中陶城®
CCC GROUP
中国陶瓷城集团

建材行业资讯（一月）

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

环保税开征 家居建材企业已经站在悬崖边上？.....4

2018 瓷砖产业发展展望，这几点值得关注.....6

2017 年卫浴产业发展数据报告.....8

《装配式建筑评价标准》国家标准正式发布.....11

2017 中国家居建材行业数据报告.....12

中国建筑装饰协会因违规涉企收费 431 万元遭行政处罚.....17

家居企业要交多少环保税？.....19

3 月 1 日起，“2+26”城市化工、有色工业执行大气污染物特别排放限值.20

环保部再敲警钟：无证排污等情形可罚款百万甚至关停！.....22

最新报告：100 户家庭里仅 1 户使用智能马桶.....24

第二部分 陶瓷及相关行业市场动态.....26

12 协会联合发布 2017 家居建材行业数据报告.....26

150 家企业迁出北京 环保依将是家居企业紧箍咒.....32

这一年，哪些事轰动了陶瓷行业？.....33

为什么瓷砖行业产能过剩，还要继续增加新生产线？.....39

2018 环保税即将实施 陶卫企业可能集体调价.....43

2017 年智能卫浴圈发生了哪些大事？.....44

房企销售提升明显，家居行业 2018 年首季业绩预期向好.....46

科达洁能、美的厨房电器、东鹏陶瓷列 2017 年佛山专利富豪榜前三位....48

150 家企业迁出北京 环保依将是家居企业紧箍咒.....49

都说春节后瓷砖会涨价，为什么？原因在这里！.....50

家居电商试水新零售.....56

去年全国规模以上建材家居卖场销售 9173.7 亿 同比降 22.6%.....57

建材市场反应冷淡 家具销量稳中有升.....59

2017 年建材家居卖场销售降两成，本土企业积极谋变革.....62

智能马桶涨幅不及预期 受限于四大因素.....64

第三部分 国际连线.....66

日本从欧洲进口木材增长了 3.3%.....66

2018，中国瓷砖出口欧洲依然艰辛.....67

阿根廷对我国未上釉瓷砖反倾销情势变迁复审终裁维持原措施.....70

辽宁法库陶瓷累计实现出口额突破 1 亿美元.....71

质检总局：2017 年进口电子坐便器不合格检出率为 34.9%.....72

第四部分 产区及企业新闻.....73

多产区因环保提前停窑，春节后或现涨价潮.....73

砍掉 2 个亿！2018 年法库将压缩 40%建陶产能.....81

泛高安产区 2018 年第一涨：抛光砖全线上涨 5%.....83

禁止陶企夜间制粉 29 个月后，淄博拟解开禁令！.....85

为了达到陶瓷销售收入过 330 亿元的目标，夹江准备这样做！.....87

首批 9 家“广东优质”品牌认证企业佛山占 5 家，获证数居全省第一.....88

江西景德镇：陶瓷居商品类投诉榜首.....91

江苏省工商行政管理局 2017 年网络商品质量抽检结果.....92

肇庆数十家陶瓷厂已停限产！新方案出台，将关停退出一批…….....95

第一部分 政策及相关分析

环保税开征 家居建材企业已经站在悬崖边上？

2018 年一开年，家居建材企业就有些“坐立难安”。1 月 1 日，《中华人民共和国环境保护税法》正式开始实施，这对生产方式仍处于较粗放阶段的家居建材制造企业来说，无疑提出了一个难题。

环保税开征对家居建材行业意味着什么?有专业人士算了一笔账，以年产值 5000 万元的中型家居制造企业为例，企业一年应缴的环保税额为 30-70 万元，加上此前环保设备整改每年 15 万元-30 万元的投入，一年环保总花费为 45-100 万。

有行业人士表态，每年 45-100 万的环保花费对家居企业来说是一笔不小的开支，对于净利润率常常不到 10%的中小家居企业，更可能成为“压死骆驼的最后一根稻草”。

其实，环保早已经不是对家居建材行业提出的新命题。2016 年，全国开始进行环保大督查，不少家居建材企业被迫关停整改;2017 年，以《环境标志产品技术要求——家具》为代表的一批环保政策、行业标准相继出台，环保督查力度有增无减。

就在 12 月 28 日，东莞台升家具有限公司发布公告称“因近年来环保监管趋严，订单急剧减少，业务下滑，亏损严重，公司不得已决定于 2018 年 2 月 1 日开始停止生产”。

环保压力下，势必会有越来越多的“东莞台升”出现。“环保监管趋严”让家居建材企业站在了发展的“悬崖”边上，但真的会把企业“推下悬崖”吗?我们先打个问号。

一边是国家战略的压力，另一边还有消费升级的驱动。有研究表明，中国 53.8%的消费者在选购时很注重产品的环保性，特别是家具产品，36%的消费者将环保作为首要标准。环保安全已经成为家居家装行业的消费主流。

在国家战略和消费升级的双重压力下，家居建材企业不得不关注自身的环保问题。毫无疑问，那些无法满足环保要求的企业不可避免将面临被淘汰出局的命运。但同时，环保压力也蕴育着转型升级的希望，促成了一次“优胜劣汰”的行

业洗牌。

环保风暴席卷之下，落后产能将逐渐被淘汰，这符合消费升级大趋势，也营造出一个公平竞争的市场环境，避免了环保违法企业“劣币驱逐良币”的现象，对整个家居建材行业来说无疑是一次“重整旗鼓”的机会。

而对企业来讲，置之死地而后生，转型升级已经势在必行。当前，不少家居建材企业已经走上了去污染、降能耗的绿色发展之路。

以重污染、高能耗的陶瓷卫浴行业为例，蒙娜丽莎瓷砖投入使用节能窑炉系统、无尘化抛光设备等节能减排设施，实现了主要污染物的低排放;唯美陶瓷一原料厂近三年每年投入在脱硫脱硝设备的金额达到 4300 万元;箭牌卫浴采用了 UV 辊涂生产线，UV 漆是属于环保的油漆，能有效提升产品品质……

站在“悬崖”边上，是放弃挣扎往下跳，还是寻找另一条“康庄大道”，全看企业能否顶住压力，通过转型升级找到新的发展路径。

毋庸置疑，在经济发展的新阶段，符合环保要求已经成为家居建材企业的必备生产条件。这场行业的深度洗牌，已经拉开大幕。（文/来源于凤凰家居）

2018 瓷砖产业发展展望，这几点值得关注

我国瓷砖产量已经占全球瓷砖产量 60%多，每年人均瓷砖产量已经突破 7 平方米，年人均消费超过 6.5 平方米，这些基本数据在全球都明显处于“高高位”。近几年瓷砖产量变化特征明显，2004-2011 年连续八年两位数增长，2012-2014 年连续三年个位数增长，2015、2016 年零增长附近，今年从前三季度的数据来看，2017 年我国瓷砖产量估计略有增长，大概 1-3%。2018 年被经济界普遍认为是中国房地产的“小年”，最近消息称北京的二手房连跌 8 个月，交易量下跌 50%。“2018 年，房地产将迎来历史性巨变”，在这样的背景下，估计 2018 年我国瓷砖产量也将随之下跌 5-10%。

2017 年瓷砖产品“国抽”(国家质量抽查)结果还没有出台，但是，近几年我国瓷砖产品的质量一直在不断提升，随着消费水平的提高，品牌消费意识的增强，瓷砖产品质量是消费的最低要求，也是制造商对产品的基本保证，否则就没有行业地位、市场地位，也没有消费者心目中的地位。当前我国瓷砖产业成熟发展的基本特征是瓷砖产品质量不断提升，花色品种丰富。

2016 年我国瓷砖出口出现断崖式下跌，2017 年瓷砖出口继续下跌，其中主要原因有：我国陶企海外扩张，到处建厂;我国陶机装备大量出口，装备国外陶企，大大增加了海外瓷砖生产制造商的竞争能力;国外持续不断的对华瓷砖反倾销;人民币汇率坚挺。2018 年这样的局面不会有实质性改变，因此预计 2018 年我国瓷砖出口量仍会有 5%左右的下跌。

国内瓷砖产品营销近年来也发生了很大的变化。预计 2018 年瓷砖销售在工程、整装、互联网家装、设计师渠道、平台销售等等方面的比例都会继续增加，传统的经销商零售比例继续下降。相应的瓷砖销售品牌集中度不断提高，也使得陶企的品牌意识不断加强，品类战略、营销事件，到处体现着“品牌无处不在”。2018 年瓷砖营销在传统区域经销商的基础上，合伙人体系与第三方执行比较大量出现，携带有部分售前售后服务的平台销售在中低端市场推广。总体来讲，精装房、整装、全装、装修套餐等装修形式的大量增长，将导致瓷砖营销随之变化。

技术创新、产品创新是一个永恒的主题。现在中国瓷砖在技术上、装备上、产品上与意大利、西班牙的距离在不断缩小。2018 年对我国瓷砖行业来说，极可能是陶瓷大板爆发的一年，引进的装备与国产使用传统压机成型方法同台竞技。

产品风格，总体来说现在是东西交融，所谓“欧洲向东，中国向西”。2018 年，现代仿古砖与大理石瓷砖将成为行业的两个最大品类，瓷片总量在连续几年下降的背景下，随着多种新品的推出，会有小幅度回升。

环境保护，2018 年仍然是悬在陶瓷行业头上的一把利剑，最近中央经济工作会议将污染防治打赢蓝天保卫战，作为 2018-2020 年三年间的三大攻坚战之一。也就是说，未来三年，国家政府可能对环保的要求愈加苛刻，地方政府宁左勿右的心态，民营陶企在环境保护方面要打起十二分精神，否则会无路可走。

2018 年瓷砖行业的形势不会太差，也不会太好，只有你做得太差，或做得很好。（文/来源于陶瓷信息）

2017 年卫浴产业发展数据报告

浴室作为居家空间中不可缺少的一部分，越来越受到消费者的重视。2017 年，卫浴行业的经济效益略好于去年，行业品牌企业的质量和效率也显着提升，一批优秀龙头企业的增长速度和利润回报率远高于行业平均水平。本网通过卫浴产业市场特征、卫浴用品消费者分析和卫浴用品电商数据分析三方面，为您解析卫浴行业的发展趋势。

三四线城市潜力大 卫浴市场渠道下沉

目前，我国的城镇化率超过了 50%，在城镇化过程中，消费者对卫浴产品的需求也是越来越大。国家统计局预测，我国城镇化率每提高 1 个百分点，将带动 7 万亿元的市场需求。在一二线城市渠道卫浴品牌竞争激烈，渠道资源过剩的情况下，各三四线城市消费者购买力不断提升，吸引了各个卫浴品牌纷纷试水，卫浴市场销售渠道下沉成为一种必然趋势。

消费升级 智能卫浴受热捧

据预测，我国智能制造产业在 2020 年将有望超过 3 万亿元，近年来智能家居的发展异常迅猛。根据《中国智能家居设备行业市场前瞻与投资策略规划报告》数据显示，2016 年，我国智能家居市场规模达 605.7 亿元，同比增长率 50.15%。智能卫浴作为智能家居的一部分，目前正处于发展的快速增长期。近几年，以智能马桶、智能淋浴房、智能花洒、智能浴室镜等为代表的智能卫浴产品，正在成为越来越多消费者追逐的对象。智能卫浴已成为卫浴产业发展的一个重要方向，尤其是国家重点关注的智能马桶产业，更是成为中国制造、中国智造的一个窗口。

新零售时代 卫浴企业竞相触网

根据 CNNIC 最新《中国互联网络发展状况统计报告》，中国网民规模达 7.51 亿，互联网普及率为 54.3%，较 2016 年底提升 1.1 个百分点。手机网民规模达 7.24 亿，使用手机上网人群占比达到 96.3%。网络购物市场消费升级特征进一步显现，用户偏好逐步向品质、智能、新品类消费转移。同时，线上线下融合向数据、技术、场景等领域深入扩展，各平台积累的庞大用户数据资源进一步得到重视。

消费主体年轻化 定制卫浴成行业新宠

随着 80 后、90 后逐渐成为消费主体，追求“轻”装修的需求倾向促使定制

卫浴在卫浴市场扩散。截止至 2016 年，定制卫浴在中国卫浴市场销售总额的占比为 15%-20%左右，而同时，随着二胎政策的放开，小户型、二次装修等等需求，定制卫浴市场存在着很大的上升空间。但当下，在卫浴定制方面，大多企业刚起步，各种体系还不够成熟。

【卫浴用品消费者分析】

2017 年 6 月 20 日至 7 月 19 日，中国厨卫市场及消费行为第四次调查以互联网为手段，面向装修消费者开展问卷调研，共收集 7000 份有效样本。根据收集到的数据，我们对影响卫浴用品消费者产生购买行为的几个方面展开分析。

消费者关注的主要因素

消费者在选购卫浴产品时，会关注品牌的知名度、产品的性价比、售后服务等等。调研数据显示，消费者最为关注的三个因素是品牌的口碑(43.7%)、卫浴产品的专注度(39.7%)和售后服务的满意度(37.8%)。由此可见，消费者更喜欢口碑好、够专注、服务好的卫浴品牌。

卫浴主材组合套餐选购情况

在卫浴主材组合套餐的选购方面，购买 2 种主材的最常见搭配是坐便器和浴室柜，购买 3 种主材的最常见搭配是坐便器、浴室柜、五金卫浴，购买 4 种主材的最常见搭配是坐便器、浴室柜、面盆龙头和花洒。由此可见，无论购买 2 种、3 种、4 种主材，坐便器和浴室柜都是消费者最常购买的主材，反之，浴缸在组合套餐中的购买率不高。

各类卫浴产品体验及购买方式对比

随着新零售模式的发展，消费者的购买渠道也由纯线下逐步向线上线下双渠道过渡。如数据显示，对于标准化较高的产品，比如卫浴五金(花洒、水龙头)、卫浴配件(毛巾架、马桶刷等)等产品，消费者在线上购买的比例较高;对于非标准化产品，如坐便器、浴室柜、淋浴房等产品，消费者更愿意在线下购买。

消费者网购卫浴产品渠道

从网购消费者的购买渠道来看，京东、天猫商城、淘宝位居前三，比例分别为 41.6%、31.0%、30.8%，成为卫浴用品网购的主流平台。而苏宁易购、家具商城网上商城、亚马逊也紧随其后，成为重要的卫浴用品网购平台。

【卫浴用品电商数据分析】

近年来，网络购物发展迅猛，卫浴产品的线上销售也不例外。从生意参谋的数据分析可以看出，在装修旺季 3-6 月、8-12 月，卫浴用品的网络交易指数相对较高，尤其在 8-12 月期间是卫浴用品网络销售的黄金期，双十一电商大促时交易指数达全年最高。据阿里巴巴集团官方数据披露，截至 11 月 12 日零时零分，2017“天猫双十一全球狂欢节”交易额冲破 1682 亿元。可见，电商平台对卫浴用品的销售影响极大，这也是为什么卫浴企业纷纷进军电商新零售。

随着网购群体不断壮大和年轻化，网购消费者的喜好也直接影响着卫浴产品的研发设计。从交易数据上也可以看出，网购消费者对浴室柜组合、淋浴花洒龙头套装、一体智能坐便器、卫浴五金等产品的关注度较高，可见年轻消费群体更倾向于购买组合、套装、智能类的产品。

总结：

随着主流消费群体的转变，80、90 后消费群体更喜欢环保、智能、可定制的新型卫浴产品，更喜欢一站式采购、线上选购的购物体验，这也激励着卫浴企业不断升级、转型，在产品上不断创新，在销售模式上不断优化。2018 年，在政策利好、市场积累、消费升级等因素的影响下，卫浴行业的发展将迎来了新的机遇。（文/来源于九正建材网）

《装配式建筑评价标准》国家标准正式发布

住房城乡建设部正式发布国家标准《装配式建筑评价标准》公告，批准《装配式建筑评价标准》为国家标准，编号为 GB/T51129-2017，自 2018 年 2 月 1 日起实施。原国家标准《工业化建筑评价标准》GB/T51129-2015 同时废止。 （文/来源于住房城乡建设部门户网站）

2017 中国家居建材行业数据报告

《报告》分为三章，第一章“2017 行业发展概要”，从生产总值看 2017 家居行业状况，全局观察探析行业。第二章“2016 到 2017，数据之间看发展”，通过两年相关数据的对比看家居行业变化，具象呈现发展。第三章“2018 年家居行业发展趋势预判”，从 12 大协会趋势预判出发为行业、企业发展提供战略依据。希望《报告》为行业企业提供有价值的信息，也希望社会各界能继续关注和支持我国建材家居行业发展，为其出谋划策。

第一章 2017 行业发展概要

2017 年，中国家居产业开始出现巨大的结构性变化，消费趋势的变化、市场的洗牌、资本的嬗变，都让行业格局有了较大分化。企业品类扩张加速，商业模式创新加快，品牌与营销出现新趋势。在变化中，如何用新思维构建新的发展之道，是我们必须面对且要不断探寻答案的命题。

一、借资本的东风组团上市

2016 年 8 家企业接踵上市，2017 年据不完全统计至少有 14 家上市。家居企业借助资本的力量，努力布局，通过并购整合、扩张规模、延长产业链，从单一产品生产，向产品多元化、全屋定制方向发展。

二、装修材料新兴产品受热捧

家居、装饰装修材料行业 2017 年行业产值约在 1.1 万亿左右。传统家居装饰材料在去产能、调结构方面投入持续增加，总体发展平缓；而新兴领域的产品消费如智能、高度定制等关注度持续提升，从一定程度上体现出了未来消费潮流。

三、建材行业略有增长

2017 年 1-6 月，建材行业增加值同比增长 5.7%，主营业务收入同比增长 12.3%。建材工业生产总体平稳，价格持续回升，但是行业平稳运行的基础尚不稳固，水泥产能过剩矛盾依旧存在。

四、消费升级下设计发力

随着消费升级，设计的作用更加凸显。从产品设计到品牌形象，再到人才储备，无论是家居制造领域还是卖场流通领域，设计与品牌合作的深度正在逐步加强。同时随着米兰展、上海设计周等活动的发力，中国设计的世界地位也在不断提升。

五、环保洗牌加快产业集中

伴随环保新政的颁布，全国各地对环境污染的治理也越来越严格。部分环保指标未达标的中小型企业被关停，但龙头企业凭借其在资金和技术方面的优势，在产品规模和结构上将做大做强。

六、销售与服务模式不断创新

售卖生活方式、打造家居超市以及提供养老抚幼等生活服务，成为家居卖场及企业销售模式新升级的一大表现。注重场景式销售及更好的体验感，无论是单个的品牌，还是综合性的卖场，都在不停地为用户描绘着“源于当前生活，又高于当前生活”的理想状态。

七、智能化抢占市场鳌头

在消费升级和消费转型背景下，家居卖场和装修公司开始引入智能家居产品和智能装修套餐，更多的家居品牌寻求多元合作，走上“智能化”的道路。“智能”成为人们最为期待的家居生活方式，也是今年家居行业最为关注的热词之一。

八、国货打响品牌竞争战

2017 年国家成立第一个“中国品牌日”，家居行业打响国货品牌受到关注。家居行业准入门槛较低，而目前产品创新和市场开拓能力亟待加强，导致企业竞争激烈。品牌标志、品牌定位、产品差异化等，成为企业亟待考虑的问题。

第二章数读 2017 家居

一、“整木定制”行业产值增长最高

2017 年家居建材中，整木定制产值同比增长最高，石膏板、晾衣架紧随其后。同时，行业产品价格都呈现平稳上升，但也要看到门窗、建筑遮阳、晾衣架、集成吊顶、墙纸墙布、建筑涂料都是以智能产品或新品带动价格变化。

这表明：传统家居装饰材料领域在去产能、调结构方面投入持续增加，总体发展平缓，市场增涨幅度较小；新兴领域，受智能家居、科技升级、互联网等多方面影响，发展迅猛。

二、木门企业最大产值将突破 30 亿

2017 年木制林产品行业发展继续保持活力，尤其是龙头企业表现出蓬勃态势，2017 年木门企业最大产值突破 30 亿已成定局。房地产发展和一带一路战略的实施为木材及加工产品进出口提供了商机，尤其木材进口方面，将保证更加稳

定充足的来源。前九个月累计，我国原木进口量累计完成 4066.34 万立方米,比上年同期增长 11.14%。

三、“水泥、玻璃”行业产量略降

房地产、基本建设投资是水泥、玻璃需求的重要支撑。2017 年房地产投资增速或将再次放缓，导致水泥需求将有所下滑；而玻璃加工出口等增长较弱，消费呈现出更加理性的态势。2017 年我国固定资产投资增速预计保持在 8%左右，而受到基数比较大和二三线城市需求平稳等因素的影响，玻璃行业整体小幅平稳减少。

四、陶瓷行业，南方产区生产火爆

受环保督查与治理影响，开窑率低与复产难成为 2017 开年后陶瓷行业常态，受此前北方大面积停产影响，北方产能及产品供应严重不足，大量当地贴牌商或合作商纷纷转战湖北、江西、广东等南方产区，这在一定程度上刺激了南方产区销售的火爆。

2018 年，存活的陶企需要面对资源浪费和环境污染等问题，同时也仍要规避同质化的产品依靠价格竞争、以次充好等无序竞争的现象出现。

五、家居卖场淡旺季界限模糊

1、在“经济新常态”大趋势影响下，2017 年行业上市、并购重组、跨界等资本动作不断，落后产能被淘汰。

2、高低峰值越发不明显，传统观念中家居消费的“淡季”与“旺季”界限越来越模糊。

3、5 月，BHI 出现 2017 年以来环比首次下跌，同比跌幅也进一步扩大，表明：单纯促销已不再能满足消费者，当前 80、90 后主流消费群体对家居产品和服务都更加严苛。

