



建材行业资讯 (六月)

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
陕西产区：出台2018年错峰生产实施方案.....	4
广东省环境保护厅关于印发固体废物污染防治三年行动计划（2018—2020年）的通知.....	5
国家智能马桶质量检验中心9月投用，出具检测结果只需5天.....	6
《家居建材供应链一体化服务规程》将发布.....	7
中国智能家居发展研究报告发布.....	9
全屋定制问题频发，急需出台相关标准.....	10
淋浴房“自爆”事件多发，国家终于出台这份标准.....	13
国家级知识产权保护中心在佛山南庄挂牌，专利授权将缩短至1个月.....	16
中国建筑卫生陶瓷协会提出2018年节能减排目标.....	17
第二部分 陶瓷及相关行业市场动态	18
房产动荡影响着家具企业.....	18
尚品宅配回应质疑：加速发展加盟渠道建设 产能不存在瓶颈.....	22
上海建材市场数量正在减少三分之二.....	23
欧派家居拟公开发行总额不超过18亿元可转换公司债券 大家居之路强敌环伺.....	24
陶瓷砖市场需求未来平稳增长，2020年国内需求量近90亿m ²	28
5月全国规模以上家居卖场销售911.1亿元 专家称80后90后消费者正在发力.....	29
上半年陶瓷行业45宗拍卖 起拍价最高5000万元.....	31
居然之家首个“垂直森林城市综合体”落户湖北黄冈.....	32
首批13家企业获得标志使用权二维码为“汝瓷”插上高科技翅膀.....	34
2023年压力喷射式虹吸式马桶市场将达4.2亿美元.....	35
第三部分 国际连线	36
中国占据加拿大39%瓷砖市场.....	36
注意！斯里兰卡可能提高瓷砖卫生洁具进口税.....	37
日本本土市场增长乏力，卫浴巨头抢滩中国市场.....	38

曲美家居拟斥资 40 亿收购挪威 Ekornes ASA.....	40
第四部分 产区及企业新闻.....	44
广东佛山：石材被列为环保违规建设项目综合整治的重点行业.....	44
夹江七成陶企将在本月底前完成“退城入园”.....	45
福建玉瓷创国内首个陶瓷自生釉技术.....	47
北方产区：透水砖扩张潮，一年新增 10 余条生产线.....	49
厦门、佛山、潮州、杭州等地数十家陶卫企业被整改.....	50
福建产区呈现的 6 大趋势.....	53
北方产区：透水砖扩张潮，一年新增 10 余条生产线.....	56
广东佛山：超过 15 家专业进口砖运营商进驻.....	57
产量减半，价格腰斩，最低只要 12 元一片，谁能为高安抛光砖支招？.....	58
浙江省质监局抽查：2 批次淋浴用花洒产品不合格.....	62
广西南宁武鸣陶瓷园区整治初见成效.....	63
多家煤企发声保供稳价.....	65
南省桂阳县食药工商质监局集中销毁假冒伪劣瓷砖胶泥.....	66
潮州市近 1700 吨陶瓷废料回炉再造.....	67
陕西出台错峰生产方案！非天然气陶企停产 4 月.....	69

第一部分 政策及相关分析

陕西产区：出台2018年错峰生产实施方案

6月13日，从陕西省工信厅获悉，陕西省制定了《陕西省2018年错峰生产实施方案》。《方案》指出，夏季错峰生产时间为6月1日至8月31日。其中，煤化工、焦化行业分别实施限产15%和20%左右，以设计生产能力核算；水泥（含特种水泥，不含粉磨站）行业实施限产30%左右，以设计生产能力核算。冬季错峰生产时间为2018年11月15日至2019年3月15日。其中，关中地区水泥（含特种水泥，不含粉磨站）、砖瓦窑（不含以天然气为燃料）、陶瓷（不含以天然气为燃料）、石膏板、防水材料等建材行业全部实施停产。（文来源于陕西日报）

广东省环境保护厅关于印发固体废物污染防治三年行动计划（2018—2020年）的通知

近日,广东省环境保护厅印发《固体废物污染防治三年行动计划(2018—2020年)》(粤环发〔2018〕5号),并自2018年6月1日起正式实施,有效期至2020年12月31日。其中提到:加快工业固体废物综合利用处置设施建设。支持工业固体废物资源化新技术、新设备、新产品应用,拓展资源化利用途径。深入推进工业园区循环化改造和工业“三废”资源化利用,建设工业资源综合利用基地和示范工程,支持“城市矿产”示范基地建设,提高大宗工业固体废弃物、废旧塑料、建筑垃圾等综合利用水平。充分利用工业窑炉、水泥窑等设施消纳尾矿、粉煤灰、炉渣、冶炼废渣、脱硫石膏等工业固体废物,构建以水泥、建材、冶金等行业为核心的工业固体废物综合利用系统。以江门、惠州、韶关等市为重点,加快建设一批水泥窑协同处置工业固体废物项目。(文来源于广东省环境保护厅)

国家智能马桶质量检验中心9月投用，出具检测结果只需5天

近阶段，位于台州高新区开发大道北侧、经六路西侧的国家智能马桶产品质量监督检验中心项目工地一派繁忙，施工人员正紧张地进行消音室设备、电子兼容实验设备等安装。

“预计全部检测设备9月份能完成安装调试，9月10日大楼投入使用。”该项目工作人员洪伟说。

国家智能马桶产品质量监督检验中心是台州创新创业的一个重要公共技术服务平台，同时承担着全国智能马桶国家监督抽查职责，检测项目涵盖智能马桶产品85%以上参数。投入使用后，它能使本地智能马桶产品的检测结果出具时间从目前的30个工作日缩短至5个工作日以内。

台州是国内智能马桶产业的先发地区，1995年全国第一个分体式智能马桶诞生于我市的浙江维卫电子洁具有限公司；现已形成涵盖马桶整机、相关零配件和配套机械装备等产品领域的产业链，成为全国最大的智能马桶生产基地。据统计，去年台州智能马桶产量超200万台，占国内自有品牌产量的半壁江山，产品远销俄罗斯、马来西亚、欧美等10多个国家和地区。

“它的建设完工，将大大提升台州智能马桶产业在全省乃至全国的知名度和影响力，对我市培育智能马桶千亿产业、加快‘制造之都’建设等都将发挥重要作用。”洪伟表示。

据了解，为保证该项目顺利竣工，去年以来，相关部门坚持稳中求进的工作基调，树立攻坚克难的坚定信心，统筹安排工程建设各个节点，切实抓好工程安全质量责任落实——事前，认真采集施工现场各种准备情况的信息，及时发现可能造成质量问题的隐患；事中，全面排查，每月进行多次按时、随时、不定时的综合或专项大安全检查，从作业环境、人员作业行为、安全防护、消防、施工用电等多个方面对施工工地现场进行详细排查，确保检查“全覆盖、零容忍”；事后，验收保证质量，对所有已完成工序的分项工程进行全面细致验收，确保工程质量符合设计、验收规范所提出的各项质量要求。由于监督管理到位，该项目曾被推荐参加浙江省建筑安全文明施工标准化工地等评选。（文来源于台州发布）

《家居建材供应链一体化服务规程》将发布

随着行业业态的不断变迁，家居电商、互联网家装等新的业务模式层出不穷，传统的家居物流服务模式已经无法适应新的业务场景的需求。而大件家居产品本身具有非标、易碎的特点，传统物流服务存在多头对接、责任不清的桎梏，让家居网购成为消费者投诉的重点，也成为家居商家亟需攻克的难题。

在此背景下，由中国建筑装饰协会住宅装饰装修和部品产业分会牵头和指导下，蚁安居作为主编单位，国内家居建材供应链一体化服务行业首部标准——《家居建材供应链一体化服务规程》进入终审阶段，即将于近期正式对外发布。

作为主编单位的蚁安居，牵头联合建材、物流、运输领域企业，共同编制《家居建材供应链一体化服务规程》，确定家居行业物流服务各环节的标准，对家居服务的标准化进程起到推动性的作用，同时更对行业的健康规范发展、消费者体验的提升，具有奠基性、指导性的意义。

作为新型的家居供应链一体化服务平台，蚁安居以自建+整合的方式在全国构建一张家居服务网，在全国300个城市、2200个区县建立服务能力。目前，蚁安居在全国拥有40多万m²专业家居仓、3500辆配送车辆、3万名认证服务技师，年服务用户达500多万。同时，自主研发智慧供应链管控系统，对服务各环节、全流程进行管控。

据了解，《家居建材供应链一体化服务规程》送审稿审查会于6月15日在北京华耐家居集团召开。

本次会议由中国建筑装饰协会、中国物流学会、中国物资储运协会、天猫家装等组成专家评审组，蚁安居作为主编单位，与华耐家居、博洛尼、大信厨房、法恩莎、新邦物流、志邦厨柜、东鹏洁具、艾佳家居、金牌洁具等近20家国内知名家居、物流企业组成的参编单位，共同对《规程》提出最终评审意见。

为使《规程》更加符合行业业态发展，同时在业内更具备标准参考价值，《规程》集合了家居建材、物流服务、装饰装修等相关领域专业人士的建议，历经2年时间的修订、整理，即将于近期正式对外发布。

家居行业呈现“渠道互联网化”、“产品定制化”、“供应链一体化”的发展趋势，标准化运作成为必然方向。如同在6月15日专家评审会上，中国建筑装饰

协会秘书长助理黄白所说,《规程》从无到有,对填补行业空白具有创新性价值,并对《规程》给予了极大的肯定。(文来源于亿欧)

中国智能家居发展研究报告发布

近日，2018首届中国智能家居趋势报告发布会暨研讨会在北京举行。北京印刷学院、深圳零一科技网络有限公司、中国建材流通协会联合发布《2018中国智能家居发展研究报告》，对当前我国智能家居产业创新发展面临的问题进行系统梳理，对智能家居未来发展趋势做出前瞻性预测。该报告由中国人工智能产业发展联盟提供学术指导，涵盖技术与产业发展等多方面内容，是国内首家权威机构指导并发布的智能家居领域的趋势报告。

报告显示，配备完善智能家居环境的高端住宅产品将成为房地产市场新亮点：新一代智能家电整体解决方案是家电行业转型发展新趋势，高度智能化的家庭安防系统将成为城乡家庭普遍消费需求，智能家居领域可能出现新的平台性互联网应用。同时，融合新一代人工智能技术的家居场景将重塑智能生态：一是智能家居环境可能成为新的智能生活中心，二是智能家居环境将提供新的工作、生活场景切换方式，三是智能家居场景为教育、医疗、养老等社会问题提供可行解决方案，四是以智能家居为基本单元的智慧城市、智能社会环境初见轮廓。此外，智能家居沉浸式体验将增强市场配置资源能力。报告认为，智能家居产业快速发展将激发和催生一系列新型消费需求，为我国经济发展提供持续健康推动力，应予以重视扶持。（文来源于经济日报）

全屋定制问题频发，急需出台相关标准

由于全屋定制家具是在传统家具行业和装修行业消费升级背景下催生出的新的消费业态，全屋定制家具在成为家具市场消费新热点的同时，标准缺失、计价方式混乱等问题也备受诟病，加快出台相关标准或将有益于全区定制家具市场规模化发展

“全屋定制”概念越来越受到消费者的青睐，成为家具市场的消费新热点。市消保委组织开展消费体察活动，涉及品牌13个，金额从11500元至128000不等

体察结果发现，全屋定制家具存在标准缺失、材质标识不规范、计价方式混乱、费用结算不合理等情况。市消保委建议加快制定出台相关标准，消费者在签订合同时应与商家明确家具材质、设计要求等重要事项。

发现的问题

标准缺失

全屋定制家具是在传统家具行业和装修行业消费升级背景下催生出的新的消费业态，由于相关标准的缺失，全屋定制产品的设计生产安装普遍没有标准，或参考相关家具或原材料标准，不能符合全屋定制家具的实际情况。本次消费体察中，多数产品未在合同中明示产品参照的相关标准。

材质标识不规范

部分企业在合同和订单中使用不规范的名称，混淆了人造板和实木的概念。

在消费者提供的一张定制家具产品报价单中，家具材料一栏标注为“SKL 英伦白橡”，使消费者误认为该家具为实木材质，企业解释称“SKL”是实木颗粒板的意思，而“英伦白橡”指的是人造板的颜色。

部分企业在报价单中，会以“白蜡木”、“灰榆木”等实木的名称来描述产品的颜色和花色，很容易使消费者对家具材质产生误解。

计价方式混乱

目前全屋定制家具行业使用较多的计价方式涉及4种：

展开面积、投影面积、按件计价、延长米计价

费用结算不合理

部分定制家具的实测面积、长度与报价单、合同上标注的数据存在偏差。19个样品的面积均有不同程度的偏差，偏差率从0.08%至23%不等，有两件样品的偏差率超过20%。某品牌一件定制隔断柜产品，报价单中注明产品按照展开面积计价，合计面积为16.64 m²，通过人工测算，得出该产品的面积为12.77 m²，面积偏差达到23%。

部分企业存在重复计算面积的情况，如消费者提供的一件定制家具样品，其玻璃门玻璃面积包含边框，企业在计价时，先计算一次玻璃面积，再计算一次板材面，明显不合理。

部分定制家具还存在台面板厚度偏差，五金件品牌、数量与清单不符等情况。消费者提供的一款定制地柜，订单上注明板件厚度为25mm，实测为18mm，另清单上明示拉手数量为10个，现场调查发现只有6个。

