



中密度纤维板的市场趋势

李华富 译

中密度纤维板(MDF)在50年代诞生于美国,在70年代得到了飞跃的发展,到80年代扩展到了世界各地。表1所示是1980年和1990年世界MDF生产能力的增长情况。

表1 1980年和1990年部分地区MDF生产能力(万 m^3)

地 区	1980		1990	
	生产能力	工厂数	生产能力	工厂数
北 美	125	12	204.9	16
欧 洲	17.3	2	256	25
南 美	—	—	20	4
非 洲	—	—	12.5	2
亚 洲	19.4	3	83.3	12
大洋洲	7	1	65	6
共 计	168.7	18	641.7	65

表中包括正在运行的老厂和在建的新厂,但不能确切说明目前的情况。现在,在俄国至少有6~7个厂已建成或正在建设之中。在中国有10~12个厂,在世界其他地区包括印度和巴基斯坦也建了多个厂。不过直到现在,这些厂还尚未发挥出应有的作用。到1991年初,已有27个国家建有MDF厂,预计到1993年初,可望扩展到至少30个国家。

表2所示是1980和1989年世界MDF消耗量。

值得指出的是,这里的生产能力均远大于需求量,其原因在于:①消耗量是1989年的,生产能力是1990年的,后者在一年内增加了100万 m^3 。②在

表2 1980和1989年世界MDF消耗量(万 m^3)

地 区	1980	1989
北 美	85	165.9
欧 洲	15.7	143.8
南 美	—	3以上
非 洲	—	4以上
亚 洲	5.2	79.2
大 洋 洲	5.5	31.5
共 计	111.4	427.4

1989~1990年投产的厂当年均不可能达到满产。③在1989~1990年间,出现了薄型MDF厂,板厚在9mm以下,并已在MDF市场中占据一席之地。薄型MDF发展迅速如表3所示。

中密度纤维板成功的内在因素与其优良的物理性能有关。

①板材边部可进行机械加工,还可开榫铣槽。

②具有可模制和镂铣加工的特性。

③表面致密平滑,便于装饰。

④尺寸稳定性优于刨花板和某些木材。

⑤可以精雕细刻,制作装饰和工艺品。

⑥具有良好的音质,是制作钢琴、音响设备等的首选材料。

中密度纤维板为用户带来的利益:①和现有的装配和装饰技术相比,降低了使用成本。这促使人们投资购买新设备和改造旧设备以便更充分地利用MDF。②与其他种类的木材相比,用MDF省料。③材料单一均匀,便于灵活多样地设计产品。④无需进行大的设计变动,即可提高其产品的最终质量和档次。

另外还有两个使MDF广为世界所接受的因素是:①中密度纤维板具有用户可以承受的价格。②这种价格结构已使MDF的贸易在美国和欧洲之间,以及在新西兰与东南亚甚至欧洲之间得到了顺利地发展。

区域消费情况反映了使用部门的需要,特别是家具工业充分地开发并在技术上使之能处理和装饰这种板材。没有这一先决条件,MDF也难以获得立足之地。

1 区域趋势

1.1 北美 直到1989年一直是世界上最大的MDF生产区和消费区。美国MDF市场发展的部分原因是由于70~80年代初刨花板质量较差。MDF受到了家具工业的欢迎,其直接或间接消费占了总消费的90%以上。美国的MDF消费到80年代中期已趋饱和,增长速度并随之减缓。在这种情况下,通过扩

大出口而保持其生产水平。出口地区主要是亚洲和欧洲,1989年北美的出口量大约为33万m³。优质刨花板产量的提高也冲击了MDF在家具行业的应用,导致了其消费增长率的相对下降。今天美国的MDF工业发现自己处在了十字路口,一方面是①面对着刨花板工业的挑战。②国内市场的萎缩。③出口市场正随着地区生产能力的形成而减少。④环保的需要影响着西部工业所依赖的木材剩余物;在另一方面①同样是环保的需要导致了木材价格的上升趋势,因而给MDF的发展提供了有利条件。②新型MDF,如阻燃板,室外用板等前景广阔。③有的公司正在努力寻求MDF发展的新途径及其新用途。例如在细木工加工中用它替代实木。

