

本刊主编: 易艳刚

值班责编: 刘晶瑞、张书旗

实习生: 田时贤、王晓东、赵怡迅



▲佛山新明珠陶瓷的绿色智能工厂。受访者供图

【编者按】

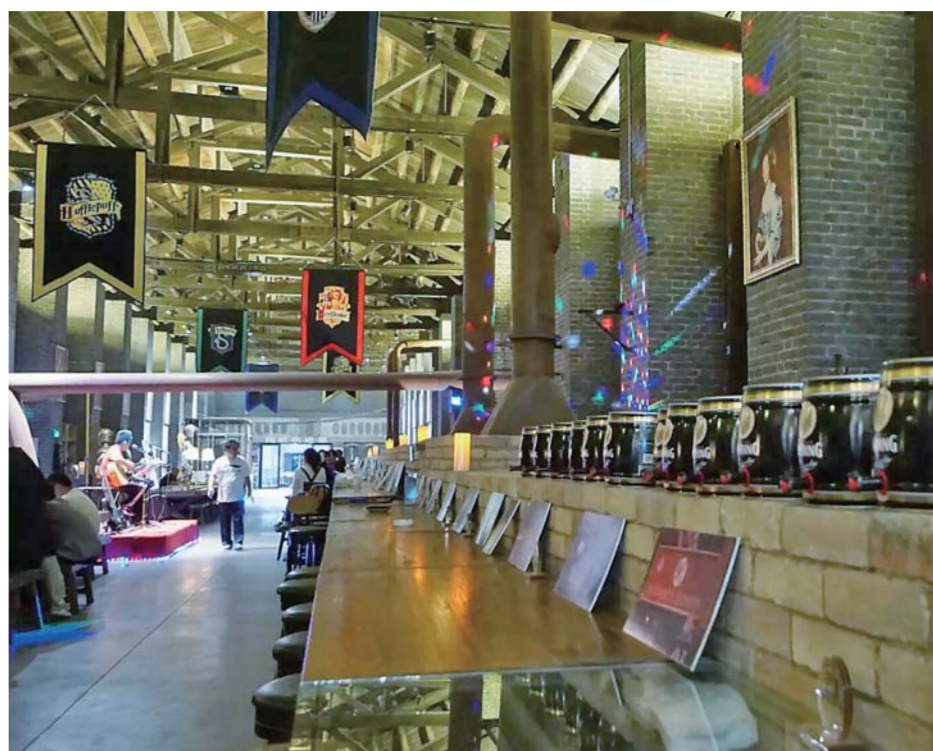
虽然 China(中国)与 china(陶瓷)尚有同形异源的考据之争,但陶瓷作为中国与世界对话的国家名片则有口皆碑。

以瓷砖为主的现代建筑陶瓷,大多是舶来品。1983年,我国引进第一条全自动陶瓷墙地砖生产线。此后,建筑陶瓷产业发展迅猛,逐步形成以广东、山东、四川、福建、江西为主的五大产区。

“南有佛山,北看淄博”的业内说法,颇具行业风向标意义。在转型升级、结构调整与环保整治多重压力下,这两个全国建陶主产区相继遭遇发展阵痛。2008年,佛山市决定推进建陶产业“双转移”,大批企业远走他乡;2016年,淄博市开始对建陶产业实施精准转调,削减产能近八成。

虽然都是地方政府强力主导,两地的转型时机却相距整整8年。它们究竟遇到了哪些相同的困难、不同的疑惑?新华每日电讯记者试图通过南北两大产区的“对话”,勾勒出传统产业转型升级的完整图谱。

佛山 vs 淄博



▲淄博1954陶瓷文化创意园,由陶瓷烤花车间改成的餐厅。受访者供图

本报记者刘荒、黄海波

盛夏,从广东佛山到山东淄博,马洁内心并未感受到家乡宜人的清凉。在她身后,中国(淄博)陶瓷产业总部基地“凉意袭人”,购销冷清景象远非淡季所能解释。

2013年,这个按照全国第二大产区规划的陶瓷商贸园区,由佛山中国陶瓷城集团有限公司投资兴建。马洁被派回老家淄博,做项目负责人。彼时,淄博市有近200家建陶企业,370条生产线。

2016年,淄博市为改变建陶行业“产品低档、技术落后、污染严重”的被动局面,通过“提升改造一批、搬迁入园一批、关停淘汰一批”,将全市建陶产能与其最高峰时相比削减了近八成。

