

2019 年我国砂石行业盘点

2019年，基建打头，引得“砂”气腾腾，激起石破天惊，通过转型升级，推动业态变革，一系列改革政策和规范措施，为砂石行业绘就了多彩的画卷。究竟2019年砂石骨料行业发生了哪些大事？

关键词一：基建

基建持续发力，砂石率先受益。基础建设投资是助推砂石骨料市场用量的重要抓手，得益于近年来基础建设投资的不断增加，砂石骨料市场用量始终在高位徘徊。

往年各地多在5月左右调整预算，下半年才成为重点工程开工、砂石料需求集中爆发的时期。然而，2019年地方债提前批准下达，砂石骨料行业以势不可挡的气势开局。全国交通运输工作会议指出，2019年全年预计完成交通固定资产投资32135亿元，预计新增铁路8000公里、公路33万公里、高等级航道385公里、民用运输机场5个，为经济平稳运行提供有力支撑。

去年，中共中央、国务院先后印发了《粤港澳大湾区发展规划纲要》和《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》，全力推进大湾区包括珠三角“9+2”城市群建设，面积35.8万平方公里的长三角一体化发展也确定，引发的砂石需求令市场看好。

2019年全国新增高铁里程超5000公里，总里程突破3.5万公里，全世界超过三分之二的高铁轨道铺设在中国。按照每公里高铁平均需要砂石骨料为5.6-8.64万吨，仅高铁就带动至少2.8亿吨砂石用量。

关键词二：权益

行业整治持续，砂石企业合法权益受到保障。2018年底，国务院要求红头文件需经合法性审核，发文关停砂石矿山需合规。2019年政策利好频出，去年12月，中共中央、国务院正式印发《关于营造更好发展环境 支持民营企业改革发展的意见》，立足于民营企业改革发展首个中央文件的总体定位，着力优化公平竞争的市场环境，坚决破除制约民营企业参与市场竞争的各类障碍和隐性壁垒，切实消除在准入许可、经营运行、招投标等方面的不平等待遇。同月，自然资源部就《中华人民共和国矿产资源法（修订草案）》公开征求意见，要求平等对待各类市场主体，删去关于国有矿山企业、集体矿山企业和个体采矿的不同规定。

去年4月，全国扫黑办首次举行新闻发布会，通报了最高人民法院、最高人民检察院、公安部、司法部联合印发的《关于办理实施“软暴力”的刑事案件若干问题的意见》，明确将依法惩处采用“软暴力”实施的犯罪。煽动、组织

他人恶意举报合法合规砂石企业，频繁阻碍生产以谋求不法利益的组织者或者组织将受到法律的严惩。

去年9月10日，生态环境部《关于进一步深化生态环境监管服务推动经济高质量发展的意见》发布，指出要进一步规范适用环境行政处罚自由裁量权，防止因某一企业违法行为或某一类生态环境问题，对全区域或全行业不加区分一律实施停产关闭。

砂石骨料受到前所未有的重视，国家发改委价格监测中心录入。2018年，国家发改委对砂石、水泥等建材领域价格变化连续开展调研。2019年，全国各省份发改部门根据国家发改委要求，实地调研砂石价格信息，将砂石作为重要商品“单独”列入统计范畴。上半年，国家发改委官网公示价格变化较大的广东省、河南省调研统计的砂石价格信息。

同时，砂石产业大数据平台建设得到国家发改委支持。2019年4月，国家发展改革委《产业结构调整指导目录（2019年本）》对外征求意见，砂石行业矿山开采、石粉利用、尾矿利用等多项条目首次被列入《目录》。鼓励类主要是对有利于满足人民美好生活需要和推动高质量发展的技术、装备、产品、行业；新增鼓励“非金属矿开采、加工、贸易、应用、投资等产业大数据平台技术开发和建设”。

