



建材行业资讯 (十二月)

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
二次房改将至？ 社科院专家称改革力度或触及土地财政.....	4
创知名品牌示范区 促制造业转型升级.....	5
透视绿色发展指数 衡量地方发展和官员政绩有了新的“风向标”	12
商务部：明年将全面启动消费升级行动计划.....	16
深化改革护生态 项目发力促转型 绿色崛起按下“快进键”	17
我市出台激励政策—— 生产使用绿色建材的大户有奖励 生产使用绿色建材的建筑有标准.....	23
新引擎动力足 外销瓷创新高.....	25
节水卫浴须标水效标识 假冒最高罚 3 万！	29
中央预算支持 江西省 6 个老工业区将“变脸”	31
环保税 2018 年 1 月开征 卫浴行业价格或将大幅上涨.....	32
2018 年，这些新规与你有关.....	35
第二部分 陶瓷及相关行业市场动态.....	38
从智能马桶盖看广东如何迈向质量时代.....	38
2017 年 11 月份工业生产者出厂价格同比上涨 5.8%.....	44
全国首套房贷利率同比上涨超 20% 贷 200 万多还 40 万.....	49
全国统一碳市场启动进入倒计时 首批预计只纳入电力行业，百亿碳资产管理市场将启.....	51
12 月纸箱再度开启暴涨模式 陶瓷涨价在所难免.....	53
建筑陶瓷智能制造之路 目前还处在 2.0 向 3.0 过渡阶段.....	55
2017 年 1-11 月份全国规模以上工业企业利润增长 21.9%.....	58
质检总局：2017 智能马桶产品，线下合格率为 91.2，电商合格率为 72.560.....	
2017 家居企业“扎堆”上市 整体收入高速增长.....	63
2018 年中国智能快递柜市场预测：市场规模或将达 134 亿元.....	65
建材家居市场“入冬” 11 月全国规模以上卖场销售额下降近 2 成.....	66
2017 厨卫业热门事件.....	68

第三部分 国际连线..... 70

“一带一路”中阿国际产能合作交流会暨产能合作战略协议签约仪式圆满举行.....	70
陶瓷行业：瓷砖出口前三季度环比下降.....	72
俄罗斯楼市复苏 中国瓷砖出口将迎来转机.....	73
俄罗斯市场释放巨大需求 为中国建筑陶瓷出口带来重大利好.....	77
中国陶机出口日益强劲，有窑炉企业年出口量已超 40 条.....	78
印度待建生产线近百条过半拟生产全抛釉、抛光砖与瓷片.....	83
2017 年三季度广东陶瓷制固定卫生设备出口大幅增长.....	84
最新规定：欧盟 27 个国家将全部采用被动房标准建设.....	85
去年我出口企业损失逾 5000 亿，应对力量分散等短板暴露.....	87
泰国商业部推“彭世洛陶瓷”申报 GI 产品.....	93

第四部分 产区及企业新闻..... 94

佛山 9 家卫浴企业被拟定为“细分行业龙头企业”.....	94
淄博天然气涨至近 6 元/m ³ ，或倒逼陶企提前停窑.....	97
肇庆市陶瓷原料集中制粉（德庆）示范项目再升级 智能制造助陶瓷产业绿色转型.....	99
淄博启动重污染天气应急响应！陶瓷等行业限产 50%.....	100
被判虚假宣传及商业诋毁 简一已提起上诉 行业集体声援.....	101
某机构冒用协会名义开展“企业信用等级评价” 变相收取费用.....	102
今冬明春大气污染防治超严！广东陶企限产、整改情况如何？.....	103
夹江：陶企“退城入园”促转型.....	108
唐山以质量提升促卫生陶瓷产业品牌发展.....	109
佛山再添中国专利奖 多出自建陶等行业.....	111
法库产区再推煤改气：非清洁能源将不允许开工！.....	112

第一部分 政策及相关分析

二次房改将至？ 社科院专家称改革力度或触及土地财政

“二次房改”要来了？这是 12 月 8 日中共中央政治局研究用“加快住房制度改革和长效机制建设”为 2018 年房地产市场定调后，市场人士第一时间作出的反应。12 月 12 日，经济学家马光远也撰文指出，启动“二次房改”，弥补房地产制度建设的短缺，构建真正的长效机制是当务之急。中国社科院财经战略研究院城市与竞争力研究中心主任倪鹏飞表示，目前还没有官方口径提到二次房改，不过这一次住房制度改革的力度，或会触及到土地财政这一住房相关性基础制度。若执行坚决，产生的影响将不输第一次房改。（文/来源于华夏时报）

创知名品牌示范区 促制造业转型升级

坚美铝材以良好的质量口碑赢得众多客户的信赖，对促进区内企业产品质量的进一步提升作出了贡献。

12 月 19 日，蒙娜丽莎集团股份有限公司（以下简称“蒙娜丽莎集团”）在深交所上市，成为佛山首家在 A 股成功上市的陶瓷企业。

种种迹象显示，佛山陶瓷品牌的价值“含金量”在不断增加。2016 年，国家质检总局对佛山陶瓷品牌评价为 429.56 亿元；在全国各建筑陶瓷产区中，佛山陶瓷更保持多项第一的纪录。

不仅是陶瓷品牌，目前南海正创建“全国知名品牌示范区”，拥有南海铝材、佛山陶瓷、盐步内衣和南海半导体照明四个全国知名品牌创建示范区，是全国拥有最多知名品牌示范区的县级区域。目前，四个区域品牌入选 2016 全国区域品牌价值评价百强榜和制造业区域品牌价值评价 30 强，品牌总价值接近 753 亿元。

“南海要从产品品牌建设、企业品牌建设向区域品牌建设升级，以知名品牌示范区为重点，提升区域品牌价值，带动制造业转型升级。”佛山市委常委、南海区委书记黄志豪说，南海制造要向南海创造转变、南海产品向南海品牌转变，把南海制造打造成为高标准、高质量的代名词。

从无到有 四年打造四个全国知名品牌示范区

南海以民营经济和实体经济为主，民营经济和实体经济占全区 GDP 的七成以上，铝型材、建筑陶瓷、纺织、汽配、灯具照明等产业在广东乃至全国占有重要市场份额。

作为全国重要的制造业基地，南海 2016 年的工业总产值已经超过了 6000 亿元。南海第二产业占 GDP 的比重约为 60%，实体经济制造业为南海经济发展作出了突出贡献。然而，南海制造业基地的影响力更多是在规模和数量上为主，要增强南海制造的核心竞争力，必须要坚持高标准、高品牌。

从 2012 年开始，南海就率先启动“全国铝合金型材产业知名品牌创建示范区”的创建。2013 年，南海区被正式授予“全国铝合金型材产业知名品牌创建示范区”称号，成为铝型材行业首个也是唯一一个国家级知名品牌示范区。此后，包括内衣、陶瓷、新光源和纺织产业也陆续启动创建工作。

区域品牌是国家综合实力的重要体现，区域品牌价值评价是国际流行的评价

机制。2015 年，国家质检总局在“全国知名品牌示范区”创建工作的基础上，首次启动知名品牌示范区区域品牌价值评价工作，其评价结果在质检系统具有最高权威性。

今年 3 月 21 日，在北京举办的全国知名品牌示范区建设暨 2016 年区域品牌价值评价发布会上，佛山陶瓷、南海铝材、南海半导体照明和盐步内衣四个区域品牌入选全国区域品牌价值评价百强榜和制造业区域品牌价值评价 30 强，品牌总价值接近 753 亿元。

其中，佛山陶瓷、南海铝材、南海半导体照明、南海盐步内衣的品牌价值分别为 429.56 亿元、162.33 亿元、95.22 亿元和 65.86 亿元，四者品牌总价值接近 753 亿元，较 2015 年增长近 20%。佛山陶瓷更是以接近 430 亿元的品牌价值及 825 亿元的潜在品牌价值，在制造业区域品牌价值评价排行榜上位居第四名。

“陶瓷产业知名品牌示范区为南海乃至佛山陶瓷企业品牌加上了权威的‘金字招牌’。”蒙娜丽莎集团董事张旗康认为，品牌示范区的建设更加鞭策南海企业做好自主品牌，形成品牌意识，也更好保证了终端消费者能够在市场中选择到最正宗的“南海砖”和“佛山砖”。

从企业名牌到区域品牌 推动企业和区域经济发展

通过实施品牌示范区创建，特别是开展区域品牌价值评价，如今南海制造已在广大消费者心中树立起“用陶瓷，到佛山”“找铝材，到南海”“选内衣，到南海”“买照明，到南海”的行业口碑，推动南海产业集群实现了大提升。

在全球已建成的 10 大高层建筑中，有 5 座选用广东坚美铝型材厂（集团）有限公司（以下简称“坚美铝材”）生产的铝型材。“坚美铝材在国内 30 多个省市及 70 多个国家建立各级经销网点 700 多个，在越南、马来西亚、俄罗斯等 30 余个国家和地区建立了国外经销网点及商标、专利布局。”坚美铝材副总裁刘建辉说。

无疑，质量是企业的生命线，是企业在新常态下赖以生存的根本保障。如何大力提升区内企业产品质量，是南海企业也同样是党委政府所看重的。

在这过程中，南海区积极引导企业采用先进质量管理工具，孕育了一大批勇于创新、追求品质的优秀企业，比如，坚美铝材获得了第二届中国质量奖提名奖，蒙娜丽莎集团获得了 2015 年广东省政府质量奖，这为全区企业树立了质量标杆，

以点带面推动行业整体质量管理水平的提高,提升了南海制造的美誉度和竞争力。

在品牌示范区的作用下,南海经济发展动力得到有效提升。南海启动创建全国知名品牌示范区4年以来,地区生产总值由1966亿元增长至2016年的2411亿元,年均增长8.6%。

而示范区对南海经济发展拉动的作用同样是显而易见:内衣品牌示范区已成为全国中高档品牌最集中的内衣集群,汇集了内衣生产及相关联企业400多家,集群品牌个数上升到140多个;南海半导体照明产业产值占传统照明产业比重超过60%,2016年半导体照明产值突破200亿元,近三年年均增长20%以上;铝型材示范区,经济效益显著提升,产值已达600亿元,占全国的25%,纳税规模由获评命名当年的3.19亿元大幅增加到5.53亿元,增幅达73.3%;陶瓷示范区产值更突破950亿元,占全国的11%。

如今,以区域品牌为核心加强品牌建设,南海已形成从企业名牌到区域品牌,从政府质量奖到示范区建设的全面品牌建设体系。截至目前,南海累计创一项中国质量奖提名奖,两项广东省政府质量奖和两项佛山市政府质量奖,中国驰名商标由29件增加到62件,广东省著名商标由115件增加到167件,广东省名牌产品由81个增加到244个。

强化政策扶持 三年投入品牌奖励资金约1.6亿元

质量是兴国之道、强国之策。由追求速度转向追求质量,是一个国家由大到强的必由之路。国家质检总局质量管理司司长王海东认为,南海在经济社会发展的关键时期,把质量和品牌摆在重要的战略位置,这既符合南海现阶段经济发展的迫切需求,又代表了南海今后经济发展方式转变的方向。

当前,佛山提出建设面向全球的国家制造业创新中心,以建设质量强区为契机,以供给侧结构性改革作为经济工作的主线,把提高产品质量作为改善供给结构、提升供给水平的中心任务,大力振兴实体经济,不断提高南海制造的竞争力。

“品牌是质量的升华、是信誉的凝结,是质量与信誉的高度统一。我们要实现品牌南海的建设目标,就必须推进质量强区建设。”黄志豪说。

近年来,南海区质监局坚持以质量引领发展,用品牌成就优势,将创建全国知名品牌示范区作为加快推进优势传统产业转型升级、引领新兴产业发展、提升区域经济发展核心竞争力的重要抓手。

南海区质监局相关负责人表示，目前南海已经构建起“政府主导、企业主体、部门协作和社会参与”的大质量工作格局，并先后出台质量强区、“十三五”质量发展规划等质量政策，近三年更是加大财政投入，对主导制订国际、国家和行业标准的企业给予科研补助。目前，全区企事业单位参与制修订各级标准 826 项。

今年 3 月份，南海区颁发了首届区政府质量奖，在全国范围内首次将一线班组评审纳入政府质量奖评价体系，奖励对象从组织拓展到一线班组这样的基层质量工作人员。

除了设立区政府质量奖外，近年来南海也出台多项奖励扶持政策，极大地支持了产业发展和转型升级。其中，每年将 1500 万元标准战略经费和近 1000 万元示范区品牌经费纳入区财政年度预算，近三年累计投入标准、品牌奖励扶持资金约 1.6 亿元，为实现速度、质量、效益三者统一提供了有效保障。

树立企业标杆 “国字号” 示范区引领南海产业整体竞争力

蒙娜丽莎集团股份有限公司（以下简称“蒙娜丽莎集团”）成功登陆资本市场背后，包含着质量技术创新和标准创新的深厚积累。今年年初，国家质量监督检验检疫总局质量管理司发布第三届中国质量奖提名奖候选名单公示，蒙娜丽莎集团和同样来自南海的广东坚美铝型材厂（集团）有限公司（以下简称“坚美铝材”）名列榜中。

质量是品牌的根基，在以国字号示范区重塑南海产业整体竞争力的过程中，南海“质造”的崛起为其提供了坚实后盾，蒙娜丽莎集团等一批具有较强品牌培育能力的企业正在涌现。

释放政策红利引导企业提品质创品牌

近年来，南海坚持企业为主，发挥企业在质量建设中的主体作用，推动社会积极履行质量安全承诺，加强研发设计、生产制造、流动销售全过程、全方位的质量管理，大力推进质量技术创新和标准创新，支持优势企业争创国家、省、市、区四级政府质量奖。

品牌企业的涌现正与南海的一系列积极部署有关。

2016 年，南海首次设立区政府质量奖和一线班组奖，并在今年 3 月嘉奖了首批获奖企业。值得一提的是，该区把一线班组评审纳入政府质量奖评价体系的

做法在全国是首开先河的，政府奖励对象首次从组织拓展到了企业一线质量工作者领域。获得首批南海区一线班组奖的有四个班组，分别来自蒙娜丽莎集团、坚美铝材、菱王电梯股份有限公司和广东奥丽依内衣集团有限公司。

为鼓励企业提质增效，南海重奖获得各级政府质量奖的企业。如对首次获得中国质量奖、中国质量奖提名奖的企事业单位，分别给予一次性品牌推广专项经费补助 500 万元、300 万元；首次获得广东省政府质量奖、佛山市政府质量奖的企事业单位，则可分别按照省、市奖励金额 1:1 配套获得一次性品牌推广专项经费补助。

南海还积极推动了多家企业推动设立“首席质量官”，设立“大城工匠”工作室。就在 11 月 22 日，首批 22 家“大城工匠”工作室出炉，20 块牌匾全部由薄陶板烧制，均出自蒙娜丽莎集团的生产车间。相关部门称，此举既是对企业的鼓励，也有树立标杆、彰显南海品牌制造之意。

以“区域品牌”推动行业抱团升级

9 月 28 日，佛山南海出口铝型材质量安全示范区（以下简称“示范区”）高分通过专家组考核，并在 3 个月后获得授牌，成为国内首个省级出口铝型材质量安全示范区。

省级出口工业产品质量安全示范区的考核要求严格。如区域内相关产品生产和进出口规模须占全国同类行业的 5%以上，或列全省同类行业前三名，或占当地出口总量 10%以上；有 3 家以上龙头企业等。据南海出入境检验检疫局相关负责人称，经过听取汇报、现场核查、抽样企业走访等环节，考核验收组对南海出口铝型材质量安全示范区给出了“产业规模庞大、政府支持有力、集聚优势明显、平台支撑强大”的评价。

毫无疑问，在标杆企业示范引领作用之下，产业的整体提升正进一步放大南海区域产业优势，培育出响亮的区域品牌——

在陶瓷、铝型材产业之外，在产业重镇狮山，华南地区最大的电光源生产基地已经建立起来。整个南海的半导体照明产业产值占传统照明产业比重超过 60%，2016 年产值突破 200 亿元，近三年年均增长 20%，佛山照明、国星光电、雪莱特等一大批优秀品牌企业从南海走向国际；在中国内衣 12 个消费主导品牌中，盐步内衣占据一半市场，2016 年，盐步内衣以 65.86 亿元的区域品牌估值登上全

国区域品牌价值百强榜；2014年，“西樵面料”集体商标注册成功，从企业到平台构筑的紧密集群，在创新驱动之下迅速走入产业加速发展期。

显然，从产品品牌建设、企业品牌建设向区域品牌建设升级，今天的南海正以知名品牌示范区和出口质量安全示范区为重点，提升区域品牌价值，带动制造业转型升级。

■相关

以标准为“敲门砖”打造高层次区域品牌

时间的脚步迈入21世纪，科技创新能力成为区域竞争力的核心要素。如何为南海陶瓷、铝型材等区域产业品牌注入新活力？广东省质监局副局长翁永卫的答案是“标准”。他认为，“标准是进入市场的敲门砖，是话语权，南海质量品牌工作已走在了广东省前列，建议南海企业在国家标准之上提升产业标准，打造高层次南海区域品牌”。

资料显示，经过多年的积淀，南海的标准制定工作成效颇丰。截至2016年，南海区企事业单位参与制订地方级以上标准826项（其中国际标准3项），数量为全省同级区第一名，对于产业核心竞争力的提升产生了极大的推动力。

一个例证是，坚美铝材主导制定的国内铝材行业首个ISO国际标准《铝及铝合金阳极氧化有机复合膜》，打破了欧美的技术贸易壁垒，为中国近200万吨价值数百亿元电泳铝材产品的出口拿到了国际通行证。

除此之外，南海还拥有国家或省级标准化秘书处10个，13个项目被列为省级以上标准化示范区，已经初步建立了涵盖一二三产业的先进标准化体系。

然而，在翁永卫看来，南海在“制定标准”一事上还有较大上升空间。他表示，相比联盟标准和团体标准，国家标准只是一个基本门槛，而联盟标准是推动整个产业集群发展的一个重要方式，因此企业、行业不能满足于国家标准，需在联盟标准和团体标准上多多着力。

广东省的联盟标准和团体标准均是先在南海启动探索的，目前已在全国推广。翁永卫建议，南海优势企业可于制造企业新标准上展开探索，参与甚至主导制定团体和行业标准，进一步提升南海重点产业标准化水平，以标准化提升南海产业进程。

对于这一点，南海已进行了相关的部署。据了解，目前，南海正以铝材、陶

瓷、鞋业、装备制造业等产业为重点，建立行业标准体系，推动行业协会、产业联盟等制定实施联盟标准，引导企业抱团发展，创建国家高新技术产业标准化示范区。

未来，南海将支持高端装备制造、节能环保、新能源汽车、新材料等领域打造一批达到或超过国际先进水平、引领国内产业发展的“南海标准”。同时，把标准贯穿到经济社会发展各领域和全过程，把南海打造成为标准高地。（文/来源于南方日报）

透视绿色发展指数 衡量地方发展和官员政绩有了新的“风向标”

26日，国家统计局、国家发展改革委、环境保护部和中央组织部联合发布《2016年生态文明建设年度评价结果公报》，首次公布了2016年度各省份绿色发展指数和公众满意程度。

绿色发展指数和公众满意程度不仅展示了当年各省份绿色发展情况，还将纳入五年一次的生态文明建设目标考核，考核结果将成为各省份党政领导综合评价、干部奖惩任免的重要依据。专家认为，这对于完善经济社会发展评价体系，引导各地区各部门树立正确发展观和政绩观意义重大。

生态文明建设的“测量仪”

建设生态文明是中华民族永续发展的千年大计。近年来，我国生态文明建设各项工作取得积极成效。但总体上看，我国生态文明建设水平仍相对滞后，一些地方片面追求GDP增速、发展方式粗放、生态环境恶化等问题仍未有效解决。

生态文明建设成效如何，需要“一把尺子”来衡量。2016年，中办、国办印发《生态文明建设目标评价考核办法》，明确我国将对各省区市实行年度评价、五年考核机制，以考核结果作为党政领导综合评价、干部奖惩任免的重要依据。

绿色发展指数和公众满意程度，是年度评价工作的两个组成部分。其中，绿色发展指数采用资源利用、环境治理、环境质量、生态保护、增长质量、绿色生活6个方面的55项评价指标计算生成，全面客观地反映各地区绿色发展成果。

“官方公布一国各地区的绿色发展指数，这在中国是首次，在全世界各国也是领先的。”北京师范大学教授李晓西说，这一指数是实现中国绿色发展战略的有力措施，为着力解决突出环境问题、加大生态系统保护力度、改革生态环境监管体制等重点任务，提供了宝贵的依据。

生态文明建设好不好，群众满不满意至关重要。此次年度评价设置了“公众满意程度”这个主观指标，通过组织抽样调查来了解公众对生态环境的满意程度，突出反映公众的“获得感”。

“这体现了坚持以人为本的发展理念，强调问题导向和目标导向，对于引导地方党委和政府把绿色惠民作为生态文明建设的出发点和落脚点，具有十分重要

的意义。”中国人民大学教授金勇进说。

推进生态文明建设的“指示器”

此次发布的年度评价结果不仅包括2016年各省份绿色发展指数，还公布了构成该指数的6项分类指数。纷繁的数据背后，我国推进生态文明建设的三大指向清晰可见：

推进生态文明建设更平衡——

从分类数据来看，反映主要污染物、危险废物、生活垃圾和污水的治理以及污染治理投资等情况的“环境治理指数”，排名前三的地区为北京、河北、上海。

反映大气、水、土壤和海洋环境质量状况的“环境质量指数”，排名前三的地区为海南、西藏、福建。

反映绿色生活方式转变以及生活环境改善的“绿色生活指数”，排名前三的地区为北京、上海、江苏。

根据分类指数计算的绿色发展指数显示，排名前三位的地区分别为北京、福建、浙江，而新疆、西藏、宁夏排名靠后。

“排名靠前的省份有各自存在的‘短板’，靠后的省份也有部分领先的指标，需要扬长补短。”李晓西说，指数的比较研究能够正确指出绿色发展的着力点，为决策者评价政策效果提供参考依据，这是“从让我干到我会干”的一个重要指南。

推进环境治理打好持久战——

此次公布的结果显示，有些地区的环境治理指数很高，但环境质量指数却很低。例如，北京和河北是环境治理指数排名前两名的地区，环境质量指数排名却为倒数第四和倒数第二。

专家分析，治理指数重点反映地方政府在污染防治和环境治理方面开展的工作；而质量指数重点反映大气、水、土壤和海洋的环境质量状况，既与当地的环境治理工作进展情况有关，也与当地的气候、自然条件、产业结构等因素有关。

“环境质量的恶化不是一朝一夕造成的，环境质量的改善也需要一个长期的治理和扭转过程，必须从调整经济结构、加大环境治理投入、严控环境污染等多角度共同发力，不断推进。”国家发改委副主任、国家统计局局长宁吉喆说。

提升生态文明建设的公众“获得感”——

数据显示，2016年，公众满意程度排名前三位的地区分别为西藏、贵州、海南，而满意程度较低的是河北、北京、天津。

值得注意的是，部分地区绿色发展指数和公众满意程度排名的落差较大。例如，北京、上海分别为绿色发展指数排名第一和第四，其公众满意程度排名为倒数第二和倒数第九。

主要原因在于二者评价重点不同，宁吉喆介绍，绿色发展指数侧重于从资源、环境、生态、经济等方面多维度、多层次综合反映生态文明建设总体进展；公众满意程度侧重于调查公众对生态环境质量的满意程度，公众对反映当地空气、水、居住周边环境等环境质量状况相关指标的主观感受相对更加深刻。

推动高质量发展的“风向标”

绿色发展指数，不仅是督促和引导各地区推进生态文明建设的“指示器”，更是推动未来高质量发展的“风向标”。

——用好评价考核“指挥棒”，引导各地补齐发展短板。

绿色发展指数和公众满意程度的年度评价，都将纳入到五年一次的生态文明建设目标考核中，作为党政领导综合考核评价、干部奖惩任免的重要依据。

“要摒弃‘唯GDP论英雄’的发展观、政绩观。”宁吉喆说，完善经济社会发展考核评价体系，使之成为推进生态文明建设的重要导向和约束。对于需要改进和提高的领域深入总结、分析研究，提出有针对性地解决措施并加以落实，从而补齐绿色发展短板。

——推动形成绿色生产方式和生活方式。

绿色发展指数及其指标导向，不论是对企业发展，还是对社会和公众生活都将产生很大的影响和引导力。

李晓西认为，绿色发展指数超越传统的投资环境评价，为投资者全面衡量投资项目的收益提供了更高和更全面的视角。同时，把绿色产品、绿色出行、绿色建筑、公共绿地等纳入指标体系，可以直接引导公众关注绿色生活方式的形成。

——构建与高质量发展相适应的统计体系。

中国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段。在这一背景下，构建与高质量发展相适应的统计体系尤为关键，此次发布的绿色发展指数无疑是一个良好的开端。

国家统计局总经济师盛来运说，现有指标体系反映经济建设方面的指标偏多，反映社会发展、人与自然和谐发展的指标少，要按照五大发展理念要求，增加完善相关指标体系。此外，要按照建设现代化经济体系和推动高质量发展的要求，增加反映产业、行业、地区等各方面结构协调性指标、质量效益指标和新动能发展指标。（文/来源于新华社）

商务部：明年将全面启动消费升级行动计划

12 月 25 日消息，今日，商务部召开了 2017 全国商务工作会议媒体吹风会，会议总结了 2017 年及过去 5 年的工作，明确新时代商务工作的新要求、新目标，并部署了 2018 年及今后一个时期的工作。

值得注意的是，会议还透露，明年将全面启动“消费升级行动计划”。这是商务部在消费领域提出的未来五年的重点工作举措。

商务部党组书记、部长钟山指出，未来 5 年，商务改革发展要推进六个方面主要任务，实施若干行动计划。六个方面主要任务是：增强消费对经济发展的基础性作用，提升外贸竞争新优势，提高双向投资水平，优化区域开放布局，构建新型国际经贸关系，增强商务服务民生能力。

钟山表示，明年要实施主要任务和行动计划，着力推动消费升级、保持外贸稳定增长、有效利用外资、引导对外投资有序发展、落实好重大对外援助任务、深化“一带一路”经贸合作、拓展全方位经贸合作、打好商务脱贫攻坚战、办好首届中国国际进口博览会。