六、4560 项专利、51 项标准，

地板行业加大创新

一方面是 51 项木地板相关的标准，同时面对地板市场上同质化、品牌繁多的情况，一些有实力的品牌，发力新技术符合新标准，获得发展新机。无论是材种、工艺技术、科研投入等均加大创新和高品质。截至 2017 年 9 月，中国地板行业累计申请木地板类专利约 4560 件。

七、装饰纸和面板行业涨幅收窄

鉴于国内市场的需求仍持续走高，且装饰纸与饰面板（含 HPL）企业积极开发一带一路市场，预计 2017 年装饰纸和饰面板产量仍保持高速增长的态势。同时，主流装饰纸企业产能大多将得到更多释放，部分企业将改造或新建生产线，企业规模进一步扩大。

第三章 2018 年家居行业发展趋势预判

卖场营销从“价格战”走向“价值战”：

从家居卖场来看，传统装修旺季与促销活动的叠加，销售淡季旺季边界模糊。行业转型升级、结构性改革仍有很长的路要走。目前的营销很多仍围绕价格进行，随着降价的空间越来越小和年轻消费群的崛起，性价比将会成为关注热点。

2018 年家居主流消费趋势：一类是高颜值、个性化产品、功能环保型、集合型产品，一类是有较高体验度的智能产品。

环保加大行业洗牌

不断出台的环保政策，对环境污染的治理越来越严格，不仅提升了对家具产业的环保要求，也倒逼整个家居行业快速转型升级，从生产源头实现真正环保。开发新的环保、安全生产工艺和设施，开发有效降低能耗的技术和装备，成为行业创新发展的方向和动力。

二手房家装渐成主力军

随着已有住房再次装修比例的上升，家居企业开始逐渐减少对新房的依赖性，更多转向关注已有住房的数量，由于对房产和居住需求的稳定，建材家居行业在很长的一段时间内也是相对稳定的。因此建议企业回归本质，时刻提升自身实力，加大环保建设，才能在适当时机乘风而起，实现进一步发展。

开展线上线下的全渠道竞争

家居新零售，企业应谋求向全渠道零售商的角色转型。全渠道的竞争下，线下更强调服务、场景、体验，而线上平台更注重引流，生产和物流都将高度智能化，这给消费者提供的将是一个涵盖产品和服务的社会化平台，家居业将展开线上线下多维度、全方位、全渠道的竞争。

智慧工厂从梦想到落地

随着物联技术的逐渐成熟，生产设备网络化、生产数据可视化、生产文档无

纸化、生产过程透明化、生产现场无人化的智能工厂逐渐落地，利用自动化设备和技术提升效率是大趋势。

并且，打造数据分析、生产制造、物流仓储、装修施工等全线智能化体系，形成交易闭环。以索菲亚、尚品宅配、海尔为其中的代表，践行工业 4.0，传统制造业看到产业升级的机会。

市场集中度逐步增加

2018 市场集中度将进一步加强。激烈市场竞争中，龙头公司在自身管理和成本控制方面优势更为明显，同时也能够为消费者提供更好产品体验。市场标准越来越规范和透明,龙头企业会占有更多的生存空间。此外，随着地产企业的整合与集中度提升,装饰行业也将迎来结构升级,行业集中度也将随之提升。

从销售产品到销售服务

随着市场竞争的加剧，消费者需求的不断拓展，服务将在企业市场竞争中成为更加重要的砝码。随着消费者的需求越来越细致，商家开始尝试收取服务费，在抵消成本的同时获取一定的收益，服务也作为商品明码标价。可以说，企业未来不仅要卖好产品更要提供完善的服务内容和提升服务水平。

定制市场未来竞争加剧

2017 家居定制蓬勃发展，在资本、市场等表现都很突出。未来一年定制会继续发展，但势头或许会趋于平缓。产品鱼龙混杂、设计水平不高、售后服务不完善等，对整体行业有极大的冲击。不管是“全屋定制”还是“小而专”，定制企业在集中精力扩产能的同时，也应该重视提升服务质量、产品品质和个性化。

家装后半场谋变升级

互联网、新零售的不断冲击下，家装将进入由人工“输血”到“寻求自我造血”的后半场。现如今，在质量都能保证的情况下，考验的是谁就能适应消费升级的趋势。互联网家装从标准化开始向深耕落地，三线及以下城市用户规模稳步增长，而传统家装也在扩展营销渠道，场景及大数据或许会带来颠覆。（文/来源于新浪家居）

中国建筑装饰协会因违规涉企收费 431 万元遭行政处罚

日前，民政部对中国建筑装饰协会等社会组织违规涉企收费作出警告并处没收违法所得的行政处罚。去年，该协会曾就因违反《社会组织评比达标表彰活动管理暂行规定》，违规举办企业评介活动，并向企业收取“评介费”，被国家发改委列为 8 起行业协会违规收费案件之一。

经查，中国建筑装饰协会在 2013 年至 2016 年间，违规开展中国建筑装饰行业百强企业评价推介、中国建筑装饰设计机构五十强企业及中国建筑装饰优秀专业化设计机构评介、建筑装饰行业科技示范工程、科技创新成果、优秀项目经理申报等评比表彰活动并收取费用，在开展全国建筑工程装饰奖评选工作的过程中违规收取费用，上述活动违法所得共计 431 万余元。

上述行为违反了《社会组织评比达标表彰活动管理暂行规定》(国评组发〔2012〕2 号)第三条、第四条、第五条的规定。依据《社会团体登记管理条例》第三十条第一款第(八)项及第二款的规定，民政部对中国建筑装饰协会作出警告并处没收违法所得 431 万余元的行政处罚。

民政部披露的信息显示，中国建筑装饰协会这起处罚案件是民政部查处社会团体违规涉企收费行为的典型案件，也是迄今为止罚没金额最大的社会团体处罚案件。各社会团体应当引以为戒，严格按照法规政策的规定开展活动，切实规范涉企收费行为。

近年来，党中央、国务院高度重视清理规范涉企收费、减轻企业负担工作，对清理规范社会团体涉企收费多次提出要求并作出部署。

2017 年 8 月，民政部下发《关于进一步规范社会团体涉企收费等行为切实减轻企业负担的通知》，对社会团体涉企收费行为进一步予以规范。下一步，民政部将加大对社会团体违反规定收取会费、强制收费、评比达标表彰收费、利用政府名义或政府委托事项为由擅自收费等违规收费行为的查处力度，持续不断地规范社会团体涉企收费行为，促进社会组织健康有序发展。

国家发改委亦多次强调，行业协会要严格遵守收费政策。行业协会履行或代行政府职能时收取的费用应作为行政事业性收费管理，未按规定报经省级以上财政、价格主管部门批准，不得收取费用。行业协会受行政机关委托，对企业开展各类技术评审、评估、审查、检验、检测、鉴定等活动，不得向企业收取费用。

行业协会开展评比达标表彰活动，不得向评选对象收取任何费用，不得在评选前后收取各种相关费用或者通过其他方式变相收费。对于行业协会违规收费，查处一起，曝光一起。（文/来源于人民网家居频道）

家居企业要交多少环保税？

2018 年，对于家居行业，更为严厉的环保整治行动大概要算“环保税”的起征了。6 年立法，两次审议，《中华人民共和国环境保护税法》于 2018 年 1 月 1 日起施行。环保税开征后，家居企业要增加多少支出？专业人士分析指出：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 万元至 12 万元；2.需缴纳水污染物税额，累计约 8 万元至 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 万元至 30 万元；4.需缴纳噪声税额，累计约为每月 5000 元至 2 万元。综上所述，这家生产企业的年度环保税额，应该在 30 万元至 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 万元至 30 万元的投入，每年在环保上总花费 50 万至 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。（文/来源于人民网家居频道）

3 月 1 日起，“2+26”城市化工、有色工业执行大气污染物特别排放限值

近日，为提高污染排放标准，切实加大京津冀及周边地区大气污染防治工作力度，环保部发布《关于京津冀大气污染传输通道城市执行大气污染物特别排放限值的公告》（以下简称“《公告》”），提出将在京津冀大气污染传输通道城市（“2+26”城市）执行大气污染物特别排放限值。

早在 2017 年 5 月 18 日，环保部就发布了，提出在京津冀 2+26 城市执行特别排放限值。

经过半年各方意见征集，此次正式公布的《公告》虽是《征求意见稿》的正式落地，但与之相比，作出了多项调整。

陶瓷工业因相关标准未定未被要求执行

此前《征求意见稿》提出，对于国家排放标准中已规定大气污染物特别排放限值的行业以及锅炉，本该自 2017 年 6 月 1 日起，新受理环评的建设项目执行大气污染物特别排放限值。正式《公告》将这一时间推延至 2018 年 3 月 1 日。

现有企业中，火电、钢铁、石化、化工、有色（不含氧化铝）、水泥行业现有企业以及在用锅炉，自 2018 年 10 月 1 日起，执行二氧化硫、氮氧化物、颗粒物和挥发性有机物特别排放限值。相比此前发布的《征求意见稿》，执行时间推迟整整一年。

根据各行业已规定大气污染物特别排放限值的国家排放标准，稀土工业、锌工业、钛冶炼工业将执行颗粒物排放限制为 10mg/m³、二氧化硫和氮氧化物排放限值为 100mg/m³；烧碱工业企业颗粒物排放限制为 30～80mg/m³、二氧化硫排放限值为 100mg/m³、氮氧化物排放限值为 200mg/m³。

而同样在此前的《征求意见稿》中提出的：平板玻璃、陶瓷、砖瓦工业暂未制定特别排放限值，将以标准修改单方式提出大气污染物特别排放限值要求，自 2018 年 6 月 1 日起执行。在正式《公告》中，钢铁烧结、球团工业，平板玻璃，陶瓷和砖瓦工业的执行时间被删除，这是因相关标准还在征求意见阶段，将按照正式标准修改单的规定时间执行。

逾期未达标排放企业将面临关停处罚

正式《公告》对“2+26”城市大气污染治理提出了更高的要求。

《公告》要求："2+26"城市各级环保部门要严格按照上述要求审批新建项目，确保满足大气污染物特别排放限值。

现有企业应采取有效措施，在规定期限内达到大气污染物特别排放限值。逾期仍达不到的，有关部门应严格按照《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国大气污染防治法》等要求责令改正或限制生产、停产整治，并处以罚款；情节严重的，报经有批准权的人民政府批准，责令停业、关闭。

与《征求意见稿》相比，正式文件在执行范围和行业方面基本保持一致，但在执行时间上略有推后，新建项目执行时间调整至 2018 年 3 月 1 日起，现有企业执行时间调整至 2018 年 10 月 1 日起，为企业改造末端排放治理设施留出时间。但在环保整治力度日益严苛的当下，企业也只能选择尽早达标。（文/来源于陶瓷信息）

环保部再敲警钟：无证排污等情形可罚款百万甚至关停！

近日，环保部印发《排污许可管理办法（试行）》（以下简称《管理办法》），规定了排污许可证核发程序等内容，细化了环保部门、排污单位和第三方机构的法律责任。

2016 年 11 月，国务院制定并发布了《控制污染物排放许可制实施方案》，2017 年 7 月，环保部发布了《排污许可管理办法（征求意见稿）》，公开征求意见。2018 年 1 月，正式发布，作为排污许可制的管理细则文件，《管理办法》规定了企业承诺、自行监测、台账记录、执行报告、信息公开等五项制度。

当前，政府环保部门和环境监测机构、企业监测数据不一致的现象时有发生，排污单位监测数据弄虚作假屡禁不止。《管理办法》明确要求安装或者使用符合国家有关环境监测、计量认证规定的监测设备，按照规定维护监测设施，开展自行监测，保存原始监测记录。排污单位对自动监测数据质量负责，杜绝监测数据造假情形。

同时，《管理办法》明确了核发环保部门和排污单位的法律责任。

其中，就核发环保部门而言，存在不符合许可条件而核发排污许可证、未依法公开排污许可相关信息、不依法履行监督职责或者监督不力，造成严重后果等 6 种情形的，可依法追究刑事责任。

对排污单位而言，则可能面临高达上百万的罚款甚至关停。

对于未按照规定对所排放的工业废气和有毒有害大气污染物、水污染物进行监测,或者未保存原始监测记录的；未按照规定安装大气污染物、水污染物自动监测设备,或者未按照规定与环境保护主管部门的监控设备联网，或者未保证监测设备正常运行的，《管理办法》要求依据大气污染防治法、水污染防治法规定责令改正,处二万元以上二十万元以下的罚款；拒不改正的，依法责令停产整治。

而依法应当申请排污许可证但未申请,或者申请后未取得排污许可证排放污染物的；排污许可证有效期限届满后未申请延续排污许可证，或者延续申请未经核发环保部门许可仍排放污染物的；被依法撤销排污许可证后仍排放污染物的；排污单位或面临被责令改正或者责令限制生产、停产整治，并处十万元以上一百万元以下的罚款；情节严重的，报经有批准权的人民政府批准，责令停业、关闭。

超过排放标准或者超过重点大气污染物、重点水污染物排放总量控制指标排

放水污染物、大气污染物的；通过偷排、篡改或者伪造监测数据、以逃避现场检查为目的的临时停产、非紧急情况下开启应急排放通道、不正常运行大气污染防治设施等逃避监管的方式排放大气污染物的；利用渗井、渗坑、裂隙、溶洞, 私设暗管, 篡改、伪造监测数据，或者不正常运行水污染防治设施等逃避监管的方式排放水污染物的也面临十万至百万元的罚款, 情节严重的经有批准权的人民政府批准, 对排污单位实施停业、关闭。（文/来源于陶瓷信息）

最新报告：100 户家庭里仅 1 户使用智能马桶

近日，中国家用电器协会智能卫浴电器专业委员发布了我国首个智能坐便器调查报告：《2017 年中国智能坐便器消费调查报告》（以下简称《报告》）。而报告中称“智能坐便器的普及率仅 1%”引发了一片哗然：从到国外抢购智能马桶盖到国内科技企业自主研发智能马桶盖，这个产品都是相当火的，怎么普及率却这么低?

智能座便器≠智能马桶盖

其实不怪大家分不清，智能坐便器其实就是智能马桶，别看“智能马桶”与“智能马桶盖”只有一字之差，它们实际上是完全不同的产品。

智能马桶盖指的是马桶上方的盖板，不含马桶主体。市场上的智能马桶盖大体上包括清洗、加热、杀菌、除臭、音乐等功能。而智能马桶则指整个马桶智能化，功能也都一体化，不能拆卸，在功能上与智能马桶盖基本相同，价格会比智能马桶盖稍微贵一些。

为什么智能坐便器普及率低?

2016 年，国内只能坐便器的市场规模达到 310 万台，销量大幅增长，但普及率却只有 1%。原因是什么呢?

首先，《报告》显示超一半的受访者从来没有听说过智能坐便器，可见消费者认知度低是一个重要原因;其次，有的受访者认为智能坐便器容易出现安全、卫生问题，并且认为价格太高，但实际上用过产品的用户有 90%以上都表示产品符合或超出了自己的预期，可见消费者对产品存在认知上的误区也阻挠了智能智能坐便器的普及。

另外用户在使用习惯上的转变也在一定程度上对其普及有所影响，毕竟人家就是习惯用“蹲坑”，你总不能强迫人用马桶对不对。

前景可观 行业发展“任重道远”

目前，智能坐便器普及率最高、市场发展最成熟的是日本，市场普及率达到 76%，其次是韩国，普及率接近 50%，中国台湾地区的智能坐便器普及率约为 25%。相比于日韩、台湾，智能坐便器在我国还处于导入期。

近两年，智能坐便器的销量同比涨幅尤其大，且中央和个地方政府也都在关注这一产业，不可否认的是智能座便器在我国的市场前景是极为可观的。

前景虽好，但我国智能坐便器企业在技术上与国外企业还存在差距，人才储备相对缺乏，在核心技术和关键零部件上对外依赖度较高，还有待进一步扶持、引导和培育。可以说这些还处于摸索中的智能坐便器企业想要推动行业的良性发展还是“任重道远”的。（文/来源于中华建材网）

第二部分 陶瓷及相关行业市场动态

12 协会联合发布 2017 家居建材行业数据报告

站在 2017 岁末的门槛回望，大时代里总会有一些事触动过行业、影响每一位家居人。我们历经家居行业风云变幻，只为最初那份美好的家居梦，但随着生活水平不断提高，我们对于家的梦也不断升级。

针对家居行业创新技术和产品速度快，人们需求变化等等特点，行业需要进行权威、科学、全面的产业发展研究，为行业研究战略发展和进行市场开拓提供信息资料。为此，中国室内装饰协会、中国建筑装饰协会、中国林产工业协会、中国建筑装饰装修材料协会、全国工商联家具装饰业商会、中国陶瓷工业协会、中国建材市场协会、中国建筑材料流通协会、北京家居行业协会、上海室内装饰协会、广东省家居业联合会、海丝泛家居产业联合会 12 家行业协会与新浪家居、乐腾家居联合发布《2017 中国家居建材行业数据报告》。

《报告》分为三章：第一章“2017 行业发展概要”，从生产总值看 2017 家居行业状况，全局观察探析行业。第二章“2016 到 2017，数据之间看发展”，通过两年相关数据的对比看家居行业变化，具象呈现发展。第三章“2018 年家居行业发展趋势预判”，从 12 大协会趋势预判出发为行业、企业发展提供战略依据。希望《报告》为行业企业提供有价值的信息，也希望社会各界能继续关注和支持我国建材家居行业发展，为其出谋划策。

2017 行业发展概要

2017 年，中国家居产业开始出现巨大的结构性变化，消费趋势的变化、市场的洗牌、资本的嬗变，都让行业格局有了较大分化。企业品类扩张加速，商业模式创新加快，品牌与营销出现新趋势。在变化中，如何用新思维构建新的发展之道，是我们必须面对且要不断探寻答案的命题。

一、借资本的东风组团上市

2016 年 8 家企业接踵上市，2017 年据不完全统计至少有 14 家上市。家居企业借助资本的力量，努力布局，通过并购整合、扩张规模、延长产业链，从单一产品生产，向产品多元化、全屋定制方向发展。

二、装修材料新兴产品受热捧

家居、装饰装修材料行业 2017 年行业产值约在 1.1 万亿左右。传统家居装饰材料在去产能、调结构方面投入持续增加，总体发展平缓；而新兴领域的产品消费如智能、高度定制等关注度持续提升，从一定程度上体现出了未来消费潮流。

三、建材行业略有增长

2017 年 1-6 月，建材行业增加值同比增长 5.7%，主营业务收入同比增长 12.3%。建材工业生产总体平稳，价格持续回升，但是行业平稳运行的基础尚不稳固，水泥产能过剩矛盾依旧存在。

四、消费升级下设计发力

随着消费升级，设计的作用更加凸显。从产品设计到品牌形象，再到人才储备，无论是家居制造领域还是卖场流通领域，设计与品牌合作的深度正在逐步加强。同时随着米兰展、上海设计周等活动的发力，中国设计的世界地位也在不断提升。

五、环保洗牌加快产业集中

伴随环保新政的颁布，全国各地对环境污染的治理也越来越严格。部分环保指标未达标的中小型企业被关停，但龙头企业凭借其在资金和技术方面的优势，在产品规模和结构上将做大做强。

六、销售与服务模式不断创新

售卖生活方式、打造家居超市以及提供养老抚幼等生活服务，成为家居卖场及企业销售模式新升级的一大表现。注重场景式销售及更好的体验感，无论是单个的品牌，还是综合性的卖场，都在不停地为用户描绘着“源于当前生活，又高于当前生活”的理想状态。

七、智能化抢占市场鳌头

在消费升级和消费转型背景下，家居卖场和装修公司开始引入智能家居产品和智能装修套餐，更多的家居品牌寻求多元合作，走上“智能化”的道路。“智能”成为人们最为期待的家居生活方式，也是今年家居行业最为关注的热词之一。

八、国货打响品牌竞争战

2017 年国家成立第一个“中国品牌日”，家居行业打响国货品牌受到关注。家居行业准入门槛较低，而目前产品创新和市场开拓能力亟待加强，导致企业竞争激烈。品牌标志、品牌定位、产品差异化等，成为企业亟待考虑的问题。

数读 2017 家居

一、“整木定制”行业产值增长最高

大数据解读

2017 年家居建材中，整木定制产值同比增长最高，石膏板、晾衣架紧随其后。同时，行业产品价格都呈现平稳上升，但也要看到门窗、建筑遮阳、晾衣架、集成吊顶、墙纸墙布、建筑涂料都是以智能产品或新品带动价格变化。

这表明：传统家居装饰材料领域在去产能、调结构方面投入持续增加，总体发展平缓，市场增涨幅度较小；新兴领域，受智能家居、科技升级、互联网等多方面影响，发展迅猛。

二、木门企业最大产值将突破 30 亿

家居行业趋势

2017 年木制林产品行业发展继续保持活力，尤其是龙头企业表现出蓬勃态势，2017 年木门企业最大产值突破 30 亿已成定局。房地产发展和一带一路战略的实施为木材及加工产品进出口提供了商机，尤其木材进口方面，将保证更加稳定充足的来源。前九个月累计，我国原木进口量累计完成 4066.34 万立方米，比上年同期增长 11.14%。

三、“水泥、玻璃”行业产量略降

大数据解读

房地产、基本建设投资是水泥、玻璃需求的重要支撑。2017 年房地产投资增速或将再次放缓，导致水泥需求将有所下滑；而玻璃加工出口等增长较弱，消费呈现出更加理性的态势。2017 年我国固定资产投资增速预计保持在 8%左右，而受到基数比较大和二三线城市需求平稳等因素的影响，玻璃行业整体小幅平稳减少。

四、陶瓷行业，南方产区生产火爆

受环保督查与治理影响，开窑率低与复产难成为 2017 开年后陶瓷行业常态，受此前北方大面积停产影响，北方产能及产品供应严重不足，大量当地贴牌商或合作商纷纷转战湖北、江西、广东等南方产区，这在一定程度上刺激了南方产区销售的火爆。

