# 闽清建陶业面对新一轮市场竞争现状及对策

来源：网络 作者：独坐青楼 更新时间：2024-10-17

*闽清建陶业面对新一轮市场竞争现状及对策闽清建陶业面对新一轮市场竞争现状及对策闽清县建陶业发展考察组正当闽清建陶业蓬勃发展之时，辽宁的法库、建平、山东的淄川、四川的夹江等地建陶产业也逐渐崛起，其中淄川、夹江在总量上已经超过我县，成为闽清建陶业...*

闽清建陶业面对新一轮市场竞争现状及对策

闽清建陶业面对新一轮市场竞争现状及对策闽清县建陶业发展考察组正当闽清建陶业蓬勃发展之时，辽宁的法库、建平、山东的淄川、四川的夹江等地建陶产业也逐渐崛起，其中淄川、夹江在总量上已经超过我县，成为闽清建陶业强有力竞争对手，法库、建平以优惠的投资政策，吸纳了部分闽清建陶资金外投。闽清建陶业在全国性新一轮竞争中如何才能立于不败之地？该如何在困境中加快发展？带着这些问题，我们一行于10月8—13日对辽宁省沈阳市的法库县、建平县、山东省淄博市的淄川区、四川省乐山市的夹江县等地建陶产区（以下简称三大产区）进行了为期8天的考察，并从中得到了一些有益的启示。

（一）三大产区建陶业迅猛发展

1、法库陶瓷工业城及建平陶瓷工业园。法库县和建平县都是辽宁省重点扶持的贫困县，法库陶瓷工业城是20xx年经沈阳市委、市政府批准建立的陶瓷工业城。

陶瓷工业城位于法库县城的西南方，占地面积10000亩，203国道和沈环公路横贯其中，兼具原料、市场、交通、通信、电力、煤炭、土地、劳动力、政策等优势。整个陶瓷工业城规划建设陶瓷生产线130条，现已完成“五通一平”，落地企业16家，其中13家已动工建设，有8家20条生产线投产，主要生产地砖和内墙砖。

投资商主要是来自福建的闽清、福清、莆田以及山东淄博等地的企业家。我县在法库投资的沈阳飞奥美陶瓷有限公司（由吴仁初等投资）、沈阳日日顺陶瓷有限公司（由毛行灯等投资）相继点火、投产，主要产品为20cm×30cm釉面内墙砖，产品销往东北三省。

建平县在城镇规划区内规划了一个建平陶瓷工业园，规划面积10000亩，目前已有5家企业入园，闽清聂兆谈投资办了一个陶瓷有限公司，占地面积108亩，上2条生产线，投资4000多万元，主要生产中等档次内墙砖和地板砖，已投产4个多月。闽清黄拔锋投资办了一个陶瓷有限公司，占地108亩，窑炉、煤气站已建设完成，正在安装流水线，计划生产中等档次内墙砖。

2、山东淄川产区。淄川区位于山东省中部，属淄博市辖区，陶瓷历史比较悠久，陶瓷业是该区的主导产业之一。

现有各类建陶生产线400多条（淄博市共有建陶生产线800多条），年产各种瓷砖4.5亿平方米，产量居全国第三位，被国务院发展研究中心确认为全国建材产量最大的县级区。其中杨寨镇就有各类建陶生产线220条，成为“江北建陶第一镇”。

目前已引进广东东鹏、新加坡亚细亚等企业，中国财富陶瓷城、淄川建陶城都相继建成并投入使用。

3、四川夹江产区。四川夹江县位于四川省的南部，属乐山市辖区，该县是1987年才起步，近几年迅速发展的新兴建陶产区，被国家授于“中国西部瓷都”称号。

全县共有118家建陶企业、358条生产线，目前正常生产的建陶企业有110家、305条生产线，生产地板砖的企业占70，内墙砖企业占30，年生产能力达5亿平方米，产品销售市场已占据西部的十个省份。这几年来四川夹江县加大招商引资力度，先后从广东引进11家企业落户于夹江，其中规模最大的为广东新中源公司，投资建设有20条生产线，现已投产16条，成为夹江佛山陶瓷园。

（二）三大产区发展建陶优势明显三大产区建陶业的迅速崛起，是市场经济条件下资源优化配置的产物，有着其各自独特的明显优势。首先是政策优势。

法库、建平县做为辽宁省委、省政府重点扶持的贫困县，享受着国家给予东北三省在税收、资金、项目等方面的一系列优惠政策。辽宁省委、省政府分别重点抓这两个县发展，省委书记抓建平县，省长抓法库县。

沈阳市长（副省级）把法库县“陶瓷工业城”建设列为全市20个重点项目之一，人称“市长工程”，给予一系列极为优惠的政策予以重点扶持。如：中央、省、市每年给法库县约2亿元转移支付和各种专项资金，市政府每年无偿补助工业园区1000万元基础设施建设资金，市政府还按项目投资额的10奖励给县政府，其中三分之一作为招商引资各项开支，三分之二无偿补助给投资商。

