

高安 2019 全年 9 成产销率完美收官 2020 迎接“集中供气”成本挑战

2019 年高安陶瓷的关键词是：中板、高产、高产销率以及集中供气。

2019 年下半年，中板作为高安产区的特色产品，备受业界关注，生产线在两三年内增加到 20 余条。今年 10 月份，罗斯福陶瓷率先在产区本土企业中建成首条智能化大板生产线，开启高安产区智能化发展的新征程。

未来几年，中国建陶行业形势如何发展，不少业内人士表示“形势会更加严峻”，但对于即将过去的 2019 年，高安产区的整体形势比 2018 年相对要好。产区全年产销率达 90%，凭借稳定的产品品质，以及强大的产能规模优势和丰富的产品链，贴牌渠道进一步优化和丰富。山东淄博等地的贴牌商纷纷进驻高安，高安本土企业陆续与东鹏、欧神诺、诺贝尔等国内一线品牌签订产品战略合作协议。

稳定的政策环境是高安产区在当前行业形势下最有利的支撑，当地政府未雨绸缪，引进济民可信集中供气项目，同时高安产区十年来积淀的规模优势和品质基础，获取了大批优质的贴牌资源。

最关键的是，近两年高安产区企业的创新力开始凸显，企业的创新速度不断加快。从负离子瓷砖、通体大理石，到瓷抛砖、中板、大板等新产品基本与佛山产区同步发展。



图为江西高安罗斯福陶瓷的智能化大板生产线。

高峰期产销率超过 100%

2019 年，山东、河南、广东等产区的整体形势均不容乐观，高安产区 5、6、7 三个月也遭遇了严重的滞销，尤其是瓷片滞销严重。7 月份，高安产区企业的开工率仅有 65% 左右，但随着 7 月份以后临沂等产区的停产，以及高安产区中板的迅速扩张，推动了整个高安产区下半年产销两旺的市场形势。

据记者了解，11 月份高安产区陶瓷企业的产销率基本都在 100%-120% 左右，进入 12 月份，高安多家陶企销售负责人透露，已经完成了全年 90% 的销售业绩。

奥巴马陶瓷营销总经理王备荒表示，2019 年抛釉砖生产线的产销率可以实现平衡，但瓷片的销售业绩与年初的目标相差较大，瓷片受中板冲击，导致整体销量下滑较大，不少企业停产或者改窑，但奥巴马陶瓷的瓷片生产线还保持着全年满负荷生产。

新宏信陶瓷营销总经理付建房透露，从 2019 年前 11 个月的销售数据看，预计 2019 全年其公司的产销率在 95% 左右，淡季期间公司还停了一个月的窑，今年整个产区的市场形势相对较好。目前公司已开始筹建第三条生产线，主要生产中板系列产品，预计在明年 5 月份投产。

中板冲击瓷片 生产线达 20 余条

“下半年，中板拉动了高安不少陶企的销售，尽管中板价格相比年初下降了不少，但还是有一

定的利润空间。”罗斯福陶瓷总经理罗群表示。罗斯福陶瓷在今年 5 月份果断把两条抛釉砖生产线改造为中板生产线，成为高安产区中板产能规模最大的企业。生产线 8 月份投产，当月中板产销率就达到 8 成，临近年关，该公司中板排产依然非常紧张。

高安产区在 2016 年高安陶瓷采购节上首次推出中板，到 2018 年开始实现大规模生产，到 2019 年下半年，中板的产能达到鼎盛期。短短两三年时间，高安中板产能得到了迅速扩张。

中板产能的剧增，给瓷片市场造成巨大冲击。仅 2019 年，高安产区就有 5 条瓷片线被技改或正在改造为中板生产线，瓷片生产线与 2017 年底相比，减少了 16 条，而中板生产线截止目前已达到 22 条，单日产能达 38 万平方米，成为全国中板产能最大的建陶产区。

