

门窗行业简报

2010年005期 总第005期

发布时间：2010年4月9日 资讯类别：行业简讯 行业：门窗行业



门窗产业基地



南京堂皇投资管理有限公司

Nanjing Tanghuang Investment & Management Co., Ltd

地址：南京市六合区新篁镇门窗产业基地

电话：025-57544466、57544477、57544433

传真：025-57544433

网址：<http://www.njth131.cn>

南京佑佐信息资讯有限公司

Nanjing Ujoy Information Technology Co., Ltd

地址：江苏省南京市太平南路1号新世纪广场A座3202

电话：025-84677338 (总机)

传真：025-84710701

网址：<http://www.ujoy.cn>

目录

一.行业动态	1
<一>玻璃动态	1
1. “钛阳魔”建筑玻璃贴膜挺进西北市场	1
2. 晶牛欧风易光膜玻璃扎根十省市	1
3. 华中第一金融高楼玻璃幕墙“全覆盖”	2
4. 玻璃板块风华正茂发展势态好	2
5. 隔热浮法玻璃研制成功将风靡国内外市场	2
6. 安徽科技学院面向全国招硅（玻璃）产业本科生	3
<二>铝材动态	3
1. 平果铝把赤泥变废为宝从中提炼铁矿	3
2. 2010 年中电投集团电解铝目标产能 207.5 万吨/年	4
3. 未来 3 年铝需求将恢复到衰退前水平	4
4. 进口的铝电解质用于新槽启动	4
5. 中铝技术走势好转	5
<三>钢铁动态	5
1. 国内钢价普遍上涨	5
2. 建筑钢材：从关注成本到关注需求	6
3. 三大矿山惜售现货价猛涨一天一个价	7
4. 我国铁矿资源潜在储量超 2000 亿吨	8

5. 终端需求促使建筑类钢价持续上扬	8
<四>木业动态	9
1. 建材价格上调近 3 成原材料涨价疯狂	9
2. 吉林培育 5 个特色木业产业园区和产业集群	10
3. 装饰市场火爆建材原料紧缺板材价格上涨三成	10
二.门窗市场透析	12
1. 门窗企业应如何发挥网络营销的最大价值	12
2. 铝包木门窗现已成为门窗界的新“宠儿”	12
3. 门窗企业生存突围之道	14
4. 管理成本门企业快速发展的首要问题	14
5. “扎根”与“招商”门窗业如何一箭双雕	16
6. 精装房将加速门窗行业的洗牌	16
7. 二、三线市场上建筑幕墙门窗行业的档次	17
8. 我国塑钢门窗仍是市场主角行业暗流涌动	17
三.政策解读	19
1 《中空玻璃材料平台》正式实施	19
2. 国务院加强淘汰落后产能明确重点行业具体目标	20
3. 钢铁业三大自律文件详情浮出	24
4. 发改委等加快推行合同能源管理促节能服务产业	25

四.综合新闻	28
1.2009 年十大重点产业运行情况.....	28
2.铝塑龙头企业用“涂层”开启阳光之路.....	29
3.马鞍山“家电下乡”销售破亿元.....	30
4.建材业淘汰落后产能将要“疏堵结合”	31
5.建材下乡推动发展存在产能过剩的隐患	31
6.市场竞争加剧门窗产品更加细致化.....	32
项目推介--南京门窗产业基地	34
1.南京门窗产业基地战略规划.....	35
1.1 新篁简介	35
1.2 产业定位.....	35
1.3 发展愿景.....	35
1.4 战略目标.....	35
1.5 发展周期.....	36
1.6 布局规划.....	36

2.南京门窗产业基地的优势	36
2.1 区位优势	36
2.2 政府支持	36
2.3 人力资源优势	37
3.入驻产业集群基地的优势	37
3.1 入驻产业集群基地可为企业赢得更多市场份额.....	37
3.2 入驻产业集群基地可降低企业生产经营成本.....	37
3.3 入驻产业集群基地可提升企业竞争力.....	37
4.服务体系	38
4.1 独创的 TH131 服务体系	38
4.2 专业的管理团队	38
4.3 完善的服务平台	38
免责声明	40

一.行业动态

<一>玻璃动态

1. “钛阳魔”建筑玻璃贴膜挺进西北市场

兰州晨报发布时间：4 月 7 日

4 月 6 日，钛阳魔西北大区经销商发起的“2010 环保节能产品营销论坛”在兰州飞天大酒店举行。与会者认为，玻璃贴膜产品在我国一系列关于节能减排与发展低碳经济政策的双重驱动下已经进入强大的刚性需求时代。而钛阳魔挺进西北市场倡导低碳生活，恰逢其时。据悉，钛阳魔品牌运营商百援投资集团创立于 1997 年。2009 年末，为了适应市场的发展，钛阳魔品牌对全国的经销商体系作出了重大调整，西北大区的成立就是重要举措之一，钛阳魔中国事业部将与西北大区总代理商甘肃聚通阳光投资有限公司共同全面拓展西北市场。玻璃贴膜的优势主要表

现在能源管理方面，能够实现以极低的成本投入大幅降低建筑物综合能耗的效果。玻璃贴膜产品结合包括太阳能管理、安全及防护技术、装饰等多技术平台，被广泛应用于全球汽车、建筑节能降耗领域。比如钛阳魔的建筑节能系列玻璃贴膜可通过其独创的多层光学涂覆技术阻隔太阳光中 97% 的红外线和 99.9% 的紫外线，从而隔绝多达 66% 透过玻璃的太阳热能辐射，降低空调能耗。

2.晶牛欧风易光膜玻璃扎根十省市

中华玻璃网发布时间：4 月 7 日

为适应世界喜欢充足阳光、崇尚环保的特点，国家级高新技术企业、国家火炬计划项目实施单位晶牛集团研发出具有欧洲风格的“欧风易光”镀膜玻璃，该产品自 2008 年问世以来，已经扎根国内十个省市，力争在 2010 年覆盖全国，继而走向世界。

随着国家大力倡导节能环保的科学发展理念，及人们对既节能又环保玻璃性能不断提高的要求，

晶牛集团经过数年时间，通过多项工艺与设备技术相嫁接研发出清新淡雅色调以及较强节能环保作用的“欧风易光”镀膜玻璃。该种玻璃一膜供三用，既可为室内摄取足够的阳光，又具较高的节能环保效果，还能减少阳光膜对外的光污染，同时能阻挡阳光紫外线。经国家玻璃质量监督检验中心检验，“欧风易光”镀膜玻璃透光率达 50% 以上，遮蔽系数在 50% 以下，节能效果可与当前市场上的节能 Low-E 玻璃相媲美，并且膜层牢固，高温 710℃ 不脱膜，不变色，易加工。当下，一些地方出台了建筑节能材料使用标准。按照福建省政府出台的《建筑节能常用材料及结构选用手册》中要求的贴膜玻璃热工性能参数，只有晶牛“欧风易光”镀膜玻璃同时满足建筑所需玻璃的节能与透光要求。“欧风易光”镀膜玻璃投入市场后，在福建、湖北、山东、四川、云南、北京等十个省市扎根。重点工程项目有厦门华侨大学实验大楼、武汉检察院、北京通州医院、太原检察院、云南监狱等。

3.华中第一金融高楼玻璃幕墙 “全覆盖”

亿房网发布时间：4月9日

民生银行大厦顶楼层高 40 米，拥有 1500 平方米开阔地带，在全国高楼中独有。民生银行武汉分行计划建成金融家俱乐部、私人银行中心以及民生艺术博物馆，对公众及银行客户开放，届时可在高处俯瞰江城美景。

位于汉口建设大道与新华路交会口喷泉公园西侧的中国民生银行大厦，地下 3 层地上 68 层，建筑面积共 14 万平方米。外立面上，大楼玻璃幕墙早已“全覆盖”，对着建设大道的玻璃幕墙是一幅巨大的 LED 显示屏，滚动播放各类广告，地下停车场等设施已启动运作。

历经 10 余年建设，高达 325 米的华中第一金融高楼——中国民生银行大厦 7 月底将投入使用。昨日，承建商武汉香利地产公司与大厦的首位业主民生银行武汉分行举行交接仪式。

作为华中金融新“地标”，民生银行大厦顶楼层高 40 米，拥有 1500 平方米开阔地带，在全国高楼中独有。民生银行武汉分行计划建成金融

家俱乐部、私人银行中心以及民生艺术博物馆，对公众及银行客户开放，届时可在高处俯瞰江城美景。

市金融办表示，武汉正在着力打造全国区域性金融中心，将江汉区定位“金融前台”之一，中国民生银行大厦是江汉区重点金融项目，市委市政府高度关注全力支持，促其尽早投入使用。本月中旬，民生银行武汉分行将进场装修，一楼大厅 1000 多平方米，层高 16 米，将设立营业部，预计 7 月底正式开业。

4.玻璃板块风华正茂发展势态 好

中国证券报发布时间：4月9日

我们维持 2010 年度策略报告的观点，即玻璃行业已经走出多年供给与需求蛛网模型的纠结。随着政府用心推进、居民对生活品质和消费意识的提高，节能玻璃应用于建筑已经开始蔓延之势，玻璃行业的周期规律也可能发生改变。

我们看好房地产竣工面积的潜力，并对 2010 年玻璃行业盈利能力感到乐观。事实上，国内玻璃

深加工层次太浅，比例太低，潜力很大，而判断目前已经出现拐点的基础已经夯实。

5.隔热浮法玻璃研制成功将风 靡国内外市场

证券之星发布时间：4月8日

新近研发出了一种可以隔热的玻璃。

这种玻璃可吸收 200nm-400nm 紫外线和 780nm-2500nm 近红外线的兰色或绿色浮法玻璃的配方工艺技术，这种兰色或绿色的浮法玻璃是通过添加一种 UV-IR 吸收剂采用本体着色法制成。

这种兰色或绿色浮法玻璃可达到如下的技术质量指标：（1）紫外线吸收率>99.9%，（2）可见光透过率在 75%-85%之间，（3）近红外线吸收率>99.9%辐射率 $E < 0.05$ ，（注：LOW-E 玻璃的辐射率 $E = 0.2-0.25$ ，镀金属反射膜玻璃的辐射率 $E = 0.6$ ，普通浮法玻璃的辐射率 $E = 0.84$ ），（4）成本在原浮法玻璃的基础上增加 10%-12%，（5）在原浮法玻璃配方中添加一定量的 UV-IR 吸收剂采用本体着色法，不需改动原浮法玻璃生产工

艺，这种兰色和绿色的浮法玻璃大大优于在线镀膜玻璃和 LOW-E 玻璃以及目前市面上任何超吸热玻璃的技术质量指标，具体？（一种能对太阳光进行选择、可控性光谱吸收，有益于人类健康的新颖浮法玻璃）可行性报告。

（一）目前市面上各种吸热玻璃的技术指标如下：（1）可见光透过率在 45%-70%之间，（2）近红外线透过率在 15%-30%之间，（3）紫外线透过率在 10%-25%之间。

（二）添加了本技术 UV-IR 紫外线和近红外线吸收剂本体着色的浮法玻璃：绿色玻璃可？光透过率在 75%-82%之间，近红外线和紫外线透过率均在 0.01%，兰色玻璃可见光透过率在 76%-85%之间，近红外线和紫外线透过率均在 0.01%。

着全球气候变暖，一种以减少冷却负荷为代表的节能观点风行全球，特别是对减少太阳光中的紫外线和近红外线热效应形成了社会潮流，受到了人们极大的关注，迫切需要一种对太阳光进行过滤的产品，深信这种隔热浮法玻璃将造福人类，具有极其广阔的国内外市场！

6.安徽科技学院面向全国招硅（玻璃）产业本科生

滁州日报发布时间：4 月 8 日

从安徽科技学院获悉，该校新增设无机非金属材料工程专业，将于今年秋季面向全国招收本科生，为凤阳县建设千亿元硅（玻璃）产业基地打造人才平台。

安徽科技学院始积极探索人才培养新机制，而凤阳县在打造千亿元硅（玻璃）产业项目过程中需要大量的技术人才和产业工人，人才问题是凤阳县硅（玻璃）产业发展的一个重要制约瓶颈。为此，凤阳县与安徽科技学院、蚌埠玻璃设计院及凤阳县硅（玻璃）企业取得磋商，决定搭建校地、校企合作平台，并于近日举行了专题讨论会，联手培养千亿元硅（玻璃）产业项目专业人才，由安徽科技学院开设无机非金属材料工程专业，由蚌埠玻璃设计院提供技术及教学人才平台，凤阳及硅（玻璃）企业为大学生营造良好工作环境、搭建更好的发展平台。

<二>铝材动态

1.平果铝把赤泥变废为宝从中提炼铁矿

广西日报发布时间：4 月 9 日

中铝广西分公司（简称平果铝）因氧化铝生产，每年赤泥排出量近 200 万吨。该公司采用广州有色金属研究院研发的磁选技术，从赤泥中选出可用于钢铁冶炼的铁精矿。这是世界上首次以磁选技术在高温拜耳法赤泥中选铁的具有循环经济特色的项目。该公司于 2008 年 12 月成功建设一条赤泥磁选铁精矿的试验生产线，生产线年处理量为 12 万吨干赤泥，生产出的铁精矿品位达到 55%以上，产品满足钢铁冶炼企业的矿石品位要求，有效解决了氧化铝生产中数量巨大的废弃物赤泥的堆存问题及造成的环保压力。每年可回收铁精矿近 20 万吨，创收 2000 多万元

2009 年 6 月，该项目通过了性能考核和中铝公司总部组织的专家验收。2009 年该项目基本实现连续生产和产品销售，为企业带来效益，成为公司抗击国际金融危机、控亏增盈的经济增长亮

点。试产至今，共生产铁精矿 9400 多吨，创造利润约 100 万元。目前，平果铝计划扩大应用此项技术，处理氧化铝生产外排的全部赤泥，实现项目产业化。预计每年可回收铁精矿近 20 万吨，年创经济效益 2000 多万元。赤泥选铁试验项目成功运营，今年 3 月中旬分别获得 2009 年国家发改委和自治区高技术产业发展项目 200 万元、20 万元的资金资助。

2.2010 年中电投集团电解铝目 标产能 207.5 万吨/年

中国铝业网发布时间：4 月 9 日

据中国电力投资集团公司（中电投集团）消息，2009 年，中电投集团可控装机突破 6000 万千瓦，煤炭产能 5015 万吨，电解铝产能 175.5 万吨，分别增长 13%、46% 和 105%。2010 年，中电投集团目标：实现电力总装机 7000 万千瓦，煤炭总产能 7275 万吨，电解铝产能 207.5 万吨。

中电投集团的电解铝项目分布在内蒙古、宁夏、青海，采用煤电铝、水电铝联营模式发展电解铝，包括青铜峡铝业、内蒙古霍煤鸿骏铝电有

限责任公司、中电投霍林河煤电集团铝业股份有限公司、黄河上游水电开发公司鑫业分公司，并在山西运城参股中铝华圣铝业，在贵州获得了 1.2 亿吨铝土矿资源。近日又在上海设立了中电投铝业国际贸易有限公司。目前，中电投已成为中铝之后国内第二大电解铝生产企业。

3.未来 3 年铝需求将恢复到衰退 前水平

中国铝业网发布时间：4 月 9 日

力拓公司 (RioTinto) 旗下加拿大铝业 (Alcan division) 首席执行官 Jaycote 22 日表示，未来 3 年铝消费水平将恢复到衰退前水平。