根据会议内容，从总体考虑，实施“消费升级行动计划”将着力解决流通领域发展不平衡、不充分问题，在创新发展流通、完善消费供给、倡导绿色消费、优化消费环境等领域发力，加快推进消费升级。重点举措包括：打造城乡便民消费服务中心、实施商圈消费引领工程、搭建国际消费新平台、推动绿色消费、构建现代供应链、建设放心消费环境。

从工作安排来看，目前商务部已经完成行动计划的设计图，下一步将根据此次全国商务工作会议部署，进一步修改完善设计图，制定施工图，拟于明年上半年召开全国会议进行工作部署，全面启动实施。

此外，商务部市场运行司司长陈国凯在会上还透露，接下来，商务部将积极培育国际消费中心城市，并培育建设若干个国家级消费中心城市。（文/来源于亿邦动力网）

深化改革护生态 项目发力促转型 绿色崛起按下“快进键”

位于珠三角与粤北山区接合部的清远是一个典型的农业大市，山清水秀、草繁林茂、石奇洞险，被誉为广州“后花园”。建市之初，百废待兴，以“扶贫开发”为切入口，“体外造血”。为了经济发展，本世纪初，通过承接产业转移、降低门槛招商引资，经济一度高速增长，GDP增幅曾高达30%，但也由此产生了一系列环境问题。

2012年初，在主体功能区规划中，清远被列为全省的生态发展区域。以此为新的起点，清远确定绿色发展思路，主动调整产业发展结构，对传统产业进行“减量”并转型升级，积极培育高科技、高附加值、新兴产业等新经济增长点。

5年来经过不懈努力，清远陶瓷摘掉高污染的帽子，水泥的落后生产线被淘汰，再生金属小作坊被关停，经过技术升级改造，清远传统产业正在经历蝶变。与此同时，清远的高新技术产业也得到长足发展，广清产业园、清远高新区成为高新技术企业布局的主阵地，逐渐呈现出绿色发展的面貌。

如今，三十而立的清远正抓住国家级产城融合示范区创建的机遇期，深度契合清远市产业转型升级和城市扩容提质的发展战略，按照“承接广州制造，提升清远制造，主动对接中国制造2025”的思路以及党的十九大报告中提出的系列发展理念，积极构建更加完整的现代产业体系，集聚高端要素，发展高端高质高新产业，探索具有自身特色的绿色崛起之路。

高速发展▶▷ 经济高速增长带来发展隐忧

“清远的空气好，环境好，离广州也近。”住在新城城市花园的杨阿姨本是广州人，两年前举家搬到清远定居了。目前，其儿子也在城区石角镇某企业工作。

“上世纪80年代我姐姐嫁去广州，还被人说是穷远的山区出来的，没想到现在也有广州人来清远定居了。”本地人潘阿姨对邻居杨阿姨一家好奇又惊叹地说。像杨阿姨这样的新清远人越来越多。清远正逐步显示出生态宜居魅力。

事实上，30年前，清远还是广东“寒极”。尽管林地面积、森林面积、森林蓄积、森林覆盖率位居全省前列，且雨量充沛，水系发达，峡谷河流众多，还拥有温泉等丰富的生态资源，但却是贫困山区，人们的日子并不好过。

据一位退休官员回忆，清远1988年建市，市区规模只是个小县城，经济发展较落后，是一个典型的农业大市。百废待兴，穷则思变。2002年，清远市出

台了一系列自削“门槛”的举措，以降低客商投资的“成本”——“你发财，我发展”。

通过营造“低洼效应”，清远市迅速焕发出勃勃生机，吸引了一大批龙头企业“安营扎寨”。白色的陶瓷与有色的再生金属、灰色的水泥被称为清远的三大传统产业。从2004年至2011年，清远市经济增长速度连续7年保持广东省第一，创造了中国欠发达地区经济发展的奇迹。但这些产业为清远带来高速发展的同时，也给绿水青山的优质生态资源带来隐忧。

清远开始意识到，单纯依靠传统的工业发展这条路，可能会越走越窄，他们开始探索新的发展道路，并提出要建设成为绿色经济强市、岭南宜居名城、华南休闲之都，以新三大定位助力清远绿色崛起。

与此同时，作为广东省重要的水源涵养区和生态屏障，2012年初，清远被列为全省的生态发展区域。随后，清远市出台主体功能区考核细则，“生态”逐渐成为考核官员的重要指标。在考核指挥棒的引导下，清远开始“绿色觉醒”，结合自身实际，探索实现资源环境保护与经济发展双赢之路。

减速换挡▶▷ 把生态保护放在优先地位

“这里原来是一个拆解铜的货场，现在经过拆建变身餐饮店了。”今年60多岁的拆解铜商老李是地道的清远石角镇人，也是清远最早一批再生铜从业人员，前几年他家的拆解铜生意也搬进了园区。如今，退下来后的老李喜欢到江边抗洪公园散步，“环境比以前好多了，周末很多外地人过来自驾游。”老李说。

近年来，清远对有三十多年历史的电子废弃物拆解污染进行重典整治，全面清理取缔清城区龙塘镇、石角镇园区外非法经营拆解散户共2358家，2013年以来投入电子废弃物环境综合治理资金1.293亿元，已初步形成污染农田土壤修复体系，修复受损农田260亩、污染场地4个，清运遗留固体废物超过12000吨。

实际上，以废旧金属拆解业为代表的陶瓷水泥产业、有色金属加工业等传统支柱产业，已成为清远减排转型的重点。据统计，4年来，清远全市没有批准一条新的陶瓷生产线，立窑生产线全部关闭，淘汰产能超30%。

这也是自2012年以来提出“减速换挡”，坚守生态底线，确定绿色发展理念的一个缩影。

“当经济发展和生态保护产生矛盾的时候，要把生态保护放在优先地位。”

葛长伟在接受媒体采访时曾表示，对于今后发展，清远将通过不同功能区的错位发展引导人口有序转移，逐步实现常住人口基本公共服务的均等化。其中，对连山、连南、阳山3县不再考核地区生产总值、规模以上工业增加值等指标，建立生态调节镇财力保障机制。

早在2011年，清远市启动主体功能区规划，规划以重点开发区和生态发展区为主，细化到全市85个乡镇街道，明确其职能，赋予其主体功能区，层次推进。将清远的经济开发区、清城区、英德市、佛冈县、清新县划入重点开发区域，将连州市、连山壮族瑶族自治县、连南瑶族自治县、阳山县划入生态发展区域，另外将36个国家级、省级、市县级自然保护区、森林公园、地质公园划入禁止开发区域。2016年，《清远市城市规划区生态控制线规划》出台，中心城区内的生态资源规划形成“一环”“二屏障”“三廊道”“四山体绿楔”的生态资源格局。

为严防死守清远绿水青山生态优势，近年来，清远构建“大环保、大执法、大监督”的社会多元共治工作格局；严格执法，持续震慑环境违法行为。

过去5年先后出台了《清远市推进陶瓷企业“煤改气”工作实施方案》《清远市推动陶瓷产业转型升级实施办法》《清远市加快再生金属产业转型升级实施方案》等政策，着手对陶瓷、再生金属等行业严厉整治。而对于水泥行业，清远采取的措施为淘汰落后产能。“十一五”“十二五”期间，全市共淘汰落后水泥产能1049万吨，约占全部产能1/3强；淘汰落后钢铁产能167.9万吨。

完美蝶变▶▷ 昔日贫困乡村变身“绿富美”

“以前的甜橙要运到连州卖，而且才卖2元/斤；现在游客到果场自己摘，卖4元/斤，不但价格翻了一倍，而且还省了运费。”连州市西岸镇青草洞村的村民说。开展农村综合改革工作以来，青草洞村的村民积极做好“土地整合确权”，村民原来“零碎化”的土地变成了“一整块”，规模种养殖产业变成了可能。同时，自发筹集资金建设美丽乡村，大力整改村容村貌，结合村中主要产业（甜橙）和乡村旅游，走“乡村采摘游”模式，吸引四面八方游客前来体验，村民以此实现了增收。

这是近年来清远探索农村综合改革的缩影。通过“村民自治、基层党建、政府服务”三个重心下移、探索农村土地资源、涉农财政资金和涉农服务平台“三个整合”，走绿色农业经济之路，全市乡村发生了翻天覆地的变化，这个农业大

市利用生态优势“农业强起来，农民富起来，农村美起来”变为现实，绿水青山正蜕变成金山银山。

其中，农副产品加工业逐步兴起，农业电商和生态休闲旅游蓬勃发展，打造出清远鸡、连州菜心、英德红茶等一批特色农产品。阳山县、清新区、连州市建起农产品电子商务产业园，农村电商成为农民致富的新途径。

今年，央视一套、十三套《绿色中国》栏目以长达2分9秒的专题片，介绍了英德九龙小镇通过土地整合，让贫困村庄变身后花园，吸引游客来这里赏花游玩，带动当地旅游业发展，同时也吸引农民回乡创业的变化。其中，英德九龙镇河头村还成功当选全国百佳美丽乡村。

此外，在清远北部的“三连一阳”地区，“绿色发展”正悄然提速。尤其是今年入冬以来，前来采菜心、游山水、体验瑶族文化的游客不断增加。

经过几年努力，如今清远农村改革工作取得明显成效，解决了很多农村老大难的问题，让农民获得了实实在在的利益，看到农村未来的希望，主要表现在党组织核心作用得到明显增强、村民自治制度得到了有效落实、农村面貌得到了明显改善、农村积极发展活力得到明显提升、农村社会矛盾纠纷得到了有效化解。

深化改革▶▷ 高端大项目扎堆 助推绿色崛起

2015年10月18日，神华国华清远电厂举行2台100万千瓦机组新建工程开工仪式。启动的一期工程，工程投资额为89.76亿元，计划于2018年实现双机投产，年均纳税可达6.78亿元。

不到一个月后，国家级世界珍稀动植物种源基地暨清远长隆项目动工仪式在清远举行。该项目总投资达300亿元，是清远建市以来投资额最大的产业项目，未来将成为集全球首创的森林主题公园群、世界珍稀动植物种群、生态度假酒店群和动植物科研实践基地群、文化创意及教育矩阵于一体的世界级森林综合体。该项目建成后每年预计将吸引游客数3000万人次，创造年产值超百亿元。据估算，清远长隆将带动综合经济效益超过1000亿元，创造5万个就业岗位，带动相关产业就业达20万人。

紧紧咬住绿色发展，清远改变以前工业粗放发展的状况，致力传统支柱产业“减量”的同时，大力发展新型产业，经济发展出现后劲足、辐射广、整体向好的“绿色增量”。

5年来，清远先后出台了《清远市鼓励和支持大型骨干企业壮大规模和增强实力的实施方案》《清远市鼓励创业创新促进民营经济发展的实施意见》《清远市企业投资管理体制改革的实施方案》《清远市商事登记改革的实施方案》等政策，务求向改革要动力、向市场要动力、向创新要动力。除了像长隆、神华国际这样的大项目进驻外，一批拉动力强、科技含量高、就业人数多的项目逐渐“登陆”清远，让清远感觉到了前所未有的热闹。广清产业园、清远高新区更成为高新技术企业布局的主阵地，逐渐呈现出绿色发展的面貌。

截至目前，广清产业园区已与欧派集团、美国美宝、中科院器官移植、渔跃生物等157个项目签约，计划总投资609亿元，达产后预计年产值1797亿元、预计年税收79亿元，初步形成了先进装备制造、生物医药、新材料、电子信息四大产业板块。

与此同时，清远高新区成功升级为国家高新区，成为粤东西北地区第二个国家高新区，并被认定为国家火炬高性能结构材料特色产业基地和科技服务业区域试点园区。清远在全省率先实施科技创新券，华南863科技创新园、天安智谷孵化器入孵企业142家，华炬科技企业孵化器成为粤东西北地区首个国家级孵化器。目前，全市共有高新技术企业112家，比2011年增加79家，数量居粤东西北地区第二位。

如今的清远，迎来了发展前所未有的良好机遇。《中共广东省委关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》提出，大力推进广清一体化，让大项目有了省级战略的支持。

■ 记者观察

不负绿水青山 方得金山银山

水还是这洼水，山还是那片山，村还是那个村。观念变了，所走路径变了，发展境界就提升了，发展天地就宽广了。不负绿水青山，方得金山银山。

生态环境质量不仅是区域和城市经济发展的基础，也是衡量区域和城市综合竞争力的一个重要指标。良好的环境质量不但是创建宜居城市的必要条件，对吸引人才、吸引投资也很重要。

清远市提出要建设成为绿色经济强市、岭南宜居名城、华南休闲之都。三大定位都离不开绿色生态。清远要实现绿色崛起，就意味着它要走一条兼顾生态环

境保护与经济发展的生态经济发展路径，意味着清远在经济发展过程中要立足于山区实际，首要考虑发展生态经济。这是摒弃以往先污染后治理、先低端后高端、先粗放后集约的发展模式的新路径，是实现资源环境保护与经济发展双赢的必然选择，同时也顺应了当今世界绿色发展和可持续发展的时代潮流。

实践证明，清远通过深化改革，转变观念，正确处理好经济发展与生态环境保护的关系，打通了“绿水青山”与“金山银山”之间的通道。兼顾了保护生态环境和经济持续发展，坚持在保护中发展，在发展中保护，更加自觉地推动绿色发展、循环发展、低碳发展，走出一条“绿水青山就是金山银山”的生态发展之路，实现了生态与经济的互动双赢。（文/来源于南方日报）

我市出台激励政策—— 生产使用绿色建材的大户有奖励

生产使用绿色建材的建筑有标准

拉动绿色消费、引导绿色发展、促进结构优化、加快转型升级……近日，我市出台《关于加快推进绿色建材生产和应用的实施意见》，加快绿色建材产业发展，实现绿色建材和绿色建筑产业融合发展，进而推动建材产业持续健康发展，加快国家节能减排财政政策综合示范城市建设，推进绿色发展、建设美丽德阳。

信号：推动建材产业全面转“绿”

所谓“绿色建材”，是指在全生命期内减少对自然资源消耗和生态环境影响，具有“节能、减排、安全、便利、可循环”特征的建材产品。近年来，我市绿色建材产值比重明显提升，发展质量明显改善，品种质量能较好满足绿色建筑、生态城市和海绵城市建设需要。到 2020 年，我市在绿色建材生产方面，计划实现产值超过 100 亿元，培育年产值 1 亿元以上绿色建材企业 1 个、年产值 5000 万元以上企业 3 个；在应用方面，计划新建建筑中绿色建材应用比例达到 40%以上，新建绿色建筑中绿色建材应用比例达到 60%以上，既有建筑改造中绿色建材应用比例达到 80%以上。

利导：绿色建材生产应用都有奖励

为鼓励建材工业绿色制造，《意见》要求，各地设置绿色建材奖励专项资金，用于对绿色建材生产企业、使用达标项目的奖励支持。对新建、改（扩）建新型建材产品生产线工程项目，新建项目投资总额在 3000 万元以上、改（扩）建项目新增投资总额在 2000 万元以上的，其产品取得绿色评价标识，按其标识星级及入库地方财政基数给予奖励。鼓励绿色建材企业研发专利、创优质品牌并给予奖励。

为促进绿色建材应用，对获得绿色建筑设计标识的住宅小区，绿色建材应用比例在 2018 年达到 30%、2020 年达到 60%以上的，住建部门优先推荐参加“四川省绿色生态小区”评审，获评项目可享受相关税收优惠政策，住建部门为开发企业加诚信分值 3 分。

扶持：鼓励“绿色”企业做大做强

《意见》鼓励企业做大规模。每年评选一批绿色建材行业龙头企业、骨干企业、优秀企业和开拓市场优胜企业，分别给予 10 万元、5 万元、2 万元、2 万元

的奖励。同时，鼓励企业市域外发展，对在市外设立分支机构（或合资企业）、产品销售收入达 5000 万元的绿色建材企业，给予一次性扶持补助 4 万元、每超出 2000 万元增补 2 万元；上年度本企业产品市域外销售收入达 5000 万元的绿色建材企业，给予一次性扶持补助 2 万元、每超出 2000 万元增补 1 万元。

此外，《意见》还提出，合理规划布局一批绿色建材生产基地，扶持一批生产标准化、管理现代化、装备自动化、产品先进化的绿色建材龙头企业。充分发挥已有的建材园区和节能建材示范项目的带动作用，实施绿色建材产业园区示范、生产企业示范、工程应用示范和废弃物协同处置示范工程。开展不同建筑结构体系的绿色建材应用试点示范，开展水泥窑协同处置城市生活垃圾等废弃物试点示范以及固体废弃物再生建材综合利用示范。（文/来源于德阳晚报）

新引擎动力足 外销瓷创新高

德化是我国最大的陶瓷工艺品生产和出口基地，近年来，德化十分注重陶瓷产业的发展，通过实施政策、文化、设计、科技和市场等“五个引领”，做大做强陶瓷产业，打响世界陶瓷之都品牌，合力推进“中国白”再出发。德化县在 2013 年 12 月成功创建首个省级出口陶瓷质量安全示范区的基础上，通过培育技术、品牌、服务等出口核心竞争优势，打造“互联网+外贸”发展新引擎，助力陶瓷出口。2016 年德化陶瓷产值 199.5 亿元，其中出口陶瓷 137.64 亿元，约占全国陶瓷出口总量的 9%。以德化协发光洋陶器有限公司（以下简称“协发光洋”）为代表的德化陶瓷出口企业就是其中的佼佼者。

经过 20 多年时间发展，协发光洋从一家传统的“红色”瓷厂，转型升级为具有自动化水平高、可连续化、规模化生产的现代化国际型企业，产品畅销美国、日本、新加坡、德国、葡萄牙等国家和地区。2016 年，该公司纳税 1353 万元，自营出口贸易额 1669 万美元，位居德化陶瓷企业纳税第一位。

加强政府主导 政策扶强助微

近年来，德化强化政府主导，用好每年 5000 万元陶瓷发展资金，建设研发创新、营销展示平台，出台企业技改、股改上市、科技创新、工业设计、拓展市场等政策，扶强龙头企业，扶壮中小微企业。

早在 1994 年，新加坡籍华人陆镇源就看好德化陶瓷出口的发展前景，在德化县招商引资的带动下，来到德化投资。“没到德化之前，我的先生中文一个字都不认识，更不太会说。即便如此，他仍独自一人从新加坡来到德化投资陶瓷生产。他是我心中最勇敢的人。”陆镇源的妻子、协发光洋营运董事邓炜嫦说，由于丈夫刚到德化时人生地不熟，再加上语言不通导致沟通上的诸多不便，工作上很多文件需要她帮忙查看。

来德化投资陶瓷生产之前，陆镇源曾在泰国投资玻璃厂，在柬埔寨投资建设酒店，当时受文化差异及语言问题的影响，起步阶段同样非常困难。1994 年，时任新加坡慈善工会主席的他在德化县委县政府招商引资吸引下，多次来到德化考察当地陶瓷产业的发展情况。当时有不少人反对他到德化发展，但他基于在泰国和柬埔寨投资的经验，坚信“万事开头难，只要坚持问题导向，方法总是比困难多”。

“虽然我中文不熟练，但当地人说的闽南语让我倍感亲切。如今我每年有三分之一的时间都在德化，这里已是我的第二故乡。”他高兴地说。德化拥有丰富的瓷土资源、悠久的陶瓷生产和海外贸易历史，德化陶瓷在国内外多个国家和地区均有销售，且生产效益良好。这让他对德化精细陶瓷制品发展的前景充满信心。

引进先进设备 重视科技创新

近年来，德化启动新一轮企业技术改造专项行动计划，加强与高校、科研院所合作共建研发中心、实验室，增强研发实力，发展高科技陶瓷，鼓励更多企业引进生产线，推进机器换工。

1994年，陆镇源刚来德化投资时，就意识到这个问题。在引进德国生产设备一段时间后，为他们提供陶瓷生产设备的德国那家机械厂破产了。经过集体商议和评估，他们最终决定将原有设备卖给其他厂家，转而购买日本生产的更为先进、操作更加便捷的设备。

“在我看来，陶瓷企业要发展，产品的质量最重要。只有严控产品质量，才能赢得消费者的青睐和追捧，才能拓展消费市场。而要生产出好的产品，自然需要更好的、更先进的设备。”他笑着说，一天8小时的工作时间，传统人工制作陶瓷的产量只有200件；而我司采用机器生产，每天产量高达2000件到3000件，生产效率提升了十倍以上。如今，公司的生产窑炉从最初的一条增加为四条，生产效益增加到原来的四倍。

协发光洋是机器代工助力陶瓷产业转型升级的缩影。先进陶瓷智能制造设备的引进，使传统产业从劳动密集型转向自动化生产，实现了效率和质量的提升。值得一提的是，越来越多的陶瓷企业选择了本土生产的机械设备。

德化县在新一轮企业技术改造专项行动中，对企业开展新技术、新工艺、新装备、新材料等，以及对企业购买先进陶瓷关键技术、专利或委托合作方联合进行核心技术开发，并在德化县落地转化产生的技术转让费、专利购买费、技术开发费用的10%给予奖励。同时，鼓励企业应用数控技术和智能装备进行智能化技术改造，对购置陶瓷生产加工先进设备80万元以上的，按购置发票总额的30%给予奖励；对向县域内陶瓷机械生产企业购买的设备，在以上奖励的基础上再给予5%奖励。

提升管理技能 生产高质量产品

得益于德化县的政策支持以及知识产权保护理念的深入人心，德化陶瓷企业的自主创新能力不断突破，员工的质量意识和质量管理技能不断提高。许多企业建立持续稳定生产高质量产品的队伍，质量显著提升。

“经营一家企业，光有先进的生产设备还不够。如何科学地管理生产，同样需要不断学习和优化。”在陆镇源看来，企业好比一艘大船，企业的员工就像是船员，只有船上的所有船员心往一处想、劲往一处使，这艘大船才能乘风破浪，扬帆远航。只有培育出一个优秀的团队，才能真正将企业做大做强。

因此，公司成立之初，他首先抓的就是员工培训工作。他经常组织员工参加各类培训，加强沟通交流，了解他们的需求以及对公司发展的看法、意见和建议，时刻提醒他们要有“同舟”意识，互帮互助，共同为企业建设出力，树立他们的集体意识，增强整个团队的凝聚力。

“我到协发光洋已经 16 年了，公司为每一名员工都提供了平等的晋升机会和齐全的劳动保障，我的能力在这个优秀的平台上得到很好的锻炼和成长。”该公司研发部经理范灿明自豪地说。

“我一个人的精力总是有限的，只有运用科学的管理模式，才能真正留住人才。”陆镇源指出，“同心协力，发扬光大”是公司成长发展始终不变的追求与愿景，而信任是维系企业与员工关系最好的纽带。

重视产品设计 赢得市场青睐

世界各地做陶瓷的企业和个人很多，如果想要从中脱颖而出，就必须在产品设计上花更多的心思。一直以来，德化县都坚持“走出去”“请进来”并重，加强人才队伍建设，创新陶瓷设计理念，提升陶瓷设计水平。

据统计，今年 1-10 月份，德化对美国 and 欧盟等传统市场的陶瓷出口继续保持正增长；对“一带一路”沿线国家出口持续增长，出口额达 18689 万元，同比增长 25.34%。德化对“一带一路”沿线市场发生实际出口业务的陶瓷企业有 132 家，其中新增企业 33 家，成果丰硕。

为了满足不同地区消费者的需求，协发光洋在日本、英国、新加坡等地区聘请了专业的设计师团队。“创新是企业保持健康发展的动力，有设计师和没有设计师生产出来的产品有很大的区别。”陆镇源认为，“设计师设计的产品都是一系列、一成套的，且富有统一的文化内涵和特别的美学价值，相对于零散的单品，

更受消费者的欢迎。”

近年来，该公司注重新产品的开发、研究与创新，目前已开发出多种窑变釉、印花、手绘、贴花以及综合装饰的产品，深受多家知名酒店的认可，产品远销40多个国家。如今，该公司精心开发的“Luzerne”品牌产品在海内外市场均享有极高声誉：分别获得“中国驰名商标”“高新技术企业”“中国陶瓷行业名牌产品”“国家免检产品”“福建省质量管理奖”“福建省名牌产品”“福建省著名商标”“百家明星侨资企业”等荣誉称号。于2010年1月取得清真认证Halal证书，成为全球第一家通过清真认证的陶瓷产品生产商。

了解消费需求 提升品牌效应

做生意，竞争在所难免。在陆镇源看来，要超越竞争对手，从同类产品中脱颖而出，关键就在是否能真正了解消费者的需求。为此，协发光洋每年都会组织员工到相关国家和地区考察，带着公司的产品去参加国内外高档次的展览，以此了解消费者的需求以及市场潮流的变化。

“消费者在购买陶瓷时，经常会货比三家，如果没有真正满足他们的消费需求，即便产品自身质量做得再好，也很难打开市场。”他说，公司十分注重收集消费者反馈回来的产品评价和建议，并以此为参考依据，不断优化和升级产品。此外，该公司还通过市场调查，了解竞争对手的市场动态，科学规划公司的发展策略，确保在服务、质量、价格、品位、设计、信誉等多方面得到提升。

“未来，市场挑战依然存在。我坚信，只要我们继续秉承‘和谐、乐观、敏捷’的经营理念，直面挑战、迎难而上，就一定能促进公司不断发展进步，逐步实现培育自主品牌战略愿景，为社会经济发展持续作出贡献。”他坚定地说。

据悉，针对陶瓷电商兴起、礼品瓷走低、实体店萎缩等实际，德化县通过提升品牌效应、创新营销模式、强化抱团合作齐头并进，线上线下融合发展，让德化陶瓷走进千家万户，拓展国内市场，做大出口陶瓷产值。

2013年以来，德化县内30家国家级示范区企业全部通过了ISO9001质量管理体系认证，93家企业获得输美陶瓷认证，居全国各大陶瓷产区第二位；自营出口陶瓷企业数由254家发展到400家。示范区企业自主品牌数量不断增加，国家级品牌拥有量居福建省山区县首位，形成了德化出口陶瓷品牌的集聚优势。（文/来源于德化县人民政府门户网站）

节水卫浴须标水效标识 假冒最高罚 3 万!