智能化大板线迅速扩增

9 月 28 日，罗斯福陶瓷率先在高安产区建成投产首条智能化大板生产线，10 月 18 日，太阳陶瓷集团大板生产线在新瑞景二厂生产基地正式开工建设，计划在 2020 年 3 月份投产。12 月，瑞阳陶瓷集团大板生产线也已在沁园春陶瓷生产基地开始动工建设，目前瑞阳陶瓷集团大板展厅的建设也在 12 月份开工建设。

在不到两个月的时间内，高安产区先后有 4 家陶企建成或投建大板生产线，迅速将高安产区带入“大板新时代”。

高安市陶瓷行业协会会长、瑞阳陶瓷集团董事长陈光辉表示，陶瓷大板生产线的建成投产，将

进一步提升瑞阳陶瓷集团的品牌影响力，拓宽市场渠道。

据了解，罗斯福陶瓷在建成投产智能化大板生产线后，投资近 200 万购置产区首台高清扫描仪，并率先在产区成立了大板“创客中心”平台，除了企业自己生产的 750 × 1500mm、900 × 1800mm 规格大板，还进口 1200 × 2400mm 等以上规格大板，在产区乃至行业搭建了大板共享平台，进一步打通互联网、泛家居、工程等新渠道。

贴牌产能每月达 3 亿元

2017 年下半年，受山东淄博产区环保政策以及产能不足的影响，一批山东贴牌商开始转战高安产区，与高安陶企进行产品代加工合作。山东贴牌商的进驻也进一步推动了本土贴牌商的发展，据不完全统计，目前高安产区的贸易贴牌商达上百个。

高安产区经过十二年的高速发展，已发展成为全国第二大建陶产区，除了产能规模，产品结构也更加丰富和完善，尤其是山东贴牌商的进驻进一步推动高安产区企业的产品创新。除了贸易贴牌商，吸引了东鹏、欧神诺、蒙娜丽莎等国内一线品牌的关注。借助高安产区制造成本的优势，以及稳定的产品品质和强大的物流优势，这些一线品牌纷纷将大批工程集采项目的订单转向高安生产。

据《陶瓷信息》记者调查统计，目前高安产区贴牌和代加工渠道产生的销售额平均每月达 3 亿元，其中佛山一线品牌的工程代加工订单近 2 亿元，山东淄博、高安本土贸易商等贴牌销量达 1 亿

元。高安产区超过 9 成的陶瓷企业均涉足贴牌订单，产能规模较大的企业贴牌总量占比达到 30% 左右。

集中供气项目即将完工

去年 11 月 16 日，高安济民可信清洁能源项目举行开工仪式，该项目是高安市委市政府为了优化高安建陶基地能源机构，大力发展清洁能源及环保产业，促进高安建陶产业可持续发展引进的集中供气项目。项目总投资 65 亿元，拟建设年产热值 1500kcal/Nm³、清洁工业燃气 180 亿 Nm³，经过一年多的施工建设，目前，该项目已进入设备安装收尾阶段，计划 2020 上半年向建陶基地企业供气。

近两年，高安产区企业在产品研发创新、企业战略合作等方面有了快速提升，尤其是产区的部分规模型企业，不仅在产品品质和品牌等方面进行提升，同时在产品的创新迭代，以及企业在品牌化、绿色化以及智能化等方面有了新突破。

在当前建陶行业形势严峻的大环境下，高安不少企业在 2019 年圆满完成了年度任务，库存量不增反降，甚至有少数企业老板坦言：2019 是近三年来效益最好的一年。

临近年关，高安产区企业的生产线陆续开始进入停窑检修或者改造阶段。对于即将进入的 2020 年，高安不少陶企老板较为迷茫，一方面是没有高附加值的新产品推出，另一方面即将到来的“集中供气”，带来的成本上涨，企业能否抵抗住成本压力，迎接新的市场挑战。

(熊娟萍)



联众企业祝第九届全国陶瓷人大会圆满成功

新联众陶瓷 行业·新风向标

◎新展厅◎新品牌◎新形象◎新思路◎新产品◎新时尚◎

THE FREE SERVICE HOTLINE 400-666-0120 山东联众陶瓷有限公司