

市场动态

丁苯橡胶供需现状及 2005 年供需预测

路晓萍

(齐鲁石化公司, 山东 淄博 255400)

1 国内供需现状

1.1 供需概况

自 1999 年以来, 东南亚市场逐渐摆脱了金融危机的影响, 国际市场的需求进一步增加, 国内经济形势亦开始好转, 受此拉动, 轮胎工业及橡胶制品生产增长速度加快, 产品出口增幅加大, 总体需求上升。另外, 国际原油价格的上扬, 带动了国内丁二烯、苯乙烯原料市场的回暖, 丁苯橡胶市场得以启动, 大批量低价资源的进口使国内企业的市场份额受到冲击, 国内整个产业的发展步伐放慢, 国内自给率下降。2003 年反倾销成功实施, 抵制了俄罗斯、日本、韩国等国家资源的部分进口, 加之国内需求强劲, 国内产能得以全部释放, 国内产量首次突破 40 万 t, 业内人士纷纷看好市场, 吉化扩建的年产 5 万 t 的丁苯橡胶项目将于 2004 年 4 月份顺利投产。在良好的供求关系中, 丁苯橡胶行业发展速度加快。近年来供需状况见表 1。

表 1 近年丁苯橡胶表观消费及消费成长

年份	产量/ 万 t	进口量/ 万 t	出口量/ 万 t	表观消费量/ 万 t	消费成长/ %
2000	28.20	11.41	1.48	38.1	-1
2001	34.25	12.58	2.72	44.5	16.8
2002	34.70	18.95	1.20	52.5	17.3
2003	40.48	15.22	0.60	55.0	4.8
2004(1~11)	41.5	11	0.8	56 (预计全年)	2

1.2 国内供应现状

1.2.1 主要生产厂家

国内共有 4 家企业生产乳聚丁苯橡胶: 齐鲁石化公司, 于 1987 建成投产, 日本瑞翁技术, 1999 年扩能; 吉林化学工业股份有限公司, 于 1982 建成投产, 日本 JSR 技术; 申华化学工业有限公司,

1998 年投产, 美国 Goodrich 技术; 兰州石化公司, 1965 投产, 前苏联建成。详情见表 2。

表 2 丁苯橡胶企业现有产能及主要生产牌号

公司	产能/万 t	主要产品牌号	生产线
齐鲁	13	SBR1500、1502、1712、1778、1721、1714、1779	三条生产线
吉林	15	SBR1500、1502、1712	两条生产线
兰化	5	SBR1500、1502、1712	一条生产线
申华	12	SBR1500、1502、1712、1778	两条生产线
合计	45	—	—

注: 生产线牌号生产可互相切换

1.2.2 市场供应格局

地处耗胶大省——山东省的齐鲁石化公司极尽地理之优势, 不断加大市场营销和新产品开发力度, 并以其品牌效应及较强的竞争力, 赢得了用户的好评, 销售网络覆盖整个山东地区, 成为山东地区最大的供应商, 年供应量约 5 万 t, 同时辐射江、浙、沪及华南和华北部分地区。年总供应能力超过 14 万 t, 占国内供应量的 24.5%(由于 2004 年下半年检修时间较长, 供应量减少, 此数据是根据正常供应情况计算), 成为全国最大的丁苯橡胶供应商之一。

地处东北地区的吉化公司, 由于所属区域消化能力有限, 其产品大多销往华北及山东地区, 同时, 向江、浙、沪地区渗透。年总供应量已超过 14 万 t, 占国内供应量的 25%。

申华化学工业公司地处长江三角洲, 地域优势非常明显, 以稳定的品质及良好的售前售中及售后技术服务, 后来者居上, 以供应江、浙、沪为主, 华南地区为辅, 同时亦对山东、华北等地区进行辐射, 年总供应量已突破 14 万 t, 占国内供应量的 24%。

中国石油兰州化工公司地处西北的甘肃省,由于距离主消费区域较远,装置规模小,基本就近以在西北地区销售为主,形成区域性垄断,在其他各地只有极小的市场份额,针对下游终端用户的销售比例较大,年总供应量在 5.3 万 t 左右,占国内供应量的 9.5%。

反倾销实施后,周边国家的进口数量明显下降,国内自给率上升,但进口的依存度仍然较高,2003 年度进口达 15.9 万 t,占国内总供应量的 30%。2004 年随着国内生产及市场形势的持续向好,进口量明显下降,年度进口约 12 万 t,占国内总供应量的 20%左右。

