通非常不便，仅有数条泥路的主干道，若是下雨天便无法行走，现在道路两边因汽车碾压已经堆积了 50 厘米厚的泥土。即便如此，该产区内依然有不少大货车来往穿梭。天天堵车，从早到晚都是堵车的。”刚从印度参展归来的佛山市洛德机械设备有限公司项目经理陆琪描述了这么一幅场景。

除了交通，制约莫尔比产区发展的还有原材料的缺失。据悉，莫尔比产区约有 80% 陶瓷厂并没有原料车间，生产所需粉料通常从印度与巴基斯坦的边界运输进来，给当地陶瓷企业的生产造成了极大的影响。

虽然有不少人认为印度的生产成本低，人口红利大（普工工资仅需 800~1000 元人民币/月），当地的瓷砖也会有很大的价格优势。其实不然，由于当地交通不发达，运输成本高，加之要从印度与巴基斯坦的边境购入生产原料，印度瓷砖的综合成本并不低。

受多方面客观因素及当地人的主观思维影响，印度的陶瓷厂规模普遍不大，通常是 1~2 条生产线。在莫尔比产区，700 余家陶瓷厂共 1000 条生产线左右，每条生产线的日产量在 8000~12000 平方米之间。

设备概况：

中国陶机设备占据 80% 市场

作为世界第三大瓷砖生产与消费大国，印度的陶瓷产业发展备受关注。虽然目前产量较大，但是陶瓷产业依然处于起步阶段，产业链上下游配套不齐全，自主生产陶瓷设备的能力有限，尤其是压机、抛光线等技术门槛高的设备依赖进口。

在早期的印度陶瓷设备市场，意大利陶瓷机械企业牢牢占据垄断地位，尤其是 SACMI 窑炉、BT 自动储坯系统等。2006 年前后，印度中产阶级真正崛起、对瓷砖需求量猛增之际，中国陶瓷机械企业开始大范围进军印度。

“目前，中国陶机设备在印度市场的占有率高达 80%。”陆琪告诉记者，以

窑炉为例，科达、摩德娜与德力泰在印度分别占有 20%、40%与 10%的市场，其余的市场则被印度本土 ITAMAC 窑炉公司所占有；而在釉线方面，由于技术门槛低，一般由当地企业供应，中国企业仅占三分之一的市场；抛光线则由科达占据了绝对的市场份额；压机方面则以 SACMI 品牌居多。

据介绍，目前除了压机、抛光线等机械设备依靠进口外，印度本土设备企业已经能生产相关的设备。

“印度陶瓷厂对设备要求不高，并且对价格异常敏感，也因此目前其所用的产品品质参差不齐”。正因如此，有不少业内人士感慨到，“印度市场很大，但也很烂。”

按照业内人士的说法，原因不外乎两点。其一，有相当部分中国陶瓷设备商以超低价出口印度，将自己与同行逼上“绝路”；其二，印度作为世界第三大陶瓷生产大国，对陶瓷设备需求量大，当地设备供应企业也在迅速崛起，以低价抢占市场。

“简单来说，同款设备中国生产的使用周期可达到 10 年左右，然而印度的却只能是 5~6 年。”佛山市巴赛尔机电有限公司董事长黄惠廷表示，印度生产的设备价格竞争力强，而低价正是大部分印度陶瓷企业采购最重要的衡量指标。

“我们在展会上遇到的印度客户，当他们知晓产品后，第一句通常都是‘HOW MUCH’或‘WHAT IS THE PRICE’。甚至有些参展企业直接在宣传资料上印单价。”陆琪也分享了类似的经历，并指出，目前印度的陶瓷厂采购渠道相对狭窄，信息不对称。

除此之外，由于印度当地陶瓷厂多为家族式企业，一旦某家陶企对某一设备供应商形成认知，该设备企业的声名就会在家族内口耳相传，引发连锁反应，得到其他家族成员投资企业的认可。

生产现状：

粗放混乱，产品优等率低

尽管使用的都是从意大利或中国进口的设备，但是印度陶瓷企业生产出来的瓷砖成品品质一般。分析指出，出现这种情况的主要原因是因为印度没有上述两国那般完整的产业链，受制于落后的生产管理与粗糙的生产工艺，印度陶瓷厂的产品优等率非常低。

印度某陶瓷工厂车间内地面到处堆积着破损的瓷砖。

“印度陶瓷厂对于陶瓷生产设备的要求不高，能生产、能用即可”。有受访者举例说到，“在中国，砖坯进入窑炉之前都会对砖型与距离进行相关调整，但是在印度的陶瓷厂，这个环节大多被省去，任瓷砖自由进出，生产秩序相对混乱。”

陆琪也向记者证实，由于生产粗放混乱，印度陶瓷厂的产品破损率极高。“在莫尔比参观期间，随处可见破损的瓷砖，而且他们对产品的优等率基本没有要求”。他表示，在莫尔比产区的陶瓷厂里，随处可见破烂的瓷砖堆起的“小山丘”，尤其是压机处与出砖口。

据介绍，印度当地陶瓷厂主要生产抛光砖与仿古砖，其中生产抛光砖的比例高达 50% 以上。产品规格除了常见的 600×600mm、800×800mm 等规格外，还有一些 600×250mm、400×100mm、800×300mm 等规格异形砖，主要应用工程项目。

印度的瓷砖产品普遍较厚，大约在 12~15 毫米，产品之间的区别并不大，同质化的情况亦十分严重，但目前销售十分通畅，基本不存在库存积压的问题。

此外，印度瓷砖的颜色也是超乎想象，橙色等鲜艳色彩常在瓷砖上出现。因为在印度人看来，越是鲜艳的色彩越能带来幸运。

但同时，印度也有非常惊艳的瓷砖产品，有些花色甚至不输于中国。据知情人士介绍，这些令人惊艳的产品主要是意大利、西班牙的贸易公司在当地贴牌生产的，为的是满足印度当地高端、个性的需求。“现阶段，能为意大利、西班牙公司提供代工服务的印度陶瓷厂并不多，其中包括 SAMPOLO 与 METRO 等”。

据悉，SAMPOLO 稍有特色 800×800mm 规格的产品，在当地销售价格是 16 美元/平方米，相当于 100 元/平方米。

品牌现状：

高端与低端差距悬殊

目前，印度陶瓷产业发展处于粗放阶段，仍以生产为重心，对品牌塑造与宣传关注低。但是这并不代表印度没有高端瓷砖品牌，SAMPOLO 与 METRO 就是典型的代表。以 SAMPOLO 与 METRO 为代表的当地高端品牌厂家生产设备、工艺与技术先进，且时间沉淀长，久而久之便形成了高端的品牌定位。

印度的陶瓷厂在宣传的方式上更是各显神通。除了在莫尔比街头随处可见瓷砖的广告，SAMPOLO 与 METRO 等品牌厂家则是全方位、全渠道推广，不仅通过报

纸、网络与电视轮番轰炸，甚至是大学的外墙也有陶瓷涂鸦广告。

“我们在莫尔比入住的酒店，在观看电视的时候，冷不丁就会冒出某瓷砖的广告。”陆琪回忆到。

不过印度陶瓷厂综合实力相差悬殊，中间断层明显。据介绍，在印度，仅有5%的陶瓷企业拥有一定的实力，其余大部分企业都是由十几个、甚至二十多个人共同投资建成的小工厂，且大多只有一条生产线。因为厂家的规模与实力差别大，导致生产出来的产品品质与性价比也呈现出较大的差异。