Cote 在魁北克演讲时表示，“如果有一个领域具备巨大增长潜力，那就是铝业。”力拓公司在全球经济衰退中表现良好，该公司对铝需求长期前景很有信心。

Cote 称，“随着城市化和工业化的共同影响，未来几年新兴国家铝需求将增长”。Cote 称，工业化国家铝需求每年将增长 2% 至 3%。Cote 表示，“我们将在铝需求再度恢复增长之时，利用

公司的竞争优势从中获取巨大利润”。Cote 补充道，我们有理由对全球铝需求增长持乐观态度，但我们仍需观察铝需求复苏的力度”。

Cote 称，各国政府需考虑第二轮刺激计划，并对上调利率的时机谨慎考虑。“我们必须在对前景持乐观态度的同时保持警惕”。

4.进口的铝电解质用于新槽启 动

中国铝业网发布时间：4 月 7 日

2007 年以来，全球最大的铝电解质供应商加铝公司已经向中国出口铝电解质 15000 多吨，中国电解铝行业已经进入全球电解质循环利用体系。加铝公司所供应的电解质为纯净的质量十分稳定，可靠性强。在电解铝厂启动电解槽时，使用电解质相对冰晶石价格较低性价比高，可显著降低成本。用纯净的电解质启槽具有明显的技术和成本优势。目前，西方电解铝厂普遍采用全电解质启槽，已经很少使用冰晶石。国内的南山铝业、青铜峡铝业、兖矿科澳铝业、神火铝业、中铝广西分公司等企业都成功的采用了全电解质

启动铝电解槽。

目前，国外 80% 的铝电解质由力拓加铝贸易公司集中后在全球配送经销。

加铝公司和代理机构尚轻时代金属公司相关负责人表示：“能将国际铝业先进成熟的技术在国内推广，并促进中国电解铝企业加入全球电解质循环利用体系，将是我们为中国铝行业做的一项十分有意义的工作。目前，加铝进口铝电解质已经成功批量用于河南神火铝电、内蒙古霍煤鸿骏铝电、河南沁澳铝业、广西百色银海铝业、黄果树铝业、创元铝业、鹿泉铝业等铝厂。

5. 中铝技术走势好转

腾讯财经发布时间：4 月 8 日

中国铝业 09 年全年业绩盈转亏，录得亏损 46.43 亿元人民币，逊于市场预期，营业额 702.7 亿元人民币，按年下跌 8.4%，毛利下跌 79% 至 11.9 亿元人民币，主要原因是去年受金融海啸影响，铝产品市场大减，令铝价低位运行，按年大幅下跌。然而，按中国会计准则，集团预期今年首季会录得盈利。

集团期内氧化铝产量和电解铝产分别为 778

万吨和 344 万吨，而今年目标是分别提升 34% 和 10%。集团计划大力发展煤电铝和水电铝产业链，目前与甘肃和青海等省份合作，加大煤炭资源和水电资源开发；以及淘汰落后的电解铝产能、在海外寻找铝土矿等项目等。集团亦计划将自采矿比例由目前约 66% 提升至最多 90%，届时矿产成本有望下降一成，有利改善业绩。

集团预算今年资本开支为 146 亿元人民币，其中 30 亿元人民币将用海外项目的前期投资，当中包括在马来西亚和沙特阿拉伯研究设立电解铝厂。另外，集团计划在 A 股市场集资 100 亿元人民币，相信可满足今年的资本安排，以及进一步降低资产负债比率。

根据港交所数据显示，邓普顿基金于 3 月 24 日增持集团 575.6 万股，每股平均作价 8.099 元，持股量由 12.96% 增至 13.11%。以技术分析，1 月 5 日裂口高开高收，阴阳烛图呈两支「太阳烛」上升，1 月 11 日升至 10.66 元高位后见顶回落，2 月 19 日跌至 7.11 元低位后见支持，形成「小双底」后现技术分弹，昨日裂口高开高收，10 天线与 20 天线成交汇，快步随机指数(STC)%K 线升穿%D 线，14 日相对强弱指数(RSI)升至 59.7，走势逐渐好转，可候低在 8 元水平吸纳，

上望 10.6 元，不跌穿 7.11 元可续持有。

<三> 钢铁动态

1. 国内钢价普遍上涨

国内钢价普遍上涨发布时间：4 月 9 日

据提供的最新市场报告称，铁矿石价格谈判已成为国内钢材市场关注的焦点，而钢铁成本上升的预期正在影响国内钢材市场，在最近的一周内，国内钢价普遍上涨，但分品种各有缓急。

最近的一周内，有关铁矿石价格谈判的消息不断。淡水河谷、必和必拓和力拓三大矿已先后发出正式消息，称正致力于推行季度定价，以取代传统的年度定价方式，并已有相当一部分客户接受了季度定价协议。但三大矿都没有透露具体的涨价幅度。与此同时，不断有媒体传出消息说，矿价的季度涨幅在 80% 至 100% 之间。

目前，中国和欧洲钢铁行业明确反对矿价的过高涨幅和定价方式的改变。中钢协相关负责人表示，不急于与矿商订下不合理的“城下之盟”。欧钢联也正式要求欧盟委员会对三大矿涉嫌定价垄断的行为进行调查。国际钢协亦对高矿

价及矿商可能滥用市场地位的现象表示担忧。矿商与钢铁行业的博弈还在继续，对钢市的影响还将持续下去。

据监测，对钢铁成本上升的预期已明显成为国内钢市上行的主要推动力之一。此外，从 4 月份开始，国内钢铁下游需求慢慢启动，推动价格上涨的因素或将由单纯成本的支撑慢慢向“成本-需求”双轮推动的格局转换，目前商家心态普遍较好，对后期走势抱有信心。

据了解，在最近的一周内，国内主要钢材品种的价格上涨各有缓急，其中建筑钢材受良好的需求支撑，加之各方对后市普遍看好，在价格上涨的同时，库存也得到了一定消化；热轧板卷价格底部被进一步抬高，部分下游用户开始介入下单；冷轧市场表现坚挺，但价格冲高过快将影响部分买家的采购积极性；中厚板在低价位成交活跃，市场温和上行，库存有所削减；型材现货资源价格上涨，加之部分规格短缺，价格体现出差异化。

据市场分析师的观察，虽然市场对后市看涨的预期十分强烈，但其具体的市场效应尚有待观察。目前，国内钢厂面对大幅走高的原材料成本，对下期的出厂价格估计会以上调为主要的选择

方向。不过，以冷轧市场为例，随着冷轧产品平均价格突破每吨 6000 元大关，市场流通环节已表现出交投不旺的迹象，只是在钢价上涨预期的压力之下，部分下游需求不得不提前释放出来，短期内市场将在观望中保持前行。

有业内人士说，铁矿石、焦煤、能源等原材料价格的上涨，将“重新定义”全球钢铁生产的成本和钢价水平，并可能迫使国外钢铁生产企业频频上调订货价格，这对全球经济将产生连锁影响，其正负效应需要及时地进行预判和评估。全球钢价上涨，或许短期内将给国内钢铁行业的出口环境创造契机，因为目前中国钢价正处于世界的“盆地”，但其他众多不确定因素依然存在。钢价冲高的背后，有机会，但更需要关注的是风险。

2.建筑钢材：从关注成本到关注需求

证券时报发布时间：4 月 9 日

春节之后，建筑钢材价格展开了一波凌厉的涨势，从 2 月 20 日至 4 月 8 日，上海市场 20mm

三级螺纹钢累计涨幅在 500 元/吨以上。在推涨价格的各种因素中，以铁矿石为代表的钢铁成本上升因素是驱动行情的最主要动力。截至 4 月 8 日，市场上 25mm 三级螺纹钢报价普遍达到 4600 元/吨以上，期货 RB1010 合约价格已达到 4800 元/吨以上。我们认为，在此价格水平下，成本上涨部分已基本完全覆盖，后期成本推涨因素将不再是推涨行情的驱动力，市场关注热点将逐步从成本推涨转移到基本的供求关系上来。尤其是进入施工旺季以后，建筑钢材下游需求的释放水平以及需求释放带来的库存数量改变程度，将成为决定行情方向的决定性因素。

需求方面，从目前调研的情况来看，较为乐观。我们对全国重点大中型建筑项目的跟踪显示，2010 年二季度建筑施工投资额同比增速在 20% 左右，预计接下来的 4、5、6 月份将会有较多的工程采购招标发布；在对华东华北的钢材贸易商调研中，调研对象也普遍反映在手订单较为饱满，无论环比还是同比均有增量。甚至部分贸易商反映，近期向钢厂订货后钢厂不能足额发货，钢材现货供应开始出现吃紧迹象。在此背景下，预计贸易商和钢厂拉涨钢价的意愿将会较为强烈。

在未来较好的需求预期下，当前建筑钢材行业整体产能利用率已达到 90% 以上。2 月份全国粗钢日均产量已达 180 万吨，折合年产量 6.57 亿吨，按 7.2 亿吨粗钢产能计算，全国钢铁行业产能利用率已达 91.25%。虽然统计数据可能存在误差，但结合历史情况来看，90% 以上的钢铁行业产能利用率和建筑钢材开工率，均意味着后期供给继续增长的空间和速度将受到限制。一旦需求释放增速快于供给增加的速度，将会给钢价持续的涨价动力。

需求已启动并且将继续增加，供给已至高位，带来的客观后果将是库存压力不断降低。从 3 月中下旬开始，各种口径统计的现货市场库存都呈不断走低趋势，极大提振了市场信心。持续快速的库存下降，将不断冲淡市场对需求释放的疑虑和对当前高库存的担忧，给钢价上涨增加底气。

而近期可能给钢价带来负面影响的将是铁矿石因素。在钢铁行业整体开工率高企情况下，后期增产速度将较慢，这将意味着对铁矿石的增量需求将释放较慢，矿价或将回调。另一方面，铁矿石谈判接近尾声，市场对铁矿石谈判的炒作热情不断下降。一旦矿石谈判结果确定，极有可

能被市场视为利好出尽带来钢材期价的下调。

3. 三大矿山惜售现货价猛涨一天一个价

每日经济新闻发布时间：4 月 8 日

铁矿石谈判的被动局面，逼迫中钢协抛出“杀手锏”，发出停止进口铁矿石两个月的呼吁。不过，据了解，上述呼吁发出前后至今，国内铁矿石现货价格暴涨，几天时间每吨上涨六七十元，4 月 6 日一天就上涨了 10 到 20 元。

同时，三大矿山依然强硬，他们正通过惜售铁矿石继续操纵矿价，拨动中国钢企痛苦的神经。

价格猛涨

为抵制三大矿山的垄断行为，日前，中钢协明确呼吁国内具有进口铁矿石资质的钢企和贸易商，在接下来的两个月内不从矿商手里进口铁矿石。据了解，受此影响，目前进口矿价格继续上涨，其中印度矿外盘报价直逼 170 美元/吨。据数据显示，4 月初，63.5% 印粉现货价为每吨 1180 元，截至昨日（4 月 7 日）现货价攀升至

1240~1250 元/吨，价格上涨了 60~70 元/吨。

而国内铁矿石市场方面，除华东地区铁精粉市场价格平稳运行外，北方地区铁精粉市场价格继续呈现涨势，东北涨幅要高于河北地区，中南铁精粉市场资源紧张，市场价格小幅上调。

据了解，1981 年至 2000 年的 20 年间，铁矿石年度价格调整幅度均未超过 20%，其中超过 10% 的为 7 次，而涨价和跌价的年份基本是各占一半。分析人士称，由于谈判尚未结束，今年的涨幅还没出来，可按照目前形势，创历史之最已成定局。

矿商惜售

“现在的铁矿石，不好做。”长期从事铁矿石业务的袁总说，处于绝对垄断地位的三大矿山收紧了铁矿石供应量，由于货源趋紧，从事铁矿石业务的供应商只好暂停业务，“在日照港，以前都是排队卸货，现在已经很少有船靠岸。”

“现在是缺货，不缺客。”一位不愿具名的钢企负责人一语中的。

据监测，目前国内 19 个港口的铁矿石库存共为 6737 万吨，比上周统计减少 15.5 万吨。“除了青岛和日照港的船量明显好转，各港口由于近两周到船量的持续低迷，港存也是连续下降。”

行业人士如是表示。

从港口一线获悉，大连港下滑趋势明显，本周为 202 万吨，相比上周下降 33 万吨，其中澳矿 63 万吨、巴西矿 110 万吨。而曹妃甸港港存下降 15 万吨至 345 万吨，其中澳矿 121 万吨、巴西矿 82 万吨、印度矿 96 万吨。

分析师称，三大矿山凭借自身的垄断能力，有意控制发货，而国内贸易商进口矿也有减少的趋势。

更多业内人士则表示，矿商惜售实际上是其操控铁矿石价格的谈判策略。

美联（天津）投资贸易有限公司外矿负责人对此深有体会。今年 3 月，公司从巴西矿主那里签得近 7 万吨的贸易矿，不过，签约过程并没有想像的顺利，因为一些规则已被矿商打破，季度定价的新体系使得矿价向现货市场靠拢，“我们 3 月初开始谈判，谈了近 20 天，签约的时候是每吨 156 美元，但受现货市场价格影响，成交价为每吨 160 美元。”

“他们能跟我们耗，我们却跟他们耗不起。他们可以停，我们的却停不起。”该公司外矿负责人表示，中国的需求属于刚性需求，但国内自有铁矿石远远不能满足需要，必须依靠进口。

储备充足

“我们的铁矿石进口量 100 多万吨，三大矿惜售并未对公司造成实质影响，因为我们可以从伊朗、智利、印尼等地进口。”临沂翔龙钢铁公司表示。

美联（天津）投资贸易有限公司外矿负责人也表示，“我们的现货储备充足，目前的港口库存足够满足国内钢厂 3 到 6 个月的正常生产。”

对此，冶金工业规划研究院院长李新创表示，“中钢协组织抵制，你一天不买，两天不买，最后还是需要铁矿石。”他说，三大矿山拥有主动权，这种形同垄断的铁矿石供应对国内钢企的影响非常不利，“打破三大矿山的垄断，唯有加大海外投资，让国内有资质的钢企全部走出去，投资建矿，多元化、多渠道、多种方式实现铁矿石自给。”

4.我国铁矿石资源潜在储量超 2000 亿吨

北京日报发布时间：4 月 8 日

昨天，国土资源部下属国家地质调查局发布

《2009 年矿产资源调查评价工作重要成果报告》，目前我国已圈定铁矿找矿远景区 112 处，预测潜在铁矿资源量 2000 亿吨以上。

“报告”显示，预测资源量在 100 亿吨以上的远景区 2 处，50 亿至 100 亿吨的 2 处，30 亿至 50 亿吨的 2 处，10 亿至 30 亿吨的 16 处。主要分布在辽宁鞍山、冀东、四川攀枝花、鲁西、闽西南、河南舞阳—新蔡、安徽庐枞、新疆天山等地区。其中，辽宁鞍山地区已探明铁矿资源储量 146 亿吨。

铁矿资源潜力大的预测区主要为台沟、齐大山、大孤山、张台子、南芬、长岭等。河北冀东地区已探明铁矿资源储量 62 亿吨，本次预测圈出 229 个铁矿预测区，预测潜在资源量 202 亿吨。四川攀西地区已探明铁矿资源储量 101 亿吨，圈出 19 个预测区，预测新增资源量 194 亿吨。

5.终端需求促使建筑类钢价持续上扬

上海证券报发布时间：4 月 8 日

根据最新的统计数据，国内钢价近几周不断

在延续稳步上扬的状态，尤其是前期库存价高的建材螺纹钢也出现攀升势头，这似乎暗示终端需求将逐步取代炒作空间降低的铁矿石，成为主导钢价上涨的首要动力。

根据最新监控数据显示，上周（3月29日-4月1日），国内钢价继续上扬。不过，南方和北方区域的钢价走势开始出现分歧，华东市场的价格稳步推高，而华北市场则有见高回落的态势。