1.3 国内消费现状

1.3.1 全国消费概况

乳聚丁苯橡胶主要用于轮胎胎面胶、胎侧胶,也广泛用于鞋底、胶带、胶管、胶辊、胶布、医疗用品及其他工业制品,并少量用于电线、电缆等非橡胶工业中。消费结构见表 3。

表 3 丁苯橡胶消费结构及所占消费比例

项目	消费量/万 t	比例/%
轮胎	30.4	54.2
鞋类	9.0	16.5
胶管胶带	6.1	11.2
力车胎	5.0	9.2
汽车橡胶制品	1.4	2.6
其它	3.5	6.5
合计	56	100

a 轮胎

从表 3 中可以看出,轮胎工业是丁苯橡胶最大的消费领域,主要用作轮胎的胎面胶、胎侧胶、胎体帘布层胶、胎圈护胶、胶芯胶及钢丝夹胶等。从轮胎种类看,轿车轮胎、农用轮胎及工程轮胎应用丁苯橡胶的比例较高,一般均在 50%以上,工程轮胎甚至在 90%以上。

b 胶鞋

胶鞋是国内丁苯橡胶第二大消耗领域,胶鞋产品主要是布面胶鞋和全胶鞋,其中使用丁苯橡胶以牌号 1502[#]居多。

c 胶管胶带

胶带主要分为输送带和传动带两大类。输送带包括普通输送带、阻燃输送带,传动带包括普通 V 型带和汽车 V 带等。正规胶管胶带企业使用

丁苯橡胶以 1500[#]、1502[#]居多,原料来源除国外,主要来自韩国及我国台湾省,小型胶管胶带企业更多使用价格较低的俄罗斯产品。

d 力车胎

力车胎主要包括摩托车轮胎、自行车轮胎和手推车轮胎三大类产品。国内现有力车胎生产企业已达 200 多家。

1.3.2 主要消费地区消费概况及本土企业在该地区的竞争优势

国内丁苯橡胶主要消费区域集中在山东、江浙沪、福建、广东等地,竞争也主要在该区域展开。其中山东地区年消费量在 13~14 万 t 左右,占国内总消费量的近 1/4;江浙沪区域年消费量在 14.5 万 t 左右,福建、广东区域年消费量在 9.5 万 t 左右,分别占国内消费量的 26%、17%。山东区域主要以轮胎、输送带、胶管、胶鞋为主,江浙沪区域主要以轮胎、力车胎、胶鞋为主,广东、福建区域主要以制鞋业、轮胎为其传统的橡胶加工行业。

a 山东

胶东半岛的橡胶加工行业在一批实力雄厚、规模庞大的轮胎企业的带动下,胶管、胶带、制鞋、力车胎等行业也步入发展的快车道,现已成为国内橡胶行业的加工基地。随着科技投入的不断增强和生产规模的扩大,借助原料基地和加工应用优势,山东省的橡胶工业蓬勃发展,轮胎行业丁苯橡胶总消耗量约 11~12 万 t 左右,胶管、胶带行业总消耗量约 2~2.5 万 t 左右,胶鞋行业的总消耗量约 1~1.5 万 t 左右。橡胶制品行业的总消耗量约 0.3~0.5 万 t 左右。

本土企业——齐鲁石化,其装置是 1978 年 12 月引进日本瑞翁公司技术,由日本三菱重工业株式会社设计并提供成套设备。1999 年,通过扩建使丁苯橡胶年生产能力由 8 万 t 增加到 13 万 t。2000 年开发了非污染型充油丁苯橡胶 1778[#],并得到广泛应用。2001 年开发的 1721[#]完成了工业试生产,产品达到国际同类产品的先进水平。齐鲁石化以产量规模大、成本相对较低、产品品牌效应而在当地区域具有绝对的竞争优势,在山东市场的占有率达 40%左右。由于该地区是全国橡胶加工基地,吉化、申华以及进口胶纷纷在此扩大市场份额,山东地区已成为丁苯橡胶行业的必争之地。

b 江浙沪

江浙沪地区是中国经济最发达的地区之一, 交通运输极其方便, 尤其是其水运四通八达, 运输成本低廉。江浙沪三地消耗橡胶主要以轮胎、力车胎、胶鞋为主。国外轮胎巨头大多看好这块市场, 最近几年纷纷在此投资建厂。世界第二的法国米其林与上海轮胎公司乘用胎厂合资建厂; 韩国锦湖轮胎在南京建厂、韩泰轮胎在江苏淮安、浙江嘉兴建厂; 日本横滨在杭州建厂, 日本住友在常熟独资建厂。我国香港中策与杭州轮胎企业合资办厂; 我国台湾正新在江苏昆山建厂。另外浙江温州地区也是国内最大的鞋业加工基地之一。