前景展望：

疯狂建线背景下中国设备输出优势突出

当前，印度的城市建设对瓷砖的需求量极大。一方面是因为印度中产阶级刚性需求大，市场空间较大；另一方面是印度新总理上任后实施的智慧城市、清洁印度等计划也对瓷砖销售产生了极大的刺激。

以莫尔比为例，目前当地中产阶级人群人均收入约为2000元人民币/月，而当地的普通房价是1000元人民币/平方米，中产阶级的购买力较强，但这部分人群现阶段家庭装修中仅客厅的地面铺贴了瓷砖，其余均为水泥。“由此可见，印度的瓷砖市场空间极为广阔”。同样是从印度观展回来的另一业内人士感叹到。

上述人士提供了一组数据：以印度的瓷砖产能来计算，现在印度的人均瓷砖产量是4~5平方米的瓷砖。“正常来算，人均瓷砖产量在8~10平方米是较为合理的”。

因此，有不少业内人士预计，为了扩充产能满足市场需求，2017年印度新建生产线的热潮会延续去年的热度，再现疯狂建新生产线的现象。

粗略计算，以220米的窑炉为例，每米的建设成本是2万余元，再搭配压机、干燥、釉线等设备，在印度约4千余万就能建成一条瓷砖生产线。更为关键的是，在印度新建生产线的程序简单，基本不需要经过政府审批。这也是印度得以猛上生产线的原因。

黄惠廷告诉记者，目前针对印度市场，中国陶瓷设备输出主要集中在两种模式，其一是以低价抢市场；其二则是赚取合理的利润，在产品输出的同时辅以技术指导。

他认为，从长远来看，技术输出是非常有必要的。“无论是从中国设备企业

自身长远的发展来看，亦或出于对客户负责的态度，单纯输出设备容易被价低者所取缔，然而设备配合技术，或许就能遥遥领先，确立领导地位”。

与此同时，有业内人士建议道，跟印度客户往来贸易，一定要注意回款问题。印度陶瓷市场的贸易往来赊账非常普遍，而且账期长短不一。相对而言，大宗设备回款相对较为顺畅，生产线通过调试后即可收款。但是，耗材、电机、轴承等配件的回款就显得非常困难，因此一定要谨而慎之。

在中国陶瓷产业对大宗设备需求疲软的形势下，印度成为了不少中国陶机设备企业掘金的新蓝海。对于中国设备企业而言，印度陶瓷市场非常广阔，但要在该市场获得更长远的发展，还需企业潜心经营。（文/来源于陶瓷信息报）

第四部分 产区及企业新闻

减“煤”增“气”大势下 各陶瓷产区博弈后如何？

2月17日，国家能源局公布了《2017年能源工作指导意见》，提出2017年煤炭退出产能5000万吨左右，消费比重下降到60%左右，而天然气消费比重提高到6.8%左右。据悉，在大气污染防治趋严、能源体制改革落地在即的大环境下，今年天然气新政将密集出炉。

不过，由于天然气的成本较高，对于陶瓷企业来说，这无疑又是一场政策和经济的博弈。那么，当前广东、山东、福建、四川等陶瓷产区实行“煤改气”的情况如何呢？当前各产区的天然气价格如何？

广东：佛山天然气成本高

清远“煤改气”推动力度大

日前，《佛山市2017年陶瓷行业大气污染深化整治方案(征求意见稿)》要求在今年10月1日前，全市陶瓷行业大气污染物氮氧化物排放限值收严为100mg/m³；2018年1月1日前，划入高污染燃料禁燃区扩大范围内的陶瓷企业改用天然气。虽然后经环保局和陶企代表沟通，标准或将修改。根据环保局标准，只有用天然气生产才能达标，然而佛山禅城区的天然气价格达到了3.5元/m³，南海区每m³甚至高达4元多，所以，佛山多数陶企采用的是“煤制气”生产。改天然气生产可以达标，但无疑加大了生产成本，降低了企业的竞争力。

同样博弈的陶瓷产区还有肇庆和清远。2014年肇庆推行煤改气，对未改用天然气的81条生产线实施了停产。不过由于天然气成本过高，进入2015年后，肇庆产区已经极少提及“煤改气”以及使用天然气进行生产等事项，天然气管道基本处于闲置状态，陶瓷企业仅需做到达标排放即可。据陶卫网记者了解，目前肇庆除了四会的乐华采用天然气生产，其余陶瓷厂家仍采用的是燃煤生产。

清远的“煤改气”历程同样坎坷。此前清远推动煤改气力度很大，由于成本问题，2014年天然气快通了，陶企无一签约。不过，近年情况好转。据了解，目前清远地区的天然气价格为2.3元/m³左右。2月2日，广东家美陶瓷有限公司三号厂区窑炉喷枪天然气点火一次成功，标志着该地陶瓷工业燃料进入清洁能源时代。此次是昆仑能源为该陶企首批6条生产线进行了天然气置换，调试后日供气可达6万~8万立方米，全部完成调试后，3月日供气可达12万立方米。而

此前正茂燃气对外透露，清新园区一期管线供气的企业包括 16 家企业，在 2016 至 2017 年力争由日供气 50 万方增加到 160 万方的较高水平。同时园区二期管道工程也将加快投入建设。

山东：淄博要求统一制气

在天然气推行方面，山东淄博的企业感受尤其深刻。此前淄博市建陶行业精准转调方案要求统一制气，淄博建陶创新示范园内采用集中煤制气；园区外使用天然气。由于天然气的改造验收影响，2017 年开年后除张店区获批就地升级的部分生产线点火开工外，淄川区所有陶企均处于等待政府环保验收阶段。

近日，山东省发改委出台《加快推进天然气利用发展的指导意见》，要求到 2020 年全省天然气消费量力争达到 250 亿立方米，占能源消费比重提高到 7% 以上。并指出，在陶瓷、建材等重点工业领域，推进天然气替代水煤气、油、液化石油气等工业燃料。鼓励工业天然气用户对管道气、CNG、LNG 气源做市场化选择，依法推动重点工业企业、工业园区实现天然气专供。

据了解，目前，山东淄博和临沂的工业天然气分别为 2.9 元/m³、3.1 元/m³。

福建：率先“煤改气”，见效大

早在 2010 年，福建省泉州市政府出台规定要求晋江、南安陶瓷企业所有窑炉不得采用水煤气，限期改用液化天然气，不使用的企业将被强制性关闭。在强大的环保压力下，泉州产区率先在国内实现全面“煤改气”，不过天然气的成本问题一直在困扰着泉州陶瓷企业。

2016 年 5 月 21 日，《福建省人民政府关于降低企业成本减轻企业负担的意见》发布后，福建产区天然气价格有所下调。春节期间，南安有 11 家陶瓷企业不停窑。不过，福建晋江的天然气最近波动较大，春节前是 2.2 元/m³，春节后进行了调整现在已达 2.6 元/m³。

而福建闽清县设立专项资金加大对建陶企业“煤改气”改造力度及对已完成煤改气建陶企业奖补力度。据统计，闽清天然气消耗占比攀升，去年用气量为 7000 万立方米，陶瓷行业燃煤削减 17.5 万吨，相当于少烧 17.5 万吨煤。

