

门窗行业简报

2010年011期 总第011期

发布时间：2010年7月15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集群基地

电话：025-57544455

传真：025-57544433

网址：<http://www.njth131.com>

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、 铝材动态 | 1 |
| 1. 传统铝业加工受阻 高细制粉设备带来铝业新契机 | 1 |
| 2. 三大因素制约我国铝工业发展 | 1 |
| 3. 我国建筑铝型材行业发展趋势及应用前景 | 2 |
| 4. 桂西探明铝土矿储量 5 亿吨 创国内之最 | 4 |
| 5. 电解铝电力成本难现回落 | 4 |
| 6. 欧洲铝制品需求强劲 | 5 |
| 二、 玻璃动态 | 6 |
| 1. 提高出口退税率有利玻璃行业健康发展 | 6 |
| 2. 中国目前成世界最大的平板玻璃生产国 | 7 |
| 3. 2010 年中国玻璃原料将处于高位 | 8 |
| 4. 浮法玻璃均价下跌 “元凶” 市场供过于求 | 8 |
| 5. 玻璃名企看好光伏玻璃发展 | 9 |
| 三、 钢铁动态 | 10 |
| 1. 7 月份建筑钢材或将弱势震荡 | 10 |
| 2. 现货不景气 钢价身陷寒冬 | 12 |
| 3. 钢企再现减产潮 钢材库存居高不下 | 13 |
| 4. 钢铁市场淡季慎言抄底 原料成本接近年初水平 | 14 |
| 5. 中国钢铁业在阵痛中转型 | 15 |
| 四、 木业动态 | 16 |
| 1. 以塑代木 新型环保塑木建材发展快 | 16 |

| | |
|----------------------------------|----|
| 2. 低碳引领行业发展 木门行业正强势发展 | 17 |
| 3. 原材料以次充好的现象普遍 板式家具信任危机重重 | 18 |
| 4. 家具企业应注意原辅料游离甲醛超标 | 19 |
| 5. 我国家具产业园群雄并起 向世界证明中国实力 | 20 |
| 二、门窗市场透析 | 22 |
| 1. 门窗消费观念突变消费者正步入理性消费时代 | 22 |
| 2. 门窗下乡成时尚 市场需求激发企业信心 | 22 |
| 3. 楼市面临最严调控 门窗工程市场寒流来袭 | 23 |
| 4. 经适房建材成 “赔本买卖” 中小品牌占优势 | 24 |
| 5. 普及精装房 门窗企业店面销售式微拓展 | 24 |
| 三、政策解读 | 25 |
| 1. 低碳促塑料门窗玻璃向节能与安全发展 | 25 |
| 2. 门窗行业用技术与系统化 “改变” 增长方式 | 27 |
| 3. 浅析：我国节能型门窗幕墙的发展前景预测 | 28 |
| 4. 门窗下乡挤压原有三线品牌市场生存空间 | 29 |
| 四、综合新闻 | 30 |
| 1. 如何规避外贸风险 五金企业有策略 | 30 |
| 2. 我国门窗企业急需打造自身品牌 | 31 |
| 3. 中国五金业积极实施行业标准化 | 31 |
| 4. 未来经销商的发展趋势 | 32 |
| 5. 我国门窗消费市场迎来全民参与时代 | 32 |

一、行业动态

一、铝材动态

1. 传统铝业加工受阻 高细制粉设备带来铝业新契机

中铝网布时间：7 月 2 日

目前，能源价格不断攀升，世界各大铝业公司开始通过降低电解铝生产各个环节的成本来确保铝业生产的价格竞争力。我国产业政策给铝行业定位在满足国内需求上，因此，国内铝业公司在掌握交通运输、电力、包装、家电等行业发展趋势的同时，积极引进先进设备，提高技术能力，降低生产成本成为当前铝业公司发展的主要方向。

传统铝业生产采用进口大型粉碎设备对原料进行研磨粉碎，成本高，使用国产磨粉机设备，效率低，这长期阻碍着铝业公司的发展。黎明重工一直致力于破碎机、磨粉机的创新和改革，经过黎明重工科技专家多年潜心研制及创新性的开发，根据磨机用户的使用与建议，在高压悬辊磨粉机的基础上更新改进设计而成，为广大的国内外用户适时推出了一种最新型、

高效、节能的高细制粉设备，该机型采用了梯形工作面、柔性连接、磨辊联动增压等五项磨机专利技术，开创了超压梯形磨粉机的世界最高水平，为铝业的发展带来了新的契机。

与传统雷蒙磨相比，超压梯形磨粉机将磨辊与磨环设计成多级阶梯状，降低了物料在梯形磨辊与磨环之间的下滑速度，延长了对物料的碾压时间，提高了成品的细度和产量。专利产品超压梯形磨粉机使得选粉机叶片的端部与壳体的间隙调整方便、快捷，大大提高了成品的精度。

同时，梯形磨汲取雷蒙磨与悬辊磨的优点，将磨辊总成通过拉杆及水平放置的弹簧联结到一起，其产生的径向力避免了大块物料进入磨腔后对主轴及轴承的损耗，提高了设备的使用寿命。主机与选粉机采用软联结，减震弹簧与密封带即减轻了震动和噪音，也避免了共振。

黎明重工超压梯形磨粉机的应用真正实现了生产过程中经济效益和生产效益的结合。采用较低的设备投入就能带来更大的生产能力，该新型磨粉机的推出无疑给国内电解铝行业带来了新的发展动力，为电解铝甚至整个粉体行业提供了一条光明的发展大道。

2. 三大因素制约我国铝工业发展

中铝网发布时间：7 月 6 日

我国是铝生产和消费大国，铝工业和我国国民经济息息相关。当前铝材出口虽量价齐增，但我国铝工业的发展仍受以下三大因素的制约：

一、反倾销案频发，铝材出口受阻。自金融危机爆发以来，国际贸易保护主义纷纷抬头，一系列针对我们的反倾销案接连发生，而铝工业成了受反倾销调查的重灾户。在亚洲，去年 2 月，印度也对来自中国的铝板及铝箔作出特别保障措施初裁，要求对海关编码为 7606 的铝板和编码为 7607 的铝箔分别加征 21% 和 35% 的从价税。在欧洲，欧盟委员会已宣布正式对我国出口到欧洲的铝合金轮毂进行反倾销立案调查。如果调查成立，欧盟将对我国出口欧洲的铝合金轮毂连续 5 年加收 33% 的惩罚性关税，到时中国企业的价格优势将荡然无存。去年 6 月 3 日，澳大利亚对我国铝型材也发起了征收反倾销税的调查。而这次调查的结果是，从去年 11 月开始，澳大利亚对原产于中国的铝挤压材做出征收 16% 临时反倾销税的初裁。

二、铝产能不断增长，产能过剩隐忧仍存。由于铝现货需求依然紧张，导致铝价居高不下，在利益驱动下，世界铝冶炼企业生产热情持续高涨，使得全球铝产量持续快速提升。原铝产量的持续增长导致国内外铝市库存均处于高位，截至去年 12 月底，上海期货交易所铝库存接近 30 万吨，已处于高位。外加国储 59 万吨及民间储备，预计全国铝库存量在 120 万~150 万吨之间。国际方面，截至去年 12 月底，伦敦 LME 铝库存在 462.89 万吨，相比 2008 年增幅近 100%。但因目前铝下游消费并不乐观，按照目前对铝行业的投资热度，未来几年国内铝产能又会重新回到过剩状态。

三、一般产品多，高档产品少，缺乏自主创新能力和自主品牌。我国铝工业出口的多是一般中低档产品，而进口的多是高科技产品，而且我国多是仿制国外的合金和品种，自己创新的合金和独特的品种很少。造成我

国铝工业这种产品结构不合理现象的重要在于铝业缺乏自主创新能力和自主品牌。主要表现在：一是科技开发与创新的投入明显不足；二是重大科技成果转化率低；三是高级科技人员和高级管理人员严重不足。

3. 我国建筑铝型材行业发展趋势及应用前景

中铝网发布时间：7 月 8 日

在建筑型材领域。建筑型材一直同建筑行业以及城镇化过程息息相关。随着经济发展，中国城镇化一直如火如荼。2009 年中国仅建筑铝型材的产量就达 496 万吨，到 2010 年中国铝建筑材消费量可望突破 600 万吨。

自上世纪 50 年代，铝型材生产在中国落地生根。改革开放至今 30 年，中国的铝型材产业一直蓬勃发展。产品结构一直以建筑用材为主，但是随着中国工业水平和规模的不断提高，工业用材产量也逐年攀升。在汽车制造、轨道交通、电力、机械装备制造业、家电等行业，对铝型材的需求迅速增加，新产品、新工艺、新用途的铝型材不断出现，推动了技术进步和行业持续健康发展。

随着中国国民经济持续快速健康的发展，铝型材的需求将会越来越大，同时装备和技术水平也将越来越先进，相信中国铝型材产品将会有更大的发展空间。伴随着《有色金属产业调整和振兴规划》的实施，高附加值产品和技术创新将日益重要，随着产业链的不断整合，中国的铝型产业将更加快速、高质量的发展。

铝型材的应用前景

在建筑型材领域。建筑型材一直同建筑行业以及城镇化过程息息相关。随着经济发展,中国城镇化一直如火如荼。到 2009 年,中国的城镇人口已经达到了 6.22 亿人,城镇化率提高到 46.6%。未来 10~15 年中国仍将处于城镇化快速发展阶段,预计在 2015 年前,中国的城镇化水平将超过 50%。2009 年中国仅建筑铝型材的产量就达 496 万吨,到 2010 年中国铝建筑材消费量可望突破 600 万吨。

此外,由于铝合金轻质的特点,也是航空航天领域采用最多的原材料。随着我国载人航天和大飞机、支线飞机的研发生产,在航空航天领域的用铝量也将不断增长。

从技术趋势来看

铝型材的技术水平一直在不断提高,粉末喷涂、氟碳喷涂、有机和无机染色、电泳涂装、机械和化学抛光、表面拉丝等先进的技术早已为业内广泛掌握。同时,木纹转印处理、隔热型材等新技术也开始广泛应用,有效提升了铝型材产品的节能、环保效果。随着工业型材产量不断提高,品种不断丰富,许多新工艺也不断涌现,引领行业潮流,在线淬火技术就是在一个典型代表。福建闽发铝业股份有限公司开发出来工业铝型材用在线淬火技术及设备,并已经申请专利,该工艺及其设备在国内外都属首创,相对于传统的淬火工艺及设备,该工艺及其设备主要有以下几个优点:不需专门的淬火设备和厂房,具有占地小、投资少的特点;简化工艺流程,缩短生产周期;可以实现对淬火敏感性很高的铝合金淬火,如 6061、2 系列、7 系列等等。淬火效果好,

力学性能优良。

在线淬火装置和淬火工艺,不仅仅是国内外首创,也是对目前在线淬火的一次大突破,该装置和工艺适合所有的热处理强化铝合金,其特点也非常符合目前国家提倡的高效率、低成本、低能耗、短流程、环保型铝加工新技术、新工艺的大方向。

从产业链整合趋势来看

到 2009 年底,我国约有 680 家铝型材厂商,竞争激烈,这些都将导致产品的利润尤其是建筑型材利润不断摊薄。而出口形势自国际金融危机爆发以来,国际贸易纠纷显著增加。以一些西方发达国家为代表的贸易保护主义举动多次威胁到铝型材的出口。因此,未来铝型材出口将主要面对新兴市场,在这些市场,国内厂家的原材料和成本优势将减弱。这些都将迫使国内铝型材企业不断提高产品附加值,同时积极进行产业链整合。

综上所述,随着中国国民经济持续快速健康的发展,铝型材的需求将会越来越大,同时装备和技术水平也将越来越先进,相信中国铝型材产品将会有更大的发展空间。伴随着《有色金属产业调整和振兴规划》的实施,高附加值产品和技术创新将日益重要,随着产业链的不断整合,中国的铝型产业将更加快速、高质量的发展。

4 . 桂西探明铝土矿储量 5 亿吨 创国内之最

广西日报发布时间：7 月 12 日

据广西日报消息，由广西地矿局、广西第四地质队、广西二七四地质队、中国地质大学日前完成的桂西铝土矿勘查与研究项目，创新了铝土矿成矿理论和勘查技术方法，探获铝土矿资源储量 5.15 亿吨。