一个入区企业自登记注册之日起，10年内可无偿使用其土地，征用土地时，征地价为每亩2.2万元，并颁发土地使用证。企业投产后可以给予500万元担保贷款，建设当中还可以向县财政借款300万元。

每条生产线核定年缴国税68万元，年终县财政返还18万元，实际缴交国税50万元，地税实行免二减三，企业检修、停产不征税。陶瓷工业城还成立管理委员会，专门跟踪入区企业的服务，统一为企业办理一切手续，工本费由财政负担。

第二是成本优势。三大产区分别位于东北、江北和中西部，都具有明显的能源和原材料等方面的优势。

如辽宁法库县电每度0.50元，原材料（主要指瓷土）到厂价每吨在40—50元之间，煤炭到厂吨价520元左右，与我县相比每条生产线年成本可少150万元左右。山东淄川区吨煤价格在400—500元之间，天燃气每立方米为1.2元，可就地取材生产，电力也相对充足，今年在全国各地纷纷拉闸限电的情况下，该区仍然保持正常供电，每度电价在0.5元左右。

四川夹江县红壤土遍地都是，到厂吨价20元左右，且单一原料就可以生产瓷砖，白陶泥储量也在4亿立方米左右，可供开采百年以上。夹江县内有丰富而廉价的电力和天然气，每度电0.45元，天然气每立方米0.92元。

现夹江建陶企业烧天然气的有38家、烧煤气的6家、烧水煤浆的1家、烧原煤的65家。第三是区位优势。

辽宁法库县地处东北，其建陶产品在东北三省市场上具有明显的交通运输等优势。山东淄川产区，位于东部沿海，市场发育水平较高，产品向全国各地辐射的能力较强，尤其经过多年的发展，技术工艺比较成熟，在全国市场占据了较大的份额，产业聚集初步形成，规模效益比较明显。

四川夹江距成都仅110公里，成昆铁路、省道103公路穿境而过，交通十分便利，借助明显的交通优势，夹江的陶瓷产品可以幅射到全国各地，尤其对西部10省区广大农村市场，其生产的中低档产品适销对路，在大西部具有明显的竞争优势。

（三）闽清建陶发展路在何方三大产区建陶业虽然有着其独特发展优势，但深入分析，其劣势也是明显的。一是其建陶产品大多是中低档以下的，很难进入大中城市市场。

二是今年以来受原材料和反超载的影响，各产区的陶瓷产品成本普遍提高，且瓷砖销价无法提高，企业经济效益明显下滑。三是受国家宏观调控的影响，房地产业市场再度低迷，整个陶瓷市场疲软，产大于销，企业流动资金不足，无法满负荷生产，有部分企业已停产。

据了解，淄川区有三分之一的企业、夹江县有四份之一的企业已停产，而我县中大规格建陶企业的开工率仍可达95以上。地处东北的法库县、建平县，虽然其发展政策优势明显，但存在问题同样突出：①陶瓷市场幅射范围小，仅东北三省及内蒙一部分，区域整体购买力不大，产品运到关内南下则增加成本，明显没有竞争力；②生产时间短，每年仅九个月，而我县至少有11个月；③建设厂房投资比我们大，材料设备基本从南方运来，要加建保温层和防冻雪受力层；④一下引进太多中低档次陶瓷企业，东北市场将很快饱和，由目前的卖方市场转向买方市场，风险很大；⑤技术市场未形成，产品更新换代慢，熟练劳动力也缺乏，加上气候等因素，整个产业队伍缺乏稳定性；⑥行政性优惠措施较多，随着国家宏观调控加强，各地政策优势将逐渐减弱，加上人事和土政策变动，潜在变数大。

闽清建陶业历经了多年的市场磨炼，正茁壮成长，特别是今年以来，在整个陶瓷市场全面疲软的形势下，我县建陶业仍然保持了产销两旺良好态势，这本身就说明着闽清建陶业发展同样具有自己的独特优势。我们在技术创新、员工管理、品牌打造、创业环境、市场营销、企业管理、成本控制等各方面都已积累了一整套经验。

我们相信在县委、县政府的高度重视，特别是在广大企业家的共同努力下，我们的建陶业必将迎来又一发展春天。“他山之石，可以攻玉”。

面对激烈的市场竞争，我们在看到自身优势，树立好发展信心的同时，更要充分借鉴外地产区的成功发展经验，以其之长补已之短，促进闽清建陶业健康、稳步发展。为此，结合闽清实际，提出几点发展建议。

一是龙头带动，促进产业集聚升级。从考察的几个地区，我们不难看出龙头企业带动作用是十分重要的，淄川和夹江近几年来飞速发展除了他们地理条件比较优越外，最成功的做法就是引进了广东等地的大型企业在其落户，才优化了两地产区的产品结构，扩大了生产规模，带动了当地陶瓷产业的升级换代和陶瓷品牌战略的实施，并大大地促进了陶瓷企业管理水平的提高。