四川：夹江不少陶企改用天然气

根据夹江政府“十三五”规划的要求，夹江陶瓷厂数量将缩减至 50 家。其中，首要被淘汰的产能就是生产线老旧、环保不达标生产线。此外，由于燃煤

价格上涨，夹江不少陶瓷企业改用天然气，加之环保政策收紧，预计今年夹江陶瓷产区的“煤改气”工作将进一步落实。

据悉，1月，夹江产区内已有58家陶瓷企业与夹江新顺通天然气公司签订了恢复用气协议。根据新顺通公司对2016年9月以来“煤改气”工作的总结汇报，该公司在稳定原有36家中小用户用气的基础上，又有22家陶瓷企业与公司签订了恢复用气协议，恢复用气规模达110万方/日以上，从8月份日销量20.5万方提高到当前最高日销量68.7万方，9月至12月共销售天然气4800万方以上，全年实现天然气销售10564万方。

目前，夹江天然气价格分两个档次，一档一万立方以上(含一万方)的价格为1.75元/m³，一万立方以下的则为2.05/m³。在此基础上，目前价格可以与天然气公司协商。(文/来源陶卫网)

2017 年陕西省绿色建筑占比将达三成以上

陕西日报消息（记者海花 通讯员胡怡）记者从日前召开的全省建筑节能与墙体材料改革办公室主任工作座谈会上获悉，2017 年，陕西省将以“十三五”发展规划为依据，加强和规范绿色建筑管理，规模化发展绿色建筑，不断提高绿色建筑占新建建筑的比例，计划今年达到 30%以上。

据了解，陕西省将建立完善绿色建筑的设计、建造、评价和管理技术体系，健康快速发展绿色建筑。将绿色建筑纳入建筑节能监管范畴，建立完善绿色建筑项目的规划审查和施工图设计文件审查制度，把执行绿色建筑标准的民用建筑全部纳入规划、设计、施工、竣工验收等工程管理程序；按照“强制加引导”的方式，不断提高绿色建筑占新建建筑的比例，计划今年达到 30%以上；进一步做好绿色建筑评价标识管理工作，上半年选择 1-2 个城市进行试点，年底前全面推行；提高绿色建筑项目工程质量，加强绿色建筑建设过程监管，对获得绿色建筑标识的项目实行动态管理；推进绿色生态居住小区建设，宝鸡、咸阳、榆林等 3 城市各建设 1-2 个，西安市建 2-3 个；我省还将按照有关规定，对符合补助条件的绿色建筑评价标识项目给予补助。（文/来源于陕西日报）

豫冀辽晋等地陶瓷产区明确今年发展方向

近期，随着各地政府“两会”陆续召开，各产区2017年陶瓷业发展方向和重点随之曝光。通过研究梳理各产区政府2017年工作报告可以发现，今年北方各产区将重点推动陶瓷产业转型升级，而加大环保治理亦是产业发展的重中之重。

河南内黄

河南内黄提出，将重点打造百亿元陶瓷产业集群。据了解，2017年，内黄县将通过培育龙头、壮大市场、拉长链条，推动陶瓷产业由低端向高端转变、由单一品种向多元化转变、由内销向外销转变、由燃煤向燃气转变。重点抓好中原建材陶瓷博览城、贝利泰陶瓷二期建设，适时举办首届全国建材陶瓷博览会。同时，积极谋划建立陶瓷产业转型升级基金，以金融创新助推产业转型升级。

河北高邑

河北高邑提出，鼓励建陶产业加大产品研发力度，年内开发高档新产品5种以上，力争在引进开发日用陶瓷、艺术陶瓷上实现突破。扶持企业开展品牌创建和品牌营销，支持建陶企业参展国内外陶瓷博览会，扩大自主品牌销售比例，年内争创5个省级著名商标和名优产品。发挥陶瓷行业协会作用，加强行业自律，杜绝无序竞争，促进“抱团”发展。同时做优存量，重点抓好建陶产业转型升级，推广清洁生产，实施品牌战略，推进建陶产业向绿色化、高端化发展。到“十三五”末，产量控制在3亿平方米，产值突破100亿元，50%以上建陶企业实现自主品牌销售，做强北方陶瓷基地。

辽宁法库

辽宁法库提出，陶瓷园区拟对标广东佛山和山东淄博，强化陶瓷出口国市场需求导向，深化供给侧改革，调整优化陶瓷产业结构，培育扶持工业陶瓷、日用瓷和艺术瓷，鼓励发展发泡陶瓷等高附加值产品，支持陶瓷行业智能化升级，引进知名品牌企业，探索在原材料产地建立原料深加工园区。规划筹建专业陶瓷学校，储备发展人才。抓好陶瓷园区循环化改造，加大固液态垃圾处理力度，推广清洁能源，严格环境管控。同时，巩固扩大陶瓷产业开放成果，大举进军海外市场，紧盯俄罗斯，巩固蒙日韩，主攻中东，开拓非洲，进军美洲，全面提升“法库陶瓷”在国内外市场的影响力。积极推动法库铁路场站运营，有序推动设立海外仓，抓好国际展厅建设。

山西阳城、陕西千阳、甘肃靖远

另外，山西阳城、陕西千阳、甘肃靖远等产区也提出了今后发展的重点，阳城县在去年重点推动陶瓷企业“煤改气”，今年提出将秉承“稳定生产、推动升级、促进销售、打响品牌、增加就业、提高贡献率”的指导思想，加快产业上档升级。千阳提出，将以建陶产业园为主阵地，加快改造升级建陶产业。靖远提出，加快推进瓷产业园建设，努力把园区打造成机制创新的样板区、产业集聚的示范区、高新技术的孵化区，力争刘川工业园进入省级工业园区行列。扎实推进优势产业链培育行动，改造提升传统产业，发展壮大新兴产业，形成陶瓷建材百亿元产业链。（文/来源陶瓷信息）

陶企开工 淄博产区 3 月或能破局迎暖春

淄博作为饱受环保重压的建陶产区，2017 开年以来，面对节后开工生产线数量不足 10 条的飘摇满城，除了张店区 6 家陶企中部分点火复工外，验收时间从 2 月 20 日才开始的淄川区，终于如期所盼，振奋欢欣，在 3 月 2 日今天迎来了暖春的第一把火！

据悉，为全面落实淄博建陶产业优化升级暨绿动力提升工程动员大会精神，积极推进建陶行业环保治理和安全生产工作，山东淄博产区的陶企，今年须经环保、安监部门验收合格后，方可恢复生产。

第一梯队 意指绿色生产的明朗

2017 年 2 月底，由环保、安监等部门组成的验收小组莅临淄博金狮王科技陶瓷有限公司(以下简称金狮王陶瓷)，在袁东峰董事长的陪同下对厂区各个环节进行查验并综合评定。经过细致严格地对每一处进行评分，各项指标符合要求。自此，金狮王陶瓷成为淄川区首家通过验收，允许点火开工的企业。

作为淄博建陶品牌第一梯队的金狮王陶瓷，选定 3 月 2 日生产线顺利出砖，不仅为产区揭开验收达标的范本新潮，更展露出政府与环保部门，对倾注革新环保生产线、拥有绿色清洁能效的陶企，给予大力的首肯和支持回馈。

第一把火 引领飘摇之态的光亮

金狮王陶瓷目前以仿古砖为基础、大理石瓷砖、微晶钻石、金刚超晶石为主导，以功能型防滑瓷砖、防滑抗菌瓷砖为突破，内墙砖为补充的产品架构。其中，防滑抗菌等功能性瓷砖的研发精进，在产区与终端市场备受称道。