据悉，国内地区钢材价格变化如下：上海区域钢材价格大幅上行，单周上涨90元/吨，截至4月2日报在4160元/吨；广州区域钢材价格延续涨势，单周价格上调80元/吨，截至4月2日报在4310元/吨。北京区域钢材价格首见回落，截至4月2日报在4420元/吨，报价较上周五下调50元/吨。

来自一线贸易商的信息称，上周价格推动主要为钢铁下游最终用户的采购节奏的加快，受节前工地备货影响，上周市场需求水平较前一周回升，具体表现为钢铁下游终端用户增加订购量。

最新的库存监测显示，目前全国建材库已经连续4周下滑，全国钢材市场“金三银四”的消费旺季已经拉开序幕。不过，一些专业机构也提醒，虽然上周的钢材销量水平大幅上升，但从整

体水晶看，离旺季应有的水平存在明显差距。

<四>木业动态

1.建材价格上调近3成原材料涨价疯狂

中国木材网发布时间：4月9日

最近市场上木材非常紧缺，不光是优质原木，连加工板材的树枝、树皮甚至连回收的旧木材价格都在上涨，朱先生告诉，因为持续的干旱，加上从去年开始的涨价，让大部分业内人士都认为原料价格还会一直上涨下去。现在市场上许多人都已经有了心理恐慌，只要手里有钱就拼命进原料，弄得市场上凡是带‘木’的东西都在涨价。

今年以来，关于建材、家具涨价的消息一直在市场流传，业内也普遍表示，涨价势在必行。记者近来了解到，虽然主要建材、家具价格还未动，但目前板材价格已先涨了起来，涨幅最高达到了30%。

板材原料紧缺导致涨价

昆明市官渡区是全省最集中的板材生产基地

地之一，这里板材的出厂价格，决定了市场价。昨天中午，官渡区兴旺木材加工厂厂长朱先生告诉记者，去年开始，加工板材的原料价格一路上涨。今年更是受干旱影响，所有木材涨价都很厉害，许多原木价格甚至涨了5成以上。不得已，从年初开始，板材价格也开始上涨，累计到目前，已经涨了2-3成。

受木材涨价影响，近来木材期货交易也异常火爆，而如此火爆的期货，又会带领国际木材价格一路上涨。芝加哥商品交易所木材期货价格也开始从底部攀升，从持仓数据看，非商业（对冲基金等）净多头头寸达到了10年新高。上一次大规模净多头头寸出现后，木材价格一年内上行近100%，这一次大规模多头建仓，说明国际上的炒家开始全面看多木材未来走势。

其他建材价格暂时未动

大家都想涨价，又都不敢涨价，采访中，许多建材商都告诉记者，其实因为原料价格在上涨，厂家都已发过好几次涨价通知了，但云南市场上一家都没涨，谁都不愿意做出头鸟。但最近几天，国内许多城市的建材都已提价，比如广州的木地板，价格就已经涨了2-3成，板式家具价格也在涨。

价格肯定会涨的,只是时间问题',鲁班装饰品牌推广部经理杨先生透露,许多建材商最近都已透露出了涨价的意思,毕竟原料价格上涨太厉害,厂家也是要生存的。现在涨价只是时间问题,或许已经很近了。

如果建材涨价,装饰公司的报价也会跟着上涨。杨先生说,今年装饰市场特别火爆,工人紧缺,人工成本已大幅增加,许多工人的日工资都已经超过 200 元,是去年的一倍。

2.吉林培育 5 个特色木业产业园区和产业集群

长春日报发布时间: 4 月 8 日

记者从第 6 届吉林家具展览会发展论坛获悉,为推动引导产业特色园区的发展,优化产业布局实现升级,吉林省正在培育 5 个特色园区和产业集群:中俄木材加工储运基地和珲春木材工业园区、长春米沙子木制品工业园区、长春科技木工业园、敦化地板产业基地、辉南抚民镇木椅工业园区。这些产业园区将成为我省家具产业发展的亮点。

据省家具协会会长周柱山介绍,上述 5 大家具产业园区项目规划总占地约 8 平方公里,总投资 80 亿元,企业总户数 400 多家,预计年实现产值约 120 亿元。

长春米沙子木制品工业园区已于去年 7 月开工奠基,是集产品研发、加工销售、配套物流等于一体,多功能标准化工业园,目前已完成征地及一期工程。通化市辉南县抚民镇被誉为“关东木椅第一镇”,木制品产业从业人员 3500 多人,年产值 1.5 亿元。林产工业是延边州敦化市的第一大支柱产业,地板产量占全省的一半以上,产品出口到 32 个国家和地区,2008 年实现产值 22 亿元。位于九台市的长春科技木工业园,将与省林科院合作科技木阻燃系列产品研发,通过仿生技术代替珍稀材,让有限的林木资源实现价值最大化,合力打造全国科技木产业园区。

在第 6 届吉林家具展览会上,捷亚、蜂巢、华英、庆军、环艺、驼峰、光明、亿丰以及百合、今朝等主要家具、装饰企业,携最新产品参展,同时揽得大笔订单。来自省家具协会反馈信息显示,一线品牌产品重新占据展会主流地位,家具内销市场已经明显回暖。

3.装饰市场火爆建材原料紧缺 板材价格上涨三成

中国木材网发布时间: 4 月 8 日

“最近市场上木材非常紧缺,不光是优质原木,连加工板材的树枝、树皮甚至连回收的旧木材价格都在上涨”,朱先生告诉,因为持续的干旱,加上从去年开始的涨价,让大部分业内人士都认为原料价格还会一直上涨下去。现在市场上许多人都已经有了心理恐慌,只要手里有钱就拼命进原料,弄得市场上凡是带“木”的东西都在涨价。

今年以来,关于建材、家具涨价的消息一直在市场流传,业内也普遍表示,涨价势在必行。记者近来了解到,虽然主要建材、家具价格还未动,但目前板材价格已先涨了起来,涨幅最高达到了 30%。

板材紧缺

板材原料紧缺导致涨价

昆明市官渡区是全省最集中的板材生产基地之一,这里板材的出厂价格,决定了市场价。昨天中午,官渡区兴旺木材加工厂厂长朱先生告

诉记者，去年开始，加工板材的原料价格一路上涨。今年更是受干旱影响，所有木材涨价都很厉害，许多原木价格甚至涨了 5 成以上。不得已，从年初开始，板材价格也开始上涨，累计到目前，已经涨了 2—3 成。

受木材涨价影响，近来木材期货交易也异常火爆，而如此火爆的期货，又会带领国际木材价格一路上涨。芝加哥商品交易所木材期货价格也开始从底部攀升，从持仓数据看，非商业（对冲基金等）净多头头寸达到了 10 年新高。上一次大规模净多头头寸出现后，木材价格一年内上行近 100%，这一次大规模多头建仓，说明国际上的炒家开始全面看多木材未来走势。

其他建材

价格暂时未动

“大家都想涨价，又都不敢涨价”，采访中，许多建材商都告诉记者，其实因为原料价格在上涨，厂家都已发过好几次涨价通知了，但云南市场上一家都没涨，谁都不愿意做出头鸟。但最近几天，国内许多城市的建材都已提价，比如广州的木地板，价格就已经涨了 2—3 成，板式家具价格也在涨。

“价格肯定会涨的，只是时间问题”，鲁班

装饰品牌推广部经理杨先生透露，许多建材商最近都已透露出了涨价的意思，毕竟原料价格上涨太厉害，厂家也是要生存的。现在涨价只是时间问题，或许已经很近了。

如果建材涨价，装饰公司的报价也会跟着上涨。杨先生说，今年装饰市场特别火爆，工人紧缺，人工成本已大幅增加，许多工人的日工资都已经超过 200 元，是去年的一倍。

二.门窗市场透析

1.门窗企业应如何发挥网络营销的最大价值

中国建材第一网发布时间：4月9日

当前，网络已成为人们日常生活中不可或缺的重要工具，网民这个巨大的消费群体也开始受到了门窗商家的关注，不少的门窗企业开始重视起网络营销。那么在新兴的营销方式中，网络营销对于门窗行业的影响到底有多大呢？我们应如何发挥网络营销的巨大威力呢？

首先，我们来了解一下什么是网络营销？网络营销的方式有哪些？

网络营销是企业整体营销战略的一个组成部分，是为实现企业总体经营目标所进行的，以互联网为基本手段营造网上经营环境的各种活动。网络营销概念的同义词包括：网上营销、互联网营销、在线营销、网路行销等。这些词汇说的都是同一个意思，笼统地说，网络营销就是以互联网为主要手段开展的营销活动。

网络营销的方式有：搜索引擎注册与排名，文字

（网站）链接，广告，信息发布，建立网上专卖店，参加知名行业网络媒体的门窗论坛，与知名行业网络媒体共同举办装修或门窗知识讲座，进行博客营销等。

门窗企业应如何发挥网络营销的最大价值？

1、传统店面与网络营销相结合

把传统店面和网络营销结合起来是最好的出路，这已是越来越多门窗供应商的意识。目前，许多专业的门窗网销网站在高速崛起，他们针对的人群更精准，专业性更强，营销方式也更加多样化。

现在越来越多门窗供应商已经感到传统渠道的限制和不足，而开始大力拓展网络渠道，试图将两者结合起来，实现优势互补。如果说，之前通过网络销售多少是有些赶时髦的心理，那么现在越来越多门窗商感觉这已经是门窗企业发展的必由之路。

2、网络营销与移动营销的结合

网络营销具有范围广、速度快、成本低、任何企业都不受自身规模的绝对限制，都能平等的获取信息及平等的展示自己的优点。它可以使小企业迅速扩大知名度，网络电子营销是中小企业的独门“利器”。而即时、互动、个性化的移动

性媒体营销，如移动手机、公交、地铁视屏营销目前成为了传播差异化信息内容的一个新渠道。

可以说 IT 的发展速度有多快，网络营销的发展速度就有多快。做网络营销是个长期性的方向和策略。

因此，网络营销对于门窗行业来说，不是做不做的问题，而是怎么做的问题，整个行业更需要专业性强，网络表现力好，尤其懂得如何结合其他渠道，来打开销售和推广局面。这种趋势，在金融危机寒流下将会加速进程。

2.铝包木门窗现已成为门窗界的新“宠儿”

中国建材第一网发布时间：4月9日

窗可以算是房屋的眼睛。窗户打通了自然与人的隔膜，可以足不出户就享受到温暖的阳光和凉爽的清风。以往，老建筑中的钢窗、旧式铝合金门窗因保温、密封性较差，在风吹日晒中容易变形，很难起到保暖的作用。

冬季，选择保暖、密封性好的窗户显得尤为重要。调查发现，目前市场上销售的门窗主要以塑钢窗为主，也有少量的高档纯铝门窗、加断桥

隔热装置的铝合金门窗，而最抢眼的则是“铝包木”的木门窗了。

新木窗户重？

市场上，新型的木窗主要有纯木窗和“铝包木”木窗两种类型。为了保证木窗不开裂，木材要经过周期式强制循环蒸汽干燥，这种干燥方法虽然成本较高，但室内气体循环均匀，能满足高质量的干燥要求。木窗最大的优点就是木纹质感强，天然木材独具的温馨感觉和出色的耐用程度都成为人们喜爱它的原因，通常可做内窗，刷漆后也可做外窗。

而铝包木窗则是在实木的基础上，用铝合金型材与木材通过机械方法连接而成的型材，通过特殊角连接组成的新型窗。这种门窗具有双重装饰效果，从室内看是温馨高雅的木窗，从室外看却又是高贵豪华的铝合金窗。这样既能满足建筑物内外侧封门窗材料的不同要求，保留纯木门窗的特性和功能，外层铝合金又起到了保护作用，且便于保养，可以在外层进行多种颜色的喷涂处理，维护建筑物的整体美。

铝包木门窗为什么节能

据介绍，铝木门窗所选用的木材是生长在靠近北极地区的北欧红松与东北亚原始森林的落

叶松，再经过严格筛选，以及防腐、脱脂、阻燃等处理，并采用德国高强度的黏合胶水，使木材的强度、耐腐蚀性、耐候性等方面都得到了保障，可以经久耐用。这种窗户都采用了双层密封结构，把先进的汽车密封胶条用在门窗上，所以隔热、保温的效果格外突出。

铝木门窗最大的特点是保温、节能、抗风沙。它是在实木之外又包了一层铝合金，使门窗的密封性更强，可以有效地阻隔风沙的侵袭。当酷暑难耐之时，又可以阻挡室外燥热，减少室内冷气的散失；在寒冷的冬季也不会结冰、结露，还能将噪音拒之窗外。

铝包木窗的开合方式很多，其中推拉平开多功能组合窗是今年引人注目的新型窗，它最大的优点就是开合随心所欲：窗扇可随意左右推拉，也可以顺畅地向外平开；可随意调整窗户开启面积，如果向外旋转 180°，就能够在室内清洗窗扇的内外两面，非常安全。

这种窗扇在平开状态遇到强风时，窗扇可以自动入轨转换为推拉状态，这样窗扇就不会因为反复开合而摔坏玻璃；而且窗扇关闭后上下还可以自动锁定，牢固可靠、防盗安全。

还有一种铝木平开上悬窗，用一个把手就可以实

现平开、上悬两种功能，同时满足窗户的通风及透气功能。

单框双扇铝木复合窗，窗框外罩采用铝合金型材，外侧扇为铝合金窗扇，内侧扇为纯木窗扇，在两层窗扇之间可以加装百叶窗帘，无须开启窗户就可调整窗帘；而纯木窗独特、严密的设计，使窗的保温性及装饰性更加突出，可与室内的木地板、木门、家具相互协调、相得益彰。

一般情况下，标准配置的纯实木窗的零售价格为每平方米 3000 元或更高，异型产品的价格还要在此基础上再增加几百元，而铝包木窗的价格为每平方米 3100-3400 元。

要说起窗户的绿色环保性和装潢的档次效果来，天然木材无疑是最好的，但由于身价不菲，所以拥有别墅的用户选择的多。而铝包木窗则更受 Townhouse 族欢迎，虽然每平方米贵几百元，但订单不断，主要品牌有顺达墨瑟、其昌铝窗、美国赫德等。

门窗行业有“三分制作七分安装”的说法，门窗质量问题多是由安装引起的，作为节能型的铝包木门窗安装要求更加严格。一般情况下，厂家都会上门测量、设计开启、安装等，这使得购买过程较漫长而且比较复杂，而且新型窗使用起

来的维护、售后事项也多，所以作为消费者，应在合同中明确写明安装材料及安装人工费等内容。

3.门窗企业生存突围之道

中国建材第一网发布时间：4月9日

门窗行业经过多年的发展，从过去单一的门窗展厅和简单的购买习惯转变到现在的实景实样展示和体验式购买习惯，商家也在想尽一切办法提高销售服务。随着消费者消费意识的提高，对设计效果和装修风格有了更高的要求，他们在追求自己的个性，专门找装修公司设计施工。但是，很多消费者对装修公司做事不地道，收费高，特别是材料方面回扣大，令到业主们持怀疑态度。聪明的业主甚至到市场了解行情，有些消费者就直接找装修公司只负责设计和施工，材料由业主自己指定或到市场购买，形成这种现象已成普遍了。

为了达到消费者的意愿，众多门窗商家开始不断创新，无论是在产品上还是在展示上或者是配套服务上都进行改良，为提高零售份额。到目前，门窗营销有了很大的改观，商家在设计和展示方面下功夫，在服务方面周到细致体贴，令消