一款消费者提供的书房柜，实际使用的五金件品牌与订单不一致。

一件定制衣柜产品，清单上明示铰链数量为16个，现场调查发现只有13个。

定制流程缺少衔接

消费者反映称，实际定制过程中，每个环节均由独立的操作主体负责，缺少有效的沟通和统一的标准，导致最初设计与安装成品间存在差异，往往要到产品安装阶段才会发现瑕疵。

检测发现消费者提供的一款定制衣柜产品的设计图纸中，产品顶线的宽度尺寸与测量时的宽度不一致，导致生产出的成品在安装时与房间吊顶不能贴合，无法满足消费者的“定制”需求。

一款定制阳台柜产品，分缝值达到3.0mm，超过相关标准≤2.0的规定，明显不符合安装和验收标准。

有害物质释放缺少总量控制

本次体察还对部分家具有害物质释放情况进行了抽样检测，在送检的20件家具样品中，甲醛释放量检测值从0.016 mg/m²·h至0.215mg/m²·h不等，平均检测结果为0.042mg/m²·h，有7件样品的检测结果高于平均值，占比为35%。

总挥发性有机物（TVOC）释放量检测值从0.006 mg/m²·h至0.743 mg/m²

. h 不等, 平均检测结果为 0.281 mg/m² · h, 有 8 件样品的检测结果高于平均值, 占比为 40%。

本次体察还引入了模拟空间参数(模拟房间面积为 11.5 m²), 计算出一定空间内板材的最大使用面积。下表中使用面积数值越大, 表示一定空间内可使用的板材面积越大, 一定程度上反映了该板材有害物质的释放量较低。

消保委建议

1、制定相关标准

全屋定制家具产品与传统家具存在较大的差异性, 现行标准已不能满足现实消费需求, 建议加快相关标准的制定和出台, 对全屋定制家具商品和服务要求进行有效的规范。

2、约定重要事项

全屋定制家具是按照消费者的喜好和需求, 以及房屋的实际情况量身定做的定制类产品, 消费者在签订合同时, 应当与商家明确约定涉及家具材质、式样、设计要求等重要事项, 并在书面材料中得以体现, 避免发现问题时, 自己的合法权益无法得到保障。

3、明确结算方式

企业应当在合同或订单中明确该定制家具所采用的计价方式, 并有义务向消费者进行解释和说明。对于可能影响产品最终结算价格的测量数值、面积、五金件使用情况等信息, 应当做到准确明示和告知。

4、完善总量控制

企业应当将定制家具产品有害物质释放的总量控制前移到产品设计环节, 在最初设计中考虑到板材叠加使用量, 避免实际生产出的产品由于使用过多板材而造成有害物质过度积蓄的问题。(文来源于新浪家居)

淋浴房“自爆”事件多发，国家终于出台这份标准

近日，上海、武汉两地接连发生淋浴房玻璃爆裂事件，淋浴房质量安全问题再次引起消费者和行业的关注。

武汉 有3C认证仍“自爆”

6月9日，武汉市民吴婆婆在卫生间的淋浴房里洗澡，洗完澡后，她将淋浴房的玻璃门推开，结果整块玻璃门突然炸裂，玻璃碴落在身上，手脚受伤流血，随后吴婆婆在医院缝了14针，并打了破伤风针，目前在家休养。据吴婆婆的儿子李先生透露，房屋在一年半前入住，装修由朋友负责，淋浴房也由朋友联系商家送来。据报道，淋浴房玻璃上有“YiFan”的英文商标，还有3C认证标志等。李先生称已让朋友联系商家，准备向商家索赔。

上海 半年内两起爆裂事件

5月19日，在“大宁858国际公寓”租房的程晨(化名)，在房间玩手机时，突然听到卫生间传来一声巨响。她跑过去一看，发现淋浴间的玻璃门已爆裂，玻璃碎了一地，连旁边的镜子也已被震碎。该公寓物业负责人称“淋浴房都是有相关的证书，符合相关标准”，不过仍承诺即日起将定期上门对小区住户的淋浴房玻璃门，进行排查和维护，对玻璃门铰链松动等做检查。据悉，这已是该公寓半年来第二次发生淋浴房爆裂事件。

淋浴房玻璃迎来首个国家标准

淋浴房“自爆”除了五金件质量不过关外，多数和玻璃质量有关。但是，目前淋浴房玻璃缺乏统一标准，这是导致淋浴房质量参差的主因之一。幸运的是，淋浴房玻璃首个国家标准已于近日发布。

6月7日，国家市场监督管理总局、国家标准委批准了393项国家标准，其中包括GB/T 36266-2018《淋浴房玻璃》国家标准，该标准计划自2019年7月1日起实施。

根据全国标准信息公共服务平台的相关信息，《淋浴房玻璃》由全国工业玻璃和特种玻璃标准化技术委员会归口上报及执行，主管部门为中国建筑材料联合会。该标准有18家主要起草单位，除了中国建筑玻璃与工业玻璃协会、宿迁市产品质量监督检验所、中国建材检验认证集团股份有限公司等单位，多数是玻璃

行业的专门企业，包括上海浩驰科技股份有限公司、康得新光学膜材料（上海）有限公司、东莞泰升玻璃有限公司、四川泳泉玻璃科技有限公司、广州市益友鸣实业有限公司、佛山市依恩胶片科技有限公司等。

据了解，相关标准从几年前就开始研究制定。2014年，当时名称为《淋浴房用玻璃》的国家标准正式立项，立项号为20142490-T-609。2016年，《淋浴房用玻璃》完成标准调研及标准草拟稿，并在上海召开第一次标准讨论会。如今，GB/T 36266-2018《淋浴房玻璃》终于发布。

淋浴房质量安全越发引起重视

据悉，在这次的《淋浴房玻璃》国家标准发布之前，淋浴房行业存在两份较为通行的标准，分别是2007年12月1日起实施的QB 2584-2007《淋浴房》行业标准以及2010年11月1日起实施的GB 4706.100-2009《家用和类似用途电器的安全 多功能淋浴房的特殊要求》国家标准。但是，在淋浴房行业发展迅速、消费者对安全问题越发重视的今天，这两份标准可能有点“落伍”。

同时，淋浴房产品最重要的是玻璃，但目前淋浴房玻璃缺乏统一标准，企业大多采用的是建筑安全玻璃3C认证，但淋浴房是在用户全裸时使用，建筑安全玻璃标准并不能满足淋浴房玻璃的更高要求，因此才有了《淋浴房玻璃》国家标准的诞生。

值得注意的是，除了《淋浴房玻璃》，在全国标准信息公共服务平台，还看到上述国家标准《家用和类似用途电器的安全 多功能淋浴房的特殊要求》的修订计划，计划号为“20172401-T-607”，项目周期为24个月。这反映淋浴房质量安全问题越来越引起有关部门的重视，这无论对消费者还是行业都是好事。

选购优质淋浴房，只需四招

虽说淋浴房的相关标准正在完善，但不排除有商家生产时偷工减料的情况。那么，消费者怎样才能买到安全放心的淋浴房？

一、选购优质淋浴房看玻璃

淋浴房必须严格采用完全钢化的玻璃，钢化质量必须达到国家标准(50*50mm的面积破碎后大于等于40粒，角度大于或等于45度)，并通过国家3C认证。优质的钢化玻璃在特定的光线下可见应力斑，其扭曲度是普通玻璃的1.5倍，强度

是普通玻璃的4-5倍，抗冷热冲击能力非常强，可承受0-200℃的温差变化。

二、选购优质淋浴房看铝材

优质铝材硬度较高，纯度高达98%，壁厚1.2-3.0mm，甚至达到4-5mm，硬韧适中而不脆、不易变形，表面光滑平整，切口平整无毛刺，无杂色无气孔，色泽柔和饱满。低品质的铝材表面多沙眼、线条和气孔，色泽暗并混有杂色，抗压力差且容易变形。

三、选购优质淋浴房看胶条

优质胶条用进口的PVC树脂粉与磁粉软硬共挤，一体成型，在烤箱里经过60℃以上的烧制后，再放到0℃以下的冰柜720小时后胶条无明显变化。劣质胶条用PVC胶粒或回收废塑料再加工，其颜色深、杂色多、透明度差、使用寿命短。

四、选购优质淋浴房看滑轮

优质滑轮采用进口304不锈钢材质封闭式轴承配合经过水煮的尼龙外包圈组合而成，水煮尼龙的特性体现在更滑更硬，保证滑轮推拉自如、低音和承重能力，经久耐用。滑轮通过10万次以上的连续性、破坏性的发热推拉试验，正常如新，评估寿命长达十年以上。（文来源于厨卫头条）

国家级知识产权保护中心在佛山南庄挂牌，专利授权将缩短至1个月

6月26日，中国（佛山）知识产权保护中心在南庄挂牌。据了解，这样的“国字号”知识产权保护中心在广东省尚属首个。2017年8月17日，国家知识产权局批复同意佛山市建设“中国（佛山）知识产权保护中心”，面向智能制造装备产业和建材产业开展知识产权快速协同保护工作。为顺利推进建设，佛山市、区两级政府加大财政资金投入，先后共划拨1100万元作为佛山保护中心的建设启动和“保运营”专项经费。目前，佛山保护中心筹建工作已全部完成，并于2018年6月20日通过了验收。（文来源于南庄经济）

中国建筑卫生陶瓷协会提出 2018 年节能减排目标

近日，中国建材联合会会同三大产业协会制定了 2018 年的节能减排达标计划、名单和落实的措施，其中，中国建筑卫生陶瓷协会提出，为配合国家“十三五”节能减排规划，建筑卫生陶瓷行业“十三五”期间实现节能减排全面达标。具体项目上，将力争实现在“十二五”基础上：万元产值综合能耗降低 15%、烟气粉尘排放总量减少 20%、二氧化硫排放量减少 40%、氮氧化物排放总量减少 10%、二氧化碳排放总量减少 10%，淘汰落后产能 30%的目标。

协会提出，2018 年节能减排要率先达标的企业包括广东顺成陶瓷有限公司、广东萨米特陶瓷集团有限公司、广东鹰牌陶瓷集团有限公司、广东宏海陶瓷实业有限公司、广东金牌陶瓷有限公司等 20 家建筑卫生陶瓷企业。

在落实和推进达标的行动、措施上，采取包括推广节能减排技术及装备；完成《陶瓷工业污染物排放标准》（GB 25464-2010）修改单修订工作；推动产区集中制粉建设，推广干法制粉、连续球磨工艺以及高效煤制气、高效喷雾干燥技术；研究降低氮氧化物排放的工艺技术及装备，降低产品烧成温度，改进烧成技术，减少热力型氮氧化物的产生，提高事前降低氮氧化物的能力；设立环保达标示范工厂，引导行业企业走绿色发展之路；推广环保设施的标准模式，降低企业环保成本，加大各大产区的环保监控力度；推动行业制造 2025 工程，提升机器代替人工技术的行业应用。

此外，加快产业结构调整与优化。包括推进企业组织结构优化，实施“扶持一批、转型一批、淘汰一批”战略；产品结构调整优化。进一步加大设计研发创新力度。

同时，在加快兼并重组，推进产业转型升级、完善产业集群，强化产业综合配套能力、自主创新、新型商业模式等方面采取相应的措施已达到淘汰落后产能，实现节能减排的目标。（文来源于陶瓷信息网）

第二部分 陶瓷及相关行业市场动态

房产动荡影响着家具企业

家具行业作为房地产的下游产业，受到房地产市场的直接影响，尤其是当前房地产市场正处于多项新政策的实施阶段，对整个家具行业来说都会产生一次巨变。

现状：打压升级

2018年以来，房地产市场的一些政策持续深入落实，新房精装房政策正在开始有条不紊的执行，部分城市继续强化调控，打压限购，加大限购对象范围、限售、提高首付比例、摇号购房等等。

同时，新政策强调落实发展住房租赁市场特别是长期租赁，保护租赁利益相关方合法权益，支持专业化、机构化住房租赁企业发展，简单来说就是市场上说的“租售同权”。

精装房、限购、长期租赁的租售同权等等房市政策的逐步实施，市场影响已经开始，家具行业转型升级到了关键时期，变化也越加明显。行业更加贴近消费市场，行业格局都会重新划分。

当然，房地产市场变化对家具行业的影响有滞后性，房地产调控对家具行业的影响并没有想象中的那么严重。

其一，中国家具行业仍处于成长期，未来相当长一段时间内，仍将保持稳步上升的趋势。就目前来看，无论是房市还是家具的刚性需求仍然很大，家具企业受楼市调控政策影响更多的是在产品和商业模式上的变化。

其二，高端产品受调控影响很小，而且随着国家加大保障房建设的力度和新城镇化建设的快速推进，市场对低端家具的需求量会逐渐加大。但是国内家具行业目前正处于转型升级的关键时期，行业在加速洗牌，房地产调控对整个行业有极大的直接或间接性影响。

影响：调整产品结构

首先，比较直接的是市场上产品的变化，家具产品结构的调整。无论是房市还是家具的消费者都在出现新的势力阶层——新中产阶级。

实际上，房市调控对高端消费群体影响不大，高端别墅会所对于高端品牌家

具的需求并不会减少。反而是新中产阶级消费能力相对有限，但是对生活品质有更高的要求，更讲究生活方式、生活品质，以致于许多企业把这群消费者认定为高端消费群，企业研发新品一开始都是以中高端为主，也确实如此。

