

综 述

# 我国人造板工业发展问题的思考

吴盛富

(芬兰劳特公司北京代表处, 北京 100027)

**摘要:** 我国人造板工业经过几十年的发展已经形成一定规模, 成为世界人造板生产大国, 但在发展过程中存在一些不可忽视的问题。本文列举了行业政策、原料供应、产品质量和生产技术等问题, 并作初步分析与同行切磋。

**关键词:** 人造板; 人工林; 合理利用

**中图分类号:** TS653 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-8654(2004)02-0008-04

## Manufacturing and Marketing Problems Associated with China's Wood-based panel Industry Development

WU Sheng-fu

(Beijing Representative Office of Raute Finland Co., Beijing 100027, China)

**Abstract:** After several decades of development, the Chinese wood-based panel industry has reached a high level of quality and production. But, simultaneous to this development have come problems. Problems plaguing the wood-based panel industry that are addressed in this paper concern trade policy, material supply, product quality and processing techniques. The author appeals to the managers and manufacturers to pay attention to these problems and work toward resolving them.

**Key words:** Wood-based panels; Plantation; Reasonable utilization

### 1 中国人造板工业概况

我国人造板工业经过数十年的发展, 2002 年产量达到 2 930 万  $\text{m}^3$ , 从业人员约 1 000 多万人。人造板企业中胶合板企业的数量最多, 包括作坊式的单板和胶合板小企业, 总数已超过 15 000 家; 刨花板企业仍然 300 多家; 中纤板前几年发展迅猛, 企业数猛增至近 400 家; 硬质纤维板生产企业大约只有几十家; 定向刨花板企业原有 7 家, 至今已全部关、停、并、转; 单板层积材企业大多是在胶合板企业基础上改造而成, 目前非结构材生产企业已达到 30 多家; 地板生产企业仍有近 5 000 家, 实木地板生产企业在不断减少, 多层实木复合地板的生产企业迅速扩大; 竹胶板及竹地板企业有 300 多家, 并有数千家竹篾生产农户

为竹胶板企业配套。

近几年来, 我国也涌现出一批大型人造板企业, 但各板种发展水平不齐。大型的中纤板和地板企业素质和生产自动化程度相对较高, 单板和胶合板企业的综合素质较差, 生产自动化程度很低, 大部分仍然停留在作坊式手工生产水平。

市场竞争日趋激烈, 大企业如定位准确, 规模效益好, 品牌意识强, 发展前景较好; 小企业原料消耗高、多数产品质量低劣, 假冒伪劣产品冲击市场。但也有一些中小厂可生产出优质产品和新品种, 满足市场需求和弥补市场空缺, 产品出口到日本、欧、美等发达国家。所以, 从市场经济环境下的个性化需求看, 中小型企业也能发挥其灵活多变的特长, 起到调节市场的作用。

### 2 人造板行业发展中存在的几个问题

收稿日期: 2003-07-10

作者简介: 吴盛富(1962—), 男, 芬兰劳特公司北京代表处首席代表, 高级工程师。

万方数据

## 2.1 行业政策和行业管理问题

行业政策是根据行业发展的实践结合国情总结而来。从计划经济过渡到市场经济,行业管理和行业政策未能做到及时衔接,致使一些地方政府单纯从地方利益出发,积极扶植、迅速发展地方小企业并形成一定的生产和市场规模,造成全行业竞争机制失衡。如今国家恢复行业管理办公室,要理顺行业管理,但恐非朝夕之举。

行业管理应采用市场引导辅助以行业疏导替代行政管理,强化服务意识,行业协会接替部分管理职能,发挥协会的协调效用。管理的最终目的是管住行业而不应管住企业,给企业创建合理的、平等的市场竞争机制,促进人造板行业有序发展。

## 2.2 信息市场化及信息疏导

信息原本就是商品,有其价值和使用价值。由于信息引导和管理不到位,加上传统观念的影响,信息无法共享,拥有的信息往往被时效性所抛弃。

发挥信息价值的关键是建立信息市场机制,“咨询”是信息和技术市场化的一个行业。信息提供企业对自我素质定位和发展定位,但目前企业、行业管理部门和行业协会对信息的预测预报认识不足,或预测预报工作迟缓。

