

# 2019 年度建陶行业十大关键词



2019年,许多陶瓷产区受到政策环境迭代的毁灭性打击。图为北方某停产的陶企,厂门口一片冷清。

## 关键词一 政策环境迭代

近年来,政策环境对建陶行业的影响越来越深。以前行业竞争是企业与企业之间的竞争,企业在市场竞争中优胜劣汰,现在行业淘汰的方式很大程度是政策引导企业退出。

2019年,在环保考核与地方政绩挂钩的情况下,建陶产业成为很多地方政府手中的烫手山芋。7月18日,临沂出台《工业污染源整治攻坚方案》,要求建陶企业在2019年7月31日前完成清洁能源替代或清洁燃烧技术改造,逾期未完成的停产整治。

9月15日,肇庆市人民政府印发《肇庆市引导和扶持陶瓷企业转型升级工作实施方案》,对肇庆“煤改气”期限等方面作出了重大调整——鼎湖区陶瓷企业原则上保留3家优质企业实施“煤改气”,并且确保在2020年1月底前全面完成改造升级工作,其余的陶瓷企业务必在2020年底前实现全面退出转型。

除此之外,福建南安43家建陶企业因环保整治,有6家企业停产或关闭;广东江门91条生产线2020年前完成煤改气或自主选择关停;广东佛山西樵15家陶瓷抛光企业,在2019年8月前搬迁关闭……

通过梳理各地的陶瓷产业政策可以发现,政策形势已发生了180度的大转弯,泛佛山、山东、河南、河北、山西、四川、甘肃等多个产区,都在出台各种政策限制陶瓷产能,新一轮的产区洗牌正在进行。

## 关键词二 环保提标

2019年上半年,全国各大陶瓷产区的“更严”环保标准纷至沓来。

6月11日,《四川乐山市打赢蓝天保卫战实施方案》要求“退城入园”陶瓷生产线喷雾干燥塔、烧成窑出口烟尘排放浓度低于5mg/m<sup>3</sup>、二氧化硫排放浓度低于35mg/m<sup>3</sup>、氮氧化物排放浓度低于100mg/m<sup>3</sup>,破碎、磨磨、球磨工艺粉尘排放浓度稳定低于10mg/m<sup>3</sup>,原料库实现全封闭。

6月25日,山东省《区域性大气污染物综合排放标准》(DB37/2376-2019)发布,并于2019年11月1日起实施。该标准对核心控制区要求的大气污染物排放浓度限值为颗粒物5mg/m<sup>3</sup>、二氧化硫35mg/m<sup>3</sup>、氮氧化物50mg/m<sup>3</sup>。

而在广东产区,1月4日,广东省生态环境厅发布关于公开征求《陶瓷工业大气污染物排放标准》(征求意见稿)的公告,明确颗粒物、二氧化硫、氮氧化物排放浓度限值为20、30、100mg/m<sup>3</sup>;1月18日,《江门市环境质量限期达标规划(2018-2020年)》印发,要求加快实施陶瓷等污染行业企业退出政策,全市陶瓷生产企业大气污染物排放到2019年底前收严到120mg/m<sup>3</sup>,2020年底前收严到100mg/m<sup>3</sup>。

河南省亦要求,2019年底前,符合条件的建筑陶瓷和日用陶瓷企业完成提标治理:喷雾干燥塔、陶瓷窑炉烟气在基准氧含量18%的条件下,颗粒物、二氧化硫、氮氧化物排放浓度分别不高于10、35、100mg/m<sup>3</sup>。

……  
环保的进一步加码,对于当下陶企生存而言无异于“雪上加霜”,加速落后产能和低效益企业的退出。

## 关键词三 淘汰洗牌

7月30日,中国建筑卫生陶瓷协会公布了一组统计数据:继2018年137家规模以上建筑陶瓷企业退出历史舞台后,2019年前五个月,又有104家规模以上建陶企业被淘汰或主动退出。

这与今年以来行业频频传出的陶瓷企业破产、停产、倒闭等消息相一致,然而事实也许比这一数据更为糟糕,因为未退出的陶瓷企业中,存在不少企业开工生产线不足一半的情况,即便如此,生存下来的不少企业仍感受到来自市场刺骨的寒冷。