另外就是智能家具和多功能家具受到越来越多的关注。高端智能家具是消费者追求现代化生活的一种，具有科技感、时代感，更具有生活的方便、舒适性，未来必然是家具行业更具亮点的发展方向。

同样多功能家具尤其是具有收纳功能的家具也会具有极大市场，对一线城市而言，小户型为主，如何利用极为有限的空间安装家具并获得空间舒适性享受是许许多多的定制家具企业在研究并主打的产品服务。并因此，在实木家具当道的目前，家具市场上大量的板式家具出现并快扩大市场份额，板式家具开始新生回归。

影响：调整商业模式

其次，是对商业模式的影响，一方面是精装房政策的逐步落实，对家具企业在渠道和销售策略上产生直接的影响。家具企业以往服务经销商为主，现在主要针对地产商成立工程部，直接与地产企业合作，或者扶持有实力的经销商在当地与地产商合作，以往对经销商的各种热情和福利被缩减大半。

非常明显，精装房对橱柜市场形成了一定冲击，精装房并不是每个地方都能够达到拎包入住的水平，但是作为精装房标配性质的厨柜，常常会得到优先配备。由此，定制家具企业中发展更早的厨柜企业，也会更先感受到精装房带来的寒意。

另一方面是二手房、租赁住房租售同权政策的实施，必然催生出新消费力量，尤其是长期租赁市场对家具的需求，既会形成新的小型采购商，也会带来对家具更换和使用寿命提出新的需求，尤其是板式家具极有可能得到更大发展。

影响：房产企业截流家具销售

另外，房产新政的逐步实施，房地产企业开始涉足家具行业，房企直接设立家具生产基地或与大型家具品牌企业结成合作联盟，这是家具消费的源头市场拦截，对家具销售产生极大影响。

房地产企业找寻的合作伙伴自然是以大企业为主，能够保证供货和稳定品质的产品，甚至能够有更长的结款周期，这就可能导致大企业越来越大，家具行业

的集中度越来越高的未来行业格局。

房市动荡，新政策逐步落实，对家具行业产生的影响开始显现，其影响有着多个方面，家具企业需要紧随国家政策，根据市场行情及自身优势不断调整自己的市场定位以及产品结构与商业模式，进一步激发潜在市场，在市场的变化中游刃有余。

事实上，对家具企业来说，房市新政的落实，行业转型升级深化，可谓困境与机遇同存。企业的产品是否符合市场主流趋势，商业模式是否符合新的消费习惯，品牌建设发展是否跟上，生产能力和产品质量是达到市场要求，等等，对家具企业来说十分关键，关系到企业的生存发展。

在近几年的家具行业变革中，许多老牌大企业已经消失，部分以往的行业领军品牌正在退出市场，有的处于蜕变的关键阶段，有的企业开始全面转型，由单品发展到整体家居，从成品家具转向全屋定制，由电商品牌发展实体店面品牌等等。企业对现今形势都有自己的分析，做到认清形势，顺势而为。

从近些年的一些家具企业的经营来看，一部分是非常迷茫的，不知道方向；还有一部分是在积极尝试改变、革新，调整战略规划。

变革：品牌宣传上的突破

其一，是品牌宣传上的突破，地产企业更愿意与大品牌企业合作，当然商场、经销商也更愿意与大品牌企业合作，无论是产品还是服务都更加有保障。消费者对品牌产品的信任度无疑更高。以前家具品牌多为行业品牌，家具业外大众并不了解。现在的定制、体验消费和新的消费习惯、消费方式让企业更加注重品牌建设。

变革：定制服务能力加强

其二，是产品丰富性和定制服务能力加强，家具企业的主要服务对象由经销商转为经销商+消费者，需要更强的服务能力。无论限购还是精装房，其实并没有对家具市场产生大冲击，反而是提升了新楼盘的入住率，对一些品牌企业及其经销商来说更为有利。

市场并未缩小，但是消费者的需求和消费方式、习惯在变化，企业及经销商争做样板房和定制服务。业内外对全屋定制服务成为必然的发展趋势达成共识，

消费者在购房前或者装修前就基本看到装修后的效果，那么对企业来说，在不能转型全屋定制服务的情况下只有在产品品类丰富性和营销上下功夫，与更多的家居企业合作保证家居一站式服务能力，才是上策。

变革：线上线下结合

其三，是渠道建设上的调整。注重实体店面和线上店的结合。在实体店面来说除了专业大卖场的店中店品牌店外，大企业更加积极建设品牌独立店体系，包括独立品牌大店、社区品牌体验店以及样板房体验店等。

同时与线上结合起来，在展示上更是如此，几乎所有品牌家具企业都在虚拟展示上不断尝试。在营销上，除了加强这些渠道建设，同时建设企业的工程部门，专门负责与房地产合作，做酒店、会所定制工程，以及拎包入住业务。

另外，在生产上同样有大的提升，无论是定制还是与地产企业合作，都需要强大的生产能力。面临房市动荡，家具企业更要做好生产本分。据了解，家具企业普遍在生产设备上投入较大，尤其是部分企业转型定制，安装全新进口设备，小范围实现智能制造，保证产能，保证产品品质的稳定，基本达到环保要求。同时，为了更好地与房地产对接，更好地服务市场、降低成本，家具企业开始生产前移，就近市场设立生产基地。

房地产的调控实质上并不会真正影响到家具行业——尽管看起来家具企业的一些措施是应对房地产新政实施，但是更主要的是因为市场的需要。（文/来源于中国建材网）

尚品宅配回应质疑：加速发展加盟渠道建设 产能不存在瓶颈

人民网北京 6 月 13 日电（记者孙红丽） 针对有爆料尚品宅配(股份代码 300616.SZ)公司自营店设计师存在不肯多接订单增加工作量，如何保证员工积极性以及自营店费用控制等问题，广州尚品宅配家居股份有限公司近日回应称，公司拥有较为完善的薪酬系统和激励机制，可以调动员工工作积极性。尚品宅配称，今年会加速发展加盟渠道建设，以及对直营体系的提效降本，从而提升公司的盈利能力。

近日，有投资者在投资者互动平台上向尚品宅配询问，索非亚的固定资产原值约 25 亿，欧派家居的固定资产原值超过 25 亿，而尚品宅配公司的固定资产原值只有 9 亿元，但后者的销售收入基本和索非亚相当，公司产能何以支撑？或者说公司的固定资产周转率为何大约是索非亚的 3 倍、欧派的 2 倍？

对此尚品宅配回应，每家企业的情况都不同。除了佛山现有的生产基地外，尚品宅配还会在无锡、四川崇州设立生产基地，产能方面不会存在瓶颈。

资料显示，近年尚品宅配加快了加盟店的拓展速度，2017 年全年净开店 476 家，截至 2017 年末，加盟店总数已达 1557 个（含在装修店面）。

另外，为加强公司在主要市场的竞争力，尚品宅配开启全国化产能布局。目前尚品宅配在佛山有四个工厂，基本能满足截至到 2019 年上半年的产能需求。

据尚品宅配董事、总经理周淑毅介绍，华东无锡和西南成都的生产基地建设正在有序进行中，预计无锡基地 2019 年下半年投产。（文来源于人民网）

上海建材市场数量正在减少三分之二

记者最近走访上海一些建材市场时获悉，上海建材市场正在急剧减少。五六年前上海有各种规模的建材市场 300 多家，现在减少了 100 多家，预计明年剩余的建材市场不会超过 100 家。

这种变化是政府调整的结果。退出建材市场后，地皮将变成房地产。退出的对象是没购买土地使用权的建材市场业主。清退的理由是建材市场内的二次加工，比如打磨、切割等造成污染。

建材市场的大量减少，将导致大量从业人员离开上海，有人预计因建材市场减少而导致上海的人口减少数量为 150 万人至 200 万人。上海市政府计划到 2035 年上海人口增加数量仅为 81 万人，2017 年上海市常住人口为 2418.33 万。按目前人口自然增长速度至 2035 年上海人口增加 1400 多万。上海市政府觉得难以承载。而建材市场减少将大为缓和上海人口压力，同时因为房地产的动力为政府增加收入。

一位的士司机抱怨，建材市场减少后，导致客源明显减少。原来上海市漕宝路很多建材市场，人流量大，现在这些市场基本消失了。他说，打的的人群主要是中小老板，打工人士一般坐地铁和公交车，建材市场减少后，的士餐饮的生意也慢慢清淡了。（文来源于厨卫资讯）

欧派家居拟公开发行总额不超过18亿元可转换公司债券 大家居之路强敌环伺

上市一年后，欧派家居集团股份有限公司(603833.SH,以下简称“欧派家居”)再次募集巨额资金扩产。

近期，欧派家居拟公开发行总额不超过18亿元可转换公司债券，用于建设多个涉及橱柜、衣柜及木门等产品的生产项目。相关议案已在近期举行的股东大会通过。2017年3月，欧派家居正式登陆资本市场，20亿元的募集资金主要用于扩充产能。

频繁布局产能，欧派家居意在推进“大家居”战略。不过，从目前来看，欧派家居的品类虽然相对丰富，但除橱柜和衣柜之外，推进多年的木门和卫浴的规模依然较小，发展较为缓慢，木门的毛利率也相对偏低。此外，市场竞争逐渐升温，不少定制家具企业纷纷发力“大家居”战略，以多品类、多品牌的丰富产品争夺消费者。

欧派家居方面告诉《中国经营报》记者，木门毛利率较低主要受到人员架构、厂房设备、广告投放过大等因素影响。至于开拓新品类计划，欧派家居方面表示：“公司正在筹备开展金属门窗业务。”

接连募资扩产

欧派家居再次募资扩产事宜正在有序进行。近日，欧派家居发布2018年第一次临时股东大会决议公告，关于公开发行可转换公司债券的多个议案均已通过。

早前，欧派家居拟公开发行总额不超过18亿元可转换公司债券，扣除发行费用后，募资净额将用于清远生产基地(二期)、无锡生产基地(二期)和成都欧派智能家居等三大建设项目。可转换公司债券的期限为自发行之日起6年。

在欧派家居人士看来，本次募投项目能够有效促进公司发展战略的实施。欧派家居人士称，公司以自有品牌“欧派”及“欧铂丽”为基础，全国布局生产基地，推出并实施“大家居”战略，专注于定制家居产业链中最核心的非标产品的产能扩充、规模化生产环节。上述三大建设项目有助于公司完善多区域生产基地布局，降低生产、运输成本。

具体来看，清远项目主要新建橱柜、衣柜生产线及配套设施，承接广州生产

基地部分产能;无锡项目新建衣柜、木门生产线及配套设施;成都项目则新建智能家居生产线及配套设施。三大项目的建设期均为2年,投资回收期均约5年。

不过,上述三大项目的总投资金额合计40.2亿元,远高于此次募集金额,欧派家居方面表示“资金缺口由公司自筹解决”。

记者在上证e互动平台注意到,欧派家居近期在回答投资者提问时表示:“此次项目投资额较大,如全部采用银行贷款,融资成本过高,财务费用支出过大,给公司资金安排带来压力,故通过可转债募集18亿元,募集资金不足部分由公司自筹解决。”

在2018年一季度,欧派家居经营活动产生的现金流量净额为-3.8亿元;期末货币资金余额为16.3亿元,比年初的32.2亿元下降了49.33%。2017年3月,欧派家居成功闯关IPO,由于募集资金到位以及现金流增加,使得当年底的货币资金余额激增181.07%。不过,今年一季度末的货币资金余额已回落到与2016年末11亿元相差不大的水平。

随着市场规模不断壮大,欧派家居募资扩产迫切。除了上述发行债券扩产举措,记者了解到,欧派家居早在2014年就曾申请IPO募资扩产,但直至2017年才最终得偿所愿。彼时,募集资金总额为20.8亿元,扣除承销费用后,实际到账募集资金为20.1亿元。

彼时,产能扩充是欧派家居上市募资的主要投入,涉及整体厨柜、整体衣柜、定制木门三大产品,具体为广州年产15万套厨柜生产线建设项目、天津年产15万套厨柜生产线建设项目、广州年产30万套衣柜生产线建设项目、无锡生产基地(一期)建设项目以及年产60万樘木门生产线建设项目,合计投入金额为16.6亿元。

大家居竞争升温

据了解,欧派家居2011年就已启动“大家居”战略规划,而战略则于2015年才开始试行,旨在打造以整体厨柜为核心,涵盖整体衣柜、定制木门、厨房电器、整体卫浴、墙饰壁纸、实体面材、商用厨具等多类家居产品的现代“大家居”产品供应商。

不论是2017年上市募资,还是近期计划发债,通过扩充产能推进“大家居”

战略均是欧派家居的出发点。截至2017年底，欧派家居在全国共有大家居专卖店65家，合同业绩增长34%；大家居专卖店的数量比2016年底的52家增加了13家。

资料显示，拳头产品整体橱柜之外，欧派家居于2003年和2005年分别开始经营整体卫浴业务、整体衣柜业务；定制木门业务则直至2010年才开始经营。

作为欧派家居实现“大家居”战略规划的重要一环，整体衣柜是近年重点发展的整体家居产品，2015~2017年的收入分别同比增长34.72%、51.23%、62.98%，是欧派家居新的收入增长点。整体卫浴和定制木门则是对整体厨柜和整体衣柜的重要补充，尽管增长并不慢，但规模时隔多年后依然较小。