鉴于我国铝土矿资源对外依存度居高不下和自治区重点建设项目桂西铝工业基地工程的需要，2001 年以来，广西地矿局突出加强桂西铝土矿勘查工作。通过实行多学科、多专业、多部门联合，理论研究、技术创新与勘查实践相结合，先后完成了德保铝土矿勘探，靖西县新圩南—禄峒东铝土矿勘探，那坡县龙合矿区及外围铝土矿详查、勘探，田阳县五村—桥业矿区铝土矿详查、勘探等 8 项重点地质勘查项目；完成了平果县教美矿区铝土矿勘探、广西铝土矿成矿作用与资源预测研究、桂西铝土矿富集过程与规律研究等一批项目任务。

桂西铝土矿勘查与研究项目首次系统研究了矿石中稀土矿物，创新定量估算含水矿物含量方法，建立了铝土矿矿物演化序列；首次研究了铝土矿石中碎屑锆石 U-Pb 和 Lu-Hf 同位素特征，提出物源判识新图解，综合判识了桂西铝土矿物质来源，建立了桂西铝土矿成矿模式，丰富发展了铝土矿成矿理论。项目创新了铝土矿勘查技术方法，一次性连续完成大型堆积

型铝土矿床详查、勘探，提高了勘查效率。探明提交铝土矿资源储量 5.15 亿吨，其中经济基础储量 3.49 亿吨，矿床规模属超大型，为国内铝土矿床之最、世界堆积型铝土矿之最。

桂西铝土矿勘查与研究项目成果鉴定会日前在北京召开，并通过了该项目科技成果鉴定。

5 . 电解铝电力成本难现回落

中铝网发布时间：7 月 14 日

澳洲宣布利率决议,金属价格大幅上扬。美国 6 月 ISM 非制造业指数由 5 月的 55.4 下降至 53.8,表明美国服务业活动增长速度降至 2 月份以来最低;且此前美国公布的非农就业数据、消费者支出和房屋市场数据均表现不佳,这加剧了投资者对美国经济复苏速度放缓的担忧。在澳洲央行宣布利率决议并发表对经济的乐观声明之后,市场信心受到鼓舞,高风险资产再度受到买盘厚爱。本周 LME 三月期铜、铝、铅、锌、锡、镍分别上涨 5.23%、3.28%、4.73%、5.39%、2.38%、3.19%。铜冶炼开工率小幅下降,电解铝电力成本难现回落。1.国内主要铜冶炼企业平均开工率为 89.26%,相比 5 月的 92.92%下滑了 3.66%。年产能 10 万吨以下的企业更为明显,因废铜货源紧张带来采购困难;2.电解铝主要的成本构成电力成本,预计今年内各地政府的态度均较强硬,企业除了通过设备改造降低电耗外,较难使电力成本出现明显下降,维持电解铝行业亏损难改的中期判断。3.锌冶炼下游订单小幅回落,

加工费维稳。维持基本金属中性评级,看好小金属和深加工:中国优势金属的行业整合具备先天优势且已初具规模,而新经济引擎将拉动下游需求呈爆发性增长,我们将继续推荐稀土永磁产业链,中科三环、宁波韵升、安泰科技;以及受行业整合正面推动的包钢稀土、厦门钨业。消费升级、进口替代和新经济将是拉动中国铝箔深加工产业的三大引擎,推荐新疆众和、东阳光铝和鲁丰股份。重大事件中印计划联手开发第三国矿产 瞄准阿富汗巨型矿。正在北京访问的印度国家安全顾问梅农(Shiv Shankar Menon)4 日在北京举行的新闻发布会上说,中印两国计划联手在第三国开发石油与矿产资源,先期合作的重点将集中在阿富汗。他说,中印两国公司将联手参与阿富汗境内一处世界级多金属聚合矿的开发竞标。美国 4 月锌产量为 63,600 吨,与上月持稳。美国地质勘探局 1 日公布的数据显示,美国 4 月国内可重获的锌产量为 63,600 吨,与上月的 63,500 吨大致持平。4 月日均锌矿产产量为 2,120 吨,较 3 月增加 3%,较 2009 年 4 月增加 9%。俄罗斯 5 月铜、锌、镍和铝产量同比增加。罗斯国家统计委员会 1 日称,俄罗斯 5 月锌产量较去年同期增加 35.2%,较 4 月增加 1.1%。该委员会为提供具体的产量数据。申银万国证券股份有限公司。

6. 欧洲铝制品需求强劲

中铝网发布时间: 7 月 15 日

据伦敦 7 月 14 日消息, 苏克敦金融 (Sudgen Financial) 客户服务主管

Steve Hardcastle 表示, 目前欧洲用于汽车和飞机制造业的铝制品需求强劲。

Hardcastle 在简报中表示,“中国以外的市场需求将增长 6.5-7.0% 左右。”

他称,“欧洲铝制品半成品制造企业报告称重新接到不少订单, 不光有用于重建库存的现货销售, 也有远月定价交割的商品。主要消费领域是汽车工业、航空以及挤压型材。”

去年全球汽车销售挫跌 13%, 但汽车制造商及其供应商今年从政府的支持政策中受益。

市场最新消息来自德国豪华汽车制造商宝马(BMW), 该公司 13 日表示, 其 2010 财政年度的税前利润增幅或远远高于预期, 因其有望超过预期, 而且其金融服务部门也在复苏。

尽管也用于包装业的轻金属-铝的全球消费量料将增加逾 10% 至 3900 万吨, 但市场仍预期将出现 300 万吨的市场剩余。

苏克敦金融的 Hardcastle 表示, “问题是铝产出增长率高于需求的增速。” 他补充称, 今年第四季度铝价可能将升至每吨 2,450 美元。

“我不可以过分强调美元对金属价格的重要性, 但两者有着非常紧密的联系。” Hardcastle 表示, “我个人的观点是欧元兑美元已经触底, 不久将开始上涨。”

对于持有其他币种的交易商来说, 疲软美元使得以美元计价的商品更加便宜。

Hardcastle 预计铝价的强劲支撑位在每吨 1,800 美元。他称, 在此价格水平我们将看到产量被削减。

二、玻璃动态

1. 提高出口退税率有利玻璃行业健康发展

中国玻璃网发布时间：7 月 1 日

为了继续支持具有优势的产品、劳动密集型产品、高科技产品出口，严控“两高一资”产品出口政策，经国务院批准，财政部和国家税务总局于 6 月 8 日联合发布《关于进一步提高部分商品出口退税率的通知》，宣布从 6 月 1 日起，国家再次上调部分商品的出口退税率，其中上调的玻璃制品涵盖了玻璃加工的主要产品，如钢化玻璃、夹层玻璃、中空玻璃、玻璃空心砖、石英玻璃、导电玻璃、液晶玻璃基板等。中国建筑玻璃与工业玻璃协会是怎样看待此项政策的出台？在上调退税率的过程中又做了哪些推进工作？笔者随即采访了中国建筑玻璃与工业玻璃协会秘书长张佰恒。

扩大内需稳定外需

提高玻璃企业国际竞争力

张佰恒指出，受国际金融危机的冲击，玻璃行业也同其他行业一样，出口受阻，生产下滑，为缓解企业压力，保持出口稳定，国家采取了提高部分商品出口退税率的政策，对保持行业经济稳定增长起到了积极的推动作用。

此次上调部分商品的出口退税率已是我国今年内第三次上调出口退税

率，也是自去年 8 月以来的第七次上调。据业内人士预计，此次上调出口退税率将增加退税资金约 252 亿元。张佰恒认为，短时间内多次上调出口退税率，体现了我国政府将扩内需、稳外需紧密结合的调控意图，也是落实国务院稳定外需等一系列政策措施后出台的又一扶持出口举措，有利于推动玻璃行业健康持续发展。此次调整出口退税率正是针对当前我国出口形势依然严峻而采取的有效措施，进一步提高出口退税率有助于降低出口企业成本。由于我国加工玻璃行业起步较晚，发展较快，在国际市场的竞争力较弱，此举将对优化玻璃产品出口结构，提高加工玻璃企业竞争力，支持其进入国际市场起到积极作用。

数量下降价格下跌

玻璃出口形势不容乐观

随着我国玻璃工业的快速发展，玻璃行业的发展环境和运行状况发生了很大变化，玻璃工业面临着诸多挑战，在世界金融危机对实体经济的冲击下，我国玻璃行业也随之走入低谷。张佰恒指出，2007 年以前，我国玻璃产品出口情况整体态势良好，平板玻璃和加工玻璃在数量及金额上每年都以两位数在增长。但从 2008 年下半年开始，受国际金融危机的影响，我国平板玻璃出口数量同比第一次出现负增长。进入 2009 年，我国平板玻璃出口数量及金额同比都出现了大幅下降，夹层玻璃出口金额同比下降 11.1%，钢化玻璃出口金额同比也有大幅降低。

在谈到我国玻璃企业出口现状及分布情况时，张佰恒介绍说，2006~2008 年，我国平板玻璃及技术玻璃在这 3 年的累计出口金额分别为

19.80 亿美元、3.57 亿美元、28.39 亿美元。2009 年第一季度累计出口金额仅为 4.89 亿美元。出口地区主要分布在美国、日本、韩国等国家和地区。

据统计，2008 年平板玻璃出口金额达 8.258705 亿美元，加工玻璃出口金额达 10.136031 亿美元。2009 年第一季度平板玻璃与技术玻璃出口金额总计为 4.89 亿美元，与 2008 年第一季度相比，出口金额整体下降了 21.38%。对此，张佰恒表示，目前玻璃产品的出口形势总的来说不容乐观。

开拓市场提高退税率

增强玻璃企业出口积极性

目前，我国主要加工玻璃的出口型企业都是行业内名列前茅的骨干企业，在生产技术装备、投资规模、技术和管理水平、产品质量等方面都有较高水平。加工玻璃不同于平板玻璃，属于技术含量高、附加值高、对社会贡献大的产品，较低的出口退税率会削弱这些企业的国际市场竞争力，从长远看，不利于加工玻璃行业的发展。

为此，中国建筑玻璃与工业玻璃协会通过多种渠道，向政府多个部门反映和沟通情况，提出建议将深加工玻璃的出口退税率恢复到相应水平。经国务院批准，财政部、国家税务总局于 2008 年 10 月 21 日对外宣布，从 2008 年 11 月 1 日起，适当调高部分劳动密集型和高技术含量、高附加值商品的出口退税率，其中包括将加工玻璃出口退税率由原来的 5% 提高至 11%。但受国际国内经济形势急剧变化的影响，2008 年下半年和今年年初部分玻璃加工生产企业处于半停产状态，加工玻璃开工率不足 50%，内需严重不足。此时，进一步开拓国际市场迫在眉睫。张佰恒介绍说，面对这

种局面，协会再次提出将深加工玻璃的出口退税率提高的建议。虽然这次相关商品的出口退税率由原来的 11% 提高至 13%，只有 2 个百分点，但增强了加工玻璃企业出口的积极性。

在谈到玻璃出口目前还存在哪些问题时，张佰恒强调，尽管此项政策给玻璃企业发展带来了机遇，但也面临一些问题。一是人民币不断升值削弱了我国出口企业的竞争优势；二是对中国出口企业可能出现的反倾销调查，需要引起我国出口企业注意。协会要帮助企业充分运用政策，把握发展机遇，提升竞争力。

相关链接：

2008 年 12 月 1 日将部分模具、玻璃器皿的退税率由 5% 提高到 11%。

2009 年 4 月 1 日将玻璃制品、铝型材等有色金属材、部分凿岩工具、金属家具等商品的出口退税率提高到 13%；将甲醇、部分塑料及其制品、木制相框等木制品、车辆后视镜等玻璃制品等商品的出口退税率提高到 11%。

2009 年 6 月 1 日将部分塑料、陶瓷、玻璃制品，部分水产品，车削工具等商品的出口退税率提高到 13%。

2. 中国目前成世界最大的平板玻璃生产国

中国玻璃网发布时间：7 月 2 日

我国玻璃工业经过改革开放以来的跨越式发展，目前已成为世界上规

模最大的平板玻璃生产国。加工玻璃发展迅速，基本满足了建筑业、汽车业和其他新兴产业的需要。平板玻璃及加工玻璃产业已成为国民经济发展和提高人民生活水平所不可或缺的重要材料工业。

2008 年全国平板玻璃产能 6.5 亿重量箱，产量 5.74 亿重量箱，约占全球产量的 50%，其中浮法玻璃产量为 4.79 亿重量箱，占平板玻璃总量的 80%。2009 年上半年新投产 13 条出产线，新增产能 4848 万重量箱。