产能规模和品牌容量的急剧下降,令投资方始料不及。马洁表示会增加一些业态融入,但不会偏离家居产业,至于后续规划是否仍与陶瓷有关,则尚无定论。

“原来计划5年成熟的商圈,现在已经第4年了,看来还得3到5年。”她对产能规模削减、集中度下降带来的市场萧条不无忧虑。

时隔不久,马洁远在佛山的集团公司总部,迎来了一批到访的北方客人——淄博市委书记周连华率领导考察团一行,对标佛山产业转型升级、先进制造业发展等经验,探索改革发展新路径。

产能调整,转型越早越主动

“2008年,我们在佛山的4个厂就关了3个。由于我们主动率先转移,没有感到太大压力”

2016年9月19日,淄博市发布建陶产业精准转调工作方案。下决心关停散乱污企业,推动产业升级改造,最终形成2亿平方米的高档精品建陶产能。

聚集了淄博市80%左右建陶企业的淄川区,通过转调关停,由2015年的149家企业、261条生产线和6.36亿平方米产能,调减至20家企业、49条生产线和1.37亿平方米产能。

如此壮士断臂之举,无异于改变了行业生态系统。山东省建筑卫生陶瓷行业协会秘书长宋超认为,无论生产还是销售,淄博产区真正缓过来需要一段时间。

淄川区双杨镇建陶企业密集,当地一位基层官员向新华每日电讯记者证实,此前建陶产业占镇级财政收入“半壁江山”,现在不到三分之一。曾经车水马龙的三大建陶市场,已经门可罗雀。

“前几年陶博会客商云集,手机信号都是满格的,就是打不出电话。”如此冷热分明的市场变化,令宋超唏嘘不已。

金狮王陶瓷销售总经理袁桂玲告诉记者,为降低产能调减的影响,他们从退出建陶生产的同行手中,以1300万元的价格购买了一条生产线的停产指标。现在卖方停产的生产线,已经改种蘑菇了。

“我们一共6条生产线,现在只允许3条线生产,只好在佛山又租了一条生产线。”统一陶瓷营销处总经理陈世伟并不讳言,面对600多家经销商,他最怕接到对方质询断货的电话或信息。

说话间,这位3年前因看好淄博建陶产业发展前景,从杭州诺尔陶瓷“跳槽”而来的营销高管,随手打开一条经销商的微信留言:“定了!又是月底,客户都等了一个月了!”

陈世伟皱了皱眉头,回复了一连串示意“尴尬”的表情包。山东省建筑卫生陶瓷行业协会会长姬文直言,光他知道就有10家淄博建陶企业,到外地去承包生产线,最远到了哈萨克斯坦。 “亏多赚少,有些老板已经回来了!”他说。

相形之下,早于淄博建陶产业转型的佛山,更侧重转移“强体”而非关停“瘦身”。

2008年,在金融危机冲击下,珠三角地区很多企业订单骤减,利润下降。广东省政府实施产业和劳动力“双转移”战略,推动珠三角地区劳动密集型产业向东西两翼、粤北山区转移。

如同淄川之于淄博,佛山大部分陶瓷企业都集中在禅城区。全区原有115家建陶企业,生产环节关停和搬迁的占大多数,如今保留下来只有15家。

据禅城区经济和科技促进局副局长陈婉回称,当时企业外迁主要转移到清远、肇庆、江西、四川、湖南和山东。走出去的企业,升级了环保;留下来的企业,环保提升更大。

“产业转移主要是环保压力,也有企业寻求扩张的考虑。”陈婉回向新华每日电讯记者补充当时佛山陶瓷转移的动机。

年产超过2亿平方米的新明珠陶瓷集团,是从佛山主动走出去的典型。早在2004年至2007年,这家年产量相当于现在整个淄博产区的企业,先后在佛山三水、广东肇庆和江西高安建立了三大工业园区,提前谋划了4个转移布局。

“2008年,我们在佛山的4个厂关了3个,由于部分产能提前转移,没有感到太大压力”,新明珠陶瓷集团副总裁陈先辉体会尤深,“转型越早越主动!超前一步,高人一筹。”她说。

与产业转移同步,企业发展理念也在转变。禅城区经济和科技促进局局长李凯认为,生产外迁是一个双赢的选择,企业原有土地可由工业改为商业用地,政府鼓励总部经济开发,且有财税优惠政策,土地增值收益高;对产

业承接地说,可加速其工业发展,壮大地方实体经济力量。

“产业转移迟早都得发生。新明珠如果不走出去,也不会成就现在百亿级的体量。”他说。

据佛山市陶瓷行业协会统计,实施“双转移”后,仅佛山和肇庆、清远、恩平等地泛佛山陶瓷的墙地砖,年产能已超过35亿平方米,是此前佛山产能的2.5倍。佛山产区停产关闭的建陶企业,与向外扩张转移的数量基本吻合,都在300家左右。