关键词三：建设用砂

砂是2019年砂石骨料行业当之无愧的“流量王”，从各地缺砂、砂价大涨、到新增砂源、国营开采，再到海砂淡化、进口河砂、大力发展机制砂，每一次风吹草动，都引人瞩目。

各省频出加快推动机制砂生产的相关条例。2019年，济南市政府办公厅、湖南省住房和城乡建设厅、广东省人大、福建省自然资源厅、江西7部门、海南省自然资源和规划厅、浙江省交通集团、江苏省住房城乡建设厅等部门纷纷发文，明确要求鼓励机制砂等河砂替代品的研发、推广和利用；南昌赣昌砂石新增年开采800万吨河砂能力；去年4月，湖北省政府批准实施汉江中下游干流和东荆河河道采砂规划，近4000万吨河砂将投入市场；河南辉县市石门河2019年度可采砂石料为1277.35万方；信阳市游河澩河区段年度开采总量386万方，全省已批复59个采砂规划，建成35个合规采砂场；湖南省后释放资阳区明朗采区、鹤龙湖、株洲等近5600万吨年采砂量。

河道统一开采范围扩大，国营交易平台成立。去年2月，水利部印发《关于河道采砂管理工作的指导意见》，规定积极探索推行统一开采经营等方式，具体由县级以上人民政府确定。据砂石骨料网不完全统计，目前湖南、湖北、陕



西、河北、河南、江西、海南、山东、四川、广东、福建、安徽、甘肃等省明确规定河道采砂可实行国营统一管理或鼓励国企参与砂石生产。去年12月30日，海南省文昌市建筑用砂交易平台正式对外营业，负责该市建筑用砂的市场交易、交收，提供物流配送、供应链金融咨询、信息、技术、场所和设施等相关服务。

进口河砂已入市，马来西亚/菲律宾砂销往内地。去年1月，从马来西亚引进的5万吨建筑用砂抵达洋浦港，这是海南第一批从省外境外引进的建筑用砂，儋州市政府指导企业每吨售价185元；2月，菲律宾宾河砂货船停靠文昌市清澜港码头，标志着海南控股第一船进口砂顺利靠岸；温州港状元备码头逾5万吨马来西亚进口黄沙完成接卸，这也是浙江省首次完成外贸黄沙接卸作业。去年9月11日，中国中交疏浚集团、菲律宾建明资源集团、中国国家开发银行香港分行，三方签订了战略合作协议，就砂矿的供应、运输和储备确立了合作机制。菲律宾建明资源集团将向中交疏浚集团提供2亿方海砂、1亿方河砂。国家开发银行香港分行第一期将该项目提供100亿港币资金支持大湾区的基础建设。

关键词四：转型升级

“石”破天惊，转型升级速度加快。转型升级是砂石行业近几年的焦点，从无序开发，到有序发展，砂石行业转型升级之路虽然漫长，但却走得很快、很稳，行业业态和模式也在不断革新。去年11月，十部委联合发布《关于推进机制砂石行业高质量发展的若干意见》，指出机制砂石已逐渐成为我国建设用砂石的主要来源。要求到2025年形成较为完善的机制砂石供应保障体系，高品

质机制砂石比例大幅提升，年产1000万吨及以上的超大型机制砂石企业产能占比达到40%；培育100家以上智能化、绿色化、质量高、管理好的企业。

砂石生产参与主体多元化。去年12月，湖南省矿产资源公开招拍挂第一拍成交，南方新材料以4.9亿元成功摘牌；中国铁建重工集团领导前往湖南宜章县考察，希望建设年最低吞吐量2000万吨的高端骨料项目。陕西交建签约年产亿吨骨料项目、甘肃建投矿业拍得8000万方储量建筑用石料矿、浙江交投30亿元竞得舟山1.8亿吨砂石矿、宜昌城建竞得资源储量近8000万吨砂石矿，成都交通投资集团与四川省冶金地质勘查局举行砂石项目对接会暨战略合作协议签约仪式；保定交投与中铁物资集团打造砂石供应链……砂石生产参与主体越发多元化。

大型砂石项目相继投产，砂石供需矛盾日渐趋稳。去年6月，一直牵动砂石行业“神经”的全球最大项目——长九年产7000万吨生产线一期工程正式投产；甘肃众启合矿业、江西省宜春市安顺建材、青海博锋矿业、陕煤化新材料富平项目、马钢矿业资源集团综合利用项目、湖北黄冈等大型年产300~500万吨砂石生产线先后投产；砂石行业产量释放，市场供需趋于平衡，价格也趋于稳定。