2009 年，玻璃行业先低后高，下半年业绩复苏十分明显；平板玻璃出口呈现量缩价涨局面，价格呈逐月回升态势，浮法玻璃出口价从 2009 年 3 月的 280.74 美元/吨，上涨至 12 月的 342.71 美元/吨，涨幅为 22.07%；普通平板玻璃出口价，年内涨幅高点曾达到 93.18%。这说明我国目前平板玻璃出口品种结构和品质都发生了实质变化，从量变转化到质变，从而提高了单位出口价，同时也提升了国际竞争力。

中国目前成世界最大的平板玻璃生产国

据预测，今年乃至更长时间，我国仍将保持出口大国的地位。虽然 2009 年的全年数据仍稍落后于 2008 年，但逐渐向好的市场发展态势似乎不容置疑。一些企业看好逐步恢复的市场，纷纷点火新线或复产冷修及改造线，中国玻璃、浙江玻璃、凌源世明玻璃等企业在四季度都有复产点火及新线竣工。而近两年建线较为集中的四川、重庆地区，先后有台玻、南玻、明达等多条新线投产，地区产能已超过 3300 万重箱，人均玻璃占有率远远高于全国平均水平。玻璃公司 2009 年上半年业绩较差，三季度开始量价齐升，业绩呈现快速上升，第四季度这种盈利良好状况得到了维持。

值得一提的是，日前国家科技部正式同意蚌埠市建设国家玻璃新材料高新技术产业化基地。此举标志着玻璃新材料产业被正式纳入国家高新技术产业总体发展规划战略布局，对提升玻璃新材料产业技术创新支撑能力，提高产品附加值，推动产业聚集发展具有重要意义

3. 2010 年中国玻璃原料将处于高位

中国玻璃网发布时间：7 月 5 日

中国玻璃行政总裁兼执行董事张昭珩于记者会表示，今年首 5 月内地玻璃价格持续去年升势，预期全年价格将于高位运行。

张昭珩也表示，集团去年出口比率由 28% 降至 17%，但今年预计将会回升至 27% 水平，由于公司于欧洲销售较为分散，故相信不会受到欧洲经济危机影响。

至于成本方面，集团主要燃料为石油焦及煤气，而价格升幅也较重油低，故相信今年成本将会受控。

4. 浮法玻璃均价下跌“元凶”市场供过于求

九正建材网发布时间：7 月 9 日

6 月中旬，浮法玻璃价格除秦皇岛地区保持稳定外，其他地区均呈下跌态势。中信证券分析师认为，中短期内浮法玻璃景气下行趋势已现，

故对下半年以后的浮法玻璃价格走势持谨慎态势。

分析师指出，近期华北地区新建生产线陆续点火投产，令行业供给压力持续增加，从而导致本月中旬各地区浮法玻璃价格均有不同程度的下跌。新增产能方面，本月中旬在线产能增加 4450 吨/天，新点火产能 3600 吨/天。据悉，生产厂商为规避未来库存压力，纷纷采取措施降低库位。

目前全国浮法玻璃库存消化至 1601 万重箱，均价已回落至 93.86 元/重量箱。分地区来看，本旬北京地区玻璃价格小幅走低，预计未来价格仍存在下跌的可能性；秦皇岛市场目前价格稳定，但秦皇岛北方玻璃集团预计于本旬投产的两条生产线投产日期推迟到 8-10 月份，预计未来秦皇岛地区市场价格仍会有一定程度的下挫；广州地区本旬价格则继续下调，受雨水天气影响，市场需求量下调，预计未来广州地区市场价格也将有所下调；近期上海地区水泥价格走势平稳，仅有小幅微调，不过，随着华东地区逐渐进入梅雨季节，预计未来华东地区价格将继续下调；近期河南市场出货量及库存与上旬基本持平，仅有部分品种价格微调，预计未来仍会延续目前的平稳走势。

分析师认为，中短期内。其一，从产能情况来看，新建生产线陆续点火投产，将明显增加行业未来供给。本旬新点火 6 条浮法玻璃生产线，导致行业供给骤然增加。其二，从需求方面来看，目前华东华南地区将逐步进入玻璃行业传统消费淡季，同时梅雨季节也会影响浮法玻璃需求。分析师预计，因去年“9·30”之前的新建浮法玻璃生产线集中投产而形成的行业供给压力将会明显上升，在需求因房地产调控而受影响的背景下，故分

析师对下半年以后浮法玻璃的价格走势持谨慎态度。

所以玻璃企业不能只看眼前利益，要注意玻璃产业的长远发展，合理安排市场供给量。

5. 玻璃名企看好光伏玻璃发展

慧聪网发布时间：7 月 13 日

玻璃作为高耗能企业，一直是国家节能减排重点关注对象。如何在现有产业基础上，结合国家政策，在不增受限生产线的条件下，达到行业可持续发展，是目前玻璃企业所面临的重要问题。大力发展节能、新能源玻璃成为诸多企业的制胜法宝。

国家监管部门要求制定有关推进企业集团兼并重组的鼓励政策，在项目核准、土地审批、信贷投放、税收减免等方面支持优势企业，鼓励企业少建新线、多兼并重组，通过并购和技术改造做大做强，争取在未来 3 年内前 10 位的大平板玻璃生产企业产业集中度达到 70% 以上。记者在采访中了解到，在节能减排压力下，国内玻璃领军企业纷纷发力新能源玻璃产品，不仅符合了国家政策，同时还拓展了企业发展新机遇。

并购重组利于发展

自去年以来，在节能减排和发展低碳经济的背景下，政府监管部门多次召开专门会议，部署解决产业过剩的措施。包括风电设备、多晶硅以及平板玻璃产业受到点名批评。

上月初，国家发改委、工信部等 14 个部委再次出台引导产业发展的相关意见。意见指出，钢铁、水泥、平板玻璃、煤化工、多晶硅、风电设备等行业产能过剩的矛盾十分突出，应尽快抑制产能过剩和重复建设，把有限的要素资源引导和配置到优化存量、培育新的增长点上来，大力发展符合市场需求的高新技术产业和服务业。

在平板玻璃行业，对现有在建项目和未开工项目进行认真清理，对所有拟建的玻璃项目，各地方一律不得备案。各省(区、市)要制定 3 年内彻底淘汰“平拉法”(含格法)落后平板玻璃产能时间表。去年，国家各个部委更是对行业发展提出发展良策，推进企业集团兼并重组，通过并购和技术改造做大做强企业，来解决产能过剩的问题。业内人士表示，建材行业产能过剩很明显，业内企业重组迫在眉睫。

新能源玻璃将是发展方向

节能减排、低碳经济已经是一个绕不过去的话题，更是未来经济发展的着力点。在淘汰落后产能的推动下，玻璃行业重组潮可期。可以预见的是，在玻璃行业无论以什么方式整合，太阳能等新能源将是玻璃行业的一个方向。

记者在采访中了解到，国内玻璃行业领军企业早已开始在新能源领域发力，开发新的节能产品。记者从金晶集团获悉，近日，金晶(集团)有限公司的超白玻璃生产线成功生产出单片面积 49.5 平方米的超大板面玻璃，创造了目前浮法玻璃单片面积的世界之最。

金晶集团相关人士告诉记者，金晶(集团)有限公司近几年在调整产品结

构、转变发展方式方面出台了一系列举措，通过不断开发新能源产品，延伸产业链，奥运场馆、世博会中国馆等许多标志性建筑都是采用金晶的产品。而国内玻璃企业的另一领军企业，信义集团近些年同样在太阳能新能源领域发力。随着太阳能产业日益成为未来全球发展的重要支柱产业，信义集团超白光伏玻璃进军太阳能新能源产业的节奏也越来越快。

统计资料显示，近几年中国太阳能产业以“爆炸式”的速度增长，带动了超白玻璃需求的迅猛增长。信息产业、光伏产业等新兴朝阳产业的发展为新型玻璃拓展了广阔的市场空间，业内人士建议，玻璃行业要抓住机遇更好地为这些产业的快速发展提供基础材料支撑。同时，国内企业与国际先进水平相比仍存在一定差距，也面临着开展前瞻性技术创新、研发新产品、实现产业化、打破国外技术垄断等挑战。

三、钢铁动态

1.7 月份建筑钢材或将弱势震荡

证券时报发布时间：7 月 1 日

钢材行业作为强周期性行业，其景气程度受宏观经济走势的影响较大。目前宏观经济的景气程度不断走低，在此大背景下，建筑钢材价格反转向上的概率不高。展望 7 月份的钢材价格行情，我们认为价格维持弱势的可能性较大。

从行业基本面的情况来看，7 月份钢价走出单边上涨和深幅下跌的概率都不大。

首先，近期主导行情的主要因素仍然来自于需求侧。从 4 月中旬开始的本轮下跌，初期下跌的动能来自于宏观调控带来的需求收缩预期，而现阶段价格的下跌则主要来自于周边市场的调整和实体经济下滑造成的钢材真实需求的减少。进入 7 月份，我们监测的主要钢材下游行业，如机械、汽车、家电，行业景气度将进一步下滑，这些行业对钢材的采购意愿和采购数量可能会有进一步的降低。建筑钢材的下游出现了分化，基建项目的开工数量走低，但房地产行业的建筑面积有所扩大，我们认为这可能是地方政府加快了保障性住房建设带来的结果。整体上，钢铁行业的需求较弱，这从根本上决定了钢价难以发生大的上涨行情。从细分市场上看，建筑钢材的需求情况要好于板材等其他品种，相应的建筑钢材下跌幅度也会受到限制。

其次，从供给侧来看，6 月份由于销售情况不佳，钢厂厂内库存积压程度上升，供应商普遍感到压力较大。从 6 月初开始，我们已经可以观察到钢厂开始减产，其中小钢厂减产的力度较大，河北天津地区的线螺产线产能利用率已降至 79.8%，但大中型钢厂的减产力度并不明显，估计其产能利用率尚在 88% 以上。已经开始的钢厂减产进程将降低钢材价格的下行压力，但目前的减产力度相对于需求侧的收缩情况，尚显不足。预计 7 月份钢厂仍将感受到较大的销售压力，钢厂继续下调价格的可能性较大。

相对于阴跌不断的钢价来说，本轮下跌中钢铁原材料价格，特别是铁

矿石价格下跌幅度不大，目前钢铁生产成本仍然维持高位。预计 7 月份随着钢厂持续减产，铁矿石价格也将跟跌。但在铁矿石寡头垄断的市场上，预期铁矿石价格大幅下跌现实性不高。7 月份钢厂生产成本虽有所下移，但仍可以为钢价提供一定支撑作用。从这个角度上讲，只要矿价不发生大幅度下跌，钢价深幅下跌的可能性也将较小。

库存方面，高库存已经成为常态，库存的居高不下已不被市场视为钢价下跌的驱动因素。但我们认为，随着银行贴现利率的较快上行，贸易商将感受到环比增加的资金压力，降价销货的情形可能较多出现。纵然在供求形势稍有转好的形势下，绝对量处于历史高位的库存也将制约钢价的反弹高度，这也是我们预期 7 月钢价可能阴跌小涨的重要原因之一。

虽然有诸多原因支持钢价的下跌，但我们也需要看到，这些利空因素已经或者正在发生。无论是钢铁行业还是金融市场对钢材价格的预期均已较低，这些利空因素对钢价的负面影响已经部分反映在钢价里面。从目前价位下钢价发生连续的深幅下跌的概率也已大大降低。

综上，7 月份的建筑钢材价格可能走势有两种：即阴跌小涨的弱势震荡行情或者急跌之后反弹的探底回升行情，其中前者的概率较大。在这行情预期下，我们建议短线投资者可把握钢价逢高做空和超跌买入的波段性机会，中线投资者可在钢价出现连续或深幅下跌后选择在右侧建立中线多头仓位；风险偏好较低的投资者可尝试买螺、抛线的套利策略，即同时等量做多螺纹钢 1010 合约、做空线材 1010 合约。

2. 现货不景气 钢价身陷寒冬

第一财经日报发布时间：7 月 3 日

炎炎夏日，年中的钢价却如在深冬。

从 4 月中下旬以来，由于受欧债问题恶化等系统性风险影响，多数大宗商品都经历了一轮跳水过程，LME 三个月期铜价从 8043 美元/吨的年内最高下滑至最低 6037 美元/吨，CBOT 大豆价格从最高 1025 美分/蒲式耳滑落至 930 余美分/蒲式耳，纽约原油价格亦从最高 87 美元附近回撤到 74 美元。