费者得到“尊贵”的服务。他们在学习推销自己，开始了解消费者需要什么，开始研究消费习惯和消费心态，开始为消费者解决难题，他们还上门服务，了解情况和维护指导。

通过与消费者谈话中了解到：“现在的服务好很多了，本来只是想过来看看产品，却被导购的真情服务所打动，有时不但交易成功了，还交上几个门窗界的朋友呢”。他们还说：“有时买产品就是买服务，感觉好就买，对产品其实要求并不是那么高，关键是买的时候能得到对方的热情和尊重，使用的时候有人关心和出了问题能快速解决就满足了”。透过消费者心中，我们应该想到，多一份关心多一份爱，有专业的服务才有真正的回报。门窗销售不再是过去的冷冰冰的卖场购物，它应该富有门窗的文化，有实景展示应用效果，有专业的引导购物和真诚的服务态度，这样才能让门窗行业健康发展。

只注重产品质量而不注重服务，或者注重服务产品质量又跟不上，这些都会阻碍企业健康发展，只有将产品质量做好，品牌形象树立起来，营销服务跟上去了才能对企业有帮助。时下最热门的服务营销就是团购，它是集欢乐、购物、吃、游、玩为一体的团购活动，它体现了消费者的创

新消费方式和生活习惯。目前，很多企业正在推行，效果不错，建议企业在操作方式上多点创新多点实惠才是最后的赢家，门窗建材的质量很关键，但是，门窗企业在服务力方面也要引起重视才行。

4.管理成本木门企业快速发展的首要问题

中国门窗信息网发布时间：4月9日

业内人士说，经历了 2009 年的市场低迷，2010 年一定会迎来行业的“春天”。2010 年，是个机会，同时竞争也更加激烈。很多木门厂家都是由开厂之初的小作坊，做到了今天的规模，而原有的生产及销售模式已经无法适应未来的需求。

生产上，70%木门企业都出现了组织不力、协调失控、成本增加、组织不到位的情况，从而影响了工厂整个生产的组织、计划、协调、指挥、控制。生产量上不去、成本降不下来、质量保证不了。一线生产工人（文化素质普遍偏低）不够团结，生产效率上不去，权力和义务不能成正比，也影响了员工的工作情绪，企业的发展出现了管

理停滞、产量停滞、销售单一的局面。如何解决这些迫在眉睫的问题，是当下摆在了企业高管面前的关键问题。

从目前来看，企业综合指标大都集中表现在销售目标上，过程关注不够，系统缺陷较大，基本违背了战略管理和企业整体运营的原则，从而导致生产中出现了组织不力、协调失控、成本增加、服务不到位的现象。由于木门众多企业缺少必要的市场整体考虑，营销措施不利，销售管理的基础薄弱，更谈不上跟经销商互动。因此，木门企业将如何规划新的竞争、新的策略，个人认为木门企业要狠狠的补上"管理课"。

1、组织系统数据

许多企业的组织结构、岗位职责、部门编制、职能机制、组织级别划分、职能分类描述等还处在原始阶段。许多企业都是老板"一手抓"，一人兼多职，管销售、管财务、抓生产、控采购等，没有完善的企业组织架构体系，具体工作也没有落实到人，一旦出现问题，无法责任到人。

2、目标系统数据

每到年末，企业都需要做来年的年度规划，要设计详细的目标计划、目标分解、计划管理、会议管理等工作事项，并且来年的工作计划，还

涉及到前文中提到的生产数据和销售数据，需要结合本年的数据分析，才能将来年的工作有步骤的铺展开来。

3、企业流程数据

一个企业的健康发展，与企业计划管理流程、质量控制流程、生产工艺流程、采购操作流程、人事操作流程、销售管理流程和售后服务流程的顺畅是分不开的。企业想做大做强，就必须对每个环节都严格执行，对这其中的每一个环节都要健全和完善，还要有相应的管理制度。

企业文化、战略、目标、薪酬、绩效、制度、协调、沟通等，各企业都还需提高和加强这些方面的管理。

就木门企业而言，企业内部运营系统各项制度不够完备。笔者想从以下几个方面来说明：

1、生产数据

重点为产量统计数据和质量统计数据，生产管理的过程。企业应该在计划实施的过程当中，应加大对质量、效率以及成本的关注。以往都缺少详细的数据支持和分析依据，生产部门和质检部门没有相应的数据管理和档案管理，这是木门企业质量、计划、成本等基础管控的最大缺陷，以及行政和财务、仓库等相关数据也存在着不统

一和不完整。

2、销售数据

销售部门内部对相关客户缺少必要的数据分析。销售数据分析对于企业的发展来说，是非常重要的工作，这对经营思路的决策、渠道变量分析、重点客户的跟进和回访、销售费用的增减、个体业绩的差异等都起着重要作用。没有完整的销售数据，则无法分析市场的运作方式。

3、财务数据

常规报表、成本明细、财务分析、物质管理、采购统计，一些小企业以上环节不仅不健全，多数企业还存在着口头决定就是有制度，如执行不到位，就变成了没有制度。如果没有对经营进行分析、成本核算有出入、无预算管理，其财务数据也将漏洞百出。企业一定要有一个详细的财务规章制度，对各项工作都要进行约束。

4、人力资源数据

众所周知，木门行业极缺人才，而一些企业对现有的人力资源也没有统一的管理，没有员工招聘和适用管理的制度，往往是随用随找、招之即用，没有基本的岗位用人标准和岗前培训。

在当前尤其缺乏技术人才的情况下，企业一定要有人才储备的意识，特别是设备操作人员和

油漆技术工作人员等重要技术岗位的培养。管理层还应对企业现有人才的个人信息和能力了如指掌，要了解哪些员工是重点培养对象。另外，员工换岗或离岗，也要做到按流程办事，不能随意。

5. “扎根”与“招商”门窗业如何一箭双雕

中国建材第一网发布时间：4月9日

社会不段进步，我国门窗行业，大大小小的门窗厂家数不胜数，企业发展程度参差不齐。随着形势的发展，必然有部分企业无法继续适应市场，遭到淘汰，而维持下来的企业，他们之间的竞争程度可想而知。那么，中国门窗企业该怎样布局自己的“前线”（市场渠道）与“后方”（生产工厂），去开拓属于自己更大的发展空间呢？

把自己的企业做大做强，固然是每个企业老总的心愿，但是，如何把企业做大做强，则是一道没有固定答案的课题，各人观点不一。日前，通过与嘉华建材（福建）有限公司陈金吉董事长的交流了解到，陈董十分强调企业工厂建设的重要性，且提出了自己一些观点。同时，还归纳了

企业做强做大的几个共同原因。

事实上，对于门窗企业来说，要想在竞争中立于不败之地，必须走品牌之路。但是，在近两年的门窗行业发展中，越来越多的企业除了关注企业自身的软件建设外，还倾向于硬件建设——工厂建设。很多企业也认为，工厂建设对于门窗企业今后的持续发展必不可少，特别是对于那些已经做出口或即将做出口的企业来说，工厂建设之路必须要走。

当前，人们进入了一个全新的知识经济时代，在这样一个快速变化的时代，社会知识和智力资本的需求化比任何一个时代都更为强烈，而市场之间的竞争也更为激烈，中国加入 WTO 之后，跨国公司也加紧了对中国市场和产业的渗透。这种国内竞争的国际化，使得产业的发展形势更为严峻。在这样一种大环境下，中国门窗企业的发展也面临压力。

以前“先招商，后奠基”的路子已行不通，现在奉行的是“打好根基，再谈招商”。没有实力与内涵的“作秀”，只能一时吸引众人眼光，不能经受时间考验。因此，对于企业来说，必须先稳定后方力量——加强生产基地建设，创建良好的硬件条件，稳固的后线才是打胜仗之关键

之所在。

6. 精装房将加速门窗行业的洗牌

中国门窗信息网发布时间：4月9日

按照市场发展规律，行业洗牌即是强者越强、弱者愈弱直至被淘汰，这是对市场资源的重新集中和分配。但洗牌的关键在于资源的集中度。据本网调查，在节能降耗、低碳经济、减少重复装修和二次装修的背景下，在有关政府部门的大力倡导和支持下，精装房已经日渐成为房产开发主流。在短短数年时间内，精装房已占全国住房比例的 20%，北京、上海、广州、成都、深圳 5 大城市的精装修房在所有商品房的平均占比为 41%，而且增长趋势有增无减。

内地二、三线城市精装房也不断涌现，深圳等地更喊出“2010 年年底深圳全装修住宅销售率将达到 100% 的目标。”这就意味着，门窗行业依靠单个家庭装修的传统零售市场份额将随之下降。20% 的精装房，也意味着房地产渠道 20% 的门窗销售份额已经被精装房工程采购商所占有。事实上，行业内一批具有相当实力的企业负

责人也向本报透露，房产工程市场的产品销售近年来飞速增长，已经占据其 60% 以上的销售份额。由此可见，精装房已在悄然改变市场格局。

蛋糕虽大，但吃到的还是少数。面对独立装修的家庭消费者，门窗企业和品牌还具有相当的话语权，而面对动辄数千万、上亿元采购额的工程采购商，门窗企业只能“仰人鼻息”。正因为如此，精装房市场对于产品质量、采购价格、生产研发能力、供货速度、贴近性售后服务、工程队伍等诸多方面提出了极为苛刻的要求，这需要企业在综合制造能力、资金实力、专业团队建设等诸多方面高人一筹。此外，因为工程招标市场的不成熟和不规范，分享这一蛋糕的企业还将面临着一系列资金压力、货款结算等经济纠纷和法律、社会道德风险。所以，能够真正进入精装房市场与狼共舞的才是勇者，与万科、保利、华远、碧桂园等房产巨头对话的，目前行业内只有群升、盼盼、步阳等少数几个实力派巨头。

毋庸置疑，精装房的崛起，已经成为门窗行业市场资源重新分配的重要推手。据行业人士分析，目前门窗行业虽然涌现出一批极具规模的门窗企业，但市场占有率普遍不到市场总量的 1%，市场集中度非常低。所以，随着未来几年精装房

市场井喷式的增长和龙头企业与房产开发商合作的深度加深、合作模式的不断完善，庞大的市场份额将不断被集中，行业洗牌进程也势必加速。

7.二、三线市场上建筑幕墙门窗行业的档次

中国建材第一网发布时间：4 月 9 日

要说起窗户的绿色环保性和装潢的档次效果来，天然木材无疑是最好的，但由于身价不菲，所以拥有别墅的用户选择的多。而铝包木窗则更受 Townhouse 族欢迎，虽然每平方米贵几百元，但订单不断，主要门窗品牌有顺达墨瑟、其昌铝窗、美国赫德等。

门窗行业有“三分制作七分安装”的说法，门窗质量问题多是由安装引起的，作为节能型的铝包木门窗安装要求更加严格。一般情况下，厂家都会上门测量、设计开启、安装等，这使得购买过程较漫长而且比较复杂，而且新型窗使用起来的维护、售后事项也多，所以作为消费者，应在合同中明确写明安装材料及安装人工费等内容。

据了解，处于二、三线市场上建筑幕墙行业，企业的规模不大也不强，技术开发和产品质量亟需加强。笔者认为，相关企业应该抓住良机并加以利用，努力完善自己并往节能方向加以努力跟上流行趋势，这样才能够更有利于自身品牌的建设与发展，扩大市场份额，做大做强。

8.我国塑钢门窗仍是市场主角 行业暗流涌动

中国建材第一网发布时间：4 月 6 日

近几年来，门窗业的平稳发展显得宁静至极，但随着人们生活水平的不断提高，看似平静的门窗业也开始暗流涌动，细化市场、品牌化进程、新技术研发、企业自身价值.....这些无疑成为门窗企业再战市场的杀手锏。

塑钢门窗依旧是主角

如今，在门窗业市场，塑钢、断桥铝、铝木、铝塑复合等材质相继出现。取材一直都是门窗业的着重点，目前市场的塑钢、断桥铝、铝塑复合等多种材质的产品层出不穷，但就销售来看，塑钢门窗仍旧颇受消费者的欢迎，约 60% 的市场份额无疑让它成为市场的主导力量。

就职于铁路某单位的李先生说："几年前，刚流行塑钢窗时家里就更换了，还是那种推拉式，而现在的塑钢窗在质量、款式与保温密封上都要比以前强很多。"正如李先生所说，经历了数年的发展，产品升级较快，性能更为优越，让塑钢窗显然已经成为门窗业的主角。"相对而言，塑钢窗的材质稳定，其保温性、密封性较好，价格适中，并且优质的塑钢门窗产品可以再次回收利用，不会造成环境污染，能源消耗也较低，因此关注度较高，虽然有诸多新材质的出现，但近几年内市场还是以塑钢门窗为主。"LG 好佳喜门窗阳光房曹女士与记者交谈时说道。

维卡门窗居然店店长汪硕松介绍，虽然同行业的竞争者较多，但因消费者的需求使得市场分工明确，不同品牌所针对的客户群体不同，销售范畴也不尽相同，价格从几百元至上千元不等的塑钢门窗层出不穷。此外，市场亟待品牌化发展，相对饱和的市场，加速了门窗企业品牌战的进程，让市场暗流涌动。

阳光房时代来临

现在消费者买房子，很在意家里的采光，多个阳台、露台再好不过，加之现在的别墅、跃层、复式等住宅的逐渐增多，让阳光房成为了热

门。

好不容易花钱买了房子，当然要每个地方都利用好，就连小露台也想封起来，做个休闲区或是花室等。"正在装修新房的杨帆与记者交谈时说道。现在，像杨帆这样的消费者不在少数。据内蒙古维德富凯隆门窗负责人罗海英介绍，就呼和浩特市而言，做阳光房的客户越来越多，室外阳光房、封阳台、改造露台等都成为阳光房的利用形式，休闲娱乐、饲养花草、聚餐晒太阳.....既时尚美观又经济实用，成为近几年非常流行的装饰形式。她还表示，就目前来说，企业的销售主要以阳光房为主，其销售额也在逐年增加，因此阳光房就顺理成章的成为门窗业发展的主要方向。阳光房所占的市场份额不可小觑，尤其是对品牌企业的零售业务来说，而且现在市场需求量在明显增多，这使得阳光房的发展空间增大，前景看好。"汪硕松告诉记者，随着阳光房逐渐被消费者所认知与青睐，阳光房时代也将全面来临。

三.政策解读

1 《中空玻璃材料平台》正式实施

环球玻璃网发布时间：4月9日

近年来，随着国家节能减排政策、《节能法》、《公共建筑节能设计标准》、《建筑节能工程施工验收标准》等的相继出台，中空玻璃在建筑、车辆、制冷行业被广泛采用。生产能力和用量迅速增大，2009年我国中空玻璃生产企业2000多家，产量2.5亿平方米左右。

伴随着中空玻璃的快速发展，出现很多不容我们忽视问题：由于国内加工玻璃企业分散、良莠不齐，部分企业在制作中空玻璃时采用不合格配套材料，以次充好、鱼目混珠，导致很多不合格的中空玻璃流入市场，这样既不能做到节能又误导用户对中空玻璃的认识。由于以上因素，造成部分中空玻璃质量不合格，给建筑和使用造成严重影响。针对以上问题，为了规范我国中空玻璃市场，使其健康、有序的发展，中国建筑玻

璃与工业玻璃协会组织专家经过多次讨论，制定了《中空玻璃材料平台》协会标准。

《中空玻璃材料平台》协会标准于2009年9月发布，自2009年11月1日正式实施。由于此标准本着“公平公正、规范市场、扶优限劣、服务用户”的原则，加上其极强的操作性，在刚刚开始就得到了各企业的积极相应，同时中空玻璃专业委员会也及时、有效的开展了本项工作。主要表现在以下2各方面：