各地砂石运输专项整治消息频出，重点查加装改装、超限超载和滴洒漏砂石运输车辆。去年1月，中央11部门印发《柴油货车污染治理攻坚战行动计划》，要求7月起，重点区域、珠三角、成渝地区提前实施机动车国六排放标准；北京等地积极推行建材运输“公转铁”，砂石骨料搭乘火车进京，之后换乘新能源车运输；9月底，北京八部门联合发布建筑砂石绿色供应链建设指

导意见；交通运输部、国家税务总局发布《网络平台道路货物运输经营管理暂行办法》，鼓励现代信息技术在道路货运领域的创新应用，积极支持网络货运新业态创新发展。

关键词五：变革

一直以来，砂石行业缺乏有效监管和指导，各项法律法规不健全，也是行业乱象频发的主要因素之一。2019年，砂石行业各项政策和法规不断调整。

去年8月，全国人大常委会表决通过中国首部资源税法，砂石可以选择实行从价计征或者从量计征。砂石产品实行1%~5%或者每吨（或每方）0.1~5元的资源税税率。该法自2020年9月1日起施行，标志着我国砂石行业税收法定进程加速。去年10月，中国共产党第十九届中央委员会第四次全体会议提出坚持和完善生态文明制度体系，实行最严格的生态环境保护制度，全面建立资源高效利用制度，健全生态保护和修复制度，严明生态环境保护责任制度。同年12月，自然资源部发出通知，要求全面实施海砂采矿权和海域使用权“两权合一”招标投标挂牌出让制度，采矿权出让将委托省级自然资源主管部门实施，海砂采矿权和海域使用权“两权”

纳入一个招拍挂方案并实行“净矿出让”，成交后与竞得人合并签订“两权”出让合同，并办理采矿许可证和不动产登记。去年12月28日，全国人大常委会表决通过了新修订的《中华人民共和国森林法》，国家主席习近平签署主席令予以发布，自2020年7月1日起施行。新《森林法》实施森林分类经营，突出公益林和商品林主导功能，并对临时用林做出规定。时隔20年完成修订，新森林法以建设生态文明为目标，将“绿水青山就是金山银山”和绿色发展的理念贯穿在整部法律。

砂石开采与供给面临全新局面。自然资源部连续要求全面开展长江经济带、京津冀周边及汾渭平原废弃露天矿山生态修复工作；去年5月，浙江省自然资源厅发布通知，严格禁止新设经营性露天矿山矿业权，未经批准不得变更矿区范围、开采矿种和开采方式，禁止以工程施工为名违法开采。废弃矿区生态治理恢复、矿区综合开发利用项目可批复；去年12月，自然资源部公开发布《关于探索利用市场化方式推进矿山生态修复的意见》，探索推行市场化运作、科学化治理的矿山生态修复模式。有剩余的砂石料可对外进行销售。（砂石观察）

家居企业直播卖货靠谱吗

按照往年惯例，每年春节过后的两个月都是各大家居品牌新产品扎堆亮相，线上、线下营销活动大面积开展，促销活动、展会活动遍地开花的节点，但突然袭来的疫情，迫使线下人员聚集性活动无法如期进行，家居企业在年前制定的线下营销计划“清零”。因此，不少家居企业和经销商“被迫”将营销工作的重点转向了线上，从在线培训到直播卖货，从VR在线设计到线上客服，可谓“脑洞大开”。

家企上“疫”：开展线上营销 发力直播卖货

面对业绩“空窗”，家居企业纷纷展开了“自救”行动，在线上新玩法上加大投入人力物力。

去年，李佳琦以黑马姿态出现，验证了直播卖货商业模式的可行性。实际上，直播早已是家居展会、企业发布会等的营销宣传方式之一，但此前几乎不承担销售任务。在当前的特殊情况下，家居企业开始将“直播卖货”纳入核心市场策略。

经过实操，这些选择通过“直播卖货”营销的企业大部分都取得了数据上的成功。从对外数据来看，2月10日，箭牌卫浴天猫直播，成交单数超1.6万笔；2月13日，欧派橱柜在天猫、腾讯、苏宁三大平台直播卖货，订单数超1.2万单；2月1日至25日，居然之家308家门店参与到淘宝直播活动中，累计直播10330场，观看人数153万，产生订单2.6万笔；2月22日，尚品宅配联手“设计师阿爽”直播团购，直播下定13919单，9223个设计预约，预计最终销售额超4亿元；2月28日-29日，金牌橱柜将落地金牌直播抢工厂活动，截至2月24日上午，活动已报名17万人次。