2018 年，存活的陶企需要面对资源浪费和环境污染等问题，同时也仍要规

避同质化的产品依靠价格竞争、以次充好等无序竞争的现象出现。

五、家居卖场淡旺季界限模糊

1、在“经济新常态”大趋势影响下，2017 年行业上市、并购重组、跨界等资本动作不断，落后产能被淘汰。

2、高低峰值越发不明显，传统观念中家居消费的“淡季”与“旺季”界限越来越模糊。

3、5 月，BHI 出现 2017 年以来环比首次下跌，同比跌幅也进一步扩大，表明：单纯促销已不再能满足消费者，当前 80、90 后主流消费群体对家居产品和服务都更加严苛。

六、4560 项专利、51 项标准，地板行业加大创新

一方面是 51 项木地板相关的标准，同时面对地板市场上同质化、品牌繁多的情况，一些有实力的品牌，发力新技术符合新标准，获得发展新机。无论是材种、工艺技术、科研投入等均加大创新和高品质。截至 2017 年 9 月，中国地板行业累计申请木地板类专利约 4560 件。

七、装饰纸和面板行业涨幅收窄

鉴于国内市场的需求仍持续走高，且装饰纸与饰面板(含 HPL)企业积极开发一带一路市场，预计 2017 年装饰纸和饰面板产量仍保持高速增长的态势。同时，主流装饰纸企业产能大多将得到更多释放，部分企业将改造或新建生产线，企业规模进一步扩大。

2018 年家居行业发展趋势预判

卖场营销从“价格战”走向“价值战”

从家居卖场来看，传统装修旺季与促销活动的叠加，销售淡季旺季边界模糊。行业转型升级、结构性改革仍有很长的路要走。目前的营销很多仍围绕价格进行，随着降价的空间越来越小和年轻消费群的崛起，性价比将会成为关注热点。

2018 年家居主流消费趋势：一类是高颜值、个性化产品、功能环保型、集合型产品，一类是有较高体验度的智能产品。

环保加大行业洗牌

不断出台的环保政策，对环境污染的治理越来越严格，不仅提升了对家具产业的环保要求，也倒逼整个家居行业快速转型升级，从生产源头实现真正环保。

开发新的环保、安全生产工艺和设施，开发有效降低能耗的技术和装备，成为行业创新发展的方向和动力。

二手房家装渐成主力军

随着已有住房再次装修比例的上升，家居企业开始逐渐减少对新房的依赖性，更多转向关注已有住房的数量，由于对房产和居住需求的稳定，建材家居行业在很长的一段时间内也是相对稳定的。因此建议企业回归本质，时刻提升自身实力，加大环保建设，才能在适当时机乘风而起，实现进一步发展。

开展线上线下的全渠道竞争

家居新零售，企业应谋求向全渠道零售商的角色转型。全渠道的竞争下，线下更强调服务、场景、体验，而线上平台更注重引流，生产和物流都将高度智能化，这给消费者提供的将是一个涵盖产品和服务的社会化平台，家居业将展开线上线下多维度、全方位、全渠道的竞争。

智慧工厂从梦想到落地

随着物联技术的逐渐成熟，生产设备网络化、生产数据可视化、生产文档无纸化、生产过程透明化、生产现场无人化的智能工厂逐渐落地，利用自动化设备和技术提升效率是大趋势。

并且，打造数据分析、生产制造、物流仓储、装修施工等全线智能化体系，形成交易闭环。以索菲亚、尚品宅配、海尔为其中的代表，践行工业 4.0，传统制造业看到产业升级的机会。

市场集中度逐步增加

2018 市场集中度将进一步加强。激烈市场竞争中，龙头公司在自身管理和成本控制方面优势更为明显，同时也能够为消费者提供更好产品体验。市场标准越来越规范和透明，龙头企业会占有更多的生存空间。此外，随着地产企业的整合与集中度提升，装饰行业也将迎来结构升级，行业集中度也将随之提升。

从销售产品到销售服务

随着市场竞争的加剧，消费者需求的不断拓展，服务将在企业市场竞争中成为更加重要的砝码。随着消费者的需求越来越细致，商家开始尝试收取服务费，在抵消成本的同时获取一定的收益，服务也作为商品明码标价。可以说，企业未来不仅要卖好产品更要提供完善的服务内容和提升服务水平。

定制市场未来竞争加剧

2017 家居定制蓬勃发展，在资本、市场等表现都很突出。未来一年定制会继续发展，但势头或许会趋于平缓。产品鱼龙混杂、设计水平不高、售后服务不完善等，对整体行业有极大的冲击。不管是“全屋定制”还是“小而专”，定制企业在集中精力扩产能的同时，也应该重视提升服务质量、产品品质和个性化。

家装后半场谋变升级

互联网、新零售的不断冲击下，家装将进入由人工“输血”到“寻求自我造血”的后半场。现如今，在质量都能保证的情况下，考验的是谁就能适应消费升级的趋势。互联网家装从标准化开始向深耕落地，三线及以下城市用户规模稳步增长，而传统家装也在扩展营销渠道，场景及大数据或许会带来颠覆。（文/来源于建材在线）

150 家企业迁出北京 环保依将是家居企业紧箍咒

“2017 年，150 余家家具制造企业将制造环节搬出北京；1-10 月，北京家具制造企业主营收入达 57 亿元，同比增长 3.5%。”2018 年 1 月 5 日，北京家具行业协会八届四次会员代表大会在京举行，北京家具行业协会会长何法涧发布了《2017 北京家具行业协会工作报告》。另外，2017 年，北京家具行业两化融合发展、科技助力、智能制造、家居卖场转型效果同样显著。

北京会议中心会议楼内的数百人的会议室座无虚席，很多代表只能站着听完报告。会上，何法涧将 2017 年北京市家具行业发展的主要特点归纳为 6 点：

产业疏解扎实推进，150 家企业迁出，在京津冀地区形成了芦台、汉沽、深州 3 个具有影响力的家具产业集群；

两化融合深度发展，曲美家居等企业成为国家级两化融合管理体系贯标试点企业；

科技创新助力产业升级，天坛、百强、强力等 18 家企业被评为“高新技术企业”；

智能制造初见端倪，企业为顾客提供智能化的解决方案，实现货物在生产环节的自动化配置流转；

质量效益明显提升，曲美、百强、华日业绩突出；

卖场的转型启动，居然之家主打“设计家”线上设计平台，城外诚力争将“DXD 设计互联中心”打造成享誉世界的北京高端设计平台。

毋庸置疑，2017 年，环保成为北京家具行业最关心的话题，2018 年，环保依然将是北京家具企业难以摆脱的紧箍咒。北京市环境科学研究院研究员邵霞表示，2018 年 4 月，环保部门或将向所有登记在案的家具制造企业发放排污许可证，但只有企业环评合格后才能长期持有，否则环保部门将吊销企业的排污许可证。（文/来源于北京商报家居新闻）

这一年，哪些事轰动了陶瓷行业？

3 月 4 日，全国人大代表、马可波罗瓷砖董事长黄建平向媒体披露他准备提交的一份议案，将重点关注网络打假问题以及如何振兴实体经济等问题，认为：实体经济不好搞，马云有“功劳”。黄建平表示，“在淘宝上有 300 多家打着‘马可波罗瓷砖’、‘马可波罗卫浴’等旗号的店铺，只有两家经过授权，其他都是‘李鬼’。集团自己也只在天猫设立了旗舰店，其他店铺全都是冒名侵权的。这严重扰乱马可波罗的价格和服务体系，更是对实体经济的釜底抽薪。”黄建平说，虚拟经济发展太快，相关法律法规跟不上。在淘宝网店上，已出现劣币驱逐良币现象。

3 月 5 日，阿里方面作出回应，发表三点相反观点与黄建平商榷。淘宝官方微博发文表示，打假是淘宝的责任，但马可波罗瓷砖管好渠道是自己的责任，淘宝对搞好实体经济有功劳。淘宝在文中呼吁，像打击酒驾一样严打假货。并指出“淘宝网是百分之一百的实体经济，实体经济搞得好有我们的‘功劳’。”

3 月 19 日，《人民日报》在头版头条公开称赞阿里巴巴，表示阿里巴巴属于新实体经济，表扬其是纳税大户、带动了大量就业。

蒙娜丽莎 A 股上市

2017 年 12 月 19 日，蒙娜丽莎集团股份有限公司在深圳证券交易所中小企业板上市交易。证券简称为“蒙娜丽莎”，证券代码为“002918”。公司人民币普通股股份总数为 157,720,000 股，其中首次公开发行的 39,430,000 股股票自上市之日起开始上市交易，发行价格 31.29 元，新股募集资金 12.34 亿元。

招股书显示，蒙娜丽莎集团所募资金将用于超大规格陶瓷薄板及陶瓷薄砖生产线技术改造项目、总部生产基地绿色智能制造升级改造项目、营销渠道升级及品牌建设项目、研发中心升级建设项目、偿还银行贷款及补充运营资金，以上项目计划使用募资金额 62246.39 万元。

据了解，2007 年蒙娜丽莎集团开始增加陶瓷薄板、轻质板业务，积极为上市作准备。2008 年，蒙娜丽莎集团被列入佛山市南海区制定的“雄鹰计划”，并开始着手股权重组、财务重组、业务重组以及资产和管理重组，为上市备战。2015 年 7 月，蒙娜丽莎更名为蒙娜丽莎集团股份有限公司。2016 年 6 月 2 日，蒙娜丽莎集团披露上市招股书。2017 年 10 月 31 日，蒙娜丽莎集团 IPO 首发获通过。

2017 年 11 月 24 日，蒙娜丽莎集团取得证监会上市批文。

历经十年，蒙娜丽莎集团终于成为佛山第一家通过 IPO 实现 A 股上市的瓷砖企业。

简一、马可波罗入选 2018 年国家品牌计划企业名单

11 月 8 日，中央电视台 2018 年“国家品牌计划”签约仪式在北京梅地亚中心举行，来自各行各业的数十家企业、二百余人参与，下午一点，签约结果尘埃落定，涉及国计民生的数十家中国品牌企业成功入选 2018 年“CCTV 国家品牌计划”，其中包括马可波罗、简一等两家来自陶瓷行业的品牌企业。此前，今年 5 月，马可波罗成为陶瓷行业第一家成功入选 2017 年“CCTV 国家品牌计划”的企业。

据了解，入选企业必须符合四个条件：即企业所属行业是国家支柱性或民生广泛需要的行业；企业及其产品具有高尚品质，能够支撑起国家品牌形象，居于行业领先地位；企业有打造顶级品牌的梦想和胸怀，能够在市场营销方面投入足够的努力和资源；企业需在中国境内生产和销售，且其品牌认知属于中国。

氮氧化合物收严为 100mg/m³

2017 年 2 月，广东佛山市环境保护委员会制定《佛山市 2017 年陶瓷行业大气污染深化整治方案》（征求意见稿），要求 10 月 1 日前，佛山市陶瓷行业大气污染物氮氧化物排放限值收严为 100mg/m³，其他大气污染因子达到《陶瓷工业污染物排放标准》（GB25464-2010）及其修改单的指标要求；2018 年 1 月 1 日前，划入高污染燃料禁燃区扩大范围内的陶瓷企业改用天然气。随后，广东肇庆市环保局也表示，今年该市将对陶瓷行业废气排放标准实行升格监督，氮氧化物排放标准从 180mg/m³ 收紧至 100mg/m³，二氧化硫将从 50mg/m³ 收紧至 30mg/m³。

2017 年 5 月 3 日，山东省淄博市淄川区环保局下发通知，将对通过静态验收点火复产的建陶企业进行动态验收，此次动态验收要求陶瓷企业在 2017 年环保排放应达到《山东省区域性大气污染物综合排放标准》（DB37/2376-2013）第四阶段重点控制区标准要求，即颗粒物 10mg/m³、二氧化硫 50mg/ m³、氮氧化物 100mg/ m³。

2017 年 06 月 13 日，环境保护部办公厅发布《关于征求<钢铁烧结、球团工业大气污染物排放标准>等 20 项国家污染物排放标准修改单（征求意见稿）意见

的函》，要求在国土开发密度较高、环境承载能力开始减弱，或大气环境容量较小、生态环境脆弱，容易发生严重大气环境污染问题而需要采取特别保护措施的地区，严格控制企业的污染排放行为，执行大气污染物特别排放限值：a）喷雾干燥塔颗粒物限值 20mg/m³、二氧化硫限值 30mg/m³、氮氧化物限值 100mg/m³）陶瓷窑颗粒物限值 20mg/m³、二氧化硫限值 30mg/m³、氮氧化物限值 150mg/m³。

环保税代替排污费

环保税于 2018 年 1 月 1 日正式开征，目前已进入倒计时阶段。目前，全国大部分省份人大常委会已相继审议通过本地区环保税方案。

环保税法规定，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，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。

目前，辽宁、吉林、安徽、福建、江西、陕西、甘肃、青海、宁夏和新疆等省份明确应税大气污染物和水污染物适用税额根据环保税法确定的最低限额征收，即每污染当量分别为 1.2 元和 1.4 元。

而浙江、湖北、湖南、广东、广西和西南地区的贵州、云南等省（自治区）制定的税额略高于环保税法规定最低税额。从 2018 年 1 月起，大气污染物每污染当量 2.8 元，水污染物每污染当量 3.5 元。

江苏、海南和四川确定的税额适中。其中，江苏规定大气污染物和水污染物征收税额分别是每污染当量 4.8 元和 5.6 元，四川为 3.9 元和 2.8 元。

京津冀和周边省份则普遍对大气污染物和水污染物确定了较高的具体适用税额。北京市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，均按环保税法规定的税额幅度上限执行。河北省将环保税大气主要污染物和水主要污染物税额分为 3 档，分别按照环保税法规定的最低标准的 8 倍、5 倍和 4 倍执行。最高一档税额为：大气污染物每污染当量 9.6 元，水污染物每污染当量 11.2 元。其他污染物按环保税法规定的最低税额的 4 倍执行。

除北京市、河北省税额较高之外，山东省也将执行较高的大气污染物税额，但将对不同种类的大气污染物区别对待。根据该省确定的方案，应税大气污染物中的二氧化硫、氮氧化物税额为每污染当量 6 元，其他大气污染物每污染当量 1.2 元。

淄博去掉 80%产能

经过两年产业调整，到 2017 年，淄博产区最终去掉 80%的产能。

根据陶瓷信息报“陶业长征Ⅳ·2017 中国瓷砖产能调查及全国产区发展状况大型实地调查”数据显示，截止到 2017 年 11 月，淄博产区建陶企业只剩下 41 家，生产线只剩下 72 条，瓷砖日产能 68.64 万平方米，西瓦日产能 18 万片。除此之外，淄博目前在建瓷片生产线 1 条，规划日产能 3.5 万平方米。而根据陶瓷信息报 2014 年陶业长征数据显示,2014 年淄博产区共有建陶生产企业 197 家，生产线 357 条，日产能 306.68 万平方米（不含西瓦）。

2015 年底，淄博市公布《关于加快主城区南部区域建陶企业转型升级的意见》。2016 年 9 月，淄博市政府公布《淄博市建陶行业精准转调工作方案》，明确了建陶企业转型升级的时间表和路线图。淄博制定了“三个一批”企业名单，即提升改造一批、搬迁入园一批、关停淘汰一批，全市建陶行业产能由 7 亿平方米降为 2 亿平方米，生产线由 348 条缩减为 141 条，关停 207 条。其中，淄川区关停 97 家建陶企业，拆掉 144 条生产线。2017 年 1 月 24 日，淄博市人民政府印发《淄博市工业发展“十三五”规划》，要求力争到 2020 年，建筑陶瓷生产规模控制在 2 亿平方米。

相比 2014 年，淄博去产能已经大大超过淄博市政府当初的规划，2017 年，淄博建陶的企业数量和生产线都只剩下原来的 20%左右。

高时与简一之争

2017 年 12 月 15 日，一篇题为《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，又在石材和陶瓷行业掀起轩然大波。

高时与简一之争，已经相持一年多。2016 年 4 月，高时（厦门）石业有限公司在厦门湖里区正式起诉简一以及厦门市湖里区美居星建材经营部。在诉讼书中，高时列出简一的三大“罪状”，指控简一涉嫌虚假宣传及商业诋毁，诉讼书中还附上一份由权威机构——国家石材质量监督检验中心提供的检测结果，显示简一大理石瓷砖放射性水平比高时提供的天然大理石高出 1750 倍。不过媒体发现，高时提供的高时天然大理石与简一大理石瓷砖检测报告，二者都符合标准 A 类装饰装修材料技术指标，单项判定同为“A 类”。

随后，简一向福建省厦门市中级人民法院提起上诉，以“原审法院不是经最

高人民法院批准、有权受理第一审知识产权民事案件的基层人民法院”为由，请求撤销原审裁定，将本案移送福建省厦门市中级人民法院管辖，上诉被驳回。2017 年 11 月 20 日，厦门市湖里区人民法院对高时起诉简一案再次作出判决，要求简一停止相关的宣传和广告，并登报道歉。因简一提出上诉，判决尚未生效。

不过，石材行业媒体却在报道上犯了个失实的错误，代替法院判决，提出“大理石瓷砖”被禁用的结论。本报评论认为，作为一个媒体，应该是理性的建设者，去推动行业互动与合作，而不是一个制造事端的造谣者，加深隔阂，撕裂行业之间的关系。

欧神诺与帝王洁具重组成功

2017 年 7 月 19 日，帝王洁具发布公告称，公司拟以 19.68 亿元收购欧神诺 98.39%股权事项当日获证监会无条件通过。

根据今年 6 月 6 日帝王洁具发布的最新收购方案称，帝王洁具拟以 19.68 亿元的价格向欧神诺 52 名股东发行股份及支付现金购买其合计持有的欧神诺 98.39%股权，同时，公司拟向包括帝王洁具实际控制人刘进、陈伟、吴志雄在内的不超过 10 名特定投资者发行股份募集配套资金不超过 4.5 亿元。帝王洁具表示，本次交易完成后，帝王洁具将持有欧神诺 98.39%股权，拥有欧神诺的绝对控股权，并将以此快速切入中高端建筑陶瓷业务，强化帝王洁具在中高端建材领域的业务布局。

最新方案中明确指出，本次交易构成重大资产重组，但不构成借壳上市。交易完成后，帝王洁具股东刘进、陈伟、吴志雄三人合计持有上市公司股份 45.10%，为帝王洁具的控股股东及实际控制人。欧神诺原股东将持有帝王洁具的股权，其中鲍杰军持股 11.60%，黄建起持股 6.86%，陈家旺持股 0.96%，丁同文持股 0.67%，黄磊持股 0.43%，陈细等其他 46 名交易对方持股 5.67%。双方拟推荐鲍杰军、陈家旺为帝王洁具董事。

欧神诺将在帝王洁具取得中国证监会核准本次交易的书面批复之日起 3 个月内正式向股权系统递交终止挂牌申请。随后，本次交易股东所持欧神诺股份将全部变更登记至帝王洁具名下，欧神诺公司类型由股份有限公司变更为有限责任公司。

“双展之争”

2017 年 7 月，针对佛山陶博会、广州工业展易地举办的两则声明刷爆朋友圈，先是朋友圈热传：由佛山中陶联盟科技有限公司承办的两大国际陶瓷展览——2018 中国（佛山）国际陶瓷与卫浴产品展览会（CICPE）(4.19-22)，2018 中国（佛山）国际陶瓷装备与材料展览会（CICEE）(4.19-22)，将于 2018 年在佛山潭州国际会展中心举行。

据了解，中陶展（CICPE）承办单位“北京中陶科技发展有限公司”是由中国建筑材料联合会、中国陶瓷工业协会、中国建筑卫生陶瓷协会、中国国际贸易促进委员会建筑材料行业分会、广东陶瓷协会以及中国陶瓷行业 30 余家龙头企业共同出资，以混合所有制方式成立的独立商业运营公司。2014 年 5 月 21 日，首届中陶展开幕遭遇冷场，原定于 2015 年 11 月 29 日~12 月 2 日在广州举办的第二届中陶展被延期搁置至今。

7 月 15 日，佛山中国陶瓷城集团发表声明否认佛山陶博会展馆将迁址举办。7 月 18 日，中国建筑材料联合会、中国建筑卫生陶瓷协会、中国国际贸易促进委员会建筑材料行业分会三大行业协会发表声明，坚决反对佛山中陶联盟公司扰乱广州陶瓷工业展。

在反对声中，7 月 31 日晚，2018 中国（佛山）国际陶瓷装备与材料展览会交流联谊会在佛山南庄华夏明珠大酒店举行，启动全面招商。随后，两大展会启动江西泛高安陶瓷产区、山东淄博、临沂产区、福建陶瓷产区进行推广交流会，并于 9 月 26 日在意大利兰博基尼博物馆进行两大展会的首度全球推广发布会。（文/来源于陶瓷信息报）

为什么瓷砖行业产能过剩，还要继续增加新生产线？

瓷砖行业目前处于这样一个时代，这是一个产能过剩的时代，也是一个扩建生产的时代。

和国内其他产业一样，瓷砖行业也没有逃开产能过剩的结局。从上个世纪 90 年代末，瓷砖行业的产能过剩就已经是行业内和媒体上的热门话题了。

深究陶瓷行业产能过剩的原因，大概是始于 2008 年末国家出台的“四万亿”刺激计划，政策的支持才是市场前进的根基，着眼于未来市场的人们，开始在全国各地扩建起瓷砖工厂。

瓷砖产量在 1997 年大约为 18.42 亿平方米，每年产能持续增涨一路狂奔，到现在已经达到约 90 亿平方米。

从经济发展的规律讲，由于技术的发展、社会的变化、消费需求的变化，产能的利用率状况肯定是不断变化的。有些产能在投资时是很有用的，但过一段时间可能就在技术上过时了，随着变化可能又成为过剩产能，需要消化。