相信淄川区陶企的第一把火，能成为引领整个淄博产区开工复产的鲜明光亮，以绿色生产之美破局前行，迎来属于广大陶瓷人花开在眼前的暖春。（文/来源于中国陶瓷网）

因生产线急剧减少 多产区抛光砖涨价明显

春节过后，多建陶产区厂家发出瓷砖涨价通知，其中泛高安和夹江两产区抛光砖涨幅最为明显，甚至有陶企声称出现了产品供不应求、库存告急的火爆场面。

以 800×800mm 规格抛光砖为例，四川夹江产区的价格已经上涨了 0.5~1 元/片，截止目前，该产区普通抛光砖的售价已经回升至 14~16 元/片。同时，有不少抛光砖生产企业反映“生意还都不错”，部分企业不仅在这段时间消化了不少去年积压的库存，而且还出现了断货的现象。

节后多产区抛光砖销售旺盛，图为排队等待拉货的车队。

江西泛高安产区同样因为产能减少和生产成本的提升，让前两年一度滞销的抛光砖“华丽转身”变成了脱销的产品。最新的消息显示，继开年后第一轮涨价后，3月该产区又有一部分厂家再次发出涨价通知。

高安产区继开春开启首轮涨价后，部分企业3月再度涨价。

回顾 2016 年泛高安产区的抛光砖价格，却是一路滑落，800×800mm 规格的普通抛光砖价格最低曾跌落至 12 元/片以下。而目前，该类产品的价格已经开始回涨，大部分厂家均在 13.5 元/片左右，价高的甚至能达到 14.5 元/片。而 600×600mm 规格的抛光砖因为产能非常少，涨幅相对更大。

对于抛光砖价格再度上涨的原因，业内人士分析到：尽管抛釉砖已成为市场的绝对主流，但市场对抛光砖仍有需求，但近两年抛光砖生产线急剧减少后，产品开始趋于供求平衡。随着环保整治要求严苛，厂家长时间停产限产导致供应不足，价格也就随之上涨。

再度热销只是虚假繁荣？

“现在市场上的抛光砖价格是有所上涨，但这并不是抛光砖独有的现象。受原材料成本上涨、环保治理致使陶企停产限产影响，所有瓷砖品类价格都有所上涨。”宏宇陶瓷业务员郑先生总结今年市场变化时如是说道。他指出，近几年市场上主要都是抛釉砖，抛光砖虽然也存在一定的需求，但产销量、价格体系都没有发生明显的变化。尽管所有的大企业都还在做抛光砖，但仅仅只作为配套产品，没有一个大品牌主推这一品类。

近年来的大型陶瓷展会上，釉面砖独占鳌头，难觅抛光砖踪迹。

郑先生指出，传统抛光砖市场份额是在不断下降的，但是一些能跟抛釉砖相

媲美的抛光砖新品，比如喷墨渗花抛光砖，还是有一定竞争力。

夹江产区多家生产抛光砖的企业负责人同样表示，目前的销售景象看似很火爆，但事实上，一片普通抛光砖的毛利在 10%左右，只要生产稍不稳定就要亏本。因此，近年来产区内新中源、广乐、建辉、新万兴等企业纷纷对旗下抛光砖生产线进行技改升级，从而导致产区内抛光砖生产线数量锐减。

大将军陶瓷粤东地区销售负责人张先生长期对三线市场进行调研和开发，根据他的分析，目前大城市的消费者基本已经被厂家引导形成抛釉砖的消费习惯，传统的抛光砖主要市场是在农村，而农村市场往往对价格非常敏感，抛光砖涨幅过高会迫使消费者转而选择其他替代产品。

张先生指出，目前广东地区的抛光砖市场价格还是比其他产区的要略高一些，所以即使成本上升也还存在生存空间，而且广东地区的抛光砖生产厂家主要以私抛厂为主，价格很透明，谁也不敢轻易涨价。“江西、夹江等一些产区价格本来就很低，稍微上涨也是可以理解的”。不过他认为，总体上来讲，抛光砖市场还是相对稳定的，也不会出现明显的热销和价格上涨现象。

从记者多方了解的情况来看，虽然部分地区节后抛光砖出现了热销的景象，但并未为企业带来可观的利润，而且随着各地生产线陆续开工，产量恢复，这一繁荣景象也将有可能戛然而止。

抛光砖生产线急剧减少

抛光砖曾占据中国地砖市场九成份额而被誉为“地砖之王”，但随着花色丰富的、品类繁多的抛釉砖崛起，传统的抛光砖市场份额不断萎缩，因此近十年来抛光砖生产线也在不断减少。尽管如此，直至 2016 年，仍有部分产区抛光砖供大于求造成了巨大的库存压力，价格一再下滑，迫使更多厂家将原有抛光砖生产线改为抛釉线，产能再进一步减少。

2016 年，多地抛光砖生产厂家库存高企。

据了解，江西泛高安产区抛光砖生产线在最高峰时曾达到近 60 条，2016 年减至 40 条，然而截止今年 2 月，泛高安产区的抛光砖生产线仅剩 23 条。抛光砖供需失衡导致价格持续下滑，泛高安产区的大多抛光砖厂家纷纷把原有的抛光砖生产线改产为抛釉砖生产线。

与高安产区相比，夹江产区抛光砖生产线同样在急剧减少，但不同的是该产

区生产抛光砖最关键的阻力来自于生产所需的原材料匮乏。随着抛光砖利润的进一步压缩，夹江企业依靠外运满足企业生产的愿望基本很难实现，所以唯一的办法只有降低品质，用当地的原料来替代。这样一来，产品价格很难维持，从而引发产区内企业之间激烈的价格战，最终导致多家抛光砖企业倒闭。

近年来，夹江产区中无论是从生产线数量的增长，还是从产品销量的增长上来讲，抛光砖在地砖领域的地位都已经被全抛釉所取代。据统计，截至目前产区内抛光生产线不足 10 条，而全抛釉现已突破 30 条。

抛光砖生产线的减少并非个案，调查显示，截止 2016 年 7 月，河南产区抛光砖生产线仅剩 15 条，淄博产区更是从最高峰的 160 条降至 7 条。而这一数量还在仍在急剧减少。（文/来源于陶瓷信息）

整改力度加大 各陶瓷产区面临“大考”与机遇

2017年全国两会上，总理在政府工作报告中指出，更多运用市场化法治化手段，有效处置“僵尸企业”，推动企业兼并重组、破产清算，坚决淘汰不达标的落后产能，严控过剩行业新上产能。同时指出，今年的五大重点工作任务之一是环保治理工作，且重点在大气污染治理。坚决打好蓝天保卫战！不过，在总理的报告中，也提出要以多种方式支持技术改造，促进传统产业焕发新的蓬勃生机。2017年开年以来，从各陶瓷产区的消息来看，陶瓷企业面临环保在内的各种整改措施。当前在产能过剩的大前提下，对许多陶企来说，既有压力也是机遇和挑战。

四川治理力度大，陶瓷厂缩减至 50 家

2017年开始，四川夹江陶瓷产区，政府发布的各项治理措施不断。根据夹江政府“十三五”规划的要求，夹江县的陶瓷厂数量将缩减至 50 家左右。其中，首要被淘汰的产能就是生产线老旧、环保不达标生产线。