为此，我们应当进一步扶强扶优，对豪业、自力、腾龙、旭日、三德利等产品上档次的企业要加大扶持力度，使其成为龙头企业。同时，加大整合力度，鼓励企业走强强联合或以强带弱的路子，组建松散、半松散的企业集团，或进行引资嫁接，或直接引资组建大型集团公司，以带动整个行业的升级换代。

二是名牌驱动，提高闽清建陶的市场占有率和效益。我县建陶行业经过数十年的竞争发展和整合，基本上已走上良性循环的发展之路，产品品牌形象逐步提高，产销基本平衡，出口数量较快增长，经济效益也逐步提高。

但是我们在打造品牌方面还有较大的差距，表现为部分企业积极性不高，短期行为严重，小富即安的小农思想在部分企业家的头脑里根深蒂固，从这次考察的淄川、夹江等地情况来看，他们企业的广告宣传意识已很强，沿线城乡道路随处都可见制作精美的建陶广告牌，许多企业都在宣传广告上投入大笔资金，以提高企业品牌知名度。为此，今后在这个方面我们还须加大力度，要积极引导企业注重产品创新和加强广告宣传，引导企业参与市场展销推介，引导企业积极参与省市乃至国家级名牌产品评定，逐步形成企业自有的知名品牌。

在市场宣传方面，要借助国家授予我县“中国陶瓷生产基地县”荣誉称号契机，集中有限的资金，大力宣传推介闽清陶瓷产品，提升闽清陶瓷品牌地位和知名度。三是管理触动，向管理要质量、要效益。

我县现有不少企业还缺乏现代管理理念和制度，家庭式管理模式相对滞后，经营秩序较为混乱。企业之间缺少沟通，行业之内难以自律，变相压价、无序竞争仍然存在，严重损害地区行业整体利益。

在这种情况下，我们必须认真总结经验教训，引导企业参与国际质量管理标准体系认证，强化企业内部管理，逐步建立起一整套完善的管理制度和与之相配套的奖惩激励制度，通过制度化、规范化的管理，使企业的产品档次和效益在原有基础上能有较大的提升。从区域经济利益上来说，要加强企业间合作，完善社会化生产产业链各个环节的分工，树立起企业间团队合作精神，通过优势互补，实现我县建陶产业再发展和新突破。

四是营销拉动，积极拓展建陶市场销售领域。从这次考察中对销售市场的了解情况来看，我县虽然有众多在外营销人员，营销网点遍布全国各地，但据了解许多闽清人创办的营销点并不卖闽清砖，大多以销售广东瓷砖为主。

我县的许多企业家市场意识还不够强，没有广东厂家的跟踪市场意识强，没能牢固建立和发展起自己的市场营销网络。而且由于目前运输成本增加，我县建陶产品已逐步从东北、上海等地市场退出，这要引起我们高度重视。

要针对当前我县陶瓷产品在东北等地市场份额逐步减少和厂家与销售商联系不够密切的实际，积极拓展周边省份市场，进一步强化产销两个环节的沟通。特别要重视同较大型经销商的合作联系，建立感情，加强售后服务，及时通过销售商捕捉每个时期的市场信息，做到生产商和经销商真正能共同努力，做大做强市场，不断提高市场占有率。

同时，还要根据市场变化，及时调整销售策略，在巩固国内市场的同时，兼顾国外如欧美、俄罗斯、哈萨克斯坦等独联体国家市场以及非洲、东南亚等发展中国家广阔的市场空间，通过加强对外联系和合作，引导企业与国际市场接轨，不断拓展国际市场销售区域，增加建陶产品出口量，实现我县建陶业向更高层次的发展。五是服务联动，努力营造良好的发展环境。

从辽宁法库、建平两县情况来看，我们深感他们抓招商引资工作力度大。他们都是省定贫困县和农业县，都是省市重点抓的点，都有丰富的高岭土等资源，都显示出了能源价格低、区域市场内运输成本低等投入产出比较效益，都由政府出资负责来访客商机票，鼓励县外企业落地投资，面对如此优惠的条件，我们企业家难免会动心。

对此，我们该如何留住这些心动的企业家，靠的是我们政府以及各部门齐心协力，全心全意为企业做好服务工作，真正营造出良好的发展环境；靠的是我们继续深入研究出台切合我县实际的陶瓷业发展优惠政策，给企业以更大的发展空间、更强的发展后劲保障。在税赋方面，鉴于目前陶瓷原材料、运输等成本提高，各地建筑陶瓷市场相继出现供过于求，陶瓷产业新一轮竞争加剧，企业利润下滑等现状，建议20xx年税收按正常比例增长，并设法逐步提高地税的税收比例。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找