产能过剩的解决办法，似乎是应该“去产能、去库存”。然而，瓷砖行业的品牌们却一直在扩建生产线。

狂涨的产能

据媒体公开报道的数据和不完全统计，东北、山东、山西、河南、重庆、江西、新疆等地新建的瓷砖生产线，累计投资额已过百亿。

今年前 9 个月，山西是新建瓷砖生产线最多的省份之一。其中，金世家陶瓷新建了 2 条生产线，华屹建陶和恒锐达建陶各新建了 1 条生产线，这些生产线都是生产能力非常强的大型宽体窑。中条山集团投资的 2 条现代化的瓷砖生产线，也在建设中。

除了山西，河南也是近年来新建生产线较多的省份，近三年瓷砖产能总体增加了 24%，产能增长高居全国前列。

今年三月，洁石集团计划在宝丰县为圣诺陶瓷新建设 6 组现代化的大型窑炉生产线，其中 4 组为中高档内墙砖生产线，预计年产量为 6000 万平方米。另外 2 组为全抛釉地砖生产线，预计年产量为 4000 万平方米。项目建成后将成为河南省规模最大的建筑陶瓷生产企业，年产陶瓷墙地砖预估可达 1 亿平方米。

重庆的唯美陶瓷，投资 30 亿元建设 12 条生产线，占地 2000 亩，全部投产

后年产将达 900 万平方米。

河北惠达卫浴公开募股，拟投资 1.18 亿建设全抛釉砖生产线。

黑龙江地区的拟计划投资投资 2 亿元建地砖生产线，预估年产达 670 万平方米。山西的金世家陶瓷投资 12.5 亿元建 5 条生产线，预计此条生产线年可生产高档陶瓷 750 万平方米。

泛高安产区的太阳陶瓷、新瑞景陶瓷、罗斯福陶瓷、沁园春陶瓷、国烽陶瓷以及宝庆陶瓷、新宏信陶瓷各投产一条，预计新扩建生产线达 10 条。

广西的新盈邦陶瓷投资 2 亿元建设的第二条生产线，年产量 1500 多万平方米。

山东华宇陶瓷投资 7.6 亿元，建设 6 条薄板生产线，年产能达 6000 万平方米；佳宝陶瓷投资 10 亿元，建设六条高档生产线，年产量预估能达到 6000 万平方米。

在新疆地区新建设了 5 条生产线：华天瓷业、贝斯特、金牌明珠、秦山阳关、欧迪亚各建一条，除了欧迪亚为此片生产线，其他均为全抛釉生产线。5 条生产线预计产能达 11 万平方米。

截止到 2017 年 9 月，湖北、湖南、黑龙江、吉林、云南、贵州、重庆、内蒙古、广西、新疆、青海、西藏、安徽、河南、辽宁、福建、江苏、浙江、上海等 19 个省共有生产线 1279 条，相比 2014 年，新增了 24 条生产线，产能增长了 25.75 万平方米。

3 年增长 24 条生产线，在瓷砖扩建产能的历史中这并不算多。但在近几年产能过剩问题尤其严重的情况下，还能保持持续增长，这其中少不了市场带来的影响。

产能调整的内因

从经济学的角度讲，最优的市场状态是供需平衡。然而瓷砖行业的现实是，产能一直过剩，市场需求也一直都有。造成这种结果的主要原因，是市场需求一直在不断变化。

以江浙沪产区和福建产区为例。

截止 2017 年 9 月，江苏、浙江、上海共有生产线 63 条，跟 2014 年相比，瓷片生产线和产能缩减一半，生产线减少 5 条，日总产能减少 4.3 万平方米。

增加

仿古砖生产线增长 2 条，日产能增长 0.6 万平方米。抛光砖生产线虽然由三年前的 3 条生产线增加到 4 条，但日产能却由 3 万平方米减少为 2.1 万平方米。

截止 2017 年 9 月，福建产区共有瓷砖生产线 516 条，相比 2014 年，外墙砖生产线减少了 76 条，日产能减少了 75.1 万平方米。瓷片生产线减少了 27 条，日产能减少了 43.1 万平方米。

增加

仿古砖生产线增加 51 条，日产能增加 48.6 万平方米。抛釉砖生产线增加 12 条，日产能增加 14 万平方米。大板生产线增加了 10 条，日产能增加了 9.4 万平方米。

可以看出抛釉砖和仿古砖的生产线和产能都在明显增长，这不仅是这两个地区的现象，全国的产区都有这样的趋势。相比 2014 年，全国抛釉砖生产线，增加了 71 条，日总产能增长了 133.12 万平方米。仿古砖生产线增加了 87 条，产能增长了 90 万平方米。

尽管产能明显过剩，但是为了迎合消费者的新需求，各品牌只能不断增加新的生产线。回顾改革开放以来的三十年，一个明显的表现是，在中国经济大发展的宏观背景下只要挺过产业的冬天，将来肯定能赚得可观的利润，如果在行业寒冬扩大生产，一旦赌对了，就有可能成为“风口上的猪”。

产能过剩推动了发展

在经济学里，通常把投资、消费、出口比喻为拉动 GDP 增长的“三驾马车”，如果瓷砖行业也有三驾马车，那就是国际化、创新、增产。

三个方向的目的都是顺“市”而为，只有满足市场的需求，才能获得更大的市场。除了扩建生产线，打造新产品，在年轻消费者逐渐增加的消费市场，创新也是必不可少的。

去年，诺贝尔发布了研发创新产品，瓷抛砖。今年，东鹏为了推广原石产品，打造了瓷砖行业第一家快闪店。这些创新似乎都是在产能过剩的压力下倒逼的。如果因为产能过剩导致的利润压力而停步不前，只会被湮没在推动销量的市场需求里。

只有创新和新产品，才能维持品牌的市场价值，因为品牌不是价值的根基，

有需求的产品才是打开市场的正确方式。这不止是在国内，意大利的创新也是在产能过剩的压力下奠定的。

尽管意大利产量远不如中国，但基于意大利人口的需求，瓷砖行业依旧处于产能过剩状态中，他们层出不跌的新技术和新花色，都是为了避免产能过剩导致行业发展停滞。比如近两年意大利仿古砖产能过剩，产品开始逐渐趋向全抛釉，并且开始尝试亮光。

在瓷砖行业销量整体下滑时，国内一线大品牌依旧能实现增长，很多时候是因为他们有更多的资金和实力，扩建迎合市场需求的新产品。产能过剩和扩建生产线形成了一个循环，但唯有不断满足市场的新需求，才能推动品牌前进，整个瓷砖行业才能向前。（文/转载自材思 360）

2018 环保税即将实施 陶卫企业可能集体调价

近期，微信朋友圈中广泛流传出多家卫浴品牌涨价的声明，声明中表示，因环保政策影响，原材料、辅材等价格上涨，“最严治超令”、纸板等运输成本增加……预计比 2017 年采购协议上涨 10%-15%之间。因此，要求经销商务必年前做好准备，避免造成缺货、断货的情况。不过，这些声明后被证实是“假的”，但也有企业说会调整 2018 年产品价格。

在近两年，家居建材行业的涨价呼声一直持续不断，尤其是今年在最严环保督察之下，呼声最大。加上即将实施的环保税以及原材料上涨、运输成本增加等原因，2018 年家居行业产品价格上调也不是不可能。

环保政策增加了企业的“环保账”

受环保政策与环保督察影响。据了解，目前已经有一大批家具、卫浴、建材等企业进行了整改、关停或搬迁。比如，珠三角及清远不再新建陶瓷厂(新型特种陶瓷项目除外)，现有陶瓷厂要推广使用天然气。萧山 2 天关停 381 家卫浴企业。北京 64 家家具建材企业重污染期间停限产……停限产的结果则会导致企业生产断线，造成产品库存不足或者缺货的情况，影响着企业正常的生产经营，而工厂搬迁，有业内人士说，至少影响企业 3-5 年的元气。

受行业标准影响。自 2017 年 2 月 1 日起,《环境标志产品技术要求——家具》正式实施。与此前执行的标准相比，新版标准增加了对皮革和人造革原材料的要求，增加对生产过程中废物回收、处理的要求，调整了对溶剂型木器涂料中有害物质限量的要求，并增加对产品中可迁移元素和邻苯二甲酸酯的限量要求。新标准的颁布和实施不仅仅影响到家具行业，对油漆涂料也提出了新要求，它提高了家具原材料以及漆产品的市场准入门槛，从产品源头上提高安全标准。加上 2016 年 10 月 10 日，史上最严苛家具标准——《家具成品及原辅材料中有害物质限量》的颁布，不少家居已经提上了“油改水”的日程。（文/来源于九正建材网）

2017 年智能卫浴圈发生了哪些大事？

互联网正在席卷一切，包括卫浴行业在内的传统行业，也都在借助互联网的力量或赋能或弯道超车。2017 年世界互联网大会上，大佬们都在讲同一个事——人工智能。马云说：过去 30 年把人变成机器，未来 30 年把机器变成人。而李彦宏早在此前就称 AI 堪比工业革命，百度要 All in all。

卫浴是一个相对“慢热”的行业。但是在消费者需求升级加速的背景下，智能马桶、智能淋浴房、智能花洒等产品相继出现，卫浴圈智能化热潮逐渐升温。近日，中洁网回顾了 2017 年智能卫浴圈，独家整理了这一份卫浴大事件。我们一起来看：

卫浴智能当看智能马桶

一、2017 开年第一声：智能马桶产品质量攻坚计划

智能马桶行业最高规格的会议——全国智能马桶产品质量攻坚计划，于 2 月 23 日在台州正式启动。国家质检总局局长支树平亲临现场，浙江省政府部门官员及智能马桶行业领域攻坚计划专家、智能马桶企业代表出席。支树平强调要抓具体、具体抓,从组织质量攻关、提升质量标准、加强质量管理、打造质量品牌抓起,切实增强消费者的“质量获得感”。

二、千呼万唤，智能卫浴新国标出台

2017 年 10 月 14 日世界标准日，国家标准委批准发布了《卫生洁具 智能坐便器》国家标准（GB/T 34549-2017）（中华人民共和国国家标准公告，2017 年第 26 号），该国家标准将于 2018 年 9 月 1 日实施。标准审定历时四年，今年终于传出定音。该标准的批准与发布将对智能坐便器行业的健康发展提供有力支撑，能进一步规范智能坐便器生产，提高产品质量，同时也能促进我国建筑卫生陶瓷行业质量的全面提升。

三、“狼来了”，小米智能马桶盖空出世

8 月 10 日下午，小米生态链企业智米科技在北京举办新品发布会，推出智米全直流变频空调以及售价仅 999 元的智米智能马桶盖。再次把智能马桶盖话题推上风口浪尖。

此次小米携手怡和进军智能马桶盖，是否能够搅动传统智能坐便器企业的竞争格局，加快智能坐便器行业拥抱“互联网”的节奏，成为市场关注的焦点。

群英荟萃，智能卫浴高峰论坛

5 月 17 日下午，2017 中国智能卫浴产业发展高峰论坛在台州国际大酒店隆重召开。峰会以“以质取胜、持质以恒”为主题，着眼质量、标准、研发、服务等关键点，探讨中国智能卫浴产业的发展现状，并共同探索通往智能马桶未来的现实路径。

智能制造，创新是第一生产力

今年，各大卫浴企业积极发展智能制造，包括九牧、恒洁、惠达、东鹏、乐华在内的知名企业都宣布投资全新的智能生产项目。

仅 12 月份，三家在行内具有核心地位的企业先后传出兴建智能基地消息。12 月 1 日，九牧智慧产业园开工仪式在石狮市举行。九牧拟投资 22 亿元建设智慧产业园，基于大数据打造行业领先的工业 4.0 智慧云工厂。

12 月 19 日，东鹏(永川)智能家居创意产业园项目在重庆举办开工奠基仪式；12 月 19 日，惠达卫浴公告称，该公司与重庆市荣昌区人民政府签订了《项目投资意向书》，拟投资 15 亿元在荣昌区建设惠达卫浴智能家居产业园。

制造是卫浴行业的基础，也是中国经济的未来。近年来，我国各大企业全面推进智能制造，以信息化、工业化、自动化、智能化的生产方式，进行全方位的智能改造升级，这对未来打造高端、智能、定制、人性化的行业生态，定会起到积极的推动作用。

2017 年，从全国智能马桶产品质量攻坚计划开始。全年中，智能卫浴绕不开提质、标准、以及智能制造。以提质为目标，以标准为引领，在践行以创新和内核的智能制造背景下，坚持供给侧结构改革，为消费者提供更优质、更加智能、更加“懂你”的智能产品的道路上，中国政府、卫浴协会、企业、媒体正努力着！（文/来源于中洁网）

房企销售提升明显，家居行业 2018 年首季业绩预期向好

房地产企业销售业绩的大幅增长，也正向传导到与地产密切相关的家居行业。

“房地产销售数据有向好预期，我们乐观预计今年一季度订单增速会有所提升。”某一线定制家居龙头企业高管近日告诉记者。

申万宏源最新研报称，近期房地产政策趋向精准化，预期改善，前期被压制的家居股估值切换有望实现。该研报认为，从长期角度看，家居行业正进入比拼综合优势的阶段，龙头企业凭借品牌、精细化渠道运营、柔性生产、信息化水平等方面的综合优势，“穿越周期”的能力将大大增强。

2017 年四季度，定制家居板块受房地产调控及市场竞争等因素影响，导致部分企业业绩下滑。“受调控的影响，2017 年四季度新房交楼量有所缩减，传导至家居行业，当季业绩环比有所下滑，预计在 5 个至 10 个百分点。”上述高管透露。

申万宏源轻工行业首席分析师周海晨提供给记者的数据显示，2017 年前三季度，定制家居企业合计收入同比增长 36.9%，合计净利同比增长 41.8%。

记者还了解到，2017 年是定制家居行业的风口之年，全行业至少有 6 家企业集中上市。上市带来的资金优势，让不少企业有实力去抢占市场。特别是去年下半年，借助国庆、中秋等节假日，不少企业为揽客而采取了一定幅度的降价促销措施，这对当季的业绩造成了一定影响。

不过，如今，房地产市场预期的变化，给了定制家居行业信心。其中，让家居企业抱有乐观预期的主要依据是日前出炉的土地成交数据。据 1 月 2 日中国指数研究院发布的 2017 年全国 300 城市土地市场成交数据显示，全年土地出让金收入总额为 40123 亿元，较上年增长 36%。

对此，中泰证券最新研究报告认为，这有望带来家居板块此前悲观预期的修复，板块估值水平有望上行。

业绩预期向好，减缓了定制家居行业来自上游的材料价格上涨的压力。

近期，定制家居相关原材料如板材、五金、纸箱、泡沫等价格出现不同幅度的上涨。记者从定制家居一线品牌企业采访了解到，由于龙头企业掌握着一定的市场话语权，上游原材料涨价已得到了部分压制，但只是暂时的，涨价预期仍在增强。

不过，由于去年四季度的临时降价系因促销导致，如今，在订单增速回升的背景下，定制家居提价的阻碍并不大。因而，上游原材料涨价的因素可以得到传导消化。

周海晨分析，展望 2018 年，信息化建设与全屋定制拓展将继续成为定制家居行业主旋律。随着定制企业登陆资本市场，融资渠道愈加完善，定制家居业将进一步完善生产线与供应链信息化建设，加快向工业 4.0 转型，降低生产成本、提升供应链效率、缩短生产服务周期，提升产品竞争力。（文/来源于创头条）

科达洁能、美的厨房电器、东鹏陶瓷列 2017 年佛山专利富豪榜前三位

2017 年佛山 49 个获奖项目实现了量与质的共同飞跃。

近日，佛山市知识产权协会发布了 2017 年度佛山十大专利新秀榜、富豪榜，科达洁能、美的厨房电器、东鹏陶瓷等位列专利富豪榜前三位。富豪榜单中 4 家企业来自禅城，3 家来自顺德，其余 3 家分别来自南海、三水、高明。

据了解，专利富豪榜和专利新秀榜是我国首个以专利为标准编制的企业排行榜，榜单由佛山市知识产权协会联合知识产权专家，围绕企业的知识产权创造、运用、保护、管理等方面共同评价。“今年还增加了对通过贯标和获得中国专利奖的加分项，以多个角度评价企业的知识产权工作。”相关负责人介绍说，

本届富豪榜中，广东科达洁能股份有限公司夺得榜首，广东美的厨房电器制造有限公司则继续保持在第二位，佛山市东鹏陶瓷有限公司由去年第四位跃升至第三位。据统计，富豪榜单中 4 家企业来自禅城，3 家来自顺德，其余 3 家分别来自南海、三水、高明。同时揭晓的佛山十大专利新秀榜单中，佛山市顺德区美的洗涤电器制造有限公司、广东汇泰龙科技有限公司、佛山市家家卫浴有限公司分别位列前三。

“在知识产权已成为创新驱动发展新引擎的今天，佛山企业运用自主知识产权支持其创新发展的意识不断提高，通过专利布局、规划和预警分析，提高专利信息利用能力和自主创新能力。”近年来，佛山全市专利申请量的增长始终保持了较快增速。数据统计显示，2016 年佛山专利申请量合计 56456 件。截止到 2017 年 11 月份，佛山专利申请量合计 66407 件，其中发明专利 22501 件，实用新型专利 30031 件，外观设计专利 13875 件，总量同比增长达 31.09%。

在 2017 年公布的第十九届中国专利奖名单中，佛山再添 49 项中国专利奖，创历史新高。其中，外观设计金奖 1 项，专利优秀奖 40 项，外观设计优秀奖 8 项。“与 2016 年合计获奖项目 25 项相比，2017 年佛山 49 个获奖项目实现了量与质的共同飞跃。（文/来源于南方都市报）

150 家企业迁出北京 环保依将是家居企业紧箍咒

“2017 年，150 余家家具制造企业将制造环节搬出北京；1-10 月，北京家具制造企业主营收入达 57 亿元，同比增长 3.5%。”2018 年 1 月 5 日，北京家具行业协会八届四次会员代表大会在京举行，北京家具行业协会会长何法涧发布了《2017 北京家具行业协会工作报告》。另外，2017 年，北京家具行业两化融合发展、科技助力、智能制造、家居卖场转型效果同样显著。

北京会议中心会议楼内的数百人的会议室座无虚席，很多代表只能站着听完报告。会上，何法涧将 2017 年北京市家具行业发展的主要特点归纳为 6 点：

产业疏解扎实推进，150 家企业迁出，在京津冀地区形成了芦台、汉沽、深州 3 个具有影响力的家具产业集群；

两化融合深度发展，曲美家居等企业成为国家级两化融合管理体系贯标试点企业；

科技创新助力产业升级，天坛、百强、强力等 18 家企业被评为“高新技术企业”；

智能制造初见端倪，企业为顾客提供智能化的解决方案，实现货物在生产环节的自动化配置流转；

质量效益明显提升，曲美、百强、华日业绩突出；

卖场的转型启动，居然之家主打“设计家”线上设计平台，城外诚力争将“DXD 设计互联中心”打造成享誉世界的北京高端设计平台。

毋庸置疑，2017 年，环保成为北京家具行业最关心的话题，2018 年，环保依然将是北京家具企业难以摆脱的紧箍咒。北京市环境科学研究院研究员邵霞表示，2018 年 4 月，环保部门或将向所有登记在案的家具制造企业发放排污许可证，但只有企业环评合格后才能长期持有，否则环保部门将吊销企业的排污许可证。（文/来源于北京商报家居新闻）

都说春节后瓷砖会涨价，为什么？原因在这里！

成本上涨，是 2017 年陶瓷行业的关键词之一。在凌厉的环保风暴下，上游化工原料、纸箱包装、燃料等采购价格全线上涨，进一步加重陶企经营压力。

面对来势汹汹的成本暴涨大潮，陶企倍感压力巨大。日前，本报记者从广东、山东、江西、四川、河南、辽宁等产区随机调查获悉，虽然不同产区及陶企承担的成本上涨压力各有差异，但均表示，成本上涨令企业负担大大增加。甚至有陶企称："2017 年综合生产成本同比增长 30%，为缓解压力，不得不计划在 2018 开年后上调产品价格。"

据多方分析，2017 年原材料涨价的主要原因是全国各地持续不断的环保整治与环保加码，其引发的原材料上游供应不足和价格高歌猛进，导致产业链系统性涨价。

与此同时，营销成本、环保投入等费用继续增长，为陶企经营添加了新的压力。不过，在残酷而激烈的市场竞争下，虽然多数陶企在 2017 下半年上调了产品价格，但仍难以抵消全部的成本压力，陶企利润空间进一步被压缩。

化工类原料价格"过山车式"波动

年底价格对比年初整体上涨 20~50%

调查获悉，2017 年 8 月份以来，化工原料价格开启"猛涨"模式，氧化锌、硅酸锆、熔块、稀释剂、氯碱等全线疯涨，且涨势一直持续到 2017 年底，期间各类原材料价格"要么一直上涨，要么维持平稳。"同时，2017 全年能源、沙泥、包装、五金等其它类原材料也整体全部处于上涨状态。

有业内人士概括，过去的 2017 年，所有原材料类别中，只要涉及到环保与国土资源的均处于涨价状态，且涨势最猛的基本为环境污染特别大或垄断程度较高的行业。

据透露，截止 2017 年 12 月底，氯碱、钛白粉、硅酸锆、氧化铝、氧化锌等化工原料供应价格对比 2017 年 1 月份，涨幅在 25~50%之间不等，多数化工原料价格在 11 月份前后达到全年最高值，而 12 月份至今则处于弱势调整阶段。