在失信方面,2019年上半年全国各大产区共有200多家陶瓷及配套企业,被列为失信企业。据统计,这些失信企业上榜的原因大部分为拖欠供应商货款、拖欠工资、欠银行贷款等。另一方面,陶企拖欠员工工资、拖欠供应商货款被堵门的事件频发。据《陶瓷信息》发起的一项“陶企拖欠员工工资现象”的问卷调查,超过50%的陶企存在拖欠员工工资现象。

纵观倒闭、关停、破产、拍卖的诸多陶企,多为名声不显、渠道薄弱、实力不济、发展方向不明、债务关系复杂的企业。多方信息表明,陶瓷行业的发展正加速进入洗牌的深水区,低端中小企业生存越来越艰难,随时面临被淘汰的危机。

## 关键词四 终端撤店潮

行业形势艰难,已经深刻波及到终端市场及陶瓷商贸配套行业。2019年,《陶瓷信息》记者在佛山石湾、南庄一带的陶瓷交易市场及写字楼发现,部分市场及写字楼已经出现较高的空置率,一些老旧写字楼的二楼以上区域,正常营业的商家十不存一。

10月份,《陶瓷信息》记者在淘宝阿里拍卖网整理发现,有54家建材商铺被拍卖,涉及金额约1.6亿,其中有26起拍卖案件正在进行中,15起案件处于流拍状态。

卖场过剩、店面过剩、销售下滑、利润走低,已是不争的事实。尤其是近两年,随着工程渠道的强势崛起,以零售为主的经销商业绩全面下滑,撤场关店时有耳闻。过去,厂家要求经销商组建团队,公司化运营,现在,瓷砖产品的销售渠道和方式完全变了,经销商必须顺应市场的变化,从原来的零售商,逐步转向工程服务商,才能在激烈的市场中获得新的增长。

## 关键词五 低开窑率

2019开年以来,陶瓷市场一直不温不火,即便是在开工不足的情况下,很多陶企也面临巨大的产销压力。

据《陶瓷信息》记者统计,2019年不少建陶产区高峰期的开窑率仅有60%左右,江西、四川等相对较为理想的产区,高峰期开窑率大致在80%左右。低开窑率成为今年陶瓷行业的“众生相”,但饶是如此,市场形势依旧没有热销的迹象,很多生产线才刚刚开启,就因为库存压力,不得不再次停产。

特别是7月上旬,各陶瓷产区开工率与产销率均进入低谷。据《陶瓷信息》统计,7月份江西西安的开窑率在七成左右,陶企产销率普遍在6-7成左右;山东淄博近4成生产线处于停产状态;山东临沂多数陶企面临巨大的销售压力,产区产销率为50%-60%;辽宁产区当前实际开工生产线数量为40条,开工率约为50%,低于历年同期平均水平5个百分点;北方六省(陕甘宁晋冀豫)开工率约50%,产销率50%左右,停产企业超过70家,其中长期停产企业22家。

到2019年底,陶瓷企业提前进入停窑季,北方不少产区10月中下旬就迎来停窑高峰期,到12月上旬,整个北方地区停窑率超过九成。

## 关键词六 大型陶企跑马圈地

1月10日下午,简一大理石瓷砖新生产基地签约落户广西梧州,占地1500亩,总投资25亿元,首期投资10亿元以上。

3月27日,蒙娜丽莎广西藤县生产基地举办隆重的奠基仪式,该基地是蒙娜丽莎走出广东战略布局后的首个生产基地。据悉,该生产基地占地约1700亩,规划新建10条生产线,年产能约7200万平方米,全部为高端、智能的建筑陶瓷生产线,每条生产线用工不超过70人。

5月21日,将军企业签约湖南衡阳的界牌陶瓷产业园,投资23亿,新建1700亩生产基地。将建设12条高档陶瓷生产线。项目投产后,将实现产值20亿元,税收超亿元的目标。

11月29日,东鹏(永川)智能家居创意产业园在重庆市永川区三教产业园举行投产点火仪式,据介绍,该项目总投资25亿元,总用地1768亩,主要建设瓷砖生产线10条、陶瓷卫浴(含智能马桶)生产线3条。