从2017年财报来看，橱柜依然是欧派家居的主打产品，衣柜的发展则较为迅速。橱柜和衣柜在2017年的收入分别为53亿元、33亿元，两者在总收入中的比重高达89%。而卫浴和木门这两大产品，收入均仅约3亿元，毛利率则分别为19.27%、15.87%，要远低于橱柜和衣柜的36.7%、34.74%。木门方面，江山欧派多种木门产品的毛利率在28%~36%之间，索菲亚为26%。

木门产品的毛利率低于公司整体的毛利率，主要是源于人员架构、厂房设备、广告投放过大等因素的影响。”欧派家居方面表示，随着木门营收规模提高、规模效应显现，毛利率会逐步上升。

同时，欧派家居方面指出，从生产角度来说，木门的生产难度是高于橱柜和衣柜的，公司需要在生产技术方面投入的也就更多。发展之初，营销受制于产能，所以走了一些弯路。

对于未来发展，欧派家居方面透露：“公司正在筹备开展金属门窗业务。”与此同时，欧派家居将加大与整装企业的战略合作。

值得关注的是，品类发展相对不均衡之外，欧派家居在“大家居”方面也将面临挑战。目前，多家定制家具企业已制定或推行“大家居”战略。

在2017年，德尔未来确立了“聚焦大家居，加强新材料”的发展战略。被视为“大家居”必争之地的木门领域，竞争也愈加激烈。索菲亚2017年拓宽了大家居版图，开始经营定制木门业务，并在2018年计划开设大家居店100家。另外，作为公司下一阶段战略重点，好莱客的木门产品也将于2018年下半年

上市。

中泰证券研报显示，木门与橱柜同属家装前端，对标橱柜业务良好的引流效应，木门业务引流效应可期。

此外，长城证券研报亦指出，在销售端上，越来越多的定制家具企业推出“大家居”战略，以多品类、多品牌的丰富产品满足消费者的“一站式”购物需求，多维度把握家装流量入口。

对于“大家居”浪潮掀起的原因，中国家居建材装饰协会秘书长胡中信对记者分析称，目前整个家居建材行业的市场环境并不好，导致了客户带来的利益值较低。在客户数量一定的基础上，企业希望通过多做一些服务以谋求更多利润。

“但是，目前就我所知，企业在大家居这方面涉足其他品类领域的成功例子并不多。”胡中信指出，“每个行业领域都有相应的规则，企业突然进入其他行业领域，我不是特别看好，而且对企业而言会有一定风险。”（文来源于中研网）

陶瓷砖市场需求未来平稳增长，2020年国内需求量近90亿 m²

从全国来看，陶瓷砖产量进入平稳增长阶段，预计2020年我国建筑陶瓷产量保持在100亿平方米，从需求结构来讲，国内市场对建筑陶瓷的需求占比为87%，也就是说国内市场需求量接近90亿平方米。

新建住宅+二次装修带来大量需求。结合装修情况和房屋竣工面积统计数据，计算出每平米建筑业住宅房屋竣工面积的陶瓷砖需求量为1.44平方米，对应陶瓷砖需求量为40.9亿平方米，占陶瓷砖产量的比例为40%左右。二次装修方面，2017年我国二手房与新房装修陶瓷砖需求比例为3:7，则二次装修对瓷砖需求至少为17.5亿平方米，占比约为17%。（文来源于中国产业信息网）

5月全国规模以上家居卖场销售911.1亿元 专家称80后90后消费者正在发力

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。5月份全国建材家居景气指数（BHI）为104.38，环比上涨2.27点，同比上涨7.35点。

全国规模以上建材家居卖场5月销售额为911.1亿元，环比上涨7.13%，同比上涨9.54%。2018年1-5月累计销售额为3678.8亿元，同比上涨11.55%。

BHI继续上涨 全国建材家居市场再现“红五月”

中国建材流通协会行业研究部解读称，5月BHI继续保持上涨趋势，是2015年之后首次5月BHI环比“未跌反涨”，且BHI同比也已连续三个月保持向上攀升，全国建材家居市场再现“红五月”行情。

5月，随着房地产刚性需求的平稳释放，楼市成交量稳中有升，房地产市场总体呈现回暖态势。

据国家统计局数据显示：1-5月份，商品房销售面积56409万平方米，同比增长2.9%，增速比1-4月份提高1.6个百分点；商品房销售额48778亿元，增长11.8%，增速提高2.8个百分点；4月份，房地产开发景气指数（简称“国房景气指数”）为101.58，比4月份提高0.21点。

中国建材流通协会行业研究部分析表示，5月本就是传统家装黄金季，在房地产市场回暖因素的加持下，建材家居市场消费动力进一步增强，BHI继续保持上涨趋势，全国建材家居市场再现“红五月”行情。

智能家居引领新需求 80后、90后消费者正在发力

从BHI分指数来看，本月涨幅居前的是其“人气指数”，也是连续三个月环比、同比均大幅上涨。

中国建材流通协会行业研究部指出，与前几年电商消费红极一时有所不同，2018年以来建材家居实体销售似乎重新焕发生机，究其本质是在当前消费升级大背景下，建材家居企业日渐注重线上、线下深度融合，消费体验的增强与服务品质的提升等因素使得卖场人气逐步回流，因此，仍要老生常谈，全国建材家居市场下一阶段的发展方向仍将围绕“以发展智能家居、建设智慧卖场，引领新需

求，促进消费升级”进行。

另外，“经理人信心指数”这一先行指数较上月降幅最大，环比下降达38.74点，但其绝对值为57.98（高于50看好后市、低于50看弱后市），可见市场信心回归理性，“经理人信心指数”受到即将到来的雨季（季节性因素）影响先行下降，但在当前宏观经济形势下，对未来发展预期仍较乐观。据国家统计局与中国物流与采购联合会发布的5月份中国制造业采购经理指数（PMI）为51.9%，高于上月0.5个百分点，为2017年10月以来的高点，发展动力进一步增强。

中国建材流通协会会长秦占学表示，从维度上看，智能家居引领着新需求，80后、90后消费者正在发力；从地域上看，三四线县域城市，正在加快脱贫步伐，也带领了市场的发展，符合年初对2018年市场迎来新的景气度的预判。

他建议，企业以积极的心态面对新的发展，拥抱变化，立足本质，为消费者提供既满足其需求、又能引领需求的产品和服务，以期在竞争中取胜。（文来源于人民网）

上半年陶瓷行业 45 宗拍卖 起拍价最高 5000 万元

6月27日，陶城报在人民法院诉讼资产网发现，仅2018年上半年，全国共计45宗拍卖公告与陶瓷行业相关，涉及拍卖资金近4亿元。涉及厂房、办公楼、国有工业出让土地使用权、机器设备、陶瓷成品和半成品及砖架等，起拍价从最低的6000元到最高的5000多万元不等。另2017年全国陶瓷行业共计42家陶瓷企业涉及挂牌拍卖78宗。其中不乏英发陶瓷、纯美陶瓷、威臣陶瓷、豪帮陶瓷、寇铂陶瓷、宏博陶瓷等知名品牌。据中国建筑卫生陶瓷协会发布的数据显示，在过去三年时间里，全国共有183家建陶工厂彻底退出，占总数的12.6%。（文来源于陶城报）

居然之家首个“垂直森林城市综合体”落户湖北黄冈

6月28日，北京居然之家投资控股集团有限公司（以下简称“居然之家”）首个“垂直森林城市综合体”项目落户湖北黄冈。居然之家旗下子公司——黄冈居然之家商业地产有限公司以2.93亿元的价格成功摘得黄冈市黄州区中心区域近4.5万平方米的商住用地。

居然之家

大动作频频！2018年，居然之家在加速门店扩张的同时，也在积极探索转型升级的新零售模式。4月30日，居然之家从“大家居”向“大消费”转型升级的第一店——居然之家体验MALL（丽泽店）正式开业（盒马引领网红店入驻浪潮 居然之家体验MALL全新启航）；6月2日、3日相继在北五环靓屋和十里河店开业的“原创艺术家”，是居然之家探索家居卖场艺术化的新尝试，在家居行业内也属首创（居然之家驱动原创艺术走进千家万户）。6月28日，居然之家垂直森林黄冈项目的成功签约，正式拉开了居然之家打造创新商业综合体模式的序幕。

新零售

北京居然之家垂直森林置业有限公司总经理孙勇争（左）代表居然之家签约该项目总建设规模20余万平方米，包含居然之家新零售体验MALL、垂直森林高端住宅、精品公寓、特色商街等。

居然之家

2018年4月，居然之家与意大利博埃里建筑设计事务所（Stefano Boeri Architetti，以下简称“SBA”）在中意设计论坛上共同宣布全面达成战略合作。根据协议，双方充分释放各自的优势，以每年项目建设规模至少50万平方米的速度在中国各大城市推广“垂直森林城市综合体”项目（深度合作博埃里 居然之家创新商业综合体模式）。

新零售

黄冈项目是居然之家与“SBA”合作的首个“垂直森林城市综合体”项目。这是双方合作的一次突破性尝试，一方面引入“垂直森林”概念，于建筑外立面种植景观植物，打造城市领域与自然领域之间全新的生活体验。另一方面，双方

在人类第四代建筑道路上积极创新，结合国内市场与中国传统住宅的特色，引入关键性技术，力求让住宅回归本质，建立稳定的绿色生态系统。

居然之家

发力新型购物中心是居然之家从“大家居”向“大消费”转型的重要一步，也是其寻求自我革新的关键一环。未来，居然之家将加快节奏，陆续于湖北、广西、重庆等其他省市布局垂直森林城市综合体，稳扎稳打，赢得从“大家居”向“大消费”过渡的转型之战。（文来源于居然之家）

首批 13 家企业获得标志使用权二维码为“汝瓷”插上高科技翅膀

6月22日，由检察日报社主办，河南省汝州市人民政府、方圆杂志社承办的“中国汝瓷地理标志知识产权品牌保护与发展论坛”研讨会在“汝瓷之乡曲剧故里”汝州举办。来自全国检察系统、知名高校、平顶山市及汝州市政府部门、汝州市陶瓷协会的百余位代表参加了会议。

诞生于汝州的汝瓷，是中华千年陶瓷文化中浓重的一笔。始烧于唐朝中期，盛名于北宋，位居宋代“五大名瓷”之首，在中国陶瓷史上有“汝窑为魁”之美誉，距今有千年历史，具有很高的收藏价值，“汝瓷”也以97.21亿元荣登2018年中国品牌价值工艺品区域品牌榜单39名。

但是近年来，汝瓷品牌形象频频被冒用、侵权，因此引发的产权纠纷不断，严重地影响了汝瓷这一民族文化产业的发展。为了更好地打击冒用汝瓷品牌的乱象，研讨会上展示了二维码技术在汝瓷产品中适用的成果。

借助科技的力量，为汝瓷健康发展保驾护航。二维码服务公司总经理陆泽介绍，二维码技术于2015年4月正式推出，在汝瓷的制作中，若把汝瓷收藏价值、制作工艺、大师介绍、产品参数、营销网略等信息融入可视的二维码中，把标有汝瓷的二维码图片，通过互联网+平台销售并对外展示，客户通过扫码对汝瓷的产品有更深入的了解，增加客户的体验感和收藏欲望。

同时，可以将制作完成的二维码，获取版权后，烧制在汝瓷产品上，客户只需要扫描产品上的二维码，就可以对该产品的制作全过程都有真实的了解和体验，达到其防伪的最大效果，使其产品收藏价值更高，进一步推动汝瓷的销售和健康发展。会上，依据《地理标志产品保护规定》，公布了首批获得汝瓷地理标志产品标志使用权的13家企业名单，经核准，同意汝州市朱氏汝瓷有限公司，汝州市新嘉诚汝瓷开发有限公司，汝州市玉松汝瓷有限公司，汝州市美华汝瓷厂，汝州市天庆汝瓷研究所，汝州市赵家汝瓷工作室，汝州市古风陶瓷厂，汝州市荣华汝瓷研究所，汝州市亨通汝瓷研究所（汝州市廷怀汝瓷研究所），汝州市宋宫汝瓷厂，汝州市王一沙汝瓷窑研究所，汝州市汝宝斋汝瓷厂，宝丰县弘宝斋汝瓷开发有限公司等13家企业使用地理标志产品的专用标志。（文来源于中国产经新闻

网)

2023年压力喷射式虹吸式马桶市场将达4.2亿美元

据 Marketexpert 的一项新研究显示，随着酒店、医院、写字楼、学校和其他公共场所对压力喷射式虹吸式马桶的需求上升。压力喷射式虹吸式马桶的全球市场预计在未来五年内将以约 2.7% 的年复合增长率增长，2023 年将从 2017 年的 3.7 亿美元增长至 4.2 亿美元。

关于压力喷射式虹吸式马桶市场中主要供应商有以下这些包括 kohler, Zurn Industries, Western Pottery, American Standard Brands, Jacuzzi, Contrac, Winfield Product, Corona, Vortens, Proflo, Gerber.