针对我国人造板行业信息化落后、企业素质差的特点,需借助行业管理和信息疏导,才能促进行业的有序发展。

## 2.3 项目管理和行业建设

项目建设应当先于产品市场的发展,即所谓项目的前瞻性,也是风险性。而项目前瞻性是在市场预测的基础上得出的。目前我国只有列入国家投资的项目才有项目管理可言,地方和企业自主上的项目,除业主的自主管理外,不存在更高层次的行业项目管理问题。随着国家投资的逐步减少,原有的项目管理和认证也弱化了,事实上我国现有的项目认证和管理只是服务于官方的需要,而很少服务于项目本身。

企业自主上项目常常是由企业家自主的结论代替项目的认证,其主要原因在于:一是企业家对以往走过场的认证方式有抵触;二是企业家的自负忽视了认证的科学性。但从总体上看,民营企业的项目认证工作相对比国营企业更到位。建立健全认证制度,提高中介机构的权威性是做好项目管理的关键。行业管理如不把项目认证和项目管理纳入其信息疏导工作范围,结果将越管越空、越管越少。

## 2.4 人造板在建筑领域的应用

我国人造板应用领域狭窄,家具和内装修占据了绝大部分市场份额。而在发达国家,人造板在建筑业的应用占市场份额的  $2/3$ 。我国人造板在建筑业的应用迟迟不能拓展的原因有三:一是应用研究严重滞后;二是由于体制上条块分割,信息不能及时沟通,建材产品标准和林产品标准难以统一;三是我国大部分人造板企业综合实力相对较差,无力自行开拓建材市场,同时也造成人造板新产品开发步履艰难。

利好的国家新政策,如年底取消黏土砖的生产、楼房屋顶平改坡,以及木结构设计规范和木结构房屋施工验收规范等标准的出台,将给人造板的发展带来一定空间,也给人造板产品质量上台阶提供利好的机会。企业应抓住时机,积极拓宽在建材市场的份额。我国人造板行业是否能够实现新一轮跨越式发展,笔者认为关键在于拓展人造板在建筑领域的应用。

## 2.5 人造板企业的寿命问题

企业通常都有一定的生命周期,人造板属于基础原材料工业,其企业寿命在正常情况下比其它流通企业可长数倍。市场经济国家的人造板企业或企业集团的寿命均很长,不少企业自该产品发明伊始就一直生产至今,而我国人造板企业与国外同类企业相比其寿命要短得多。建国以后第一代国营人造板企业结束于市场经济初期,第二代合资企业发展也已经完成使命,如今,第三代企业则以民营企业为主体。究其原因有以下几个方面:

一是国内企业建设者对项目定位缺乏前瞻性,人云亦云,缺乏长远发展眼光,只看到眼前利益,看不到将来的利润增长点;二是在计划经济向市场经济过渡、市场相对混乱时,有人用较少的投入获得丰厚的利润,但其基础薄弱,在激烈的市场竞争中被淘汰;三是企业家们缺乏市场驾驭能力。

企业的生存在很大程度上将取决于企业家的素质和企业体制的建设。我国人造板企业数量庞大,特别是胶合板和中纤板的企业要想常盛不衰,必须健全企业机制,吸纳人才,知己知彼,面向市场竞争在竞争中得以生存和发展。

## 3 人造板原料问题

人造板企业之间的竞争,目前很大程度上是原料的竞争。自 2003 年运费猛增以后,作为低附加值的人造板行业,企业定位又增添了一层涵义。

### 3.1 人工林木材的合理利用

中国人工林发展速度已走在世界前列,速生杨

木、松木、桉树、相思树等正成为人造板工业的重要原材料。对人工林木材的合理利用将是人造板行业今后发展的方向。速生人工林木材径小质次,怎样提高其合理利用率、提高产品的附加值是当前人造板行业的重要课题所在。在原材料加工利用环节,市场起了关键性的调节作用,林农或业主首先要考虑最高的土地产出和最大的经济利益,因而必然按照原材料价位决定生产纤维用材或单板用材或其它实木制品用材。提高人工林原材料的合理利用程度是我国林业资源管理之本。

### 3.2 人造板企业原料林基地的建设

人造板行业属资源依赖型,人造板企业原料林基地的建设问题已提出多年。在我国重点地区,以速生丰产用材林为主的林业产业基地建设工程启动的同时,也提出了由部门办林向社会办林转变,并出台了相应的优惠政策,为人造板企业办林创造了良好的政策环境。部分具有前瞻性的大型人造板企业已经开始建立企业自己的原料林基地。在木材进口困难之时,有原料林基地的企业就显示出其优异的发展势头,击垮部分中小企业,一跃成为行业的龙头企业和企业集团。不仅如此,稳定的原料供应和稳定的原料质量也有利于改进生产工艺,提高产品质量。人造板企业原料林基地建设反映了企业家的远见卓识,是企业生存和发展的要求。

