

行业篇

新年特辑

中国阀门市场现状分析

《流程工业》杂志编辑部

凡是液体和气体输送管道中,控制流量大小的各种阀门是不可或缺的。对于蓬勃发展的中国市场来说,事实更是如此。专家估计,目前中国阀门市场的年需求总量不少于100亿元,这样巨大的市场需求对于任何一家供应商来说,都意味着更丰厚的利润与更残酷的竞争。今天很残酷,明天更残酷,但后天很美好。中国阀门市场的前景依然值得我们乐观。

销售额来自何处?

据统计,2006年世界排位前10名的阀门供应商销售总额为75亿美元。排位前11名至20名的阀门生产企业总销售额为35亿美元。从这些数字中可以看出:排位在前20名的阀门企业总销售额占全体供应商销售额的25%左右,平均每家企业的销售额约为5.5亿美元。排位在前21名至30名的阀门企业销售额为15亿美元,平均每家企业的销售额为1.50亿美元。排位在前31名至40名的阀门销售额为8亿美元,平均每家的销售额为8000万美元。

另据统计,排位在前50名的企业平均销售额为2.70亿美元,而其余24950家公司的平均销售额仅仅只有100多万美元。由此可见,阀门行业的利润非常分散,阀门产品的一些零散销售由众多小公司分享。

产品销往何方?

石化——在70多亿美元的销售总额中,大部分阀门产品被销往石油和天然气应用领域。这一行业正在经历着一场实质性的大变革。液化天然气行业的迅速崛起为这些公司带来了极大的发展机

遇,它们能够满足液化天然气行业对高压和高温阀门的大量需求。像焦油砂一类的特种石油资源的开发,也为粗放的阀门设计创造了市场机遇。

环保——环境保护也将成为阀门供货商扩大发展的一个新领域。此外,地下水的补充、海水的淡化、饮用水的常规处理等都是处于不断发展中的应用领域。用于清洁电厂和其他工业源排污的洗涤系统,对阀门销售的需求量正以两位数的百分比速度增长。

其他——在电力行业,中国将为其新建的发电厂采购更多的阀门,其数量将超过世界其他各国的总和。在重工业领域,中国也是工业阀门的最大用户。但在医药生物工程领域方面,中国的阀门采购能力未被列入世界前五名的位置。

金字塔形的阀门市场

纵观中国阀门市场,应该能够将其微缩成为一个金字塔结构。占据塔尖的国际知名产品,以其质精、价高、量小垄断着高端用户;金字塔的中部为外商独资、合资企业所有,相对应的用户企业通常是对阀门要求质量上乘、价格适中的中高端用户;而大多数内资企业还徘徊于塔底,以拼数量、拼价格的方式争夺着低端用户。

随着中国用户的采购行为日趋理性化,品牌与质量越来越成为用户的首要关注要素,独资、合资企业的产品也因此得到更多青睐。与此同时,独资、合资企业又不断通过技术改良来提高质量、降低成本,继而蚕食国际产品盘踞的高端市场。

由于进入门槛太低,准入机制又不健全,十几年间,中国市场上雨后春笋般地衍生出3000多家阀门制造企业。这当中,年销售收入达500万元的不足

500家,年销售收入过亿元的企业仅有十几家。按照国际通行的市场标准,一个规范、成熟的市场,行业内20%的企业应拥有80%的市场份额,其前3名须具有控制市场份额50%以上的实力,而中国阀门业前10名企业的市场份额只占据国内市场的8%~9%。真正意义上的行业巨头还远未出现,而这也不可避免地导致了中国阀门市场的地域性分割和无序竞争。没有整齐有序的市场结构,金字塔终将失去平衡。

行业整合——寻找失去的平衡

加强联合重组——目前我国阀门生产企业起点低、规模小、科研开发能力弱,无法在市场上产生震撼力,与同行业国际知名企业并驾齐驱就更加困难。要尽快改变这种现状,除了企业自身苦练内功外,最有效的方法就是通过企业间的联合、兼并、重组来实现企业的资本扩张,从而进一步扩大市场占有率。这种做法在当今国际经济领域比较流行,也将是今后一个时期的发展方向。

调整产品结构——国产阀门大都属于低附加值、劳动密集型产品,高端产品依然依赖于进口。技术创新刻不容缓,阀门行业可以同高等院校、科研机构合作,或者采取与国外合作或技术引进的方式,调整产品结构,大力研发技术含量高、劳动附加值高、具有国际领先水平的阀门产品。

扩大产品出口——据统计,目前我们阀门行业生产能力严重过剩,约有40%的生产能力放空,面对如此巨大的生产能力过剩,最有效的方法就是推行多元化销售战略,大力开拓国际市场。 ■



反馈编码

A080126