近年来,节水卫浴产品愈加受到青睐,但也有不少卫浴产品自称节水,实际上却并不节水。日前,发改委发布了《水效标识管理办法》(以下简称“办法”)并宣布新规将在 2018 年 3 月 1 日起施行,为消费者购买节水卫浴产品增添参照及保障。

统一格式及内容

水效标识与能效标识类似,是附在用水产品上的信息标签,用来表示产品的水效等级、用水量等性能指标,目的是引导消费者选择高效节水产品。

据《办法》,2018 年 3 月 1 日起,凡列入《中华人民共和国实施水效标识的产品目录》的产品,应当在产品或者产品最小包装的明显部位标注水效标识,并在产品使用说明书中予以说明。对于网络交易,销售者应当在产品信息展示主页面醒目位置展示相应的水效标识。

《办法》公布了水效标识基本样式,从中可看到水效等级自上而下分为 3 级,1 级耗水最低,3 级耗水最大。上面除需标明生产者名称及产品规格型号、二维码外,还需注明产品的平均用水量、全冲用水量及半冲用水量,企业需按指定的尺寸、字体印上对应信息。

除了样式,《办法》还对水效标识的基本内容进行了明确规定,包括:

- ① 中文名称“中国水效标识”;
- ② 英文名称“China Water Efficiency Label”;
- ③ 生产者名称或者简称;
- ④ 产品规格型号;
- ⑤ 水效等级;
- ⑥ 水效指标;
- ⑦ 依据的水效强制性国家标准编号;
- ⑧ 水效信息码。

假冒最高罚款 3 万元

节水功能可以为产品加分,因此非节水产品冒用节水产品的情况较为多见。去年江苏省质监局曾对市面上销售的 99 批次节水坐便器进行抽检,结果有 65 批次用水量不合格,另有 4 批次产品涉嫌冒用“中国节水认证”标志。

对于生产、销售违规产品的行为,《办法》明确了法律责任及处罚措施。(文/综合整理)

中央预算支持 江西省 6 个老工业区将“变脸”

日前，记者从省发改委获悉，经各地市申报，国家发展改革委初审、省发改委委托第三方机构评审等环节，景德镇市城区老工业区宁封窑国际陶艺村项目、南昌市“城南佳园”社区综合整治项目等 6 个项目入围 2018 年老工业区搬迁改造中央预算内投资项目名录。

据了解，此次入围的 6 个项目有 3 个在景德镇、2 个在萍乡、1 个在南昌，固定资产投资 3.19 亿元，拟安排中央预算内投资 9592 万元，改造内容主要为：景德镇宁封窑国际陶艺村项目将承接老工业区小规模陶瓷作坊搬迁改造，集中打造景德镇陶瓷创业创作基地。建设内容包括小规模手工制瓷作坊群、龙窑，三圣（原陶王亩遗址异地复兴）、古戏台、云龙坡、相思泉等。项目预计 2018 年建成，将打造成集陶瓷工业旅游、生产、交流、大学生双创为一体的跨业态陶瓷产业新名片。

景德镇城区老瓷厂改造项目将对市内老工业区范围内的艺术、建国、宇宙、万能达、雕塑五个国营老瓷厂搬迁改造。其中本次申报为景德镇艺术瓷厂一期改造工程，预计 2019 年建成，主要建设内容包括陶瓷展示演绎厅、陶瓷体验馆、儿童体验馆、婚俗婚庆馆等。

南昌市洪都老工业区青云谱区“美丽青云谱·幸福新家园”环境综合整治一期工程——“城南佳园”社区综合整治项目，将对沿街商铺立面改造，增加小区出入口门头岗亭 5 座，停车位改造泊位数量约 364 个，增加电动车位约 500 个，增加小孩、老人室外活动空间、文化广场、景观雕塑、凉亭、健身场地等活动场地。项目预计 2018 年建成。

此外，还有景德镇市中医院中医规培及国医馆综合楼建设项目、萍乡市中心城区老工业区搬迁改造承接平台-江西省金属材料产业基地（二期）基础设施建设项目、安源区东大街城区老工业区基础设施改造项目也将分别于 2019 年、2018 年和 2019 年建成。（文/来源于江西日报）

环保税 2018 年 1 月开征 卫浴行业价格或将大幅上涨

2018 年 1 月 1 日，中国第一部推进生态文明建设的单行税法——《环境保护税法》将正式实施，这也意味着施行了近 40 年的排污收费制度将退出历史舞台。自 2016 年全国开始进行环保大督查后，许多卫浴洁具企业在严厉的环保整治中举步维艰，在经历了 2017 年更加严峻的环保风之后，大多数企业都认识到了政府治理环境的决心，而即将到来最为严厉的“环保税”，则是对企业另一个更加严峻的考验。那么，环保税开征后，企业要承受多少负担？家居又会涨价多少呢？

环保税来了，多省市公布环保税额及项目数

6 年立法，两次审议的《中华人民共和国环境保护税法》将于 2018 年 1 月 1 日起正式登上舞台。

据环保税法要求，应税大气污染物的税额幅度为每污染当量 1.2 元至 12 元，水污染物的税额幅度为每污染当量 1.4 元至 14 元。

目前已有近 30 个省(市、自治区)陆续公布了应税大气污染物和水污染物环保税具体使用税额及项目数，其中，北京市收费标准全国最高，江苏、天津、河北、四川等省市环保税标准为最低标准的 3-5 倍；宁夏、甘肃、江西、吉林等地区环境承载力相对较强的地区平移原排污费标准；山西、湖北、福建、云南等部分省适当上调标准。

广东、四川等几大主要家居主要产地的收费标准分别为，广东，大气污染物每污染当量 1.8 元；水污染物每污染当量 2.8 元；四川，大气污染物适用税额为每污染当量 3.9 元，水污染物适用税额为每污染当量 2.8 元。北京，大气污染物适用税额为每污染当量 12 元，水污染物适用税额为每污染当量 14 元。

500 个亿的环保税，家居厂老板要贡献多少？

《环保税法》明确指出：直接向环境排放气、水、固体和噪声这四种应税污染物的企业事业单位和其他生产经营者，需要缴纳环保税，包括了大部分制造业和部分污染较严重的加工业，涉及 500 多万户各类企业。据专家预测，环保税规模将远超现行排污费，年征收或达到 500 亿元，对比 2015 年 173 亿元征收额，上涨了近 3 倍。

专业人士分析：以年产值 5000 万元为基准的中型家居制造企业的环保税清

单：1、每年度需缴纳大气污染物税额，累计约 6-12 万元；2、需缴纳水污染物税额，累计约 8-15 万元；3、需缴纳锯末，粉尘，化工垃圾等固体废物税额，累计约 15-30 万元；4、需缴纳噪声税额，累计约为每月 5000-2 万元。综上所述，这家生产企业的年度环保税额，应该在 30-70 万元。

在河北、广东、四川家居产业集群地，家居企业的年度环保税将更高，加上此前环保设备整改每年 15 万元-30 万元的投入，每年在环保上总花费 50-100 万的投入对于家居企业来说将是一笔不小的开支，对于小企业将是巨大的负担。

这就意味着，5000 万元企业在环保方面的开支，如果全部转嫁给消费者，家居的出厂价至少增加 1%至 2%。这一至两个点的成本增加，对于净利润率常常不到 10%的中小家居企业，可能就成为压死骆驼的最后一根稻草。

家居企业的成本会否转嫁给消费者？

当下家居制造业面临的成本压力还有：劳动力成本增长高达 2.7 倍，民营企业融资成本超过银行基准利率 2 倍以上，物流成本是发达国家 2 倍，原材料成本大幅上涨。

制造企业成本的上涨，必然会导致家居价格的上涨。

翻看家居上市公司的业绩报告，早在 2017 年年初，不少企业的家居市场价已经上涨。而今年以来，随着各项成本的上涨，家居上涨的戏码也一直在上演。有些企业为了保市场份额，尽量延缓价格上涨的时间，减小上涨的幅度，但是成本的持续上涨，也迫使这些企业加入涨价的行列。

其实不仅是家居在上涨，建材产品由于同样的原因，也在涨价。

“去年一个业主想装修房子，差 2 万，经过一年的奋斗，现在差 4 万……”这样的网络段子就是很多装修业主的真实写照。“铁在吼，铝在叫，纸箱在偷笑，钢材蹦蹦跳，塑料呱呱叫，配件在咆哮，运费也在往上飘。家居原料成本发高烧，环保也来凑热闹，涨得大家都想不到，家居建材价格已全线上涨！”

据业内人士预计，2018 年，装修市场成本涨价幅度将达 20%-35%，最高幅度可达 82%！

有细心的消费者发现，很多家居在悄悄涨价。比如网上售卖的某家居品牌，近几年虽然各种促销活动越来越多，但实际上产品整体涨价了 25%，

消费者对物价上涨已经见惯不惯。早在几个月前，朋友圈就在转发家居，甚

至是家电产品 2018 年涨价的各种消息，笔者认为绝非空穴来风。毕竟在这个年代，涨价已是见怪不怪。

可以预见的是，在经济发展的新阶段，适合环保要求将成为家居制造企业的必备生产条件，由此也将加速家居行业的深度洗牌。（文/来源于中洁网）

2018年，这些新规与你有关

2018年1月1日起，将有一大批新规开始实施，会如何影响你的生活？

环保税开征

《环境保护税法》将于2018年1月1日起施行，规定应税大气污染物的税额幅度为每污染当量1.2元至12元，水污染物的税额幅度为每污染当量1.4元至14元，具体适用税额的确定和调整，可由各地人民代表大会常务委员会在法定税额幅度内决定。

进出口关税部分调整

2018年1月1日起，我国将对进出口关税进行部分调整。取消废镁砖、废钢渣、废矿渣等商品进口暂定税率，恢复执行最惠国税率。统筹考虑产业发展和出口情况变化，将取消钢材、绿泥石等产品的出口关税，适当降低三元复合肥、磷灰石、煤焦油、木片、硅铬铁、钢坯等产品的出口关税。

参与刷单炒信最高罚200万

最新修订的《反不正当竞争法》将于2018年1月1日起开始施行。新法明确经营者不得通过组织虚假交易等方式，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。同时规定，“刷单炒信”和帮助“刷单炒信”情节严重的，处100万元以上200万元以下的罚款，甚至可以吊销营业执照。

部分小微企业免征增值税和印花税

小微企业主请注意，又来好消息了！财政部、税务总局印发的《关于延续小微企业增值税政策的通知》以及《关于支持小微企业融资有关税收政策的通知》中明确，自2018年1月1日至2020年12月31日，继续对月销售额2万元（含本数）至3万元的增值税小规模纳税人，免征增值税，对金融机构与小微企业、微型企业签订的借款合同免征印花税。

增值税普通发票代码调整为12位

为进一步规范增值税发票管理，优化纳税服务，满足纳税人发票使用需要，2018年1月1日起，增值税普通发票（折叠票）的发票代码调整为12位，编码规则也相应变化：第1位为0，第2-5位代表省、自治区、直辖市和计划单列市，第6-7位代表年度，第8-10位代表批次，第11-12位代表票种和联次，其中04

代表二联增值税普通发票（折叠票）、05 代表五联增值税普通发票（折叠票）。不过，税务机关库存和纳税人尚未使用的发票代码为 10 位的增值税普通发票（折叠票）可以继续使用。

小排量车购置税优惠取消

想买 1.6 升以下小排量车的消费者，要注意了！自 2018 年 1 月 1 日起，小排量乘用车购置税将从目前的 7.5%，恢复按 10% 的法定税率征收。新能源车辆依然享受免征购置税。

拖欠工程款将被列入“黑名单”

2018 年 1 月 1 日起，《建筑市场信用管理暂行办法》施行。有拖欠工程款等情形的建筑市场各方主体，将被列入建筑市场主体“黑名单”。被列入“黑名单”的建筑市场主体，会在市场准入、资质资格管理、招标投标等方面依法受到限制，同时不能作为评优表彰、政策试点和项目扶持对象。

上海：颁布居住证管理新规

新修订的《上海市居住证管理办法》将于 2018 年 1 月 1 日起施行。需要办理《居住证》的申请人，在上海市办理居住登记满半年，符合有合法稳定就业、合法稳定住所、连续就读条件之一的，可以到现居住地的社区事务受理服务中心申领。持证人在上海市享有劳动就业，参加社会保险，缴存、提取和使用住房公积金的权利，并享受义务教育、基本公共就业服务、基本公共卫生服务和计划生育服务等基本公共服务，以及享受办理出入境证件、补领和换领居民身份证、机动车登记等便利。

安徽：践行最严环保制度

《安徽省环境保护条例》将从 2018 年 1 月 1 日起开始实施，排污单位或个人违反环境法律、法规，除依法承担相应的法律法规责任外，造成环境损害或生态破坏的，将依法承担相应的生态环境损害赔偿责任。

广西：骗取扶贫开发资金将受严惩

《广西壮族自治区扶贫开发条例》将于 2018 年 1 月 1 日施行，《条例》规定了贫困群众应当享受的权利保障等方面内容，明确了扶贫开发项目的范围，以及扶贫开发项目的确立还应当听取群众“声音”，力求做到因地制宜，有质量和有效益地进行扶持工作。《条例》还规定了相关的法律责任。例如，贫困户故意隐

瞒或者虚报相关信息，骗取扶贫开发政策待遇的，由有关部门列入失信惩戒名单进行管理并取消其受助资格。扶贫开发实施单位弄虚作假、骗取扶贫开发项目或者资金的，由县级以上人民政府取消其扶贫开发项目；构成犯罪的，依法追究刑事责任。（文/来源于厨卫资讯）

第二部分 陶瓷及相关行业市场动态

从智能马桶盖看广东如何迈向质量时代

2015年，财经作家吴晓波的一篇《去日本买只马桶盖》的文章，引发了国人对“中国制造”的思考。一个小小的马桶盖，备受热议，与其说触及了“中国制造”的痛点，不如说触碰了“中国质量”“中国品牌”的短板。2016年，我国消费对经济增长的贡献率达到64.6%，但境外消费超过1.7万亿元，至少8000亿元以上用于境外购物，“消费外溢”现象十分突出。

“并非是国内需求不足，或没有需求，而是需求变了，供给的产品却没有变，质量、服务跟不上。”广东省质监局局长任小铁坦言，有效供给能力不足带来大量“需求外溢”，消费能力严重外流。解决这些问题，必须推进供给侧结构性改革，提高供给质量。

今年9月5日，中共中央、国务院下发《关于开展质量提升行动的指导意见》，对全面提升产品、工程、服务质量，破除质量提升瓶颈等方面作出了全面部署，这在我国质量发展史上尚属首次。

中央有部署，广东有行动。去年，省委、省政府在全国率先出台了《中共广东省委 广东省人民政府关于实施质量强省战略的决定》（粤发〔2016〕9号），成为首个以省委、省政府的名义、用“决定”的形式，将质量强省建设上升为经济社会发展全局性战略进行部署的省份。

在省第十二次党代会报告中，“质量”一词出现高达32次，质量导向、质量要求、质量元素体现得淋漓尽致，从产品质量、农产品质量、出口质量、环境质量等具体质量部署，到教育发展质量、脱贫攻坚质量、司法质量、发展党员质量，无疑都凸显出质量在广东当前和未来发展中的战略地位。

以质取胜，有质量，才有市场！从智能马桶盖、空气净化器、电饭煲、智能手机这些重点生活消费品，到智能装备、机器人、无人机、新能源汽车、轨道交通、医疗与生物工程等新兴产业，都已成为广东制造迈向“质量时代”的主战场。

夯实四大质量技术基础 多项质量指标稳居全国首位

加强计量、标准、认证认可、检验检测等国家质量技术基础建设，助推“广东制造”向“广东质造”升级，是我省扎实推进质量强省战略的基础性工作。

“十二五”以来，我省着力推进计量基准和标准建设，建立高水平的量值溯源和保证体系，进一步加大公共检测服务平台建设力度，建设一批国家级质检中心和省级授权质检机构，大力发展自愿性认证，引导和规范发展联盟认证、区域认证，更好地服务广东企业“走出去”。

2014 年至 2016 年，省财政投入 3 亿元专项资金，带动地方和部门资金投入 14.8 亿元，分三批在高新区、产业园、专业镇和产业集群新建 64 个公共检测服务平台，总数达到 110 个。

目前，全省围绕战略性新兴产业、先进制造业、传统产业等，建设了 76 个国家质检中心、214 个省质检站，国家质检中心数居全国首位，形成了产业基础牢固、优势特色明显的检验检测公共技术服务体系。公共检测服务平台充分发挥检验检测、创新研发、标准制修订、检测技术研究、高端人才集聚、专业人员培训等六大平台作用，服务企业、科研机构创新研发测试 20 万次，节约试验成本 11 亿元。

在提升计量建设水平上，我省着力推进国家智能控制系统制造产业计量测试中心建设，批准筹建轻工机械、轨道交通车辆 2 个省级产业计量测试中心。2016 年新建 328 个社会公用计量标准，总数达 4035 个，产业计量技术和管理基础进一步夯实。

在加强认证认可体系建设方面，截至 2016 年底，全省共有质量管理、环境管理、职业健康安全“三大体系”认证证书 9 万张，我省各级检验检测技术机构与 133 家境外知名检验检测机构实现检验能力互认。

为加强知识产权管理，我省还完成云计算、生物医学工程等 29 个领域的专利分析及预警报告 50 多份。珠海横琴新区成立国际知识产权保护联盟，打造“一带一路”建设和“中国—拉美”知识产权保护新平台。

据统计，2016 年全省专利申请受理量 50.6 万件，同比增长 42.1%；专利授权量 25.9 万件，同比增长 7.4%；PCT 国际专利申请受理量 23574 件，同比增长 55.2%。

目前，我省全国知名品牌示范区数、标准联盟和联盟标准数、中国驰名商标数、有效发明专利量和 PCT 国际专利申请受理量等质量指标稳居全国首位。

深入开展质量提升行动 启动“广东优质”品牌认证

为助推经济提质增效升级,我省在全国率先以省政府名义部署质量提升活动,推动各级政府、各部门共同提升产品、工程、服务、环境质量,助推经济结构调整优化和产业转型升级。

“十二五”时期,全省制造业产品质量平均合格率为95.4%,种植业产品质量安全监测平均合格率为95.3%,畜禽产品质量安全监测平均合格率为99.6%,水产品检测合格率为97.1%,未发生区域性、系统性产品质量安全事件。

2016年,我省围绕智能马桶盖、电饭煲等15类重点消费品,深入开展质量提升行动,开展民生产品质量比对研究,推进“同线同标同质”。当年,我省智能座便器、电饭煲、空气净化器等产品国家监督抽查不合格产品发现率低于全国平均数10个百分点以上,智能座便器国家监督抽查不合格产品发现率为6.2%,比行动前下降25个百分点。

今年9月,“广东优质”品牌认证工作启动,认证工作将按照“企业申请+第三方认证+政府监管+社会认可”的原则,采取国际通行的“抽样型式试验+初始企业现场检查+获证后监督”认证模式,以先进质量水平为标杆,采用与国际接轨的先进标准作为认证标准,对符合高标准、高品质要求的广东产品和服务进行认证,通过持续性和整体化培育,形成集质量、技术、服务、信誉于一体,市场与社会公认的区域综合认证品牌。

“广东优质”认证产品和服务100%采用国内领先、国际一流标准,100%拥有自主知识产权,市场占有率处于同行业领先水平。今年在制造业先行试点,首批试点认证产品定为电饭煲、陶瓷砖、家用燃气灶和家用空调四类。明年将扩展到制造业其他产品,并推广到服务业。计划到2020年,“广东优质”品牌培育、发展和保护机制进一步健全,从而提升“广东制造”和品牌的国际认可度。

构建多方参与广东质量工作格局 3年3亿元建百家省级质检中心

广东省委、省政府把质量放到了战略层面,提出了实施质量强省战略,着力加强党对质量工作领导,建立“党委领导、政府主导、部门联合、企业主责、社会参与”的质量工作格局。目前,全省所有地级以上市都召开了质量工作会议,珠海、东莞、中山、阳江、揭阳等地以市委、市政府名义出台文件,部署质量强市工作。广东省质监局局长任小铁表示,质量提升是我省建设现代化经济体系的重要目标和有力抓手,关乎供给侧结构性改革、创新驱动发展、构建开放型经济

新体制。

在经济从高速增长阶段转向高质量发展阶段过程中，广东正全面实施质量强省战略，开展质量提升行动，以质量提升推动经济发展质量变革、效率变革、动力变革，提高全要素生产率，增强经济质量优势，着力建设高质量高效益的现代化经济体系，助力广东实现“四个坚持、三个支撑、两个走在前列”。

开展抓质量提升行动

质量提升行动涉及各行各业，质量提升的主体是企业，开展质量提升行动，必须充分发挥企业主体作用。其中一个重要抓手，就是大力推动企业开展质量创新。质量创新是企业转型升级的普适性路径，大型企业可以用，缺乏技术创新资源和能力的小微型企业更加适用；处于价值链终端的企业可以用，数量更为庞大的零部件生产企业、OEM和ODM企业更加适用。

因此，必须推动企业普遍开展质量创新，应用卓越绩效、精益生产、质量诊断、质量功能展开等先进生产管理新模式和方法，推广质量管理小组等质量管理活动。通过一系列质量手段，增强实体经济质量发展内生动力，提高盈利能力、劳动生产率、全要素生产率和潜在增长率。

抓基础设施建设质量

质量基础设施是转型升级的支撑所在，是科技进步的基础所在，是质量发展的动力所在。为进一步推动广东省产业结构调整 and 转型升级，促进地方产业集群发展，提高企业特别是中小微企业科技创新能力和产品质量水平，从2014年开始，我省连续3年每年由省财政安排1亿元（共3亿元，由省质监局负责统筹），在我省产业园、专业镇和产业集群所在地再建一批国家、省级产品质量监督检测中心或检验站，3年内总数达到100家。

据统计，近两年来，各级公共检测服务平台通过共享仪器设备等方式，与企业、科研机构联合研发产品118台/套，获得专利80项，产生经济效益3.18亿元；与133个境外实验室实现互认，出具国际互认的检验检测报告45万份，帮助企业应对国际贸易技术壁垒1693项，涉及产品产值405亿元。

抓现代监管体系改革

质量是“产”出来的，也是“管”出来的，更是市场机制“逼”出来的。必须发挥市场主体作用，加强社会监督和综合治理，形成以企业主体责任落实为核

心，消费者权益维护为监督基础，保险救济和社会救助为保障，市场技术基础建设为支撑，政府依法监管的现代质量监管体系。

首先要明确首负责任，构建企业主体责任体系，将与消费者或权利人构成直接利益关系的企业明确为首负责任者，形成对上把关、对下负责的清晰责任链条。其次，强化消费者权益维护，构建社会监督体系。必须切实强化对消费者的权益保护，构建起以消费者为核心的社会监督体系，以赔付为手段的监督运行机制。再者，要建立责任险制度，构建社会救助体系。必须发挥保险救济机制在分散赔付风险，共担赔付责任，及时提供高额赔偿，有效化解社会矛盾等方面的重要作用。第四，加强市场技术基础建设，构建市场技术权益保护支撑体系。第五，要强化系统性风险防范，完善政府规制建设。

■ 案例

佛山市：小小马桶盖 质量大提升

根据国家质检总局公布的数据，广东制造业质量竞争力指数近年来稳步提升，2016年为88.43，但仅位列全国第六位。为了找出质量差距，推动质量升级，从2016年开始，我省选取了13种重点产品，开展产品质量国际比对。

在佛山市，通过智能马桶盖产品实施质量比对研究提升工程，选取佛山7个智能马桶盖主流品牌的9批次产品与3家日美知名品牌的6批次产品，从产品标准、产品功能、关键部件、结构、电器安全、使用性能、销售价格等方面进行全面比对分析。分析显示，本土品牌与国际知名品牌在设计和技术水平、关键零部件研发、制造水平、品牌影响力等四方面存在差距。

随后，佛山市质监局发动市内研发实力较强的智能马桶盖生产企业，联合国家陶瓷及水暖卫浴产品质量监督检验中心和高校开展深度合作，重点针对发现的四大方面差距，找出突破的切入点和进口产品专利保护障碍，共同开展技术攻坚。

其中，佛山市顺德区乐华陶瓷洁具有限公司（以下简称乐华）生产的“ARROW”箭牌便是被选中的产品之一。通过与国家陶瓷及水暖卫浴产品质量监督检验中心合作，乐华着力从加热器、控制器、电磁阀等4个主要关键部件进行提升，研制出“无水箱马桶的防污水倒流装置”“瞬间加热装置”“一种限压恒流阀”“小水箱速热器”等12项新技术，获得9项专利，产品质量和舒适性获得大幅提升。

佛山市恒洁卫浴有限公司（以下简称恒洁）研发的智能一体机盖板实现了喷

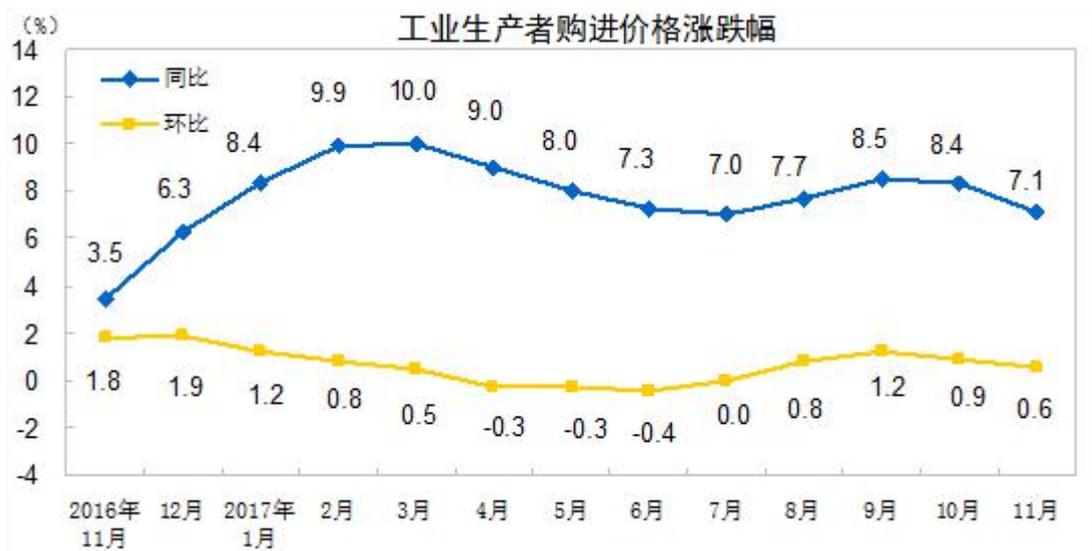
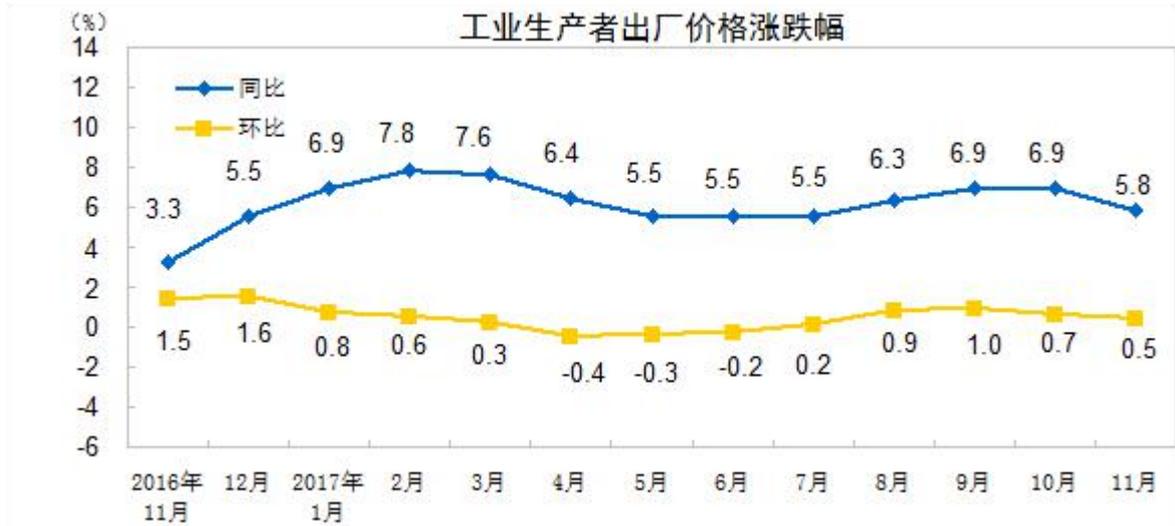
枪、遥控器、旋钮夜灯、清洗时间等多个性能升级目标，在工业结构、电气结构和产品性能等方面与国际高端品牌产品不相上下。在应用智能唤醒技术、人机交互技术、防虹吸安全技术、触摸翻盖技术、翻盖轻抬翻起技术、用户记忆系统技术等多项新技术后，产品从性能、稳定性、安全性、设计感等方面得到了极大提升。