与此相比，钢材期价除受到外围市场的系统性冲击之外，还要遭受国内现货基本面不景气的拖累。因为缺少全球范围的期货定价市场，螺纹钢等钢材的定价一直受铁矿石等原料现货价格的制约，而在国内，该商品的定价还得看各大现货市场和钢厂的“脸色”，今年二季度的钢厂调价、现货的积压和成本的下滑都令钢价雪上加霜。

钢厂调价

尽管国内上市了螺纹钢等钢材期货品种，但因为缺少卷板等钢铁现货的“风向标”品种，钢材期货并不能彻底改变国内钢厂定价的局面。上半年钢厂的“脸色”显然不太好，地产政策的密集出台和国内各大钢厂十分配合的向下调价，致使二季度钢材期现价格持续下滑。

今年 5~6 月份，国内一线钢厂钢材产品大幅补跌声势凶猛。数据显示，6 月 4 日，在连续 6 个月或上涨、或平盘出厂价后，宝钢 7 月报价今年首

次下跌，且部分品种跌幅超过 500 元/吨。6 月 6 日，武钢部分产品 7 月降 300 元/吨，鞍钢华东地区部分产品 7 月降 450 元/吨，汽车板、深冲板出厂价格更是直降 1000 元/吨。

螺纹钢期货主力合约价格也从 4 月中旬的 4695 元/吨持续下滑至如今的 3958 元/吨，截至 6 月 30 日，上海三级螺纹钢现货价格也已向下逼近 4000 元/吨的大限。分析师表示：“可以预见，几大钢厂跌价并不是本轮钢厂调价的终结，未来大型钢厂仍有继续轮动下跌的风险。”

库存积压

除了钢厂调价，国内钢材的高库存也有碍钢价走高。根据对 2010 年以来国内主要市场建筑钢材库存的跟踪，上半年国内螺纹钢库存从不足 500 万吨增至最高 750 万吨左右，线材库存从 100 余万吨猛增至最高 250 万吨。截至 6 月 20 日，上述两个在期货交易所上市的品种仍分别保有现货库存约 650 万吨和 200 万吨。

分析师强调：“6 月国内建材钢材库存较上月仅下降 0.67%，如此低的消化水平几乎到了可以忽略不计的地步，今年钢材市场的高库存已经成为常态化的存在，无疑也将牵制后期钢价的反弹高度。”

与此同时，国内的钢材供应却仍在大幅增长。据国家统计局最新统计数据，5 月份，我国粗钢产量达 5614 万吨，同比增长 20.7%，这已经是连续第三个月创月度新高；5 月份，我国生铁产量 5226 万吨，同比增长 14.3%；钢材产量 7122 万吨，同比增长 23.6%。而 1~5 月，我国粗钢产量达到 26890 万吨，同比增长 23.8%，若按 5 月份的粗钢生产速度，全年粗钢产量将达

到 6.56 亿吨。

近期的螺纹钢产量似乎有所回落，一定程度上缓解了这方面对价格的压力。新湖期货分析师翁鸣晓表示：“今年 5 月钢筋环比下降 0.43%，因部分钢厂停产检修增加，但停产力度依然未改善当前的钢材供需格局。”

资料亦显示，尽管 5 月我国粗钢产量再创历史新高，但日均环比下降了 1.95%，说明钢价回落对钢厂产能客观上已经造成了一定影响。不过分析师同时提醒：“近期检修减产仍以中小民营钢厂居多，大型钢厂检修减产情况尚不多见，说明就减产与否大钢厂之间还存在很强的博弈，未来钢铁产能回落空间将相对有限。”

成本下滑

现货市场既然弱势难改，那么成本均线也只能再度下移。钢之家统计，截至 6 月 23 日，上海地区钢坯价格为 3800 元/吨，月环比下跌 150 元/吨。唐山地区 66%品位铁矿石价格为 1160 元/吨，月环比下跌 30 元/吨，品位 63.5/63 的印度铁粉报价依然徘徊在 150 美元/吨附近，单月价格无明显变化。

“原料市场维持弱势运行，供需双方观望气氛浓重，且由于后期钢厂减产力度将继续加大，而国际废钢市场仍在弱势下行，所以国内原料价格依然存在继续走低的可能。”分析师指出。

新湖期货报告亦指出，钢材成本下降的同时，我国铁矿石进口却在持续下滑，5 月进口铁矿石 5190 万吨，月环比减少 6.19%，并且这是继 4 月环比减少 6.24% 的之后的第二个月环比下降。翁鸣晓表示：“有消息称日本已接受了‘两拓’对于三季度铁矿石季度价格提价 23% 至 147 美元/吨的方

案，但由于钢市调整，国内对于铁矿石需求有所放缓，钢厂采购并不积极，导致原料市价再度进入跌势。”

分析师亦表示：“后期钢厂减产规模进一步扩大可能是大概率事件，相关炉料价格、钢厂成本、大宗商品价格仍有继续走低的空间。”

3. 钢企再现减产潮 钢材库存居高不下

21 世纪经济报道发布时间：7 月 7 日

7 月 6 日，本记者从山东钢铁集团等公司获悉，钢铁业减产面积正在扩大。

山东钢铁集团分公司济南钢铁的一位销售人员告诉本记者，由于钢材价格持续下跌，目前已危及公司底线，公司已做好减产准备。

在钢企减产的背后，是国内钢材库存的居高不下。

本记者从华北地区的贸易商处获悉，目前，河北地区的钢材库存已经超过了库存警戒线，如果钢材价格进一步走低，库存还会增加。

分析师认为，由于价格太低，贸易商不敢抛货，导致库存高企。

但贸易商同样有苦难言。

河北一家钢材贸易公司董事长李春燕解释说，“钢厂的出厂价是按月度定价，往往有一定的滞后期。以热轧卷板为例，钢厂确定的 6 月份价格是每吨 4600 元左右，但是真正到了 6 月份，钢材市场的价格已经跌到了每吨 4200 元。虽然钢厂也会给予他们一定的价格补偿，但是公司每卖出一吨钢

材，仍然要亏损两三百元。”

上海一家钢贸公司负责人王君指出，以热卷产品为例，今年上半年的利润空间为 200 元/吨至 300 元/吨，但现在实际销售价格与钢厂出厂价都是倒挂的，最严重的时候每吨亏 500 元”。

同时，下游需求的缩减也抑制了钢企的生产热情。

首钢销售公司一位负责人表示，“就今年上半年卖得最好的汽车板来说，一线汽车品牌的需求目前变化不大，但国内汽车产品的需求则下降很明显，需求起码下降了 50%。”

机构预计，考量当前钢铁行业内忧外患、两头受压的现状，以及近期国家调控钢铁产能的政策倾向，钢厂启动新一轮减产的概率很高。

中国钢铁工业协会称，目前正在减产或有减产计划的钢厂已占大多数。

4. 钢铁市场淡季慎言抄底 原料成本接近年初水平

中国证券报发布时间：7 月 13 日

自 4 月中下旬以来，国内钢价持续调整，目前已经普遍下调超过 15%，但钢价下跌势头仍然未现遏制迹象。

据监测数据显示，截至 7 月 9 日，国内主要市场优质品二级螺纹钢 25mm 平均价位在 3882 元/吨，周环比下调 73 元/吨；6.5mm 高线平均价位在 3891

元/吨，周环比下调 65 元/吨。钢材指数收在 3700 点，周环比回落 70 点，已经重回年前价位。

从市场消费规律上讲，农历五、六、七月份是销量淡季。当前钢价下跌不止，国内钢材库存仍然高达 1600 万吨，“抄底”时机仍未到来。

原料成本接近年初水平

本轮钢厂降价始于 4 月下旬，由建筑钢材领头，卷板类钢材接力，至今已历时 3 个月，轮动下跌之势依然没有改观。

从成本方面来看，数据显示，目前现货价格和原料价格基本实现了同步回落，截至 7 月 8 日，唐山普碳钢坯价格为 3400 元/吨，基本持平于年前价位；唐山地区 66% 品位干基铁矿石价格为 1000 元/吨，进口铁矿石价格更是连续三周走低，目前品位 63.5% 印度矿外盘报价接近 128 美元/吨，已经略低于年前 130 美元/吨的价位。如果钢厂被迫减产，采购意愿减弱，矿价依然存在继续走低的动能。另外，波罗的海海运指数报在 2018 点，创下 14 个月以来新低水平。

多数原料品种都已经跌破年前低位，且下游采购情况仍不踊跃，短期仍有走低可能。业内观点认为，原材料价格的下降能够给钢铁企业居高不下的成本起到一定缓解作用，但是，随着原料价格的大幅下挫，现货市场的价格底部也发生了改变。这就意味着之前“成本支撑”因素已经消失，在当前弱势情况下，钢价有了再次向下的理由。

钢价下跌仍有空间

综合上述数据表明，原料市场和现货市场基本实现了同步回落，且目

前情况来看，由于下游采购仍不积极，成本均线仍有一定幅度的下移空间。上周市场已经表现了底部明显下移的特征，目前二级螺纹钢个别钢厂已经出现了 3580 元/吨的超低出厂价。

在成品钢下跌过程中，成本底部也不断下移，以二级螺纹钢为例，底部区间由之前的 4000 元/吨到 3800 元/吨降到现在个别钢厂已经可以报出 3580 元/吨的出厂价位。另外值得关注的是，由于卷板市场的订单压力依然深重，且铁矿石现货价格已经跌破年前价位，所以后期一线钢厂仍有补跌压力。

从需求层面而言，高温梅雨季节本就是建材市场消费淡季，加之宏观政策难出利好，市场心态偏于悲观，需求观望势态便更为浓重。

监测数据显示，作为国内最大的钢材市场上海终端采购量已经连续三周处于年内低谷水平，较去年同期回落幅度更是达到 50% 以上。下游需求的大幅萎靡应该说也是钢价难以触底企稳的根本制约所在。

7 月 11 日，国内最大的建筑钢材生产商沙钢集团出台 7 月中旬部分产品价格政策，价格再次普遍下调。其中，高线、盘螺价格下调 200 元/吨，螺纹钢价格下调 60 元/吨。

7 月 12 日，市场消息显示，鞍钢出台的 8 月价格政策，冷热板将再降 400 元/吨左右，其中 5.5mm 热轧价格为 3880 元/吨，预计本周三或周四正式出台。而宝钢与武钢的 8 月价格政策也将在本周发布。分析师表示，三大钢厂预计都会再降价。

5. 中国钢铁业在阵痛中转型

中国产经新闻发布时间 7 月 15 日

自钢铁行业登上国家产能过剩“黑名单”开始，至限制新增产能、指定淘汰指标，再到近期下调出口退税，2010 年以来的国内钢铁行业政策性“利空”似乎从未间断。但事实上，这或许是钢铁行业良性发展的开端。

6 月末，调整出口退税率的“靴子”落地，使国内钢企倍感压力。财政部下发通知称将取消热轧、中厚板、冷热窄带及型钢原有 9% 的出口退税，自 7 月 15 日起执行。

此次政策的力度之大、范围之广，令市场始料未及。分析师分析，理论上按照取消 9% 退税率和 5 个月的周期计算，我国钢企出口相关品种钢材将因此减少 4500 万美元的收益或补贴。

这也意味着，该政策一旦实施，出口钢材势必要提价才能保持原有利润，这将大大削弱我国钢材在国际市场的竞争力。而在该政策出台之前，库存高企、钢价跳水等诸多因素，已使国内钢铁业行走在一个异常艰难的境地。

为何在钢铁行业“四面楚歌”的情况下，宏观调控还如此“铁腕”？在业内人士看来，即使牺牲一定的海外出口份额，来调整钢铁产业结构，淘汰落后产能，也是值得的。因为，对于国内钢铁企业来说，产品结构调整已是迫在眉睫。

在我国钢铁工业快速发展的同时，也给行业甚至国民经济发展带来一

些问题。比如环境污染的日益严重、行业内重复性建设导致同质化竞争加剧、市场秩序混乱、国内供大于求的矛盾突出;再者与日俱增的出口增速使得国内钢铁企业近半年来饱受贸易摩擦之痛，而以热轧为主的出口品种对于本已产能过剩的国内钢铁行业来说，也并非好事。

因此，取消钢材出口退税阵痛难免，但是综合看来是“短期利空，长期利好”。中钢协常务副会长罗冰生在重钢集团调研时亦表示，在当前困难形势下，中国钢企的结构调整和产业升级已迫在眉睫，中国钢企应抓紧这一有利时机，大力发展低碳经济和加速打造绿色钢铁。