品牌赋能,“蹭佛山”不如“去佛山”

当年,人们对品牌概念模糊,甚至将产品名称与品牌相混淆。

有的企业,品牌竟达30多个

佛山与淄博,皆是历史悠久的陶瓷产区。据考证,淄博陶瓷生产最迟始于新石器时代早期的后李文化时期,距今已有8000年的历史,先民们掘地筑窑,焚柴而陶。

佛山石湾河宕贝丘遗址出土的几何印纹陶片,证实了这里5000多年的石湾制陶史。走进佛山闹市区的“南风古灶”,可以看到已烧了500多年的炉火。传统工艺在这里得到了活态传承。

1983年,佛山石湾利华装饰砖厂引进国内首条全自动陶瓷墙地砖生产线。彼时,改革开放刚刚起步,短缺经济导致的巨大需求,推动我国建陶产业迅猛发展,加快与国际接轨。

1982年大学毕业就来到佛山的蔡初阳,见证了当地建陶企业引进国外先进设备,快速完成资本积累的发展历程。“那时进口一台压砖机,就等于一台印钞机。”如今已是佛山众陶网络科技有限公司总裁的蔡初阳,追忆当年情景仍感慨不已。

在陈先辉记忆中,由于产品供不应求,一条街全是专卖店,根本不需要打广告。当时,新明珠几乎每年兼并一个厂,创一个品牌。

当年,人们对品牌概念模糊,甚至将产品名称与品牌相混淆。有的企业,品牌竟达30多个。

“你看我们冠珠”品牌的LOGO,皇冠上有一颗明珠,外加一个小十字星光,不用放大镜都看不出来。”陈先辉对现在看起来有点土气的品牌标识并不避讳,称一直没改与团队创业情结有关。

从低端突破到模仿创新,从产品思维到用户思维,已拥有2万多家专卖店的冠明珠陶瓷,不仅独享4个“中国驰名商标”,4个“中国500最具价值品牌”,产品还远销100多个国家和地区。

新明珠陶瓷的品牌之路,是佛山众多建陶品牌成长的缩影。作为全国建陶行业品牌、销售和信息的中心,佛山产区虽然也曾经经历转型阵痛,但产业龙头的地位始终无人撼动,仅禅城区就有建陶行业“中国驰名商标”19件,占全国同行的46%。

相对于国内其他产区,佛山建陶产业与品牌相得益彰。国内稍有规模的建陶企业,都在佛山注册了品牌。这种“蹭佛山”品牌现象,在业内早就是一个公开的秘密。蔡初阳给出一组数字,“大约有8000个建陶品牌在佛山注册,占全国所有建陶品牌的60%”。

而最让佛山陶瓷行业协会副秘书长潘勇文头痛的是,碍于各地政府的地方保护主义,他们每年花大量精力做品牌维权,效果并不明显。

“我们牵头会员单位申报的佛山陶瓷集体商标,已经拿到受理通知书。一旦注册成功,以后佛山陶瓷需要审批才能使用。”潘勇文呼吁尽快将品牌保护落到实处。

淄博建陶几乎与佛山同时起步,影响力一度超过后者。上世纪90年代初,淄川区杨寨镇建陶产业异军突起,皇冠、强冠等骨干企业快速成长。淄博与佛山两地的产能和质量基本上旗鼓相当。

直到2000年以后,聚焦产品差异化和渠道拓展的品牌战略,在佛山产区受到众多企业追捧;专注产能规模和生产效率的增长方式,似乎更符合淄博建陶企业的口味。

由于缺乏品牌和渠道竞争力,难以消化不断扩张的产能,淄博建陶企业库存压力增大。而日渐强势的佛山陶瓷品牌,持续提升产品的赢利空间,以至于同样的产品,价格相差1倍到2倍。

最先嗅到商机的浙江温州建材商,去佛山注册品牌,到淄博寻求合作,开启了淄博建陶OEM贴牌代工模式。福建、广

一片瓷砖的南北对话

东等地建材商和淄博本地零售商,也纷纷转型做贴牌商,诱使不少厂家直接取消了销售部门。

有业内人士统计,淄博陶瓷贴牌商一度高达600多家。当地一家陶瓷城反映,市场在销的1000多个品牌,80%都是贴牌产品。

2014年,旨在促进南北互动、孵化当地陶瓷品牌的中国(淄博)陶瓷产业总部基地投入运营。园区商户虽多为淄博本地企业,但注册地在淄博的仅有30%,其余都是佛山品牌运营商。