本土企业——申华化工有限公司, 地处长江三角洲, 其公司采用的是台橡股份有限公司的生产技术(源于美国 Goodrich 技术), 吸取了台橡 20 多年生产管理的经验, 以良好的售前售中售后服务、合理的价格体系被三地区的三资企业广为接受, 在该地区的市场份额不断扩大, 地域优势明显, 由于直供用户所占比例较大, 销售渠道较为稳定。其原料来源大多采自国外, 原料成本较高, 价位一般高于同业, 但就近销售的地域优势部分弥补了成本上的劣势, 成为该地区最大的丁苯橡胶供应商, 占地区供应总量的 45%。另外, 由于沿江、沿海, 交通运输极其方便, 进口货源也充斥该市场, 主要来源国为韩国、日本、印尼等, 占该地区供应量的 25% 左右。

c 广东、福建

广东、福建省处于经济发展的前沿, 经济发展迅猛, 水陆交通便利。轮胎、胶管胶带比较发达, 以其优越的投资环境及地理环境吸引了业界外商的加盟, 轮胎厂商以合资企业为主, 发展较快。同时, 福建泉州地区、广东珠三角地区是全国有名的鞋业基地之一, 鞋业成为该地区代表性产业之一, 消费需求仅次于华东地区而位居第二, 成为丁苯橡胶行业抢占市场的主要目标之一。

由于该区域没有丁苯橡胶生产商, 除兰化在该地区少有销售份额外, 齐鲁石化、申华、吉化都成为该地区的抢滩者, 市场份额以齐鲁和申华较大, 吉化紧随其后, 三足鼎立的局面已露端倪。另外, 该地区一直是进口货源的主要集散地之一, 以来料进料加工形式及一般贸易形式进入该市场。进口来源以印尼、泰国和我国台湾省为主, 成为橡

胶加工企业不可或缺的原料来源渠道之一, 占该地区供应量的 22%。

d 北京、天津、河北

北京、天津、河北地区大型轮胎企业较少, 但力车胎、胶带以及电缆、电线的生产小厂较多, 北京、天津、河北地区不具有主消费市场的优势, 亦没有本土企业立足。该市场并不被厂商所聚焦, 齐鲁公司在该地区的市场份额很小, 以直供终端用户为主。只有吉化由于运距相对较近, 成为该地区的主导供应商, 兰化、申华小部分货源亦流通到此。近年来, 河北衡水建起橡胶交易城, 流通量加大, 交易活跃, 成为华北地区橡胶集散地。由于进口胶(以俄罗斯胶为主)价格相对低廉, 在该地区的市场份额加大, 与吉化有平分秋色之势, 分别占区域总量的 29% 和 33%。

e 东北地区

东北三省是老工业基地, 但当地丁苯橡胶消费能力比较有限, 除有限的几家轮胎企业外, 还有部分输送带和三角带企业。吉化凭借它的地理优势实行区域性垄断, 其它生产企业在该地区的市场份额非常有限, 但以俄罗斯为主进口胶在此占有一席之地。本土企业——吉化公司, 1976 年自日本合成橡胶公司(JSR)引进低温乳液聚合技术, 于 1982 年建成投产乳聚丁苯橡胶装置, 该装置设计能力为年产 8 万 t, 分 A、B 两条生产线, 1993 年 B 线经技术改造每年可兼产 1 万 t 丁腈橡胶, 改造后的橡胶装置, 其丁苯橡胶和丁腈橡胶的总年生产能力为 9 万 t, 改造后的生产线丁苯橡胶和丁腈橡胶可切换生产。在地域劣势较为突出的不利条件下, 吉化以其低成本优势, 低于同业售价来扩张市场份额, 2004 年 4 月份装置扩能投产后, 已成为国内最大的丁苯橡胶供应商, 在东北区域占尽天时地利, 成为当地的主供应商, 占当地供应总量的 70% 左右。

2 2005 年国内供需预测

2.1 供应预测

兰化将于 2005 年进行技术改造, 年产能增加 1 万 t, 今年产量将有望超过 5.5 万 t; 江苏南通申华扩建的 5 万 t 生产线将于 2005 年 3 月最晚 5 月投料生产, 届时的年产量将达到 17 万 t, 齐鲁石化今年没有检修计划, 产量将达到 15 万 t 左右,