"以氧化铝为例，2017 年初价格维持在 2300 元左右/吨，尔后一路下跌，到了五月份最低跌至 1800 元/吨。"佛山市钰弘化工原料有限公司总经理江俊告诉记者，在氧化铝价格最低谷时期，几乎整个行业均处于亏损状态。

转机直到 8 月份才开始出现。彼时受政策性减产影响，供需发生显著变化，氧化铝价格开始直线上涨，并一直持续到 10 月份才稳定。其间，市场上货源稀少，供应严重不足，氧化铝价格在短短两个月内几乎翻了一倍，从 1800 元/吨上涨至 3900 元/吨。

此后，随着冬季采暖季的到来，工业开工率降低，下游需求量减少，氧化铝价格再次一路下跌，并持续到 11 月底，价格最终定格在 2900 元左右/吨。“总体来看，2017 年氧化铝价格就像过山车一样大起大落，但最终的价格还是上涨了 30%左右。”江俊介绍。

与氧化铝类似，2017 年钛白粉等其他化工原料价格也有着同样的波动轨迹。4~7 月份，钛白粉价格整体处于下滑状态，8~10 月份由于环保整治、工厂停产等原因开始大幅上涨，而 10 月底以后价格再次下滑。年底最终价格对比年初，整体上涨 10%~30%。

尚在可承受范围之内 最大压力仍来自市场

此外，纸箱、天然气、煤炭等采购价格亦大幅度上涨。据了解，2016 年底纸箱价格达到高位，2017 年初开始降低，而后又因环保和供需问题持续上涨，并赶超 2016 年最高峰时期。

不惟如此，近年来，面对经济下行压力，我国紧紧围绕供给侧结构性改革，着眼促进企业降成本，出台减税降费，降低企业税费负担，有力支持实体经济发展。不过，有陶企表示，虽然如此，但随着税费的进一步规范化，过去操作不规划的中小型企业的税费支出实际上不降反增。

“2017 年底，我们的综合生产成本相比 2016 年增长 30%，其中纸箱包装增长 10%~15%，天然气增长 50%，化工及泥沙类原材料增长 30%，设备更换成本增长 50%。”佛山一家手工砖企业负责人告诉记者，“因为生产成本高企，最近我们正在考虑 2018 年春节过后产品涨价事宜。”

据介绍，在陶企的综合生产成本构成中，原料、燃料、人工是最大的三大成本，不过人工在 2017 年保持稳定，而原料与燃料的成本上涨也仅仅从 2017 下半年开始，上半年相当部分原材料价格甚至下跌。

“从目前的价格来看，广东陶企成本增加尚在可承受范围之内，如果难以承受，肯定会上调瓷砖价格，而现在上调瓷砖价格的企业并不多。”广东恩平一家

瓷片企业负责人向本报记者表示，尽管原材料、燃料、纸箱等价格暴涨，但对比 10 月份高峰时期，价格略有下滑，因此当前成本压力并不算太大，最大的压力仍然来自市场的下行。

法库

800×800mm 地砖 每片成本增加 2 元

2017 年的法库陶瓷工业不仅承受来自“市场低迷、环保从严、产能过剩”等方面的巨大压力，持续上涨的生产及综合运营成本更成为产区内各陶瓷生产企业难以承受之重。

“与往年仅是个别原材料价格上下起伏不同的是，2017 年各种原材料价格是全系统、全链条式的普涨。”沈阳隆盛泰一陶瓷集团有限公司生产部总经理陈建介绍，2017 年，涨价最为明显的属纸箱类产品。一个成品包装纸箱价格已由 2016 年末的 2.5 元上涨到现在的 3.7 元，以三片包装为例，平均每块 800×800mm 的地砖要比 2016 年多承担 4 毛钱；煤炭总体上比 2016 年上涨了近 15%，折合到每块 800×800mm 的地砖上，又增加了近 5 毛钱。

除了纸箱、煤炭价格上涨，2017 年，山东熔块企业大面积停产整顿造成的熔块制品价格快速上涨同样波及到对外依存度较高的法库产区。据了解，由于产业配套相对滞后，法库产区企业所需熔块制品 90%来自山东，10%来自广东。“加上熔块价格以及运输价格上涨，综合测算，2017 年我们卖出去的每一块 800×800mm 地砖要比 2016 年增加近 2 块钱的成本支出。”陈建表示。

生产成本上涨是否会拉高产品出厂单价？在隆盛集团销售部，销售总经理张广伟给出了否定的答案。“正常来讲，成本上涨，成品价格自然要上涨，但目前陶瓷产业总体上呈现同质化严重、产能绝对过剩的局面，为了稳定现有经销商队伍，这个时候无论哪家企业，无论是谁都不敢轻言涨价，因此，原材料成本上涨部分，大部分企业只能少挣一点，企业内部去消化。这也就意味着企业原本就有限的利润空间会被进一步挤压。”

对于 2018 年开春后的销售价格走势，张光伟表示，就目前而言，大部分企业对于原材料价格上涨还勉强能够承受，但如果产区要全面进行“煤改气”工作的话，产区内所有产品价格上调一个档次已成为必然。

在法库产区中央大街两旁各销售展厅，入冬以来的头场雪丝毫没有影响经销

商的进货热情，采访中，很多经销商对春节后主打产品价格上涨持赞同态度，正抓紧时间备货，以应对春节后产品价格上涨。

高安

成本普涨 10%-20% 高值产品比例增加

2017 年，原材料价格猛涨，但高安产区瓷砖价格整体却不涨反降，企业利润空间进一步被压缩。不过，相当一部分有实力的陶企通过增加高值产品比例来填补利润空间。

新景象陶瓷董事长喻国光向记者介绍，2017 年生产及运营成本上涨了至少 20%，煤炭、包装以及化工类原材料价格涨幅最大，环保运营成本亦逐年上涨，人工成本与营销成本同比 2016 年变化不大。

新瑞景陶瓷董事长兼总经理刘春良亦对记者坦言，2017 年，企业的生产及运营成本大概上涨了 30%左右，原材料成本以及营销成本的费用涨幅非常之大。“煤炭、纸箱以及化工原材料价格都经历了多轮涨价，成本同比 2016 年大致上涨 20%左右。此外，同比 2016 年，我们的营销费用涨幅较大，全年营销费用超过 1500 万元。”

记者从高安产区获悉，2017 年除了煤炭、纸箱涨幅较大，熔块、釉料以及色料也大幅涨价，西瓦、瓷片等产品价格因此同步上涨。

天瑞陶瓷董事长付少模向记者透露，2017 年其公司生产及运营成本同比 2016 年增长幅度不大，原材料采购大部分采取的是现金购买或提前支付货款等方式，成本控制较低，上涨幅度大致在 10%左右，再加上 2017 公司全年满负荷生产，产能相比 2016 年增加，因此整体而言，2017 年综合运营成本同比 2016 年增幅不大。

而在产品销售方面，2017 年天瑞陶瓷高值系列产品比例大大增长，普通拼价格产品比例下降。整体而言，2017 年利润同比 2016 年略有下滑，但整体较为平稳。

淄博

成本至少增加 10% 瓷砖价格仅上调 7%

日前，记者通过对部分淄博陶企的生产成本调查获悉，受 2017 年各种因素综合影响，相比 2016 年，淄博陶企生产成本至少增加 10%，而瓷砖价格却很难

上涨，陶企利润空间被压缩。

调查中，多位淄博陶企负责人表示，天然气是 2017 年开支最大的项目。2017 年初，淄博陶企每立方米天然气用气价格为 2.45 元，但自 10 月中旬开始，陶企用气价格一路攀升，高峰时期每单位价格超过 6 元，大大增加陶企生产成本。

除此之外，因为严厉的环保治理，淄博陶企在脱硫脱销环节也增加不少费用。

以 800×800mm 规格瓷砖为例，淄博陶企仅在脱硫脱销方面增加的费用，折算到每片砖上就大约增加了 1 元成本，再加上天然气运行费用，折算到每片砖上，成本至少增加 3 元。

相比天然气及环保费用，其他原材料价格尽管也上涨不少，包括化工类原材料，矿石、纸箱等，但幅度远远不及天然气。

尽管生产成本不断抬高，但多数陶企的瓷砖价格却一直涨不上去。淄博一陶企董事长坦言，“我们每片砖只在 2017 春节后上涨了 1 元，以后就基本没动。原因是市场竞争太激烈，根本涨不起来。”

事实上，即使不按照目前高价位的天然气费用核算，淄博陶企其他各项生产成本也至少增加 10%，而多数陶企的瓷砖价格涨幅仅为 5%~7%。

此外，记者在调查中获悉，随着各陶企生产成本增加，淄博陶企也在寻求降低管理成本，如精简人员，但唯一不减的是人工工资。“目前没有更好的方法，只能处处精打细算。”上述陶企董事长说。

夹江

生产成本暴涨 10%~20% 部分产品价格不涨反跌

2017 年，夹江陶瓷企业生产总成本上涨约 10%~20%。

在采访中，记者获悉，2017 年陶瓷原材料价格涨幅最大的应属于化工原料中氧化锌和硅酸锆，几乎是一个月涨一次，且每次涨价幅度都在 500~2000 元/吨不等。其次是原辅材料中白泥、粘土、钾长石、钠长石等，也是每隔一个季度涨一次，其涨幅在 100~200 元/吨不等。

运费涨幅也较大，受 2016 年限载风波影响，2017 年一般的运输货车限载 32 吨，每吨运费涨 30~50 元不等。除此之外，2017 年受环保高压影响，夹江产区内关停了大批小型纸箱厂，从而致使 800×800mm 纸箱单个上涨 0.8~1.0 元，300×600mm 纸箱单个上涨 0.3~0.8 元。

本以为在各类原材料价格猛涨的当下，陶瓷企业也会相应地上调瓷砖价格，对冲原材料价格上涨带来的压力。但事实上，除 2017 年年初和年底产区瓷砖价格有一波小幅度上调外，其他时间夹江产区瓷砖价格都非常稳定。值得一提的是，2017 年夹江全抛釉销售价格不仅没有上调，反而还出现一波下跌。截至目前，产区 800×800mm 系列全抛釉销售价格已经从 2017 年初的 16.5 元/片，跌至如今的 15 元/片。

面对各类原材料价格的上涨，产区内陶瓷企业也纷纷表示无奈，既不能通过提高瓷砖价格来转嫁涨价危机，也不能降低品质采购劣质原料充数，那么企业唯一能做的只有削弱自身的利润以及削减营销和品牌推广费用。（文/来源于陶瓷信息报）

家居电商试水新零售

消费者买家居，往往得亲身体验一番，这也是家居电商化的一大软肋。家居的线下体验方面，电商平台也在纷纷试水。互联网家居分享平台“我在家”近日与首都空港贵宾公司达成合作，通过家居和软装布置，将机场候机室变身为其线下体验场景。消费者如有购买需求，即可扫码到电商平台下单购买。

数据显示，中高端家居互联网渗透率仅为 2%。其原因在于，家居属大件低频消费，消费者重体验，这些都是传统电商所无法解决的问题。由于家居渠道成本高，如设立线下卖场、体验店，则会抬高产品价格。“我在家”CEO 赵启明介绍，不同于传统家居卖场，“我在家”电商平台直连工厂，砍掉中间商和渠道，价格仅为传统家居卖场的一半。而在线下体验方面，在平台完成消费的老用户，可自愿成为“生活家”，开放自家真实的家居使用环境，新用户可通过平台预约到“生活家”的家中体验，真实地了解家居在生活场景中的使用情况。新用户下单后，“生活家”就可以获得交易额 5%的提成。（文/来源于北京日报）

去年全国规模以上建材家居卖场销售 9173.7 亿 同比降 22.6%

人民网北京 1 月 16 日电（记者孙红丽） 15 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 。12 月份全国建材家居景气指数（BHI）为 86.40，环比下降 5.66 点，同比下降 10.16 点。

全国规模以上建材家居卖场 12 月销售额为 779.3 亿元，环比下降 6.55%,同比下降 20.39%。1-12 月累计销售额为 9173.7 亿元，同比下降 22.60%。

中国建材流通协会行业研究部解读称，12 月 BHI 再降。全年建材家居市场走势整体低位运行于 2016 年，但与 2014-2015 年间的断崖式下跌相比，全行业 2017 年走势属于经济“新常态”下的 L 形底部波动趋势，且颇有亮点。

建材家居市场全年低位运行

12 月寒冬季节全国建材家居市场属于市场淡季，加上年底银行信贷收紧，BHI 四季度以来连续下跌，加上未来春节歇业影响，本月 BHI 分指数“经理人信心指数”环比跌幅最大，且其绝对值仅为 27.34（高于 50 看好后市、低于 50 看弱后市）。

据悉，在其他各分指数均不同程度环比下跌的情况下， “购买力指数”一枝独秀，环比上涨达 11.01 点，一是由于今年春节相对较晚，装修收尾、寻求折扣、预订春节后装修用材等需求有所释放，二是随着消费日益升级，添置、换新以及软体装饰等市场需求也有所显现。

2017 年，房地产政策坚持“房住不炒”基调，数据显示，全年出台相关房地产调控政策措施已经接近 180 次，一系列“史上最严”的调控措施接连出台，同时大力培育发展住房租赁市场、深化发展共有产权住房试点，构建租购并举的房地产制度，调控效果逐步显现，全年楼市整体规模稳中有升，且各能级城市分化严重（热点一二线城市成交规模明显缩减，二线、三四线城市成交占比提升），房价快速上涨的势头也得到遏制。

中国建材流通协会行业研究部指出，全国建材家居市场受房地产产业调整的直接影响，2017 年整体表现并不理想，全年走势整体低位于 2016 年。但是，2017 年 BHI 全年走势更加趋缓，高低峰值越发不明显，传统观念中家居消费的“淡季”与“旺季”界限越来越模糊；BHI 环比降幅也逐月缩小；同时，在 12 月 BHI 各

分指数同比均降的情况下，“就业率指数”同比上涨 40.43 点，这也给市场未来转好予以佐证。

2018 年行业集中度将进一步加强

中国建材流通协会行业研究部认为，2017 年全国建材家居流通行业竞争激烈，行业一段时间内仍会处于大调整、大整合的关键时期。

一是消费升级时代来临，主流消费群体开始向 80、90 后转移，个性化、便捷化需求明显，对品质、服务、体验感需求迫切，而存量房产的再装修伴随着消费升级，为市场带来非常广阔的空间。

二是行业转型升级步履不停，2017 年行业上市、并购重组、跨界等资本动作不断，落后商能被淘汰。居然之家联姻河南欧凯龙，富森美接盘好百年科华店这样的情况屡有发生，2017 年据不完全统计至少有 14 家行业企业接踵上市。家居企业借助资本的力量，努力布局，通过并购整合、扩张规模、延长产业链，从单一产品生产，向产品多元化、全屋定制方向发展。

2017 年，制造业 PMI 总体走势稳中有升，年均值为 51.6%，明显高于去年总体水平 1.3 个百分点,制造业稳中向好的发展态势更趋明显。12 月份,制造业 PMI 为 51.6%，虽比上月回落 0.2 个百分点,但仍达到年均值水平，保持较强扩张动力。

中国建材流通协会行业研究部预计，2018 全国建材家居流通业仍将维持稳中向好的弱平衡趋势，行业结构性改革仍有很长的路要走，行业集中度也将进一步加强。建议建材家居企业抱有信心，顺应国家政策指引，理论与实践结合，创新驱动产业健康向前发展。（文/来源于人民网家居频道）

建材市场反应冷淡 家具销量稳中有升

2017 年，随着中粮、碧桂园等地产大佬入驻台州，加上市区城市改造进程的不断加快，房价不断看涨，台州各地的房地产市场出现了持续火热的状况。

那么，属于房地产下游产业的建材、家具、电器等产业，是否借着房产持续升温的顺势，迎来销售旺季呢？

建材装修市场反应冷淡

房地产的持续火热必将会带来下游产业的红火，但事实上，2017 年房产市场的持续升温，给下游产业带来的红利并没有立竿见影，业内专家认为，建材装修市场迎来红利可能需要一个过程。

1 月 16 日，在椒江洪家装饰城附近的闵泉石材门店内，销售人员老赵倚在大门，边吃着红枣边皱着眉头说："最近几年的行情不太好啊！"

闵泉石材走的是中端路线，老板王素花介绍说，房地产市场现在比较火热，但建材市场的反应没那么快，去年的行情比较稳定，并没有多大增长。

"预计 2018 年会比往年好一点。"王素花说，但也不排除意外，以后政府鼓励房子精装修，一旦精装修房子推出后，或多或少会影响我们这些散户的经营。

位于洪家装饰城一区的宝瓷顶级瓷砖会所，老板唐正飞告诉记者，他们走的是高端系列，瓷砖都是来自意大利的进口产品。

"因为我们走的是高端路线，所以针对的消费者相对而言比较小众，如企业家、银行高管等。去年房地产的升温并没有给我们带来多少实质性的影响。"唐正飞说，但由于顾客稳定，店里的销售也是处于稳定增长的。

此外，唐正飞也表示，她另外一家瓷砖店即将开业。不同于宝瓷顶级瓷砖会所的高端系列，另外一家走的是中端亲民路线，"不知道届时能否赶上房地产看涨行情带来红利的好时机。"

洪家装饰城作为全市规模最大的几个建材装饰中心之一，占地 7 万多平方米，入驻品牌 200 多户，走的是主材精品品牌路线。

"去年，由于椒江'一江两岸'的提出，老城区升级改造，拆迁带来的结果是一手房很畅销，消耗了不少库存；另外一点，随着碧桂园、中粮等大房地产公司的入驻，也推动房产的持续火热。从去年来看，我们洪家装饰城总体的销售额上是在增加的。"洪家装饰城总经理张凌介绍说，随着交房率的递增和城镇化进

程的加快，特别是椒江的建材市场受房产火热的影响，或许会在 2018 年越来越明显。

在建材装修市场方面，石材和陶瓷作为两大基本材料，张凌表示，这两块材料最能反映房地产回暖带来的红利效果。

家具销量稳中有升

“去年第六空间增长的幅度比往年要高，但我认为这不能归功于去年房地产市场的火热。作为下游产业的家具行业，受房地产市场的影响是没有那么快的，或者应该说没有那么直接的效果。”台州第六空间国际家居企划部主管郑露说。

第六空间国际家居走的是高端路线，郑露认为，这几年家居整个行业处于成长期，随着消费者对高品质家居的追求，刚需客户是非常稳定的，所以 2017 年的增长主要来自刚需客户群体。

“当然，房地产市场的持续升温，肯定会给家居行业带来一定的红利。最直接的一点就是，交房率的提升对家居行业的影响很明显。”郑露说。

班兰家居的店长干方敏也认同郑露的观点。2015 年开业以来，去年是班兰家居销量最好的一年，达到了 200 套，在整个第六空间的销量中名列前茅。

“根据我个人的了解，去年的消费者大多数是 2014 年、2015 年买房的刚需客户，从购房到交付需要两至三年的时间，而去年的增加量应该正是前几年的刚需释放出来的。”干方敏说，去年房地产升温带来的红利可能要推迟到一两年后。

在拉卡萨国际家居负责人王正韩眼里，去年房地产的良好势态对家居行业的带动还是有明显利好的，“去年，我们的销售属于稳中有升，卖出了 80 多套，涨幅并不多，但也算是一个很不错的成绩。”

王正韩认为，随着轻装修、重装饰的流行影响，越来越多的客户将软装推到了硬装的前面。也就是说，很多人选择在装修之前就开始看家具，根据家具的喜欢来确定装修风格。“去年我们的客户基本上来自三区和温岭，这些消费者所在的楼盘都是最近几年比较高端的小区。”王正韩说。

红星美凯龙椒江大桥店的总经理林聪元表示，去年家居的整个销量较往年有了比较明显的涨幅，这主要得利于椒江老城区的拆迁改造跟房地产市场的火热。

“特别是‘一江两岸’的打造，拆迁工程推进，加上我们离老城区比较近的地理优势，随着一手房源的畅销，不少刚需消费拉动了去年销量的增长。”林聪

元说。

高端电器销量保持增

1 月 16 日上午，位于椒江解放南路的浙江国商广场，西门子厨房电器的组柜内，销售人员忙着给三四对不同的年轻人介绍着电器的功能。“随着 2017 年房地产市场不断升温，期房交房率的提升和现房刚需的增加，对电器市场的利好显而易见。”浙江国商电器（解放南路店）总经理徐阳说，加上最近几年消费者对产品品质的追求，也推动了高端电器的市场销量。

徐阳介绍说，从最近几年电器的发展行情来看，大众对电器的需求逐渐从低端朝着中高端发展。

除了厨电，冰箱从原先的两门、三门冰箱变成了更大容量、多门、对开门等智能网络冰箱；洗衣机从 7kg 的容量扩大到 8kg 至 12kg；电视机也从单纯的大屏朝着 QLED、OLED 等高端智能发展。“在 2017 年，尽管我们的销量总体上没有提升，这也是受市场饱和度的局限，但是我们的销售额是在明显增长的，因为消费者市场对产品品质的追求是在逐年提升的，高端电器推动了我们的产品单价的上升。”徐阳解释说。

在格力空调的组柜区，给销售人员陶剑利印象最深的是，去年高端系列的中央空调销量大幅提升。

“去年夏天特别忙，最多一天我们卖了将近 200 套，消费者都是台州经济开发区的几个高端小区，比如紫薇花园、江南首府等。”陶剑利说，去年以中央空调为主的高端空调销量涨幅也比较可观。同样在销量上有所上升的还有冰箱。在三星冰箱组柜区，销售人员朱晓云告诉记者，2017 年卖得最好的就是进口冰箱，特别是智能互联、远程调控、温度可调、独立运行等云循环系列的冰箱卖得特别火热。