直播大潮：淘宝京东抖音快手助推交易升级

目前来看，疫情下的直播平台更是百花齐放。抖音、快手、淘宝、京东以及各类企业定制化工具铺满了家居线上战场。根据2月19日《淘宝经济暖报》显示，厂家直接上淘宝直播卖货的数量同比增长了50%，其中，服饰、美妆、家居3个行业的线下门店直播最为活跃，仅居然之家就有196家门店开播。

数据显示，2月1日至今，京东居家整合了涵盖家装建材、家具到家居日用品近千个商家，围绕装修主材选购、全屋定制、沙发、床垫及家纺等居家类产品选购推荐等主题，进行了2000余场线上直播。同月，快手商家号也携家居家装头部企业开展“理想家”活动，有消息称快手房产和家居家装频道即将上线。

各直播平台助力让这场家居直播营销战愈发激烈。金牌橱柜高级副总裁孙维率认为：“由线下转至线上，是形势所逼、形势所驱、形势所需。要生存，就必须要学会快速转型，要在存量中抢‘吃’的，不行动，就会饿死。”这与诗尼曼、联塑等参与直播大战的企业观点一致，但除了生存与转型的需求，孙维率还强调“订单是营销最好的解药”，直播等一系列线上营销动作还有一个重要的作用：振奋军心所需。

大部分家居企业开展直播的主要目的有：第一，为线下成单蓄客。线上直播的获客成本相对较低，凭借平台的公域流量加上朋友圈私域裂变模

式，足不出户也能吸引到客户，很好地弥补了因疫情所带来的线下流量不足的问题；第二，将线下蓄水的客户集中线上爆破。通过直播、秒杀等叫卖式刺激线上消费；第三，抄单带货的线上造势，让暂时无法举行线下招商会的家居企业能在线上隔空展现自己的终端运营能力，这将对企业的后续招商动作。

热闹背后：直播卖货是短期策略还是行业转型的开始

家居行业的线上销售模式，并不新鲜，家居电商早在十年前就备受青睐，不少企业纷纷试水，从阶段性成效来看，有些企业的电商模式布局完善，业绩也出彩。在2019年“双11”中，居然之家就已经有69家新零售门店使用了淘宝直播，参与直播品牌达1800家；欧派橱柜成交额达到7.07亿元；箭牌卫浴前6分钟全网破亿，销售额同比增长46%。

即便如此，家居行业的渠道布局依然以线下为主导，企业更多将线上作为展示窗口，进行引流后在线下体验店成交。林氏木业（创立于2007年）作为纯电商出身的企业，是家居电商领域的佼佼者，近年来加快线下店布局，截至2019年底，在全球拥有252家线下新零售门店，并以日均10家的开店速度扩张。如果不是受疫情影响，按照计划，今年他们将布局更多线下店。

家居是重体验的消费，单方面的信息输出无法弥补体验缺失的问题，直播中呈现的产品大多在展厅，镜头前的消费者摸不着、坐不了，线上风格搭配与实际落地效果有落差。并且，在内容层面，低频的家居消费要获得关注的壁垒更高，赢得私域流量需要有内容的支撑，而不是只依靠网红流量和低价策略，否则就只是将线下的促销挪到了线上，提前收取了客户定金，但实际消费和服务都是滞后的。

孙维率认为，“传统模式与创新模式的融合、线下营销与线上营销的融合、品牌个性化与展厅IP化的融合、体验式购买与外卖式消费的融合，但无论未来是哪种零售模式，互联网、数字化、智能化在其中的比例必然会越来越来大，发挥的作用也会越来越大。”

尚品宅配总经理李嘉聪在直播活动后坦言：“像阿爽这样的网红设计师，尚品宅配在2020年将打造10~20个。”尚品宅配官方也表示：“平台+IP+内容+渠道”的模式“线上方式”对“线下方式”的深度融合，智能化、产业互联网化与商业模式的创新将成为行业新的发展契机。