通过一系列质量提升及品牌提升措施，佛山自主品牌智能座便器市场占有率大幅度提升。2017 年，佛山品牌内销量同比提升 40%，佛山一线品牌如箭牌、恒洁、法恩莎、安华、浪鲸等得到了广大消费者的认可。恒洁、箭牌等国内主流品牌产能从 2015 年的 10 万套级别跃进到目前的 20 万套级别，个别甚至超过 30 万套。

目前，《佛山市工业产品质量提升三年行动计划（2017-2019 年）》已正式印发，将继续推动佛山各区结合辖区产业情况开展产品质量比对研究提升工作，争取到 2019 年，全市（含顺德）开展质量比对研究提升的产品达到 6 个。（文/来源于南方日报）

2017年11月份工业生产者出厂价格同比上涨5.8%

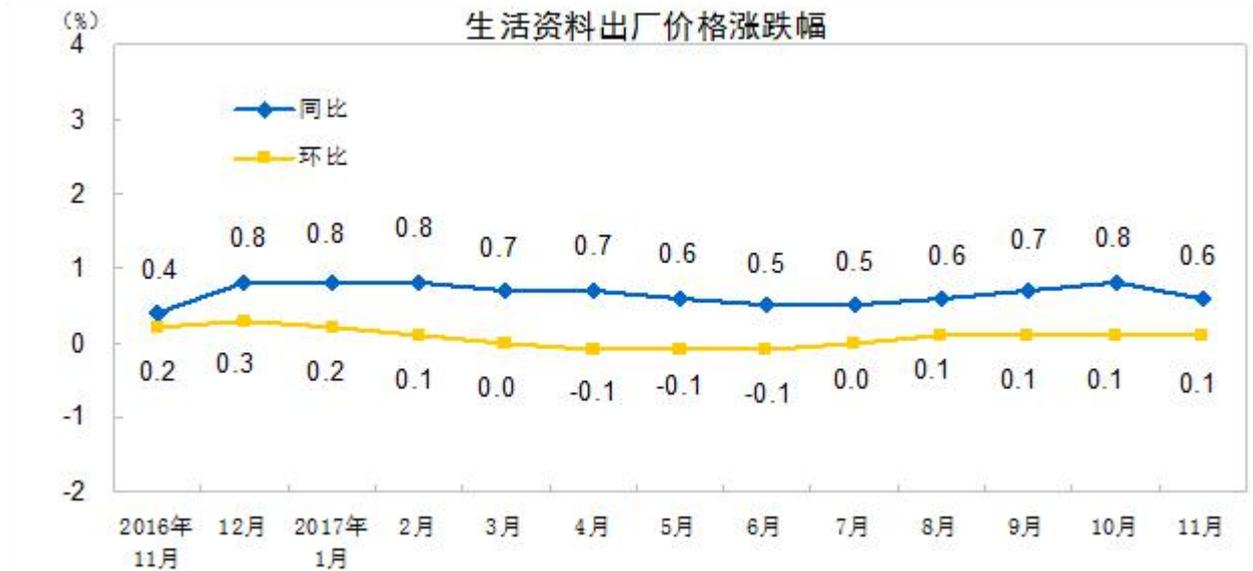
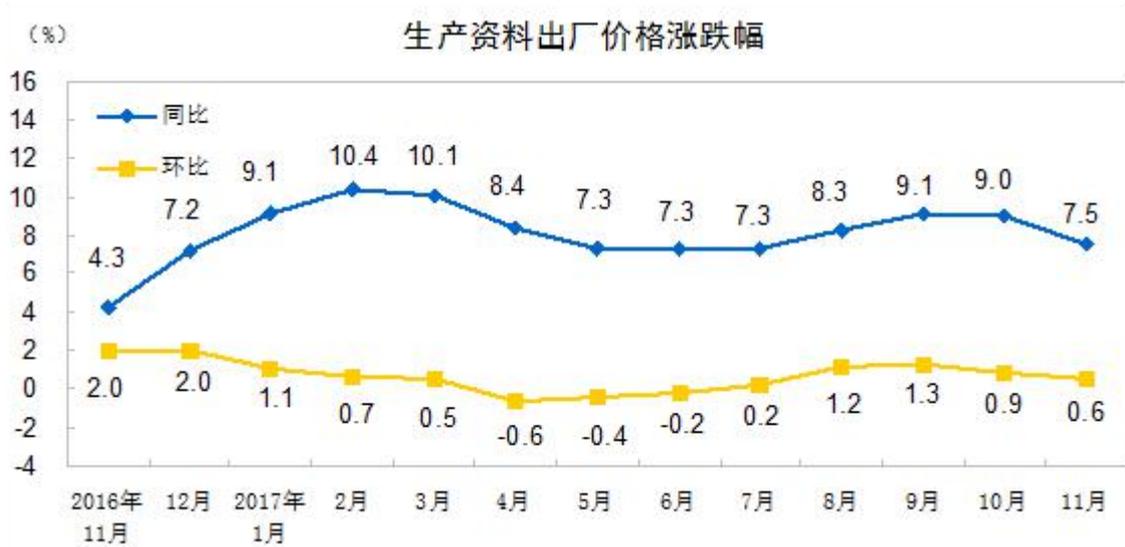
2017年11月份，全国工业生产者出厂价格同比上涨5.8%，环比上涨0.5%。工业生产者购进价格同比上涨7.1%，环比上涨0.6%。1-11月平均，工业生产者出厂价格同比上涨6.4%，工业生产者购进价格同比上涨8.3%。



一、工业生产者价格同比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格同比上涨7.5%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约5.57个百分点。其中，采掘工业价格上涨10.8%，原材料工业价格上涨9.7%，加工工业价格上涨6.3%。生活资料价格同比上涨0.6%，影

响工业生产者出厂价格总水平上涨约0.18个百分点。其中，食品价格上涨0.4%，衣着价格上涨0.7%，一般日用品价格上涨1.7%，耐用消费品价格持平（涨跌幅度为0，下同）。



工业生产者购进价格中，有色金属材料及电线类价格同比上涨14.7%，黑色金属材料类价格上涨13.1%，建筑材料及非金属类价格上涨10.2%，燃料动力类价格上涨8.0%。

二、工业生产者价格环比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格环比上涨0.6%，

影响工业生产者出厂价格总水平上涨约0.45个百分点。其中，采掘工业价格上涨1.7%，原材料工业价格上涨1.0%，加工工业价格上涨0.3%。生活资料价格环比上涨0.1%，影响工业生产者出厂价格总水平上涨约0.01个百分点。其中，食品价格持平，衣着价格上涨0.1%，一般日用品价格上涨0.2%，耐用消费品价格下降0.1%。

工业生产者购进价格中，建筑材料及非金属类价格环比上涨1.8%，燃料动力类价格上涨1.3%，黑色金属材料类价格上涨0.6%，有色金属材料及电线类价格上涨0.2%。

2017年11月工业生产者价格主要数据

	11月		1-11月 同比涨跌幅 (%)
	环比涨跌幅 (%)	同比涨跌幅 (%)	
一、工业生产者出厂价格	0.5	5.8	6.4
生产资料	0.6	7.5	8.5
采掘	1.7	10.8	21.9
原材料	1.0	9.7	11.9
加工	0.3	6.3	6.1
生活资料	0.1	0.6	0.7
食品	0.0	0.4	0.6
衣着	0.1	0.7	1.2
一般日用品	0.2	1.7	1.3
耐用消费品	-0.1	0.0	-0.1
二、工业生产者购进价格	0.6	7.1	8.3
燃料、动力类	1.3	8.0	13.6
黑色金属材料类	0.6	13.1	16.5
有色金属材料及电线类	0.2	14.7	15.8
化工原料类	1.1	9.2	8.5
木材及纸浆类	0.3	9.4	6.1
建筑材料及非金属类	1.8	10.2	8.3
其它工业原材料及半成品类	0.1	2.7	2.7
农副产品类	0.3	1.1	1.6

纺织原料类	0.2	3.4	4.2
三、工业生产者主要行业出厂价格			
煤炭开采和洗选业	0.0	8.6	30.9
石油和天然气开采业	6.2	20.3	30.0
黑色金属矿采选业	-0.1	7.5	16.7
有色金属矿采选业	0.6	13.5	14.2
非金属矿采选业	0.9	7.4	4.7
农副食品加工业	0.0	-0.1	0.7
食品制造业	0.2	1.4	1.2
酒、饮料和精制茶制造业	0.2	1.0	0.2
烟草制品业	0.0	0.0	0.0
纺织业	0.0	2.4	3.2
纺织服装、服饰业	0.2	0.7	0.9
木材加工和木、竹、藤、棕、草制品业	0.2	1.0	0.4
造纸和纸制品业	-0.2	14.9	9.4
印刷和记录媒介复制业	0.1	1.9	1.3
石油加工、炼焦和核燃料加工业	1.9	13.8	19.9
化学原料和化学制品制造业	1.4	10.1	9.5
医药制造业	0.4	2.1	1.4
化学纤维制造业	0.4	11.2	9.9
橡胶和塑料制品业	0.2	3.2	2.7
非金属矿物制品业	1.3	9.9	7.7
黑色金属冶炼和压延加工业	0.5	23.9	28.9
有色金属冶炼和压延加工业	0.1	14.4	16.4
金属制品业	0.4	6.5	5.5
通用设备制造业	0.2	1.3	0.7
汽车制造业	0.0	0.1	-0.2
铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业	0.0	1.2	1.2
计算机、通信和其他电子设备制造业	0.0	-1.0	-0.2
电力、热力生产和供应业	0.2	-0.3	-0.7
燃气生产和供应业	1.1	3.5	1.7
水的生产和供应业	0.1	2.2	2.0

附注

1. 指标解释

工业生产者价格指数包括工业生产者出厂价格指数（Producer Price Index for Industrial Products，简称PPI）和工业生产者购进价格指数。

工业生产者出厂价格指数反映工业企业产品第一次出售时的出厂价格的变化趋势和变动幅度。

工业生产者购进价格指数反映工业企业作为中间投入产品的购进价格的变化趋势和变动幅度。

2. 统计范围

工业生产者出厂价格统计调查涵盖 1638 个基本分类的 20000 多种工业产品的价格；工业生产者购进价格统计调查涵盖 900 多个基本分类的 10000 多种工业产品的价格。

3. 调查方法

工业生产者价格调查采取重点调查与典型调查相结合的调查方法。年主营业务收入 2000 万元以上的企业采用重点调查方法；年主营业务收入 2000 万元以下的企业采用典型调查方法。工业生产者价格调查涉及全国 400 多个城市的 5 万余家工业企业。

4. 工业行业划分标准的依据是《国民经济行业分类》(GB/T4754-2011)。(文/来源于国家统计局)

全国首套房贷利率同比上涨超 20% 贷 200 万多还 40 万

中新经纬客户端 12 月 10 日电(薛宇飞)融 360 数据显示,今年 11 月全国首套房贷款平均利率为 5.36%,相当于基准利率 1.09 倍,同比去年 11 月上升逾 20%。如果现在贷款 200 万买房,要比去年多支付 40 多万的利息。专家认为,首套房贷利率上调的可能性依然存在,但上浮空间已经不大。银行贷款额度紧张将持续到年末,明年 1 月或将有所缓和。

首套房贷利率上涨超 20% 年内 56 家银行停贷

融 360 监测数据显示,今年 11 月全国首套房贷款平均利率为 5.36%,相当于基准利率 1.09 倍,环比 10 月上升 1.13 个百分点,同比 2016 年 11 月首套房贷款平均利率 4.44%,上升 20.72 个百分点。

具体来看,11 月,19 家主要银行中有 7 家银行首套房贷款利率已经较基准利率上浮超 10%,最高上浮 15%,工商银行、农业银行、中国银行、建设银行四大国有行首套房贷款平均利率分别在基准上浮 7%-9%之间,较 10 月上涨 1 个百分点。11 月,有 56 家银行分(支)行因额度等原因暂停受理首套房贷业务,较上月新增 14 家。

另一方面,市面上几乎没有银行提供首套房贷优惠利率。融 360 称,去年同期,全国优惠利率占比为 84.27%,今年 11 月优惠利率占比仅为 2.43%,同比下降 81.8%。11 月上海仍有多家银行提供首套房贷款优惠利率,不过需达到规定贷款金额方可申请,其他地区均已无提供优惠利率银行。

若以现在全国首套房贷平均利率 5.36%贷款 200 万元,30 年等额本息还款,仅利息就需要偿还约为 202.51 万元。以去年 11 月 4.44%的平均利率贷款,偿还利息约为 162.25 万,也就是说,现在买房,需要多还 40.26 万元的利息。

在融 360 监测的 35 个城市首套房贷款平均利率中,最低值为厦门的 4.93%,最高值是郑州的 5.77%。郑州的房产经纪卢女士对中新经纬客户端(微信号:jwview)表示,郑州的首套房贷利率上升很快,今年 6 月份还能拿到基准利率的贷款,现在都已经涨到基准利率的 1.2 倍,而且,贷款审批的时间也在拉长。她称,现在郑州市超过 60%的银行已经用完全年的贷款额度,处于无钱可用的境地。

利率还有上升可能 额度明年初或放松

首套房贷利率一年涨了 20%,买房人的还款压力有所增大,未来还会上涨

吗？融 360 李唯一分析，首套房贷利率由 10 月份的 5.30%上浮至本月的 5.36%，增速已经明显放缓，未来上浮速度将会进一步放缓，后期利率上浮空间较小。

易居研究院智库中心研究总监严跃进对中新经纬客户端(微信号：jwview)表示，首套房贷利率已经处于高位，但受到外围市场的影响，2018 年央行加息的预期进一步上升，房贷利率上调的可能性依然存在，但上浮空间已经不大，“可能会在加息后基准利率的 1.2 倍”。

严跃进称，如果明年的宏观经济持续向好，首套房贷利率上升的可能性会加大。如果经济表现较弱，抑制房地产市场的政策会相对减少，房贷利率上涨势头会减弱。

虽然房贷利率在上升，但想顺利贷到款也非易事，如今，申请贷款的周期已经明显变长。“银行贷款审批越来越严，相比于利率上调，购买人更关心的是贷款能不能批下来，能不能以最低首付比例购房”，严跃进说。

李唯一表示，当前形势下银行吸收存款的成本和难度均有所上升，在控制贷款增速的前提下，需要合理有效分配贷款额度，但贷款需求依旧保持在高位水平。年底银行额度紧张依然成定局，存在大量房贷业务排队等待处理的情况。

严跃进和李唯一均认为，到明年 1 月，随着新一年的贷款配额释放，贷款额度压力将得到一定程度缓解。(文/来源于中新经纬 APP)

全国统一碳市场启动进入倒计时 首批预计只纳入电力行业， 百亿碳资产管理市场将启

《经济参考报》记者了解到，全国统一碳市场将按计划在今年年底启动，目前已进入倒计时阶段。首批预计只纳入电力行业，2018 年主要以市场建设为主，不会对煤电行业整体形成较大的成本压力。市场人士认为，长期来看中国碳交易市场交易规模或超万亿元，为新能源产业和碳资产管理产业带来巨大发展空间，碳资产管理百亿市场大幕将开启。

温室气体排放导致全球气候变暖现象日趋明显，为开展碳减排，全球范围内建立多种碳交易市场。国金证券分析师姚遥提供的一组数据显示，2011 年全年碳交易产值达到顶峰，为 1760 亿美元，折合人民币超万亿元，之后受价格下降影响出现下滑，但 2014 到 2016 年交易额稳定在 500 亿美元左右，全年实现碳交易在 70 亿吨二氧化碳当量以上。

中国从 2011 年起在北京、上海、天津、重庆、湖北、广东、深圳等七地开展碳排放权交易试点，并于 2014 年全部启动上线交易。在此基础上，作为 2017 年深化经济体制改革重点工作之一，今年将启动全国碳排放权交易市场。

据了解，目前相关政策准备和技术准备已经基本就绪，报请国务院批准。国家发展改革委应对气候变化司司长李高表示，在认真准备的基础上按计划如期启动全国碳排放交易体系，按照“市场导向、政府服务、协同推进、广泛参与、统一标准、公平公开”的原则，分阶段稳步推进全国碳市场建设，在确保碳市场平稳有效运行的基础上，不断完善碳交易系统，切实发挥市场机制在控制和减少温室气体排放、降低全社会减排成本方面的作用。

按照初期设想，全国碳市场计划第一阶段纳入石化、化工、建材、钢铁、有色、造纸、电力、航空等八个重点排放行业。参与主体为 2013 至 2015 年中任意一年综合能源消费总量达到一万吨标准煤以上（含）的企业。随后又缩减到电力、水泥和电解铝三个行业，目前最终纳入的行业只有电力一家。上海将建全国碳交易平台，湖北负责登记系统。

华北电力大学经济与管理学教授袁家海表示，全国碳市场近期不会对煤电行业整体形成较大的成本压力。一位从事碳交易工作的业内人士告诉记者，2018 年全国碳市场主要是进行系统建设、试运行、开户、模拟交易等一系列工作，进

而完善相关的机制体系，正式的交易有可能要到 2019 年，所以说短期内对行业影响不大。

不过，市场的想象已经打开。姚遥表示，目前中国碳交易市场已经成为世界第二大碳交易市场，截至 2017 年 10 月，累计配额成交量达到 4.06 亿吨二氧化碳当量，成交额累计达 102 亿元人民币，未来市场交易规模或超万亿元。碳市场的发展将增加传统产业碳排放成本，促使其不断通过技术进步和节能投资降低碳排放，同时新能源产业开发 CCER 项目将为其带来额外收入，增强其竞争优势。此外，碳资产管理产业增长前景广阔，预计未来碳资产开发和碳交易经纪业务可达百亿级规模，而碳盘查市场也能达到 30 多亿元的规模。（文/来源于经济参考报）

12月纸箱再度开启暴涨模式 陶瓷涨价在所难免

12月11日，全国数十家原纸厂家及二级纸板厂家发出的涨价函刷爆了包装行业的圈子。不少陶瓷厂家发出成本又要上涨，瓷砖又要涨价的感慨。

进入12月，国内纸厂纷纷发出涨价函。

过山车式的大起大落

2017年4月中旬开始，纸箱同样开启暴涨模式，与众多化工原料一同极大增加了陶瓷生产企业的包装成本，10月中旬，这一轮全国性的纸业涨价潮达到顶峰，仅8月份，部分纸厂就上涨300元/吨到900元/吨。

这一轮纸业涨价潮甚至带动废纸箱回收价创造历史新高的“神话”，一度从每公斤0.5~0.8元涨至1.5~2元。

10月中旬，到达顶峰后份的纸业行情在此后的一个月内遭遇滑铁卢，南方纸业巨头东莞玖龙更是分别在11月6日、11月13日、11月21日、11月28日四次降价，累计降幅超过2000元/吨，几乎接近9月份四次涨价的总涨幅。

全国纸业进入回调期，对下游包装行业而言，在各种成本一路上涨的大幕下，刚看到一点减压的曙光，然而，包括陶瓷等纸箱需求量大的行业尚未享受到成本回调红利的短暂时间内，新一轮原纸及纸箱价格暴涨模式再度开启。持续长达半年的纸箱涨价潮使得陶瓷生产厂家包装成本大幅提升。

新一轮涨价潮开启 龙头企业一周三连涨

11月底，华东、华北地区纸价率先上涨，据分析，此轮涨价潮或源于环保政策。

华北地区进入采暖季后，面临着秋冬季大气污染综合治理，不少纸厂停机限产。同时生产厂家均为被要求使用天然气，但天然气价格一路猛涨也使得生产成本不断提升。而华东地区，如纸业集中地杭州富阳地区的纸厂反映，当地已明确推进节能减排工作，12月中旬将迎来10天的停产检修期。而南方的纸厂开始涨价或许是就是行业传导效应造成的。

行业巨头东莞玖龙12月5日，开始第一轮小涨，此后12月6日、12月11日实现一周内涨价三连发。涨价总幅度500~600元左右，直接带动了纸业市场涨价狂潮。

短时间内，国内数十家大型纸业厂家发出涨价函，似乎新一轮的涨价涨价潮

又已经到来。12 月 10 日~12 月 11 日，更是病毒式地集中上涨，单次上涨幅度为 200~300 元左右。

然而也有不少质疑的声音出现，当前众多工厂停工，包装业也进入淡季，比如京津冀建陶行业开工率极低，包装需求不高。而且由于纸板产能过剩，厂家普遍订单不足。原纸厂家只是小幅上涨，但引发的全产业链跟进的大势或许只是二级纸板厂的炒作手段，能否持续仍未可知。（文/来源于佛山陶瓷网）

建筑陶瓷智能制造之路 目前还处在 2.0 向 3.0 过渡阶段

随着互联网时代来临与人工智能技术的进步，瓷砖生产方式也快步向前走。目前国内建陶行业还处于自动化向信息化转变的过程，企业单纯的数据采集，未能真正将供应链、销售链和生产环节的数据集结，而背后若没有大数据支撑，企业在朝智能生产的路将会受阻，因此国内建陶行业的生产进程，还有许多挑战要面对。

建筑陶瓷行业处于自动化 到信息化的过度阶段

改革开放近 40 年，中国现代建陶行业取得了非凡的成就，就瓷砖的生产方式而言，先后经历了半机械化、机械化、自动化等阶段，目前正朝着信息化、智能化的方向快速推进。

生产方式的不同，决定了一个行业生产力水平的高低。近年来，伴随着《中国制造 2025》国家战略的出台和老牌工业制造强国德国工业 4.0 概念的提出，智能制造的概念炙手可热，成为传统制造业转型升级的强大引擎。

如果将瓷砖生产方式与德国工业 4.0 相对标，大体上，机械化处于 1.0 的阶段，自动化处于 2.0 的阶段，信息化处于 3.0 的阶段，智能化处于 4.0 的阶段。目前中国建陶行业还处在 2.0 向 3.0 的过度阶段。瓷砖生产方式实现真正意义上智能制造的那一天，就是达标德国工业 4.0 的那一天。

信息化要深入企业 采购生产销售等环节

在全球瓷砖产业链最完整、产业集群最成熟的佛山产区，各种配套产业的发展在瓷砖制造业的带领下正呈现出蓬勃的发展势头，尤其是近年来，伴随着企业转型升级步伐的加快，各类机器人纷纷进入瓷砖生产车间，如自动上砖机、自动下砖机、自动储坯机、自动打包机、自动分选机、无人驾驶的入库叉车等，这些自动化设备的广泛应用，在大力提升瓷砖生产水平的同时，也减少了大量普通岗位的操作员工，在一定程度上解决了企业的用工荒。

随着自动化水平的不断提升，瓷砖生产方式再往前走，无疑面临着信息化的挑战。在这个大数据、云计算被普遍应用于新型产业的年代，制造业的信息化，尤其是瓷砖行业的信息化相对滞后。目前，瓷砖生产企业的信息采集与储备大多还处于单纯的数据采集阶段、信息孤岛阶段。这一点从很多企业的组织架构当中就可以看出，有几家企业设立了单独的信息中心？有几家企业能够将供应链、销

售链和生产环节的数据集成在一起？又有几家企业能够依托信息链重新架构企业的价值链，最终实现从互联网到物联网的跨越？

智能制造离不开大数据的支撑，我们不仅要实现人与机器的数据交互，更要实现机器与机器之间的数据交互，利用大数据、云计算、模型、场景，解决生产当中前瞻性、预测性的问题，从而使瓷砖生产过程逐步向着无介入、透明、互联、实时、可扩展的目标迈进。

消费者在终端门店哪怕是订购一批数量很小的瓷砖产品，生产厂家都能够立马收到订单并更新库存，而不是由经销商集中这些信息，再向厂家统一采购。如果生产厂家无法拿到消费者更具体、更详细的个人数据，比如消费者的年龄、职业、喜好、住房面积、小区地段、购砖时间等等，企业的产品库存，就只能根据经销商的订单数量来决定，而不是直接由消费者订单来决定，没有这些数据，企业接下来的新产品研发，就会更多受经销商喜好的影响，而不是消费者的喜好。

企业在依托大数据重构价值链的过程当中，如果不能将供应链、销售端和制造环节相统一，如果打不通这些环节，不能够实现数据共享、多点对接，那么就会无法降低厂家和经销商的库存，无法及时进行排产计划的调整，无法实现真正意义上的按需生产，也就无法进一步降低企业的生产成本。

整合分析信息的能力 是智能化的关键

目前，瓷砖生产过程当中喷墨打印、分选、打包、搬运、入库等环节的自动化水平相对较高，机器人应用较为普遍，但对这些环节的数据采集、集成、应用还相对薄弱，不能够实现数据的完整采集、集中、统一和交互，尤其是原料采购、粉料制备、配料供应等，大都还处于借助管理软件对人力资源和管理流程进行优化升级的初始阶段，无法实现生产全过程数据的实时交互、匹配与集成应用，在一定程度上限制了企业自动化水平的进一步提升，更别说智能制造。