一、企业积极配合，纷纷申请加入。

从2009年9月到11月，国内中空玻璃配套材料生产企业纷纷打电话至协会询问如何申请加入《材料平台》及企业应提前做好那些准备等问题，中空玻璃专业委员会秘书处对企业提出的每一个问题都作了详细的解答，并认真指导企业如何填写申请表格。

11月1日正式开始实施后，国内密封胶、间隔条、分子筛等中空玻璃配套材料生产的龙头和优势企业，如：杭州之江有机硅化工有限公司、广州新展有机硅有限公司、浙江凌志精细化工有限公司、郑州中原应用技术有限公司、涿州市春光中空玻璃铝条有限公司、李赛克玻璃技术（上海）有限公司、郑州富龙新材料科技有限公司、

无锡赛利分子筛有限公司、盱眙博图凹土高新技术开发有限公司等企业纷纷向协会递交加入材料平台的申请书。在收到这些企业递交的申请书后，中空玻璃专业委员会秘书处严格按照《材料平台》协会标准中实施细则第2条中规定的内容进行了初审和确认。

二、协会组织专家，赴初审合格企业进行工厂审查。

在初审结束后，根据初审结果，中空玻璃专业委员会秘书处确定了第一批工厂审查企业名单，并与这些企业分别签定了《企业现场审查委托协议书》，与企业联系、确定到企业工厂审查的时间；从协会中空玻璃专业委员会专家组里提取专家，成立专家组；到达企业，按照《材料平台》实施细则第3条中所规定的内容进行工厂初始审查。

专家组到达企业后，企业相关领导非常重视，同专家召开会议，向专家组详细介绍本企业的原材料供应商、生产设备、检验设备等企业情况，并将相关材料提供给专家组以审查，专家组也本着认真、负责的态度对企业的每一项资料都进行仔细的审查和询问。在审查完所有资料后，专家组到生产车间，对生产设备、检测设备、生

产环境等进行认真审查，并和生产工人、技术管理人员进行交流，详细了解该企业生产情况，提出相关建议，指导生产。专家对该企业加入材料平台的产品现场抽样、封样，审查结束后送往指定检测机构进行检测。

目前已对杭州之江有机硅有限公司、广州新展有机硅有限公司、浙江凌志精细化工有限公司、郑州富龙新材料科技有限公司、无锡赛利分子筛有限公司等 13 家企业工厂审查结束，其中 12 家合格，1 家不合格。目前，封样样品还在检测，等检测结果出来后将合格产品进行网上公示和颁发证书。

以后加入材料平台并通过工厂审查及样品检测的企业及产品名录，中国建筑玻璃与工业玻璃协会将继续向社会公示并给该企业颁发证书。同时，在协会网站建立中空玻璃材料平台数据库，加入中空玻璃材料平台的所有型号产品均可以在该数据库中查询。协会也将在协会主办的各种会议、刊物或利用网络大力宣传加入材料平台的企业和产品。以达到扶优限劣、促进材料生产企业持续稳定地为行业提供优质合格的材料、保证中空玻璃行业健康、有序的发展。

2. 国务院加强淘汰落后产能明确重点行业具体目标

中国建材采购网发布时间：4 月 7 日

国务院关于加强淘汰落后产能工作的通知

国发〔2010〕7 号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

为深入贯彻落实科学发展观，加快转变经济发展方式，促进产业结构调整和优化升级，推进节能减排，现就进一步加强淘汰落后产能工作通知如下：

一、深刻认识淘汰落后产能的重要意义

加快淘汰落后产能是转变经济发展方式、调整经济结构、提高经济增长质量和效益的重大举措，是加快节能减排、积极应对全球气候变化的迫切需要，是走中国特色新型工业化道路、实现工业由大变强的必然要求。近年来，随着加快产能过剩行业结构调整、抑制重复建设、促进节能减排政策措施的实施，淘汰落后产能工作在部分领域取得了明显成效。但是，由于长期积累的结

构性矛盾比较突出，落后产能退出的政策措施不够完善，激励和约束作用不够强，部分地区对淘汰落后产能工作认识存在偏差、责任不够落实，当前我国一些行业落后产能比重大的问题仍然比较严重，已经成为提高工业整体水平、落实应对气候变化举措、完成节能减排任务、实现经济社会可持续发展的严重制约。必须充分发挥市场的作用，采取更加有力的措施，综合运用法律、经济、技术及必要的行政手段，进一步建立健全淘汰落后产能的长效机制，确保按期实现淘汰落后产能的各项目标。各地区、各部门要切实把握淘汰落后产能作为全面贯彻落实科学发展观，应对国际金融危机影响，保持经济平稳较快发展的一项重要任务，进一步增强责任感和紧迫感，充分调动一切积极因素，抓住关键环节，突破重点难点，加快淘汰落后产能，大力推进产业结构调整和优化升级。

二、总体要求和目标任务

（一）总体要求。

1. 发挥市场作用。充分发挥市场配置资源的基础性作用，调整和理顺资源性产品价格形成机制，强化税收杠杆调节，努力营造有利于落后产能退出的市场环境。

2.坚持依法行政。充分发挥法律法规的约束作用和技术标准的门槛作用，严格执行环境保护、节约能源、清洁生产、安全生产、产品质量、职业健康等方面的法律法规和技术标准，依法淘汰落后产能。

3.落实目标责任。分解淘汰落后产能的目标任务，明确国务院有关部门、地方各级人民政府和企业的责任，加强指导、督促和检查，确保工作落到实处。

4.优化政策环境。强化政策约束和政策激励，统筹淘汰落后产能与产业升级、经济发展、社会稳定的关系，建立健全促进落后产能退出的政策体系。

5.加强协调配合。建立主管部门牵头，相关部门各负其责、密切配合、联合行动的工作机制，加强组织领导和协调配合，形成工作合力。

（二）目标任务。

以电力、煤炭、钢铁、水泥、有色金属、焦炭、造纸、制革、印染等行业为重点，按照《国务院关于发布实施〈促进产业结构调整暂行规定〉的决定》（国发〔2005〕40号）、《国务院关于印发节能减排综合性工作方案的通知》（国发〔2007〕15号）、《国务院批转发展改革委等部门

关于抑制部分行业产能过剩和重复建设引导产业健康发展若干意见的通知》（国发〔2009〕38号）、《产业结构调整指导目录》以及国务院制订的钢铁、有色金属、轻工、纺织等产业调整和振兴规划等文件规定的淘汰落后产能的范围和要求，按期淘汰落后产能。各地区可根据当地产业发展实际，制定范围更宽、标准更高的淘汰落后产能目标任务。

近期重点行业淘汰落后产能的具体目标任务是：

电力行业：2010年底前淘汰小火电机组5000万千瓦以上。

煤炭行业：2010年底前关闭不具备安全生产条件、不符合产业政策、浪费资源、污染环境的小煤矿8000处，淘汰产能2亿吨。

焦炭行业：2010年底前淘汰炭化室高度4.3米以下的小机焦（3.2米及以上捣固焦炉除外）。

铁合金行业：2010年底前淘汰6300千伏安以下矿热炉。

电石行业：2010年底前淘汰6300千伏安以下矿热炉。

钢铁行业：2011年底前，淘汰400立方米及以下炼铁高炉，淘汰30吨及以下炼钢转炉、电

炉。

有色金属行业：2011年底前，淘汰100千安及以下电解铝小预焙槽；淘汰密闭鼓风炉、电炉、反射炉炼铜工艺及设备；淘汰采用烧结锅、烧结盘、简易高炉等落后方式炼铅工艺及设备，淘汰未配套建设制酸及尾气吸收系统的烧结机炼铅工艺；淘汰采用马弗炉、马槽炉、横罐、小竖罐（单日单罐产量8吨以下）等进行焙烧、采用简易冷凝设施进行收尘等落后方式炼锌或生产氧化锌制品的生产工艺及设备。

建材行业：2012年底前，淘汰窑径3.0米以下水泥机械化立窑生产线、窑径2.5米以下水泥干法中空窑（生产高铝水泥的除外）、水泥湿法窑生产线（主要用于处理污泥、电石渣等的除外）、直径3.0米以下的水泥磨机（生产特种水泥的除外）以及水泥土（蛋）窑、普通立窑等落后水泥产能；淘汰平拉工艺平板玻璃生产线（含格法）等落后平板玻璃产能。

轻工业：2011年底前，淘汰年产3.4万吨以下草浆生产装置、年产1.7万吨以下化学制浆生产线，淘汰以废纸为原料、年产1万吨以下的造纸生产线；淘汰落后酒精生产工艺及年产3万吨以下的酒精生产企业（废糖蜜制酒精除外）；

淘汰年产 3 万吨以下味精生产装置；淘汰环保不达标的柠檬酸生产装置；淘汰年加工 3 万标张以下的制革生产线。

纺织行业：2011 年底前，淘汰 74 型染整生产线、使用年限超过 15 年的前处理设备、浴比大于 1：10 的间歇式染色设备，淘汰落后型号的印花机、热熔染色机、热风布铗拉幅机、定形机，淘汰高能耗、高水耗的落后生产工艺设备；淘汰 R531 型酸性老式粘胶纺丝机、年产 2 万吨以下粘胶生产线、湿法及 DMF 溶剂法氨纶生产工艺、DMF 溶剂法腈纶生产工艺、涤纶长丝锭轴长 900 毫米以下的半自动卷绕设备、间歇法聚酯设备等落后化纤产能。

三、分解落实目标责任

（一）工业和信息化部、能源局要根据当前和今后一个时期经济发展形势以及国务院确定的淘汰落后产能阶段性目标任务，结合产业升级要求及各地区实际，商有关部门提出分行业的淘汰落后产能年度目标任务和实施方案，并将年度目标任务分解落实到各省、自治区、直辖市。各有关部门要充分发挥职能作用，抓紧制定限制落后产能企业生产、激励落后产能退出、促进落后产能改造等方面的配套政策措施，指导和督促各

地区认真贯彻执行。

（二）各省、自治区、直辖市人民政府要根据工业和信息化部、能源局下达的淘汰落后产能目标任务，认真制定实施方案，将目标任务分解到市、县，落实到具体企业，及时将计划淘汰落后产能企业名单报工业和信息化部、能源局。要切实担负起本行政区域内淘汰落后产能工作的职责，严格执行相关法律、法规和各项政策措施，组织督促企业按要求淘汰落后产能、拆除落后设施装置，防止落后产能转移；对未按要求淘汰落后产能的企业，要依据有关法律法规责令停产或予以关闭。

（三）企业要切实承担起淘汰落后产能的主体责任，严格遵守安全、环保、节能、质量等法律法规，认真贯彻国家产业政策，积极履行社会责任，主动淘汰落后产能。

（四）各相关行业协会要充分发挥政府和企业间的桥梁纽带作用，认真宣传贯彻国家方针政策，加强行业自律，维护市场秩序，协助有关部门做好淘汰落后产能工作。

四、强化政策约束机制

（一）严格市场准入。强化安全、环保、能耗、物耗、质量、土地等指标的约束作用，尽快

修订《产业结构调整指导目录》，制定和完善相关行业准入条件和落后产能界定标准，提高准入门槛，鼓励发展低消耗、低污染的先进产能。加强投资项目审核管理，尽快修订《政府核准的投资项目目录》，对产能过剩行业坚持新增产能与淘汰产能“等量置换”或“减量置换”的原则，严格环评、土地和安全生产审批，遏制低水平重复建设，防止新增落后产能。改善土地利用计划调控，严禁向落后产能和产能严重过剩行业建设项目提供土地。支持优势企业通过兼并、收购、重组落后产能企业，淘汰落后产能。

（二）强化经济和法律手段。充分发挥差别电价、资源性产品价格改革等价格机制在淘汰落后产能中的作用，落实和完善资源及环境保护税费制度，强化税收对节能减排的调控功能。加强环境保护监督性监测、减排核查和执法检查，加强对企业执行产品质量标准、能耗限额标准和安全生产规定的监督检查，提高落后产能企业和项目使用能源、资源、环境、土地的成本。采取综合性调控措施，抑制高消耗、高排放产品的市场需求。

（三）加大执法处罚力度。对未按期完成淘汰落后产能任务的地区，严格控制国家安排的投

资项目，实行项目“区域限批”，暂停对该地区项目的环评、核准和审批。对未按规定期限淘汰落后产能的企业吊销排污许可证，银行业金融机构不得提供任何形式的新增授信支持，投资管理部门不予审批和核准新的投资项目，国土资源管理部门不予批准新增用地，相关管理部门不予办理生产许可，已颁发生产许可证、安全生产许可证的要依法撤回。对未按规定淘汰落后产能、被地方政府责令关闭或撤销的企业，限期办理工商注销登记，或者依法吊销工商营业执照。必要时，政府相关部门可要求电力供应企业依法对落后产能企业停止供电。

五、完善政策激励机制

（一）加强财政资金引导。中央财政利用现有资金渠道，统筹支持各地区开展淘汰落后产能工作。资金安排使用与各地区淘汰落后产能任务相衔接，重点支持解决淘汰落后产能有关职工安置、企业转产等问题。对经济欠发达地区淘汰落后产能工作，通过增加转移支付加大支持和奖励力度。各地区也要积极安排资金，支持企业淘汰落后产能。在资金申报、安排、使用中，要充分发挥工业、能源等行业主管部门的作用，加强协调配合，确保资金安排对淘汰落后产能产生实

效。

（二）做好职工安置工作。妥善处理淘汰落后产能与职工就业的关系，认真落实和完善企业职工安置政策，依照相关法律法规和规定妥善安置职工，做好职工社会保险关系转移与接续工作，避免大规模集中失业，防止发生群体性事件。

（三）支持企业升级改造。充分发挥科技对产业升级的支撑作用，统筹安排技术改造资金，落实并完善相关税收优惠和金融支持政策，支持符合国家产业政策和规划布局的企业，运用高新技术和先进适用技术，以质量品种、节能降耗、环境保护、改善装备、安全生产等为重点，对落后产能进行改造。提高生产、技术、安全、能耗、环保、质量等国家标准和行业标准水平，做好标准间的衔接，加强标准贯彻，引导企业技术升级。对淘汰落后产能任务较重且完成较好的地区和企业，在安排技术改造资金、节能减排资金、投资项目核准备案、土地开发利用、融资支持等方面给予倾斜。对积极淘汰落后产能企业的土地开发利用，在符合国家土地管理政策的前提下，优先予以支持。

六、健全监督检查机制

（一）加强舆论和社会监督。各地区每年向

社会公告本地区年度淘汰落后产能的企业名单、落后工艺设备和淘汰时限。工业和信息化部、能源局每年向社会公告淘汰落后产能企业名单、落后工艺设备、淘汰时限及总体进展情况。加强各地区、各行业淘汰落后产能工作交流，总结推广、广泛宣传淘汰落后产能工作先进地区和先进企业的有效做法，营造有利于淘汰落后产能的舆论氛围。

（二）加强监督检查。各省、自治区、直辖市人民政府有关部门要及时了解、掌握淘汰落后产能工作进展和职工安置情况，并定期向国家有关部门报告。工业和信息化部、发展改革委、财政部、能源局要组织有关部门定期对各地区淘汰落后产能工作进行监督检查，切实加强对重点地区淘汰落后产能工作的指导，并将进展情况报告国务院。