在计划经济向市场经济过渡时期,不少外资和民营资本纷纷靠近销区投资建厂,这些企业不需要计划和审批,周期短、见效快,发展势头迅猛,在短期内形成一定规模的产业基地。这些无资源依托的人造板企业现在已陆续开始建设自己的原料林基地。事实表明,人造板产业的发展,反过来也带动或促进了原料林基地的建设和人工林的健康发展。

## 4 人造板产品的质量问題

我国人造板产品质量差、合格率低是一个较为普遍的问题。分析和探讨造成产品质量差的原因十分必要。

### 4.1 注重产量而不注重质量

“质量是企业的生命”作为口号已挂在墙上、写在黑板上,在一定条件下起到了促进和提高产品质量的作用。但产品质量检查的总体结果很不理想,究其根源还是企业质量意识不强。

我国经济快速发展,市场容量迅速膨胀,从城镇逐步扩大到农村,不同地区、不同用户对质量的认识和要求参差不齐,不同质量的产品可以各得其所,一

时间甚至低等级产品的销售好于高质量产品。一些人造板企业的业主们只看到眼前的利益,忽视企业生存和长远发展的规划,致力于降低成本、扩大产量而忽略产品质量。

由于低档人造板产品的大量出现,高端产品付出很大代价也难以树立其市场形象。更有见利忘义者模仿、冒充名优产品,牟取暴利,扰乱市场秩序。总体看,市场对人造板产品质量的要求不断提高,品种要求也不断增加,但大部分企业对这些变化应对乏术。

因我国人造板企业的技术装备总体相对落后,能跟上市场发展步伐的就算是强者,至于市场开拓更加困难。

### 4.2 高质量产品的生产以及效益问题

随着经济的发展和人们生活水平的提高,产品质量已经受到市场的重视,高质量的人造板产品已经广泛应用于一些高端领域,高档人造板产品的进口正说明我国市场的接受能力。以高档胶合板和高密度纤维板产品尤为突出,进口的是国内目前无法生产或产量不足的高档产品,价格昂贵,出口的是低档产品,价格相对便宜。2002年我国出口胶合板平均价格 239.47 美元/ $\text{m}^3$ ,而进口胶合板平均价格 697 美元/ $\text{m}^3$ 。

国内一些有条件的企业也在努力提高人造板的档次,部分产品已经替代了一定数量的进口产品,但大部分高档产品仍然被进口产品所垄断。其原因:一是国内大部分人造板企业没有充分意识到国内高档产品的市场和接受能力;二是因技术装备限制,无法生产出高质量的产品;三是国内配套的辅助行业还不能满足生产高档产品需要;四是企业的管理水平和员工的素质还不能满足生产中更高层次的要求。尽管有潜在的人造板应用领域,若没有良好的产品质量,也无法开拓新市场。

企业需要以质量求生存,以品牌求发展。如果企业没有自己的品牌,不能树立自己的市场信誉和市场形象,扩大产量只能给企业带来短期效益,但不能使企业长期发展。企业能否生产出高质量产品是企业能否取得高额利润的关键,因为只有高质量产品才能保持其市场的前沿,具有取得更多利润的机会。企业参与市场竞争犹如逆水行舟,不进则退。忽视产品质量、只抱住薄利多销的生产企业,到头来薄利也将难保。

### 4.3 高质量产品和资源消耗

在有限的资源条件下,生产高档耐久的人造板产品是人造板资源管理之本。劣质产品耐久性差,单位时间内原材料消耗大,对资源造成极大的浪费。如产

品质高,使用寿命长,单位时间内消耗的资源量则少。如混凝土模板,在发达国家循环使用次数可达到百余次,而国内模板大多数只能循环使用 3~5 次,这也是一种原材料资源的浪费。