2月28日夹江县人民政府发布《关于陶瓷企业停止使用煤气发生炉的通告》要求，自2月28日起，在全县范围内，全面禁止陶瓷企业使用直径在 1.98m 以下或自行改制的煤气发生炉。使用直径在 1.98m 以上煤气发生炉的陶瓷企业，于2017年6月30日前完成煤气发生炉关停工作，改用天然气等清洁能源。

3月8日，夹江政府对黄土镇的违章建筑进行清理。近几年在夹江黄土、甘霖、新场等地兴建了大量的瓷砖库房，库房面积从数百平方米到数万平方米不等，其中有不少库房的手续不全，甚至是没有审批手续。按照公告要求，对4月10日仍未自行拆除的违章建筑，自4月11日起，县政府将组织相关部门和乡镇依法实施强制拆除。

广东惠州、潮州整治“三无企业” 佛山深化烟气治理

广东惠州规范矿山管理、潮州古巷打击“三无”企业、佛山烟气污染深化治理，广东各地的整治工作正在进行。

自正月以来，一场“整治风暴”在广东潮州市潮安区古巷镇迅速掀起，这场风暴打击的重点是无证照、无环保审批、无污染防治设施的“三无”企业，以达到规范经济户口管理，营造公平经商环境的目的。与此同时，据相关人士透露，广东惠州去年底加强矿山管理，严厉打击非法采矿点，春节前开始对非法采矿点

采取强制性措施关闭，年前部分矿山已陆续停止开采，春节后，无证矿山不能开工，有证才可开矿。

2017年年初，佛山市环境保护委员会下发了《佛山市2017年陶瓷行业大气污染深化整治方案》（征求意见稿）。方案提出治理目标，今年10月1日前，全市陶瓷行业大气污染物氮氧化物排放限值收严为100mg/m³，其他大气污染因子达到《陶瓷工业污染物排放标准》（GB25464-2010）及其修改单的指标要求。此次将对佛山市的63家陶瓷企业实施烟气污染深化治理，虽然方案或将修改，但治理决心可见一斑。

福建5月底前，所有喷雾干燥塔完成技改提升

为进一步提升环境质量，泉州市环保局大力推进建陶、石化、石材等重点行业大气污染治理。目前，晋江市共完成80家干燥塔除尘设施改造升级，拆除水煤气发生炉141座。

南安市制定印发《南安市陶瓷行业污染整治工作方案》，组织对干燥塔烟粉尘进行技术提升改造。《方案》提出，2017年3月底前，陶瓷协会完成购置雾炮除尘车一辆；5月底前，所有喷雾干燥塔完成技改提升，全部达到国家《陶瓷工业污染物排放标准》及修订单公告污染物排放标准。

《方案》指出，2017年，全市陶瓷企业每年委托实施一次陶瓷窑炉废气监测，上、下半年各一次喷雾干燥塔废气监测，监测项目为颗粒物、二氧化硫、氮氧化物；环境监测站每年不少于一次监督性监测。《方案》还鼓励陶瓷企业实施清洁生产技术的研发投入。引进、研发各种高效污染物净化技术，以及清洁生产技术和资源能源高效利用技术，提高行业和污染源的排放控制技术水平。

山东3月1日起，山东实行企业环境信用评价办法

3月1日，《山东省企业环境信用评价办法》开始施行。环保部门将企业环境违法违规行为、行政处罚处理决定、整改要求与期限等信息录入企业环境信用评价信息管理系统，按照企业环境违法违规行为记分标准作出相应的记分。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分以上的企业为环境信用红标企业，以红牌标识。对环境信用红标企业，环保部门应当将其列入重点监管对象，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;对适用于停业、关闭的,依法报经有批准权的人民政府批准,责令其停业、关闭。

2月14日至3月31日,山东临沂市在全区范围内开展为期40天的环境保护“春雷行动”。自2月26日至3月5日,检查工作组共检查企业68家,发现28家企业存在环境问题。经检验,发现恒宇建陶、东岳瓷业、恒宇建陶、三元建筑陶瓷、振业建陶、奥德丽建陶、龙凤瓷业、兆鼎瓷业、刚毅瓷厂9家陶企存在问题,并要求整改。

淄博的建陶企业在春节后并无往年热火朝天之景。在淄博市建陶行业精准转调方案发布后,截止2月27日,张店区共关停建陶生产线39条,累计压减产能1.23亿平方米,其中23条生产线已拆除完毕,16条生产线正在拆除中。6家就地提升改造建陶企业的12条生产线完成了外立面整治、改用天然气、污染物排放治理方面的提升改造任务,有2家建陶企业申请入园,目前田家企业集团同意入园。而淄博淄川区的建陶企业,直至2月底,企业才陆续通过静态验收,开始点火,未来还将迎来持续性动态验收。

广西规范矿产治理,原料供应紧缺

2月,广西壮族自治区国土资源厅出台了《关于进一步加强露天开采非金属矿产资源管理的通知》。广西一知名原料供应企业相关负责人透露,广西最丰富的陶瓷原料是白泥和高岭土,但在年前都因环保证照不全基本停了。目前市场供应相当紧缺,其主要来源一是靠原来库存,二是偷采。

他还表示,目前,开采矿山需要办理很多证照,但必须要做到证照齐全才能开采,如要有:采矿许可证、安全生产许可证、环保排放许可证、林地使用许可证、营业执照等等,但据他所知目前开采的矿山都不可能做到证照齐全,故均为非法开采。“这次加强露天开采非金属矿产资源管理新规,矿山被关的不仅广西、惠州,广东以及全国各地无证开采都是这样,该关停的关停,该抓人的抓人。”

日前,中国陶瓷工业协会副秘书长樊瑞新透露,2016年建筑陶瓷1777家,产量110.76亿平米,同比增长1.81%。产值4484亿元,同比增长3.0%,利润250亿元,增长0.1%。

业内资深人士表示,当前,陶瓷行业面临着环保整顿和成本不断上涨的成本压力,企业只有通过转型升级来应对结构调整、产能过剩、环保冲击等问题,只

有通过创新不断提升自身的竞争力，才能在“洗牌”大潮中成为最后留在沙滩的实力者。（文/来源于陶瓷资讯）

北方各产区明确今年陶瓷业发展方向

近期，随着各地政府“两会”陆续召开，各产区2017年陶瓷业发展方向和重点随之曝光。通过研究梳理各产区政府2017年工作报告可以发现，今年北方各产区将重点推动陶瓷产业转型升级，而加大环保治理亦是产业发展的重中之重。

河南内黄提出，将重点打造百亿元陶瓷产业集群。据了解，2017年，内黄县将通过培育龙头、壮大市场、拉长链条，推动陶瓷产业由低端向高端转变、由单一品种向多元化转变、由内销向外销转变、由燃煤向燃气转变。重点抓好中原建材陶瓷博览城、贝利泰陶瓷二期建设，适时举办首届全国建材陶瓷博览会。同时，积极谋划建立陶瓷产业转型升级基金，以金融创新助推产业转型升级。