近年来，虽然大部分企业建立了OA(办公自动化)、ERP(企业资源计划)、CRM(客户关系管理)、HR(人力资源)、PDM(产品数据管理)、SCM(供应链管理)等管理系统，但这些管理系统当中产生的数据同样存在孤立、不匹配、不兼容的问题。企业引进并建立一套管理软件相对容易，难的是怎么样将不同的系统、不同的数据相互整合在一起，让数据通过交互产生生产力，而不是仅仅局限于数据考核和机器替人。

无论怎样，智能制造正以令人惊喜的速度对传统制造业的生产方式进行着迭代升级。在以制造业闻名的佛山，机器人产业正成为近年来最火爆的朝阳产业之一。相信随着人工智能技术的进步，将会孕育出越来越多的工业互联网生态系统和基于大数据的人工智能技术平台，进一步实现机器人与互联网的融合，可以由更多的机器人投入到瓷砖生产的各个工序当中，可以由平台采集的各类数据实现对产供销各个系统机器人运行状况的分析、预测、监控和维护，从而实现建陶行业真正意义上的智能制造。（文/来源于中国建材报网）

2017年1-11月份全国规模以上工业企业利润增长21.9%

1-11月份，全国规模以上工业企业实现利润总额68750.1亿元，同比增长21.9%，增速比1-10月份放缓1.4个百分点。

1-11月份，规模以上工业企业中，国有控股企业实现利润总额15757.4亿元，同比增长46.2%；集体企业实现利润总额368亿元，下降8.2%；股份制企业实现利润总额48019.5亿元，增长23.9%；外商及港澳台商投资企业实现利润总额16842.9亿元，增长17.5%；私营企业实现利润总额21943.6亿元，增长12.7%。

1-11月份，采矿业实现利润总额4434亿元，同比增长2.9倍；制造业实现利润总额60416.1亿元，增长18.9%；电力、热力、燃气及水生产和供应业实现利润总额3900亿元，下降12.8%。

1-11月份，在41个工业大类行业中，39个行业利润总额同比增加，2个行业减少。主要行业利润情况如下：煤炭开采和洗选业利润总额同比增长3.6倍，农副食品加工业增长5%，纺织业增长2.1%，石油加工、炼焦和核燃料加工业增长36%，化学原料和化学制品制造业增长36.7%，非金属矿物制品业增长21.9%，黑色金属冶炼和压延加工业增长1.8倍，有色金属冶炼和压延加工业增长36.5%，通用设备制造业增长12.9%，专用设备制造业增长24.1%，汽车制造业增长6.1%，电气机械和器材制造业增长7.1%，计算机、通信和其他电子设备制造业增长20.4%，石油和天然气开采业由同期亏损转为盈利，电力、热力生产和供应业利润总额同比下降17.8%。

1-11月份，规模以上工业企业实现主营业务收入108万亿元，同比增长11.4%；发生主营业务成本92.1万亿元，增长11.1%；主营业务收入利润率为6.36%，同比提高0.54个百分点。

11月末，规模以上工业企业资产总计112.4万亿元，同比增长7.3%；负债合计62.7万亿元，增长6.3%；所有者权益合计49.7万亿元，增长8.6%；资产负债率为55.8%，同比下降0.5个百分点。

11月末，规模以上工业企业应收账款13.9万亿元，同比增长8.1%；产成品存货42388.5亿元，增长9%。

1-11月份，规模以上工业企业每百元主营业务收入中的成本为85.26元，同比减少0.28元；每百元主营业务收入中的费用为7.49元，同比减少0.22元；

每百元资产实现的主营业务收入为 109.6 元，同比增加 3.8 元；人均主营业务收入为 132.5 万元，同比增加 15.3 万元；产成品存货周转天数为 14.3 天，同比减少 0.5 天；应收账款平均回收期为 39.2 天，同比减少 0.7 天。（文/来源于国家统计局）

质检总局：2017 智能马桶产品，线下合格率为 91.2，电商合格率为 72.5

质检总局：62 家卫浴企业智能马桶合格率达 91.2%

12 月 18 日，国家质检总局发布了 2017 年质检总局组织对智能坐便器、LED 照明等 4 种产品质量专项抽查的结果，本次专项抽查了 801 家企业生产的 830 批次产品。经检验，770 家企业生产的 797 批次产品合格，抽查批次合格率为 96.0%，检出 33 批次产品不合格，不合格产品检出率为 4.0%。其中，智能坐便器抽查批次合格率 91.2%。

此次国家质检总局专项抽查共抽查了河北、上海、江苏、浙江、安徽、福建、广东、四川、陕西等 9 个省（市）的 62 家卫浴企业生产的 91 批次智能坐便器。其中对浙江省、广东省、福建省、上海市等集中产区的智能坐便器产品进行了重点抽查。此次专项抽查重点对水封深度、坐便器水封表面尺寸、便器用水量等 41 个项目进行了检验。

经检验，抽查批次合格率为 91.2%，浙江省企业生产的不合格产品占抽查不合格批次数的 60%。从企业生产规模看，本次抽查的大、中、小型企业数分别占抽查企业总数的 19.4%、41.9%、38.7%，抽查批次合格率分别为 100%、97.7%、75.0%。

质检总局：线上智能马桶盖合格率为 72.5%

12 月 18 日，国家质检总局发布了 2017 年对网络销售的智能马桶盖、电热水壶等 10 种电子商务产品专项抽查的结果。本次国家质检总局采取“神秘买家”的方式从电子商务平台购买产品进行抽查，共抽查了天猫、京东商城、苏宁易购、亚马逊等 4 家电商平台企业销售的 40 批次智能马桶盖涉及 39 家生产企业。质检部门对智能马桶盖样品的触及带电部件的防护、输入功率和电流、发热等 22 个项目进行检测，智能马桶盖合格率为 72.5%。

抽检 40 批次产品 11 批次不合格

本次抽查的 40 批次产品全部购自电商平台，其中天猫 26 批次，京东商城 9 批次，苏宁易购 3 批次，亚马逊 2 批次。在本次抽检中，有 11 批次产品不合格，其中天猫占 10 批次，京东商城占 1 批次。知名品牌，例如科勒、骊住、松下、九牧、法恩莎、日丰、海尔、贝朗、星星便洁宝、欧路莎、荣事达、乐华、华艺

等品牌的产品均合格。质检总局表示，对于本次抽查中产品质量不合格的生产企业，特别是抽查发现产品质量不符合国家强制性标准的，应依法责令企业停止生产销售不合格产品，按照有关规定监督销毁或者作必要的技术处理。

【不合格项目分析】

在11批次不合格产品中，较多产品的问题出在接地措施、输入功率和电流、耐热和耐燃等涉及用户使用安全的指标上，显示这些企业在这方面仍然不够重视。

(一) 接地措施不合格

本次抽查有9批次产品存在接地措施不达标问题。造成该类不合格的原因一方面是企业在安装接地端子的时候没有添加防松垫圈，或没有使用有防松功能的螺帽；另一方面是连接接地端子的地线比载流线短，使得如果软线从软线固定装置中滑出，接地导线在载流导线之前先绷紧，导致产品不符合要求。该项不合格，会使得接地端子有可能意外松动，使得接地失效，如果产品漏电，会造成触电事故。

(二) 输入功率和电流不合格

本次抽查有5批次产品输入功率和电流不合格。造成该项不合格的原因主要是企业对产品输入功率测试方法理解不正确，并且测试设备不能满足标准要求，导致企业测试功率不准确，标称值高于实际值。

(三) 耐热和耐燃不合格

本次抽查有4批次产品耐热和耐燃不合格。造成该项不合格的主要原因是生产企业为降低制造成本，在坐垫材料中没有添加阻燃剂或没有添加足够的阻燃剂。

(四) 螺钉和连接不合格

本次抽查有2批次产品螺钉和连接不合格。该项不合格可能会导致接地连接脱落，产品无效接地，发生漏电时会引发触电事故，对人身安全造成伤害。该项不合格原因是企业不熟悉标准要求，产品在设计 and 制造过程没有注意螺钉和连接的安全性。

(五) 电源连接和外部软线不合格

本次抽查有1批次产品电源连接和外部软线不合格。造成该项不合格的原因主要是企业没有严格按照标准要求进行生产，设置的软线固定装置不能满足要求。该项不合格，容易造成导线发热，加速电源线老化，长期使用会降低绝缘性能甚

至有可能发生起火事故。（文/来源于质检总局官网）

2017 家居企业“扎堆”上市 整体收入高速增长

家居企业 2017 年“扎堆”上市

今年以来，家居企业密集上市。在资本支持下，上市家居企业竞争力加强，产能增加。从已经发布的三季度来看，上市企业整体收入高速增长，高于行业整体水平。多位分析人士认为，行业发展前景看好，定制家具、高端家具业将有望成为新的利润增长点。此外，未来行业竞争加剧。

家居企业密集上市，提升企业竞争力

延续 2016 年家居企业密集上市趋势，今年家居企业仍然“接力”上市。自 3 月份以来，家居板块不断壮大，上市企业涉及家装、家具、建材、卖场等多个领域。3 月 7 日，尚品宅配深交所上市；3 月 10 日，皮阿诺深交所上市；3 月 28 日，欧派家居上交所挂牌上市；5 月 12 日，金牌厨柜登陆上交所；5 月 12 日，志邦厨柜 IPO 首发获通过。业内分析人士指出，上市企业获得资本支持，有利于扩大规模、提升设计、研发能力，产能提升，企业竞争力加强。

整体收入高速增长，高于行业整体水平

从上市家居企业 2017 年三季度来看，大部分家居上市企业实现了营业收入、净利润的双增长。收入同比增长在 30% 以上，整体收入保持较高增长。申万宏源研报显示，2017 年三季度重点家居上市公司收入同比增长 34.2%，定制家居龙头仍延续 30%-40% 左右稳定增长。虽有前期地产销售火爆的滞后影响，但可以看出主要家居上市公司增速高于行业整体。

“一方面，行业持续整合，龙头依托渠道和品牌力、产品高性价比和终端渠道服务能力，市占率持续提升。另一方面，定制家居企业逐步拓展全屋定制，龙头企业打造多品类大家居战略，未来有望穿越地产周期带来的风险因素。”

在备受关注的收入方面，增长较快的仍为定制家居板块。其中定制家居行业前三季度同比增长 36.9%，定制衣柜行业前三季度收入增长 42.8%、定制橱柜行业前三季度收入增长 27.5%。

此外，还有研究数据显示，回顾 2017 年，在家居行业中，龙头企业表现强劲。索菲亚涨幅最高，达 34.2%，顾家家居其次，涨幅达 20%。此外，在 2017 年次新股中，尚品宅配、厨柜龙头欧派家居涨幅居前，分别为 98.1%、56%。

行业发展前景看好，未来竞争将加剧

多位研究员表示，在消费升级背景下，龙头家居企业新增门店、提升客单价的能力将抵抗房地产下行风险。随着我国城镇化率不断提高，国民人均收入增长、个性化需求增加，将带动定制家具、高端家具业绩高速增长，有望成为新的利润增长点。同时，定制柜类行业渗透率未来会逐渐提升，全屋定制也将带动客单价提升，定制家居维持高增长。此外，行业信息化发展加速，生产效率将不断提高，生产成本也随之降低。在 2018 年，家居企业盈利可期。

定制家具行业迎来快速增长阶段，未来成长空间巨大。中信建投证券研报指出，定制家具企业近年来营业收入实现 30%-40% 的高速增长，大幅超过家具行业整体 15%-25% 的增长率。

中投顾问发布的《2017-2021 年中国定制家具行业深度调研报告》显示，目前定制橱柜渗透率为 60% 左右，市场容量接近 1000 亿。定制衣柜的渗透率为 30% 左右，市场容量为 500 亿。其他定制家具渗透率 10% 左右，市场容量 150 亿。整个定制家居领域的市场容量大概在 1650 亿左右。相比国外 60%-70% 的占有率，按照我国定制家具综合占比 5% 的增长速率，预计 2020 年定制家居市场有望突破 3000 亿，并且基本上达到了饱和状态。

国金证券指出，今年定制家居企业的密集上市，融资规模超过百亿，融资后所产生的产能将逐渐在 2018 年、2019 年释放。对于小企业而言，上市公司产能的释放，将加大市场份额被挤占的压力，追赶大企业的步伐将更加艰难。整装成为发展方向后，大企业与小企业之间的差距将进一步加大。（文/来源于中洁网）

2018 年中国智能快递柜市场预测：市场规模或将达 134 亿元

近年来，国内快递市场快速扩张中，从之衍生出来的快递柜行业也正在成长中。智能快递柜基于物联网，能够将物品（快件）进行识别，暂存，监控并管理。事实上，智能快递柜在国外已有十几年的发展历史，然而目前在我国快递柜行业仍处于发展期，智能快递柜数量及市场规模的前景空间还很大。

根据中商产业研究院发布的《2017-2022 年中国智能快递柜市场前景及投资机会研究报告》数据显示：2012 年全国智能快递柜市场规模为 31 亿元，按照我国快递业务不断增长态势，以及智能快递柜的迅速发展，预计 2017 年底市场规模将达 107 亿元，相比 2012 年增长 243%，预计到 2018 年中国快递柜市场规模将达 134 亿元。

智能快递柜在投入使用的最初是为了解决快递行业产业链“最后 100 米”的配送难题，而它能进行的业务也不仅仅局限于“送件”。

消费者除了收件以外还可以在智能快递柜上实现寄件，省却了等待快递员的时间，收寄件变得更方面。除了收寄件，广告业务也是智能快递柜的收入来源之一。由于智能快递柜自身陈列展示的直接性、站点设置的选择性，在智能快递柜上投放的广告面向的受众更为精准。此外，随着国内社区 O2O 市场规模的不断扩大，智能快递柜也成为重要的载体。

目前，国内智能快递柜行业以速递易、e 栈、丰巢三家企业为首，加紧布局国内市场。快递行业正在高速的发展中，国内智能快递柜的需求也待进一步扩大，未来将更加普及。（文/来源于中商情报网）

建材家居市场“入冬” 11月全国规模以上卖场销售额下降近2成

近日，商务部流通业发展司、中国建筑材料流通协会共同发布全国建材家居景气指数BHI。11月份BHI为92.06，环比下降10.50点，同比下降10.42点。全国规模以上建材家居卖场11月销售额为833.9亿元，环比下降19.15%，同比下降19.33%。1-11月累计销售额为8394.5亿元，同比下降22.80%。中国建材流通协会行业研究部解读称，11月全国建材家居市场进入冬日淡季，BHI大幅走低。

数据显示，11月全国房地产市场仍维持低位平稳运行态势。部分热点城市集体降温，三四线城市去库存效果明显，市场已然分化。

据国家统计局数据显示，11月房地产开发景气指数（简称“国房景气指数”）为101.63，比10月份提高0.14点。1-11月份，商品房销售面积146568万平方米，同比增长7.9%，增速比1-10月份回落0.3个百分点。其中，商品房销售额115481亿元，增长12.7%，增速提高0.1个百分点。截止11月底，2017年全国房地产市场围绕“房住不炒”的调控政策密集程度前所未有，部分三四线城市进入了双轨调控并行的模式（一方面去库存，一方面限房价），本轮调控成效显著。

中央政治局会议再次重申2018年一项工作重点就是加快住房制度改革和房地产长效机制建设。预计税收、土地、金融等综合措施将比预期更快出台，展望未来，楼市调控仍将以“稳”为主，以维持全国房地产市场平稳健康发展。中国建材流通协会认为，在房地产市场低位运行综合影响下，9月、10月建材家居市场已经集中“消化”了一部分潜在消费需求，11月进入冬日淡季，BHI下降符合预期。

从BHI各分指数来看，“人气指数”环比降幅最大达21.05点，而“购买力指数”不降反升1.55点，形成“看少买多”的反差。

中国建材流通协会强调，这说明当前靠促销、人气成单的现象已成过往，市场正向引领消费、精准服务的方向发展；而从今年双11建材家居企业提交的华丽的电商数据单来看，近年建材家居电商增长速度非常快，并且不仅仅是数据的喧嚣，电商市场也正逐渐回归本质，正从价格战到价值战迭代，未来随着消费升级，建材家居企业线上线下更深层次的融合互动一定是大势所趋。

据国家统计局与中国物流与采购联合会发布的 11 月份中国制造业采购经理指数（PMI）51.8%，比上月上升 0.2 个百分点，制造业继续保持稳中有升的发展态势。

中国建材流通协会表示，当前建材家居企业正处于重要战略机遇期，建议企业研究“供给侧结构性改革”、“一带一路”、“人工智能”“租购并举”等政策导向对行业发展的要求，理论与实践结合，把握时代机遇。（文/来源于人民网）

2017 厨卫业热门事件

2017 年卫浴行业度过了充实的一年。法兰克福卫浴展、上海厨卫展轮番上阵,各大企业经营及管理动作频繁,期间还有环保督查和企业打假对行业的净化。

佛山全面启动排污权有偿使用和交易

4 月 1 日,《佛山市排污权有偿使用和交易管理试行办法》正式实施。截至 6 月 21 日,佛山已陆续受理、办结了 20 多家企业的初始排污权有偿使用和交易申请业务,涉及资金近 2000 万元。下一步,佛山将在全面开展排污权有偿使用和交易试点工作的基础上,逐步完善试点制度,为全省全面推广积累可复制的经验。

《广东省控制污染物排放许可制实施计划》出台

5 月 4 日,广东省人民政府办公室印发了《广东省控制污染物排放许可制实施计划》,计划明确,2017 年底前,各地要按国家要求,部署完成《大气污染防治行动计划》和《水污染防治行动计划》重点行业及产能过剩行业企业排污许可证的核发,至 2020 年基本完成固定污染源排污许可证的核发。

佛山智能马桶合格率超 93%

5 月 9 日,佛山市智能坐便器质量对比研究报告发布会召开。会上透露,佛山智能马桶产品在一次国家质检总局、两次广东省质监局开展的专项抽查中,合格率均在 93%以上。在质量比对采用中,佛山智能马桶产品在电器安全、肛门冲洗力两方面和国外产品并无差异,不过在水温波动性、暖风风速、座温均匀性方面,佛山产品则略逊于国外产品。

第 22 届上海厨卫展完美落幕

5 月 31 日-6 月 3 日,第 22 届中国国际厨房、卫浴设施展览会(简称上海厨卫展)在上海盛大召开。本届展会吸引了数千家国企业参展,国外大牌如劳芬、汉斯格雅、科勒、高仪、美标等悉数登场,和国内企业东鹏、九牧、恒洁、箭牌、法恩莎等,共铸这一行业盛事。

近 70 件卫浴产品荣获 iF 设计奖

2017 年 iF 设计奖在 3 月公布全部获奖名单,本年度有近 70 件卫浴产品获奖,其中来自国内企业的有 14 件,海尔、九牧、西河卫浴、仕霖、志高洁具等均在获奖名单之列。

多家卫浴企业入围中国 500 强品牌榜

6 月 22 日，由世界品牌实验室主办的第十四届“世界品牌大会”在北京举行，会上发布了 2017 年中国 500 最具价值品牌榜。今年共有 4 家卫浴相关企业上榜，包括九牧、东鹏、惠达和法恩莎。其中九牧凭借 178.36 亿元的品牌价值，连续 6 年蝉联卫浴行业品牌价值第一。

法兰克福卫浴展盛大开幕

2017 年德国法兰克福卫浴展 (ISH) 于 3 月 14 日-18 日盛大举行，本届展会共吸引全球逾 2400 家企业参展，其中包括 100 多家国内企业，惠达、欧路莎、瑞尔特、日丰、心海珈蓝、奥雷士、莱博顿、中陶、菲时特、维恩、丰贝、安玛、阿波罗、海霸、玫瑰岛等均在参展商之列。

TOTO 建泰国第二工厂

4 月，TOTO 宣布在泰国建造第二个卫生陶瓷生产工厂。新工厂面积约 68000 平方米，年产能约 42 万件，建成后主要生产马桶、面盆等卫生陶瓷产品。新工厂已于 2017 年 5 月动工，预计 2019 年 4 月建成启用。

科勒计划在全球 9 大城市开设体验中心

6 月，科勒宣布，到明年结束前，将在全球九大城市开设科勒体验中心 (Kohler Experience Centers)。这九个城市包括纽约、伦敦、洛杉矶、新加坡、上海、香港、台北、曼谷和新德里。其中，位于纽约的科勒体验中心将于近期开业，该中心设有 20 个厨房及浴室体验区，将为客人提供完整的厨卫生活体验。

(文/来源于中洁网)

第三部分 国际连线

“一带一路”中阿国际产能合作交流会暨产能合作战略协议 签约仪式圆满举行

佛山，自古便是海上丝绸之路的重要货源地，佛山出产的蚕丝更是驰名海外。康熙年间，由于毗邻广州，发展成为当时重要的枢纽港，佛山码头一时船舶云集，货如轮转，“佛山制造”蜚声海外。时至今日，佛山的制造业已位居世界前列，在国家供给侧改革的政策推动下更是焕发勃勃生机。同时，“一带一路”作为当今中国三大经济战略之一，佛山政府通过全面梳理自身优势产业，在一带一路沿线国家对佛山产品进行批量输出，大力打造“佛山智造”品牌，佛山企业迎来开拓海外市场的重要契机。

12月8日上午，“一带一路”中阿国际产能合作交流会暨产能合作战略协议签约仪式在众陶联交易大厅隆重举行，阿曼工业区总署首席执行官希拉尔·哈密德、佛山市副市长乔羽出席了会议，佛山多个行业协会的领导、企业代表、媒体齐聚一堂，共话中阿产能合作，神州长城国际工程有限公司董事长助理庄雄明、中国出口信用保险公司广东分公司副总经理向宇、广发银行佛山分行总经理朱奕章、众陶联总经理蔡初阳、常务副总经理李重光、专家委员会秘书长白梅参与了本次会议。

作为本次会议重要成果之一，阿曼工业区总署与佛山商务局签订“一带一路”产能合作战略协议。在两地政府的支持下，众陶联、神州长城国际工程有限公司联合与阿曼工业部、阿联酋经济部、卡塔尔皇家商会建立战略合作伙伴关系，共同构建中国与阿拉伯国家产能合作平台。

中阿产能合作平台将由产能平台和金融平台组成。阿曼是“一带一路”交汇节点国家，产能平台在当地设立可以依托阿曼辐射周边国家，如迪拜、也门、沙特和科威特等国家。同时，阿曼加入了欧美国家自由贸易协定，将来通过阿曼加工的产品可以自由进入欧美国家和地区，可有效规避“双反”影响。同时阿曼计划投资1000亿美元产业新城的规划建设，为产能平台业务有效持续发展奠定基础。计划设立在迪拜的金融平台是另外一块重要组成部分，由于迪拜是国际五大金融中心之一，阿联酋计划通过伊斯兰金融机构成为一带一路的国际融资中心，

将由伊斯兰金融机构、中国国家开发银行、中国出口信用保险公司等提供支持，协助解决合作过程中的融资债权问题。

为了更好推进中阿产能平台的搭建，在佛山市政府的支持下，众陶联将在迪拜、阿曼和卡塔尔分别设立展示厅，辐射中东区域主要市场。展厅将展示佛山制造的泛家居产品，主要对工程项目销售，当地的工程项目采购通过展厅的经营绑定下单，对接众陶联平台和佛山各个商协会及企业，保证展厅的可持续发展。借助展厅的设立，树立起佛山产品的高端形象，打出中国产品的品牌形象，推动国家供给侧结构性改革与一带一路的国际产能合作。

依托中阿产能合作的建立，众陶联将整合泛家居行业资源，协助组织泛家居产品走出去，秉承“设计引领，项目对接，质量优先，服务升级”的理念，与工程项目对接，紧抓“一带一路”发展机遇，利用好全球的资源、市场“走出去”，推动佛山泛家居产业做大做强。

大会上，众陶联与中国出口信用保险公司广东分公司签订战略合作协议，充分整合中国信保广东分公司在商业信用管理、国别和政治风险规避、项目风险管控等方面的经验，为佛山“走出去”企业提供综合金融服务，支持企业参与“一带一路”的发展战略。

会后，神州长城国际工程有限公司董事长助理庄雄明在采访中表示，在一带一路大战略布局下，此次跟阿曼、众陶联以及中国信保一起合作打造集产业、创新、科技、金融于一体的“阿曼苏哈尔中国产业园”，具有创新的重要意义，佛山庞大的产业基础、中国信保的融资担保能力以及阿曼的区位优势，能让佛山庞大的产业基础跟整个广东的产能优势整合，把佛山市的产业带到国外，增强在海外的竞争力。

中阿产能合作平台的建立，是佛山市政府对国家“一带一路”政策的重要践行，不仅符合有关各方共同利益，也顺应了地区和全球合作潮流。众陶联将以中阿产能合作平台作为依托，帮助佛山企业积极开拓与布局海外市场，参与国际竞争，挖掘新的蓝海市场，让“佛山智造”扬帆出海，让佛山泛家居产业与中欧国家在共商、共建、共享的道路上大步向前，以实际行动践行人类命运共同体理念，绘就互利共赢、共同繁荣的美丽画卷。（文/来源于新浪家居）

陶瓷行业：瓷砖出口前三季度环比下降

中国是人口第一大国，物资丰富充足，海外贸易在各国之间排名也是名列前茅。而陶瓷行业作为我国制造业的一大龙头之一，与海外的贸易来往也是异常密切，其中，菲律宾、印度尼西亚、越南等等都是中国进口来源地之一。就拿菲律宾来说，今年1-7月，菲律宾货物进出口贸易总额878.01亿美元，同比增长10.3%，其中进口额512.32亿美元，同比增长7.9%，中国、日本、美国、中国香港、韩国仍然是菲律宾前五大贸易伙伴。

近两年，受到海外反倾销措施和技术贸易壁垒的双重制约，加上国际市场同质化越来越严重，我国陶瓷出口环比相继下滑，市场出现萎缩。

从出口额增速来看，2017年1-9月份，我国瓷砖出口前20位国家和地区当中，仅有印度尼西亚、韩国、香港、加拿大四大国家与地区的出口额与2016年同期相比有所增长，其中以香港的增长最为迅猛，同比增长了99.67%，而印度尼西亚、韩国、加拿大分别增长23.00%、3.23%、6.19%。

2017年同期我国瓷砖出口至沙特阿拉伯、新加坡下滑最为明显，均超过50%，分别是-54.31%、-55.43%。出口至阿联酋、马来西亚、巴基斯坦、缅甸的情况也不容乐观，分别下跌了-29.32%、-31.38%、-47.21%与-43.70%。