吉化由于今年计划检修, 2005 年预计生产 14.5 万 t 左右。2005 年国内总产量将有望达到 52 万 t 左右。

另外, 虽然在反倾销执行过程中部分被诉国家提出期中复审, 但其复审结果将在 2005 年年底公布, 其间反倾销税率继续执行, 年内的进口量仍保持在较低水平, 约 12 万 t 左右。

2.2 需求预测

根据我国轮胎行业发展情况, 2005 年轮胎总需求量将达到 1.9 亿条, 其中子午线轮胎将接近 1 亿条。国内充油胶的消耗量正在迅速增加, 国内合资轮胎企业生产的轿车轮胎中, 所用丁苯橡胶基本以 1712[#] 为主, 国内充油胶的产量已经不能满足需求, 从近年的产销情况看, 增长态势已超过松香丁苯橡胶。

国家正在实施的一系列基础设施建设如三峡工程、南水北调工程、西气东输工程、青藏铁路工程、西电东送工程及北京奥运工程, 这都将给工程轮胎及各种胶管、胶带的生产企业带来巨大的潜在市场。此外, 制鞋及其他橡胶制品应用领域对丁苯橡胶的需求量也将有较大增长。

预计 2005 年国内丁苯橡胶需求量将达到 63 万 t 以上, 充油丁苯橡胶的消耗比例将上升至 40% 左右, 需要充油丁苯橡胶 25 万 t 左右。

2005 年, 世界经济仍保持较快的增长速度, 中国经济保持较大的增长惯性, 对全球的能源需求依然旺盛, 原料成本虽有所下降, 但幅度不致过大, 2005 年丁苯橡胶市场的总体走势仍较为乐观, 但持续高位的时间将逊于 2004 年。

美国全地形越野轮胎市场 将形成规模

据美国特种车辆协会 (Specialty Vehicle Institute of America) 的统计, 美国现拥有 1500 万辆全地形越野车 (all-terrain vehicle, ATV), 其中 70% 作为家用娱乐型车辆。自 1993 年开始, 到 2002 年该车型销售量已增长了 5 倍, 达到 84.7 万辆, 2003 年约为 88.6 万辆。在使用家庭中, 主要使用者的中等年龄是 40 岁, 71% 是已婚, 90% 是男性, 43% 是拥有专业或管理职业的人士, 使用

家庭的中等收入是 60200 美元。

随着 ATV 的普及和销售增加, 全地形越野轮胎 (all-terrain vehicle tire) 将形成一定规模的替换轮胎市场, 并将有望继续保持增长。虽然美国橡胶制造商协会 (Rubber Manufacturers Association, RMA) 没有就有关工业数据进行比较, 但估计全地形越野轮胎市场规模约是 250 万条。

美国固特异公司认为, ATV 将在农业、建筑、狩猎、渔业和娱乐方面增加使用量和应用领域, 其销售增长率将超过其它运动型车辆销售的增长率, 也包括摩托车。

据 Maxxis 国际公司调查, 全地形越野轮胎主要是通过 ATV 和摩托车经销商来销售, 许多轮胎经销商正在加入到这个领域中来。该公司认为, ATV 市场已在运动和竞赛领域取得好成绩, 将来的发展是光明的。

从 2003 年开始, 普利司通/费尔斯通的全地形越野轮胎的销售量增长了 50%; Maxxis 国际公司也比几年前增长了 15% ~ 20%; 固特异的整体销售虽有下滑, 但其固特异和邓禄普两个品牌的全地形越野轮胎销售量超过了 2003 年水平。

固特异公司全地形越野轮胎的固特异品牌有 20 个, 邓禄普品牌有 50 个。Maxxis 国际公司有 20 个。普利司通/费尔斯通提供了两个品种, 为 Bridgestone Mud Hooks 和 Dirt Hooks。米其林北美公司还没有生产全地形越野轮胎。

全地形越野轮胎的使用寿命在很大程度上要看其使用方式和地形, 所以制造商一般仅对原材料做出保证。如果用的少, 一些全地形越野轮胎可以使用 10 年, 但如果是比赛, 一个周末就会用掉许多。

杨 静

世界冬季轮胎销售简况

据米其林集团和加拿大橡胶协会的有关统计, 世界冬季轮胎市场规模大约有 7800 万条。按各主要大洲分类看, 欧洲市场占 72%, 约 5600 万条, 其中德国就占该部分的 77%, 为 4300 万条; 亚洲市场占 19%, 约 1500 万条, 日本是亚洲地区主要的需求大国, 占了该部分的 90%; 北美洲市场占 9%, 约 700 万条, 加拿大每年约有 450 万条冬季轮胎销售, 也占了重要位置。

杨 静