

越南上演中国陶瓷化工企业争夺战

越南,东盟国家,海岸线长,地理位置优越,拥有9000多万人口,年度总GDP产值却仅为佛山市的1.5倍。作为越南支柱产业之一,陶瓷产业的发展深受关注。经过多年的发展与提升,越南陶瓷产业形成了自身的特色。

受制于当地陶瓷生产资源与生产工艺,越南陶瓷产品80%为釉面砖,20%为瓷质砖、抛光砖。同时,越南陶瓷产品以出口为主,其产品价格具有很大的竞争优势,加之在东协十国范围内,越南陶瓷产品出口零关税。

除此之外,因越南产品升级与产能扩张,且得地利之便,中国陶瓷上游设备与化工企业将出口目标瞄准越南。尤其是,越南陶瓷产品80%为釉面砖,对瓷砖表面装饰原料需求量大,其中包括熔块、色釉料与墨水等。然而,这些产品在越南当地极少企业供应。在60%依靠进口的背景下,中国陶瓷化工企业谁能在越南占据高地?

▶ 越南陶瓷产能逐年增长

近几年,越南陶瓷产业发展迅猛。截止目前,越南约有100家陶瓷生产企业,其中涵盖了釉面砖、瓷质砖、抛光砖与卫生洁具生产企业。越南属于东盟国家,海岸线长,在100家的陶瓷企业当中,60%的分布在广义上的北方地区,20%在南部地区,20%在中部及交界地区。

受访者告诉记者,越南南部约20家陶瓷企业的管理相对规范,生产水平较高,当中以头顿为典型。据悉,头顿有相当一部分陶瓷企业早期由台商投资建设,有点类似于中国华东地区的陶瓷企业,企业与产品的档次较高。而60%分布在北方地区的陶瓷企业多为越南本土企业,瓷砖产品档次较低。

约5-8年前,越南陶瓷企业主要从意大利、西班牙进口陶瓷生产线,彼时每条生产线日产量约为3000-4000平方米。而且,当时生产的瓷砖产品以釉面墙地砖为主,尤其是瓷片与200×200mm、300×300mm等小规格的地砖,占越南陶瓷总产能的80-90%,仅有10-20%是瓷质砖、抛光砖。

2010年后,越南当地经济不断发展,陶瓷企业也迎来了一个发展期。至此,越南陶瓷企业兴建了一批新的生产线。

“新建生产线的日产量已经提升至12000-15000平方米/条,比原来翻了几番,而且瓷质砖、抛光砖的比例有所增加,占总产能的20%。”越南陶瓷协会驻

中国办事处主任王鸿泽说道。他进一步提及,当地瓷砖产品的规格也从早期的400×400mm、500×500mm加大至600×600mm与800×800mm。

发展至近几年,得益于越南外部政局稳定、内部瓷砖需求增加,越南陶瓷产量也随之增加。据有关数据显示,2015年产量就达4.4亿平方米,在东南亚占据领先地位。

截至今日,越南陶瓷企业也在兴建日产能20000平方米的生产线。当然,也有小部分日产能为20000平方米的生产线已经建成,并在正常运作当中。目前,喷墨印花设备已不是新奇的事物,600×600mm与800×800mm也成了常规产品。

▶ 80%的釉面砖,20%的瓷质砖

“越南陶瓷产品经历了四次升级,首先从吸水率极高的红砖向200×200mm、300×300mm小规格釉面砖转变,当时也有生产斑点瓷质砖;而约2000年前后,越南当地陶瓷企业开始生产抛光砖,随后并应用二次釉面生产工艺升级其产品;直至2014年,越南陶瓷企业开始生产抛釉砖。”佛山市奥斯博陶瓷技术有限公司总经理黄国强

告诉记者。他进一步提及,主要是市场消费需求驱动越南陶瓷产品不断升级。

截至目前,釉面砖占越南陶瓷总产能的80-90%,瓷质砖、抛光砖仅占10-20%。

“越南陶瓷产品结构受制于当地的生产资源。”佛山市子陶陶瓷技术有限公司总经理邱子良介绍到,越南陶瓷可生产抛光砖的原料极少,最为关键的是没有优质

的高岭土与长石。众所周知,抛光砖是白坯,而越南的原料适合生产红坯的产品,而红坯却更适合做二次烧的瓷片。

黄国强补充到,越南陶瓷企业多数生产釉面砖与当地气候有莫大的关系。当地气温高,釉面砖散热快,非常符合当地消费者的消费诉求。“他们通常光着脚丫踩在釉面砖上,感觉非常舒适”。

▶ 瓷砖以出口为主,辐射东协十国

近些年,尽管越南陶瓷产能进一步提升,然而其绝大部分并非为满足越南国内瓷砖消费需求而增加,其多数以出口为主。越南属于东盟国家,海岸线长,地理位置优越。

据介绍,越南瓷砖产品主要辐射周边东南亚市场,尤其是东协十国(文莱、印度尼西亚、马来西亚、新加坡、菲律宾、泰国、柬埔寨、寮国、缅甸、越南)。越南陶瓷产品价格比中国更具竞争优势,加之在东协十国范围内,越南陶瓷产品出口是零关税的。