压力喷射式虹吸式马桶主要分为以下几种：连体马桶，分体式马桶。分体式马桶是全球最广泛使用的类型，2016 年全球约占 82.95%。

据唐山北方瓷都陶瓷集团有限责任公司王同言表示：“压力喷射式虹吸式马桶是普通虹吸式马桶基础上加压，比普通虹吸式马桶还省水，但是他有一个缺点就是噪音比较大，普遍适用于北美市场，且主要用于公共场所，目前来说中国用的不多。”

过去几年中，美国是世界上最大的压力喷射式虹吸式马桶消费国之一，并且在未来几年内将保持同样的地位。加拿大的市场规模远小于美国。（文来源于陶卫网）

第三部分 国际连线

中国占据加拿大 39%瓷砖市场

据《世界陶瓷评论》近期发布的数据显示,2017年加拿大瓷砖消费量为4310万平方米,这是自2010年以来,加拿大瓷砖消费量的最高点。2017年加拿大瓷砖主要来源于中国、意大利、土耳其、西班牙与美国。其中,中国是加拿大瓷砖进口最大的来源国,2017年加拿大从中国进口1670万平方米,同比2016年增长24%。而意大利、土耳其、西班牙与美国紧跟中国之后,瓷砖出口加拿大的量分别为1070万平方米、810万平方米、310万平方米、170万平方米。与2016年相比,意大利、土耳其与西班牙出口加拿大瓷砖总量均呈不同程度的增长,分别是增长14.5%、8.6%、16%,而美国的出口量则是下滑,同比2016年下滑14.5%。但是,虽然中国瓷砖在当地占有最高的市场份额,但是意大利瓷砖却是最值钱的,1070万平方米销售额1.582亿加元,占瓷砖总消费的38%,同比2016年增长8.4%,而中国却以1.202亿加元紧跟其后,较前几年增长了16.7%。(文来源于中国建材信息总网)

注意！斯里兰卡可能提高瓷砖卫生洁具进口税

斯里兰卡当地时间6月13日，斯里兰卡总统媒体部门的一份声明表示，人们已经注意到对进口卫生洁具产品提高进口税作为保护这些产品的当地制造商的措施。在6月12日召开的第12次国家经济委员会（NEC）会议上，发言人表示，“人们发现当地的卫生洁具生产商无法与进口商竞争，因为政府免去了部分产品的进口附加税（CessTax）。因此，提请注意征收类似具有盛行价值产品的进口税。”

据厨卫资讯查阅斯里兰卡2018年关税制度发现，目前，瓷砖和卫生洁具部分的总税率为90%（包含35%的进口附加税），普通关税为30%或每平方米100卢比，增值税为15%，国家建设税为2%，以及港口和机场税为7.50%。

声明中未标明总统已经同意纳税。即使斯里兰卡的酒店成本高于东亚，也为竞争性企业创造了机遇。当地媒体称，斯里兰卡政商关系复杂，保护主义企业习惯于轻松赚钱变得效率低下，因此无法在世界其他地区竞争，导致出口下降。

斯里兰卡实行透明的、低税率制度，并与多个国家签订了避免双重征税的协定。这些协定削减了利息、版税等费用。斯里兰卡政府给予外资企业程度不等的关税和税收优惠。

2016年，斯里兰卡政府为鼓励和推动当地建筑业和房地产的发展，减免了大部分瓷砖和卫生洁具进口关税。斯里兰卡建筑业需求的增长，尤其是涉及到外资混合开发和公寓项目时，高要求的瓷砖和卫生洁具的需求持续增长，但在许多情况下，当地制造商由于技术和设计水平无法提供更高质量的瓷砖和卫生洁具需求时受到限制。

根据联合国数据显示，2017年斯里兰卡从中国进口卫生洁具产品（HS: 6910）总价值为763,6578美元。此外OECD数据显示，2016年斯里兰卡最主要的卫生洁具进口来源是中国，占据68%，其次是泰国5.8%，印度5.3%。目前，山东美林、台州高乐卫浴、浙江多恩洁具等中国企业有大量出口到斯里兰卡。据网上公开数据显示，2016年中国单就一个品牌在斯里兰卡就占据了40%的市场份额。如果加收关税被确定，也会对这些企业造成一定影响。（文来源于厨卫资讯）

日本本土市场增长乏力，卫浴巨头抢滩中国市场

旗下拥有包括美标、高仪、伊奈等品牌的日本卫浴和家装产品制造商骊住集团株式会社（下称“骊住”）在过去一年多的时间里，开始了不同于以往的全球化战略。2017年，骊住对亚洲市场，尤其是对中国市场尤为倚重。

骊住集团总裁兼首席执行官濑户欣哉（Kinya Seto）近期在参加该集团公司的新开门店活动时指出，亚洲市场是推动骊住集团全球业务增长的主引擎。

实际上，骊住转移其注意力有迹可循。在不久前发布的2017财年财报中，该公司就表示未来将在亚洲地区着重推广“浴室”这一品类，并称将在美国、欧洲及亚洲市场成为“全卫解决方案提供商”。

数据显示，2017财年，骊住在日本以外亚洲区域的浴室销售额占该地区总销售比重仅为1%，远低于日本的26%和美国的17%。

记者查阅其2017财年业绩报告发现，2017财年，骊住销售额为16,648亿日元（约人民币967亿元），比2016年修正后的16,332亿日元（原为17,864亿日元）增长1.9%；与此相对，该集团事业利润同比下降16.1%至753亿日元（约为44亿元人民币）。

值得注意的是，2017财年中骊住的卫浴业务贡献了7,159亿日元（约合人民币416亿元）的销售额。其中，日本市场占3,305亿日元（约合人民币192亿元），海外市场占3,854亿日元（约合人民币224亿元），后者同比增长10.3%。

海外市场对业绩的贡献显著的不仅仅是骊住，同样来自日本的TOTO，在2017年4月-12月的前三个季度中，海外方面以中国市场贡献最多，单在中国便取得人民币32.29亿元的营业收入，占到前三季度销售额的13%。

日资卫浴企业纷纷选择发力海外市场，尤其是亚洲市场，与其本土市场的萎缩分不开。

在TOTO的中期计划中，2017年日本市场的销售额为4330亿日元（折合人民币约为252亿元），比起四年前的4339亿日元略低。与此同时，预计至2022年，在中国市场的销售额将达到1060亿日元（折合人民币约62亿），较2017年（预计715亿日元）增长近30%。

骊住集团亚太区公司首席执行官Bijoy Mohan在接受记者专访时表示，对

于骊住来说，在中国市场首先进行业务尝试和实践，如果在这一市场取得了成功或相应的反馈，对于骊住未来在其他市场进行相关业务的发展是非常有帮助的。

他进一步对记者举例说，中国上海就是一个消费发达的市场。如果骊住能够从上海市场了解到相关的反馈就可以知道未来的趋势。

实际上，今年 6 月初，骊住集团在中国上海开设了全球首家全屋家装体验旗舰店。这是骊住集团在日本本土市场之外推出的首个整体解决方案业务，也是该公司在全球推出的首个端到端的全屋家装解决方案。

除了整体浴室，骊住还瞄准了全屋家装。在骊住集团的中期计划中，骊住视住房及建筑事业部为未来成长的关键驱动力之一，可能和骊住住房科技事业部（LHT）业绩不太好看有关。2017 财年，骊住住房科技事业部营业额 5352 亿日元（折合人民币 311 亿元），同比下跌 1.6%，营业利润 257 亿日元（折合人民币 15 亿元），大幅下跌 29.8%，建筑科技事业部（LBT）业绩也有所下滑。

Bijoy Mohan 特别对记者强调：“骊住和宜家在全屋家装方案上最大的不同在于，对于那些去宜家店的消费者，他们已经知道了他们想要什么的，他们是可以自己来进行决策的。但是对于这些来到我们全屋家装旗舰店的顾客来说，他们其实是仅仅只有空间而已，他们不知道怎样填满这些空间，所以他们需要骊住这方面的，比如说设计、安装等等各个层面的帮助，这就是标准化以及定制化的差别。宜家是标准化，骊住的全屋家装是一个更定制化的。”（文来源于第一财经）

曲美家居拟斥资 40 亿收购挪威 Ekornes ASA

据悉，曲美家居拟联合华泰紫金投资有限责任公司（以下简称“华泰紫金”）向挪威奥斯陆证券交易所上市公司 EkornesASA（以下简称“Ekornes”）全体股东发起全现金要约收购，拟收购 Ekornes 至少 55.57% 的股份，至多收购 100% 股份。若全体股东接受要约，交易总作价将达到 40.63 亿元。

为何“大手笔”跨境收购 Ekornes？曲美家居表示，此次交易有助于公司通过外延并购加速推进“新曲美”战略目标的实现。

“公司一直谋划并购，前后看了十几个标的，最终选择了 Ekornes。若收购成功，公司将发挥业务协同作用，加大 Ekornes 产品在中国的推广。”曲美家居在采访中告诉《中国经营报》记者。

跨境并购

曲美家具要约收购 Ekornes 堪称是一笔规模较大的跨境并购交易，交易总作价高达 40.63 亿元，而 2017 年曲美家居营收为 20.97 亿元，目前总市值 60.8 亿元（截至 6 月 21 日），货币资金余额为 7.75 亿元。

对于要约价格，曲美家居表示，本次要约价格是公司在综合考虑 Ekornes 盈利能力、资产规模、品牌影响力、市值等因素后确定的。“按照调整后净利润计算，本次交易作价对应的市盈率为 15.46 倍，具备合理性。”

据悉，曲美家居已向 Ekornes 的全体股东发出购买其持有的已发行的 Ekornes 股份的现金收购要约，也正在就并购交易向国家发改委、商务主管部门进行备案。此外，境外直接投资的外汇登记手续正在办理中。

值得关注的是，这是一起并购备受行业关注以及机构看好的跨境并购交易。自曲美家居 5 月 24 日披露了重大资产购买相关消息，随后招商证券、中信建设、方正证券等多家研究机构发布了“买入”评级研报。

为何多家机构看好此次跨境并购交易，Ekornes 是一家怎样的公司，若要约收购成功将给曲美家居带来哪些效益？

据悉，Ekornes 是全球化的知名品牌，创立至今已经 84 年的历史，主要从事家具和床垫开发、制造。拥有 Stressless、Svane、IMG 和 EkornesContract 四个品牌。其中，最负盛名的 Stressless 品牌，以“世界上最舒服的椅子”品

牌形象享誉全球，其品牌销量遍布全球 40 多个国家，拥有超过 3500 个销售网点。

曲美家居表示，收购完成后，公司可以有效利用标的公司（Ekornes）的国际经销商渠道，快速提升其海外收入份额。

“收购 Ekornes 符合曲美家居的全球化战略，是曲美家居全球化布局中至关重要的第一步。通过本次收购，曲美将大幅提升在家居领域的业务规模，进一步丰富产品类型和品牌矩阵，极大拓展市场覆盖范围。”中信建投证券分析称。

值得关注的是，Ekornes（思特莱斯）2007 年开始进入中国市场，在北京、上海、武汉、西安、青岛、长沙等地开设了专卖店销售。“Ekornes 核心品牌 Stressless 定位中高端家具市场，是对曲美家居现有产品线的有效补充。”曲美家居表示。

资金缺口

无疑这是一笔“大资金”的跨境并购交易，交易总作价高达 40.63 亿元。记者了解到，此次要约收购的要约人拟为 Qumei Investment AS，是一家根据挪威法律设立并注册的公司，由曲美家居和华泰紫金间接持股。

若收购 Ekornes 100% 的股权，交易完成后，曲美家居将通过境内外子公司持有 Ekornes 90.5% 的股权，以此计算，需要支付交易对价 36.77 亿元。而联合要约收购方华泰紫金将持有 9.5% 的股权。

那么如此大体量的全现金要约，曲美家居是如何解决资金问题的？据悉，截至 3 月 31 日，曲美家居货币资金余额为 7.75 亿元，显然现有货币资金不能满足收购需求。

事实上，在公布要约收购方案的同时，曲美家居也同步公布了非公开发行股票定增方案，根据定增方案，曲美家居拟发行不超过 9682.40 万股，募集资金总额不超过 25 亿元，用于要约收购 Ekornes 的股份。

除了定增方案，曲美家居还计划变更 2.67 亿元前期募集资金用途。据悉曲美家居首发上市时募集资金净额为 5.08 亿元，其中 4.88 亿元原计划投入东区生产基地项目，现将尚未使用的募集资金 2.35 亿元以及全部利息 0.32 亿元用于要约收购 Ekornes。

对于变更资金使用用途是否会影响东区生产基地项目？曲美家居表示：“不会影响，变更原募集资金投资项目的决定，是结合公司原募投项目的建设进展情况以及当前相关环保政策的要求，是为了提高募集资金使用效率而做出的。”

在募集资金未到位之前，曲美家居计划根据收购及项目实际进展情况，先行以自筹资金(含银行借款)进行支付或投入，募集资金到位后再对先期投入予以置换。自筹资金主要包括自有资金、股东借款和银行借款。

在回复上交所问询函中，曲美家居披露了筹资进度。曲美家居实控人赵瑞海、赵瑞宾及股东赵瑞杰拟提供不超过15亿元的财务资助额度。

此外，曲美家居已经取得招商银行股份有限公司上海分行出具的不超过等值18亿元人民币的欧元贷款额度承诺函，以及挪威当地多家银行组成的银团16.46亿挪威克朗的自愿要约阶段承诺函以及6.8亿挪威克朗的强制要约阶段承诺函。

“风险”潜存

曲美家居2017年报显示，公司营业收入20.97亿元，归属于上市公司股东的净利润2.46亿元。Ekornes 2017年营业收入为24.37亿元，净利润为1.59亿元。营收与净利润与曲美家居水平相当。

而交易完成后，Ekornes公司报表将纳入曲美家居合并报表范围。曲美家居表示：“在上市公司通过非公开发行完成本次收购后，上市公司合并口径的资产净额、资产总额和营业收入及净利润预计会出现较大增长。”