随着经济的复苏,有些问题从表面上可能会消失。但深层次的难题将仍然存在。预计到1993年将新增2~3个厂,并将趋于饱和。

在世界其他地区掌握MDF技术之后,使美国有机会向其他地区市场学习和吸取他们应用产品的方法。

1.2 欧洲 是80年代MDF工业中勿容置疑的火车头。该地区在生产能力和消费量上迅速增长,可主要归因于①具有悠久的木质重组板应用历史。②用户已熟练地掌握了人造板材的处理和装饰技术。③硬材、胶合板和细木工板的价格相对比较昂贵。④木制品的款式和风格趋于软成型和漆饰。

还有其他大量促进其发展的因素如:①当地市场的多样化促进了新厂的建立。据统计,到1991年底,16个欧共体国家中的10个成员国均已建厂。②国家相互邻近,有利于开展贸易,传递产品信息和推广应用。

除家具行业外,MDF在商店装饰、玩具和游乐、音响设备以及室内装修等许多方面都得到了应用。可以预计,尽管可能出现经济动荡,而欧洲中密度纤维板的消耗仍将以稳定的速度持续增长。其基本依据如下:①上述的将来替代热带硬材的可能性。欧洲年消费的热带硬木锯材仍达约400万m³。②MDF可能替代一些实木。例如温带硬材,欧洲的年消耗量约为1300万m³。③其他品种MDF的发展。④一些新的MDF生产线正在兴建。其中有些已具有丰富的生产经验,可向顾客提供比现在更好的产品。在1989~1990年期间,法国和德国的迅速增长就是例证。⑤产品设计者将会在MDF的生产和设计优势的基础上继续开发新产品,这可为MDF工业带来长期的优势和活力,以至使它更难于为其它材料

所代替。

和薄型中密度纤维板相比,该地区标准MDF的消费量到1992年后接近于全部的产量,进而将刺激现有老厂和可能建的新厂,作新一轮的扩大和进行现代化的装备。现在已有不少新的薄型板厂兴建(详见后述)。

1.3 南美 南美的MDF厂主要在墨西哥、阿根廷和智利等国家。该地区消费量不多,注意力集中在智利和巴西将来的增产潜力和定向出口。

智利的第一家MDF厂生产的产品类似于新西兰的产品,主要向亚洲和欧洲出口。第二家MDF厂可望在1992年建成。预计到1993年将还有两个新厂建成。巴西有几家公司正在进行新建厂的可行性调查,那里的家具内销和出口市场已显示出了巨大的潜在能量,巴西MDF厂的建立仅是时间的问题了。

1.4 非洲 非洲的MDF消费大部分在南部,这里的家具和细木工工业比较发达,又有丰富的人工林软材和剩余物作为生产原料。西非具有丰富的木材资源,但由于基础设施、交通条件及资金来源等原因,在近期内该地区还不可能发展。此外,埃及也具有光明的MDF市场前景,但其木材资源很少,因而投资建厂尚不太可能。但因埃及的家具工业相当庞大,可成为MDF消费国。

1.5 亚洲 亚洲的经济正处于快速增长期,具有传统的木材加工业和木制品出口基地。主要的区域包括中国、中东、印度次大陆、日本和东南亚。中东和印度是潜在的消费区而不是生产地,在印度和巴基斯坦也有生产厂。海湾战争后,科威特和伊拉克的重建将产生一些需求,同样伊朗也不可忽视。亚洲主要的消费区一直是日本、台湾和朝鲜。日本已成为仅次于美国的消费国,年消费为35万m³,约为整个亚洲的90%。不过,随着东南亚地区生产能力的建立和自然发展,这一比例在以后几年内将会逐渐地改变。

在80年代,亚洲的需求超过了其自身的能力,成为大洋洲和北美洲MDF的重要出口地区。日本是唯一具有较大能力的国家,但尚有40%的消费量需要进口。亚洲中密度纤维板的发展可归因于两大因素:①优质刨花板货源相对缺乏,情况类似于美国市场。②现代家具基材之需要。

MDF消费上升速度并不很快的原因在于缺乏广泛而适当的应用工业和相应的家具制造工艺方法。不过东南亚还有25%以上被消费在家具之外的工业中。亚洲未来MDF市场的主要特点是:①需求将日