尽管厨电、冰箱、空调等家电在销量上保持了增长，但在电视机方面，TCL 电视组柜的一位姓林的销售人员介绍说，这几年电视机行情不好，2017 年电视机的销量并没有增加。“一方面是电视机的市场已经饱和，另一方面现在电视机大多只是摆放，属于装饰，真正看电视的人并不多。”浙江国商电器（解放南路店）副总经理李建军介绍说，在去年的销售过程中，增加了不少高端的刚性需求客户，这一部分消费者也拉动了一定的高端电器销量。（文/来源于台州日报）

2017 年建材家居卖场销售降两成，本土企业积极谋变革

随着史上系列“最严”调控措施出台和电商冲击等因素影响，去年全国规模以上建材家居卖场销售额为 9173.7 亿元，同比下降 22.60%。这是日前由国家商务部流通业发展司、中国建筑材料流通协会共同发布的全国建材家居景气指数（BHI）透露的信息。

购买力指数一枝独秀

中国建材流通协会行业研究部解读称，全年建材家居市场走势整体低位运行于 2016 年，但与 2014-2015 年间的断崖式下跌相比，全行业 2017 年走势属于经济“新常态”下的 L 形底部波动趋势，且颇有亮点。

2017 年 12 月全国建材家居市场属于市场淡季，在其他各分指数均不同程度环比下跌的情况下，“购买力指数”一枝独秀，环比上涨达 11.01 点，这主要是由于今年春节相对较晚，装修收尾、寻求折扣、预订春节后装修用材等需求有所释放;随着消费日益升级，添置、换新以及软体装饰等市场需求也有所显现。

集中度将进一步加强

2017 年，房地产政策坚持“房住不炒”基调，数据显示，全年各地出台相关房地产调控政策措施已经接近 180 次，一系列“史上最严”的调控措施接连出台，房价快速上涨的势头得到遏制。

中国建材流通协会行业研究部指出，全国建材家居市场受房地产产业调整的直接影响，2017 年整体表现并不理想，全年走势整体低于 2016 年。但是，2017 年 BHI 全年走势更加趋缓，传统观念中家居消费的“淡季”与“旺季”界限越来越模糊;BHI 环比降幅也逐月缩小。

本土企业积极谋变革

中国建材流通协会行业研究部认为，目前家居建材主流消费群体开始向 80、90 后转移，而存量房产的再装修伴随着消费升级，为市场带来非常广阔的空间，2018 全国建材家居流通业仍将维持稳中向好的弱平衡趋势，行业结构性改革仍有很长的路要走，行业集中度也将进一步加强。

记者采访中发现，长沙本土家居建材企业面对巨大压力，纷纷通过各种举措谋变，以适应市场变化。如曾经因业绩骄人、在长沙引发同行侧目的东方家园长沙芙蓉店，去年 4 月 28 日由万家丽集团低调收购；地处城东的大汉建材，借势

去年长沙临空经济示范区获批的契机，加大营销力度，继续占领着长沙城东家居建材卖场举足轻重的位置。（文/来源于长沙晚报）

智能马桶涨幅不及预期 受限于四大因素

细观近三年智能马桶盖市场的发展轨迹，虽然整体保持了上升态势，但增长幅度不及预期。那么，目前阻碍智能马桶盖爆发式增长的主要症结在哪里呢？

产品安装和使用环境受限制

马桶周围无电源设置，在环境上限制了智能马桶盖的普及。智能马桶盖是电器产品，厕所有电才可以使用。很多家庭在装修时都没有预留插座，需要进行重新布线，造成工程的繁琐，并且在一定程度上影响美观。

消费理念和习惯还有待培育

智能马桶盖虽然在日本普及率非常高，但在我国的消费者来说仍需要较长时间的理念和使用习惯的培育。智能马桶盖价格高于普通马桶盖，很多消费者对于是否花重金打造厕所产生怀疑，尤其是改变自己多年来的如厕习惯，更是极为谨慎。智能马桶盖作为体验感极强、使用黏性较高的品类，目前最有效的传播方式是人际之间的口碑传播，造成整体的推广节奏较为缓慢。

规范体系缺位，性能仍需完善

对于智能马桶盖安全隐患的舆论声音层出不穷。2017 年 4 月 24 日，国家质检总局官网通报 2016 年电子商务智能马桶盖产品质量国家监督专项抽查情况。报告显示，29 家企业生产的 30 批次产品，不合格产品检出率为 50%。

智能马桶盖水加热、暖风烘干、坐圈加热等功能模块间通过多条电路、水路连接，常处潮湿环境，如果结构和接地措施、连接线等不合格，就埋下了用电隐患。另外，电子坐便器的生产没有统一行业标准，企业执行混乱。有些企业参考普通马桶的生产标准，有些遵循部分家电行业的标准。所幸，电子坐便器执行 3C 认证已经受到了多方面关注。

家电品牌阵营参与力度需要加大

据中怡康线上监测数据显示，2017 年前 11 月电子坐便器（含智能马桶盖和智能一体机）线上市场在销品牌数量 240 个，其中大部分品牌为卫浴类品牌，家电品牌中以松下、海尔为代表，小米也于今年携新品步入智能马桶盖领域。

智能马桶盖作为智能卫浴的关键组成部分，其核心的电子功能设置是家电企业的长项，但整体来看，家电品牌对于智能马桶盖的关注度不够，参与力度不强，也是造成整个品类声量不能持续维持、未能呈现爆发式增长的原因之一。（文/

来源于艾肯家电网）

第三部分 国际连线

日本从欧洲进口木材增长了 3.3%

2017 年第三季度，日本从欧洲进口的软木和刨切材增长了 3.3%。日本木材杂志发布的外贸数据，第一季度进口达到 72.25 万立方米，增长 3.7%，与 2016 年第二季度持平。而从芬兰进口的数量为 26 万立方米，增幅 12%，大大高于上一年同期。

从瑞典进口的数量稍有上升，进口量 19.34 万立方米，增长 1.4%。从奥地利和罗马尼亚分别下降了 10.8%和 7.7%,进口量 8.13 万立方米和 5.34 万立方米。前 9 个月，日本从欧洲进口软木和刨切材 217 万立方米，同比增长 2.3%。其中从芬兰进口的木材 75.78 万立方米，约占欧洲进口总量的 35%。（文/来源于九正建材网）

2018，中国瓷砖出口欧洲依然艰辛

对于奋斗在出口战线上的中国陶瓷人来说，2017 年是令人揪心的一年。2017 年 11 月 23 日，欧盟委员会发布公告，对原产于中国的瓷砖作出反倾销日落复审终裁，裁定维持对涉案产品的反倾销措施。对中国企业来说，这意味着瓷砖出口欧洲之路依然崎岖难行。

据了解，意大利、西班牙制造的瓷砖产品一直以品质、设计见长，引领世界瓷砖潮流，是世界各国瓷砖制造商学习模仿的对象。曾有业内人士表示，中国瓷砖在欧洲市场上综合竞争力较弱，在品牌附加值、溢价能力、产品品质等方面均有较大提升空间，中国瓷砖出口欧洲市场主要靠价格取胜。陶瓷本是中国文化的“宠儿”，为何在反倾销战役中陷入窘境？难靠价格走出国门的中国陶瓷企业又该何去何从？

记者特邀北京金诚同达律师事务所高级合伙人符欣，对此次欧盟对华瓷砖反倾销案件进行分析，为读者解读中国企业出口欧洲市场的现状。

案情

2010 年 6 月 19 日，欧盟委员会发布立案公告，决定应欧洲瓷砖生产商联合会的申请，对原产于中国的瓷砖产品发起反倾销调查。

2014 年 1 月 31 日，应广东佛山简一陶瓷有限公司和甘肃庆阳简一陶瓷有限公司的申请，欧盟对原产于中国的瓷砖进行反倾销期中复审立案调查。此次期中复审修改了四家中国企业的反倾销税。

2016 年 9 月 13 日，日落复审正式立案。申请人向欧委会提交证据并指出，中国瓷砖产品仍以大幅度的倾销价格向欧洲出口。欧盟的瓷砖工业虽在反倾销措施期间有了缓慢的复苏，但仍然较为脆弱。因此，如停止征收此反倾销税，倾销或损害将会“复发”。

2016 年 8 月 7 日，商务部及中国五矿化工进出口商会组团会见了欧盟各方代表，并于当年 9 月召开了瓷砖反倾销情况通报及应对工作会议，近 200 家企业参加了会议，确定了具体应诉策略，且向调查机关提交应诉登记代表行业参加日落复审调查，向调查机关提交了替代国初步抗辩意见。

2016 年 10 月，中国五矿化工进出口商会代表行业选聘了中欧律师。中方北京金诚同达律师事务所、外方众达律师事务所代表行业参与日落复审并申请期中

复审。

2017 年 11 月 22 日，欧委会公布终裁结果，认定维持目前的反倾销措施。

符欣所在的金诚同达贸易团队全程代理了本案，与中国五矿化工进出口商会、企业、欧盟律师团队共同应诉本次日落复审调查。“欧盟此前也对中国的瓷砖产品启动过原审和复审调查，有企业抱团进行行业抗辩，也有部分知名企业单独应诉调查，但整体上来说应诉效果都不理想。”符欣告诉记者。

分析

符欣表示，该案的主要难点是欧盟实践中仍奉行单边贸易保护主义，导致中国行业在应诉过程中遭受了很多不公平待遇。

第 15 条到期后的相关法律抗辩

本次日落及期中复审的调查过程将大部分发生在《中国入世议定书》第 15 条到期以后，本案在欧盟反倾销调查中将具有先例效果并可能成为中国政府在 WTO 层面解决欧盟对华市场经济地位问题的基础性案件。

基于上述考虑，律师团队在本案中提出了如下抗辩点：

第一，在 15 条到期后，欧委会有义务立即以市场经济方法（采用中国企业的内销及成本数据）来确定中国产品的正常价值。

第二，在 15 条到期后，欧委会不应局限于对个别发起申请的企业展开期中复审，而应对全行业进行复审。

同时认为，实施了反倾销税之后“事实层面的改变”包括但不限于：

第一，中国的市场经济地位。《中国入世议定书》第 15 条到期后，从 WTO 法的角度看，欧盟须认可中国作为一个国家的整体市场经济。

第二，中国的瓷砖工业。在 2010 年的原审调查后，中国的瓷砖行业完全转变为 “市场导向行业”，该行业主要由民营企业构成，不存在政府主导或控制的问题。

第三，欧盟的瓷砖产业及市场。2010 年的原审调查后，欧盟的瓷砖行业发生了实质性变化。

欧盟瓷砖市场出现了整合，欧盟市场的吸引力没有中国内销或其他国别出口市场大，中国原先的市场份额已经被其他国家（特别是东欧国家和土耳其、巴西、印度等）填补，且中国的产品与这些国家的产品相比并没有价格优势。

但欧委会并没有采纳中国瓷砖行业的上述抗辩意见，坚持采用替代国方法计算中国企业的倾销幅度并导致中国应诉企业的倾销幅度畸高。（文/来源于中国贸易报）

阿根廷对我国未上釉瓷砖反倾销情势变迁复审终裁维持原措施

1 月 22 日，阿根廷生产部在阿根廷《官方公报》发布第 21-E/2018 号决议，对原产自中国的未上釉瓷砖作出反倾销情势变迁复审终裁：决定维持原阿根廷经济和财政部 2013 年 1 月 25 日第 13 号决议所规定的反倾销税税率。涉案产品的南共市海关编码为 6907.21.00。决议自发布之日起生效。

2011 年 7 月 26 日阿根廷前工业部工业和贸易委员会通过 470 号决议对中国产瓷砖进行首次反倾销调查立案。2013 年 1 月 25 日阿根廷前经济和财政部通过 13 号决议作出终裁，决定对产自中国的抛光瓷砖和未抛光瓷砖分别征收 12.20 美元/平米、8.77 美元/平米的反倾销税。2016 年 11 月 17 日，应 ILVA 公司和 CANTERAS CERRO NEGRO 公司于 2016 年 1 月 5 日的申请，阿根廷生产部通过 701 号决议对涉案产品进行反倾销情势变迁复审立案。（文/来源于阿根廷官方公报）

辽宁法库陶瓷累计实现出口额突破 1 亿美元

1 月 25 日，记者从法库获悉，辽宁法库经济开发区 2017 年累计实现出口额突破 1 亿美元。得益于法库陶瓷的优异表现，辽宁省陶瓷出口年度增速位于全国前列。

据了解，自 2016 年以来，辽宁法库经济开发区主动调整工作方向，将陶瓷出口放在了更加突出重要的位置，确立了“紧盯俄罗斯，巩固蒙、日、韩，主打中东，开拓非洲，进军北美”的出口路线图，以强化出口帮扶园区企业去库存、保生存，在 2016 年 6000 多万美元基础上，制定了 2017 年“力争实现 1 亿美元”的出口目标，实际完成 1.02 亿美元。

近两年，法库陶瓷在出口方面的表现尤为抢眼。苏泊尔法库基地生产的卫浴产品，王者陶瓷生产的内墙砖产品已经成功打入韩国市场，浩松的通体大理石铺进了澳大利亚电视台，天玉龙陶瓷生产的高档仿古砖出口到中东海湾国家……在政府的大力支持下，法库陶瓷位于中东的迪拜海外仓已开始发挥平台作用，中陶贸易有限公司与俄罗斯树人集团联手建设的陶瓷出口保税以及与埃塞俄比亚 EKT 集团的战略合作也相继进入落地实施阶段。

2018 年，法库将进一步强化出口办服务职能，着力推进报关、商检、货币结算等体系化配套服务建设，完善陶瓷出口产业链条。积极和沈阳铁路局、海运公司对接，进一步降低企业出口物流成本；搭建迪拜、卡塔尔、吉布提等国家国际展厅、海外仓平台。（文/来源于东北新闻网）

质检总局：2017 年进口电子坐便器不合格检出率为 34.9%

中国质量新闻网讯 据国家质检总局官网 2018 年 1 月 30 日消息，2017 年 4 月至 10 月，质检总局组织全国出入境检验检疫机构对法定检验商品目录以外的进口商品实施了监督抽查。其中，抽查进口电子坐便器 43 批，检出不合格 15 批，不合格检出率 34.9%。

不合格进口电子坐便器涉及乐家(ROCA)、福乐明(BLOOMING)、三星(SAMSUNG)等多个品牌。主要不合格项目为标志和说明、非正常工作、元件、防水等级、接地措施、对触及带电部件的防护等。

质检总局表示，对监督抽查发现的不合格商品，按照相关规定进行处理。一是责令不合格商品生产经营者进行整改复查，对存在质量问题的商品依法查处，加强对同类商品共性问题的跟踪抽查；二是将监督抽查结果通报地方政府和相关部门，为有关政府部门掌握进出口商品质量状况、制定相关政策措施提供参考；三是发布监督抽查结果，让消费者知晓商品质量信息，便于公众监督和选购，切实维护消费者的合法权益。（文/来源于中国质量新闻网）

第四部分 产区及企业新闻

多产区因环保提前停窑，春节后或现涨价潮

春节后的停窑检修，是陶瓷行业的惯例。

与往年不同的是，广东肇庆、山东、陕西、甘肃、宁夏、河南、山西、河北等多个产区，今年的停窑计划，与环保有关。同时，因煤改气后的天然气荒，不少产区也不得不提前停窑。北方多个产区停产，不少当地贴牌商到外产区寻找货源，为广东、福建等产区带来了利好，市场看好。

同时，受 2017 年持续的原材料涨价影响，加上环保成本的增加，以及停产带来的供货结构性紧张，陶瓷产品或将在年后迎来新一轮的涨价潮。

北方六省：九成陶企已停窑 价格呈上涨态势

随着环保整治力度持续加码，北方多个省份陶瓷企业被迫提前停产。据调查显示，目前河南、河北、山西、陕西、甘肃、宁夏六省自治区，九成以上陶瓷企业已停产。目前在产的陶瓷企业也将在下个月停产，进入全面停窑检修期。

按照环保部出台的《京津冀及周边地区 2017 年大气污染防治工作方案》，京津冀大气污染传输通道“2+26”城市采暖季(2017 年 11 月 15 日至 2018 年 3 月 15 日)所有燃煤企业都要停产。自 11 月 15 日进入采暖季以来，除少数以天然气、煤层气、焦化气为能源的企业以外，河北、河南、山西等地百余家陶瓷企业被迫提前停产。

随着环保整治力度的持续加大，停产范围仍在进一步扩大。根据河南省出台的《2017-2018 年秋冬季工业企业错峰生产实施方案》，全省 61 家燃煤陶瓷企业均需停产，其中很多陶瓷企业并不在“2+26”城市范围之内。陕西、甘肃、宁夏也不在“2+26”城市范围之内，但一轮接一轮的环保督查，也迫使陶瓷企业提前停产。目前，陕西、甘肃、宁夏三省除了少数企业在生产外，大部分已经停窑。陕西一陶企负责人表示，“虽然我们没有被要求停产 4 个月，但一遇到环保检查政府就要求我们停产，停停开开，听说这次停了年前就不让开了。”河南襄城县陶瓷企业虽然是以焦化气为能源的，但是近期仍因为环保督查被迫停产了一段时间，近期才刚刚复产。

另外，一些以天然气为能源的陶瓷企业，由于冬季“气荒”以及天然气价格

暴涨，也不得不提前停窑。而各地环保政策执行标准不统一，也在一定程度上造成了“环保设施较好的企业不能生产，设施较差的企业却能生产”的现象，让很多企业难以接受。

环保严查造成的陶瓷企业大面积停产，也在一定程度上影响了产品供应。因停产引发的各类问题也逐渐显现出来。“最让我们担心的是货物供应不上，导致客户的流失。”该陶企负责人说，尽管目前陶瓷企业都有一定的库存，但是长时间停产会造成产品花色、配套不全，给销售造成影响，特别是内墙砖生产企业，这个问题尤为突出。

由于北方企业大面积停产，已经造成部分贴牌商无货可卖，纷纷到周边产区加工生产，或将导致本地贴牌商的出走。为了稳定客户，一些厂家也在寻找地方加工生产。“如果客户流失，企业的损失就太惨重了，到别的厂家加工，也是无奈之举。”该陶企业负责人表示。

目前保持生产的企业由于销售旺盛，产品供应也显得较为紧张。河南一陶瓷企业负责人表示，“只有很少的库存，一些畅销产品已经出现断货的情况”。

在新一轮燃料和原材料价格上涨、环保督查加大等多重高压之下，北方多个产区瓷砖价格进入连续上涨模式。价格上调得最为明显的是瓷片、抛光砖、仿古砖等品类。在走访中记者发现，在采暖季停产后，一些陶瓷企业在一个多月的时间，连续三、四次上调价格，同时上涨的幅度之大前所未有，12 月 19 日，陕西康美特陶瓷发布通知称，从 2018 年 2 月 1 日，产品价格上涨 10%，另外还有多家企业一次性涨价超过 5%以上。

而推动瓷砖价格上涨的主因则是生产成本的大幅上涨，包括环保投入加大、原材料价格上涨等。进入冬季以来，环保督查更加严厉，迫使陶瓷企业不得不大幅增加环保投入，无形中增加了生产成本。在调查期间，陶瓷企业纷纷表示今年的环保投入动辄就要几百万元。“关键不仅仅是一次性投入，这些环保设施的运行费用也非常高。”一陶瓷企业负责人告诉记者，脱硫塔一天的运行费用就超过 5000 元，一年下来仅环保设施运行费就要几百万元。

今年以来，原材料也近乎疯狂的上涨，从煤炭、纸箱，到硅酸锆、熔块、色釉料、墨水等化工原料，到钾长石、钠长石等矿产原料价格，无一不在冲击了陶瓷企业的成本底线。

不过，多家陶瓷企业表示，“上调价格实则是无奈之举，每一次调价我们都小心商讨斟酌。”有陶瓷企业负责人预测，春节后到 3 月 15 号这段时间，瓷砖会出现一次大幅度的涨价过程，到那时还会再次上调瓷砖售价。

不过也有企业告诉记者，随着气温的不断下降，北方地区已经进入淡季，市场需求量本来就不大，再加上一些停产企业由于急于回流资金，进行降价促销，抢占市场。

广东、福建：1 月底全面停窑 因北方停产排产增多

广东、福建两大产区，1 月底将全面进入停产期，北方产区因环保问题断断续续停产，也给这两大产区带来了极大的利好，订单火爆。

广东产区除肇庆受环保影响在 12 月底紧急停产外，其他地区的停窑时间安排，跟往年差不多，基本上在 1 月底全部进入全面停窑期，春节后正月初八左右点火。

三水某陶企人力资源部经理安淑告诉记者，三水产区的陶瓷企业，在 12 月底已经陆续开始限产，对生产线进行检修，预计在 1 月底将全部停窑。不过，因北方多个产区停产，带来了不少订单，该陶企的排产期，已经到了 2018 年 4 月，预计明年，广东产区的整体销售市场形势会上行，在价格方面，新产品也存在一定的涨价空间。

福建产区在 12 月底已经陆续有企业开始停窑，1 月底也将全面进入停窑期。漳州市万宝达陶瓷有限公司负责人黄木桃告诉记者，其公司已停产一个星期。“我们做外墙砖以北方市场为主，南方市场做得比较少，北方进入冬季，天冷一下雪，基本上就没有生意了。”黄木桃表示。

与外墙砖冬季市场进入淡季不同的是，福建部分转型生产仿古砖的企业生意仍然火爆。“我们现在停不下来，订单比较多。但是不停又不行，现在还没有定。”晋江市品质陶瓷建材有限公司三厂总经理朱水根表示，公司计划是不停窑，但工人需要回家过年，设备也要维修，不停也不行，可能会在过年期间停窑三五天。

朱水根表示，万宝达在 2017 年成功转型，对产品结构进行了调整，开发了不少新产品，如 600×1200㎜、900×900㎜ 规格的仿古砖产品，吸引了包括佛山、淄博等多个产区的不少客户前来下单。在价格方面，朱水根表示，2018 年除一些个性化定制的产品价格会往上抬外，其他产品会不变。