“国家通过调整钢铁产品进出口税收政策、推进钢铁企业兼并重组、促进钢铁企业技术改造等几个方面的调控，促进我国钢铁工业持续稳定健康发展。在这一过程中，钢铁企业应该积极配合国家有关钢铁工业的调控措施。” 分析师表示。

在分析师看来，此轮钢铁企业检修减产正是钢企“立足当前、着眼长远”的一种考量。“钢铁企业检修减产，短期来看，从企业用工、企业固定资产折旧分摊来说可能使一些企业遭受一定的损失。但从长期来看，有利于我国经济和钢铁工业的健康发展。”

此外，分析师认为，钢铁企业自身还要加大钢材品种的研发力度，优化企业品种结构，提高企业技术水平、管理水平，以及产品附加值和产品质量，提升企业在国内和国际市场的核心竞争力。随着期货市场规模的扩大，铁矿石和钢铁产品的金融属性也越来越强，因此钢铁企业要加大金融人才的培养和储备，为钢铁企业的运营提供资本市场操作的技术支持。

四、木业动态

1. 以塑代木 新型环保塑木建材发展快

中国木材网发布时间：7 月 1 日

3 年前，塑木作为一种新型环保材料，还鲜有人知。经过这两年的推广，从南京中山陵、夫子庙、玄武湖、黄山、台湾八里湾风景区等景区，到北京奥运会、上海世博会场馆，再到英国、美国、法国等欧美国家，都能看到塑木产品的应用愈加普遍、广泛。

何为塑木材料？

所谓塑木，是利用塑料和天然木质纤维，采用特殊工艺，如挤出、注塑、模压等加工成型的产品。

塑木的主要成分是塑料和天然纤维。与传统木材相比，塑木最大的优势就是对环境贡献大，节省木材有利于保护生态环境、不需要油漆避免对环境的污染、报废后可回收利用不产生二次污染。塑木制品有着不用刷漆，不怕水的优点，在 10 年左右的使用周期结束后，还可以回收再利用。

据了解，塑木主要用于室外园林景观和亲水景观，塑木使用年限是普通木材的 3-10 倍。

塑木材料在行业领域中的应用

2010 年上海世博会最引人瞩目的无疑是中国馆，这个形似古帽的“东

方之冠”呈正红色，与之相呼应的，是馆周围大片红木色的地板。这些地板既有木材的质感，也有木料的纹路，但事实上这些地板并不是木头制成的，而是这种名叫塑木的新型环保材料。

据了解，塑木的颜色是可以根据配方调整的，此次选用的红木色庄重大气，映衬了中国馆的风格。

在 2008 年北京奥运会期间，北京奥林匹克公园也是采购了几千吨的塑木产品，用于修建栈道和椅子。每使用一吨塑木产品，就相当于减少 6 万个废弃塑料袋的污染，相当于少砍伐 1.5 棵 30 年树龄的桉树，具有深刻的环保意义。

新型塑木材料的发展现状及前景展望

塑木产品的发展前景不仅在中国看好，在全世界都看好，我们认为这不仅仅是因为产品本身具有优良的特性，更主要的是由其资源循环的利用及对环境保护的重要意义所决定的。

北美是世界上木材资源最丰富地区之一，同时也是塑木工业发展最快的地区，因为他们珍惜天然的木材资源、重视对环境的保护。中国是一个木材资源贫乏的国家，由于树木过度砍伐绿色屏障遭到破坏，沙尘暴愈演愈烈，自然灾害频繁，因此目前政府特别重视资源的循环利用和对生态环境的保护，这就为塑木产品的发展创造了极为良好的大环境，再加上塑木产品本身的优良性能，相信塑木全面替代普通木材将成定局。

目前市场上一个平方米的塑木地板 价格在 200-300 元，比实木地板要高出一截，这是因为塑木比重比木材高得多。当然，要想在市场上尽快替

代原木，塑木首先要做到“自降身价”。塑木首先要做到“自降身价”。

2. 低碳引领行业发展 木门行业正强势发展

中国木材网发布时间：7 月 4 日

低碳为企业指明了发展方向

在当前低碳环保的风潮下，木门行业迎来了发展的新机遇和新挑战。木门 以可再生的木材为原料，是低碳环保的典型。不少木门企业顺应低碳环保的大趋势，从自身内部做起，把低碳环保的理念落实到采购、加工、铺装等各个环节，减少浪费，提高工作效率，从而降低生产成本。首先，提高木材的利用率，保护森林资源，把植树和开采，利用和节约联合起来，做到最大限度利用木材，最快速弥补木材的消耗量；其次，提高木门质量，延长使用寿命，完善售后服务，减少不必要的浪费；最后，也是最重要的，企业要重视科技研发和创新，不断提高技术水平，开发出新的绿色环保产品。企业发展低碳经济，也许需要投入大量资金进行研发，但从长远来看，回报远大于投入的。

世博会倡导“低碳”理念

我们都知道中国 2010 年上海世博会就是倡导“低碳”理念，从而使世博成为全球低碳实验室，世博园从一开始的规划设计，就十分重视节能环保，并决心打造一届绿色低碳的世博会。我们都知道全国木门行业有一家企业唯一入选“2010 上海世博会指定用门”，该木门企业就是江苏省木门行业

龙头企业——金丰木门，金丰木门并负责制造了世博上海馆的正大门，我们都知道上海馆是典型的低碳馆，以其大量运用的生态技术，为世界描绘了一个可以预见的绿色未来，传递出一种理念，那就是如何通过科学技术使人们尽享低碳环保的生活。在世博园内的上海馆正大门，中国馆、世博中心、可口可乐馆等展馆都随处可见金丰木门，金丰木门为世博会供应木门达 3800 多套。

低碳引领行业发展

面对这难得的机遇，木门企业纷纷行动，表示欲借低碳环保的东风，迅速抢占市场份额，树立起低碳、环保、科技的品牌形象，赢得消费者青睐。同时，企业要充分利用低碳环保的热潮来宣传木门行业低碳环保理念，让更多消费者了解木门，了解木门行业，提高木门在人们心中的认知度，从而提高木门在木材市场的市场份额；当木门市场不断扩大之时，企业要运用恰当的方式宣扬企业在低碳环保方面的努力及成果，提高品牌知名度和美誉度，树立起低碳环保的品牌形象，从而获取新市场的份额。

在此背景下，中国木材与木制品流通协会木门专业委员会多年前就倡导“取于自然，还于自然”的理念，连续 6 年，带领全国木门 30 强企业参加植树造林的公益活动，加强企业在生产过程中注重产品品质的提高的同时提高环保意识，并增强合法采伐木材的观念。走资源节约，科技创新之路。

3. 原材料以次充好的现象普遍 板式家具信任危机重重

搜房网发布时间：7 月 9 日

家具甲醛问题是行业公认的难题，特别是板式家具，基材普遍采用人造板和家具涂料等，如果所用的材料达不到环保要求，就很容易造成室内空气超标。对此业内人士认为，板式家具是否环保最终取决于基材的使用，然而，由于目前市场上板材选用混乱现象引起环保不达标越来越严重，以致消费者对板式家具不信任。

板式家具基材以次充好现象严重

板式家具相对于实木家具而言，价钱也便宜比较符合大众消费者的口味，但板式家具环保问题，也一直困扰着很多消费者。

在调查中发现，很多品牌均称自己的家具使用的是“露水河”板材。对于消费者来说，“露水河”板材就是环保和品质的基本保障，在选购的过程中听说采用的是吉林露水河的板子，就好比吃了定心丸。但是一旦家具进场，很多业主就会明显感觉房间里空气污染严重，这才知道自己上当受骗了。

据了解，市场上有 80% 的板式家具都称自己使用的是露水河板材，而实际上并没有那么多企业用。有很多厂家都只是拿着“露水河”的招牌，有的只有少量用的是正宗的板材。

“正因为这样的事情屡屡发生，消费者对板式家具失去信心，整个行业对板式家具都持怀疑态度，以致于真正采用吉林森工（露水河）E1 级环材的家具厂受到了牵连！”美瑞科家具 刘经理无奈地告诉编辑，“这也是为什么装修业主宁愿放弃家具工艺和细节，而选择装饰公司现场打家具的重要原因。”

封边是工艺 并非减少甲醛释放的手段

在选购板式家具 的过程中，经常能听到有关封边处理是否到位的提醒，这被很多人理解为是减少甲醛释放的一个重要手段。某知名橱柜 商曾近这样说过，“只有封边做好了，甲醛释放才会降低！”

对此，使用露水河板材的美瑞科家具 南京店刘经理表示，在选购家具的过程中，看国家认定的“绿色产品”标志，闻是否有强烈的刺激性气味，摸家具的封边是否严密，这些都是非常必要的。但他同时指出，家具封边是否规范只代表工艺质量高低，而对其有降低甲醛释放量的说法，他则表示消费者进入了误区。

消费者对板式家具环保性能不信任

新房买在康桥圣菲的高小姐最近正在忙着装修，据了解，她家几乎所有家具都是找美瑞科定制的，其中包括移门、餐桌、书柜、床等家具用品。高小姐向编辑介绍，当时之所以选择美瑞科定制家具，主要是因为定制家

具可以根据家装结构量身订做，从尺寸到颜色，根据业主要求进行制作。另外，由于美瑞科能保证采用露水河的板材，对环保有保障。事实也证明了这一点，“现在家具基本全部进场，基本就闻不到气味。”高小姐满意地说。

对此，美瑞科家具刘经理表示，像高小姐这样，全套家具都找工厂定制的消费者不多。在近期的一项调查报告中编辑发现，只有 36.4% 的参与调查的业主愿意选择板式家具，有 42.1% 参与调查的业主选择让装饰公司现场打制。

“出现这一局面的原因就在于，消费者对板式家具心怀疑虑，尤其是环保性能方面。”刘经理感叹市场亟待整治。

4. 家具企业应注意原辅料游离甲醛超标

中国木材网发布时间：7 月 11 日

日前，某家具企业送检了一批“铁胶”，检测发现游离甲醛 为每千克 0.15 克。经调查得知，“铁胶”属于环氧树脂胶，由于其黏结强度高，俗称“铁胶”。依据国标 GB18583-2001 环氧类胶水属于溶剂类胶水，甲醛限值为不得检出（即小于检出限值）。在检测结果面前，相关供应商承认了所供“铁胶”为非环保产品，同意调换产品。

家具企业 一般使用的是水性乳白胶（聚醋酸乙烯胶水），近年来，经过竹木草注册登记体系的规范检测，很少检出游离甲醛不合格的情况。但

家具企业在胶黏部分强度要求大的异型结构件时，会使用俗称“铁胶”的环氧树脂胶，它具有黏附力强、收缩率低等优良特性，通常包括 A 组分和 B 组分。

A 组分一般是环氧树脂和稀释剂的混合，B 组分一般是固化剂。“铁胶”稀释剂中可能含有苯、甲苯、二甲苯，且一定含有 VOC 类物质。有些便宜的环氧树脂胶实际上是环氧-酚醛树脂胶，胶水中含有酚醛树脂所以可能含有游离甲醛。另外也有胶水厂家将甲醛溶液当防腐剂加入产品中而导致游离甲醛超标。

对此，检验检疫部门提醒相关企业，要严格执行竹木草登记注册体系的原料检测控制要求，定期对原料进行抽样验证，对于用量少的辅料也要纳入检测监控范围。

5. 我国家具产业园群雄并起 向世界证明中国实力

中国木材网发布时间：7 月 14 日

历史表明，世界上每出现一次大的金融危机或经济危机都会给区域经济、产业结构和技术结构带来大的调整。家具业也不例外。金融危机之后，中国家具业已进入全面调整期。自 2009 年开始，我国家具产业园快速布局群雄并起，家具产业园在广东、浙江、江苏、江西、河北、湖北、四川、

辽宁、云南、陕西等地纷纷拔地而起。

广东建全球家居产业新城

2009 年 10 月 15 日，由广东省家具产业研究院牵头，九合飞一商业策划机构全程策划的“IPC 全球家居产业新城”项目在“第 106 届中国进出口商品交易会开幕式”上首次公开，向广东省政府领导及行业内代表进行汇报，这标志着“IPC 全球家居产业新城”正式进入项目审批阶段。