但鉴于这是一起较大的海外并购，相较于收购普通公司，流程更加复杂、审查程序较多，两家公司所在地的股市监管规差异性大等原因，不排除存在收购失败的风险。

事实上，除了上述风险，在资本监管趋严的背景下，曲美家居还面临非公开发行失败的风险。好在曲美家居此次非公开发行股票与重大资产购买交易独立实施，大资产购买交易不以非公开发行核准为生效条件。

曲美家居告诉记者：“如本次非公开发行的进展不达预期，发行失败或无法实现既定融资规模，未来公司亦可综合利用日常经营积累的资金、上市公司其他可行的股权融资工具、标的公司(Ekornes)的进一步融资等渠道筹集资金，调整债务结构，降低财务成本。”

值得关注的是，Ekornes 产品生产区域覆盖欧洲、美国和亚洲，销售区域涵盖欧洲、北美、亚洲等。在中美贸易摩擦的大背景下，是否会对收购后的业务造成影响？曲美家居告诉记者：“收购完成后，Ekornes 的主要生产经营仍然在挪威当地开展。”（文来源于中国经营网）

第四部分 产区及企业新闻

广东佛山：石材被列为环保违规建设项目综合整治的重点行业

6月13日，从禅城区环境保护局了解到，禅城区已于本月开展环保违规建设项目综合整治，未批先建和未验先投的建设项目、“小散乱污”企业成为本次整治的目标。

此次整治行动将按照“整治提升一批、关停取缔一批”的工作原则，对可以完善环保手续的项目予以整治提升，对不符合环保审批和验收要求的项目予以关停取缔，确保有效改善区域环境质量。自3月以来，初步排查出“未批先建”建设项目上百个，石材行业名列其中。（文来源于建材之家）

夹江七成陶企将在本月底前完成“退城入园”

自夹江政府对城区周边陶瓷企业实施“退城入园”以来，境内甘江镇、甘霖镇、黄土镇、馮城镇一带有关陶瓷企业关停搬迁的话题就未曾中断过。截至目前，除部分陶企向政府申请在9月30日完成退城入园外，约70%左右的陶企业将在6月30日前完成。

据统计，甘江镇、甘霖镇、黄土镇、馮城镇境内共有陶瓷生产企业30余家，约占整个产区陶瓷企业数量的38%，是夹江陶瓷产业重要的组成部分，为夹江陶瓷产业的发展壮大作出了巨大贡献。不过，由于距城区太近，所以被划入“退城”范围内，不得不在政府规定的时间内完成搬迁。

近日，记者在“退城入园”区域内走访时发现，甘江镇、甘霖镇、黄土镇一带大部分陶瓷企业已经停产。对此，有业内人士表示，被划入“退城入园”范围内的陶瓷企业本次停产，将有可能就此关停。与此同时，记者了解到，此次停产的陶瓷企业，除华宏、兴泰和、建中、华丽等部分陶瓷企业已经在经济开发区和高端陶瓷园区拿地搬迁外，其他企业都没有入园打算，如果关停后政府不允许生产，那么将就此退出陶瓷舞台。

“新线将于7月份点火，届时位于黄土镇的老厂将会关停，部分设备将转移安装到新线上使用。”兴泰和负责人陈银风在交流中对记者说，“现在我们所生产的厂是租原美乐陶瓷的，如果‘退城入园’，我们将没有厂生产，迫于无奈在政府号召“退城入园”之初，就在吴场高端陶瓷园区内拿下170余亩地，计划建设两条陶瓷生产线，一期建一条抛釉砖生产线，将于7月份建成点火。

类似兴泰和所面临的情况，华丽、华宏也同样做出“退城入园”决定。其中华丽已经在吴场高端陶瓷园区拿了一块地计划新建2条薄板砖生产线。截至目前，该项目已经开始进入设备签订阶段。

业内人士表示，夹江政府实施“退城入园”政策的初衷是将城区周边陶瓷企业搬迁至经济开发区和吴场高端陶瓷园区，便于集中管理，同时也希望通过这一政策，变相地对产区陶瓷企业进行一场优胜劣汰的洗牌行动。据了解，在“退城入园”过程中，部分有实力的企业可以在园区内拿地建厂完成搬迁转移任务，但对于经营状况较差的陶企而言，搬迁转移则是压倒企业的最后一根稻草。

面对“退城入园”规定时间的逼近，身处退城入园范围内的陶企纷纷向政府相关部门递交申请，希望能够延长搬迁的时间。其中，记者获悉的就有馮城镇美惠陶瓷向相关部门递交生产到年底搬迁的报告，明珠陶瓷获批不属于“退城入园”范畴，米兰诺(西瓦厂)延长至9月底完成搬迁。(文来源于中华商务网)

福建玉瓷创国内首个陶瓷自生釉技术

第十六届中国·海峡项目成果交易会（简称“6·18”）6月18日至21日在福州海峡国际会展中心举行，其以“创新驱动高质量发展”为主题，分为主题展区、综合展区、专业展区三个板块，总展示面积约8万平方米。本届“6·18”由福建省人民政府联合国家31个有关部门、央企、全国学会（协会）共同主办，福建省发展和改革委员会承办，福建省招标采购集团六一八产业发展有限公司运营。

中国经济网受邀在“6·18”现场开设演播室，前来参展的国内外高校、科研单位、技术人员、投资者和企业家通过中国经济网演播室，把自己的科技创新成果、创新创业故事展现给全国网友。

福建省玉瓷发展股份有限公司董事长温克仁做客中经网“6·18”演播室，他介绍到：“我们玉瓷发展股份有限公司的研发团队最近新研究出了陶瓷自生釉技术，是国内外首创。整个过程花费了十多年的时间，现在已经将现象做成了一个产业。传统的制瓷、制泥、制釉，最好的胚一定要上釉，这其中一共有一百多个工序，然后才能生产出光滑明亮的瓷器来。我们的技术就是把制胚和制釉二合一，通过科学的配方制成胚釉为一体的新材料。胚成型不失釉，就可以一次烧出光滑明亮的瓷器来。”

据悉，福建省玉瓷发展股份有限公司专门为这项技术成立了研发团队，成员包括全国硅酸盐协会、中国陶瓷协会、唐山景德镇，德化陶瓷学院的教授专家。为响应国家对陶瓷产业“低能耗、低温烧制、少污染，节能减排”的号召，实验的过程中对来自各地的原料进行了分析实验，不断完善，尽最大可能往低能耗方面发展。大概经历了上万次的实验，结合国内外的原材料，进行多方面实验。现在这项制瓷技术已经送往国家及福建省政府相关部门，通过政府部门组织专家进行鉴定。

温克仁：玉瓷发展股份有限公司目前已经将陶瓷自生釉技术产业化，它适用于日用陶瓷、工业陶瓷、卫生陶瓷和建筑陶瓷等，可应用于多个制瓷领域。二合一的新材料是尚未开发过的新矿藏，通过科学的配方制成。说起这个配方，得来偶然，我们研发团队在一个高烫瓷的过程中，发现素烧不上釉也会产生光滑明亮

的瓷器。毋庸置疑的是，这项技术在国际中遥遥领先。同时自生釉这个技术被列入了国家重点投资和产业提升项目，广泛用于日用瓷，尤其像陶瓷酒瓶、茶几、碗、餐具、灯具这些方面。

最近，我们有新研发出一项技术，该技术能够充分利用沙漠、河沙、海沙，来提取 60%可用于制瓷的材料，进一步降低了制瓷的成本，并且减少矿藏的开采，这一方面也契合国家“一带一路”的发展主题。

目前，福建省玉瓷发展股份有限公司已经通过应用陶瓷自生釉技术发展了全世界第一条智能制造日用瓷的生产线，并已正式推出。我们公司特地为此设立了工程部，生产了智能制造的成型机烧瓷，可全自动制瓷，实现年产量五百万件的日用瓷制造。

对于我们的自生釉技术，新华社也进行了总结，实现了节能减排，实现了产品的智能制造，更实现了产品是健康绿色产品。我们的产品远销海外，出口欧洲、美国等地，达到了美国 UDA 的卫生标准。（文来源于陶业要闻）

北方产区：透水砖扩张潮，一年新增10余条生产线

据陕煤集团新型环保材料透水砖项目负责人陈云中介绍，去年全国仅有12条透水砖生产线，而今年就已经增长到35条，增长了将近两倍，并且目前仍在快速扩张。尤其是河南、河北、山西、宁夏、内蒙古等省份，去年以来更是新增了十余条透水砖生产线。

据悉，位于河北高邑的陕煤集团新型环保材料透水砖项目新建的320米辊道窑是国内最长的透水砖生产线之一，日产能可达到2300平方米，目前正在建设中，预计下半年将会投入生产。《国务院办公厅关于推进海绵城市建设的指导意见》提出，“到2020年，城市建成区20%以上的面积达到目标要求；到2030年，城市建成区80%以上的面积达到目标要求。”住建部估计的海绵城市建设每平方公里投资1-1.5亿元测算，到2020年，总投资规模将达到1.18-1.77万亿，到2030年，总投资规模将达649.6万亿元。（文来源于陶瓷信息）

厦门、佛山、潮州、杭州等地数十家陶卫企业被整改

近日，第一批中央环境保护督察“回头看”已经陆续对广东、福建、河北、江苏、江西等省（区）实施督察进驻，截至6月24日，被督察地区已问责近700人。其中厦门、杭州、佛山、潮州、清远、江西、陕西等省市已有多家卫浴陶瓷企业被举报封停或整改。

厦门 254家石材厂被清退，50家被拆除

6月下旬，厦门翔安区“专项整治办”对本地区的石材和马赛克厂进行清退整治工作，截止6月22日，翔安区338家石材加工厂和马赛克厂，完成全部现场补测、评估清点工作。其中，确认评估清单303家，已清退并拆除50家，签订清退协议254家。其中，大嶝6家、新店69家、马巷41家、内厝114家、新圩24家。

据悉，被清退拆除的工厂是由于在生产过程中存在加工粉尘排放超标、废水未经处理无序排放、石粉废渣随意丢弃等违法生产行为。中央环保督察组和当地政府要求，各违法生产的石材加工厂、马赛克厂必须自行停止违法生产行为，并在2018年6月30日前完成清退工作。7月1日后，依法对所有列入整治清退的马赛克厂、石材加工厂依法采取停止供电、供水措施，拆除用电用水设备及设施。

广东多地卫企陶企被停电整改

6月17日，中央环保督察组向广东省交办第十二批举报案件206件，其中重复投诉案件14件，实际交办案件192件。其中，佛山、江门、肇庆、潮州、清远等地已有多家陶瓷企业被举报封停或整改。

清远1家卫企被立案，5家陶企正整改

6月11日，清远市环保局公布环保督查整改情况，其中“清远南方建材卫浴”因未落实三防措施、抑尘和防雨措施、危废台账而被立案调查。此外，广东清远蒙娜丽莎建陶、广东家美陶瓷、清远圣利达陶瓷、广东天弼陶瓷、清远市欧雅陶瓷等5家陶企正积极参与整改，整改内容包括：完善危险废弃物和危废仓标识、生活垃圾与一般工业固废分类存放、不同类型的危险废弃物做好物理间隔、燃煤与一般固废存放点做好三防措施。

潮州4家陶企被停水停电

6月16日上午，潮州市、区、镇三级联合执法，排查古巷镇陶瓷企业，共随机抽选40多家陶瓷企业进行排查，其中有4家企业因污染问题受到停水停电处罚。环保部门表示，陶瓷行业未配套污染防治设施或设施未运行的，将依法受到高额罚款，并可能面临行政拘留的处罚。

根据安排，中央第五环境保护督察组进驻时间为1个月。进驻期间（6月5日—7月5日）。潮州市委强调要以中央第五环境保护督察组进驻广东省开展环境保护督察“回头看”为契机，加快推进生态环境保护长效机制建设，推动潮州生态环境质量持续改善。

佛山 3家陶企因大气污染被调查

6月11日，中央督察组副组长李信忠组织人员前往禅城区南庄镇，针对群众举报的3家陶瓷厂难闻气味扰民、喷涂公司油漆气味扰民等投诉问题展开调查。据悉，被举报的三家陶瓷企业分别为：群兴陶瓷厂、粤祥陶瓷厂、双喜陶瓷厂，现场核查后发现群众举报部分属实，目前已督促三家陶瓷企业积极整改。

杭州 取缔 20多家卫浴小作坊

近日，杭州大江东环保执法“百日会战”正式打响。大江东环保与公安、消防、城管等部门联动，对前期排查发现的围垦区域“四无”企业开展环保执法。此次行动共出动人员100余人次，执法检查9家小塑料造粒作坊和小卫浴作坊，实施断水断电，扣押主要生产设备。

大江东围垦区域内一直存在违法生产的小作坊，同时随着周边区县“四无”整治行动的推进，部分小卫浴厂等非法企业搬迁至此继续生产，根据群众举报及日常巡查，环保部门已取缔废塑料造粒作坊20余家，小卫浴作坊近20家。

江西 整改罚款金额 1499.72 万元，81 人被处理

6月17日，中央第四环境保护督察组向江西省移交17批信访问题线索共1258件，江西省已全部转交问题属地办理，其中，办结461件，责令整改477家，立案处罚120家，罚款金额1499.72万元；立案侦查15件，拘留10人、约谈32人、问责39人，共81人被处理。