趋增大,到1993年,将至少从1989年的 80万m³ 增到 130万m³。②在同一时期,整个地区的产量将成倍地增长,最大的增量将来自于朝鲜、马来西亚及印度尼西亚。③东北亚MDF的发展将主要受到原料供应的限制,并将寻求投资和跨国联合。④东南亚国家正在扩大其家具和细木工产品出口,需要大量采用重组板包括MDF。⑤新型刨花板的发展可能减缓对MDF需求。⑥发展方向趋于生产9mm以下的薄型板或两种板都生产的格局,这将取决于将来该地区薄型胶合板的使用性能和价格。⑦东南亚地区的采伐和锯材业正受到出口禁令和税收政策之束缚,需要发展横向产品。重组板不仅是一种需要、还有利用间伐材和剩余物的重要意义。预计印度尼西亚和马来西亚将成为MDF的主要生产国。

1.6 大洋洲 新西兰早在70年代就是 MDF 生产国之一。由于刨花板成本相对较高,对MDF的需求迅速上升。同时出口也刺激了新西兰产量的增长。除了80年代新增的能力之外,新西兰已在澳大利亚、亚洲和欧洲建立了出口市场。当澳大利亚的自产能力在1991年形成规模时,新西兰的产量已超过了其国内需求的 4 倍。所有澳大利亚厂都能够预感来自智利以及亚洲的新增能力在亚洲市场上的竞争。大洋洲的能力在1990~1991年间将增加50%。其中有些生产线将采用连续压机,可生产普通和薄型两种型号的板。

2 价格趋势

各地市场价格差异多变,其原因在于:板的质量等级、运输距离和运输方式、进口税等不同。定价的基本因素都是生产成本,包括可变成本和各种杂费。发展中国家一般有较廉价的劳力。相对而言,发达国家的劳力工资就比较高。其他重要因素还有资金回收、利润率、折旧费及宣传和销售费用。这些都是可变的费用。无论世界哪个地区的新厂,其生产成本都将趋于提高。总的财经开支将取决于其建厂方式,政府的补贴政策和工厂的规模。市场价格在整个80年代中到末期保持持续上升之后,开始呈现出了下降的趋势。这是因为原来依赖进口来满足需求的地区建立了自己的生产能力。这种新增能力经费开支大,须借助于打通其进入市场的渠道,从而获得流动资金。因此,MDF的价格变动幅度较大,例如,18mm厚的MDF在美国部分地区的价格为230美元/m³,而在亚洲和欧洲部分地

区约为285~310美元/m³、欧洲产的同等板材当地售价约为310~345美元/m³,而在日本却高达390美元/m³。双轨价格系统显然正在发展,特别是在欧洲和亚洲。那些能满足特殊市场需求的高质量产品,并可确保提供可靠服务及正在通过广告和得力的代理商销售产品的厂商,能争取到更好的市场价格。这在亚洲特别明显。在那里,新西兰和某些欧洲产品的价格较高。在欧亚主要的MDF贸易区,一些新供应商即使将价格降低低于名牌产品的15%~20%,也常常争取不到客户,甚至在产品质量明显相近的情况下也是如此。只有以很低的价格吸引进口商和客户不买名牌产品。

3 其它趋势

最重要的新发展之一,就是朝着薄型MDF板的生产方向发展。这种发展与连续压机的问世紧密相连,目前已有好几家厂商可提供这种设备。在市场需求方面,这种薄型板的消费区主要在欧洲、亚洲和大洋洲。这些地区原有的及拟建的厂家几年来都已看好了这一市场。下面是最近能力发展方面的情况,其中包括可生产厚板的连续压机所能生产薄型板的估计量。

表3 薄型中密度纤维板的能力 (m³)

地 区	1988年	1990年	1992年
欧 洲	4000	580000	935000
亚 洲	36000	131000	395000
大 洋 洲	60000	115000	223000

欧洲市场上的薄型板约为 230万m³,硬质纤维板约占70%,相比之下亚洲市场上的薄型板约为550万m³,胶合板占90%以上。欧洲生产能力提高的内在原因之一是改造和取代湿法生产线的需要,不过和购置湿法生产线相比较,新建薄型MDF厂的投资比较高。因而,直到现在其发展仍然较缓慢。在亚洲薄胶合板货源充足,因而对于用户来说,薄型MDF相对较贵或与胶合板等价。不过,薄型MDF有巨大的潜力是无容置疑的。为着最大限度地开发新的应用领域和产品增值的目的,普通板生产商也致力于开发新型MDF。几种有前途的产品品种如下:防潮或室外型板在欧洲应用于成型细木工制品已相当普遍。防水室外型板,最早问世于美国,具有广阔的

(C)1994-2021 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. <http://www.cnki.net>