马洁回忆说,她刚来时就感觉到了品牌之间的落差,深知淄博品牌“去佛山化”并不容易。一些淄博当地的建陶品牌,羞答答不敢说自己是淄博的。

近几年,淄博建陶企业痛定思痛,奋起直追。除了品牌运营和市场操作仍有较大差距,瓷砖的品质和花色进步很快,令佛山同行刮目相看。纯平玻化大理石、禅意系列、木纹砖等产品,荣获西班牙、中意设计大奖赛等国家级以上奖项28个。

2016年广交会期间,马洁看到不少淄博建陶企业老板,拿着本地营业执照参展,向中外客商推介自己的产品。他们已悄然开始摆脱贴牌模式束缚,逐步找到了重建品牌的自信。

稳定预期,企业也能算清“环保账”

环保政策不宜变化过快。用稳定的环保政策,来稳定企业家预期,稳定市场预期

多年来,在建陶行业流行这样一个说法:中国陶瓷看佛山,佛山陶瓷看南庄。陈先辉还记得,南庄镇最多时有79家陶瓷厂,到处烟囱林立,尘土飞扬,随手一抹满脸灰。

“一些污染比较严重的陶瓷企业,老板自己住在空气清新的别墅里,当地百姓却生活在有害的环境中。”2008年,时任佛山市委书记林元和在接受媒体采访时,为老百姓算了这样一笔“环保账”。

陈先辉笑着承认,由于环境污染问题,当年确实都不愿住在南庄。

然而,无论是先行调整的佛山,还是刚经历阵痛的淄博,建陶产业环保水平大幅提高,但压力并未解除。环保整治的深度影响,逐渐由居民生活环境向企业生产领域转移了。

一些淄博建陶企业反映,受地理位置影响,近年来为华北地区的蓝天保卫战,企业没少限停产做贡献。尤其是遇到举办一些重大活动,他们也会接到限停产通知。有时候窑刚热好,还没生产几天又被限产,直到2015年环保整治重压下的大规模停产才算结束。

早在2013年,淄博被列入京津冀及周边地区9个“大气污染传输通道城市”之一,执行大气污染物特别排放限值。淄博市决定执行最严格的地方标准,提前4年达到《山东省区域性大气污染物综合排放标准的》第四时段标准,迫使全行业必须统一改烧天然气。

“以80x80厘米规格的瓷砖为例,每块砖成本将增加3元钱左右。”陈世伟称,统一陶瓷今年已完成煤改气,年底前还将投资500万元,引进脱白冷凝回收技术,建成无白气工厂。

佛山面临的环保压力同样刚性。2017年,佛山也出台了《陶瓷行业大气污染深化整治方案》等文件,实行排放浓度和排放总量双达标控制,并要求陶瓷行业大气污染物氮氧化物排放总量,收平为每立方米100毫克。

广东省清远市佛山禅城产业转移工业园,集中承接了15家来自佛山的建陶企业。园区企业协会秘书长苏淑雯向新华每日电讯记者反映,广东省环保局要求园区50条生产线今年6月份都要完成接入天然气的技术改造。

苏淑雯有些想不通,此前使用的煤制气技术成熟,也符合环保标准,且排放口都安装了24小时在线监测设备。现在改用天然气,原有的环保投入都变成沉没成本了。

按照淄博市建陶产业创新示范园的规划要求,园区将实现“使用天然气、标准化厂房、在线监测、处理废弃物”的“四统一”,建成国内领先、国际一流的建陶生产基地。

“有的产区要烧天然气,有的产区还可以烧煤,势必会造成企业成本负担不同,影响市场公平竞争。”前述双杨镇的基层官员担心,“一刀切”会损害当地建陶产业的竞争力。

对此,统一陶瓷集团负责人袁国梁深有同感。他并不反对统一使用天然气,认为建陶产业市场竞争是全国乃至全球性的,此类事关产区发展大局的政策,亦应兼顾对企业及产品市场竞争能力的影响。

“我们原计划投资5000多万元,再建一个数字化生产基地。”

现在非常纠结,怕投产之后没多久,环保标准再次提高,新投入的环保设备又要面临升级改造。”袁国梁的担忧在当地企业中并不鲜见。

部分受访建陶企业呼吁,各类环保政策不宜层层加码,更不能“翻烧饼”。有的地方环保标准提高之后,市场上又没有能满足其环保标准的设备,企业花钱也解决不了问题。

姬文则建议环保政策不宜变化过快,应该保持一定的稳定性,环保指标调整周期应公开明确,让企业家自己去算这个账。用稳定的环保政策,来稳定企业家预期,稳定市场预期。

如何破解建陶行业自主创新力差、产业结构层次低、节能环保压力大的难题,实现建设建陶行业“五个中心”、培植十大龙头企业、培育十个知名品牌的目标,成为淄博转型升级的必答题。