“我们到这个月月底基本上会停掉，正月十五左右会开工，停一个月到一个半月左右。”福建省漳州建华陶瓷有限公司负责人吴思博表示，春季后一般能涨价的都是新产品，普通的全抛釉涨价可能性不大，旧产品想涨价比较难。

山东：淄博因天然气紧张提前停窑

记者在淄博产区走访中发现，受天然气供应不足或气价过高等主要影响，淄博产区当前至少已有 10 家以上陶企提前停窑检修，而这一数字还在进一步提高。

淄博一陶企负责人告诉记者，按照之前计划，原计划 1 月 15 日停窑检修，但从目前实际情况来看，公司或将提前停窑，而提前停窑的主要原因主要是天然气价格不断上调，企业难以承受不断增加的成本压力。

“元旦开始，天然气公司将对我公司天然气价再次上调，由现在的每立方米三元多上涨到 5 元以上，这样每立方米天然气至少上涨一元多，仅这部费用核算到每片砖(800×800mm)的成本就增加近 2 元，已经超出公司可以承受的范围，这样硬撑倒不如提前停窑检修。”该陶企负责人说。

除天然气价格上涨过快外，天然气供应不足成为张店区多数陶企停窑检修的主要原因。截止目前，张店区半数以上的陶企已经停窑检修。除张店区外，淄川区目前也有多家陶企停产检修，进行生产线的升级或改造，以此进一步提高产品竞争力。

不过，也部分陶企还在紧张生产，储备库存，随着环保治理日益严厉，未来各种原材料价格还会持续攀高。为此，节前尽量多储备库存，以降低明年成本上升所造成的更大压力。据了解，对于淄博多数陶企来讲，现有产品库存足以支撑客户订单，直至明年点火前。而部分产销率较高的陶企，目前的库存能否维持至明年复产现不好说。

走访中，淄博多家陶企负责人表示，尽管当前各项生产成本都在不断攀升，但是明年瓷砖能否涨价，现在不好说。但也有部分陶企负责人明确表示，受多种原因影响，瓷砖价格近期涨不上去。

据了解，淄博产区多在正月初八上班，也有陶企表示元宵节过后，但多数陶企点火时间却明显延后，这主要是根据天然气供应是否充足。

与淄博产区不同的是，临沂产区停窑时间较晚。据记者了解，按照各自的生产计划，临沂多数陶企或将于本月底停窑，也有部分陶企表示春节期间将继续生

产。作为临沂建陶生产比较集中的罗庄区，此前除山东志强陶瓷新材料有限公司外，其他厂家则按照政府要求处于停产阶段。

据了解，当前，临沂政府外聘第三方对罗庄各陶企的综合打分刚刚结束，多数综合分数靠前的陶企已做好了年前的生产安排以及节后的生产计划，一些陶企节前的瓷砖库存量并不大，因此近期多数陶企逐渐恢复了生产，以此应对客户需要。

泛高安：陶企 1 月中旬开始陆续停窑放假

2017 年 12 月 27 日，江西省建筑陶瓷产业基地管理委员会发出《关于切实做好 2018 年元旦春节期间安全生产工作的通知》，根据通知要求，春节期间，基地所有企都必须停产检查，各企业要在 2018 年 1 月 20 日前，将春节停产时间报建陶产业基地管理委员会，同时列出复产时间，向管委会申请提请复产。

记者获悉，在 2017 年 12 月中旬，就有一些企业发出了停窑通知，希望经销商能够备好库存计划。同时，在完成了 2017 年的销售工作后，产区一些地砖企业也发出了产品涨价的通知。对 600×600mm、800×800mm 规格的抛光砖和抛釉砖系列产品都进行了每片 0.5 元-1 元的上涨。

据记者从华硕陶瓷集团获悉，该公司在 2017 年 12 月份初就向所有的经销商发出了停窑通知，集团旗下所有陶瓷生产线计划在 2017 年 12 月 31 日全部停产检修。与往年相比，今年华硕陶瓷集团员工春节放假的时间比往年也稍稍提前，2018 年 1 月 26 日公司开始放春节假期，计划在正月初八开始上班。

新景象陶瓷企业董事长喻国光透露，2017 年 12 月底，江西国美陶瓷企业的抛釉砖生产线将正式停窑检修，其余新景象陶瓷企业、国烽陶瓷以及国美陶瓷旗下的瓷片生产线都将在 1 月底停窑。“我们公司今年春节停窑的时间相对晚些，主要是一些产品库存不足，但是需要 10 天左右的时间对窑炉进行检修，只能选择在 1 月底全面停窑，计划在正月初八正式点火开工。”喻国光表示。

据记者了解，今年泛高安产区大部分的抛光砖、抛釉砖厂家均有比较充裕的库存量，而部分以仿古砖生产为主的厂家库存相对不足。与地砖相比，瓷片、小地砖的库存更加吃紧。

奥巴玛陶瓷企业营销总经理王备荒表示，奥巴玛陶瓷企业将在 1 月 15 日两条生产线全部停窑改造，但是瓷片的库存肯定不足，2017 年，公司瓷片的供货

一直比较紧张。但窑炉需要一定的时间来检修必须要停窑。因此，往年在元宵节后开工的奥巴玛陶瓷，最迟在正月初八就会点火。

瑞阳陶瓷集团营销副总经理郑标表示，2018 年春节停窑放假的时间大概在 1 月中旬开始陆续停产，公司会在年前把库存备足。而且，从 1 月份开始，公司在抛光砖、抛釉砖两大系列产品已经向经销商发出调价通知，主要是受原材料价格上涨，以及国家开征环保税政策的影响，企业的生产成本不断上涨。不过，郑标表示，这次全面涨价后，2018 年将不会对产品价格有上涨的计划。在库存方面，瑞阳陶瓷集团一直是年前备好库存，如瑞源陶瓷公司的抛光砖库存足够应对到明年 3 月份。

华硕陶瓷集团负责人结合历年来春节前后瓷砖销售趋势分析，春节后都是瓷砖销售旺季，厂家库存也比较紧张，希望经销商能够提前备好库存，部分产品价格也将有一定比例的上涨。

夹江：生产线开工率达 70% 停窑时间将推迟

夹江产区往年 12 月底已经开始陆续有陶瓷企业停窑，但是今年陶瓷企业还没有表露出要停产的迹象。在调查中产区内多家陶瓷企业负责人告诉记者，如果不出现特殊情况，预计今年产区大面积停窑的时间将推迟至 2018 年 1 月中旬左右，甚至有可能更晚。

记者在夹江产区中走访调查时发现，除前不久因天然气供应不足而被迫停产的企业外，截至目前夹江产区内 70%左右的陶瓷生产线都处于满负荷生产状态。

据了解，由于今年产区内陶瓷企业生产的时间较短，所以年底企业都不愿意过早的停窑放假，甚至大部分陶瓷企业希望在春节前不停产。据记者采访了解，今年因环保问题，产区大部分陶瓷企业的开工时间都只有 6 个月左右，企业在停产期间已经对生产线和生产设备进行了维护和检修，所以根本不需要提前停产来进行检修。

因此，在产区走访调查中记者统计发现，除部分陶瓷生产线因天然气供应不足而被迫关停外，截至目前整个产区内约有 70%左右的陶瓷生产线正在满负荷生产。然而，值得一提的是，随着政府限定“退城入园”的最后期限临近，届时处于“退城入园”范围内的三十几家陶瓷企业是否会因此而被强制性关停还不得而知。只是可以肯定的是如果一旦退城搬迁政策落实，那么产区内将有约 40%左右

陶瓷生产线被关停。

“之所以不提前停窑，不是因为生意有多好产品不够卖，而是因为不知道什么时候要搬迁，企业能多生产一天是天。”夹江一家处于退城入园范围内的陶瓷企业负责人表示，当前整个瓷砖市场销售大环境不是很好，企业的销售压力都非常大，现在距春节还有一个半月，太早停窑会造成人员大量流失，而且不利于明年年初的销售。

不过，记者在产区调查时，当前夹江陶瓷企业销售压力非常大，库存爆满的现象普遍存在。“目前企业的产销在 70%~80%左右，大约还有 20%~30%左右的产能无法及时消化，从 9 月份恢复生产至今，企业一直都稳定生产，三个月下来把原本清空的仓库又填满了。”夹江一陶瓷企业负责人表示，截至目前产区内大部分陶瓷企业都爆仓情况，为了保持生产稳定，不得不租赁场地做仓库。

就目前企业库存的积压来看，产区内大部分陶瓷企业，预计在 2018 年 1 月中旬前后进入全面停窑期。据了解，由于之前产区内瓷片、抛光砖、全抛釉、仿古砖、小地砖等各类产品的价格都跌至谷底。因此，进入 11 月份后，产区内各类产品的价格开始触底反弹。

在建中瓷业采访时该公司总经理石建松告诉记者，近期公司的产品价格都有小幅上调，但涨幅不大，约在 5%~10%之间上下波动，其中仿古砖价格涨幅相对较大，达到 10%~15%左右，而此前一直热销的全抛釉价格却并没有上涨。

法库：12 月底已全部停产整修 部分产品单价上调

作为东北地区最大的建筑陶瓷产品研发、生产和销售基地，法库产区部分生产企业因为销售不畅，库存急剧攀升，从 11 月上旬开始就有企业陆续向开发区管委会申请停产整修。

目前，受气温骤降因素影响，法库产区 40 余家规模生产企业在去年 12 月底已全部停产。与往年相比，今年北方冬季气温比往年同期高 2-3 度左右。因此，法库产区企业大面积停产时间比往年推迟了近半个月，另外，生产企业担扰明年春季“煤改气”工作，或将拖延企业正常开工时间，从而导致企业库存不足，因此也推迟停产。

据记者掌握的一份产区调研报告表明，截至去年 12 月底，法库产区 40 余家生产企业库存总为 4200 万箱，近 6200 万平方米，库存货值约为 14.45 亿元，库

存货值占年度生产总值的 20%。

而近日，开发区管委会正式发布在法库产区推行“煤改气”的红头文件，根据文件要求，2018 年 4 月 1 日前，要彻底取园区在用的 53 台水煤气发生炉，改用沈法、奥德提供的天然气或者科达洁能提供的清洁煤制气。拿不到清洁能源使用证明的企业，4 月 1 日将不允许开工生产。园区生产企业负责人表示，红头文件的发布，是法库产区政府向企业发出的最后“通牒”。目前，开发区政府、商会、协会正在积极与三家能源企业，就供气价格、结算方式以及如何保证气源供应等方面进行谈判，部分企业已开始对现有燃气线路进行改造。

沈阳隆盛泰一陶瓷集团董事长林继文在接受记者采访时表示，受安全检查、环保验收、冬季施工等诸多因素影响，法库产区企业明年正常开工时间可能会延后。因此，春节过后，法库产的金刚石、大理石、帝皇玉等全抛釉系列产品或将普涨，而像通体大理石、柔抛大理石等稀缺产品，价格或将上涨 20%甚至更多。

记者从产区多家销售展厅了解到，目前各企业陆续上调产品出厂价，其中金刚石产品已由 11 月初的 16 元左右上涨至目前的主流价格 18 元左右，某企业的通体大理石产品已经脱销，目前只接受预定。部分东北地区的经销商对于未来 6 个月时间里法库陶瓷提货价格同样持看涨态度，因此也都在抓紧备货。（文/来源于陶瓷信息）

砍掉 2 个亿！2018 年法库将压缩 40%建陶产能

辽宁作为全国十大建陶产区之一，日产陶瓷砖 134.27 万平方米，其中 80％以上集中在法库产区。近年来，在当地政府的支持下，法库陶瓷产业在产业规模不断壮大之后，开始着力于产品品质和品牌的提升。

2018 年将淘汰 40％落后产能

记者日前从辽宁法库经济开发区管委会获悉，2017 年，法库陶瓷产业集群预计实现工业总产值 70 亿元，40 余家规模以上生产企业累计实现销售收入超 100 亿元。这一成效的取得得益于中东迪拜、俄罗斯伊尔库茨克海外仓的建立以及“法库货场国铁集装箱业务”的开通，2017 年，陶瓷出口在去年 6000 万美元基础上，今年历史性突破 1 亿美元大关，圆满完成了年初设定的“小目标”，陶瓷出口成为法库产区 2017 年最为浓墨重彩的一笔。

▲2017 年法库产区陶瓷出口取得历史性突破。

而在日前召开的园区民营企业家 2018 年产业发展座谈会上，开发区负责人明确表示，法库陶瓷产区将深入推进陶瓷产业供给侧结构性改革，以陶瓷产业技术改造和环保升级改造为突破口：

一、坚定不移推进陶瓷产业“煤改气”工作，逾期未完成改造，未取得清洁能源使用证明的企业将禁止开工生产。

二、受制于环保压力和矿产资源禀赋的压力，2018 年法库产区将通过关停并转等市场化资源配置手段，加速淘汰一批低端、落后的产能和产品生产线，将现有规划设计产能由过去的 5 亿平方米压缩至 3 亿平方米，限产幅度将高达 40%，以应对持续低迷的市场环境。

▲2018 年法库产区将淘汰 40％落后产能。

平均每家陶企负债 3500 万元 多重风险制约产区转型升级

据记者拿到的一份“2017 年度法库产区生产企业财务状况报告”显示，截至目前，法库产区 40 余家规模以上企业库存总量为 4117 万箱，6172 万平方米，库存货值 14.42 亿元，库存货值占年度产区生产总值的 20%。银行贷款余额以及民间借贷方面，40 余家企业累计银行贷款余额达 15.28 亿元，社会借款 1 亿元，每家企业平均负债额高达 3500 万元。融资渠道单一，成本高，融资难度加大成为制约法库产区转型升级的重要因素。

▲法库产区陶瓷产业发展面临多重制约。

法库产区某陶瓷集团总裁在接受本报记者采访时表示，作为风险较高行业产业，银行目前对陶瓷产业放贷总体上呈不断收窄态势，部分商业银行目前只抽不贷，即使可以贷款，质押物质押比例也开始明显降低，部分商业银行日趋常态化的大额抽贷行为正在加剧产区企业债务危机。

为改善日益恶化的产业融资环境，法库产区管委会正着手成立法库建陶产业集团，统筹推进法库陶瓷在巩固东三省，强化京津冀，拓展海外市场的整体销售业务，以降低企业的交易成本，并积极组建和招引融资担保公司，通过“管委会+公司”模式，引进社会资本参与产业园区管理和运营，不断拓展企业的融资渠道。

“煤改气”已成必然 倒逼企业提质增效

据《报告》显示，原材料成本不断增加成为制约法库产区企业转型升级的第二只拦路虎。资料显示，年初以来，国内纸箱包装产品、煤炭、天然气、熔块制品等基础生产原材料呈现全面上涨态势，生产成本的快速上涨成为法库产区大部分生产企业难以承受之重，而即将展开的“煤改气”工作，更是将企业的综合性生产成本推上新高。园区某企业负责人表示，如果明年产区极力推行“煤改气”的话，企业有可能无法开工生产。

▲煤改气也被提上日程。

对于“煤改气”工作，开发区管委会负责人坦言，由于各产区“煤改气”工作推行步调不一致，短时间来看，法库产区推行“煤改气”的做法的确会造成企业生产成本的增加，产品性价比优势降低等等不利情况，但从长远看，长痛不如短痛，法库产区先行一步，势必会倒逼企业转型升级、提质增效，改变以往企业片面追求“量”的扩张而忽视“质”的提升和品牌建设的经营模式。

▲法库产区正倒逼企业走向品牌和品质的道路。

“2018 年，法库产区将启动陶瓷企业品牌中长期成长计划，设立 200 万元的品牌建设专项资金，加速推动把法库陶瓷产业集群的品牌建设工作纳入到辽宁品牌成长计划中来，以及推动省内重点工程建设项目采购法库陶瓷产品，真正打造几个年产值超 10 亿元，能在国内外市场叫得响的法库陶瓷品牌。”开发区负责人表示。（文/来源于陶瓷信息）

泛高安产区 2018 年第一涨：抛光砖全线上涨 5%

2017 年营销业务全面结束后，泛高安产区陶瓷企业根据经销商客户的发货情况以及厂家的库存情况，开始向经销商发出 2018 年 1 月份产品价格上调通知函，其中主要以抛光砖厂家涨价居多。

2018 年第一涨 只有抛光砖涨起来了

据记者调查了解，2018 年产区的第一次调价中，抛光砖价格普遍上涨 0.2-0.3 元/片，其中瑞源陶瓷企业的涨幅最大，600×600mm、800×800mm 规格每片上涨 0.5-1 元不等。而其他类产品，尽管厂家也发出了涨价通知，但不少企业反映称“涨不起来，客户根本不发货。”

▲抛光砖价格普遍上涨 0.2-0.3 元/片。

沁园春陶瓷市场部经理车烟宁透露，自 2018 年 1 月 3 日起，公司旗下 600×600mm、800×800mm 规格抛光砖分别上涨 0.5 元/片和 1 元/片。据车烟宁预测，本月其公司抛光砖销售额将再次达到 2017 年最高峰单月突破 9000 万元的销售记录。

瑞阳陶瓷集团总经理陈春辉表示，其公司抛光砖产品 2017 年全年都没有涨价，即使在 2017 年上半年，一些抛光砖厂家在销售供不应求的情况下提价，但瑞源陶瓷的抛光砖价格依然非常稳定。此次瑞源陶瓷抛光砖涨价后，2018 年价格将不会再次上调。同时，随着 2018 年国家全面征收环保税后，一些原材料及化工产品的价格还会上涨，而且近两年随着抛光砖产能持续减少，2018 年开春，抛光砖供货会比较紧张，价格也肯定会上涨。

记者走访高安产区一些抛光砖厂家了解到，2018 年 1 月份的这轮涨价潮确实在抛光砖类产品中成功执行，高安产区绝大多数抛光砖生产厂家均表示“产品价格上涨了 0.2-0.5 元不等”。

受产能和库存影响 抛釉砖难以上涨

▲抛釉砖在整个厂区，大部分的厂家库存都很大。

金环陶瓷营销总经理张辉向记者证实：“1 月份大部分高安厂家价格成功上涨，我们公司有两条抛光砖生产线，产品价格也上涨了几毛钱，但是抛釉砖价格却涨不起来，客户听说涨价后根本不发货。而抛光砖产品价格能够上涨主要是产能有限，而且每年的元宵节后抛光砖一直是供不应求，客户也知道年后产品会涨

价，因此趁着年前备货，但主要是一些大客户在备货。”

天瑞陶瓷营销总经理付冠群亦向记者透露：“1 月份我们的产品价格相对比较稳定，主要是开发新产品为明年开年做准备。进入 1 月中旬后，客户打款发货就比较少了，更多的是一些大客户在备货。1 月份产区一些抛釉砖厂家也发出了调价通知，但据我所知难以涨起来，不过仿古砖产品还是能涨一点，毕竟 2017 年仿古砖销售情况不错，很多厂家也没有多少库存，而抛釉砖在整个产区大部分厂家的库存都很大，同时厂家开年会、搞促销更拉低了抛釉砖价格。”

新景象陶瓷董事长喻国光分析认为，2018 年瓷砖产品价格肯定会涨，因为随着环保税、矿产资源税的开征，以及政府对环保治理的要求不断加严，2018 年瓷砖的原材料价格势必还会继续上涨，2017 年产区已经有一部分厂家处于微利或者无利的运营状况，如果生产成本继续上涨，企业根本没有利润。（文/来源于陶瓷信息报）

禁止陶企夜间制粉 29 个月后，淄博拟解开禁令！

日前，记者从淄博市相关部门获悉，为进一步帮助陶企降低生产成本，满足陶企正常生产需求，尤其是在当前市场形势下帮助陶企提升市场竞争优势，淄博市政府有关部门目前正积极调研探讨对建陶行业恢复全天制粉可行性方案。

据悉，淄博市委督查室近期委托淄博市环保部门对陶企恢复全天制粉事宜进行调研，要求在达标排放，不影响环境质量，实现安全生产的前提下，尽快制定出可行性方案。

2015 年 8 月，淄博市环保局下发通知要求，自 2015 年 8 月 30 日起，在 18:00 至次日 8:00 时段，淄博所有建陶企业一律停止喷雾干燥塔制粉作业。因此自 2015 年 9 月份以来，禁止陶企夜间制粉成为有效控制陶企减排的重要手段之一，同时也是影响陶企正常生产的一道紧箍咒。迄今为止，淄博市实施禁止建陶行业夜间制粉已有 29 个月的时间。

淄博市一政府部门负责人告诉记者，此前，由于淄博产区建陶体量大，而环保容量又相对较小，为进一步保障环境质量，环保部门出台禁止陶企夜间制粉这一规定。这在淄博建陶产业转型升级前，的确发挥了一定的减排效果。但如今，淄博建陶产业转型升级初步完成，禁止夜间制粉则成为困扰淄博建陶企业正常生产的发展瓶颈，尤其是在当前形势下，它大大削弱了淄博陶企的竞争优势，同时提高了陶企的生产成本。

“当前的淄博建陶环保治理水平已远远好于过去，保留陶企全部实现了达标排放，不少企业甚至达到了超低排放。但由于目前依然禁止夜间制粉，导致陶企制粉能力大大降低，从而影响了各陶企的正常产能。基于此，在保障不影响环境质量、安全生产的前提下，可以探讨恢复全天制粉，以便进一步降低企业生产成本，保障生产安全。当前，淄博市环保局及政府有关部门正在调研探讨实施方案，淄博产区在不久的将来或将逐步恢复全天制粉。”上述政府部门负责人如是说。

事实上，通过转型升级，淄博当地保留下来的企业都是在环保治理方面做得不错，而且各企业也都面临着良好的市场机遇。

据了解，对于淄博陶企来讲，恢复全天制粉，有利于满足陶企正常制粉需求，有利于降低企业成本，如陶企在夜间制粉时电费低廉，可以降低陶企用电成本。截至目前，相关实施方案正在进一步调研探讨中，尚未正式批复，但或将不久实