（三）实行问责制。将淘汰落后产能目标完成情况纳入地方政府绩效考核体系，参照《国务院批转节能减排统计监测及考核实施方案和办法的通知》（国发〔2007〕36号）对淘汰落后产能任务完成情况进行考核，提高淘汰落后产能任务完成情况的考核比重。对未按要求完成淘汰落后产能任务的地区进行通报，限期整改。对瞒报、

谎报淘汰落后产能进展情况或整改不到位的地区，要依法依规追究该地区有关责任人员的责任。

七、切实加强组织领导

建立淘汰落后产能工作组织协调机制，加强对淘汰落后产能工作的领导。成立由工业和信息化部牵头，发展改革委、监察部、财政部、人力资源社会保障部、国土资源部、环境保护部、农业部、商务部、人民银行、国资委、税务总局、工商总局、质检总局、安全监管总局、银监会、电监会、能源局等部门参加的淘汰落后产能工作部际协调小组，统筹协调淘汰落后产能工作，研究解决淘汰落后产能工作中的重大问题，根据“十二五”规划研究提出下一步淘汰落后产能目标并做好任务分解和组织落实工作。有关部门要认真履行职责，积极贯彻落实各项政策措施，加强沟通配合，共同做好淘汰落后产能的各项工作。地方各级人民政府要健全领导机制，明确职责分工，做到责任到位、措施到位、监管到位，确保淘汰落后产能工作取得明显成效。

3.钢铁业三大自律文件详情浮出

经济参考报发布时间：4月9日

2010年铁矿石进口企业资质标准是：企业注册资金应达到5000万元以上；2009年度进口铁矿石总量应达到100万吨以上。一个企业给予一个资质，一个海关代码；大型集团公司，一个资质两个海关代码，过渡期至2010年12月31日。专家认为，这就杜绝了多家贸易企业挂靠在同一公司倒卖矿石的情况。

中国钢铁行业真的“坐不住”了。在三大巨头频频施压，长协模式岌岌可危的最后关头，中方开始重拳出击，希望通过对内整顿铁矿石市场秩序来扭转不利局面。

近日，中钢协和五矿商会在河南大厦联合召开了“规范铁矿石市场秩序联合会议”。参加会议的是112家有进口资质的钢铁企业和贸易商。由于是内部会议，除了2日见诸报端的“明确2009年从事进口铁矿石业务总量低于100万吨的进口商将被取消铁矿石进口资质”的信息外，会议其他更重要的内容讳莫如深。4月5日，新

华网-经济参考报记者通过权威人士，获悉了会议的详细内容。

据了解，这次闭门会议的主题非常明确，宣布并通过了包括《2010年铁矿石进口企业资质标准》、《进口铁矿石代理制实施细则》、《进口铁矿石合同定期上报登记及其流向登记备案规定》在内的三个行业自律性文件。据权威人士称，上述文件经过了中钢协和五矿商会长达半年的反复磋商，3月12日已经将正式文件上报商务部，会员企业审议表决通过后将正式实施。

就在会议召开的当天，全球第四大钢铁生产商韩国浦项钢铁表示，已经“初步”同意4月-6月以每吨100-105美元的价格从巴西淡水河谷进口铁矿石。按照目前的进展来看，亚洲其他钢厂防线正在一步步被三大矿山击破。

上述人士透露，比起之前的框架型自律公约，上述三个文件更具操作性。特别是在企业资质标准方面将做出新的修订，此外，在《进口铁矿石合同定期上报登记及其流向登记备案规定》中明确，中钢协和五矿商会将成立进口铁矿石商务联合办公室。受商务部指导并对铁矿石合同及其流向登记备案进行统计整理，一旦发现违规行为将按照自律规定通报和处罚。

从权威渠道获悉,在《2010 年铁矿石进口企业资质标准》(简称《标准》)中,首先要求企业注册标准应达到 5000 万以上,钢铁生产企业应符合国家相关产业政策。其次,2009 年度海关统计进口铁矿石总量应达到 100 万吨(含 100 万吨)以上企业,一个企业给予一个资质,一个海关代码,大型集团公司(海关统计年进口铁矿石进口量达 1000 万吨以上),一个资质两个海关代码,过渡期至 2010 年 12 月 31 日。

“这就杜绝了多家贸易企业挂靠在同一公司和钢铁企业下属公司倒卖矿石的情况。”上述权威人士告诉记者,据了解,在此前多年内,因为手握“协议矿”,一些拥有铁矿石进口资质的钢铁企业下属公司经常会利用资质的便利,从事铁矿石贸易,一边低价进口铁矿石再转手高价倒卖给那些没有长期协议资格的企业。

为了鼓励贸易和钢铁企业跨区域兼并重组,《标准》中规定,如果下属企业和母公司不在统一省区,且企业 2009 年到 2010 年连续两年海关登记备案进口量超过 100 万吨,2011 年元月以后仍然保留进口代码。

此外,《标准》中还特别规定,对于一些投资境外铁矿石资源的国内企业,将按其境外投资

铁矿石获得的资源量来核定其进口总量,对核定的进口总量给予发放进口许可证,并通过规定单一国别单一矿山对其进口渠道进行控制。

知情人士告诉记者,《进口铁矿石代理制实施细则》规定,铁矿石进口代理费标准将按照铁矿石离岸价收取。如被代理方是协会商会会员企业,代理方将收取小于等于 3%代理费,不是会员企业则收取小于等于 5%的代理费,同时要明确被代理方铁矿石必须自用,严禁流入市场。

分析师表示,选择在这个关键节点出台三个文件,可能也是期望发出一个强硬的声音,通过对内整顿为谈判获取主动。但是,这次重拳出击中,却仍以行业自律形式发布,没有强有力的监管和处罚政策支持,在推行起来恐怕还将有很多困难,后期效果有待观察。

据了解,与以往谈判由宝钢作为中方代表不同,今年的铁矿石谈判小组由宝钢、武钢、鞍钢、首钢四家钢企组成,中钢协总体协调,从 2009 年 11 月起进行了多轮谈判。目前最大的难题是三大矿山已经向中国钢企发出最后通牒,而中国对内整顿效果和钢企两个月的库存量可能成为最后和三大矿山博弈的两张“王牌”。

4. 发改委等加快推行合同能源管理促节能服务产业

人民网发布时间: 4 月 6 日

发展改革委、财政部、人民银行、税务总局《关于加快推行合同能源管理促进节能服务产业发展的意见》于 6 日获国务院批准,给予公布。

全文如下:

关于加快推行合同能源管理促进节能服务产业发展的意见

发展改革委财政部人民银行税务总局

根据《中华人民共和国节约能源法》和《国务院关于加强节能工作的决定》(国发〔2006〕28 号)、《国务院关于印发节能减排综合性工作方案的通知》(国发〔2007〕15 号)等文件精神,为加快推行合同能源管理,促进节能服务产业发展,现提出以下意见:

一、充分认识推行合同能源管理、发展节能服务产业的重要意义

合同能源管理是发达国家普遍推行的、运用市场手段促进节能的服务机制。节能服务公司与用户签订能源管理合同,为用户提供节能诊断、

融资、改造等服务，并以节能效益分享方式回收投资和获得合理利润，可以大大降低用能单位节能改造的资金和技术风险，充分调动用能单位节能改造的积极性，是行之有效的节能措施。我国上世纪 90 年代末引进合同能源管理机制以来，通过示范、引导和推广，节能服务产业迅速发展，专业化的节能服务公司不断增多，服务范围已扩展到工业、建筑、交通、公共机构等多个领域。2009 年，全国节能服务公司达 502 家，完成总产值 580 多亿元，形成年节能能力 1350 万吨标准煤，对推动节能改造、减少能源消耗、增加社会就业发挥了积极作用。但也要看到，我国合同能源管理还没有得到足够的重视，节能服务产业还存在财税扶持政策少、融资困难以及规模偏小、发展不规范等突出问题，难以适应节能工作形势发展的需要。加快推行合同能源管理，积极发展节能服务产业，是利用市场机制促进节能减排、减缓温室气体排放的有力措施，是培育战略性新兴产业、形成新的经济增长点的迫切要求，是建设资源节约型和环境友好型社会的客观需要。各地区、各部门要充分认识推行合同能源管理、发展节能服务产业的重要意义，采取切实有效措施，努力创造良好的政策环境，促进节能服务产

业加快发展。

二、指导思想、基本原则和发展目标

（一）指导思想。

高举中国特色社会主义伟大旗帜，以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，深入贯彻落实科学发展观，充分发挥市场机制作用，加强政策扶持和引导，积极推行合同能源管理，加快节能新技术、新产品的推广应用，促进节能服务产业发展，不断提高能源利用效率。

（二）基本原则。

一是坚持发挥市场机制作用。充分发挥市场配置资源的基础性作用，以分享节能效益为基础，建立市场化的节能服务机制，促进节能服务公司加强科技创新和服务创新，提高服务能力，改善服务质量。

二是加强政策支持引导。通过制定完善激励政策，加强行业监管，强化行业自律，营造有利于节能服务产业发展的政策环境和市场环境，引导节能服务产业健康发展。

（三）发展目标。

到 2012 年，扶持培育一批专业化节能服务公司，发展壮大一批综合性大型节能服务公司，建立充满活力、特色鲜明、规范有序的节能服务

市场。到 2015 年，建立比较完善的节能服务体系，专业化节能服务公司进一步壮大，服务能力进一步增强，服务领域进一步拓宽，合同能源管理成为用能单位实施节能改造的主要方式之一。

三、完善促进节能服务产业发展的政策措施

（一）加大资金支持力度。

将合同能源管理项目纳入中央预算内投资和中央财政节能减排专项资金支持范围，对节能服务公司采用合同能源管理方式实施的节能改造项目，符合相关规定的，给予资金补助或奖励。有条件的地方也要安排一定资金，支持和引导节能服务产业发展。

（二）实行税收扶持政策。

在加强税收征管的前提下，对节能服务产业采取适当的税收扶持政策。

一是对节能服务公司实施合同能源管理项目，取得的营业税应税收入，暂免征收营业税，对其无偿转让给用能单位的因实施合同能源管理项目形成的资产，免征增值税。

二是节能服务公司实施合同能源管理项目，符合税法有关规定的，自项目取得第一笔生产经营收入所属纳税年度起，第一年至第三年免征企业所得税，第四年至第六年减半征收企业所得

税。

三是用能企业按照能源管理合同实际支付给节能服务公司的合理支出，均可以在计算当期应纳税所得额时扣除，不再区分服务费用和资产价款进行税务处理。

四是能源管理合同期满后，节能服务公司转让给用能企业的因实施合同能源管理项目形成的资产，按折旧或摊销期满的资产进行税务处理。节能服务公司与用能企业办理上述资产的权属转移时，也不再另行计入节能服务公司的收入。

上述税收政策的具体实施办法由财政部、税务总局会同发展改革委等部门另行制定。

(三)完善相关会计制度。

各级政府机构采用合同能源管理方式实施节能改造，按照合同支付给节能服务公司的支出视同能源费用进行列支。事业单位采用合同能源管理方式实施节能改造，按照合同支付给节能服务公司的支出计入相关支出。企业采用合同能源管理方式实施节能改造，如购建资产和接受服务能够合理区分且单独计量的，应当分别予以核算，按照国家统一的会计准则制度处理；如不能合理区分或虽能区分但不能单独计量的，企业实际

支付给节能服务公司的支出作为费用列支，能源管理合同期满，用能单位取得相关资产作为接受捐赠处理，节能服务公司作为赠与处理。

(四)进一步改善金融服务。

鼓励银行等金融机构根据节能服务公司的融资需求特点，创新信贷产品，拓宽担保品范围，简化申请和审批手续，为节能服务公司提供项目融资、保理等金融服务。节能服务公司实施合同能源管理项目投入的固定资产可按有关规定向银行申请抵押贷款。积极利用国外的优惠贷款和赠款加大对合同能源管理项目的支持。

四、加强对节能服务产业发展的指导和服务

(一)鼓励支持节能服务公司做大做强。

节能服务公司要加强服务创新，加强人才培养，加强技术研发，加强品牌建设，不断提高综合实力和市场竞争力。鼓励节能服务公司通过兼并、联合、重组等方式，实行规模化、品牌化、网络化经营，形成一批拥有知名品牌，具有较强竞争力的大型服务企业。鼓励大型重点用能单位利用自己的技术优势和管理经验，组建专业化节能服务公司，为本行业其他用能单位提供节能服务。

(二)发挥行业组织的服务和自律作用。

节能服务行业组织要充分发挥职能作用，大力开展业务培训，加快建设信息交流平台，及时总结推广业绩突出的节能服务公司的成功经验，积极开展节能咨询服务。要制定节能服务行业公约，建立健全行业自律机制，提高行业整体素质。

(三)营造节能服务产业发展的良好环境。

地方各级人民政府要将推行合同能源管理、发展节能服务产业纳入重要议事日程，加强领导，精心组织，务求取得实效。政府机构要带头采用合同能源管理方式实施节能改造，发挥模范表率作用。各级节能主管部门要采取多种形式，广泛宣传推行合同能源管理的重要意义和明显成效，提高全社会对合同能源管理的认知度和认同感，营造推行合同能源管理的有利氛围。要加强用能计量管理，督促用能单位按规定配备能源计量器具，为节能服务公司实施合同能源管理项目提供基础条件。要组织实施合同能源管理示范项目，发挥引导和带动作用。要加强对节能服务产业发展规律的研究，积极借鉴国外的先进经验和有益做法，协调解决产业发展中的困难和问题，推进产业持续健康发展。

四.综合新闻

1.2009 年十大重点产业运行情况

《商务周刊》杂志发布时间：4 月 8 日

2009 年我国十大重点产业总体运行情况延续了企稳回升的态势，但产能过剩、成本上升、外部需求增长缓慢、贸易摩擦加剧以及低碳经济背景下绿色壁垒增多等问题，都将对我国的经济复苏带来潜在的风险，应谨慎对待。

十大重点产业运行情况

汽车：我国成为世界第一汽车生产和消费国，利润增长 52%。2009 年汽车产销分别为 1379.10 万辆和 1364.48 万辆，同比增长 48.30% 和 46.15%。1—11 月，全国汽车行业规模以上企业累计实现利润总额 1988.27 亿元，同比增长 52%。汽车出口 33.24 万辆，同比下降 46%，但 11 月、12 月连续两个月实现同比增长。

钢铁：粗钢产量增速持续上升，大中型钢企

亏损面扩大。全年粗钢产量同比增长 13.5%，增幅比前三季度加快 6 个百分点。但 72 家大中型钢企中，亏损面扩大至 67.7%，亏损企业达到 48 家，亏损额也创 127.7 亿元新高。

纺织：工业增加值增速加快，利润增长 25.39%。2009 年纺织行业增加值同比增长 9.1%，增速比前三季度加快 0.7 个百分点。2009 年 1—11 月，规模以上纺织企业实现利润同比增长 25.39%，增速比 1—8 月加快 13.11 个百分点。2009 年我国纺织品服装出口同比下降 9.8%，比前三季度降幅收窄 1.7 个百分点。

装备制造：工业增加值连续 8 个月保持单月增速两位数增长，利润同比增长 22.81%。2009 年我国装备工业增加值同比增长 13.8%，比前三季度加快 2.6 个百分点，其中，12 月增长 22.8%。2009 年，我国机械产品出口额同比下降 19.25%，12 月单月出口额同比增长 12.49%，首次单月增速由负转正。

船舶：产值、出口增速继续回落，利润增幅回落，后 7 个月新接订单超过全年总量的 95%。2009 年，全国规模以上船舶工业企业完成工业总产值 5484 亿元，同比增长 28.7%；2009 年 1—11 月，全国规模以上船舶工业企业利润总额同比增