据了解，该项目规划占地面积 50 平方公里，其中工业园 20 平方公里、商业区 5 平方公里、居住区 10 平方公里、配套区 15 平方公里。预计进驻 250 家中大型规模家具企业，总人口数量达 30 万人，其中工业园就业人口 20 万，配套就业人口及家属 10 万，项目总规模达到国内中等城市规模。项目总投资额达 1500 亿元，建设所需资金全部由广东家具品牌联盟中品牌企业筹集解决。该项目的建设，将为入驻企业带来更低的成本，更多的客户，实现社会资源合理配置，成为企业品牌的孵化平台。

河北石家庄建浙江家具集散基地

在去年年底召开的石家庄——长三角经济合作洽谈会上，浙江家具协会会长蒋鸿源与河北省石家庄长安区家具产业园管委会的代表签署了协议，在石家庄长安区建设家具博览中心，总投资 55 亿元，总建筑面积 240 万平方米，拟引进资金 35 亿元，建设一个集会展、博览、仓储、分拣包装、配套服务等功能的北方地区最大的家具集散基地。

江苏海安建中国东部家具产业基地

集生产、销售、展示、培训、研发、服务于一体的家具产业核心基地

——“中国东部家具产业基地”于今年 1 月在江苏省海安县揭牌，来自四川、广东、上海、浙江和省内的 83 家家具企业签约落户，首批签约总额达 128 亿元。该基地位于海安经济开发区，总占地 13 平方公里，其中一期 8 平方公里，包括建设中国家具创意产业园、生活居住区、物流中心、家具材料中心、工厂区、配套商业区、家具交易博览中心七大板块。据悉，首批近 200 家入驻企业年内开工建设，物流中心、家具材料市场建设也同步启动。

湖北潜江建华中家具工业园

1 月 8 日，湖北华中家具工业园项目签约仪式在湖北省潜江市举行，这标志着华中地区最大的家具工业园项目正式落户该市。家具工业园占地总投资超过 100 亿元，将建成高标准现代化的工业园区和中国家具新聚集地，形成集家具和家具材料研发、生产、销售、工业旅游、配套服务为一体的综合性新型家具产业园区。湖北华中家具工业园有限公司力争 3 年内实现产值 50 亿元，5 年内将使华中家具工业园区成为中国家具产业的第五大板块，解决就业岗位 3 万个。

四川成都建全球家具建材 CBD

全球家具建材 CBD 项目选址在新都区“成都家具产业园”，由国内大型民营企业香江集团投资建设，总规划 250 万平方米，总投资逾百亿元。



二、门窗市场透析

1. 门窗消费观念突变消费者正步入理性消费时代

中国门窗信息网发布时间：7月1日

中国家居产业经济指数研究中心将独家发布中国时尚城市家居装修流行趋势调查的系列报告之《室内装修需求周期研究报告》（以下简称《报告》）。据相关负责人介绍，作为首轮调查周期的研究成果，本报告之后还将分阶段系列发布《中国时尚都市·室内风格认知度调查报告》、《中国时尚都市·室内风格影响因素分析报告》、《中国时尚都市·室内风格流行趋势解读》。

该系列报告是家居行业内首次依据消费者在室内装修过程中的实际需求，调研产生的专业报告，旨在为消费者和家居行业的相关企业提供可以借鉴和参考的数据和结论，使消费者和相关企业充分把握家居行业的各种流行趋势，为家居行业的发展作出贡献。

人们的生活如同整个社会的发展步伐，快节奏的基础上越来越多元化。在丰富的信息为生活带来便利的同时，也让人们在面对多种选择时，多了

茫然和困惑。由于住房装修消费是一种一次性投资较大、频率低的消费，大多数消费者对房屋装修、装饰都缺乏经验，需要专业人士的指导。

根据本次调查报告可以看出，其原因和三个因素有关：一是住房是大众消费者最大的固定资产，在住房装修、装饰方面必然倾其所能，希望尽善尽美；二是家庭装修装饰是衡量消费者品味的一种尺度；三是家庭装修装饰也是消费者生活水平和生活质量的一种展示。

通过对《报告》的分析发现，越来越多的消费者期望能够通过专业设计，优化家居装修的效果，而消费者也乐于为更富价值的设计买单。

与此同时，随着消费者收入水平和消费能力的不断提高，这些需求的不断增加并不是盲目的，它带有明确的方向性，比如：时尚、个性、环保、舒适已成为住房装修、装饰的代名词，现实生活中的具体表现从《报告》中可窥见一斑，在选择装修装饰材料的时候，消费者更加偏爱健康环保和绿色低碳的产品。

2. 门窗下乡成时尚 市场需求激发企业信心

中国门窗信息网发布时间：7月5日

门窗下乡的发展，新的增长点使行业看到，农村市场必将成为未来门窗企业发展的重要标的和方向，也使协会和企业意识到农村市场对门窗产品的强烈需求，并对未来工作的开展充满信心。

门窗市场的发展是很重要的，市场的开拓也是必然的，为推动结构调

整和产业升级，引导消费扩大内需，加大农村建设，门窗下乡成为一种新时尚。广阔的农村市场不仅给受到金融危机波及的行业带来新的机会，对普及新型材料常识、掌握其属性、正确使用方法起到非凡作用，新型材料其节能、经济、环保、实惠的特性所带来的社会效益更是无法估量。

门窗下乡已成为一种时尚，门窗下乡为农民提供一些高品质的门窗产品，做好门窗产品的售后服务是关键，提升门窗企业的形象也是重点，然而门窗品牌在农村的扎根也很关键，在市场突围也是如此。

3. 楼市面临最严调控 门窗工程市场寒流来袭

中国门窗信息网发布时间：7月11日

随着房地产市场宏观调控“组合拳”的频出，近期，一线城市的房屋成交量有全面下挫表现，且成交量萎缩的情况正在向二线城市蔓延。新政的作用初步显现。许多人在观望，在等待。楼市新政的出台在房地产市场引起了不小的波动，作为房地产下游的门窗市场波及面较广，销量受到不同程度影响。湖南、江西等地门窗市场呈现了“冷七月”的现象。

下半年的楼市看似扑朔迷离，而有关调控政策储备的预期不减，中央政府对房产调控力度也将持续加大，在此背景下，工程市场的前景不容乐观。

今年对于门窗行业上游房地产而言，或许很多人没有想到，国家对新一轮楼市的调控政策会如此严厉。4月14日，温家宝总理主持召开国

务院常务会议，研究部署遏制部分城市房价过快上涨的政策措施，紧接着，又发布了《国务院关于坚决遏制部分城市房价过快上涨的通知》，以强化打击投资投机购房，遏制房价上涨。中央政府祭出了世界房地产史上罕见、中国房地产史上最严厉的调控政策。

影响

市场提前遇冷 业绩同比下降 15% 到 25%

自国家出台一系列抑制房价上涨过快的政策后，全国各大城市都相继出现了楼市成交量惨淡的局面，观望声音响彻整个房地产市场。7月5日，据中国指数研究院发布报告显示，今年上半年，重点城市住宅成交面积同比普遍下跌。其中，一线城市跌幅接近 50%，杭州、深圳、南京等二线城市的跌幅甚至超过 50%。至于成交均价方面，在调控政策影响下，这些城市成交均价放缓了上涨步伐，新政的作用初步显现。

表现一 零售商业绩下降

地产与门窗可谓情同父子。一荣俱荣，一损俱损。当房地产市场开始吹起萧瑟的秋风，而与之息息相关的门窗行业也面临着寒流的来袭。据本报调查，江西、山东等产区的门窗行业普遍提前进入了“销售淡季”，这与产量的大幅增加固然有关，但与住宅成交量的下降也关联颇大。记者日前从杭州、南昌、昆明、贵阳、天津等地终端市场了解到，很多零售商上半年的销售业绩同比去年下降了 50%，甚至更多。

“销量下降了这么多，主要是受新政出台的影响，房子不好卖，装修的人不多，买门窗产品的人自然也减少了”，一位门窗品牌经销商感叹到，

“往年的装修旺季集中在 3 到 5 月份，今年 5 月初装修的消费者就很少了，这比往年的淡季来得要早。”楼市新政对消费信心打击挺大，预计整个门窗行业上半年业绩同比下降 15% 到 25% 左右。这主要是因为新政压抑了刚性需求的释放，而二手房因为涉及到物业税的问题，装修也少了。

表现二 工程渠道影响较大

零售市场变现不是很明显，工程方面受新政影响较大，几乎所接触的开发商都在延缓项目的建设，也影响给我们下单，大家都在观望。尽管市场还处于增长期，但受上游房地产市场的影响，市场需求量在减少。

4. 经适用房建材成“赔本买卖” 中小品牌占优势

中国门窗信息网发布时间：7 月 14 日

为了加大廉租住房建设力度，今年以来，中央财政和地方财政都加大了投资力度。按照“出手要快、出拳要重、措施要准、工作要实”的精神，高达 9000 亿元的住房保障投资计划快速启动，计划建设 400 多万套经济适用房和 200 多万套廉租房，从而拉开“公屋时代”的大幕。

影响

政府采取限价销售 中小品牌占较大优势

业内人士表示，由政策性住房引发的需求空间巨大，对于门窗企业来说，这无疑是一个不能错过的良机。不过，为保障低收入家庭和困难家庭的承受能力，经济适用房面积多以 90 平方米的小户型为主，价格都由政府

核定，只允许开发商获取一定的合理利润。以重庆为例，重庆市政规定经济适用房由开发商出资建设，利润不得高于 3%。

目前，国内一线城市经济适用房价格普遍为 4000-5000 元/平方米，整套房屋最低价格在 25 万元左右。因考虑到成本控制的问题，开发商普遍与中小门窗企业合作，一些质优价廉的中低档产品占有绝对优势。

据一位从事经济适用房开发的采购经理介绍，“建设经济适用房利润空间很小，高档产品价格太高了，实在买不起，我们一般采用中档门窗产品”。而一位门窗知名品牌相关负责人也向记者抱怨道：“跟经济适用房的开发商合作价格抠得太死，简直是赔本的买卖！”看来，建设经济适用房只有中小门窗品牌才能分到这杯羹了。

5. 普及精装房 门窗企业店面销售式微拓展

中国门窗信息网发布时间：7 月 15 日

随着相关政策出台实施，精装房受到越来越多购房者的青睐。在参加网络调查的 5239 位消费者当中，有 67.74% 的人表示愿意购买精装房，他们认为交房时就可以住，省时省力。这无疑对厨卫销售市场提出了“变”的问题。6 月全国建材家居景气指数(BHI)年内首次出现回落,也在一定程度上印证了房地产市场对建材行业的冲击。

精装房普及无疑让以分销和零售为主要经营形态的门窗市场受到影响，以终端门店销售为主的形式渐渐式微。而此前与之并驾齐驱的工程销

售渠道后来居上并将成为主导。并且随着装修产业化水平的提高，开发商对装饰建材产品品质和企业品牌越来越重视，这也就促使企业不得不加快品牌化建设，至少是在工程市场树立良好的品牌公信力。同时，开发商的专业性和采购合作的持续性，也要求厨卫供应厂商提供更专业完善的全程服务，从前期的个性化设计定制，到施工过程中出现的问题及时给出相应的对策，以满足业主们的需求。

面对这样的市场变化，一些中小型装修建材企业的市场份额必然不断减少甚至被吞并，除了努力将自己的品牌做强之外，建材的销售就应该及时做调整，采取与开发商联合的集约销售为主、零售为辅的模式才是正确的选择。

三、政策解读

1. 低碳促塑料门窗玻璃向节能与安全发展

中国建材网发布时间：7 月 7 日

门窗是整个建筑围护结构中隔热、保温、隔音、安全最薄弱的环节。门窗热损失大致有三个途径：

1. 门窗框扇与玻璃热传导；
2. 门窗框扇之间、扇与玻璃之间、框与墙体之间的空气渗透热交换；

3. 窗玻璃的热辐射。

据有关资料表明：通过门窗的能量损失约占建筑的 50%，其中通过玻璃的能量损失约占门窗的 75%。在一定条件下，玻璃的热辐射与传导是导致室内能量损失的主导性因素。

由于塑料传热性能是铝材的 1/1250，单玻塑窗传热系数为 4.3~4.6W/M2K，等同于双玻铝窗的传热效果，说明窗框扇材料在窗户传热中的作用是不可低估的，但框扇材料占整窗传热面积的比例毕竟较小。单玻塑窗传热系数也仅仅达到现阶段我国南方一些地区建筑节能门窗性能指标。距离北京市实现节能 65% 政策，门窗传热系数 2.8W/M2K 指标以及不同采暖地区 4.0~2.0W/M2K 指标差距更大。因此随着国家建筑节能工作的持续发展，采用节能玻璃，有效提高门窗玻璃的热功性能将成为门窗节能的主攻目标。