而且,除了印度尼西亚、菲律宾与泰国陶瓷产业外,其他东协国家主要依靠瓷砖进口。这为越南陶瓷出口创造了有利的出口环境。

更为重要的是,越南工业发展基础薄弱。在国际贸易上,越南可以享受到其他国家的贸易优惠政策。

但是,越南陶瓷产品质量却难以赶上中国生产的。

究其原因,越南当地长石、高岭土、泥土等原料都是从原矿挖出来初步加工的。更为关键的是,当地多为“鸡窝矿”,意思是矿的质量不好,而且量也少,仅能挖3-5天,一般优质的矿可以挖3-5年,因此,越南陶瓷厂多是几个矿的原料混在一起生产,造成产品质量非常不稳定。

据介绍,越南当地陶瓷企业瓷砖生产的优等率总在80%左右徘徊,而极少数优质陶瓷企业产品优等率一般在90%以上,

甚至可以达到95%,其中包括越南著名的VIGLACERA集团。在中国陶瓷行业,生产优等率仅为80%的企业容易陷入亏本经营状况,一般都要达到90%以上。

除了受制于生产原料,当地陶瓷企业生产水平与工艺也影响了产品的优等率。

此外,值得一提的是,在以出口为主的国内形势下,越南的瓷砖进口数量自然不多。2016年,越南从中国进口瓷砖的单价下降较为明显。2016年,中国无釉砖出口越南的金额为41,188,230美元,所占比例2.33%,同比下降91.18%;而中国釉面砖出口至越南金额为215,160,930美元,所占比例为5.72%,下降了62.7%。

▶ 得地利之便,越南成中国陶瓷上游企业主战场

自2015年以来,中国陶瓷产能严重过剩,产品同质化严重,市场消费趋于饱和,陶瓷企业上新线的意愿不强烈。因此,中国陶瓷设备企业纷纷将目光瞄准海外市场。得地利之便,中国陶瓷设备企业率先进入越南市场。

越南,可以说是中国陶瓷设备与化工料出口的主战场之一。有些中国陶瓷上游企业在当地设有驻点办事处,有些安排业务员频繁出差。

但是,受世界经济发展形势疲软以及越南国内陶瓷产品产量暴增的影响,越南国内瓷砖的销售从2015年下半年开始,出现滞销与库存大增的现象。因此,近几年,新建生产线的势头不及预期。

近两年,越南新建生产线每年在20条左右,其中窑炉长达200-250余米的窑炉三

年仅有五条左右。

尽管如此,目前运行的所有生产线都是依靠进口。近些年,基本是从中国进口。越南的陶瓷生产技术相对落后,尤其是自动化控制、节能、环保技术方面,中国陶瓷生产的技术与上游陶瓷设备的价格非常适合越南企业。

与此同时,越南陶瓷厂生产所用熔块、色釉料、解胶剂等化工料绝大多数从中国进口,少量从西班牙等国进口。“越南陶瓷企业所有化工料,当中60%从中国进口,而约40%在当地生产。”邱子良介绍到,在越南顺化当地,即将有一家熔块厂建成。这主要因为当地生产熔块所需的石英砂资源丰富。

受访者一致认为,跟越南陶瓷企业做生意,性价比是最重要的考虑因素。但是许多中国进口化工料在当地市场会出现水土

不服,需要根据当地生产环境进行调整,尤其是熔块、解胶剂等化工料产品。

因此,当地陶瓷企业也会邀请中国一些专家及资深陶瓷人做顾问。

但是,越南当地陶瓷生产所需原料除了从中国进口与当地生产外,还有一些从西班牙、意大利等国进口。“以墨水为例,即便中国墨水出口至越南具有地理与性价比的优势,但是仍需一个接受过程。”某销售人员表示。他分析到,原因在于越南当地陶瓷企业主要选用欧洲品牌的喷墨机,他们的喷墨机供应商会阻止陶瓷企业使用中国进口墨水。

目前,越南陶瓷厂墨水月需求量为200吨左右,但是越南当地并没有墨水生产企业,当前主要进口欧洲品牌墨水,其中以福祿墨水的市场占有率居多。

▶ 不断提升研发能力,追赶国际水平

未来几年,越南陶瓷企业将逐渐淘汰老旧生产线,并改善产品花色。与此同时,陶瓷企业将会加强企业管理,也逐步向精细化管理转变,增加企业自身的竞争力。具体表现为,生产流程规范化;成立质检部,把控产品的质量等。

值得一提的是,越南当地先后成立陶瓷学院、研究院与组建检验检疫中心……为的是增强产品研发能力。而且,当地陶瓷企业非常关注国际瓷砖流行趋势,并以此作为追赶目标,不断提升产品研发水平。

“这趋势告诉中国陶瓷设备商、化工料

供应商,再去开拓越南陶瓷市场,必须带去更好性价比的产品以及更细致周到的服务,尤其是技术指导与服务。”王鸿泽认为,因为在越南市场的竞争将会越来越激烈。

(本报记者 陶鑫)



图片说明(从上至下):

① 近几年,越南新建了小部分日产量约为20000平方米的生产线,其中有些在正常生产中。

② 中国陶瓷设备企业协助越南当地陶瓷企业对设备进行技改。

③ 釉面砖占越南陶瓷总产能的80%,其中多以木纹、大理石等纹理为主。