长 8.3%，同比增幅减缓 42.2 个百分点。全年新承接船舶订单同比下降 55%，降幅比前三季度收窄 15 个百分点，其中 6—12 月份新接订单占全年总量的 95.5%。

电子信息：工业增加值累计增速连续 6 个月为正增长，利润降幅持续收窄。2009 年我国规模以上电子制造业增加值同比增长 5.3%，比前三季度加快 3.5 个百分点，已连续 6 个月保持累计增速为正。全年规模以上电子信息制造业出口交货值同比下降 5.6%，降幅比前三季度收窄 5.0 个百分点。

石化：石化行业工业增加值增速加快，其中化工行业好于其他子行业。2009 年石化行业增加值同比增长 10.1%，比前三季度加快 1 个百分点。其中，化工行业增加值同比增长 15.9%，石油天然气开采行业增长 4.8%，炼油行业增长 5.2%。1—11 月我国石化行业利润同比下降 5.2%。11 月份石化行业出口交货值同比增长 2.2%，首次实现正增长。

轻工：工业增加值增速持续加快，利润同比增长 23.8%，连续两个月出口交货值增速为正。全年轻工行业增加值同比增长 11.2%，比 1—11 月增速加快 0.3 个百分点。1—11 月轻工行业实

现利润增长 23.8%，高于全国平均水平 16 个百分点。2009 年轻工行业出口交货值下降 5.4%，11 月和 12 月分别增长 3.9% 和 10.9%。

有色金属：十种有色金属累计产量连续三个月正增长，利润降幅收窄，主要产品出口降幅持续收窄。2009 年，我国十种有色金属产量同比增长 5.79%，1—11 月同比增长 3.4%。1—11 月有色行业利润同比下降 20.4%，比年初的两个月缩小 79.1 个百分点。2009 年我国出口的精炼铜同比下降 24.12%，较上半年降幅收窄 66 个百分点；出口原铝同比下降 58.32%，较上半年降幅收窄 22 个百分点；出口精炼铝同比下降 31.48%；出口精炼锌同比下降 58.96%，较上半年降幅收窄 27 个百分点。

物流：全社会货运量持续回暖，其中公路、水路、民航运输货运量增速持续加快，铁路运输货运量增速也由负转正。2009 年，我国全社会货运量 274.4 亿吨，同比增长 7.5%，增幅同比回落 1.8 个百分点，比前三季度加快 2.5 个百分点。铁路运输完成货运量同比增长 1.9%，而 1—11 月同比下降 0.7%，前三季度同比下降 2.6%。

2. 铝塑龙头企业用“涂层”开启阳光之路

新华网发布时间：4 月 8 日

联合金属科技公司的总裁王贤中这两天做起了“空中飞人”：先到香港，再到广州开会，然后再“飞”到日本。王贤中此行的主要目的是引进一条先进的挤塑板生产线，为创办一家大规模生产第三代太阳能电池背板的工厂做准备。

从传统的铝塑建材产业到新兴的太阳能光伏产业，公司在今年将开启一个新的纪元。

联合金属科技公司是一家集涂层铝产品的研发、制造、销售和服务为一体的企业，2005 年 12 月落户余杭闲林工业园区。

“联合金属”转型进军太阳能光伏产业可以说是机缘巧合。

实验室的高科技产品，引起了联合金属公司技术人员的兴趣。经过调查研究，这款不起眼的产品来头不小，是太阳能电池背板，起到保护光伏组件中电池片的作用。目前国内广泛使用的太阳能电池背板主要是第二代的 TPT 背膜材料，国内的生产技术有限，国内的太阳能光伏企业大多

需要进口背板。在国际上，这种技术也被美国杜邦公司等少数企业垄断，进口价格高达 100-120 元/平方米。

“公司的涂层技术很成熟，现有的涂层铝生产线也可以生产，完全可以自己来做！”联合金属公司的高管豁然开朗，商机像阳光一样倾泻进来。公司马上引进多名光伏行业专家，投入巨资配置高精度生产、测试设备，成功开发出拥有自主知识产权的第三代 HFF 高氟合晶型太阳能电池背膜。

“现在太阳能发电不够普及，原因主要是成本太高，太阳能电池背板大规模国产化后，价格可以降到 45-50 元/平方米，大大降低了太阳能发电的成本。”联合金属总裁助理边建栋兴奋地说。

今年 3 月，公司的相关负责人拿着这个新产品和详实的实验室数据到上海参加一个太阳能展会，立刻引起了国内很多太阳能光伏企业的兴趣。当看到联合金属生产的太阳能电池背板的密封、绝缘、防水性已经达到国际先进水平时，全国最大的光伏企业无锡尚德电力公司也下了订单。

“我们公司现有的年产值是 10 亿元左右，太阳能电池背板项目上马后，估计做到 15 亿-20

亿元不成问题。”边建栋说，公司目前正向余杭区申请 300 亩土地兴建厂房，今后在杭州将产业转移到高科技的光伏产业，把传统的涂层铝产业转向山东威海和四川成都两地。

投资 5.7 亿元开发小组件里的大商机

机遇只垂青有准备的人。当别的企业在多晶硅太阳能电池产能过剩的“红海”里挣扎时，联合金属凭借强大的技术支撑在众人争抢的光伏产业中找到自己的“蓝海”。

联合金属是铝塑制品行业的领军企业，产品远销海外。开放不久的迪拜塔以其高度达 818 米、楼层数量达 160 层而创世界之最，而扮靓这个目前世界第一高楼的有不少“中国制造”，联合金属就是其中一家。迪拜塔内所用的装饰面板全部使用了联合金属生产的涂层铝产品。据介绍，中东市场 80% 的铝塑板用涂层铝板都是联合金属出品的。2009 年公司的外贸业务同比增长了两倍，公司还计划把工厂直接开到迪拜去。

边建栋说起公司开发的新产品滔滔不绝：“我们在建德的分厂今年投产了钢塑复合管，是传统镀锌管的升级型产品。像自来水管用久了要生锈，造成二次污染，我们就在钢管内涂层，延长了它的使用寿命，也更加清洁环保，广泛用于

化工、电力、冶金、食品等行业。”

公司也开始了自己的产业布局。今年 3 月 18 日，联合金属在山东威海工业新区投资建设的项目开工，总投资额 10 亿元，计划建设 10 条高速铝镁锰合金涂层板生产线、1 条铝卷热轧生产线、2 条铝卷冷轧生产线以及相关配套项目，全部投产后可实现年销售收入 50 亿元，一期工程计划年底前试生产，整个项目将于 2012 年 12 月份全部完工。

“联合金属”被同行誉为“中国铝塑复合板博物馆”，开发的铝塑复合板产品种类为行业之最。记者拿到的一本产品宣传册里，都是公司这两年开发的新产品，包括可用于幕墙和屋顶的预辊涂幕墙铝单板、预辊涂卷帘、预辊涂彩铝落水系统等。公司产品体系完善，覆盖面广泛，正在筹备面向终端开设专卖店。

3. 马鞍山“家电下乡”销售破亿元

中国钢材网发布时间：4 月 09 日

4 月 7 日从马鞍山市商务局获悉，根据商务部“家电下乡信息管理系统”，截至 3 月 31 日，

马鞍山累计销售家电下乡产品 50864 台，销售金额 11251.9 万元，突破亿元大关。

今年以来，马鞍山为进一步加大“家电下乡”惠农工程的推进力度，市商务局、财政局进一步采取得力措施，加大贯彻力度，确保这项惠民工程的顺利实施。在全市 19 个乡镇全面宣传“家电下乡”政策，同时通过报纸、电视、广播等媒体刊登公告，形成立体化、全方位的宣传攻势；为确保农民朋友就近购买家电，马鞍山积极抓网点规范管理。截至 3 月 31 日，全市家电下乡备案销售网点增至 209 个；同时，加大财政所补贴资金审核人员政策培训，熟悉网上补贴备案流程，简化补贴手续，提高工作效率；市工商和质监部门围绕家电下乡产品，开展专项检查，确保农民购买质优的家电下乡产品。一系列措施极大地激发了农民朋友踊跃购买的热情。

据统计，截至 3 月 31 日，全市家电下乡累计销售突破亿元大关。其中：冰箱 15542 台、彩电 13344 台、手机 190 部、洗衣机 7197 台、空调 8514 台、计算机 3374 台、热水器 1721 台、微波炉 886 台、电磁炉 96 台。每万户农民购买量 2649.17 台；已获财政补贴的家电下乡产品 49350 台，财政补贴金额 1426.34 万元，补贴对

付率为 97.02%。

4.建材业淘汰落后产能将要“疏堵结合”

中国冶金报发布时间：4月8日

日前，工业和信息化部原材料司在北京召开了原材料行业淘汰落后产能座谈会。会上，该公司司长陈燕海表示，淘汰落后困难重重的主要原因之一，在于我国东部与中西部地区之间以及城乡之间，在发展水平、市场容量、技术与资金实力方面都存在较大差异，用“一刀切”的政策和方法去淘汰落后，往往难以达到预期效果。因此，应坚持实事求是、因地制宜、疏堵结合的原则，利用市场法则的“挤出效应”，用“组合拳”共同推进落后产能的淘汰。

陈燕海指出，除区域发展不平衡这一因素外，市场上不同层次社会需求持续旺盛、中央和地方“分灶吃饭”的财政体制等原因也造成了淘汰落后难这一问题。

对于今后的工作，陈燕海表示，淘汰落后将严格坚持 3 项原则：严格控制新增产能的项目；严禁借上大压小之名，行扩大产能之实的项目；

优先支持等量或超量淘汰落后产能的技术改造项目。对被兼并企业已建成而未办理核准手续、但符合行业准入标准的项目，要给出路。陈燕海透露，目前工信部正在研究若干个重大联合重组项目。“要通过这些重点项目的推动，争取在钢铁行业结构调整方面走出艰难而又坚实的一步。”他说：“应该将兼并重组、淘汰落后、技术改造、节能减排、优化布局和加强管理等工作有机结合起来，发挥综合治理优势，打‘组合拳’同步推进。”

同时，陈燕海指出，应该用市场的眼光看问题。原材料涉及行业面广、市场化程度较高，必须综合利用技术、质量、金融、土地、环保以及相关资源等市场手段，并辅之以政策的激励和约束机制，开展淘汰落后工作。

据悉，今年初以来，围绕淘汰落后这一主题，已经有一系列会议相继召开并下发了相关文件：1月21日，温家宝总理主持召开国务院常务会议，研究部署加强淘汰落后产能工作；2月6日，国务院下发了《国务院关于加强淘汰落后产能工作的通知》；2月26日，国务院副总理张德江主持召开部分省(区)淘汰落后产能工作座谈会，贯彻落实国务院常务会议精神。“这表明淘

汰落后产能是今年乃至今后一段时期，我国主要工业领域和重点行业经济结构调整的一项重要任务。”陈燕海说。

数据显示，到 2009 年底为止，我国已经淘汰 300 立方米及以下高炉生产能力 8172 万吨，20 吨及以下转炉、电炉生产能力 6038 万吨。根据“2011 年底前，淘汰 400 立方米及以下炼铁高炉，淘汰 30 吨及以下炼钢转炉、电炉”这一要求，从数量上看，2010 年和 2011 两年内全国钢铁行业尚需淘汰落后炼铁能力 10427 万吨，炼钢能力 1129 万吨。根据这一部署，工信部原材料司已向各地预下达了 2010 年~2012 年淘汰落后产能的目标计划。工信部将在认真研究的基础上，尽快下达淘汰落后产能目标任务。

5.建材下乡推动发展存在产能过剩的隐患

中国门窗信息网发布时间：4月9日

建材行业的进步和市场的扩大，国家抓住当前农村建房快速增长和建筑材料供给充裕的时机，把支持农民建房作为扩大内需的重大举措，采取有效措施推动“建材下乡”，鼓励农民依法

依规建设自用住房。我们预计此次建材下乡相关政策主要由工信部负责规划，年后出台概率较大。但是由于政策制定难度相对较大，具体出台时间还存在不确定。

由于建材行业品种复杂，市场集中度低，品牌优势不明显，因此政策规划较家电、汽车等难度更大，我们认为此次建材下乡主要采取补贴方式，品种主要为水泥、玻璃、陶瓷、门窗，但补贴细则尚不明朗。我们认为此次建材下乡更加注重节能建材推广，以及品牌企业产品拓展。

政策有利于优势企业拓展。截止 08 年农村人均住房面积 32.42 平米，农村人口数为 7.2 亿，测算得到农村建筑住房面积为 233 亿平米，占全国总建筑面积的 60% 左右，由于目前农村市场使用建材产品较多为本地市场生产销售，用户较多使用中低端产品，甚至包括水泥、玻璃一些落后产能。我们认为随着建材下乡补贴推广，由于补贴范围将集中在一些品牌优势企业，而落后产能获得补贴几率较小，从这方面来看建材下乡推广将有利于产业结构调整，加快优势企业拓展市场、落后产能退出。

建材下乡推动发展存在产能过剩的隐患

政策有利于节能建材发展。“建材下乡”我

们认为会更注重建筑节能推广，包括门窗节能、建筑墙体节能等，目前农村建筑存在多方面问题包括，围护结构保温性能差，大部分采用单层铝合金或木门窗，冷风渗透现象较为严重等。面对这样的现状，今后农村建筑节能工作推行将势在必行，我们认为一些节能项目包括塑钢门窗、LOW-E 中空玻璃、石膏板等将成为重点推广方向。

分品种来看，水泥和浮法玻璃等相对市场集中度较低、区域品牌较多，对于这部分品种推广可能还是集中在公司主要区域销售区域。对于新型建材和一些节能产品而言，市场集中度高销售区域更广，对于这部分建材推广可以在全国范围内实施，因此我们认为一些新型建材产品推广力度将大于传统产品，因此在市场的影响力也是很大的。

6. 市场竞争加剧门窗产品更加细致化

中国门窗信息网发布时间：4 月 8 日

门窗产品不断的发展变化，竞争也不断加剧，我国现代门窗发展迄今多年，门窗产品由最

初的满足功能性，到现在满足主人品位需要、文化需要；门窗购买由少数人的奢侈品到现在县乡级市场的普及。随着门窗市场的逐渐成熟，门窗产品也由最初的在档次上的大群体区隔，到现在以性别因素细分市场；从产品仅仅是满足共性需求，到现在满足个性化求美、求新需求。门窗市场细分开始细化，竞争也由产品竞争、价格竞争转向定位竞争、市场细分竞争。

衣柜门是居家空间不可缺少的一部分，但对其需求最强烈的莫过于注重整体效果的女性，女性对门窗的选购要求也大大高过男性，如何从女性的角度出发，研发设计出满足女性审美需要的门窗产品成为商家新的市场机会，2009 年一些女性主张的衣柜门装饰空间频频受到女性消费者的热捧，成为 2009 年门窗的一道亮点。

现在，家庭装修主要是现场制作门，或者购买模压门、实木门做门套，上漆。下面我们就向您介绍一些木门窗施工时容易出现的问题和解决办法。

门窗扇与框缝隙大：主要原因是安装时刨修不准及门窗框与地面不垂直，可将门窗扇卸下刨修至与框吻合后重新安装，如门窗框不垂直应在框板内垫片找直。

五金件安装质量差：原因是平开门的合页没上正，导致门窗扇与框套不平整。可将每个合页先拧下一个螺丝，然后调整门窗扇与框的平整度，调整修理无误后再拧紧全部螺丝钉。如合页螺丝短、螺丝一次钉入及倾斜，都会导致门窗扇旷荡，修理时应更换合适的螺丝钉。上螺钉时必须平直，螺丝应先钉入全长的 $1/3$ ，然后拧入其余 $2/3$ ，严禁一次钉入或倾斜拧入。