河北高邑提出，鼓励建陶产业加大产品研发力度，年内开发高档新产品5种以上，力争在引进开发日用陶瓷、艺术陶瓷上实现突破；扶持企业开展品牌创建和品牌营销，支持建陶企业参展国内外陶瓷博览会，扩大自主品牌销售比例，年内争创5个省级著名商标和名优产品；发挥陶瓷行业协会作用，加强行业自律，杜绝无序竞争，促进“抱团”发展。同时做优存量，重点抓好建陶产业转型升级，推广清洁生产，实施品牌战略，推进建陶产业向绿色化、高端化发展。到“十三五”末，产量控制在3亿平方米，产值突破100亿元，50%以上建陶企业实现自主品牌销售，做强北方陶瓷基地。

辽宁法库提出，陶瓷园区拟对标广东佛山和山东淄博，强化陶瓷出口国市场需求导向，深化供给侧改革，调整优化陶瓷产业结构，培育扶持工业陶瓷、日用瓷和艺术瓷，鼓励发展发泡陶瓷等高附加值产品，支持陶瓷行业智能化升级，引进知名品牌企业，探索在原材料产地建立原料深加工园区。规划筹建专业陶瓷学校，储备发展人才。抓好陶瓷园区循环化改造，加大固液态垃圾处理力度，推广清洁能源，严格环境管控。同时，巩固扩大陶瓷产业开放成果，大举进军海外市场，紧盯俄罗斯，巩固蒙日韩，主攻中东，开拓非洲，进军美洲，全面提升“法库陶瓷”在国内外市场的影响力。积极推动法库铁路场站运营，有序推动设立海外仓，抓好国际展厅建设。

另外，山西阳城、陕西千阳、甘肃靖远等产区也提出了今后发展的重点，阳城县在去年重点推动陶瓷企业“煤改气”，今年提出将秉承“稳定生产、推动升级、促进销售、打响品牌、增加就业、提高贡献率”的指导思想，加快产业上档

升级。千阳提出，将以建陶产业园为主阵地，加快改造升级建陶产业。靖远提出，加快推进瓷产业园建设，努力把园区打造成机制创新的样板区、产业集聚的示范区、高新技术的孵化区，力争刘川工业园进入省级工业园区行列。扎实推进优势产业链培育行动，改造提升传统产业，发展壮大新兴产业，形成陶瓷建材百亿元产业链。（文/来源于陶瓷信息）

西部瓷都夹江陶瓷协会举行换届大会

3月23日，西部瓷都夹江陶瓷协会换届大会在峨眉山月花园饭店举行。大会以举手表决的方式通过了《西部瓷都夹江陶瓷协会章程》，选举产生了新一届理事会，米兰诺陶瓷有限公司总经理胡正华当选为新一届会长，并选举了常务副会长2名、副会长15名。

西部瓷都夹江陶瓷协会自2008年成立以来，目前已有会员企业50家，协会成立后，充分发挥了政府与行业、行业与行业、行业与企业的桥梁纽带作用，各项工作在全国各陶瓷产区同类行业协会中名列前茅。

夹江县委书记龚德勤对协会工作做出了肯定，希望陶瓷协会在新一届理事会的带领下，夹江的陶瓷产业在实现转型升级的过程中，以环境保护为根本，团结协作，以集中突破提升产品为协会目标，抓好技术创新、管理创新和品牌创新，把夹江陶瓷产地建成优质产业园区。

作为新当选的西部瓷都夹江陶瓷协会会长，胡正华在就职讲话中用“协调”和“创新”两个关键词道出了新一届理事会的工作方向。他提到陶瓷协会作为一个企业联系县委政府的平台，将致力于服务区域内陶瓷企业，推进陶瓷产业转型升级，继续发挥好桥梁和纽带作用，推动陶瓷产业可持续发展。

县委、县人大、县政协主要领导，县政府相关县领导，新、旧陶瓷协会领导班子及会员企业代表60多人参加会议。（文/来源于西部瓷都网）

触角伸向超薄内墙砖 豪联陶瓷转型求变

3月下旬，位于南安市官桥镇西庄工业区的南安市豪联陶瓷有限公司车间内，工人们正忙着将传送带上的外墙砖打包装箱，这些外墙砖过不了几日就将被运往美国市场。而在该公司的生产订单上，越南、马来西亚等东南亚国家的订单也排上了日程。

近两年来，南安本土陶瓷企业受成本上涨和LNG替代影响，在国内外墙砖市场上逐渐失去了竞争优势。以豪联陶瓷为代表的陶企纷纷转移战略目标，加速了对国际市场的挖掘。与此同时，日趋饱和的市场，也倒逼企业进行产品转型。当前，豪联陶瓷正在加速建设新的全抛釉内墙超薄砖生产线，并依托这一极具市场前景的新型建材，实现转型。

新能源替代导致部分陶企关停

2003年，国内陶瓷产业还处于发展黄金期。彼时，陶瓷产业圈内“内墙看广东，外墙看福建”，作为国内外墙砖主要产区的南安官桥、晋江磁灶产区，会聚了两三百家陶瓷企业，这其中不乏协进、豪联等大品牌企业。

南安市豪联陶瓷有限公司总经理陈章乙回忆，创业早期，豪联也是从生产卫生间小规格瓷砖开始做起。他毫不讳言，当时企业也是从小作坊开始起家，生产较为粗放。企业曾因环保问题不得不进行整改。也正因如此，他下定决心，希望能把企业从一个粗放经营的生产型企业，逐渐转变为精细化生产的现代化企业，安利陶瓷就是在这样的背景下诞生。

2003年，陈章乙创建了安利陶瓷，并把原先豪联的旧式窑炉升级为辊道窑，进一步提高了生产效率和产品质量。豪联、安利两个企业品牌虽分开经营，却也能捏紧一股绳，对国内外墙砖市场进行深度挖掘。发展到2012年时，企业旗下7组窑炉每天都在满负荷运转，以供应来自全国各地源源不断的市场需求。

不过，作为传统建材行业，以水煤气作为主要能源的陶瓷产业，因为陈旧的生产方式给环境带来的压力日趋凸显。为了进一步提高产业的绿色基因，南安陶瓷产业在2013年迎来了大面积的LNG新能源替代。

陈章乙依然记得，2013年的LNG替代给企业带来的阵痛。从原先一平方米陶瓷1元多的燃料成本，到能源替代之初一平方米近3元的燃料成本，尽管企业在2013年9月份就完成了LNG替代，却也元气大损，原先两个企业7组窑炉满

负荷运转的忙碌景象已经一去不返。

据了解，从2013年下半年开始，由于新能源的替代，一些陶企关停，或者关停一半以上的窑炉。“能活下来的企业就已经不错了，从某个角度来说，LNG替代也给行业带来了洗牌。”陈章乙说。

面临成本上涨与价格战双重压力

从2013年至今，洗牌后的陶瓷产业，仍在经历着转型的阵痛。用陈章乙的话来说，能存活下来的企业，利润也少得可怜，很多企业都是保本经营，在这种大环境下，豪联也没能幸免。

最为致命的是，新能源替代让企业在省外市场失去了价格上的竞争优势。彼时，国内像山东、广西、江西等其他陶瓷产区大多数还使用传统的水煤气，陈章乙不得不将市场触角缩回省内。

“我们当时有90%的市场在省外，失去成本优势后我们把80%的市场都缩回本省。以安利为例，公司3组窑炉也只剩下1组还在生产。”陈章乙说。

更为严峻的是，除了能源成本之外，包括化工、包装纸箱等原材料成本也在逐年提升。此外，运输成本也一直居高不下。“从中大规格的外墙砖来看，我们的成本每平方米上涨了1.2元。”