近几年可供选择的玻璃品种日益增多，已由过去传统的采光、挡风、遮雨、围护职能发展为现代的隔热、保温、安全、防噪音、装饰等多种复合职能。用于节能的玻璃主要有吸热玻璃、镀膜玻璃、双层(或三层)玻璃、中空玻璃、真空玻璃等。镀膜玻璃又分为反辐射玻璃、低辐射膜玻璃与多功能镀膜玻璃。

玻璃属于非金属材料，虽然其传热系数仅有 0.8~1.0W/M·K，由于玻璃一般厚度为 3~8mm，自身的热阻非常小，对于占窗户约 65~75% 的面积而言，传热量仍然十分可观。玻璃节能主要反映在保温与隔热两个方面：保温即通过降低玻璃热传导与对流的特性，控制室内热能向室外的流失。

如采用中空玻璃、真空玻璃等;隔热即通过提高玻璃对太阳能热辐射的遮蔽特性,控制室外热能向室内的传导。如采用吸热、热反射、低辐射玻璃等。现将以上玻璃性能予以简要介绍:

- 1、双层(或三层)玻璃
- 2、中空玻璃是由两层(或三层)玻璃发展而来
- 3、吸热玻璃
- 4、热反射玻璃
- 5、低辐射玻璃与多功能镀膜玻璃

低辐射玻璃(ILE)与多功能镀膜玻璃(IMF)又称保温玻璃,具有最大的日光透射率和最小的反射系数。可让 80%的可见光进入室被物体所吸收,又能将 90%以上的室内物体所辐射的长波保留在室内,大大提高了能量利用率。同时能有选择的传递太阳能量,把大部分的热辐射能传递进室内,在采暖建筑中可起到保温与节能的作用。IMF 玻璃与 ILE 玻璃相比,在热传导控制方面原理相同,但在减少热能进入方面更优越。另外低辐射玻璃和多功能玻璃对不同频谱的太阳光透过具有选择性,能虑掉紫外线,避免室内家具、图片、艺术品等因紫外线照射而褪色,还能吸收部分可见光,起到防炫光的作用。

另外,还有一种镀膜玻璃在夏季可以起阻止太阳辐射及室外热辐射的作用,冬季主要起阻挡室内热辐射的作用,在具有低辐射玻璃性能基础上兼顾热反射玻璃性能,在保留原有低辐射膜层的前提下,通过改变其它膜层的厚度适当降低太阳光(特别是近红外线)的透过率,提高太阳光(特别是

近红外线)的反射与吸收,辐射率低、遮阳系数小。

以上节能玻璃各有其热工优势,也各有缺点。使用时一定要依据各地区的地理、气候特征、建筑朝向、层次和经济消费水平,因地制宜地进行优化选择。比如建筑高层或阳光辐射比较充沛的建筑朝向与部位宜选用吸热玻璃,以充分发挥玻璃的隔热功能,又对室内光线不会造成太大影响;严寒与寒冷气候地区,宜选用低辐射玻璃与多功能镀膜玻璃,以充分发挥玻璃保温功能,降低室内采暖负荷;在冬暖夏热地区,宜选用反辐射玻璃,以充分发挥玻璃的隔热功能优势,降低夏季室内的空调负荷。如在建筑低层或阳光辐射不到的建筑朝向与部位采用吸热玻璃,不但隔热效果不明显,反而影响了室内光线,增加照明费用;严寒与寒冷气候地区选用反辐射玻璃,则不能有效利用太阳能,还会增加采暖费用;在冬暖夏热地区,选用低辐射玻璃与多功能镀膜玻璃,则会造成室内温度升高,致使空调费用增加。同时镀膜玻璃虽然有一定节能效果,却是以中空玻璃的形式存在的。吸热玻璃或反辐射玻璃与低辐射玻璃组合成中空玻璃是一种最佳匹配。太阳辐射被吸热玻璃吸收后变成热能,其辐射击变成长波辐射,长波辐射被低辐射玻璃反射隔绝而不能进入室内。在我国南方炎热地区,在中空玻璃的外层玻璃镀热反射膜,内层玻璃镀低辐射膜,不仅可以辐射在玻璃上的太阳辐射热反射出去,而且中空玻璃传热玻璃传热能力明显减弱,对改善室内热环境,降低空调负荷有十分显著的作用。

应该说明:以上节能玻璃比普通单片玻璃价格贵许多。其中中空玻璃每平方米约增加 40~80 元,真空玻璃每平方米约增加 200~400 元,中空镀

膜玻璃每平米约增加 100~300 元(因膜的品种、性能与厚度不同,而有所不同)。但采用节能玻璃的节能效果十分显著,性价比较高。选用时应充分考虑长期使用而得到的节能经济效果,切不可因价格因素,顾此失彼。各种不同结构玻璃的节能效果也有差异。近几年,随着建筑向多层、高层建筑发展和建筑规范化管理的加强,玻璃的安全性能已开始受到国家的高度重视。2003 年国家发展和改革委员会、建设部、国家质量监督检验检疫总局、国家工商行政管理总局联合印发了《建筑安全玻璃管理规定》的通知。明确指出:建筑物需要以玻璃作为建筑材料的 11 个部位必须使用安全玻璃。其中包括 7 层及 7 层以上建筑物的外开窗,面积大于 1.5 平米的窗玻璃或玻璃底边离最终装修面小于 500mm 的落地窗等。

安全玻璃主要指符合现行国家标准的钢化玻璃、夹层玻璃及由钢化玻璃或夹层玻璃组合加工的其他玻璃制品,如安全中空玻璃等。单片半钢化玻璃(热增强玻璃)、单片中丝玻璃不属于安全玻璃范畴。通知从安全玻璃的生产、检验、使用及建筑设计、管理、施工、监理、验收等环节提出一系列具体规范要求与措施。

由以上论述可见:随着建筑节能政策力度的加大,建筑规范化管理标准与玻璃行业科技水平提高,节能玻璃、安全玻璃以及环保玻璃必将在未来的建筑中大放异彩,发挥愈来愈大的功效。

2. 门窗行业用技术与系统化“改变”增长方式

九正建材网发布时间:7 月 12 日

就了解的情况分析,全行业 2005 年生产销售塑料门窗 1.6-1.7 亿平米,消耗各类型材约在 130 万吨以上,这是在过去连续三年保持在年产 1.5 亿平米门窗,消耗型材 120 万吨的水平上,再一次有了新的增长。市场占有率突破了 30%,超过了《国家化学建材产业'十五'计划和 2010 年发展规划纲要》中提了的'到 2005 年,塑料门窗在全国的建筑门窗市场占有率达到 25%以上'的发展要求。

外贸上,全行业向国外出口的门窗、型材、组装设备、模具都有了大幅度增长,有的企业出口量甚至有数倍增长。出口的产品已遍及五大洲,并进入欧美主流市场。新产品开发也有了重大进展,针对我国严寒地区和沿海多雨高风压地区的门窗的初步设计方案,经过初审,获得了行业内和当地的使用部门专家的好评。双色共挤、覆膜、氟碳涂装的型材和门窗的应用量大幅度跃升。许多企业开发的围栏、装饰型材等硬 PVC 制品的产量也有大幅增加。

塑料门市场占有率进一步加大

2005 年,一批企业特别是型材企业普遍转亏为盈,一些前两年面临关停的企业重新恢复了生产。一些区域性的知名企业增强了竞争能力,发挥出区域优势,牢牢占领了本地市场。大中城市的门窗生产出现了集中化的趋势,建起了更多装备先进的大规模门窗企业。

‘建设节能省地型建筑’的方针和‘建筑节能’产业技术政策导向，为中国塑料门窗行业发展创造了良好的环境，建筑节能市场为塑料门窗企业提供了巨大商机，对企业的产品升级和提高产品技术等，也有较大的促进作用。

这种背景下，行业秩序维护与建立和谐行业，更需要加大力度。在 2004 年协调型材生产企业销售价格的基础上，2005 年召开了四次有关企业的产品议价会议。在这样的活动中，使企业有了了解其它企业对市场的看法，销售想法和价格范围的机会。通过讨论，也使参加会议的骨干企业的认识取得最大一致，共同维护市场秩序。每次会后，委员会及时将会议纪要向行业和有关单位广泛印发。一些省市自治区协会很重视并予以转发。这项工作在一定程度上消除了企业间的一些隔阂，使骨干企业在某些问题上认识取得一致，能采取相对协调的销售行为，而且在用户中间也产生了影响取得较好效果，型材价格在全年没有大的波动，特别是在 2005 年底没有象往年那样出现型材价格大幅下滑的情况，型材厂普遍转亏为盈，型材厂之间的紧张关系也得到一定缓解。

目前，行业需要推进门窗技术的提高与发展，组织开发新产品、推动设计技术的系统化，以促进产品升级换代，转变行业增长方式。在建设部下达的科研开发任务中，在重点完成了‘严寒地区塑料门窗成套技术开发’和‘沿海地区塑料门窗成套技术开发’两个项目的调研任务后，目前已成立了项目设计专家服务组。在有关省市建设行政主管部门、协会的支持下，组织科研、设计、开发、监理等单位 and 行业内专家，综合了各方面要求，编写了两个项目的设计指导书，明确提出了开发的目标和思路、技术路线和

具体工作要求后，随即组织项目各参加单位进行研究设计。

在 2006 年 1 月和 2 月，分别邀请了各方面专家对两个项目的设计方案进行了审查，大部分方案得到好评。此目的是通过对这两个典型气候区的有针对性、有组织的开发，培育企业在产品开发时的系统设计能力。即在设计时能充分考虑适用区域的气候特点和建筑类型、性能要求、使用习惯、加工工艺、安装构造等对产品的要求。在提高典型地区门窗关键的性能时，对立面，型材断面、节点构造和加工工艺、五金件、玻璃结构，安装方式等进行全面设计的系统开发能力，以形成完整的产品技术支撑体系，充分满足当地需求，并以此带动相近类型地区和其它地区的产品提升技术性能，最终形成满足不同地区不同建筑要求的塑料门窗产品体系，从而促进改变行业产品结构，转变行业增长方式，扩大应用领域。

3. 浅析：我国节能型门窗幕墙的发展前景预测

中国建材网发布时间：7 月 14 日

事实上，北京、南京、上海、广州等城市，已经有多个采用节能幕墙的建筑得到消费者关注。权威资料显示，我国目前处于建设鼎盛期，每年建成房屋面积近 20 亿平方米，超过所有发达国家年建成建筑面积总和。但不可忽视的是，97% 以上是高耗能建筑。如果以此推算，预计到 2020 年，全国高耗能建筑面积将达 700 亿平方米。因此，如果现在不注重建筑节能设计，将直接加剧我国能源危机。目前在我国 400 多亿平方米既有建筑中，

90%以上属于高耗能建筑。而在高能耗建筑中，门窗能耗就占了近一半。正如业内人士分析，建筑节能的关键是门窗节能。因此，采用新型节能门窗幕墙，并对现有建筑门窗幕墙进行节能改造，是我国能源形势的客观要求，也是市场发展的必然趋势。

为推动全社会节能，缓解能源约束的矛盾和环境压力，国家发改委发布了《节能中长期专项规划》。这是改革开放以来，我国制定的第一个节能中长期规划。

今年以来，受国家出台的建筑节能政策影响，节能环保型门窗和幕墙的使用比例正在逐步提高。2008年北京奥运提出的“绿色奥运”、“科技奥运”、“人文奥运”三大理念，让奥运工程成为名副其实的高标准绿色工程。在建筑节能政策的推动下，铝合金节能门窗、玻璃钢节能门窗、铝塑复合节能门窗等一大批新型环保节能产品不断涌现、新品迭出。据不完全统计，目前各地建筑节能型门窗的市场占有率提高较快，已占到整个门窗市场的50%。因此，大力发展节能门窗幕墙，其经济效益和社会效益，都极为可观。

4. 门窗下乡挤压原有三线品牌市场生存空间

慧聪网发布时间：7月15日

今年中央1号文件明确提出，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，鼓励有条件的地方通过多种形式支持农