由此，某专家说道：企业还得加强品牌效应和产品创新力度，在同质化和产能过剩当中脱颖而出。引导和规范行业自律，促进中小企业抱团发展和有序竞争，支持行业加大高端产品的研发设计投入与转化应用，保护好知识产权，为加快转型升级和占领价值链高端创造良好环境。（文/来源于佛山陶瓷网）

俄罗斯楼市复苏 中国瓷砖出口将迎来转机

中国是俄罗斯瓷砖最大的进口国之一，在俄罗斯的进口瓷砖需求上，中国始终持有较大的占比。然而在2015年，俄罗斯大大减少中国瓷砖进口量，使中国瓷砖的出口持续处于下跌势头。

瓷砖需求量离不开国家的经济发展，虽然俄罗斯在2015年减少60.9%的中国瓷砖进口量，但自2016年下半年开始，随着俄罗斯经济好转、楼市复苏，对于进口瓷砖的需求势必加大，中国瓷砖出口的下跌情况，也可能会因为俄罗斯的经济复苏而出现转圜之势。

2016年，全球瓷砖产销情况开始复苏，但是中国瓷砖的出口依旧处于下跌的势头。

根据海关相关统计分析，2016年1~12月，我国出口陶瓷砖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美元/千克。其中无釉砖出口17.68亿美元，同比下降52.15%，有釉砖出口37.63亿美元，同比下降18.73%。对于复苏的俄罗斯市场或许是个转机。

出口下跌的情况延续到2017年上半年，在1~7月份期间，我国出口的陶瓷砖总量是25.82亿美元，同比下降19.98%，单价从0.33美元/千克下降到0.28美元/千克。预计今年瓷砖出口还要下跌30%。

瓷砖的需求量离不开国家的经济发展情况。全球经济跌宕起伏中，俄罗斯的经济复苏苗头很明显。

据意大利瓷砖杂志《世界陶瓷评论》披露的全球瓷砖数据显示，尽管经济衰退，2014年俄罗斯仍以7300万m²的总进口量和2.19亿m²的总消费量，分别位居世界瓷砖进口国和消费国的第八和第九位。

而中国始终是俄罗斯瓷砖进口国之一。在2015年，俄罗斯大大减少了瓷砖的进口量，中国2015年对俄瓷砖出口同比2014年下滑60.9%。即使这样，中国瓷砖仍以12.8亿m²和5.0亿m²稳居俄罗斯海外瓷砖进口国第四位。中国瓷砖在俄罗斯的进口瓷砖需求上，始终持有较大的占比。

中国瓷砖出口的下跌情况，可能会随着俄罗斯的经济复苏而出现转圜之势。尽管俄罗斯不是中国瓷砖出口的前十国家，但两国比邻的关系，将成为国内陶企的优势。

俄罗斯经济复苏离不开瓷砖的支持

俄罗斯经济在2016年下半年，开始显现好转迹象，根据俄罗斯国家统计局和世界银行公布的数据，预计2017年俄罗斯经济将增长1.5%，并在2018年实现增长1.7%。通货膨胀率下降一半以上，失业率也将达到5.6%的历史最低点。

宏观的经济环境很自然地会影响建筑行业的发展。俄罗斯建筑行业的建设输出在2015年同比2014年下降了7%，而2014年建设输出同比2013年下降了2.3%。从产值角度来看，建筑输出从2014年的6.1252万亿卢布在2015年下滑到5.9455万亿卢布，同比下降了2.9%。

在2016年，受本国经济危机的影响，俄罗斯建成并投入使用住宅115.65万套，总面积7980万平方米，与2015年相比减少6.5%。但进入2017年后，随着俄罗斯经济的回暖，在政策的大力扶持下，俄罗斯的住房建设正逐步复苏。

预计在2019年年底，俄罗斯政府拟提供7.44万亿卢布资金用于国内住房建设融资。根据俄罗斯国家住房建设发展项目规划，2017年俄罗斯拟投入使用的住房面积为8100万平方米，2025年为1.2亿平方米。

其中莫斯科是完成新建居民楼最多的城市，2016年1到11月，新建居民楼面积为670万m²。莫斯科地区于2016年前8个月发行的建筑许可证都是用来建设面积约为302万m²的商业物业(含75.5万m²的仓库,64.5万m²的生产设施,60.4万m²的零售空间空间和11.2万m²的办公室)，其中，面积为270万m²的新建楼盘已经投入使用(比2015年同期相比，增加了60%)。

紧接着的是克拉斯诺达尔地区(405万m²)，圣彼得堡城(240万m²)，巴什科尔托斯坦(230万m²)，塔塔尔斯坦和圣彼得堡地区(两地同为200万m²)。

这些数据显示这几个城市的工程需求以及建筑需求非常大。建筑的增多刺激瓷砖需求的增长。在未来几年里，这几个城市将成为俄罗斯瓷砖消耗最大的市场，值得陶企对其加大投入。

俄罗斯本身也是陶瓷砖生产国。由于楼市的衰退，俄罗斯本土瓷砖2016年前11个月的产量同比下滑了6%，由2015年同期的1.582亿m²减少到1.488亿m²。最终，俄罗斯的陶瓷行业2016年全年产量下降率被限制在5.5%以内，由2015年的1.704亿m²下滑到1.611亿m²。

随着楼市复苏，俄罗斯本土瓷砖销量必然回升，但对进口瓷砖的需求也势必加大。

2017年1~5月，满洲里铁路口岸向俄罗斯联邦出口建筑陶瓷1.3万吨，为去年同期的2.1倍，占同期该口岸出口陶瓷产品总量的99.1%。贸易值1亿元人民币，同比增长88.1%。俄罗斯经济复苏，中国对其的瓷砖出口量必然增加。

品牌与质量齐飞，市场势必扩大

进口瓷砖在俄罗斯市场上所占比重为三分之一，其中中国瓷砖占俄罗斯市场约有五分之一到六分之一。

与俄罗斯本国的产品相比，中国瓷砖的价格要便宜30%~40%左右，较低的价格受到俄罗斯经销商的青睐，这是我国瓷砖的优势，但也成了劣势。

价格限制了质量，长期以来，销入俄罗斯市场的中国瓷砖，都是比较低档的产品，因为价格低，质量也不是很好。质量问题限制了中国对俄罗斯的出口量。

中国的陶企为了获得市场，长期使用低价策略，这导致中国瓷砖被限定在中低档的印象中。但是俄罗斯市场上，很多从欧洲进口的瓷砖其实是制造于中国的，而在俄罗斯的销量却高于中国本土品牌。

似乎只有质量和品牌相辅相成的发展，才能扩大中国瓷砖的俄罗斯市场。建立品牌需要一定的时间，我国瓷砖品牌错过了最佳时期，很难抢占俄罗斯本土高端市场。

俄罗斯本土瓷砖产品往往能占全国总消费量的70%左右。本土主要的瓷砖生产企业有km集团keramamaazzigroup、unitileholding、keraton、volgogradceramicfactory、ro-versecapitalgroup及ne-frit-keramika等。

这些企业大多是在俄罗斯遭遇经济封锁之前，由欧洲陶瓷企业在俄罗斯设生产基地建成的。这些企业凭借欧洲品牌性的优势，和长时间的市场投入，已经占据了中高端市场。中国品牌凭借价格优势，更适合占位中端市场。

市场的扩大少不了经销商的参与，越大的经销商，其代理的产品就越容易获得较大的市场。

rosstile是俄罗斯最大的高品质综合建筑材料供应商，目前有5000个品牌在分销，还是几家国际大牌的独家代理，如roberto cavalli、valentino和versace。

ceramir 主要分销意大利浴室瓷砖和西班牙陶瓷花岗岩，在俄罗斯和国外拥有 150 个商业销售网。在莫斯科和俄罗斯其他地方一直为建筑公司和建筑事务所提供服务，至今已有 17 年。

akvana 虽然是一个卫浴企业，但 akvana 也是俄罗斯的主要瓷砖零售商和外国瓷砖的经销商。

mnogo plitki 和 plitka moskvy 也是俄罗斯本土较大的经销商。和经销商合作是一方面，参加本土的展会也是提升品牌的方法。

俄罗斯本土有 3 个较大的建材展会，分别是：俄罗斯莫斯科国际建筑建材展 (mosbuild)、圣彼得堡国际建筑材料展览会 (baltic build)、国际建材展览会 (ise)。

俄罗斯大部分的城市和人口均分布在其国土的欧洲部分，因而民众的消费喜好和消费习惯均与邻近的欧洲国家相似。中国陶瓷的价格优势在俄罗斯还是拥有较大的发展潜力。

尽管对俄罗斯的出口增长，不能改善瓷砖出口整体下跌局势，但这也是一个重要的输出端口。而出口量提升的背后，依旧品牌输出的支撑。(文/来源于佛山陶瓷网)

俄罗斯市场释放巨大需求 为中国建筑陶瓷出口带来重大利好

作为中国通往俄罗斯等独联体国家和欧洲各国重要的国际大通道，中国最大铁路口岸满洲里海关 6 月 26 日发布的数据显示，2017 年 1-5 月，满洲里铁路口岸向俄罗斯联邦出口建筑陶瓷 1.3 万吨，为去年同期的 2.1 倍，占同期该口岸出口陶瓷产品总量的 99.1%；贸易值 1 亿元人民币，同比增长 88.1%。

在此起彼伏的对华瓷砖反倾销的浪潮、以及全球各地陶瓷产业蓬勃发展的势头下，中国陶瓷砖出口正面临着史无前例的巨大挑战，尤其是在 2016 年出现了“量价齐跌”的局势，出口总额更是跌破了 30%。（根据海关相关统计分析，2016 年 1-12 月，我国出口陶瓷砖 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 美元/千克。其中无釉砖出口 17.68 亿美元，同比下降 52.15%，有釉砖出口 37.63 亿美元，同比下降 18.73%。）。

“中国一直以来都是全球最大的瓷砖消费国，但这两年与国外同行相比，我们的性价比和其他优势在迅速下滑。”中国建筑卫生陶瓷协会常务副会长缪斌曾在第二届中国陶瓷卫浴产区峰会上表达了这样的担忧，“去年出口总金额下跌 30%，预测今年下跌 30%以上，而印度和巴西这些新兴国家占的份额越来越多。”

在这样的背景下，俄罗斯住房建设方面释放出来的巨大需求，对于拥有地缘优势的中国而言，无疑是建筑陶瓷出口的重大利好。

根据 2016 年 2 月俄罗斯联邦国家统计局发布的数据表明，在 2016 年，受本国经济危机的影响，俄罗斯建成并投入使用住宅 115.65 万套，总面积 7980 万平方米，与 2015 年相比减少 6.5%。但进入 2017 年后，随着俄罗斯经济的回暖，在政策的大力扶持下，俄罗斯的住房建设正逐步复苏。

根据俄新社报道，2019 年年底，俄罗斯政府拟提供 7.44 万亿卢布资金用于国内住房建设融资。而俄罗斯国家住房建设发展项目规划则显示，2017 年俄罗斯拟投入使用的住房面积为 8100 万平方米，2025 年为 1.2 亿平方米。

满洲里海关认为，在“一带一路”倡议以及俄罗斯投入巨资支持国家住房建设发展的双重利好影响下，中国建筑陶瓷企业应抓住机遇，开拓俄罗斯的巨大市场。（文/来源于中俄资讯网）

中国陶机出口日益强劲，有窑炉企业年出口量已超40条

据海关总署最新统计数据显示，2017年1~10月，我国陶瓷砖出口37.20亿美元，同比下降21.14%，而且出口平均单价从0.32美元/千克下降到0.28美元/千克。而与此形成鲜明对比的是，中国陶瓷机械设备出口则迎来稳定增长之势。

业内资深人士分析指出，受海外市场瓷砖需求疲软、中国陶瓷砖竞争力不足影响，我国陶瓷砖出口呈现量价双降的态势。其中，海外市场对中国陶瓷砖需求减弱的关键原因之一是，部分国家/地区陶瓷产业发展迅猛，新建陶瓷生产线的热情高涨。

据介绍，印度、越南、土耳其等国家陶瓷产业发展势头良好，规划待建的生产线相对较多。不过，在这些新建生产线热情“高涨”的国家/地区当中，当地陶瓷配套产业，包括上游的生产机械设备供应能力有限，多数依赖意大利或中国的陶瓷机械设备。

在当前海外市场前景利好、陶瓷产业发展迅猛，对陶瓷机械装备需求日益扩大的背景下，经过了三十多年快速发展，无论是技术创新、设备稳定性等均取得了重大突破的中国陶瓷机械设备产业，该如何加速进军海外、蓝海掘金？

2017中国陶机热销海外

有窑炉企业年出口量已超40条

一直以来，印度、越南与土耳其等海外市场都是中国窑炉等陶瓷机械设备的主要流向地。毫无疑问，在诸多的出口目的国当中，印度始终都是中国窑炉出口的最大市场，这主要体现在，一方面其海外销售占比最高，另一方面中国设备的品质与技术服务在该市场获所获得的认可也是最大的。

具体来说，以购销合同生效为统计口径，2016年印度新签约生产线100余条。据相关陶机设备商统计，2017年新签约生产线近百条，相对而言，当地陶瓷企业新建生产线的热情略微褪减，但其依然是中国陶机出口的重点市场之一。

与印度相比，越南、印度尼西亚与土耳其等国陶瓷产业的发展相对缓慢。据不完全统计，2017年越南约有6条新生产线在建设，印度尼西亚与土耳其新建生产线的数量更少。

总体而言，2016~2017年，中国陶瓷机械设备出口迎来了良好的发展机遇。

据广东科达洁能股份有限公司《2016年年度报告》显示，科达洁能在窑炉、

压机等建材机械设备与节能环保设备等方面业务，2016年的国内营业收入为30.91亿元，国外营业收入为12.83亿元。

其中，2016年度建材机械装备实现营业收入32.92亿元，同比增长34.58%，这主要由科达洁能海外建材机械产品销售收入大幅增长所致。另据悉，2017年科达洁能的窑炉海外销售同比增长52%，压机则同比增长70%。

同时，国内另一优秀压机生产企业，恒力泰今年亦保持了连续第十一年全球产销第一的佳绩。据了解，截至今年，恒力泰的压机出口总量，已占据海外市场总量的50%以上。尤其是在今年以来，恒力泰的大吨位压机、超大吨位压机（万吨及万吨级以上）更是深受海外客户的欢迎。与此同时，恒力泰今年在拓展欧美等海外高端市场方面，也取得了重大突破。

此外，佛山市德力泰科技有限公司副总经理吴俊良介绍到，2017年，德力泰向海外市场销售了40余条窑炉生产线，其主要市场包括印度、越南、泰国、孟加拉和土耳其。他进一步提及，在诸多的海外市场当中，依然属印度发展的势头最理想。

就此，吴俊良表示这主要源于三大原因：

首先，印度作为人口大国，人均瓷砖使用量仍然较低，印度市场对瓷砖需求量极大。据《世界陶瓷评论》报道显示，2016年印度超过巴西成为世界第二大瓷砖生产国和消费国，其产量从2015年的8.5亿平方米增加至9.5亿平方米，而印度人口基数超12亿，以人均占有量来看，印度人均瓷砖占有量远不足一平方米，瓷砖市场需求量大。

其次，印度陶瓷砖出口量连年增长。据《世界陶瓷评论》发布的“2016年世界瓷砖消费报告”显示，2016年印度瓷砖在沙特阿拉伯、伊拉克、阿联酋、阿曼、科威特和墨西哥等海外市场销售量大幅上升，从2015年的1.34亿平方米增加到了1.86亿平方米，增幅达到了38.8%。

其中，相当一部分市场份额是因挤压中国陶瓷砖出口市场而释放出来的。以沙特阿拉伯为例，2015年中国陶瓷出口沙特阿拉伯的出口量为6400万平方米，但到了2016年，这一数据已经下降到了4900万平方米。而印度瓷砖的最大出口市场依然是沙特阿拉伯，占出口总量的32.5%，出口量也从4900万平方米增长到了6000万平方米，涨幅达23%。

第三，中国向印度、越南等国输出陶瓷机械设备，不仅在地理区位上有优势，更为关键的是，印度、越南等国是发展中国家，中国陶瓷砖的发展模式相对更加契合当地陶瓷企业的发展需求。更为重要的是，当前印度陶瓷行业发展的轨迹与中国非常类似，诸多中国陶瓷行业的“先进”经验可以直接或间接“复制”至印度市场。

不可否认的是，除了上述三大原因外，近十年来中国陶瓷机械设备的快速发展，尤其在品质与技术上的提升，也为其在印度获得大发展奠定了坚实的基础。

海外本土配套产业的发展

将是中国陶机装备企业出口的最大威胁

早在2002年~2003年间，印度陶瓷行业多数新建生产线均为内墙砖生产线，且以意大利二手设备为主，设备技术含量相对较低，因而相对较少从中国购进相关设备。

自2003年底开始，随着渗花抛光砖的逐渐流行，印度新建抛光砖生产线的陶瓷企业逐渐增多，但是印度本土的相关陶瓷机械设备企业难以满足生产需求，当地陶瓷企业继而依赖从中国购买相关陶瓷设备，也因此带动了从中国陶瓷机械设备出口量的增长。

2013年前后，全抛釉产品开始在印度逐渐流行，印度陶瓷企业对中国的陶企设备的依赖程度进一步提升。

总体而言，2003年之后，中国陶瓷机械设备在印度、越南、印尼等国获得喜人的发展，但对于未来的发展，广东科达洁能股份有限公司国际营销总监刘晓东提醒到，“中国陶瓷机械设备制造商一定要重视印度陶瓷产业的快速发展，要吸取当年意大利陶瓷机械设备在中国的失败教训，否则印度当地的陶瓷产业配套设备就会快速成长起来，届时就可能难有中国陶瓷机械设备的发展空间。”

刘晓东坦言，以印度的陶瓷砖市场容量与发展前景来看，印度陶瓷相关配套产业绝对有发展的土壤与潜力。就目前情况而言，印度本土的陶瓷机械设备商已经可以供应瓷片生产线的窑炉设备。

除此以外，印度本土也有生产干燥喷雾塔的企业逐步成长起来，与此同时，当前也有印度本土的陶瓷机械设备企业在研发与尝试生产技术含量相对高的喷墨印花设备。

“我们一定不能小觑印度企业的学习与成长能力，他们的发展轨迹与中国非常相似。”刘晓东强调，未来中国陶瓷机械设备企业想要继续占领印度市场，就必须保持不断创新的能力，永远保持中国制造的先进性。

刘晓东表示，当前，中国设备企业面临着劳动力成本与原材料成本不断攀升的压力，在这两方面中国企业的优势远不如印度本土企业，但中国企业的优势在于技术创新与售后服务，当前中国设备企业在印度市场依然占据着市场的主动权，未来中国企业要保持这种平衡不被打破的方式一定是持续的创新。

平台优势与本土化服务

助力中国设备再提升

中国陶瓷机械设备之所以能够成功走出去，刘晓东、吴俊良等业内人士一致认为，一方面是中国陶瓷机械设备品质得到快速提升，另一方面是经过多年的发展，中国陶瓷机械设备制造商对国际市场、贸易流程等拥有更深入的认知，而且在文化习俗、语言沟通上有中国的核心优势。

当前，中国陶瓷机械设备在印度、越南等广大的海外市场，已经逐渐形成了科达洁能和“力泰家族”两大企业齐头并进的局面。就此，吴俊良坦言，这主要源于这两大设备企业除了拥有技术创新与完善的服务之外，还在于这两大企业拥有其他企业无法比拟的产品链与平台优势，在制造业自动化、智能化、信息化的浪潮之下，当前越来越多的陶瓷生产企业都开始追求整线设备的高度串联与协同生产，当前在中国建陶设备领域，也仅有科达洁能和“力泰家族”等极少数企业能够自主、协同实现。

吴俊良坦言，从长远的发展来看，技术输出是非常有必要的方向。无论是从中国陶瓷机械设备的发展来看，亦或出于对客户负责的态度，单纯输出设备容易被其他供应商所取缔，但是设备输出匹配技术输出，中国设备就能更牢固的占据市场主动权。

纵观在海外市场表现良好的中国陶瓷机械设备企业，其技术服务越来越专业。吴俊良介绍，以德力泰为例，其在印度莫尔比产区设有办事处与仓库，此外还有一个比较大的技术服务团队常年驻扎当地，技术与服务团队成员由当地10余个印度人组成，与客户在语言与技术上不存在沟通障碍，可以进行有效畅顺地沟通。

刘晓东也表示，科达洁能不仅是对外输出陶瓷机械设备，还陆续在印度、土

耳其设立子公司，在非洲肯尼亚、加纳、坦桑尼亚合资建设陶瓷厂，在大幅拉动陶瓷机械设备海外销售的同时，还逐渐影响与改变着当地陶瓷行业的发展现状。

刘晓东建议，今天中国陶机企业在全球的市场地位与口碑非常来之不易，未来中国陶瓷设备人更应当发愤图强，不断创新，将中国设备全球地位提升到新的高度。具体而言，当前中国一些综合实力较强的陶瓷机械设备企业或陶瓷企业可以借势“一带一路”的国家政策实现走出去，以获得更大的发展。（文/来源于腾讯家居）

印度待建生产线近百条过半拟生产全抛釉、抛光砖与瓷片

据不完全统计，到 2017 年底，印度陶瓷企业签约待建生产线仍有近百条，相比 2016 年的 100 余条，印度新建陶瓷生产线、瓷砖产能扩张的步伐略有减缓。尽管如此，印度依旧是中国陶瓷机械设备企业高度关注的重点市场。据介绍，这近百条规划待建生产线多半生产全抛釉与抛光砖、瓷片等产品，而在 2017 年“火”了起来的陶瓷大板亦是印度陶瓷企业发展的重点，其占到了规划待建生产线的 10%。而曾经在印度市场占有率超过 95%的萨克米（SACMI），在此番竞争中则逐渐失去了主动权。据悉，2017 年萨克米 Continua+压机并未销往印度，而其传统压机在印度亦处于自然销售，并没有太大的发展空间。在印度陶瓷大板生产线方面，中国压机的直接竞争对手是西斯特姆。截至目前，恒力泰已成功将两台 YP16800 型压机销往印度，最大可生产 1350 × 2700mm 规格的大板；西斯特姆集团 Lamina 无模成型压机的数量相对多一些，其可生产 1600 × 3200mm 等更大的规格。（文/来源于陶业要闻）

2017 年三季度广东陶瓷制固定卫生设备出口大幅增长

据海关数据显示，2017 年 1~9 月，全国陶瓷制固定卫生设备累计出口额同比增长 50.84%，其中广东出口额占比近八成，同比大幅增长，累计出口额 23.49 亿美元，同比增长 75.99%。次王江苏出口增速也较大，累计出口额 0.2 亿美元，同比增长 64.44%。（文/来源于佛山陶瓷网）

最新规定：欧盟 27 个国家将全部采用被动房标准建设

欧盟最新规定：2020 年欧盟 27 个国家将全部采用被动房标准建设，所有新建房屋如不能达到被动式建筑标准，将不予发放开工建设许可证。预计到 2025 年，德国所有建筑将按照“被动式建筑”标准建造。

“被动式建筑”发展史

“被动式建筑”，这一名词，是源自西方欧美的舶来品。中国大陆的“被动式住宅”，在中国台湾被称作“被动式节能屋”，在日本被称作“无暖房住宅”。

“被动式住宅”的英文名字是“passive house”，德文名字是“Passivhaus”。

1990 年，世界首座被动式住宅，在德国达姆斯塔特(Darmstadt)建成。从此，以 Mr. Wolfgang Feist 为首的物理学家、数学家、气候环境学家、材料学家及专业工程人员组成的科研团队，对被动式住宅进行了 20 年的系统研究与测试，形成了一整套技术和施工规范。

“被动式建筑”的涵义

“被动式住宅”通俗地讲，就是“仅仅靠住宅本身的构造设计，就能到达舒适的室内温度，满足‘冬暖夏凉’的要求，不需要单独再另外安装供暖设施的住宅，即不需要‘主动’提供能量的这样一种房屋”。其实，也可以这样简单地理解，所谓“被动式建筑”，就是一种思想理念来自西方世界，采用现代保温隔热技术手段，建造的新一代节能住宅。

这种“被动式住宅”仅消耗运行一台吹风机的能量，就可以供给需要的所有热量和热水。并且，“被动式住宅”使用了超厚的保温隔热断热材料，在住宅的上面、下面、左面、右面、前面、后面，六个方向上，进行了围护和密封，哪怕是在屋里吃顿火锅的热量，都能被保存下。

德国、欧盟大力普及“被动式建筑”

其实，“被动式住宅”最初并没引起世界各国的注意。但随着 2005 年世界能源价格再一次大幅上涨，“被动式住宅”的独特魅力，才又引起了有关国家的注意，并逐渐获得了认可。进入 2009 年以后，建筑节能与气候保护的紧密关系确立了被动式建筑在能源战略中重要地位，被动式建筑概念也随之开始走红，并在欧美等发达大面积推广。

在欧洲，超低能耗的被动式建筑正以每年 8% 的速度递增。欧盟最新规定，

2020 年欧盟 27 个国家将全部采用被动式建筑标准建设，所有新建房屋如不能达到被动式建筑标准，将不予发放开工建设许可证，由此可见欧盟对被动式建筑的重视程度。预计到 2015 年，德国所有建筑将按照“被动式建筑”标准建造。

“被动式住宅”，是一个拥有舒适室内微气候环境的住宅。“被动式住宅”无需安装“主动”的制热和制冷系统(比如，锅炉、地热蒸汽泵，等)，能够减少二氧化碳的排放，以非常小的能耗，将室内调节到合适的温度，非常环保，对于保护人类共同的家园——地球环境，有着非常重要的现实意义。(文/来源于中华网)

去年我出口企业损失逾5000亿，应对力量分散等短板暴露

在“逆全球化”思潮抬头的国际贸易舞台上，以技术法规、标准和检验检疫要求为主要内容的技术性贸易措施，已取代关税、汇率等传统贸易壁垒，成为最新的“游戏规则”。

《经济参考报》记者调查发现，国外技术性贸易措施已成为我国出口面临的主要障碍，并出现从发达国家向发展中国家蔓延，从单一产品向全产业链蔓延，执行主体多元化等新动向、新趋势。国家质检总局数据显示，2016年国外技术性贸易措施给我国出口企业造成的损失共计5300多亿元，较2013年增加近30%。

