

浅析中国石材的内销道路

□ 谢晓为

摘要: 我国是世界石材出产大国和出口大国, 石材也是作为多年位居全国建材单一产品创汇最多的行业。2010年是我国石材工业应对后金融危机关键的一年, 更是石材工业调整结构、转变发展方式重要的一年。石材行业可持续发展的关键在于巩固国际传统市场、开拓新兴市场的基础上, 立足内需, 耕耘好国内市场, 这就必须全面考察中国石材的内需总量、结构以及消费趋向。

关键词: 中国石材; 内销; 需求; 趋向

中国石材业是一个年轻的行业。它依附于国内高速发展的经济和建筑业, 以及国外持续增长的房地产业, 在短短二三十年间取得巨大的成功。无论从规模、从业人数、产值等方面中国均当之无愧地成为了第一石材大国。2008年金融海啸席卷全球, 对于以“外向型”为主的中国石材行业来说, 其所赖以高速发展的基础发生了根本性变化, 国内外市场萎缩、汇率波动、国际贸易保护主义抬头、原料价格波动、退税政策调整、国内人工成本上升、土地价格居高不下……石材行业大面积感受“寒潮”来临。金融海啸的暴发打乱了石材业自身的发展轨迹, 削弱了石材企业的经营能力, 但也带来了行业洗牌、转型的机遇。不少企业看到国内市场大有可为, 实行“出口转内销”的路线, 借内需“春天”完成转型。

一、国内石材内需情况

(一) 充足的内需保证建材行业的持续增长

2001—2008年, 我国房地产开发企业施工房屋面积年均增长率为20.02%, 2008年施工房屋面积已达283266.2万平方米。此外, 据国家住房和城乡建设部统计, 2001年—2008年, 我国城镇人均住宅建设面积年增长率为2.7%—9.6%之间, 农村人均住宅建设面积年增长率为2.4%—6.5%之间。^[1]建筑业的迅猛增长为包括水泥、陶瓷、石材等在内的建材行业带来佳音, 持续的需求保证建材行业的发展, 但也埋下产能过剩的隐患。

(二) 金融危机下内需作用凸显

金融危机给世界经济带来巨大冲击, 美、日欧发达国家率先受创, 其需求萎缩影响中国等出口大国的贸易。2006年我国出口贸易年增长率为19.26%, 2008年仅为6.9%。2009年全国出口总额12017亿美元, 下降16%。^[2]外需急剧下降, 而国内存在产能过剩的状况, 中央果断出台扩内需、保增长的“四万亿救市”一揽子计划, 并多次下调存款准备金率、贷款基准利率来缓冲危机影响, 以内需补外需缺口。

在如此国内外经济局势下, 拓展国内市场, 做好内销工作成为石材行业人士的共识。据MM(意大利卡拉拉国际大理石机械展览会组委会)的国际石材工业生产和贸易报告显示2008年—2009年, 中国石材产成品出口吨数分别为18999320吨、18394240吨, 降幅为3.18%。中国泉州南安市的石材、陶瓷行业在2009年实现产值15623014千元, 相对于08年可比价增幅为17.1%, 其中出口3177081千元, 同期可比价跌幅达到23.9%, 同时产销率从08年的97.1%提升到98.7%。^[3]面对金融危机, 石材出口急剧缩水, 行业产值、产销率不降反升, 表明我国石材产品大量被国

内市场吸收消化。

(三) 国内石材市场不平衡性缓解

我国东、西部地区的石材行业将呈现出协同增长的格局。西部大开发战略以及灾后重建的推进, 必将拉动西部石材需求。其中, 西部的城市宾馆、机场等商业配套设施的建设, 都将对石材构成强力需求。特别是地震之后, 西部地区基础设施建设需求更加旺盛, 西南三省未来对石材原料的消耗量将占全国石材消费总量的25%以上。2009年初, 占据成都石材70%以上福建石材商家已开始进入灾区, 投入到灾后重建当。同年, 我国城乡居民收入稳定增长, 西部地区农村居民人均纯收入增长率为8.8%, 增长最快。人均收入上升促使人们对居住、生活质量要求提高, 石材作为一种偏中高端的应用建材将得到更大规模的应用。十年开发中, 前所未有的基础设施投入, 大大改变了西部地区闭塞落后的面貌, 有利于哈密、鄯善、鄯县等石材生产基地的建设发展, 同时为东部沿海发达的石材行业进军西部扫清障碍。