在这种情况下，国内其他产区的陶瓷产品仍借着成本优势大打价格战。即便陈章乙把企业的战略布局缩回福建，但在福建本土市场也面临着来自国内廉价瓷砖的价格冲击。

“山东砖加运费运到福建来卖，都比本土砖便宜，价格竞争太激烈了。”豪联瓷砖旗下品牌免筒陶瓷品牌经理杨跃森表示，企业是在成本上涨与市场价格压缩的夹缝中蹒跚前行。

挖掘超薄内墙砖新商机

国家环保政策倒逼，再加上原材料等生产升本的大幅度上涨，企业的转型迫在眉睫。陈章乙坦言，从2015年开始，其实企业也不是没考虑过转型，但这意味着高昂的技改投入。

外墙砖市场的进一步饱和，让他开始寻找新的产品进行替代。经过市场走访，陈章乙发现，全抛釉内墙超薄砖作为一种新型建材，正在国际上日益受到追捧。

“这种新型建材超薄轻便，仅有5mm，安装工艺相比较原先的内墙砖要简单

得多，不需要干挂、灌浆，易施工。而且对于原材料的用料也少，和国家的环保趋势相契合。”杨跃森告诉记者，这种新型建材两年前在佛山产区一经推出市场就成了香馍馍，泉州本土企业也跃跃欲试。不过由于技术和成本原因，很多企业都铩羽而归。

陈章乙表示，要生产全抛釉薄板，企业就必须把旧的窑炉拆掉重建，投入新的设备。“光机台设备的投入就要1500万元以上。有了产能之后，企业要打开市场还需要流动资金，所以转型最起码要投入2000万元以上。”高昂的转型成本让他一度非常为难。

“官桥和磁灶的陶瓷产业有着悠久的历史，我们不能让这个产业就这样走进死胡同，与其埋怨，不如脚踏实地地变革。”在同行对前景唱衰声中，陈章乙反而坚定了转型求变的信心。

当前，全抛釉薄板的生产技术已经逐渐成熟，市场接受度也进一步提升。豪联的转型迎来了最佳时机。在此基础上，陈章乙规划了两条生产线。并在今年启动了新生产线的建设，目前两条生产线一条在建，另一条正在筹划，争取半年之内全部完工，投入新产品的生产。

“北方建陶产区在环保方面的弊端也在显现，随着国家环保政策的缩紧，产能淘汰也是大势所趋。对我们泉州陶瓷企业来说，竞争压力也小了很多。”陈章乙分析。也正因如此，豪联（安利）在开辟全抛釉薄板新市场的同时，原先的外墙砖生产线也没闲着，再次将已经缩回的触角伸向省外，甚至北美、东南亚等国家和地区。

“外墙砖市场已经饱和，洗牌效应十分明显，所以我们这两年在出口上也加大力度，目前旗下包括免筒等品牌在国外市场上做得比较成熟，这也为我们明年把全抛釉薄板新品推向国外市场打下一个基础。”杨跃森说。（文/来源于海丝商报）

“泛高安”产品再升级，2017年大力推新

面对环保、成本及产区同质化越来越严峻的局面，“泛高安”产区具有实力的品牌陶企逆势而为，新产品研发的动作频频，与产销两旺形成产区新年开局的两大亮点。外墙领域的金泰源陶瓷 2G+6D 全新晶墨外墙与薄板砖、抛光砖领域的金利源陶瓷喷墨抛光砖、仿古领域的太阳集团旗下高新公司斥资千万打造的产区唯一一条型木纹专业生产线和精诚陶瓷的工业风产品、新瑞景陶瓷的高档通体大理石新品、瓷将军打造的罗马柱专线等都极具代表性。

据记者观察，作为产区最大的外墙砖企业，金泰源陶瓷一直在创新二字上狠下功夫，这也是该企业发展至今的成功之道。尤其是该公司 2016 年推出超薄陶瓷砖后，引起行业轰动。2017 年，该公司在原有陶瓷薄板产品系列基础上，在产区首推大规格系列新品。与此同时，该公司现有外墙产品系列方面也有创新的重大突破，产区首创了 2D+6D 全新晶墨外墙，该产品是传统与喷墨工艺的完美结合，无论是产品质感、釉面效果还是市场利润空间都具有很强的竞争力。

记者注意到，原本并不显眼的外墙领域近期创新风潮涌动。新瑞景陶瓷和新景象陶瓷都已开始生产陶瓷薄板砖，新瑞景陶瓷还于近日在产区主推了通体大理石，而新景象陶瓷虽然近些年低调，新品步伐一直不紧不慢，此次薄板砖的跟进却非常迅速。

金泰源营销总经理雷东焯表示，陶瓷薄板砖已经成为一种趋势产品，广东佛山、四川夹江都有多家企业进行了大胆尝试，而福建产区的陶瓷薄板砖最为流行，目前至少有 20 家企业有涉及。

仿古砖领域的创新引领者仍旧是太阳陶瓷和精诚陶瓷。作为泛高安产区产能最大的综合性企业，2017 年太阳陶瓷一是计划建设一条大型现代化全抛釉新线，二是斥资千万将集团旗下高新公司拥有 20 多年厂龄的 2 条生产线进行了全面改造，利用该线产能相对较好、品质易于控制又能结合市场需求的特性，专门生产 15×80（mm）、15×60（mm）、20×100（mm）等规格的条形木纹砖，并组建专门团队进行推广运作。太阳集团高新公司负责人胡振恒表示，此决策是为了丰富集团产品结构、完善终端产品体系。高新公司条形木纹砖于 2 月 1 日正式出产品，同时也是产区唯一的条形木纹生产专家，其产品品质可以与生产仿古砖见长的福建产区仿古产品媲美。

精诚陶瓷是产区产品和渠道差异化的杰出代表。该公司营销总经理洪科文表示，2017年精诚陶瓷的重点是品牌化，而品牌化的依托是具有市场竞争力的产品。今年精诚陶瓷将致力于打造产区的首批“工业风”产品。另据本报掌握的消息，江西普京陶瓷也正在筹划打造这一产品体系。

抛光砖方面，一直鲜见报端的江西金利源陶瓷成为产区的亮点，因该公司是高安本土首个推出喷墨抛光砖的企业。该公司营销总经理李江湖在“泛高安”产区辉煌发展十年主流陶瓷营销总经理座谈会上表示，喷墨抛光砖高档大气，佛山一线品牌都很热衷，三四线市场也应该大有可为，是抛光砖逆袭的明星产品。

配套产品方面，江西瓷将军陶瓷的罗马柱专业生产线也正在建设之中。该公司董事长肖华盛认为，从市场的流行趋势来看，罗马柱正在迅速取代背景墙部分的岗石线条或大理石，以明显的性价比优势使得家居装修高档起来，瓷将军专业打造的罗马柱生产线在未来产区配套方面值得期待。

而据本报记者掌握的消息，江西华硕陶瓷集团在收购瑞雪陶瓷后，将其中一条生产线改为生产瓷片，这将进一步完善集团的产品体系，而江西罗斯福陶瓷在获得佛山知名营销负责人黄小定加盟后，在产品领域肯定也会有所动作，只是目前正在筹划，不便对外公布。