陕西 非天然气陶企停产 4 月

近日，陕西出台《陕西省2018年错峰生产实施方案》。《方案》指出，夏季

错峰生产时间为6月1日至8月31日，冬季错峰生产时间为2018年11月15日至2019年3月15日。其中，在冬季错峰生产期间，关中地区水泥（含特种水泥，不含粉磨站）、砖瓦窑（不含以天然气为燃料）、陶瓷（不含以天然气为燃料）、石膏板、保温耐火材料、防水材料等建材行业全部停产。

近日生态环境部印发了《2018-2019年蓝天保卫战重点区域强化督查方案》，宣布在去年“2+26”大气污染防治的基础上于6月11日启动强化督查。本次强化督查共安排21轮次、动约1.8万人(次)，从2018年6月11日持续到2019年4月28日。

这就意味着，2018至2019年环保形势不会有松弛的迹象，卫浴及周边生产企业将面临越来越大的环保压力。企业除了升级环保生产等级，与当地行业协会、企业抱团取暖，到省外取经，对容易扬尘、影响环境的设施和工序进行技术升级，也是目前应对环保风暴的措施之一。（文来源于中洁网）

福建产区呈现的6大趋势

2008-2013年的清洁能源替代对福建产区来说是一段“难捱”的经历，然而正是这一轮高强度的洗礼促成了福建陶企由“富裕”到“强起来”的转变。如果说清洁能源替代让企业利润大幅缩减是“失”，那么这些年来，福建产区仿古砖、原边木纹砖、薄板、中板等品类的丰富与发展，以及不断涌现出正在走向强企路上的新秀，则是对近年来企业利润缩水的最好回报。

趋势一 仿古砖为主导，外墙砖退位其次

由于内墙砖、地砖有着更大的利润空间，福建企业在能源替代期间，为消化成本压力，逐步从外墙砖转向仿古砖。加上近年来外墙砖市场严重萎缩，使得外墙砖逐渐从整个产区的主流产品逐渐退为其次，仿古墙地砖上升为主导。据不完全统计，今年福建外墙砖在生产生产线数量在50条左右，且转产改线还在持续中，而仿古砖生产线已超过160条，仿古砖在知名企业的带领下已经形成了强大的阵容。然而，在品类主次发生变化面前，你得作出明智选择，无论是留守外墙砖，还是积极转产仿古砖，都需要抛弃以往的经营思路，才能找到市场发展空间。

趋势二 分工合作氛围渐浓

企业要发展提升，产品品质稳定是前提，为赢得产品上的更多竞争优势，分工协作也就越来越受到关注。随着产品品类、工艺、规格的逐渐丰富，窑炉数量少的企业面临越来越大的生产压力，产品品质的稳定性受到了挑战。为充分实现产品质量稳定，提升产品竞争力，专线专产被普遍认为是理想的选择。为达成这样的目标，相互合作也逐渐成为共识。尤其是中小企业间的相互合作，其益处不言而喻。

在此背景下，2017年南安宝达、南安协进、晋江宝达三企开创资源共享、产品分工生产、品类配套的合作先河；接着，泉州彩霸与晋江彩霸分工协作，产品相互配套；晋江中荣也与丰盛结成合作；厂家整合优质销售商也有成功案例。尽管合作方式各异，但随着越来越多合作成果的呈现，整合、分工、做强之路将越走越宽广。

趋势三 租赁将走向合作

由于近年来市场发生变化，产品转型带来的不适应性导致不少生产线闲置，一些处于“亚健康”状态、以及重心转移的企业，采取通过租赁的形式来盘活生产线。目前，福建约有20条生产线通过租赁形式经营。但由于租赁方只有生产管理方面的经验，缺乏销售能力，所以只能靠价格来吸引贴牌商消化产能。然而，这将导致产区价格竞争压力加大，长此以往既不利于租赁关系的维系，也不利于产区升级发展和区域影响力的提升。

为此，充分发挥各方的优势，由租赁走向合作，共同做优做强，将会是推动产区提升发展的另一道风景线。

趋势四 高质量产品层出不穷

随着产业升级走向深入，近两年福建高质量产品不断涌现。南安宝达率先推出瓷质大板、厚板、木纹、现代仿古等产品，接着国星低吸水二次布料通体亚抛石面市，华力瓷质大板、瓷质通体切割木纹上市，晋江宝达双零吸水原边木纹成功投产，南安协进也推出各种中、大规格薄瓷板，万利低吸水中板通体大理石上市，以及今年先后有远方推出低吸水缎光、柔光仿古砖，中荣低吸水原边木纹砖，火炬、华宏、协顺全通体低吸水仿古砖等。

后续还有刚劲、亿荣低吸水柔光仿古砖，铭盛600×600(mm)—750×1500(mm)低吸水仿古以及大板，国达的优质中板、柔光内墙产品等。与丹豪中、大规格薄板大板，以及茂兴、华鸿、联兴、彩霸、豪业等知名仿古砖企业，形成强大的高质量产品阵容。

趋势五 大力普及专卖店建设

随着消费、产业升级等市场环境的变化，卖场批发销售模式将逐步向专卖店方向转型。同时，随着产区优质产品以及品类越来越丰富，齐全的产品配套为专卖店建设提供了重要保障。为提升企业品牌形象以及终端市场竞争力，越来越多企业意识到专卖店的重要性。

事实上，自主品牌专卖店相对于贴牌批发而言，销量、利润、应对市场变化等方面都更加有保障。为此，今年联兴旗下“陶艺轩”加大专卖店建设步伐，力争新增专卖店20家以上；铭盛自主品牌“印美木石砖”聘请陈龙为形象代言人，加速推进专卖店建设；源隆投入重金推行“华力”品牌终端专卖店建设；彩霸大

力推广“超磁”、“加斯顿”两大品牌专卖店建设……随着一大批知名品牌专卖店的建成，其销量、利润的提升将鼓励更多后起之秀持续跟进，普及专卖店将会是大势所趋。

趋势六 自主品牌、贴牌交融并进

由于福建产区率先实施产业升级转型，其销售工作滞后于生产，使得自主品牌不能满足消化产能的需求。而仿古砖、原边木纹砖、薄板、中板、大板作为福建产区的5大特色产品，又能够吸引大批优质的贴牌客户。

贴牌加工不仅有助于消化产能，同时还能够带来市场信息、生产技术工艺、质量管理等方面的经验，是促进自我提升，培育自主品牌成长的重要举措。因此，在较长时间里，福建产区将形成自主品牌、贴牌加工、出口三大经营模式并进的局面。

不论你经营什么产品，也不论你是亚健康、弱小与否，在产区迎来新时期面前，能够根据企业现状，用新思想、新思维去把握住新发展趋势之一，你就有存活下来的机会。（文来源于陶城报）

北方产区：透水砖扩张潮，一年新增10余条生产线

6月22日，陶瓷信息讯，据陕煤集团新型环保材料透水砖项目负责人陈云中介绍，去年全国仅有12条透水砖生产线，而今年就已经增长到35条，增长了将近两倍，并且目前仍在快速扩张。尤其是河南、河北、山西、宁夏、内蒙古等省份，去年以来更是新增了十余条透水砖生产线。

据悉，位于河北高邑的陕煤集团新型环保材料透水砖项目新建的320米辊道窑是国内最长的透水砖生产线之一，日产能可达到2300平方米，目前正在建设中，预计下半年将会投入生产。《国务院办公厅关于推进海绵城市建设的指导意见》提出，“到2020年，城市建成区20%以上的面积达到目标要求；到2030年，城市建成区80%以上的面积达到目标要求。”住建部估计的海绵城市建设每平方公里投资1-1.5亿元测算，到2020年，总投资规模将达到1.18-1.77万亿，到2030年，总投资规模将达649.6万亿元。（文来源于建材之家）

广东佛山：超过 15 家专业进口砖运营商进驻

从目前调研的数据来看，已经超过 15 家进口砖中国区总代理进驻佛山陶瓷总部圈。其中包括东鹏 DPI、万流建材-意大利兰博基尼/独角兽瓷砖、安心卓品-意大利 FAP 瓷砖、皇俊国际-意大利 CIR（奇尔）瓷砖、谷泰建材-CK 瓷砖、玛缇尚家-罗伯特卡沃利奢华瓷砖、兴辉国际-意大利蜘蛛瓷砖、伊加国际-AGA CASA、MARAZZI 佛山营销中心、赛德-意大利加德尼亚陶瓷、优舍佛山营销中心、意大利罗马尼集团中国子公司、RAK、博德-HBI、EMIL 意大利埃米瓷砖等运营商。（文来源于建材之家）

产量减半，价格腰斩，最低只要12元一片，谁能为高安抛光砖支招？

高安产区作为江西产区产能规模最大的陶瓷产区，其产能占据整个江西产区的65%以上。而根据记者的调查统计，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。截至目前，高安产区的抛光砖生产线仅剩27条（不含已倒闭停产企业生产线）。

导致高安产区抛光砖生产线锐减的主要因素，是抛釉砖、大理石瓷砖的兴起，2014年开始，高安产区就开始陆续有一些抛光砖厂家把生产线改产为抛釉砖生产线，从只改线渗花抛光砖生产线，到后来把聚晶、布拉提生产线改产，高安产区抛光砖生产线改产潮，直到2016年下半年才基本结束，这两年增加的抛釉砖生产线也基本都是新扩建的大产能生产线。

抛光砖产品在市场上的供需失衡，导致价格也是持续走低。据悉，2010年，产区800×800mm规格的普通聚晶、布拉提系列产品价格的25元/片左右，而如今，同样规格的同系列抛光砖产品的均价为12-13元/片，个别企业价格还维持在14元/片，也有一些企业在12.5元/片左右。十年间，高安抛光砖价格降幅近一半。

▲高安某抛光砖生产线。

产能：生产线5年锐减过半

抛光砖在近十年的瓷砖流行趋势中，一直扮演着“地砖之王”的角色，有数据表示，传统抛光砖在鼎盛时期曾独占国内9成市场，并延续多年不衰。

然而，在近5年的瓷砖发展中，抛釉砖强势崛起，并发展为地砖领域中与抛光砖“平分天下”的规模，在抛釉砖、通体大理石的强势围攻下，抛光砖在这场市场争霸中“节节败退”，如今，抛光砖的市场份额已被瓜分的所剩无几，仅有部分批发市场以及工程渠道还在使用，终端的陶瓷专卖店也是鲜见抛光砖的身影。

根据陶瓷信息报2017年“陶业长征IV——全国陶瓷产能调查”报告数据显示，截止2017年12月份，广东、江西、河南、四川、山东五大产区，抛光砖生产线同比2014年缩减3-5成。这五大产区抛光砖产能之和曾在较长时间内占据国内抛光砖总产能的近八成。

据了解，2006年以前，高安产区的抛光砖主要以色砖为主，2006年以后，罗纳尔陶瓷等一些本土企业开始生产渗花抛光砖。到2009年，金环陶瓷在产区率先推出聚晶系列抛光砖，此后，抛光砖生产线在高安产区迅速扩张，部分企业甚至一年建设两条生产线，因此，抛光砖伴随高安产区一起发展并达到鼎盛期。

▲抛光砖也曾在高安产区的发展过程中占有绝对领导地位。

在2008年-2012年4年的时间，泛高安产区抛光砖生产企业及生产线数量成倍增加，彼时产区新落户的企业基本上都是以生产抛光砖系列产品为主。如新明珠、普京陶瓷、瑞源陶瓷、罗斯福陶瓷、华硕陶瓷、瑞雪陶瓷、瑞明陶瓷（现在的翼博陶瓷）以及金利源陶瓷等等。

而且，除新明珠、普京和罗斯福陶瓷企业外，其他大部分企业均以单一的抛光砖生产线为主，这些企业也凭借抛光砖产品积累了强大的资本，仅有个别企业在这场抛光砖的竞争中被淘汰出局。

然而到2013年，随着全抛釉、微晶石等品类兴起，这些产品以晶莹剔透、变化各异的仿石纹理，色彩鲜明的装饰效果迅速获得行业青睐。

高安产区作为定位三四级市场的新兴建陶产区，在2013年下半年，一些企业开始尝试性地跟随佛山新品的流行步伐。

▲随着抛釉砖的兴起，抛光砖失去了昔日的光环。

最初，主要是一些仿古砖生产企业通过增加抛光线等设备，来开始生产全抛釉、微晶石等产品，以及个别渗花抛光砖厂家因为市场份额被聚晶、布拉提等抛光砖所取代，这些走在前列的厂家看到了全抛釉产品的高利润，开始改线生产线。如金凯瑞陶瓷、新瑞景陶瓷等企业，是产区较早一批由渗花抛光砖生产线改产抛釉砖生产线的厂家。

大部分本土企业还是不敢尝试，一方面是由于技术还不够成熟，另一方面就是价格偏高，产区企业所拥有的市场接受能力，最关键的是彼时抛光砖产品的利润空间比较大，销量也是供不应求。

随着抛光砖价格的持续走低，产品同质化竞争激烈，不少厂家看到了全抛釉产品的巨大的利润空间，开始尝试性地把一条生产线开始改产，彼时，更多是厂家为了缓解产能压力，希望开发一些新的产品来提高厂家的利润空间。经过5

年的改线减产，泛高安产区的抛光砖生产线及产能也是直线下滑，生产线从高峰期的近60条，已经减少到目前的27条，日产能也减少到52万平方米左右。

价格：10年间降幅近一半

近期，记者走访产区一些抛光砖企业获悉，进入淡季以后，抛光砖产品也面临严重的滞销，一些企业为了保证资金的正常流动，开始降价促销来回笼货款。不少企业表示，抛光砖现在终端市场上很少有客户备库存，即使有也是一些偏远的地区走低端的农村市场，要不就是工地，厂家没有利润，经销商也没有利润，还不如把资金放在一些利润高的产品上。