……  
从大型陶企的投资方向来看,广西藤县周边、重庆以及湖南衡阳是新一轮陶企投资的热土。同时,在新一轮扩张中,陶企投资的新生产线硬件配置更高,智能化水平更高。

## 关键词七 工程战略集采

“过去二十年,得经销商者,得天下;未来二十年,得工程渠道者,得未来。”这句话被越来越多的行业人士所认同。

相关数据显示,2018年全国TOP20房企销量总和达5.8万亿元,TOP100房企销量总和达8万亿元,伴随着精装房政策的持续推进,仅房地产精装项目的战略集采就蕴藏着近千亿市场。从发展势头来看,未来工程渠道大有可能取代传统经销商,成为瓷砖销售第一渠道。

基于此,众多大型陶企开始全面备战,角逐工程市场,受到大型房地产公司的精装房项目刺激,近几年陶瓷行业TOP品牌的市场份额持续猛增,并促成陶瓷行业品牌集中度的进一步提升。

可以预见,在工程渠道的催化下,实力型、品牌型陶企的优势进一步显现,加速提升建陶行业的品牌集中度,同时倒逼陶企企业的管理模式随环境之变而改变。

## 关键词八 超大吨位压机

2019年,科达在超万吨大板压机的研发上继续提速,33万吨超大吨位压机KD33000最大可压制板材规格达到了1800×3200mm,为中国3万吨以上超大吨位压机全球话语权的提升,又注入了一剂强心针。

6月19日,国产超大吨位压机——恒力泰HT36000压机正式在蒙娜丽莎集团西樵生产基地投入试运行,并成功压制出第一片1600×3600mm陶瓷大板。这是迄今为止国产首台36000吨位压机,对中国建陶行业而言,是一项标志性的技术创新。

回顾过去三十年国产压机的发展历程:自1988年,我国第一台自动液压压机(600吨)研制成功,拉开压机装备国产化序幕以来,我国压机吨位一路历经1000吨、3200吨、4800吨、5000吨、7800吨,到2015年进入“万吨时代”,在长达近三十年时间里,国产压机吨位一直在万吨以内。

但2015年以后,在创新技术的驱动下,国产压机吨位在短短几年时间,就从1万吨飙升至1.68万吨、3.6万吨,呈现几何级增长。可以看到,近几年国产压机创新提速,并取得了突飞猛进的瞩目成绩。

## 关键词九 岩板爆发

2019年,岩板“火”透了整个行业。

2019广州建博会上,LAMINAM、德赛斯、蒙娜丽莎、BTP、依诺、德利丰等建陶企业均不约而同地展出岩板产品及相关应用方案。2019佛山秋季陶博会上,各大参展企业的展位“除了板,还是板”,甚至呈现出“板”比“砖”多的现象。

不惟佛山,在2019高安陶瓷采购节上,近3成企业展示了大板系列产品;而在淄博陶博会上,大板、大规格、厚板几乎占了参展产品的50%,数十家陶企重点展示1200×2400mm、1800×3600mm等规格的大板产品。

业内人士表示,虽然国内真正意义上拥有大板(岩板)生产线的企业屈指可数,但几乎稍微有点规模和影响力的品牌,都推出了自己的大板(岩板)产品。岩板的产业集群可以说已初具规模,并不时有新的创新点、链接点浮出水面。

## 关键词十 厚砖走热

2019年,在终端家装零售明显萎缩的背景下,越来越多的企业瞄准各种工程渠道,继而在各大展会上展出厚砖、厚板。

从2019淄博陶博会陶企增加对厚砖的展览,到2019意大利博洛尼亚展各类产品呈现“大+厚”的趋势。再到2019佛山秋季陶博会上,十余家陶企在展会上齐推厚砖。一时间,厚砖呈现出“大火”之势。

究其原因,诸多业内人士表示,当下经济走势下滑,国内陶企寻求生产差异化产品,以此突破市场限制。与此同时,在环保高压下,各产区限制对原始材料的开采,导致石材供货量逐渐下降。在此背景下,“通体厚砖”凭借优异的物理性能迅速走热,在高层建筑裙楼、幕墙、户外地面铺装等领域都有广阔的应用前景。

(冯若茜整理)