此外，江西金佛陶瓷进军通体楼梯踏步，产区瓷片“新锐”江西奥巴马陶瓷进军全抛釉产品也值得期待。奥巴马陶瓷的成功就是在瓷片领域市场最低迷的时期进入，却能以产区最高价、最好销量脱颖而出。在业界看来，2017年全抛釉生产线新增至少20条，在切入全抛釉产品后，奥巴马同样面临复杂的市场局势，如何去运作也是产区一大关注点。（文/来源于陶城网-陶城报）

新锐产区行：“泛高安”凸显创新力量

相信“新锐”的力量！中国陶瓷行业“新锐榜”自2008年亮相江西以来，一批极具成长性的陶瓷企业在人物、产品、企业、展厅等领域各有斩获，这些获得殊荣的企业也成为引领产区发展的生力军，主导着产区发展的方向，引领着产区的未来。

第十三届中国陶瓷行业“新锐榜”报名启动以来，参与企业踊跃，以太阳陶瓷、普京陶瓷、罗斯福陶瓷、金泰源陶瓷为代表的产区主流企业纷纷参与，都欲以最好的姿态、最好的产品和风貌，与佛山一线品牌在中国陶瓷行业“奥斯卡”竞技台一比高下。

本报记者梳理发现，“新锐榜”自2008年开始在江西亮相，彼时产区发展方兴未艾，一批新锐开始占据行业报端重要位置。而自那时起，近十年的时间里，报名参加“新锐榜”的企业有80多项，而且报名数、获奖企业呈逐年增增长态势，充分体现了这些年来蓬勃发展的产区朝气，也令“新锐榜”在产区获得了广泛认可。

2008年，高安产区成功入选“年度优秀产区”，成为全国首个摘得此项桂冠的产区之一。在此光环下，高安产区发展一路高歌，产区产能规模、影响力目前正在“坐三探二”，这充分体现“新锐榜”在全面评估产区潜力、预见产区成长的准确性和可信度。

此外，截止2016年，太阳陶瓷、普京陶瓷、精诚陶瓷等获得相关殊荣的企业目前也被誉为产区最具有发展前景的企业。其中太阳陶瓷、普京陶瓷目前已成为产区的翘楚。记者注意到，太阳陶瓷这些年凭借雄厚的实力、不断创新的发展和行业良好的口碑，成为上榜次数最多的企业，该公司董事长胡毅恒曾与原高安市委书记、现任江西省安全厅副厅长皮德艳等产区政府领导及广东唯美集团董事长黄建平等一线品牌企业老板入选“年度人物”，企业在“新锐产品”、“年度风云企业”等重大奖项都有斩获。精诚陶瓷以创新性、差异化的优美姿态成为华中产区出口具有实力的企业，以精细化的个性屡屡摘得“新锐榜”多项奖项。

据“新锐榜”组委会透露，第十三届中国陶瓷行业“新锐榜”“泛高安”产区报名将有新的突破，这种突破不仅是数量，而且是质量上的。太阳陶瓷在去年获得“国家高新企业”之后，今年有望冲刺“创新卓越奖”，新落成的高大上的

国员陶瓷“奢瓷馆”、瑞阳集团陶瓷营销总部有望问鼎“年度优秀展厅”，而金泰源的超薄陶瓷砖、精诚陶瓷的工业风新品、普京陶瓷的V1源石、金利源的喷墨抛光砖等新品将代言产区与全国各大产区品牌角逐。此外，在终端领域开启形象店新征程的太阳陶瓷、普京陶瓷、华硕陶瓷等将有一批形象店参与“年度优秀专卖店”的评选，这是产区政府倡导“唱响高安陶瓷品牌”最真实的体现和最生动的写照。（文/来源于陶城网）

“世界陶瓷之都”德化县陶瓷出口连续逆市飘红

央广网泉州 3 月 17 日消息（记者张子亚）今年 2 月份，“世界陶瓷之都”福建省德化县被质检总局授予“国家级出口陶瓷质量安全示范区”称号。2014 年至 2016 年，德化陶瓷出口连续 3 年分别增长 6.35%、2.97%、8.47%，实现逆市飘红，成为全国出口工业品质量安全示范区建设的典范。其中 2016 年出口陶瓷货值 137.64 亿元，约占全国陶瓷出口总量的 9%。

福建检验检疫局全力推进德化县出口陶瓷质量安全示范区建设：健全“党政牵头+检验监管+企业主导+协会引导”四位一体建设保障机制；通过制定标准带动质量提升，共制定国家标准 5 份，地方标准 3 份，陶瓷类电商国家标准 4 份，其中 2 项国家标准被科技部列入国家重点研发计划项目；30 家国家级示范区企业全部通过 ISO9001 质量管理体系认证，93 家企业获输美陶瓷认证，居全国各大陶瓷产区第二位；建成两大质检检测公共检测平台，免费为示范区企业开展陶瓷铅镉溶出量和热稳定性等质量安全普查，及时总结并向企业发布出口陶瓷质量安全风险点。出口产品铅镉检验不合格率由 2014 年的 0.23% 下降到 2015 年的 0.13%，3 年来均未出现国外退运、通报问题。

此外目前全县拥有马德里国际商标 11 枚，中国名牌产品 2 个、中国驰名商标 6 枚、中国陶瓷行业名牌 21 个；实施知识产权战略，引导出口企业申请专利、版权，提高出口企业核心竞争力，世界知识产权组织在日内瓦向全球推广陶瓷版权保护“德化经验”。率先在美国、俄罗斯设立陶瓷跨境海外仓，位居全国“2016 年跨境电商创业最活跃的 25 个县”榜单第 20 位、福建省首位。（文/来源于央广网）

春节后佛山瓷砖价格不断上涨

昨天泛佛山产区一家瓷片企业向经销商发出产品涨价通知，通知称：由于原材料及煤炭价格暴涨，导致生产成本大幅度增加，300X600 瓷片每片上调 0.1 元，400X800 每片上调 0.2 元。

其实，受原料上涨因素，春节后泛佛山陶瓷产区的瓷片一直呈上涨趋势，一些没有瓷片生产线的陶瓷品牌，遇到瓷片工程客户，甚至不太敢报价，报价也只能为一星期内价格，因为面对价格不断上涨的行情，他们也不知道一星期后自己贴回来的产品价格会是多少。

涨价的不单是瓷片，抛光砖、全抛釉和大理石瓷砖均有不同程度的涨价。年后，生产企业 600X600 规格的产品出厂价每片上涨 1 元左右，800X800 的产品则每片涨价 1.5-2 元。

对终端消费者来说，每片涨价一二元看似不起眼，可对一些私抛厂和完全贴牌的中低端品牌，进货成本则增加了 5-10 个百分点，几乎是自己经营的全部利润，因此对外的报价非常小心。

据行业人士分析，目前泛山瓷砖涨价才刚刚开始，未来持续涨价的可能性还很大。因为淄博、夹江产区今年关停生产线不少，供大于求的瓷砖产能得到缓解。而受生产成本影响，各个产区都已纷纷涨价，并且呈不断上涨趋势，佛山产区瓷砖不上涨似乎就没有道理。

另外，去年底被媒体称为“广东史上最严环保风暴”，并没有像以往一样，风暴过后基本不理，而是保持了常态。而今年的佛山环保检查，甚至比去年环保风暴时还严格，这说明未来的环保政策“没有最严，只有更严”。顺德和南海都已经提出升级全部村级工业园，甚至出动无人机监督环保。这些也将直接影响到产品价格的上涨。（文/来源于珠三角泛家居商情）