曾6次去意大利考察的陈先辉,从为什么人家的陶瓷厂能建设在城市当中的疑问,到新明珠陶瓷环保设备14年仍不落后的结论,举例说明企业有能力算清“环保账”。

陈先辉回忆说,当年很多厂家都投设备上产量,烟囱冒出来的是黄烟和黑烟,新明珠则选择投环保改环境,烟囱冒出来的就是水蒸气。只不过,现在水蒸气也不让冒了。现在回头看,环保投入不吃亏。

她还以投资江西高安工业园区为例,揭开当年园区选址为何与其它集中园区相隔40多公里的秘密:“如果都集中在一起,万一哪家环保出问题,岂不要连带一起受拖累?”

动能转换,既要集聚度又添新业态

球磨机成为餐厅背景,泥浆池进了陶瓷博物馆,陶瓷烤花设备成了烤披萨的“利器”……

中国(淄博)陶瓷产业总部基地的“前身”,曾是佛山东鹏陶瓷集团在长江以北最大的生产基地;为了解决产能不足问题,淄博建陶企业也到佛山去租借生产线,两地管理和技术人才交往频繁。

尽管淄博建陶企业习惯用“江北”来框定自己的存在感,但在这个竞争日益激烈的行业,南北两大产区互相交融的趋势非常明显,新旧动能转换离不开产业集聚和业态更新。

今年7月3日,淄博新金亿陶瓷点火投产,给许多品牌运营商提振信心,加速此前外流客户的回流。新金亿陶瓷董事长孙兆波解释了客户回流的原因:“入园之后,无论是企业还是客户,大家都踏实了很多。”

这个产业园是海尔COSMO模式在建陶行业的落地实践。海尔集团相关负责人表示,企业入园后不但可有效解决环保问题,还可以享受原材料集中采购、智能制造、物流配送、企业营销、投资孵化于一体的供应链一体化解决方案,加快企业智能化转型升级。

而千里之外的蔡初阳,不遗余力推广其众陶联模式——以供应链为切入点,以金融资本为驱动,以互联网平台为支撑,构建建陶产业链全球性集采平台,实现降本增效。

截至目前,众陶联14家股东企业,产值达到了800亿元,占了淄博建陶产值的22%。东鹏陶瓷通过众陶联平台,一吨煤炭的采购价格,足足比同城的老对手便宜了103元。

“这家企业一共采购了8万吨(煤炭),因为没有通过众陶联,等于多掏了800多万元,老板破例冲负责采购的老板娘发了火……”蔡初阳笑着说道。

球磨机成为餐厅背景,泥浆池进了陶瓷博物馆,陶瓷烤花设备成了烤披萨的“利器”……淄博1954陶瓷文化创意园,成为淄博建陶转型升级过程中一种引人注目的新业态。

这个陶瓷文化创意园坐落在淄川区昆仑镇,前身是建于1954年的原国有淄博瓷厂。1982年,该厂生产的鲁青瓷刻瓷文具荣获德国慕尼黑第34届手工艺博览会金奖。

在上世纪90年代,受制于行业环境,这家国有陶瓷企业最终破产。从2012年起,淄博瓷厂“老员工”任峰,开始对该片区进行规划设计,专门聘请国内外专业设计团队现场驻扎厂区,对老工业遗存进行高起点规划布局。

“已经投资了7个多亿,每年银行利息就得2000多万元,压力很大。”这位企业家坦言,对于文化创意产业的探索还在路上,将陶瓷和年轻人对接,将传统文化和现代设计对接的方向没有错。

在佛山,为“唤醒”建陶企业撤离后留下下的老厂房,“中国陶谷”应运而生。

禅城区石湾镇街道办事处副主任杨涛表示,几年前,企业还热衷于将这些空置的厂房用于房地产开发,现在则更倾向于承接文创产业。

坐在佛山泛家居电商创意园的露天咖啡馆,杨涛将这个废旧厂房的改造过程娓娓道来。由南风古灶、石湾古镇文创园、泛家居电商创意园、新美术陶瓷厂等节点组成的“中国陶谷”,已成为广东省首批36家特色小镇创建示范点之一,未来3年将推进重点项目24项,共投资超过55亿元,努力实现旧业的活化提升和陶瓷的文化复兴。