门扇开关不顺利：主要原因是锁具安装有问题，应将锁舌板卸下，用凿子修理舌槽，调整门框锁舌口位置后再安装上锁舌板。

推拉门窗滑动时拧劲：主要原因是上、下轨道或轨道的中心线未在同一铅垂面内所致，应通过调整轨道位置，使上、下轨道或轨道的中心线铅垂对准。

木门窗套施工：木门窗套施工是技术性较强，常见的质量问题有以下几种：

窗洞口侧面不垂直：主要原因是没有垫木片找直，应返工垫平，用长尺测量无误后再装垫层板。

表面有色差、破损、腐斑、裂纹等：都必须更换饰面板解决。包门窗套使用木材应与门窗扇木质、颜色协调，饰面板与木线条色差不能大。

木种应相同。

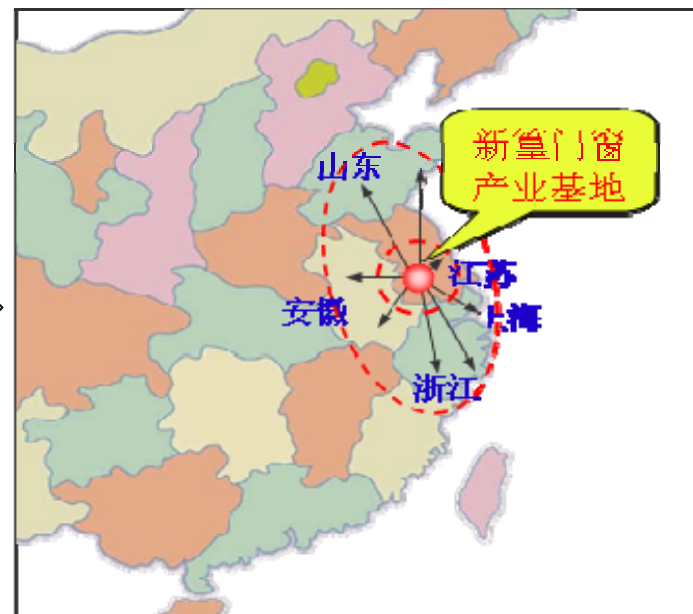
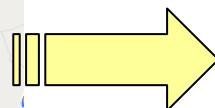
用手敲击门套侧面板有空鼓声，表明底层未垫衬大芯板，应拆除面板后加垫大芯板。

相信，只要掌握了诊断技巧和窍门，您自己就可从容不迫地判断门窗装修质量和有关问题，并及时纠正解决。

项目推介--南京门窗产业基地

南京门窗产业集群基地，位于南京六合区新篁镇，绕越高速长江四桥出口，由南京市政府正式规划，新篁镇人民政府和南京堂篁投资管理有限公司倾力打造，将成为全国最大的门窗制造中心。

南京门窗产业集群基地，门窗企业落户首选，入驻产业集群基地，您的企业将插上腾飞的翅膀，您也将踏入财富的大门……



- (4) 物流业及其他配套产业;
- (5) 园区生活配套产业。

1.南京门窗产业基地战略规划

1.1 新篁简介

古镇新篁隶属于南京市六合区，位于南京市北郊，东邻仪征，南靠大厂，西接古城六合。新篁镇幅员 61 平方公里，耕地面积 4 万亩，拥有 7 个行政村、1 个居委会，总人口近 3 万。

新篁环境优美，景色怡人。镇内三友湖、东方红湖、白龙山、弥陀寺山水相间，交相辉映；千年柏果树枝繁叶茂、高大挺拔；传说中小白龙每年清明节都要来这里祭奠他的母亲，更是给这里增添了几分神秘。新篁镇自然资源优越，品味独特。农业资源优势明显，镇内新禹河、新篁河纵横交织，直通长江；千亩水面碧波荡漾，万亩山林郁郁葱葱；矿产资源别具一格，堪称中华一绝的雨花石，更是观赏、收藏、馈赠之佳品。

1.2 产业定位

新篁门窗产业集群基地将大力引进和发展门窗加工制造产业及相关配套产业，形成集群化发展的模式，建立统一的采购和销售体系，建立完善的物流配送体系和技术、信息、管理的支撑体系，加快企业聚合，形成全国有影响力的门窗产业基地。细分产业主要包括：

- (1) 门窗加工；
- (2) 门窗配件制造、玻璃加工；
- (3) 门窗原材料供应商、销售商；

1.3 发展愿景

高起点规划、大手笔运作，把握发展机遇，发挥地域和资源优势，整合地区资源，努力发展成为：

- 国内最大的门窗制造中心
- 国内最大的门窗交易展示中心（订单中心）
- 行业领先的门窗技术中心
- 国内集中的门窗服务中心
- 门窗专业人才培养中心

建设成为集工业、生态农业、观光旅游和生活居住于一体的现代化工业园区，国内领先、国际有影响力的门窗产业基地，使门窗成为地区的主导产业和特色产业，带动地区就业和经济增长，创造经济效益和社会效益。

1.4 战略目标

战略目标位：

- 打造一个以门窗产业为核心的产业集群基地；
- 营造一个优质服务的产业投资环境；
- 创立一个现代的、科学的产业园区的管理体系；
- 形成一个中小企业快速成长的“加速器”。

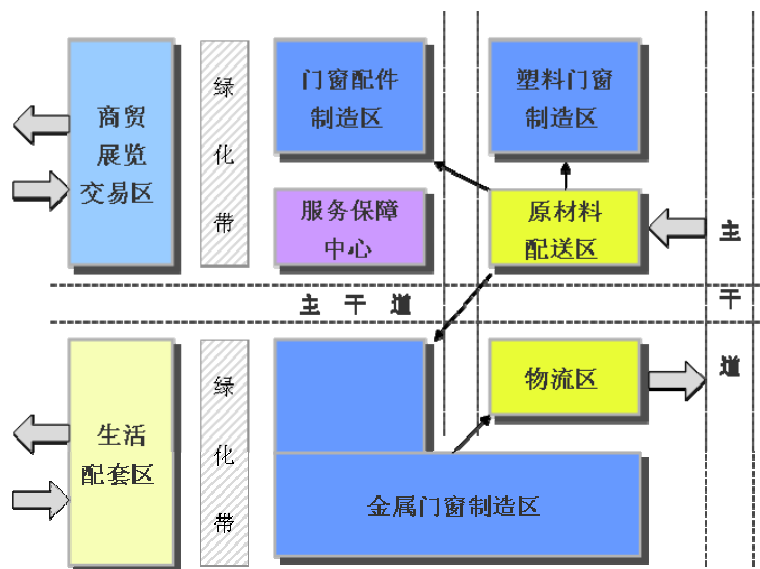
详细目标为：

- 2010 年，完成厂房建设 10 万平方米；入园企业初具规模；
- 2011 年，门窗产业链初步形成，基地影响力快速提升。

1.5 发展周期

- 初创期：2~3 年时间形成新型的经济发展模式；
- 成长期：3~5 年时间成为六合区经济发展龙头；
- 成熟期：5 年后，成为集工、农、旅游等产业综合发展的南京的大后方。

1.6 布局规划



2.南京门窗产业基地的优势

2.1 区位优势

南京门窗产业基地位于南京市六合区新篁镇，交通十分便利。

公路：产业基地距离六合主城区 8 公里，与宁通高速公路相距 6 公里，与沪陕高速公路相距 1 公里，距长深高速 17 公里，距沿江高速 16 公里，绕越公路有两个出口直通园区，已经动工建设的六合中部干线和东部干线贯串园区。

水路：距长江港口 23 公里。

铁路：距六合火车站 11 公里。

航空：距六合新机场 15 公里。

2.2 政府支持

订单支持：数以亿万计的政府订单将优先选择新篁门窗产业集群基地内的企业。

政府补贴：政府对前来采购的客商予以一定比例的补贴，以吸引更多采购订单。

土地价格：每亩土地均价仅 12 万元，升值空间巨大。

领导重视：新篁镇是南京市委领导重点关注并扶持的经济区域，门窗产业基地的发展则是新篁镇发展的重中之重。政府工程的订单将优先考虑产业园区内的企业。

配套设施：门窗产业基地各项配套设施齐全。

2.3 人力资源优势

六合区是以农业为主的地区，人均耕地较少，农村富余劳动力较多。据统计，六合区现有人口 86 万，人均耕地约 1.26 亩，农村人口 53.45 万，占总人口的 62.15%。近年来外出务工人员数量不断增加，受到经济危机的影响，不少农民工开始返乡寻找新的就业机会。富余劳动力为门窗产业的发展提供了充足的人力资源供给，既能够推动产业基地的建设和发展，又为劳动力就业提供了新的渠道。

3. 入驻产业集群基地的优势

3.1 入驻产业集群基地可为企业赢得更多市场份额

门窗企业在地理位置上的集聚，使原本综合实力相对较弱的中小企业在产业基地内汇集成一个企业群，共同参与市场竞争；使集群内门窗产品表现出多层次、多样化的特性，可以更好地满足客户对品种、规格、档次等各不相同的要求；同时，企业入驻门窗产业集群基地使得信息搜索、人才储备、辅助性服务等方面也可更具经济性。

门窗企业入驻产业集群基地后形成区域品牌，依靠产业集群基地的知名度和整体营销宣传战略来开拓市场。由于门窗企业在空间上大规模集中，使其更容易吸引门窗需求客户的注意，也使这些客户更乐于在此寻找长期合作伙伴，其结果是产业集群基地内的企业扩大了业务量，形成市场需求

的集聚效应。

3.2 入驻产业集群基地可降低企业生产经营成本

入驻产业集群基地由于可以共同利用各种基础设施、服务设施、信息资源和市场网络等区域公共产品，共同利用某些辅助企业，包括提供零部件或中间产品、回收加工废弃物以及提供生产性服务的企业，减少原材料和能源的损耗，缩短原料和产品的运输距离，从而可以节约生产和运输成本，也可以面对面的交流，从而增进相互间的了解和信任，并互通情报，减少信息搜寻和交易成本，产业集群基地内原材料厂商的进驻可以使门窗生产企业实现原材料零库存，减少流动资金占用，使各企业的生产能力得到充分发挥。

3.3 入驻产业集群基地可提升企业竞争力

门窗产业集群基地内汇聚了众多同类企业，空间上的聚集使得企业彼此间的影响不断加强，一个企业可以不断地从其它企业学习到新技术、新方法及新材料的应用，使得产业集群基地内的企业总能够持续获得进步，形成你追我赶、互相拉拔的局面，提升企业竞争力。此外，由于存在着竞争压力和挑战，产业集群基地内的企业需要在产品设计、开发、包装、技术、管理和服务等诸方面，不断进行创新和改进，以适应瞬息万变的市场需求变化，也从另一个方面促使企业不断创新，提升自己的竞争力。

4. 服务体系

4.1 独创的 TH131 服务体系

TH131 是南京堂篁投资管理有限公司独创的适合于乡镇开发的独特的运作体系，即：1 条产业链，3 个参与主体，1 套服务体系。

（1）1 条产业链

打造一条完整的产业链，在一个乡镇形成一个产业集群。这个“1”强调的是对战略规划和发展思路的重视。一个乡镇想要发展，必须认清它的优势所在，根据自己的优势来定位具体的产业，并进行概念宣传和战略规划，同时把战略规划付诸实际行动。

（2）3 个参与主体

通过政府、入驻企业和南京堂篁投资管理有限公司三个参与主体的协调整合，共同建设、发展和繁荣产业集群基地，并共同取得利益。“3”强调的是 3 个主体的协调和共同参与。协调包括利益的协调，更包括思想观念的协调，同时也包括每一个利益体的短期和长远利益的协调，缺一不可。对于政府和发展商，要特别强调短期利益服从长远利益。协调好了这些关系，政府、发展商和入驻企业真正成为一个利益整体，为着产业集群这个目标，共同积极参与，做出各自的贡献。

（3）1 套服务体系

由政府和发展商主导建立并实施的一套服务体系，从规划、建设、招商到园区建成后的运作，都要严格按这套运作体系规范运作，保证园区长期繁荣发展，保证所在乡镇和园区企业能长期可持续发展。这套体系强调的是服务，是政府和发展商通过为企业服务，促使企业的发展壮大，达到

乡镇繁荣发展的目的，达到老百姓富裕的目的。

4.2 专业的管理团队

项目由南京堂篁投资管理有限公司独家运作，南京堂篁投资管理有限公司依托浙江商会、金华商会和永康商会，其股东团队均具有大型招商和商业/工业地产开发的经验，从事过南京空港航空园、镇江航空工业园、内蒙新能源产业基地、华阳国际装饰城、南京金桥市场、南京银桥市场、浙江永康五金城等项目的开发和招商工作，公司还与许多大型房地产公司有紧密合作关系。

杨晓明先生简介：南京永康商会副会长，拥有欧派门业、晓明机电、南京泓天置业等多家企业。

钱壬建先生简介：硕士，高级建筑师，具有丰富的建筑设计、规划和地产开发与管理经验，近年一直从事产业基地的规划与运作，其中内蒙古大陆太阳能多晶硅产业集群基地项目已在建设中。

蔡启明先生简介：博士，南京航空航天大学经济与管理学院教授，澳门科技大学兼职教授，南京佑佐管理咨询公司总经理、首席咨询顾问，南京航大意航科技股份有限公司董事会秘书，具有丰富的企业管理和开发区产业规划经验。

4.3 完善的服务平台

南京堂篁投资管理有限公司立足于为客商提供最完善的服务，倾力打造五个服务平台，帮助客商不断成长。

（1）管理体系平台

对入园企业进行管理体系建设和提升方面的指导，解决企业管理中的问题，全面提高企业管理水平。

（2）人力资源平台：

满足企业的人力资源需求，包括招聘的集中服务、培训中心的服务，劳务外包及猎头服务，劳动关系服务等。

（3）技术研发平台：

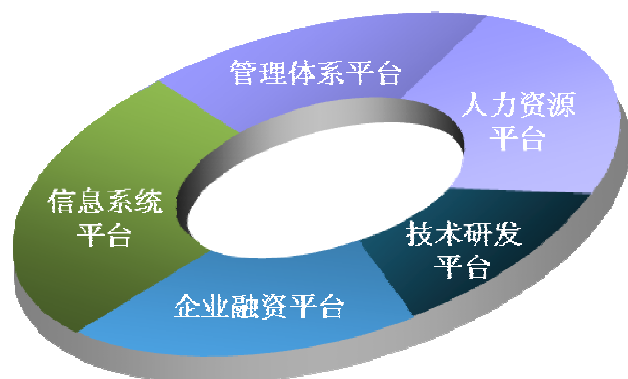
基地建设专门的技术研发中心，聘请专业高端技术人才和顾问，为企业提供培训和技术支持。建立集中的实验中心，提高技术研发效率。

（4）企业融资平台：

基地为入园企业提供融资的服务和支持，并在未来通过集中上市建立多元化的融资渠道，满足企业发展中的资金需求。

（5）信息系统平台：

信息系统平台将企业的原材料采购和成品销售信息集成化，资源共享，提高资源利用率。提高企业在原材料采购和销售渠道方面的优势。





免责声明

本文所载资料仅供参考，并不构成投资建议，堂篁投资管理公司对该资料或使用该资料所导致的结果概不承担任何责任。若资料与原文有异，概以原文为准。

南京门窗产业集群基地

政府扶持
区位优势显著

资讯热线:025-57544477,18936016030

QQ:38543154

期待您的加入

最新最快的行业资讯，帮助您实时了解行业动态，助您的企业虎年行大运