石材市场的热点将由大城市转向二、三线城市甚至农村地带。2010年年初, “建材下乡”正式写入中央“一号文件”, 业内人士预测“建材下乡”所带动的原材料和建筑装饰材料的消费产值可能会超过1000亿元。从石材行业出发, 建筑石材约占室内装饰份额的10%左右, 照此比例估算, “建材下乡”给石材产业带来的经济产值将高达100亿元左右。众石材巨头已做好二三线城市的上级部署, 加速渠道下沉, 逐步将产品渗透入二三线甚至四线市场。随着销售渠道下移, 这些高端品牌的中低档产品将会热销, 价格成为重要考量因素, 但品牌、质量、服务仍饱受关注。

(四) 国内石材市场前景广阔

2009年全年全社会固定资产投资224846亿元, 比上年增长30.1%, 增速比上年加快4.6个百分点。其中全年房地产开发投资36232亿元, 增长16.1%。预计后经济危机时期, 国内建材需求将继续保持良好态势。2009年, 我国石材产量占世界总产量的25%—30%, 石材作为建材的一个年轻而重要子行业将有更大发展空间。

二、国内石材需求的发展趋向

(一) 家庭装修恋上石材

1. 普通家装市场异军突起

从瓷砖到木料, 家庭装修的风格一直随材料的更新而变化。如今, 家庭装修又更多地参考工程装修的选材, 其中最明显的变化就是石材运用的增加。多数消费者无力支付高档建材, 但仍然追求时尚、精致生活。因此中国出现一个新的平民化的石材消费市场, 即通过石材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。石材高端品牌应该重新进行市场细分与定位, 在规模化、多样化的条件下推出满足下一阶梯消费市场的产品。

2. 高档优质石材走俏市场

高档石材满足了占据石材主要应用的工程建设以及家庭精装修的要求。据中国不动产研究中心(CRRC)统计, 2009年8月, 北京市别墅销售套数为797套, 比7月份大幅上涨9.03%;成交

人民币升值前提下外贸企业的机遇和挑战

□ 吴晓炜

摘要: 人民币持续升值, 已对外贸企业经营产生较大影响。人民币升值不仅给我国的外贸企业带来挑战, 同时也带来了机遇。本文通过分析人民币升值对外贸企业的影响, 为外贸企业如何应对人民币升值的挑战, 抓住机遇, 全面提高发展自己, 以提升外贸企业在国际市场的核心竞争力提出了应对策略。

关键词: 人民币升值; 外贸企业; 机遇; 挑战; 对策

人民币汇率制度改革以来, 人民币的升值步伐越来越快, 我国外汇储备的迅猛增长, 使得通货膨胀压力上升, 人民币升值预期增加。近年来, 我国外汇储备急剧增长, 截至 2009 年底我国的外汇储备余额接近 GDP 的 50%, 已然成为全球最大的外汇储备国。人民币的升值对我国外贸企业无疑有着比较大的影响, 既有机遇又有挑战。2009 年伴随着全球经济的复苏和人民币升值的预期上升, 我国的外贸企业应尽早发现自身的不足并加以改进, 提升自己

在出口贸易中的竞争力, 本文拟就人民币升值对外贸企业带来的机遇和挑战进行探讨, 并提出相关对策。

一、人民币升值为我国外贸企业带来的机遇

在开放的经济条件下, 人民币升值会对我国的外贸企业产生一定的积极影响: 如人民币升值会使外贸企业降低进口成本, 加快进口贸易的发展。尤其是外贸企业中进口导向型企业受益最多, 人民币升值会使他们进口商品相对便宜, 促使企业购买国外先进生产设备, 有利于企业内部的升级改造并增强核心竞争力; 人民币升值有利于加快外贸企业的技术创新, 促进产业结构升级等。人民币升值为我国外贸企业带来的机遇具体可表现在以下几方面:

1. 人民币升值有利于外贸企业进口成本的降低。人民币升值使我国进口商品的成本和进口环节支付的相关费用降低, 从而使得进口商品的价格发生相同幅度的下降。外贸企业可以人民币升值为契机, 加大技术改造投入力度, 增加技术设备和重

要原材料的进口, 提升产品结构, 缓解国内资源瓶颈制约, 这对我国经济建设非常有利。

2. 人民币升值有利于促进外贸企业产品结构的升级。长期以来, 我国实施人民币贬值促进出口的政策, 这样虽然能促进出口, 但也容易造成企业对产品结构优化的忽视, 使一些低效率的企业得以生存, 造成企业在提高产品质量和进行产品创新上的动力不足。而人民币升值将逐步淘汰一些技术落后产品出口, 可以最有效率地把那些技术含量与附加值低的、管理不善的企业挤出去。因此, 人民币升值将促使我国外贸企业加快出口产品结构的调整, 进行产品更新换代, 促使外贸企业大力发展知识密集型和技术密集型产业, 提高产品技术含量和附加值, 提高非价格竞争的能力。

3. 人民币升值有利于外贸企业加快转变经营机制, 增强自主创新能力, 提高国际竞争力。人民币升值会带来更大的竞争压力, 在竞争压力的迫使下, 外贸企业会

面积为 27.82 万平方米, 比 7 月份上涨 8.93%, 成交总金额达 57.74 亿元, 环比大幅上升 40%。别墅产品旺盛的市场需求带动了相关建材的用量, 其中高档石材的需求尤为明显。石制装饰窗、石桌、石凳、石刻壁画、石门柱, 都成了房里屋外的精彩点缀。数据显示, 2007 年, 万科新开工的商品房中有 70% 是精装修, 2011 年这一比例将达到 90%, 建设部也明确出台政策支持这一发展方向。此次精装房的推出, 无疑扩大了精装成品石材的需求, 使得设计内涵、荒料质量以及加工、施工工艺的重要性凸显, 要求石材加工企业在选材、加工、施工等各方面加强与设计师的交流对接, 从而提高石材产品附加值。

(二) 低碳环保、综合利用是时代发展的新要求

今年上半年, 单位 GDP 能耗不降反升, 同比上升 0.09%。今年是“十一五”规划的最后一年, 其中单位 GDP 能耗是一个重要约束性指标。如果要完成减排 20% 的任务, 今年下半年, 我国单位 GDP 能耗需要降低 5.2% 左右。石材开采及加工业万元增加值综合能耗仅为 0.3 吨标准煤, 在所有的建筑材料里面是最低的。此外, 石材加工企业可以实现循环用水, 降低水污染。加工产生的石粉、废渣、边角料经过处理还能用于制作加气混凝土砌块、蒸压砖、烧结砖、人造石、马赛克工艺品、复合板等“节能、利废、环保、艺术”产品。今年, 消费者的消费意识发生转变, 理

性、节约、健康已成为时下低碳一族的消费宗旨。因而, 现代家居以舒适、个性、健康、节能为特点, 呼应以上特点的人造石、复合板、马赛克工艺品已然获得巨大成功。如何进一步减少石材开采、加工过程中的污染, 如何继续提高石材利用率, 这些都是石材行业现在蕴藏的低碳商机。

总之, 中国石材仍存在较大的发展空间。未来几年, 国内的旺盛需求为我国石材提供支持、动力。市场需求呈现家装化、环保化等发展趋势。石材企业应关注宏观调控政策, 洞察国内、外市场的变化, 及时调整生产, 保证企业、行业的可持续发展。

参考文献:

- [1] 周成钢. 我国房地产开发的项目管理 [J]. 企业经济, 2009 (2): 15.
- [2] 韩永奇. 2009 年对外贸易: 有机遇有挑战 [N]. 上海证券报, 2009-11-27.
- [3] 李勇. 怎样用意大利工艺护理石材 [N]. 中国建材网, 2010-1-23. 具体参见 <http://news.jc001.cn/list/kyld-46569searchKey=MM®ionCity=all&classId=001001003&x=13&y=6>.

(作者单位: 厦门大学经济学院)