▲降价促销引来的客户排队拉货。

“目前抛光砖的价格已经逼近成本红线，一些企业根本就是在赔本赚吆喝。前两年，抛光砖尽管价格低，但是至少还能正常走货，厂家的流动资金还能保证，但是今年，目前抛光砖的市场一落千丈，生产成本也是持续上涨，一些资金实力不强的厂家，一旦产生库存积压的话，这些企业的资金链就会断。”

瑞源陶瓷集团董事长陈光辉亦透露，今年6月以来，产区就有一些厂家在搞促销，瑞源陶瓷也有一些客户要求降价，但企业的生存必须依靠效益才能长久，所以，瑞源陶瓷只能开辟新渠道，通过其他的工程或者为佛山品牌代工来缓解库存压力。

目前，瑞源陶瓷抛光砖产能在高安产区最大，产品品质也稳定，价格目前维持在产区最高水平，如果瑞源陶瓷集团放价，对产区一些抛光砖企业也会是致命的打击，但不管是企业，还是产区，都需要良性发展。

抛光砖产品跟随高安产区发展的步伐走过了近8年的辉煌时期，尽管具备了其他地砖产品所无法比拟的物理性能，但其花色单一，在个性化、差异化等软性创新上操作空间不大，注定了其同质化后的价格竞争命运。

据记者调查了解，今年全国各个产区的抛光砖市场都遭遇滞销，价格也是一路走低，而高安产区的一些抛光砖厂家的普通800×800mm规格的价格，已经跌至12.5元左右，个别企业凭借长期积累的产品质量和渠道稳定的基础，还能保持在14.5元/片左右，大部分厂家的价格在13.5元/片左右。而早在2009年聚晶、布拉提在产区盛行时，抛光砖价格均价在27元/片。

随着抛釉砖、通体大理石瓷砖成为瓷砖界的风向标，大部分终端经销商甚至不愿意买抛光砖，抛光砖会不会从此一蹶不振直至消失？

对此，产区一些陶企销售负责人表示：“抛光砖具有的耐磨度高、强度高等物理性能，是其他大部分产品无法达到的，一些公共场所等工程渠道还是首选抛光砖，目前国内很多精装房还是使用抛光砖，因此，未来抛光砖的份额会减少，但品类不会消失。”（文来源于陶瓷信息）

浙江省质监局抽查：2批次淋浴用花洒产品不合格

中国质量新闻网讯 2018年6月25日,浙江省质量技术监督局官网公布2018年浙江省淋浴用花洒产品监督抽查结果,抽查了杭州、温州、宁波等地区29家企业的29批次淋浴用花洒产品,不合格2批次,批次不合格率为6.90%。

信息显示,慈溪市长河恒伊洁具厂生产的1批次2021单出水型淋浴用花洒(生产日期或批号:2018.01.02)样品、慈溪市长河宏挺洁具厂生产的1批次满天星型淋浴用花洒(生产日期或批号:2018.01.03)样品,被检出标识、管螺纹精度、流量、手持式花洒防虹吸性能项目不合格。(文来源于中国质量新闻网)

广西南宁武鸣陶瓷园区整治初见成效

6月12日，广西南宁市武鸣区环保局、经信局、安监局、综合行政执法局、市场监督管理局、伊岭工业委、城厢镇等单位执法人员到陶瓷企业开展现场督查，确保陶瓷企业综合整治措施落实到位，推动武鸣区环境质量持续好转。

执法组对厂区的绿化美化、道路硬化、粉尘污水烟气治理、卫生保洁、废气在线监测设施设备、雨污分流系统、露天堆放原料废渣、煤焦油和酚水池等情况进行了详细的检查。并对部分综合整治做得好的企业给予了高度评价，同时要求各企业加大整改力度，确保整改措施落实到位。

据悉，今年3月，南宁市武鸣区印发了《2018年陶瓷企业综合整治实施方案》，该《方案》提出对城区陶瓷企业进行综合整治，改变企业环境脏、乱、灰、土、差和环境管理滞后问题。

整治内容包括加强园区环境配套建设：伊岭工业园大皇后村陶瓷企业集中区及周边企业宜绿化公共区域实施绿化美化亮化；集中区路网建设工程，完善集中区道路和辅路建设，配套道路相关设施；修复破损道路，硬化土路；配套集中区公共环卫设施，进行水泥硬化。

城区内所有陶瓷企业各车间、各部位粉尘工程治理设施和管理措施，确保粉尘治理达标排放，职业卫生各项管理措施落实到位。

此外，陶瓷企业要提升污染防治能力，包括加大治理投入，对喷雾塔废气、辊道干燥窑废气、无组织排放粉尘、原料配料粉尘、压制成型粉尘、磨边粉尘等污染点、源要采取有效措施进行治理，进一步提升治理水平和效果，保障各项污染治理设施正常运行，确保稳定达标排放；安装废气在线监测设施设备并与广西重点污染源监控平台联网，对外排废气进行实时监测，掌握废气排放浓度；完善雨污分流系统；对露天堆放的易产生扬尘的物料进行密闭；不能密闭的，应当设置不低于堆放物高度的严密围挡，并采取喷淋、覆盖等有效措施防治扬尘污染，同时要采取防止物料流失措施；对酚水池进行密闭，煤焦油设置地埋式贮存池，预留口配套水封设施，杜绝异味散发。

在陶瓷企业生产工艺、技术和设备方面，《方案》也提出了相关的整治要求。包括鼓励支持陶瓷企业加大以清洁生产、节能减排、资源循环利用和新产品开发

等为核心的技术改造；引导陶瓷企业加大技改资金投入，推动产业技术创新，提高行业经济效益，同时加快淘汰落后工艺、技术和设备。

此外，在陶瓷企业用人、用地管理方面，武鸣区也提出了相应的要求。

根据中国建筑卫生陶瓷协会、陶瓷信息报社联合开展的陶业长征IV——2017中国瓷砖产能调查数据显示，南宁市武鸣区是广西陶瓷企业集中区之一，目前拥有10家陶瓷企业，14条生产线，由于是广西最早建设的一批陶瓷企业，因此生产线比较老旧，工业园区环境也相对恶劣。武鸣自2015年撤县设区后，开展了城镇规划，陶瓷园区也被列入整治规划当中。在2017年全国瓷砖产能调查中，武鸣区不少陶企负责人也表示，该地区陶瓷企业面临搬迁整治是必然趋势。

根据南宁市5月底最新公布的《供给侧结构性改革去产能实施方案(2017-2020年)》要求，为化解重点行业严重过剩产能，将大力推进武鸣区陶瓷企业搬迁改造或关闭整合。为此，本报联系了南宁部分陶瓷企业负责人，了解到目前政府尚未出台搬迁改造或关闭整合的相关政策，但是环境整治要求确是日益趋严。(文来源于陶瓷信息网)

多家煤企发声保供稳价

随着夏季用电高峰的临近，煤炭价格也呈现回升迹象，近期，国家能源集团、中煤集团、陕煤集团、山东能源、兖矿集团等主要煤炭企业纷纷发声，将加强货源组织，全力保供稳价，特别是将外购煤长协价格控制在600元/吨以内，积极稳定市场价格。

国家能源集团日前称，将把外购煤长协价格控制在600元/吨以内，全力稳定煤炭市场形势、保障社会用煤安全。在确保用户长协合同兑现的前提下，近日，中煤集团供应国投集团5万吨和浙江能源集团4.8万吨两批煤炭，均以5500大卡595元/吨的现货价格成交。陕煤集团在确保安全生产的前提下，充分发挥各矿区优势产能，高效组织煤源，为保供稳价提供资源支撑。山东能源集团也将发挥先进产能优势，严格控制煤价，将电煤销售价格稳定在合理区间（文来源于陶瓷信息网）

南省桂阳县食药工商质监局集中销毁假冒伪劣瓷砖胶泥

为进一步规范家居建材市场秩序，消除假冒伪劣建材产品带来的安全隐患，6月25日，湖南省桂阳县食品药品监督管理局稽查大队对今年上半年依法没收的3.38吨假冒伪劣瓷砖胶泥进行集中销毁。

该批假冒伪劣瓷砖胶泥，是将小作坊生产出来的产品，装入假冒的品牌包装袋中，摇身一变成为知名建材品牌“德高”的系列建材产品，实为“李鬼”充数。

据悉，假冒伪劣的瓷砖胶泥质量不稳定，不仅影响家居装修效果，而且有严重的安全隐患。在这里提醒广大消费者，在选购瓷砖胶泥等建材产品时，应尽量到正规门店选购，并且查验产品相关检验报告。消费者在遇到产品质量问题时，可拨打12315举报电话进行投诉。（文来源于中国质量新闻网）

潮州市近 1700 吨陶瓷废料回炉再造

陶瓷废料一直以来占据企业成本中的一部分。由于陶瓷废料无法降解，企业只能进行掩埋处理，不包括排放费用，仅人工和运费两项就已经是一笔不小的成本。多年前，中国陶瓷行业开始走上可持续发展的道路，在追求降低成本的目标的同时努力控制生产过程的效率和环境表现。特别关注始终致力于原材料选择以及在生产过程中优化水和能源使用。

微信图片_20180627105049.jpg

近日，据潮州日报报道，2018年以来，绿环公司回收处理卫浴废物约1468.75吨，信达建材处理陶瓷垃圾约227.51吨。据悉，2017年以来，潮州湘桥区加强对陶瓷废物整治工作的组织领导，成立全区陶瓷废物污染综合整治专项工作组，分成13个整治行动小组开展整治，各镇(街)也相应成立了专门工作队伍，落实专人负责，形成上下齐抓共管的工作格局。为深入推进陶瓷废物污染整治，规范陶瓷企业废物处理，湘桥区集中力量，加快推进陶瓷废物消纳点建设，确定了潮州市绿环陶瓷资源综合利用公司和潮州市信达建筑材料有限公司作为湘桥区现有陶瓷废物的综合回收处理消纳场(点)，分别消纳中低温及高温陶瓷废料，并与两家消纳站点签订全区陶瓷废物回收委托书，给予每家每年5万元补助。

与此同时，为落实陶瓷废料回收利用，各陶瓷产区街道(镇)组织对辖区内乱堆乱弃在道路、沟渠、田地等处的陶瓷废物进行清理，运送至陶瓷废物回收企业再利用，并在各主产村选点设立临时陶瓷废物存放点，由村组织定时清运至消纳点，规范陶瓷废物处置去向，严防乱堆乱倒现象。湘桥区还成立整治工作巡查小组，在辖区范围内进行定期、不定期巡查。开展督查以来，共出动督查工作人员约650人次，落实整治清理1300多处。至目前，全区陶瓷废物基本上实现不出厂乱堆放，在厂内分类收集、集中存放、统一运载、回收利用的要求。

目前，中国基本上说的上来的陶瓷产区早已经进行陶瓷废料回收利用的项目。2009年开始，佛山溶洲陶瓷二厂的陶瓷废料回收技术已投用。当年，溶洲二厂每日吸纳的陶瓷废料就达到500吨，其中大部分掺入外墙砖生产中。辽宁法库县也早早的回收利用陶瓷废料。

在欧洲，玻璃陶瓷洁具行业的特点是集中了大型跨国集团，以及高度竞争的

中小型企业的纵向一体化。据 SANITSER 的一份项目说明，除了陶瓷废料，玻璃碎片等其他再生原材料用于生产陶瓷体。这些固体危废中除了包括陶瓷废料、沙子和以及其他石材的矿物质，此外还在陶瓷釉配方中引入了不同类型的特殊玻璃，如硼玻璃和白色碎玻璃。在对这些固体危废的处理上，从原材料的处理和运输开始优化，到洁具进入窑炉烧制的过程中燃料的节省，到减少二氧化碳等气体的排放。（文来源于陶卫网）

陕西出台错峰生产方案！非天然气陶企停产4月

6月13日，陕西省工信厅对当地媒体透露，陕西省日前制定了《陕西省2018年错峰生产实施方案》。

《方案》指出，夏季错峰生产时间为6月1日至8月31日。其中，关中地区石油化工有限公司实施限产20%左右，以设计生产能力核算；煤化工、焦化行业分别实施限产15%和20%左右，以设计生产能力核算。

冬季错峰生产时间为2018年11月15日至2019年3月15日。其中，关中地区水泥（含特种水泥，不含粉磨站）、砖瓦窑（不含以天然气为燃料）、陶瓷（不含以天然气为燃料）、石膏板、保温耐火材料、防水材料等建材行业全部实施停产；钢铁产能限产30%左右，以高炉生产能力计算，以企业实际用电量核实；焦化企业限产30%左右，出焦时间延长至36小时以上；石油化工有限公司、煤化工行业产能限产20%左右，以设计生产能力核算；陕南、陕北可根据大气环境质量改善要求，参照执行等。

据了解，陕西省陶瓷企业主要位于宝鸡千阳县、渭南市富平县和韩城市、咸阳市三原县、铜川市等地。

日前，陕西省环保厅组织开展了水环境、大气环境、土壤环境以及其他等四类重点排污单位的筛选排查工作，确定了《陕西省2018年重点排污单位名录》。督促辖区重点排污单位按照相关法律法规做好自行监测、信息公开等工作，加强对重点排污单位的执法监督。这份名单中包括了24家陶企，均被归为大气环境重点排污单位。（文来源于陕西环保厅）