面对日益升级的国外技术贸易措施，我国在应对方面已取得长足进步，多地实施建设研究评议基地等创新探索，应对能力正在稳步提升。与此同时，我国在应对国外技术性贸易措施方面，也存在应对力量分散、行业组织应对乏力等诸多短板。

“技术篱笆”蔓延

当前，技术性贸易措施不再是发达国家的“专利”，正在迅速向发展中国家蔓延。同时，国外技术性贸易措施的影响也正从单一产品向全产业链，从传统产业向高新技术产业蔓延。

我国曾是世界摩托车出口第一大国。然而，曾经如日中天的我国摩托车行业，如今正在迎来迅速蔓延的技术性贸易措施的严峻挑战。

今年以来，重庆出入境检验检疫局牵头对我国七个主要省市的摩托车企业调查发现，作为世界摩托车主要消费市场以及我国摩托车出口主要目标市场，东盟国家此前没有摩托车技术标准，但近几年已参照欧美国家陆续出台了技术法规、标准等严苛的技术性贸易措施，导致我国摩托车企业在东盟的市场份额大幅萎缩。

实际上，东盟国家“从无到有”的技术性贸易措施并非个例。

“曾主要存在于个别发达国家的技术性贸易措施，如今正在向发展中国家蔓延。”重庆出入境检验检疫局副局长蔡文彪说，曾经技术门槛较低甚至“零门槛”的发展中国家，正在参照发达国家标准，扎起严密的“技术篱笆”。

例如，《欧盟化学品注册、评估、授权和限制法规》(REACH法规)生效后，韩国等国家也效仿欧盟出台了严格的REACH法规，土耳其等国家的REACH法规正在酝酿中，原本接受我国技术标准的埃及等非洲国家也宣布将根据欧盟标准制定

技术法规，我国与其签订的相关技术协议也被迫废除。

国家质检总局统计数据显示，2016 年技术性贸易措施通报数量前三位的国家和地区是美国、巴西和以色列，发展中国家已占据两席，东盟、俄罗斯、非洲等国家和地区紧随其后。

“近几年发展中国家新出台的技术性贸易措施数量已超过发达国家。”国家质检总局国际检验检疫标准与法规研究中心技术性贸易措施(TBT)咨询部主任焦阳说，随着贸易保护主义抬头，以及科学技术的进步，越来越多的国家将技术性贸易措施作为贸易保护的工。

《经济参考报》记者在采访中了解到，国外技术性贸易措施的日益广泛化还表现为，正在从个别限量指标发展为名目繁多的限制或禁止性指标体系，其影响也从单一产品向整条产业链蔓延。

安徽出入境检验检疫局局长吕小斌说，以《欧盟能源相关产品生态设计指令》为例，该技术法规不只注重对能源相关产品本身的技术要求，而是涵盖产品的设计、生产加工、包装、运输、进口、使用、报废、回收的全产业链的技术管理要求，其影响已波及上下游产业，导致我国输欧办公设备、冰箱、空调、机电、音响等相关产品出口成本增加 20%以上。

不仅如此，国外技术性贸易措施的覆盖领域，也正在从传统出口行业，向信息技术、生物医药等高新技术产业蔓延。

去年 4 月至 6 月，江苏双双高新科技有限公司的电动平衡车产品连续遭到美国六次退运，理由是产品表面存在划痕影响销售，货值共计 412 万美元。该企业负责人说，与美方沟通后才得知，美国消费品委员会此前刚刚出台电动平衡车的 UL2272 标准认证，未经过认证的平衡车均以存在划痕等理由被拒绝进入美国市场。

“此前，国外技术性贸易措施多存在于传统出口行业，近几年，欧美发达国家针对高新技术产业的技术性贸易措施呈不断增长趋势。”该企业负责人说。

新壁垒愈发隐蔽

不仅越来越广泛化，国外的技术性贸易措施也愈发隐蔽化，往往由政府制定规则，实施者却是非政府机构，已超出现行 WTO 规则的监管范畴。与此同时，道德壁垒、绿色壁垒等新型技术性贸易壁垒，打着“道德”“环保”等旗号极具隐

蔽性。

今年初，马来西亚进口商突然要求我国非清真肉类及加工企业必须申报公司位置和布局、人力资源状况、屠宰场址、兽医监督情况等10余项技术信息，否则将取消其出口马来西亚资格，与此前新加坡和菲律宾实施的肉类罐头进口注册制类似，可能将演变为马来西亚新的注册制度。

“该要求名为进口商提出，实际是马来西亚农业部兽医局委托进口商实施的管制措施。”蔡文彪告诉《经济参考报》记者，执行主体的多元化，让技术性贸易措施隐蔽性越来越强。

重庆昌元化工副总经理谢坤义说，欧盟REACH法规的执行企业是昌元化工的直接竞争对手，这家企业既当裁判员又当运动员。该企业共收取昌元化工100多万元注册费用，并将每年收取约10万欧元的实验费用，总费用已占其欧盟市场总利润的近50%。

与此同时，道德壁垒、绿色壁垒等新型技术性贸易壁垒也层出不穷，打着道德、环保的旗号，隐蔽性极强，已成为较难突破的技术性贸易壁垒。

“表面看来，道德壁垒、绿色壁垒等都具有一定的合理性，容易被国际社会所接受。”吕小斌说，道德壁垒包括动物福利标准、社会责任标准等，往往将贸易保护的实现转移到保护人类健康、维护人权甚至动物权益等方面；绿色壁垒则是进口国为了保护本国自然资源、生态环境以及居民健康，而制定出的一系列繁杂苛刻的技术标准。

例如，我国羽绒制品曾在欧美市场占据较大份额，但近几年遭到欧美国家的普遍抵制，原因是欧美国家认为安徽等地的白鹅采用“活拔绒”方式取绒，违反了动物福利标准。事实上，出入境检验检疫部门调查发现，我国鸭绒产量占羽绒总产量约90%，鸭绒不存在“活拔绒”，鹅绒的“活拔绒”需要大量人工，且影响肉鹅的正常发育，近年来国内人工费用大幅提高，我国“活拔绒”现象已比较少见。尽管如此，欧美发达国家仍将中国视为“活拔绒”等违反动物福利标准的“重灾区”。

暴露“破壁”短板

面对日益广泛化、隐蔽化的国外技术贸易措施，我国在应对方面已取得长足进步，应对能力正在稳步提升。但同时，也暴露出应对力量分散等短板。

《经济参考报》记者采访了解到，我国在相关领域已实施一系列创新探索，质检部门已在多省市结合当地产业发展实际建立“WTO / TBT—SPS 研究评议基地”，将技术性贸易措施应对工作从抽象引向具体、从理论引向实际，正在加强对海外技术性贸易措施的信息搜集和系统应对。

例如，安徽省亳州市中药材技术性贸易措施研究评议基地，旨在通过提升信息搜集、分析评议、研究应对水平，运用世界贸易规则，促进中药材产品顺利进入国外市场；山东省东营市轮胎研究评议基地成立研究咨询中心，以实体化平台运作各项工作，市场化手段整合各种资源；广东佛山陶瓷研究评议基地携手企业，成功打破了沙特阿拉伯等国家的陶瓷技术性贸易壁垒……

然而，我国在应对国外技术性贸易措施方面仍存在短板，从国际经验来看，我国应对力量仍较为分散，行业组织的防火墙功能仍比较薄弱。

谢坤义等业内人士说，在地方层面，除质监局和出入境检验检疫局，应对力量分散于商务部门、科研院所、大专院校，以及农业、林业等各职能部门。由于缺少统筹组织，应对效果往往因此打了折扣。

据重庆思维特宠物用品有限公司副总经理万艳涛等企业负责人介绍，从国际经验来看，行业协会是应对技术性贸易措施的主体，其职能包括在出口国设立办事处，向本国企业通报信息，代表企业与出口国协调等。如今，越来越多的国外行业协会到中国设立办事处，专门为本国企业提供服务。而我国的行业协会仍多以研究国内市场为主，“走出去”的行业协会寥寥无几，在应对技术性贸易措施方面未能充分发挥作用。

“另外，我国多类产品的技术标准仍未能对标发达国家，不利于我国产品进入国际市场。”蔡文彪说，例如，不少发达国家仅大米的技术标准就多达300多项，而我国只有数十项，可能造成符合我国标准的大米无法进入目标市场。

上述现象的存在，导致部分出口企业信息渠道不够通畅。重庆出入境检验检疫局调查发现，我国摩托车企业通过国家和地方技术性贸易措施咨询机构获取信息的不足一成，近九成企业的信息渠道为海外代理商和客户。

企业往往因此在突发事件面前陷入被动局面。长安汽车海外法规研究室专家赵鸿说，去年11月，俄罗斯突然宣布汽车进口法规升级，法规从发布到执行只有半年时间，企业对每个出口车型投入300万元费用予以紧急应对，但由于时间

过于紧张，仍导致其俄罗斯市场份额大幅下降。此次俄罗斯的法规升级，代理商未能提前通报信息，是企业陷入被动的主要原因。

亟待整合应对力量

多位受访专家认为，技术性贸易措施是一把“双刃剑”。日益广泛化、隐蔽化的技术性贸易措施，对我国出口造成的影响与日俱增，同时也有利于倒逼国内出口企业乃至整个产业的技术改造和水平提升。

专家建议，宜对涉及技术贸易措施的多部门资源予以统筹整合，建立从中央到地方的综合服务平台，激发行业组织等民间力量的应对主体作用，有效应对日益升级的国外技术性贸易措施，将其对我国出口的影响降至最低；同时，构建和完善与国际接轨的、高标准的技术性贸易措施体系，引领全球经贸新格局。

一是有效整合资源，形成优势互补。重庆出入境检验检疫局副局长蔡文彪等建议，宜对质监、检验检疫、商务等多部门资源予以统筹整合，进一步明确牵头部门，建立从中央到地方的技术性贸易措施综合服务中心，集中力量加强对国外技术性贸易措施收集、跟踪、研究和发布，搭建集标准、检测、认证、研发、培训和服务于一体的公共服务平台，形成政府、行业协会、企业和科研机构“四体联动”的工作机制。

二是完善评议基地，完成系统布局。安徽出入境检验检疫局局长吕小斌说，当前全国已建立将近30家评议基地，但与涉及外贸的数以千计的产业相比，缺口仍然巨大。建立系统化布局的评议基地，不仅仅是开展通报评议，更重要的是在相关特色产业领域内，从国外技术性贸易措施动向关注、内容解析、风险预警、应对措施研发、消化吸收再创新，到推动产业转型升级、提质增效，从而全链条地开展技术性贸易措施工作。

三是激发行业协会等民间力量的作用。谢坤义、万艳涛等企业负责人建议，宜对标国际标准，激发行业组织等民间力量在应对技术贸易措施中的主体作用。相关部门可加强与重点行业协会和企业的沟通交流，通过重点帮扶、开展针对性培训、完善激励机制等方式，引导行业协会或企业将应对工作融入日常管理服务中。

此外，吕小斌等受访者表示，要实现我国在全球治理体系中从跟随者到引领者的转变，必须加强技术性贸易措施研究与应用的科技创新能力，构建和完善与

国际接轨的、高标准的技术性贸易措施体系，引领构筑全球经贸新格局。

专家表示，技术性贸易措施归根结底是质量的竞争，是标准的较量，是技术高下的角逐。突破层出不穷的技术性贸易措施重围，必须抓牢质量建设这根生命线，树立质量标杆，优化质量供给，实现产品质量真正与国际接轨。（文/来源于中国报告网）

泰国商业部推“彭世洛陶瓷”申报 GI 产品

泰国商业部官员于近日深入彭世洛府进行调研，并对该府推荐申请地理标志产品（GI）的“彭世洛陶瓷”进行评估和申报指导。

泰国商务部官员在随流动内阁到访泰北交通枢纽彭世洛府时就该府推荐的地理标志产品（GI）“彭世洛陶瓷”进行了初步评估并就申请注册 GI 产品工作进行了相关指导。

据悉，彭世洛陶瓷发展史最早可以追溯到距今 700 多前，经过祖祖辈辈世代相传才得以保留到现在。彭陶，除了工艺上与其他地方陶瓷有所区别外，更重要的是所选用的泥土可是当地所特有。真正体现了彭世洛陶瓷与众不同的历史和文化底蕴。

如果细心观察，你能够发现彭陶带有浓郁的中国陶艺色彩。对，当地陶人说，祖先辈是中国人来老陶人，他们将技艺带到了这里并经过不同文化的结合形成了具有地方特殊的陶艺产品。当然，你也仍能看到中国陶艺的影子。

但不可否认的一点就是，随着现代人对陶瓷文化的认知越来越淡，彭陶发展面临巨大的问题，比如销路不好，价格成本高等。如果能够申请注册 GI 产品将有助于提升彭陶的知名度，人更多的喜爱和购买彭陶。（文/来源于泰国中华网）

第四部分 产区及企业新闻

佛山 9 家卫浴企业被拟定为“细分行业龙头企业”

近日，佛山市第一批 154 家拟认定为“细分行业龙头企业”公示名单出炉，涵盖了陶瓷、卫浴、家电、家具、纺织、照明、内衣、铝型材等多个行业，其中恒洁、乐华、东鹏洁具、浪鲸、法恩莎、尚高等 9 家卫浴企业上榜。

从细分领域看，本次上榜的 9 家卫浴企业，属于卫生陶瓷洁具的有 3 家，属于浴室柜的有 2 家，属于浴缸及淋浴房、无障碍开门浴缸、休闲卫浴、马桶用塑料水箱的分别有 1 家。

根据佛山市质量强市工作领导小组 9 月印发的《2017 年度佛山市细分行业龙头企业认定工作指导意见》，细分行业龙头企业的认定主要由三个指标决定，分别是市场占有率、技术创新水平和产品质量水平，三者的权重分别是 70%、15%、15%。换句话说，上榜企业均是在特定领域广受消费者好评、技术实力强大且产品质量过硬的先进企业。

佛山市拟认定为“细分行业龙头企业”第一批公示卫浴企业名称

佛山市恒洁卫浴有限公司

细分领域：卫生陶瓷洁具

成立于 1998 年的综合型卫浴企业，主要产品有陶瓷坐便器、智能坐便器、卫浴五金、淋浴房、浴室柜等。近年发展迅速，动作连连，不仅对品牌进行了升级，终端渠道也在升级。而在产品研发上，恒洁目前掌握的卫浴专利超过了 300 项，其研发的智能马桶一键旋钮、自动感应等功能，表现非常抢眼。

佛山市顺德区乐华陶瓷洁具有限公司

细分领域：卫生陶瓷洁具

成立于 1997 年，拥有箭牌卫浴、法恩莎卫浴等品牌，是国内大型的集团型卫浴企业之一。今年双十一，箭牌天猫单店取得 3.1 亿的成交额，同比增长 82%，表现强劲。而在刚结束的 2017 广州设计周上，箭牌卫浴凭借“碟”智能坐便器豪夺“红棉奖·2017 年度产品设计奖”。

佛山东鹏洁具股份有限公司

细分领域：卫生陶瓷洁具

成立于 1994 年，产品涵盖陶瓷洁具、浴室家具、龙头五金、休闲卫浴、智能卫浴、厨房用品六大品类，2016 年被佛山禅城区政府授予销售龙头企业称号。近年东鹏洁具积极拥抱新时尚和技术，今年上海展期间展出多个新中式浴室柜，在广州设计周期间更凭借伊丽莎白系列智能浴室柜获得“红棉奖·2017 年度产品设计奖”。

佛山市高明安华陶瓷洁具有限公司

细分领域：浴缸、淋浴房

属于乐华集团旗下，年产淋浴房、浴缸、龙头、浴室柜等卫浴设施 300 多万套，是一家大型现代化综合性科技企业。近年安华积极研发智能产品，除了智能浴缸，还有智能感应龙头、智能马桶等，今年更凭借睿丽 S3、睿智 i9 两款智能马桶斩获“红棉奖·2017 年度产品设计奖”。

佛山市南海区泰和洁具制品有限公司

细分领域：无障碍开门浴缸

新泰和卫浴成立于 1994 年，从初创至 2004 年的十年间积极开拓海外市场，得到了六十多个国家和地区的认可。2009 年，新泰和重返国内市场，推出一系列休闲卫浴产品。2014 年，新泰和起草了中国“无障碍开门喷水按摩浴缸”的行业标准，成为该领域的领导品牌之一。

佛山市浪鲸洁具有限公司

细分领域：休闲卫浴

成立于 1994 年，产品涵盖浴缸、浴室柜、淋浴房、蒸汽房、水龙头等。浪鲸卫浴的休闲卫浴产品在业界享有不俗声誉，德国塔林酒店、澳门葡京大酒店、台湾日月潭酒店、香港半岛酒店都有引入其产品。不仅休闲卫浴领域，浪鲸在其他领域也积极发力，如在浴室柜领域就凭借“石趣”系列获得“红棉奖·2017 年度产品设计奖”。

佛山市法恩洁具有限公司

细分领域：浴室柜

法恩莎隶属于乐华集团，成立之初即注重产品设计。2006 年和意大利设计师

Renato 合作，2016 年再次签约，其设计的“飘”系列和“钻”系列分别为法恩莎卫浴摘得两次红棉至尊大奖。今年 9 月，法恩莎设计研究院在意大利摩德纳挂牌成立；11 月，获得由媒体颁发的“最受关注家居品牌奖”和“极智设计奖”，同时它也是今年红棉奖的得主之一。

广东尚高科技有限公司

细分领域：浴室柜

2001 年成立，历经 16 年的开拓创新，发展到集研发、生产和销售高档浴室柜、坐便器、龙头、淋浴房、浴缸、智能坐便、智能晾衣机等全套卫浴家居产品的企业。今年 11 月，尚高卫浴与东道品牌创意集团达成战略合作关系，东道将协力尚高卫浴，打造整体卫浴高端品牌。在刚结束的广州设计周，尚高卫浴的 SOZ-745 智能坐便器也获得今年的红棉奖。

佛山市顺德区卡地尔卫浴实业有限公司

细分领域：马桶用塑料水箱

1999 年成立，主要生产壁挂式节能水箱、隐藏式节能水箱系列、多功能花洒系列、纸巾盒系列、铝合金镜箱系列、坐便器盖板系列、节能高精度水箱配件等产品，70%以上的产品以出口为主，产品行销美洲、欧洲、东亚、中东、非洲等地区，目前拥有雇员超过 300 人。（文/来源于厨卫头条）

淄博天然气涨至近6元/m³，或倒逼陶企提前停窑

12月4日，淄博地区天然气价格再次上调，这是进入冬季以来，淄博地区天然气价格的第三次上涨。而这三次上调累计幅度较大，从而导致陶企用气成本大幅增加。

其实，严格来讲，本次天然气价格上涨，是由LNG（液化天然气）价格激增引起的。自10月8日开启天然气限量供应，并上调天然气价格至今，淄博当地以天然气为生产燃料的在产陶企则一直处于天然气供应严重不足的现状。

不仅如此，随着近期LNG价格的不断上涨，陶企生产成本也一直不断攀高。截止目前，淄博陶企的天然气供应价格已经三连涨。第一次涨价是在10月8日，第二次则是在11月18日，第三次则是从12月4日开始。据了解，本次天然气上调或将进一步倒逼陶企提前停窑检修。

▲天然气成本高攀或将致使部分陶企提前停窑。

生产一片300×600mm瓷砖

仅天然气成本就增加0.6元

日前，记者在淄博产区走访中获悉，受此次天然气价格大幅上涨影响，部分陶企或将在近期提前停窑检修。

走访中，淄博一不愿署名的陶企负责人告诉记者，目前LNG（液化天然气）价格已涨至8500元/吨。按照每吨天然气为1450m³计算，当前LNG价格约为5.86元/m³。但LNG实际输送至企业时的价格为5.96元/m³，这比管道天然气价格高出了近一倍。

据了解，当前淄博陶企使用的管道天然气价格为3.03元/m³，价格高且气源不足。为此，部分淄博陶企只好采用管道天然气与LNG相结合的使用措施，即管道天然气与LNG各占50%的比例来控制生产成本。

▲此前，因管道天然气气源不足，气价高，因此淄博陶企引进LNG。

“但LNG一路上涨，再次推高企业使用天然气的成本，目前企业使用天然气的平均价格差不多涨到了4.5元。相比于3.03元每立方的价格，我们现在生产一片砖（以300×600mm为例）的成本几乎增加了0.6元；而对于地砖生产而言，每片砖至少增加1元。现在不少企业是亏本生产。我们先这样维持几天后再放假。主要是不能耽搁客户订单，其次是为了工人可以开工咬牙坚持一下。”上述不愿

署名的陶企负责人如是说。

实际上，有更多的淄博陶企负责人表示：没有其他好办法，只能是提前放假。

记者在走访中获悉，由于近期天然气多次涨价，部分陶企不得不上调了产品价格。据了解，当前已有陶企将产品价格上调了1元/片。但由于库存压力巨大，淄博多数厂家的瓷砖价格保持原价。

用气量尚未达到高峰

供需矛盾还将制约陶企生产

据了解，目前，淄博地区有多家天然气供应公司负责对不同区域的陶企供应天然气。由于各陶企产能情况不同，因此天然气涨价对各陶企的生产成本影响也不同。

“现在，我公司正处于限产阶段，但开工后天然气价格会涨到4.8元/m³。”淄博一陶企总经理告诉记者。

10月8日，淄博地区天然气价格开启第一次涨价，由此前的每立方米2.45元上涨0.15元。据了解，此次天然气价格调整后为每立方米2.60元。于此同时，受气源紧张影响，自10月8日起至10月15日，淄博陶企开启轮流减半生产模式，此次限产时间大约持续一周。

11月18日，淄博地区天然气价格迎来第二次上调。由之前的2.60元/m³调整至3.03元/m³，此次上涨幅度为每立方米上涨0.43元。如今，经过上两轮上涨，淄博地区天然气在两个月内价格上调0.58元/m³，涨幅为23.6%。即使这样，淄博当地的天然气供应依然不足，大大制约着陶企正常生产。为此，淄博产区也有陶企自己投资筹建气站，以此保障生产线的正常运转。

▲目前天然气供应仍不足以支持陶企正常生产，且真正的用气高峰尚未到来。

即使如此，陶企最担心的是，随着气温不断下降，陶企随时面临着气量供应不足或气压不稳等突发情况，这将给生产陶企带来了不小的经济损失。上述不愿署名的陶企负责人坦言，“当下，经过LNG与管道天然气平衡之后，部分陶企的生产用气暂时得到了满足，但气压会受当地天气影响，从而出现气压不稳等影响。实际上，淄博地区当前气温偏高，居民用气量尚未达到高峰。若出现天气气温大幅下降或突发降温等情况下，可能会出现气压不稳或供气不足等情况的出现。”

（文/来源于陶瓷信息报）

肇庆市陶瓷原料集中制粉（德庆）示范项目再升级 智能制造助陶瓷产业绿色转型

12月6日，德庆县政府、南国陶都（肇庆）绿色陶瓷原料有限公司和国家电投集团广东电力有限公司签订肇庆市陶瓷原料集中制粉（德庆）示范项目及清洁能源配套项目三方投资协议。国家电投集团广东电力有限公司将投资10.7亿元配套建设天然气分布式能源站，利用发电后的余热作为集中制粉生产线的能源。

该配套项目是继德庆县在全国范围内第一个建设陶瓷集中制粉基地后，坚定走创新驱动发展路子，在国内第一个配套建设利用余热作为陶瓷制粉工艺能源的项目。“热电联产+集中制粉”的创新性清洁生产工艺，将为陶瓷行业实现绿色生产和智能制造提供示范。

近年来，全国各地陶瓷行业纷纷开展产业转型升级工作，各地陶瓷行业在环保节能、装备技术、产品研发等方面均取得不同成效。这些转型升级多是集中在企业节能减排的“末端治理”和“过程控制”方面，尤其是环保治理取得的是相关指标的提升和“量”的改善。为取得全面突破性发展和“质”的改变，德庆县近年一直在突破节能减排关键性技术瓶颈方面进行探索，力图在“源头治理”上进行创新发展。

今年6月9日，德庆县与南国陶都绿色建材股份有限公司签订了投资合同，项目计划总投资17亿元，建设肇庆市陶瓷原料集中制粉（德庆）示范项目。为了进一步促进制粉项目实现绿色清洁生产，德庆县又在国家、省相关科研机构的技术支持下，引进国家电力投资集团公司广东电力有限公司为制粉项目配套建设清洁能源项目。该项目利用天然气发电后的余热作为制粉项目的能源，全部替代传统的煤炭。据测算，通过利用“热电联产+集中制粉”清洁生产工艺，集中制粉项目首期将可为当地每年削减煤炭用量30万吨标准煤以上。

下一步，德庆县将联手世界500强的国家电投集团和行业标杆的南国陶都绿色建材股份有限公司，深入实施创新驱动发展战略，加快实施“三去一降一补”行动计划，推进陶瓷产业转型升级，加快转变地方经济发展方式，促进县域经济再上新台阶。（文/来源于西江日报）

淄博启动重污染天气应急响应！陶瓷等行业限产 50%

12 月 13 日，淄博市重污染天气应急指挥部办公室发布重污染天气黄色预警，要求包括陶瓷行业在内的工业企业启动Ⅲ级应急响应。淄博陶企实施减半生产应对。

12 月 13 日，淄博市重污染天气应急指挥部办公室下发通知称，根据淄博市环境监控中心与市气象台联合会商结果，预计全市 2017 年 12 月 14 日至 15 日可能出现中度至重度污染天气过程，按照《淄博市重污染天气应急预案》要求，全市于 2017 年 12 月 13 日 18 时 0 分发布重污染天气黄色预警，2017 年 12 月 14 日 8 时 0 分启动Ⅲ级应急响应。

▲淄博发布重污染天气黄色预警，要求陶瓷等行业减半生产（图片来源于网络）。

其中，此次重污染天气黄色预警Ⅲ级应急响应对工业企业实施的强制性污染减排措施为：废气排放企业提高治污设施运行效率，确保稳定达标排放，凡出现小时超标排放的依法责令整改。铸造行业熔铸工序实施停产。陶瓷、耐火、钙业等行业（电炉除外）限产 50%，以停生产线数量或企业实际用电量计，或执行区县制定的区域性错峰生产方案，确保采暖季停产超过 60 天。PVC 手套行业限产 20%，以停生产线数量计。玻璃行业限产或限排 10%，以用电量或主要污染物排放量计。