## 5 人造板行业技术进步和新产品开发

### 5.1 生产效率

发达国家人造板生产的自动化程度很高,已由劳动密集型发展成为非劳动密集型产品。而我国由于生产率低,人造板仍然是劳动密集型产品。特别是单板型人造板。以胶合板生产效率为例,笔者统计,发达国家生产效率高的已经达到每人每小时生产  $1\text{ m}^3$  胶合板,而我国生产  $1\text{ m}^3$  胶合板平均需 90 工时,一些省份的胶合板生产效率只有每人每年  $3.2\text{ m}^3$ ,高低相差约 700 倍。诚然我国劳动力价格低,但相对生产效率更低,所以,在劳动力成本上已不占优势,某些企业的某些产品的劳动力成本还高于发达国家。不仅如此,劳动力成本并未考虑由于人的因素产生的消耗(偶然误差)和内耗的增加,而这种消耗和内耗与劳动力本身的成本相比,举足轻重。

从企业内部看,提高生产效率是企业降低成本、赢得市场的关键。

### 5.2 技术进步和技术改造

我国自行研制和开发的科研成果和新产品不多,且新成果产业化步伐很慢。企业和科研单位衔接不够,导致科研单位和科研人员失去继续开发的动力,大专院校和科研院所研发力量继续弱化,但另一方面,企业的研发积极性虽高,但技术基础和开发能力有限,力不从心,技术进步和技术改造工作任重而道远。

我国木材原料结构发生了重要的变化,速生人工林资源的开发,是拓宽人造板原料的重要途径。同时人造板市场需求也在变化,产品要不断更新换代,产品的优质化、多样化和个性化是企业的发展方向。为适应上述变化,人造板的技术改造和技术开发越来越迫切。

不同原料组合型产品,如竹木复合制品,竹塑和木塑复合制品具有很好的市场前景。功能型人造板也是人造板工业继续发展的又一出路,多层实木复合地板使得胶合板的生产和市场得以进一步拓宽。

### 5.3 高附加值单板层积材在我国的发展

人工林的利用途径是多方面的,单板型人造板产品的附加值高,是人工林利用的首选方案之一。

提高单板质量及其附加值,是单板型企业追求和奋斗的目标,单板层积材(工程技术木)越来越被市场

所重视。我国发展单板层积材的有利条件:一是我国适合生产单板层积材的人工林资源相当丰富;二是单板层积材规格尺寸灵活,稳定性好,强重比等性能优越,适用场合广;三是我国木材资源短缺,特别是优质大径材更为短缺,单板层积材可以方便地替代锯材和实体木材;四是单板层积材是理想的绿色结构板材,在生产和使用过程中均不对环境造成危害;五是我国单板层积材国家标准即将颁布实施,为单板层积材的发展提供技术和法规依据。

单板层积材项目已经被业内专家和企业所重视,在杨木和松木产区已有一定发展,产品用途也在逐渐拓宽。但单板层积材生产企业的建设规模应结合我国具体情况,不宜盲目建设,应根据该地区的资源和市场相配套逐步发展为宜,不能过分追求生产规模。

## 6 结束语

人造板工业经过一段快速发展期后,进入相对稳定期,笔者称之为结构调整期。在此期间,企业将展示实力,开展新一轮兼并和重组,同时关停企业的数量也将同步增加。预测,胶合板行业重组任务最大,人工林木材将取代南洋材为原料,近期的技术进步也将最快;中纤板经过发展高峰进入相对稳定期;刨花板经过长时间冷落,现已进入快速发展期;单板层积材和定向刨花板仍然需要一段时间的市场培育,才能健康发展,谁优先发展或发展速度等都将取决于市场;地板发展速度总体仍然不减,多层实木复合地板发展速度将取代强化木地板居首位;石膏刨花板 and 水泥刨花板的发展速度将高于人造板平均速度,且继续被建材行业垄断。

人造板企业的每一次发展犹如一次旅行,启程是产品,抵达终点是一个完整的品牌,关键在于选择的路线和到达的方式。企业定位准确,产品选择对路,还需企业家对企业整体素质的全面塑造,企业的品牌是市场概念的综合体现。拥有一定品牌的企业更要居安思危,守住品牌比争创品牌更难。

市场经济带来的是竞争,竞争给人造板行业带来更多发展机会,企业必需在竞争中求发展。我国人造板行业尽管有很多的困难和问题,但国家强劲的经济形势如建材、室内装修和家具等行业的蓬勃发展,为人造板行业提供了巨大的市场;同时利好的行业发展政策和相关的产业政策,将推动人造板工业的发展。人工林发展迅猛,综合利用型产品国内市场潜力巨大,单板型人造板除国内巨大市场外,出口市场前景继续看好。总体上,我国人造板工业的发展前景美好。