线上营销大战，给了家居企业加速新零售转型升级的信号与机会，我们看到了部分家居企业转型升级的决心，以及在直播卖货试水之后取得的成果。于企业而言，不管是短期的应对策略还是真正改革的开始，2020年，都给了行业一股新鲜的能量。同样值得关注的是，2月27日，国内知名的房地产家居互联网平台乐居控股推出“家居全民购”平台，围绕家居交易环节，提供完整的家居在线交易闭环。当这种基于数字科技的互联互通新业态已从渠道合作伙伴快速延展到全民营销中，这也意味着一个家居新零售的全新篇章已然开启。

（叶玲莉 周嘉宝）

陶瓷行业，哪些企业在逆势扩张

过去的2019年，陶瓷行业经历了一场大变革、大洗牌。市场低迷、产能过剩、渠道巨变……在这样的背景下，大量的陶企艰难度日，倒闭、停窑、破产已经成为常态化。一边，是倒闭退出；另一边，亦有一批建陶企业在行业变革的关键节点选择逆势扩张。面对诸多不利因素，这些陶企扩大产能、增投生产线背后的原因是什么？

简一

2019年1月10日，简一大理石瓷砖新生产基地落户广西壮族自治区梧州市。该项目总投资25亿元，占地1500亩，规划新建9条高端全智能大理石瓷砖生产线，产能预计新增3000万平方米。简一大理石瓷砖董事长李志林表示，“简一进驻梧州是建立在全面科学的评估之上的，更是建立在梧州综合优势之上的，更是起步在梧州优化投资环境、帮扶企业发展基础上的。”落户广西梧州，是简一二次转型的一个重要战略动作，也为简一下一阶段的快速发展提供强有力的后台支持。在此低迷形势下，简一“逆流而动”，折射出简一作为中国陶瓷行业的高端企业代表对中国经济发展的信心，逆势增投生产线也是中国一贯长远发展、做大做强民族品牌的愿景之所在。

金意陶

去年2月17日，金意陶集团与马来西亚合成集团旗下的MML品牌正式签订合作框架协议，通过海外设厂进一步拓展国际市场，实现了金意陶国际化进程的重要进展。金意陶董事长何乾表示，未来的金意陶将继续专注于仿古砖品牌的塑造，不但要与世界上更多的顶尖设计师深度合作，还要大量吸纳引进管理、外语、法律专业人才，深入参与国家“一带一路”倡议的推进，对标全球打造国际一流的陶瓷企业。



蒙娜丽莎	将军企业
2019年3月27日，蒙娜丽莎集团股份有限公司之全资子公司广西蒙娜丽莎新材料有限公司及广西美尔奇建材有限公司在藤县陶瓷产业园区举行。该项目占地1613亩，规划新建10条生产线，初步预计年产量可达7200万平方米。在建陶行业竞争格局分化加速的背景下，蒙娜丽莎选择扩大产能，除了强大的资金和实力保障，更是市场需求带来的创新驱动，通过各方资源的合力赋能，不断创新，输出有需求的产品，进而满足瞬息万变的市场需求。蒙娜丽莎选择藤县，不仅是这里拥有丰富的资源优势和交通优势，更看好这里的投资环境和营商环境。蒙娜丽莎广西藤县生产基地的建立，不只是产能的简单扩张和满足市场的需求，而是选择站在更高的起点，以全球建陶产业最高水平为标杆，以绿色、智能、环保为特色，建设一座高水准的现代化建陶生产基地，以此推动和引领整个建陶产业的转型升级。	去年5月21日，将军企业新生产基地落户湖南省衡阳县界牌陶瓷产业园。该项目总投资23亿元，占地1700亩，规划新建12条高档陶瓷生产线，投产后将达20亿元的产值，超亿元的税收。将军企业董事长柳朝阳表示：“衡阳生产基地项目的实施，是将军企业实现长远发展战略的重要部署。基地线路全面采用国内外先进的智能化生产线、智能餐饮系统以及智能化生产管理系统，并采用高新环保技术和装备，实现超净排放。线路间充分体现绿色环保、科技现代、智能制造、人文和谐的理念。全部线路计划在五年内分批投入建设并投产，全部建成达产后，年产近1亿平方米，年产值超过20个亿。力争税收达到1亿以上，能为单位提供超3000人的就业岗位。”
欧文莱	2019年8月9日，欧文莱·缪斯·多慕·MML海外投资合作项目新闻发布会暨签约仪式在佛山希尔顿酒店举