民依法依规建设自用住房。最近中国建筑材料联合会向工信部提出了《扩大建材下乡政策及实施建议（初稿）》，江西省也已提交了申请首批试点地区的相关建议，尽管建材联合会的《实施建议（初稿）》还没有全面向社会公开，实施的政策与措施也尚未正式出台，《实施建议（初稿）》方案的部分内容已经披露出来，凡农民新建住房，根据不同的建房性质，补贴比例为13%~20%，“建材下乡”政策一旦启动，将使全国1500-2000万户、约6000-8000万农民受益。该政策实施时限暂定为3年。

据初步测算，我国农村居民每年用于建房和房屋维修消费近5000亿元。通过财政补贴等政策，如能激发并拉动农民建房在原有基础上净增长10%-15%，则每年可增加国内消费至少500-600亿元。

门窗企业一线品牌下乡挤压三线市场

毫无疑问“建材下乡”整个政策是一个利好性政策、有利于拉动建材需求，拉动建筑门窗需求。

建材下乡包含水泥、玻璃、门窗、石膏板等多种建材产品，这其中我们不妨初步估计建筑门窗产品在农民建房过程中占15%，按“建材下乡”每年推动增加消费600亿元计，则推动增加建筑门窗消费90亿元，全国1735个县（市、自治旗）、48000多个乡（镇），平均来讲，每个县每年约增加500万元、每个乡镇约增加20万元建筑门窗消费，从局部乡镇来看，“建材下乡”对门窗行业来讲并不是一个很大的蛋糕。整体来讲，按目前建筑门窗每年的销售来看，“建材下乡”每年带动更多的建筑门窗产品销售，可以推动建筑门窗销售的增长。

四、综合新闻

1. 如何规避外贸风险 五金企业有策略

生意社发布时间：7月2日

近段时间，受今年欧元区债务危机影响，美元兑欧元比率不断升值，人民币兑美元也“被升值”超过 10%，在突破 6.8 关口后创出 5 年来新高。而随着人民币的“高价”波动，跨境贸易结算试点和汇率改革新政等措施也相继出台，对此，嘉兴服装、箱包、五金等不少外贸出口型企业使出“百般武艺”规避出单风险，在降低损失的同时最大限度稳定利润空间。

贴牌加工转战品牌内销

采访中，不少服装加工企业表示，起初跟外商签订合同时的汇率是 6.85，当时的货款是 100 万美元，这样企业按照当时的汇率可以拿到 685 万元。但等到交货时，人民币汇率变成了 6.8，如此一来，企业实际能够拿到的货款就变成了 680 万元，汇率的变动让企业凭空损失了 5 万元。

浙江依爱夫纺织有限公司董事长汪维佳告诉笔者，虽然今年大小订单不用愁，但自公司对外加工贴牌生产游戏装以来，特别是今年以来，出口到美国的服装一直被美元牵着鼻子走。在外贸加工利润空间不稳的状态下，依爱夫从今年开始逐步增加自主品牌“伊佳林”的产销量。“加大内销既可

以规避风险又可以实行品牌经营，一举两得。”汪维佳说，公司计划下半年在嘉兴、绍兴、苏州等地继续开设品牌店，力争到年底使内销产值占到总产值的 30%。货币互换协议锁定汇率

“外贸企业利润率一般都较低，汇率的波动经常会带来较大损失。”位于新埭镇的几家箱包企业老总表示，欧元大跌、人民币持续升值都是围绕美元在转，企业选择用美元贷款就较稳妥，通过美元贷款签订一个与人民币长期互换的协议，从而规避汇率风险，锁定交易成本，提高企业抗风险能力和盈利能力。

中国银行平湖支行专业人士也提醒企业主，近日人民币汇率将进行新的机制改革，届时会重新设立美元兑人民币的互换协议，过去一年人民币汇率紧盯美元的做法可能会随之改变，这对美元持币企业来说存在一定风险，一旦人民币兑美元单边上涨，他们手里的美元将面临贬值。

跨境贸易人民币结算也可行

人民币升值就用人民币结算，这对于出口风浪中的企业来说未尝不是一个规避风险的好选择。位于嘉兴当湖街道的平湖芳发五金有限公司是一家小企业，生产的螺帽、螺丝等五金制品全部出口。由于生产周期相对较长，从签订合同到付款之间汇率往往会有较大变动。公司总经理李根发告诉笔者，西亚、南美等地区的一些小国家客户同意用人民币结算，这样就保证了该公司对外贸易利润的相对稳定。

采访中，嘉兴多家服装、箱包、五金等行业的出口型企业负责人也纷纷表示，人民币结算也可行。对此，市外经贸局外经科科长钱良华认为，

外贸企业对人民币结算的需求肯定会很大，在当前受后金融危机影响的形势下，开展跨境贸易人民币结算，能降低交易成本、保持对外贸易稳定增长，但很大程度上还是要看在贸易中洽谈和协调的结果。

2. 我国门窗企业急需打造自身品牌

生意社发布时间：7 月 6 日

在门窗行业中，中国品牌在国际上的影响力尚待提高，代加工、贴牌成了中国门窗产品的主流发展模式。近几年，国内企业也开始和国际品牌同场竞技。虽然门窗知名国际品牌在改革开放之初就进入了国内市场，在消费者心目中留下了较深的印象，但中国门窗行业从无到有、由弱到强，其中一直不乏好企业和好品牌，更不缺好技术和好产品，最缺的是好的行业运作规则，太多的“潜规则”和无规则侵蚀着市场，一些短视、缺乏商业道德的企业将市场的水搅浑了。

我们的产品和国外的产品没有多大的差距，为什么人家的价格是我们的好几倍，进口的产品一件最低是 30~50 美元，而我们出口一件产品平均才 10 美元左右。”如何改变这一现状？专家建议，门窗行业应该进行合理的结构调整和建立良性的经营规则。

受国际金融危机影响，行业受到 2010 年国内外市场环境将依旧严峻，作为门窗行业的领军企业应进一步坚定信心，化危机为契机，变挑战为机遇。金融危机在某种意义上来说也是民族门窗品牌重塑话语权的重要契机。

随着一批低附加值、依靠贴牌加工的低端门窗企业在市场中被淘汰出局，一批优秀的行业中坚力量会进一步展现自身的品牌和市场影响力。市场低迷不可怕，可怕的是我们大家没有信心。

门窗企业要注意这些关键，打造自己的品牌，突破自我的发展。早日摆脱“廉价”形象。

3. 中国五金业积极实施行业标准化

生意社发布时间：7 月 7 日

标准化是任何一个行业发展的首要规范，同时标准化也为任何一个行业的发展打下了坚实的基础。

近日，笔者从全国工具五金标准化中心了解到，为了推进五金产品的标准化生产，全国工具五金标准化中心目前正在对已有的一些五金产品国家标准和行业标准进行修改申报，同时根据企业需求，针对以前没有的五金产品的国家标准化和行业标准化的制定进行申报。

全国工具五金标准化中心是由国家标准化管理委员会确认的中国工具五金标准化技术归口单位，是全国五金制品标准化技术委员会工具五金分技术委员会的秘书处，全国工具五金标准化中心成立于 1982 年，二十余年来与中国工具五金行业的技术人员一起制修订了中国工具五金行业的百余项国家标准和 200 余项次行业标准，为中国工具五金行业的技术进步与规范发展作出了应有的贡献。目前为止颁布的工具五金国家标准、行业标

准均不同程度地等同采用、修改采用、非等效采用了国际标准与国外先进标准，涵盖了中国工具五金行业现有的绝大多数大类产品。

4. 未来经销商的发展趋势

生意社发布时间：7 月 9 日

在中国特定的历史、地理环境下，经销商在中国有着特定的存在价值，经销商在商业流通中所起的作用是不可替代的。未来的经销商发展趋势有以下 6 个特点：

专业性将增强，很多经销商代理不同行业品牌产品的现象将会大大减少。

经销商群体进一步分化——有实力的经销商将会承担起市场推广、渠道运作以及售后服务的功能，从而成为超级经销商；另一部分经销商将会成为厂家指定的专业资金平台和物流承包商；其他没有资金和网络的经销商将不可避免地面临退市的命运。

经销商与厂家的对等地位将会逐步达成。现在存在着一种非常不合理的现象——厂家与经销商之间的合作协议是单方面由厂家拟定的，经销商直接签字盖章的“不平等协议”；在国外，厂商之间的经销合同更多的是基于双方真正的地位平等、友好协商。

以区域性经销商为主，目前由于连锁业态的发展，不少经销商跨区域经营。由于区域消费的差异和复杂的物流现状，未来的经销商将以区域性

经营为多数。

经销商成为渠道和品牌的服务商。由于资金平台的逐步淡化，经销商的概念和职能将会被逐步的淡化，日渐突出的是它作为分销渠道、厂家及消费者三者的服务桥梁。

拥有品牌的经销商将会在与厂家的合作中享受更多的资源，而没有品牌的经销商将会错失更多的发展机遇，并且两者之间的差距将会不断加大。

经销商群体将会发生极大程度的分化，品牌战略对于经销商而言，确实产生明显的分水岭，强势与弱势、先进与落后在这里泾渭分明！

5. 我国门窗消费市场迎来全民参与时代

生意社发布时间：7 月 13 日

首先，中国出口的黄金岁月很可能成为历史，必然导致中国低附加值、劳动密集型企业面临危机和转型，同时也是中国消费者勒紧腰带过日子的时代的来临；其次，由于国内门窗市场的竞争格局正在发生变化，危机之下，原来占据高端市场的品牌，现在也开始向中低端进军。在这样背景下，2010 年门窗消费群体将出现哪些新的趋势呢？

第一，消费者进入全面参与时代。今天的消费者不管消不消费企业的产品也要评头论足，消费者不再处于被动的位置，他们希望能随时与企业对话，并且不相信权威，更相信直觉和口碑，这预示着产销合一的时代已经到来。

第二，新的健康消费崛起。受到三聚氰胺、H1N1 等的影响，消费者对于健康的关注度急剧提高，对于绿色、环保概念的门窗产品较为偏爱，门窗企业树立健康环保的品牌形象将会给产品带来更多的市场机会。

第三，平民化的精致生活的趋势出现。对于现阶段的门窗消费者而言，不一定要买高端门窗品牌产品装饰家才能现显示自己的精致生活，而是稍微努力就可以得到自己想要的精致生活空间，比如一个装修得漂亮与舒适的家，只要你有创意，一切皆有可能。因为现在大家都知道，其实对于所谓的名牌与不名牌，就是广告打得多而已，产品品质都差不多。因此中国出现一个新的平民化的门窗消费市场，即通过门窗产品可以满足中等收入但是追求时尚的消费者心理，同时又符合他们的购买能力的市场。门窗高端品牌将在高低两端展开竞争，为满足“全民精致”的大潮，高端门窗品牌必须调整相应的市场策略，推出满足下一阶梯消费市场的产品。

第四，女性消费势力的崛起。有关资料显示，在美国，女性掌控着 80% 左右的消费支出，这占了全国 GDP 的 2/3。据我国第三次人口普查来统计，女性占我国总人口的 48.7%，其中消费能力较强、对消费影响较大的 20-50 岁中青年女性，约占人口总数的 21%。同时有调查显示，在家庭消费行为中，女性往往充当家庭的“首席采购官”角色。尤其是在家居建材等消费品等环节中，是由妻子担当主角的。

第五，消费者更加追求新感官主义与品牌体验。如今，走进品牌的体验店，参与企业的体验式活动成为消费者了解门窗的重要举措，同时，卖场终端的体验型设计对于品牌的意义也越来越突出。

第六，消费者进入全民娱乐时代，娱乐形态的高度多元化。中国人的娱乐形态越来越多元化，自娱自乐无疆界、看人娱乐也 happy 成为典型的娱乐特征，创建门窗消费的娱乐平台将消费者带入娱乐活动中成为门窗企业新的营销策略。

面对未来的消费者趋势的变化，门窗企业面对中国市场可能的三条路径，第一是关注中国正在不断崛起的城市新富市场，据悉中国城市新富家庭预计将突破 2100 万；第二是从现有的一二三线市场的消费群体中寻找产品升级换代的机会，比如二手房市场的翻新升级消费；第三是向下走，县域和农村将是下一个亿万级的消费市场。



我们的信息服务平台将为您提供最新最快最全面的门窗行业资讯，
让您实时掌握最新最优质的资源，伴您的企业迈入辉煌的明天！

南京门窗产业集群基地

招商专员 孙先生 联系电话：13337738382

财富热线：025-57544455

网址：www.njth131.com