施。

上述政府部门负责人指出，即使恢复全天制粉，并不代表可以放松环保要求，企业更应严格遵守相关政策规定，环保部门也将加大检查、巡查力度，以此维护多数陶企的利益。（文/来源于陶瓷信息报）

为了达到陶瓷销售收入过330亿元的目标，夹江准备这样做！

近年来，夹江产区一直大力践行绿色建陶，淘汰落后产能，积极推动夹江陶瓷行业转型升级绿色发展。在调查中记者发现，2018 年夹江产区内将掀起一波改造升级热潮，其中包括有目前正在改造的建辉陶瓷技改新线项目和新泰和新线扩建项目、广乐技改新线项目以及黄土、甘江、甘霖等境内“退城入园”搬迁项目等。

因此，2018 年产区将继续坚持实施“改造升级”为主线，助推夹江陶瓷产业在上一个新台阶。据了解，近 4 年，夹江县技改新建高端陶瓷生产线项目 32 条，总投资 40 多亿元，淘汰落后生产线 28 条，新建生产线劳动生产率提高 40%。2017 年全年，全县陶瓷产业完成固定资产投资 34.6 亿元，占全县工业投资的 53.7%，高档陶瓷占比提高到 35%。

上述数据是记者从经信局处获悉，但是从数据中或许不难发现，近年来在在改造升级的过程中夹江陶瓷产业取得了不俗的成绩，但是仍还有一批陶瓷企业没有完成升级。因此，在 2018 年里夹江政府继续坚持“改造升级”为陶瓷产业的指导方针。

在乐山市第七届人民代表大会第三次会议上，夹江县县长袁月表示，在陶瓷产业的发展问题上，2018 年产区的重点是改造提升陶瓷产业，加快推动索菲亚瓷抛砖、华宏抛釉砖等退城入园项目入园，并积极鼓励兴泰和金刚晶抛生产线项目早日建成投产，加快“西部瓷都”区域品牌建设，力争陶瓷产销率保持 96%以上，销售收入突破 330 亿元。

与此同时，在大力改造升级陶瓷产业的过程中，需要积极培育新材料、先进装备等新兴产业的崛起，加快推进夹江碳纤维陶瓷、安德盖姆石墨烯地暖瓷砖等项目的建设，力争新兴产业主营业务收入增长 30%。不可否认，近年来夹江县加快了陶瓷产业转型升级步伐，围绕高端陶瓷、功能性陶瓷、工艺美术陶瓷、卫生洁具陶瓷等高附加值产品，引导全县陶瓷企业向“减量、提质、增效、入园”转型升级发展，不断优化产品结构。在改造升级的过程中也诞生了珠峰、索菲亚、香莱尔、金翔、盛世东方等一批高档陶瓷生产线竣工投产。对此，夹江县经信局相关负责人表示，“在未来，我们将加快推进全县陶瓷企业的技改升级，使夹江陶瓷更有科技含量，助力夹江经济腾飞”。（文/综合整理）

首批 9 家“广东优质”品牌认证企业佛山占 5 家，获证数居全省第一

“广东优质”·QBBSS 质量列车近日正式亮相广州地铁 1 号线，这辆质量列车上展示了经过“广东优质”严格认证的首批 9 家企业品牌和首批 QBBSS 质量保障认定产品。在首批 9 家获得“广东优质”品牌认证的企业中，有 5 家是佛山企业，佛山获得认证的企业数量居全省第一。这样的佳绩有助于提升佛山供给体系质量，深化佛山供给侧结构性改革，助力佛山将“佛山制造”打造成“中国制造”最高品质，推动“佛山制造”向“佛山创造”转变、“佛山速度”向“佛山质量”转变、“佛山产品”向“佛山品牌”转变，为佛山创建全国质量强市示范城市注入新活力。

5 家佛企产品获“广东优质”品牌认证

在首批 9 家获得“广东优质”品牌认证的企业中，上榜的 5 家佛山企业分别是广东美的生活电器制造有限公司、广东新明珠陶瓷集团有限公司、蒙娜丽莎集团股份有限公司、广东万和新电气股份有限公司、广东宏陶陶瓷有限公司。

去年 9 月，广东省在全国创新开展“广东优质”品牌认证工作，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等四类。“广东优质”品牌认证是在广东省质量强省工作领导小组指导下开展的自愿性产品认证，通过“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，采用与国际接轨的先进标准作为认证依据，对符合高标准、高品质要求的广东产品和服务进行认证，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。

“万和产品获得‘广东优质’品牌认证，使得消费者购买万和产品更加放心。”广东万和新电气股份有限公司质量管理总监姚颖还分享了万和新电气公司申报“广东优质”品牌认证的经验，“在产品达到‘广东优质’品牌认证相关标准的前提下，按《广东优质认证实施规则》申报即可。申报程序比较简单，整个流程也比较顺畅。”

“佛山制造”质量升级再上新台阶

谈及当初申报“广东优质”品牌认证的初衷，姚颖告诉记者：“‘广东优质’品牌认证是采取国际通行的认证模式，采用与国际接轨的先进标准作为认证依据，

如果企业能够获得这一品牌认证，就说明这家企业的产品已经达到国际先进水平。”

佛山 5 家企业获得首批“广东优质”品牌认证，是市质监局积极发动企业申报的结果。这不仅代表这些企业的产品达到国际水平，更是我市陶瓷、家电行业转型升级结果的体现，也是社会各界对“佛山制造”产品的高度认可。

在创建全国质量强市示范城市的过程中，佛山注重打造产品品牌、企业品牌、区域品牌三位一体的“佛山制造”品牌发展体系，佛山 5 家企业获得首批“广东优质”品牌认证，有助于佛山进一步擦亮产品品牌、企业品牌，推动“佛山制造”质量升级再上新台阶。市质监局有关负责人介绍，首批获得“广东优质”品牌认证的企业全部导入了 QBBSS （全程质量提升保障体系），消费者能全面了解到产品质量信用、质量标准、质量检测、质量追溯、质量保险等信息，有助于提升“广东优质”品牌认证产品的知名度和市场认可度。

去年出台实施的佛山工业产品质量提升三年行动计划提到，培育和推动企业争创“广东优质”品牌称号，2017~2019 年，各区每年组织推荐申请的企业数不少于两家。与之配套的佛山工业产品质量提升扶持办法提出，对获得“广东优质”品牌认证称号的企业，每个称号给予一次性扶持资金 10 万元。市质监局有关负责人认为，佛企获得“广东优质”品牌认证，是我市坚持实施“以质取胜、技术标准、品牌带动”三大战略的具体体现，也是有效落实工业产品质量提升行动计划的具体举措，有助于显著增强佛山质量优势、创建全国质量强市示范城市工作。

新闻链接

企业如何申报“广东优质”品牌认证？

“广东优质”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等四类产品，涉及佛山的家电、陶瓷两大支柱行业。佛企应如何申报“广东优质”品牌认证？

第一步，企业要向“广东优质”认证联盟（以下简称“联盟”）提交申报，联盟在对申报材料审核后，由企业自愿选择联盟内符合条件的认证机构受理认证；

第二步是抽样检测，认证机构到企业的生产线末端或成品仓中进行抽样并送至第三方检验机构进行检测；

第三步是企业现场检查，认证机构根据联盟统一制定的广东优质认证实施规

则，对企业的质量保证、技术研发、顾客与市场管理等能力进行现场检查；

第四步是审核发证，联盟对认证机构的认证结果进行审核确认，审核通过后统一制定认证证书的编号和样式，由认证机构颁发“广东优质”认证证书，证书有效期为 3 年。在证书有效期内，获证产品可在包装、装潢、说明书、广告宣传以及相关经营活动中使用“广东优质”标志。

需要注意的是，获证产品也要接受认证机构的证后监督检查，如果发现获证产品出现质量问题或不符合认证要求，认证机构将对认证证书进行暂停或撤销处理，相关产品也不能继续使用“广东优质”标志。（文/来源于佛山日报）

江西景德镇：陶瓷居商品类投诉榜首

2018 年新年伊始，江西省景德镇市市场和质量监督管理局消费者权益保护局公布了“瓷都”2017 年消费维权数据，陶瓷居商品类投诉榜首。

据介绍，截至 2017 年 12 月 31 日，景德镇市市场和质量监督管理局投诉举报中心共接到投诉电话 5018 个，回答各类来电咨询 3187 件，受理投诉 1831 起，办结率 100%；办理有效投诉调解 1004 件，调解成功 866 起，成功率 86.25%;涉及争议金额 105.97 万元，为消费者挽回经济损失 74.6 万元。

商品类投诉前五位的是：陶瓷类投诉，共计 566 件;家电器类投诉；手机通信设备类和服装鞋帽类投诉;装修材料类投诉;电动自行车、汽车类商品质量。其中，网上陶瓷销售投诉达 540 件，占陶瓷类投诉的 95.4%，主要涉及虚假宣传、“三无”产品和邮寄物流等问题。服务类投诉排名前三位的分别是：美容美发等行业的预付卡投诉、装修装饰投诉、电信通信投诉。

2017 年，景德镇市市场监管局围绕宣传贯彻《消费者权益保护法》《江西省实施<消法>办法》，大力推进消费教育引导体系建设，强化消费维权宣传工作力度，落实了投诉举报体系“三线合一”建设，建立健全了投诉举报中心制度。以在媒体刊登消费警示和《消法》解读、通过 12315 热线及现场接受投诉为切入点，对服装鞋帽、汽车消费、家用电器、保健品等消费和投诉热点进行了案例剖析和消费提醒，对网络购物、邮寄购物、消费欺诈、霸王条款等现象进行了深入解读;指导和帮扶各县(市、区)局开展落实 12315 消费维权服务站进市场、企业、景区的活动，开展“一会两站(消费者协会分会、消费者投诉站、12315 联络站)”工作。（文/来源于中国质量新闻网）

江苏省工商行政管理局 2017 年网络商品质量抽检结果

2017 年，江苏省工商局组织对省内网络经营主体通过互联网销售的小家电、毛巾、蚊帐、泳装、灯具类商品进行质量抽查检验。此次抽检以问题为导向，在抽样中主要选择网络交易量相对较高、社会关注度较高和消费者投诉相对集中的品种，检验项目也以发现问题相对较多的项目为主。

一、2017 年网络交易小家电类商品抽检情况

此次抽检的小家电商品共 233 批次，涉及天猫、淘宝网、京东、苏宁易购、1 号店 5 家网络交易平台，抽查品种包括电风扇、按摩器、电磁炉、电饭煲、电热水壶、加湿器、电压力锅、坐便器和室内加热器 9 个品种。经检验， 202 批次合格，31 批次不合格，合格率为 86.7%。其中，电风扇 34 个批次中，32 个批次合格，2 个批次不合格，合格率为 94.1%； 按摩器 31 个批次中，17 个批次合格，14 个批次不合格，合格率为 54.8%；电磁灶 15 个批次中，14 个批次合格，1 个批次不合格，合格率为 93.3%；电饭煲 15 个批次中，15 个批次合格，合格率 100%；电热水壶 15 个批次中，15 个批次合格，合格率为 100%；加湿器 30 个批次中，1 个批次不合格，合格率为 96.7%；电压力锅 13 个批次中，13 个批次合格，合格率 100%；坐便器 30 个批次中，26 个批次合格，4 个批次不合格，合格率为 87.1%；室内加热器 50 个批次中，41 个批次合格，9 个批次不合格，合格率为 82%。

此次抽检检验项目主要是标志和说明、输入功率和电流、工作温度下的泄漏电流和电气强度、电源连接和外部软线等。经检验，主要不合格项目是标志和说明、电源连接和外部软线、输入功率和电流、结构。

针对本次商品质量抽检的情况，江苏工商行政管理部门向广大消费者发布以下消费提示：

1、理性对待促销活动。小家电是网购促销的热门商品，但其生产、仓储安全要求较高。但部分商家为了满足消费者低价诉求，可能提供所谓网购专供型号，偷工减料、压缩成本；或者虚标原价再打折。消费者在选购时，理性对待降价促销活动，尽量选择知名度高、信誉好的经营者，看清型号和参数，避免购买“三无产品”、假货、水货、返修机。

2、注意查看认证标志。对于被列入国家强制性认证目录内的产品，选购时

一定要选择具有 CCC 认证标志的；对于未列入国家强制性认证目录的产品，也要尽量选择有相关认证标志的，如 CQC 认证标志。经过国家强制性认证或相关认证机构认证的产品，其质量相对可靠。

3、仔细阅读使用说明。使用前要仔细阅读产品使用说明书，按照说明书的要求使用产品，要求接地的产品应注意接入的电源插座也要具备接地端子。

二、2017 年网络交易毛巾、蚊帐、泳装类商品质量抽检情况

此次抽检的 30 个批次毛巾、20 个批次蚊帐和 20 个批次泳装商品，涉及天猫、京东、苏宁易购 3 家网络交易平台。其中毛巾 30 批次中，27 个批次合格，3 个批次不合格，合格率为 90%；蚊帐 20 个批次中，18 个批次合格， 2 个批次不合格，合格率为 90%；泳装 20 个批次中，11 个批次合格， 9 个批次不合格，合格率为 55%。

此次抽检检验项目主要是产品使用说明、甲醛含量、pH 值、禁用偶氮染料、耐水色牢度、耐汗渍色牢度、耐干摩擦色牢度、耐湿摩擦色牢度、耐洗色牢度、纤维含量、异味、吸水性、耐氯漂色牢度、耐氯化水色牢度、拉伸弹性伸长率、胀破强力。经检验，毛巾不合格的项目主要包括：产品使用说明、纤维含量、吸水性、pH 值。蚊帐不合格的项目主要是：产品使用说明。泳装不合格的项目主要包括：产品使用说明、纤维含量、耐光色牢度。

针对此次抽检中发现的问题，江苏工商行政管理部门向选购毛巾、蚊帐、泳装的消费者发布以下消费提示：

1、重品牌选择。多年以来的抽查结果显示，认证产品、知名品牌的产品合格率相对较高。选购时可优先考虑。

2、重标识查看。对于没有标识，或标识中未标注企业或企业地址、产品规格和成分含量、执行标准，无耐久性标签，以及吊牌、耐久性标签、产品包装之间说明内容不一致的产品，购买时须慎重。

3、重异味防范。纺织品在印染和后整理加工中要使用多种整理剂和助剂，如加工工艺不当残留多余化学成分，对人体就会造成伤害。消费者在选购时，除要注意以上选购技巧外，还可以闻一闻“味道”，如果产品散发出刺激的异味，就有可能有甲醛残留，最好不要购买。此外，在挑选颜色时，浅色产品的染色牢度超标的风险会小些。

三、2017 年网络交易灯具类商品质量抽检情况

此次抽检的 100 批次灯具商品，涉及天猫、淘宝网、京东、苏宁易购、阿里巴巴 5 家网络交易平台。经检验，45 个批次合格， 55 个批次不合格，总体合格率为 45.0% 。

此次抽检检验项目主要是：标记、结构（光生物危害试验除外）、外部接线和内部接线、防触电保护、防尘、防固体异物和防水、绝缘电阻和电气强度、耐火和耐起痕、电源端子骚扰电压、谐波电流。经检验，不合格项目主要是：标记、外部接线和内部接线、绝缘电阻和电气强度、耐火和耐起痕、骚扰电压等。

针对此次商品质量抽检情况，江苏工商行政管理部门向选购灯具类商品的消费者发布以下消费提示：

1、重质量安全。灯具产品虽然功能较为单一，但质量安全很重要，质量不合格灯具产品，会存在安全隐患。消费者在选择灯具产品时，不能只注重灯具的外观，忽视了灯具质量。

2、重认证标志。室内灯具品种，绝大多数需要经过国家强制认证。对于被列入国家强制性认证目录内的产品，选购时一定要注意查看 CCC 认证标志。网上选购时，可以向商家查阅检验报告，查看报告中是否包含结构、防触电保护、防尘和防水、耐热、耐火和耐起痕等重点项目。（文/来源于江苏省工商局）

肇庆数十家陶瓷厂已停限产！新方案出台，将关停退出一批……

日前，肇庆市环保局发布了关于大气污染应对措施落实情况的督查结果：其中，鼎湖区陶瓷企业停产 9 家、限产 13 家，高要区 35 家陶瓷限停产 31 家，四会市陶瓷 7 家全停。时至农历年末，肇庆不少陶瓷厂已经陆续停产检修放假，据知情人士透露，肇庆广宁县的 6 家陶瓷厂在 1 月 5 日前均已停窑，肇庆鼎湖贝水的陶瓷厂有 80%已停窑，预计本月底前都将停窑检修。

据悉，日前肇庆市已印发《关于推动传统低效产业退出和整治提升工作方案的通知》，对陶瓷等七大行业依法依规关停、引导退出和整治提升，并划定时间节点，监督任务完成。2018 年，肇庆的陶瓷行业将面临关停、退出、整治提升…

应对大气污染，数十家陶瓷厂停限产

据悉，1 月 14 日，肇庆市环委会办公室发出了关于做好不利气象条件下大气污染应对措施的通知，提前启动不利气象条件下大气污染应对工作。根据气象分析 1 月 19 日至 25 日，肇庆市受弱高压脊控制地面风小，维持静稳天气，气象条件不利于空气污染物的稀释、扩散和清除将出现雾霾天气。

1 月 20 日—21 日，肇庆市环保局派出 5 个巡查组奔赴东南片区督导工业企业进行限产停产措施、强化工地扬尘污染治理联防联控治理工作。

1 月 20 日—21 日鼎湖区共出动执法人员 255 人次。在工业源方面共检查工业企业 10 家，停产 1 家，限产、错峰生产 8 家，陶瓷企业停产 9 家、限产 13 家，印染企业停产 4 家、限产 12 家，熔铸限产 12 家；在面源方面共检查工地等扬尘项目 58 项次；巡查餐饮油烟 6 家，发现并处理露天焚烧 2 个；在移动源方面共检查 6 辆机动车。

1 月 20 日—21 日高要区共出动执法人员 724 人次。在工业源方面共检查工业企业 23 家，停产 20 家、限产 3 家，35 家陶瓷限停产 31 家，印染停 10 家，熔铸停产 18 家；在面源方面共检查工地等扬尘项目 53 个工地停工 28 个；检查堆场、砂场 3 个，发现并处理露天焚烧 7 个；在移动源方面共检查 77 辆机动车，不合格 6 辆，查处泥头车撒漏行为 8 宗。

1 月 20 日—21 日四会市共出动执法人员 248 人次。在工业源方面共检查工业企业 68 家，不合格数 12 家，停产 21 家，限产（错峰生产）17 家，陶瓷 7 家

全停，印染 12 家全停，熔铸停 15 家，塑料停 16 家，玻璃停 2 家；在面源方面共检查工地等扬尘项目 20 个，不合格需整改 4 个；巡查餐饮油烟 20 家，发现并处理露天焚烧 1 个；在移动源方面共检查 34 辆机动车。

时至农历年末，肇庆不少陶瓷厂已经陆续停产检修放假。相关人士告诉陶卫网记者，肇庆广宁县的 6 家陶瓷厂在 1 月 5 日前均已停窑，肇庆鼎湖贝水的陶瓷厂有 80%已停窑，预计本月底都将停窑检修。

出台方案，对陶瓷等行业关停、退出、提升划定时间节点

据媒体报道，淘汰落后产能是“十三五”的一项重要任务，肇庆市于 2017 年根据自身情况，推动传统低效产业退出和整治提升行动，通过整合环保等力量，推动全市转型升级，不断强化源头防控。2017 年，肇庆市主动请缨，请求进入省环保督察第一批城市名单，并接受省大气和水污染防治专项督查，同时，开展针对“小散乱污”的百日环保执法，以铁腕执法推动落后产能淘汰，倒逼全市转型升级。

日前，肇庆市印发了《关于推动传统低效产业退出和整治提升工作方案的通知》，对陶瓷、印染、电镀、造纸、制革、固体废弃物加工利用（主要指废塑料、废五金、废纸）、冶炼（主要指熔铸）等七大行业依法依规关停、引导退出和整治提升，并划定时间节点，监督任务完成。另外，肇庆市正在制定《肇庆市建筑陶瓷产业转型升级工作方案》，实行“扶持壮大一批，改造提升一批，关停淘汰一批”，切实推进陶瓷产业退出和整治提升。

2017 年以来，肇庆对陶瓷产业的环境整治力度加强。2017 年 3 月 31 日，肇庆市环保局发布通知，确定了 225 家企业为 2017 年肇庆市重点监控企业，其中废气类企业 86 家，陶瓷企业有 63 家。肇庆于 2017 年 10 月正式提高陶瓷企业废气排放标准，氮氧化物的排放标准从 180mg/m³ 收紧至 100mg/m³，二氧化硫将从 50mg/m³ 收紧至 30mg/m³。

2017 年 12 月 19 日，肇庆市环境保护委员会办公室因为环保原因印发了《关于进一步贯彻落实 2017 年节能减排紧急调控措施的通知》要求，肇庆东南片区陶瓷企业提前按年度计划停产检修（已改用天然气的生产线除外）（重磅丨肇庆东南片区（高要、白土、贝水）全部陶瓷厂紧急停产），落实期限为 2017 年 12 月 19 日起至 2018 年 1 月 1 日止。

1 月 13 日，广东省环保厅公布了 2017 年广东城市环境质量排名。根据综合指数排名，肇庆排名全省第 18 名，列江门、广州、佛山之前。此外，除佛山、韶关、东莞、江门、肇庆、清远、云浮等 7 市未达标外，其余 14 市平均浓度均达到国家二级标准。按照这个排名，肇庆、江门、佛山等地 2018 年环保治理的力度或将进一步加强。（文/来源于陶瓷资讯）