▲此前，因天然气供应不足，部分陶企已实施减半生产。

而据记者实际调查了解，由于当前在产的部分淄博建陶因其他原因处于减半生产中，此次无需执行此次应急响应方案。

自进入取暖季以来，国内天然气供应矛盾凸显。现以天然气为生产燃料的淄博陶企时常处于天然气供应不足的窘境，部分陶企只能采取减半生产应对。因此，在此次重污染天气黄色预警期间无需再执行应对措施。（文/来源于陶瓷信息）

被判虚假宣传及商业诋毁 简一已提起上诉 行业集体声援

12月15日，一篇题为《重磅：简一被法院判定虚假宣传及商业诋毁，“大理石瓷砖”一词被禁用》的文章在朋友圈热传。文章称，“在经历了长达一年半的激烈辩论和漫长审理之后，高时石材最终胜诉。”据陶城报向厦门市湖里区人民法院求证，11月29日系一审判决，目前尚未生效。此事在业内引起巨大反响，对方的核心诉求是陶瓷行业不能使用大理石瓷砖的通用名称，东鹏作为佛山的龙头企业，已率先出具证明，说明大理石瓷砖是行业通用品类。而且，身为佛山市陶瓷行业协会会长的何新明发出呼吁，“简一的大理石诉讼案，已经不是一个企业的案件，是关系到整个行业的权益。号召广大生产销售大理石瓷砖的企业，行动起来，抱团反击，支持简一上诉，争取打赢这场官司。”目前，已有通利、金尊玉、妞芬特、玛缇、百冠、欧神诺、金意陶、特地、卓远、金环球等一大批生产大理石瓷砖的企业出具证明。简一董事长李志林称已提起上诉，“有大家支持，我们很有信心打赢这场保卫战。”（文/来源于陶业要闻）

某机构冒用协会名义开展“企业信用等级评价” 变相收取费用

中国建筑卫生陶瓷协会12月15日发文声明：我会今年开展的关于“第十批中国建筑陶瓷、卫生洁具行业企业信用评价”工作已于10月份全部结束，并已于2017年11月1日我会的七届四次理事会期间公布评价结果，对荣获信用等级评价的企业进行了表彰。近日，有某机构冒以我会名义开展“中国建筑陶瓷、卫生洁具行业第十批企业信用等级评价结果”荣誉展示活动，变相收取费用。在此，郑重声明：我会未授权任何单位开展此类活动！请各会员单位提高警惕，谨防上当受骗。（文/来源于陶业要闻）

今冬明春大气污染防治超严！广东陶企限产、整改情况如何？

12月2-3日，环境保护部部长李干杰在广东省调研时希望广东努力成为我国大气污染治理的排头兵。近日，为打好大气污染防治攻坚战，确保广东省及珠三角区域PM_{2.5}年均浓度持续稳定达标，广东省环保厅印发了开展今冬明春大气污染防治巡查督导工作的通知，决定今年11月中旬至明年年初派出10个巡查组开展大气污染防治督导工作。

广东省环保厅介绍，今冬明春大气污染防治巡查督导期间，10个巡查组将对广州、深圳、珠海、佛山、韶关、惠州、东莞、中山、江门、阳江、湛江、茂名、肇庆、清远、云浮15个地市进行巡查。巡查范围将根据各地环境质量状况变化情况及时进行调整。目前，陶卫网记者了解到佛山、江门、肇庆、清远、云浮等陶瓷产区在环保督查方面相当严格。

佛山：三水陶企限产50% 龙头企业自觉限产

12月15日，佛山市环保局公布环保执法数据。1-11月，全市共出动环境监察人员151038人次，现场检查企业59108厂次，立案处理企业2104宗，罚款金额12959.088894万元。实施按日连续处罚17宗，处罚金额860.25万元，查封、扣押30宗，限产停产27宗，移送行政拘留39宗，移交公安机关涉嫌环境犯罪案件36宗。另悉，佛山市环保局从11月29日起至2018年全国“两会”结束之日，部署各级环保部门在全市范围开展为期4个月的岁末年初环境安全大检查。

12月4日，佛山市三水区委常委率队开展大气污染防治落实情况检查，要求工地扬尘防控方面做到“六个100%”，并引导陶瓷、玻璃、水泥、铝型材企业和砖厂等重点大气污染企业限产50%。当天检查组分三个小组前往七个镇街进行检查，经检查发现，绝大多数企业社会责任心较强落实了限产要求。

此外，12月10日，佛山市启动大气中度污染精准管控预警，全市各区共出动执法力量1740人次，检查企业数272家，不合格数为27家。市环委办组织督查组对各区落实情况进行督查。检查工业企业26家，不合格11家。其中，禅城区环保局环境监察分局对张槎片区重点企业进行检查。执法人员检查了华盛昌陶瓷、裕龙陶瓷等重点企业，均有主动落实涉排气工序、喷漆工地的停限产措施。

同样，南海区的陶企也是自觉限产。12月14日，由佛高区核心园所在地狮山镇镇长助理李向华带队，到和美、爱和陶等陶瓷厂引导企业自觉限产，现场检查发现均有限产。企业均表示支持大气环境提升，调整生产计划，配合大气污染

防控要求进行限产。

江门：开展百日行动 恩平 5 家陶企受环保处罚

近日，江门市环保局举行新闻通气会，宣布从今年 11 月到明年农历春节前的约 100 天内，该局将开展环境执法百日整治行动，还专门制定了《江门市环境执法百日整治行动方案》，重点加强全市火电、玻璃、陶瓷、化工、喷涂加工等涉气重点行业和“一面六河”沿岸印染、皮革等涉水重点行业排污企业的环境监管、执法和监测，严厉打击各类违法排污行为。

12 月 15 日，恩平市委副书记、市长刘毅率队到蓬江区、高新区（江海区）现场督导今冬明春大气污染防治和环境执法百日整治行动工作，实地检查中央环保督察交办未办结案件整改、大气污染防治强化措施落实情况，听取了沙湖镇陶瓷产业集聚区环境综合整治等情况的汇报。

此外，11 月 30 日，恩平市环保局公布最新一轮行政处罚信息，信息显示恩平市景业陶瓷有限公司、俊豪陶瓷有限公司、威马陶瓷建材有限公司等五家建陶企业被检查出环保问题，并责令停止环境违法行为，处以 3 万到 15 万不等的罚款。

肇庆：狠抓整改 今年查处 17 宗陶企环保违法案件

12 月 4 日，肇庆市长范中杰主持召开十三届 21 次市政府常务会议，研究审议相关议题。会议审议了《肇庆市大气治理和整改总体方案》（送审稿）和《肇庆市建筑陶瓷行业全过程生产监督管理工作方案》（送审稿）。会议强调，各地、各有关部门要提高认识，统筹做好各方面监管工作，切实规范和强化对肇庆市建筑陶瓷行业的全过程管理，推动该市资源合理开发，有效保护生态环境。要落实属地主体责任，对属地的陶瓷企业，由属地的县、镇领导直接挂点包干，做到全覆盖、可追溯、严问责。各有关部门要落实部门管理责任，加强督促检查，对不符合要求的企业依法依规责令整改或者责令关停。

12 月 5 日，广东省副省长许瑞生率省政府督导组赴佛山、肇庆等地督导检查环境保护工作，重点对大气污染防治工作进行督查督办。肇庆市领导赖泽华、李腾飞陪同有关活动。当天，督导组深入陶瓷、饮料、火电等企业生产车间和铁路、公路、城市新区建设施工现场，检查工业污染治理和扬尘控制等措施落实情况，并对城市黑臭水体治理和中央环保督察整改情况进行督办。检查期间，督导

组对肇庆陶瓷企业提标减排、大气污染防治等方面的做法和成效表示赞赏，认为有关经验可在全省推广。

12月12日，广东省省政府第九督导组由省经信委副主任何荣带队，到肇庆市对大气污染防治工作进行督查，要求肇庆市各级各部门正视问题，狠抓整改，不折不扣落实省委、省政府的达标要求。省督导组现场检查了鼎湖区协进陶瓷有限公司、新区工地、端州区江滨堤扩建工程等点位，并对陶瓷厂等负责人反馈督导意见。

据了解，今年以来，肇庆市全面加强环保执法，“白+黑”高强度运转，采取明察暗访、节假日突击检查等方式，查处了一大批偷排企业，案件数量同比增加两倍。今年1至10月，共有17宗陶瓷企业违法案件被查处。广东圣晖陶瓷有限公司是被查处的其中一家。该公司因废气超标被处罚10万元，其1号窑炉存在旁路，有偷排嫌疑。该企业位于高要区金利镇，原环评报告中报批6条陶瓷生产线，年产陶瓷砖1000万平方米。今年8月，肇庆市环保局、高要区环保局对其两次突击检查，除查处其废气超标外，还发现其废气排放旁路时开时关，怀疑其利用旁路偷排废气。执法人员笔录时，生产负责人对此拒绝回答。

今年10月1日，肇庆市正式对陶瓷企业执行“提标”，包括二氧化硫、氮氧化物等废气指标大幅收严，此举倒逼企业加强投入，完善环保管理。肇庆市环保局严格执法，重点加强在线监控监督，对不达标排放者实施严惩。广东省环保督察组对该市陶瓷企业高度关注，现场督察期间提出了其加强污染物减排管理，生产扬尘管理等共同要求。

清远：出台今冬明春大气污染防治方案 1家陶企被发现环保问题

12月6日，清远市环境保护委员会发布《关于扎实做好清远市今冬明春大气污染防治工作的行动方案》，要求确保2017年全市空气质量全面达到国家二级质量标准，重点防控时段空气质量达到或优于国家二级标准，春节期间避免出现重度及以上程度污染。

据悉，清远市环委会要求各县（市、区）及成员单位，自今年11月15日至2018年3月15日期间，分3个阶段改善当前空气质量存在的主要问题。该方案要求全市各县（市、区）政府作为大气污染防治责任主体，对辖区内环境空气质量负总责，对进展缓慢的治理任务倒排工期、加强督办，确保如期完成。环保部

门将会同相关部门加大执法督察力度，有效防范并及时消除环境风险隐患。

12月11日，清远市召开大气污染防治省督导反馈会议。广东省督导组对清远市大气污染防治工作进行了反馈，希望该市进一步认清形势高度重视环保工作，加强部门联动推动各项措施得到落实。副市长彭裕殿要求全市各地、各有关部门强化责任担当，采取强有力措施，坚决打赢大气污染防治攻坚战。会上，清远市环保局相关负责人对该市近期大气污染防治工作情况进行了汇报。

据介绍，为确保大气污染防治工作顺利开展，清远市已成立大气污染防治工作领导小组，并先后制定相关大气污染防治工作方案，明确责任分工。在工业企业污染治理方面，开展高污染燃料禁燃区燃煤锅炉淘汰工作，加强禁燃区管理，目前已建成应用全省首个“智慧环保”平台，推进全市陶瓷企业开展“煤改气”工作。同时，引入第三方运维公司，对陶瓷等重点企业废气排放口的在线监控设备进行专业化运维，严防企业干扰在线监控数据，并力争2018年实现市区重点污染企业在线监控全覆盖。在大气专项执法行动方面，该市对省督查组反馈的问题边核查、边整改，截至12月4日，共检查企业790家，责令改正475宗，立案114宗，行政处罚90宗，移送司法机关5宗。

11月30日，广东省环保厅通报了各督查组在11月17日至23日进行的第二十四批次督查情况。其中，清远市佛冈县同庆陶瓷有限公司被检查出原材料堆放场未采取密闭等方式措施；厂区内雨、污分流不完善；危废仓库未设置危险废物识别标志，未做防腐、防渗透与围堰措施；污水处理站循环废水池部分直接排外环境；生产车间废气收集不完善，存在跑漏冒现象。

云浮：铁腕整治见成效 14家陶企完成污染整治

12月5日，云浮市政府召开大气污染防治专家研判会，邀请广东省环保厅原总工程师、省政府参事、省环保厅环境咨询专家委员会主任委员陈铄成等环境科学专家，对该市城区大气环境状况及污染防治工作把脉会诊，研究部署进一步做好大气污染防治的措施。市委副书记、市长王胜在会上强调，要用好研判结果，抓住重点加强整治，全力确保本市大气质量达到省的环保要求。

11月，云浮市出台最严格的《市城区空气质量环境整治2017年11-12月强化措施》和《2017年度今冬明春大气污染防治专项工作方案》，就强化监测监管、工地扬尘、道路扬尘、码头整治、工业整治、社会管控、应对污染天气、宣传氛

围等方面内容，明确了整治项目、措施、目标、责任单位和责任人等，进一步细化各部门的职责分工。

今年以来，云浮市云城区和云安区完成 14 家陶瓷企业污染整治和 5 家硫化工企业烟气脱硫改造。11 月以来，云浮市环保部门共责令限期整改 84 家，停产取缔 27 家，查封违法排污企业 2 家，立案处罚 112 宗。加强对电力、水泥、陶瓷、石材、硫铁矿等行业企业的网格化巡查。（文/来源于陶瓷资讯）

夹江：陶企“退城入园”促转型

今年以来，夹江县陶瓷企业“退城入园”工作正在按照“减量、提质、增效、入园”目标坚定不移推进，这将为该县提升工业经济实力、推动产业聚集发展、优化城市功能布局再添浓墨重彩的一笔。

实施“退城入园”是落实五大发展理念、贯彻党的十九大精神，推进夹江县工业转型绿色发展和供给侧改革、促进工业稳增长调结构的重要举措。

今年 5 月 11 日，县委县政府正式出台《夹江县陶瓷企业“退城入园”实施方案》，明确将在 2018 年前完成园区外陶瓷及玻璃制品企业“退城入园”工作。其中，第一阶段是 2017 年完成馮城镇、甘霖镇、黄土镇境内陶瓷及玻璃制品企业“退城入园”；第二阶段是 2018 年完成对甘江镇、木城镇、顺河乡境内陶瓷及玻璃制品企业“退城入园”，最终实现累计投资 100 亿元、园区工业集中度 80% 的目标，从而彻底解决困扰夹江城区发展多年的企业围城问题。

目前，夹江县陶瓷企业“退城入园”的步伐正稳步推进。首批入园的企业 38 家，其中，四川省米兰诺陶瓷有限公司入园项目一期已正式出产品；夹江县兴泰和陶瓷有限公司项目环评报告已报市环保局公示待批；索菲亚陶瓷二期新征土地已摘牌；杰达陶瓷和裕兴陶瓷兴合作改建的一条生产线预计 2018 年 1 月投产；华雄陶瓷分厂与富丽陶瓷在中兴镇进行生产线改建；东方瓷业以安德盖姆石墨烯项目入园正在进行科研大楼建设。

当前，夹江已进入转型发展的关键时期，随着产业体系的不断完善、城市建设的日新月异，还会有各类企业陆续从主城区搬离。工业企业“退城入园”“腾笼换鸟”，在一退一换、空间腾挪中，促进企业转型升级、园区产业聚集、城市优化布局、人居环境持续改善，推动夹江县城市建设迈上新台阶。（文/来源于夹江新闻网）

唐山以质量提升促卫生陶瓷产业品牌发展

素有“北方瓷都”美誉的唐山，是我国卫生陶瓷重要的生产基地，也是国内最早生产卫生陶瓷的地区之一。

不久前，唐山市政府质量奖正式公布。令人振奋的是，在组织和个人奖项中，唐山市陶瓷产业均占一席：惠达卫浴入列组织奖，意中陶卫浴总经理夏剑石获个人奖。此外，惠达卫浴今年还在上海A股主板成功上市，成为全省唯一A股上市的卫浴企业……以质量提升，促品牌发展。唐山的卫生陶瓷产业，正在进入跨越发展的新时代。

用“标准”支撑“质量”

标准化是经济社会发展的重要技术基础，是建设创新型国家和社会的重要技术支撑。只有充分发挥标准化工作的支撑作用，不断以高标准引领，才能实现高质量、高效益发展。

近年来，唐山市卫生陶瓷企业先后参与制订了《卫生陶瓷》《建筑卫生陶瓷产品单位能源消耗限额》《坐便洁身器》等多个国家和行业标准，提高了唐山市卫生陶瓷企业的行业话语权。用于产品研发的费用达到1.24亿元，拥有卫生陶瓷专职技术人员785人。其中惠达卫浴建成河北省卫生陶瓷工程技术研究中心，并在北京、上海等地建立了科研机构，拥有有效发明专利18项，参与制定国家和行业标准17项；唐山梦牌瓷业有限公司提出“做最负盛名的ODM制造商”，在上海成立研发机构，每年把利润的20%-30%作为研发和技术改造经费，已经实现了OEM到ODM的转变；中陶卫浴也成立了自己的研发机构，并与科研机构或院校合作研发项目，聘请国内外知名专家共同对产品进行研发设计。

得益于标准化工作的扎实推进，最近三年唐山市卫生陶瓷产品国家监督抽查结果合格率为100%，远高于全国平均水平。

产品“有质量”产业“有出路”

产业实现发展，很大程度上取决该产业的产品是否“有料”，也就是否质量好、功能全，能满足人民群众日益增长的美好生活需要。

多年来，唐山市推动陶瓷产业走质量和效益发展之路，从产业到产品都相当有“料”：目前，唐山市在统卫生陶瓷生产企业17家，上下游相关企业近百家。卫生陶瓷产品产量占全国10%左右，在国家9大卫生洁具产区中具有一定的规模

优势。全市陶瓷产品覆盖坐便器、面盆、浴缸、五金配件等上百个品种，形成了多元化、系列化、多品种、全配套的产业格局。卫生陶瓷产品出口所占比重较大，17家企业的产品出口到美洲、欧洲、亚洲等100多个国家或地区。在中国卫生陶瓷出口额企业30强中，唐山市卫生陶瓷企业占据11席，在全球具有一定知名度。

据了解，唐山市将依托现有资源，进一步提升陶瓷产业的质量和效益，积极打造陶瓷产业的全国知名品牌示范区，形成区域品牌价值最大化。

创“自主品牌”促“价值提升”

唐山卫生陶瓷产品出口比例大，占全国卫生陶瓷出口额企业36.67%。这些出口订单多为国外贸易商“贴牌生产”，也就是处于产业链的低端。举个例子，唐山市陶瓷企业产品以1000元至2000元价格出售的产品，贴国际知名商标后可卖到近万元。

换个角度思考，许多国际知名卫生洁具品牌与唐山市生产企业签订代加工合同，本身就证明这些企业的卫生陶瓷产品质量已经达到国际一流。依靠“来样加工”得到生存，要想发展得更好、走得更远，必须创立自己的自主品牌，摒弃贴牌生产的短暂安逸。

为此，市质监局把推进品牌建设作为主攻方向，通过实施质量强市战略和名牌战略，充分调动卫生陶瓷生产企业的积极性和主动性，引导企业从“贴牌生产”向“自主品牌”转型，加快名牌培育，促进质量提升，切实提升了企业的核心竞争力。截至目前，唐山市卫生陶瓷产品获得中国名牌1个(惠达)、市政府质量奖2个(惠达、意中陶)、省名牌产品3个(华丽、意中陶、梦牌)、优质产品和质量效益型企业各1个(意中陶)。并拥有“惠达”“意中陶”等多个中国驰名商标；其中，惠达、梦牌、中陶等企业被认定为“河北省外贸品牌优势企业”。

品牌价值得到提升，产品利润也随之增长。根据相关数据显示，近三年来唐山市卫生陶瓷产值与销售利润均实现了逆市小幅上涨。(文/来源于环渤海新闻网)

佛山再添中国专利奖 多出自建陶等行业

国家知识产权局日前公布第十九届中国专利奖名单，佛山再添49项中国专利奖。其中，美的电热电器制造有限公司电饭煲获外观设计金奖，另外还获得40项专利优秀奖，8项外观设计优秀奖。

中国专利奖设有中国专利金奖、中国专利优秀奖、中国外观设计金奖以及中国外观设计优秀奖。本届中国专利奖共评选出中国专利金奖20项，中国外观设计金奖5项，中国专利优秀奖802项，中国外观设计优秀奖68项。

今年我市获40项专利优秀奖，创历史新高。此前我市已获该奖总数44项。至此我市累计获得中国专利奖129项，包括专利优秀奖84项、外观设计奖金奖4项、外观设计奖优秀奖41项。

本届美的电热电器制造有限公司研发的一款电饭煲获得外观设计金奖，这是美的集团获得的第三个外观设计金奖。公司相关负责人介绍，与传统的电饭煲的外形圆滑相比，获奖电饭煲外观设计方正、棱角分明。在功能按钮使用上，该电饭煲将盖子开关设置到了前侧面，将控制旋钮设置到了上表面靠后的位置，使两者有一定的距离，避免相互干涉。

本次获奖的佛山专利多出自家电、陶瓷、食品、机械装备等行业。家电行业，广东志高空调有限公司研发的“一种基于云计算的云空调系统”，因其率先把云计算技术运用到空调当中，获得专利优秀奖。陶瓷行业广东金意陶、石湾鹰牌陶瓷、蒙娜丽莎集团、佛山东鹏陶瓷等。食品行业何氏水产、海天调味。机械装备行业一鼎科技、恒力泰机械、精钢海工、睿江云计算、利迅达机器人等均获专利优秀奖。在外观设计优秀奖上，东鹏洁具、美的集团等获奖。（文/来源于佛山新闻网）

法库产区再推煤改气：非清洁能源将不允许开工！

日前记者从辽宁法库经济开发区管委会获悉，为应对持续加大的环保压力，法库产区管委会召集园区40余家规模以上生产企业就2018年春季“煤改气”工作进行座谈。会上，开发区负责人表示，明年4月1日前要彻底取缔园区在用的53台水煤气发生炉，改用天然气或清洁煤制气，未拿到清洁能源使用证明的企业将不允许开工生产。

▲环保成为法库产区最核心的关键词。

据了解，2016年，沈阳市政府发布了《沈阳市煤炭消费总量控制方案》，其中明确各重点行业全年削减煤炭消费量100万吨以上，并首次针对法库县陶瓷工业园区煤炭削减工作提出具体要求，“加快实施辽宁法库经济开发区企业煤制气替代工程，淘汰园区内53台两段式煤气发生炉，引入天然气或清洁煤制气替代。”

事实上，早在几年前，沈阳市就开始大力整治环保问题，并不断推动法库陶瓷企业的煤改气工作。而这些年来，法库煤改气的推广始终在进行之中，但进展较为缓慢，究其原因，始终是因为成本过高，在当前市场环境下，企业无力负担巨额的成本压力。这一次“煤改气”推进的决心和执行力度到底有多大，究竟能否取得预期效果还有待时间检验。

▲法库县陶瓷工业将淘汰园区内53台两段式煤气发生炉。

断臂求生治理陶瓷污染

陶瓷行业是一个高能耗产业，其能耗成本占到了生产总成本的30%，由于陶瓷用煤所产生的高污染，面临的节能减排任务十分繁重。陶瓷产业在法库扎根以来，经过15年的发展，已具备了一定规模和体量，但发展壮大的同时，相应的问题也就随之而来，企业过去粗放式的生产经营模式导致环境污染是其中最为迫切的问题。

辽宁法库经济开发区管委会负责人张洪占在接受记者采访时表示，法库县委县政府以及产业园区历来高度重视陶瓷生产带来的污染问题，尤其是史上最严环保法出台后，法库县更是拿出了断臂求生的勇气和决心治理陶瓷污染。“年初以来，法库产区从大气环境治理、水体环境治理、陶瓷固废处理、粉尘扬尘治理、区容区貌建设”等5个方面，重点整治了一批省市高度关注的环境问题，共清理整顿小散乱污企业17家，取缔10吨以下燃煤小锅炉93台，园区的生产生活环

境得以极大改善。今年，法库产区生产企业用于陶瓷产业环保改造的资金投入达1.8亿元。”张洪占说。

据了解，截至目前，法库陶瓷产业园区金铭佳陶瓷、大唐陶瓷、泰一陶瓷、新东方陶瓷等4家企业已经采用了科达公司的清洁煤制气。记者拿到的一份年度统计数据表明，这4家企业2017年累计消费清洁煤制气超4亿立方米。另外21家企业使用天然气，资料表明，这21家企业中使用天然气多为锅炉采暖，生产用气方面9成以上企业仍旧使用传统的水煤气发生炉。“今年，管委会在推进煤改气工作方面的力度明显加大，目前已相继拆除煤气发生炉12座，相应的补贴资金正抓紧落实。”

另除煤改气外，法库在环保改造上已做了大量工作。截至目前园区企业已全部完成了窑炉尾气、喷雾干燥塔尾气除尘、脱硫设备的升级改造工作，料场达到100%全覆盖，在日常生产过程中对可能出现的环保设备闲置以及偷排酚水、焦油等高危害污染物的企业实行零容忍政策，一经查实，从严查处。

多方评说法库陶瓷煤改气

法库县人民政府县长陈大为表示，煤改气工作既是当前形势下环保改造工作的需要，更是法库陶瓷产业转型升级，实现绿色可持续发展的必然要求，煤改气工作短期内可能会造成企业生产成本增加，但从长远看，势必会倒逼企业改变传统粗放的经营方式，推动法库陶瓷向高端化、品牌化、绿色化、智能化方向发展。

沈阳泰一陶瓷有限公司总经理陈健认为，公司在两年前就已完成了煤改气工作，现在用的是科达公司生产的清洁煤制气，相比于传统的煤气发生炉，这两年粗略估算增加了近1000万元的生产成本，如果在法库产区全面推行煤改气的话，将在产区内部创造一个相对公平的成本机制，对于维持产区整体产品价格平衡，抑制产品价格战将会起到积极作用。

在沈阳佳得宝陶瓷有限公司行政总经理范百献看来，煤改气工作对于推动法库陶瓷产业可持续健康发展将起到积极作用，这是显而易见的。但现在所有企业纠结的关键问题在于，法库产区要推煤改气，而与法库产区存在竞争关系的黑龙江依安陶瓷产区、辽宁省朝阳市的喀左产区、建平产区，未来几年内还将持续使用传统水煤气。东北地区各陶瓷产区推行煤改气在步调上不一致，将在短期内进一步挤压法库陶瓷的市场份额。据范百献测算，以法库产区生产的300×600mm

规格的瓷片为例，煤改气后，平均每片成本上涨 0.25-0.3 元，这对于法库产瓷片来讲，打击将是致命的。

本报记者 7 月份在喀左、建平产区进行陶业长征调研时，喀左闽龙陶瓷有限公司总经理范进峰就曾表示，喀左、建平产区东北第二大瓷片产区，由于性价比问题，喀左、建平产区生产的瓷片以往主要销往京津冀等地区，想要进军辽吉黑三省，价格方面无法和法库产区形成竞争优势，如果法库产区明年推行煤改气的话，建平、喀左生产的瓷片就可以伺机批量进军东北三省。（文/来源于陶瓷信息报）