

8月2日,中外涂料网数据新闻实验室联合经典品牌研究院,经过调查统计,正式发布《2021中国100强涂料企业排行榜》。该榜单以专注涂料产业的媒体视角,以中国涂料企业2020年营业收入为核心依据进行榜单排序。榜单显示,立邦中国以210亿元营收高居榜首,三棵树、东方雨虹、湘江涂料、嘉宝莉4家国内涂料企业上榜前十强;中国100强涂料企业2020年总营收为1543亿元,占全国涂料营业收入的半壁江山。总体而言,榜单有四大看点令人关注。

看点一：100强涂料企业总营收1543亿元

本次上榜的100强涂料企业,门槛最低设限为3亿元。第一梯队位列前10强的依次是:立邦、阿克苏诺贝尔、PPG、三棵树、东方雨虹、宣伟、佐敦、巴斯夫、湘江涂料、嘉宝莉。

其中,东方雨虹、科顺防水、北新建材、凯伦股份四大防水龙头企业,均是按其防水涂料板块的营收进行排序;巴斯夫及部分化工企业是按其涂料业务板块的营收进行排序;美涂士2020年销售额26.13亿元,包括神州涂料、金陵涂料、川美等企业的综合收入。

进入最低门槛。2020年营收3亿元以上但未进入100强排行榜的涂料企业还有申得欧、惠尔明、天鹅涂料、华轩涂料、珠江化工、绿树涂料、千叶松、江门制漆、虹润制漆,这9家涂料企业与第100位雅士利的营收几乎旗鼓相当,仅以微弱差距未进入100强排行榜榜单。

2021中国100强涂料企业2020年总营收为1543.17亿元,占全国1968家规模以上涂料企业总营收的50.52%。根据国家统计局公布的数据,全国1968家规模以上涂料企业2020年涂料总产量2459.10万吨,同比增长2.6%。营业收入3054.34亿元,同比下降2.8%。利润总额累计为245.97亿元,同比增长5.5%。

看点二：前十强，三棵树最有希望冲进明年三甲

排行榜前10强按国内营收多少排名,外资企业占据6席,本土企业占据4席。

外资企业分别为立邦、阿克苏诺贝尔、PPG、宣伟、佐敦、巴斯夫。其中,立邦中国以2020年210亿元的营收高居榜首,阿克苏诺贝尔以100亿元位居第二,PPG以98亿元位居第三。宣

伟、佐敦、巴斯夫则分别以54亿元、47.517亿元、42亿元位列第六、第七、第八位。

本土企业进入10强的4家涂料企业,依次为三棵树、东方雨虹、湘江涂料、嘉宝莉,分别以82亿元、60.138亿元、40亿元、38.18亿元位列第四、第五、第九、第十位。国内排名最高的三棵树与榜首立邦的差距尚有128亿之巨,但与2019年三棵树52亿元和立邦196亿元营收相差144亿元的结果相比,三棵树逐渐缩小了与全球涂料巨头的差距,与阿克苏诺贝尔、PPG差距不足20亿元。

2021年,三棵树的营收各大研报研判都在100亿元以上,最新发布的2021上半年业绩,营收46.83亿元,猛增80.51%。因此,明年中国100强涂料企业排行榜上,三棵树是最有希望冲进三甲的中国本土企业。

立邦几乎明确预定了明年第一的位置,优势短期内无法撼动。已经连续23年成为中国第一大涂料企业的立邦,得益于中国市场的深度布局,中国市场销售比例从2014年占集团总营收的12%,到2020年已提升至34%。并在山东济南、四川成都、云南昆明、广东清远、湖南长沙、河北石家庄、江西九江、福建泉州、安徽合肥、陕西西安、贵州贵阳、浙江建德、湖北咸宁,以及河南开封、南阳、濮阳和江苏苏州、镇江等地密集建厂扩充产能,确立压倒性优势,市场份额或将继续扩大。

10强涂料企业,合计营收772亿元,占100强涂料企业总营收的50%,占全国1968家规模以上涂料企业总营收的25%以上。

看点三：30强中，12家外资品牌营收碾压国内品牌

排行榜前30强,门槛均超过10亿元。位居第30位的是大桥化工,2020年营业收入为10.47亿元。30强涂料企业,

相比2019年同期的20.85亿美元,下滑了21.05%;陶瓷砖出口量为2.52亿平方米,出口平均单价为0.368美元/千克与6.526美元/平方米。2020年1-7月,我国陶瓷砖进口7910万美元,与2019年同期的8898万美元相比,下滑了11.10%;进口总量约为342万平方米,陶瓷砖进口均价为1.27美元/千克与23.14美元/平方米。

除疫情和国际形势的影响之外,单柜海运费暴涨也是影响进出口的因素之一,甚至出现了“有价无柜”的情况,据2020年11月初上海出口集装箱运价指数(SCFI)显示,在跨太平洋贸易中,运价依旧保持着上涨的趋势。去往美国西海岸的航线上涨24美元,到东海岸的航线上涨6美元,分别比去年同期增长了184%和92%。

而据航运公司赫伯罗特首席执行官Rolf Habben Jansen表示,全球物流巨头和集装箱班轮公司预计,包括混乱的市场、缺乏泊位和集装箱短缺等在内的情况预计将持续至2021年下半年。

产能变革倒逼绿色发展

除了新冠肺炎疫情外,许多陶瓷卫浴企业还遭遇了“煤改气”的产能压力。2019年,山东淄博、福建晋江、辽宁法库、四川夹江等产区基本完成“煤改气”,2020年“煤改气”压力扩散到广东产区,部分企业甚至因为天然气成本增加而主动选择停产。

据报道,2020年初,广东清远市率先完成“煤改气”,169条陶瓷生产线中,完成改造任务的有150条,已拆除6条、关闭停产13条;广东肇庆市计划实施“煤改气”的48家陶瓷企业164条生产线,完成改造47家167条,超额完成计划任务,通过验收46家162条;截至去年5月底,广东江门市有40条建筑陶瓷生产线被改造或关停;截至9月底,广东恩平市55条建筑陶瓷生产线已完成清洁能源改造。去年,四川夹江产区全面停用煤气



合计营收1129亿元,占百强涂料企业总营收的73%,约占全国1968家规模以上涂料企业总营收的37%。

值得注意的是,除去前十名,位居第11至30名的涂料企业中,仅有亚士创能、艾仕得、西卡中国3家属于30亿军团,美涂士、派丽集团、海虹老人、巴德士4家属于20亿军团,展辰新材、永记造漆、乐化集团、浩力森、大宝化工、金剛化工、紫荆花、贝格中国、德威涂料、科顺防水、兰陵化工、富思特、大桥化工13家则都属于10亿军团。

30强涂料企业中,有12家外资品牌,18家国内品牌。立邦中国、阿克苏诺贝尔、PPG、宣伟、佐敦、巴斯夫、艾仕得、西卡中国、派丽集团、海虹老人、金剛化工、贝格中国12家外资品牌总营收681亿元,比其余18家国内品牌总营收448亿元还要高出233亿元。

从细分市场来看,PPG、阿克苏诺贝尔、巴斯夫、艾仕得、关西等外资企

业在高端工业涂料领域占据主导优势。外资企业垄断了85%以上的汽车涂料市场。佐敦在船舶涂料市场一枝独秀,占有率高达35%左右。海虹老人主营工业防护漆、船舶漆、装饰漆、集装箱漆及游艇漆市场。PPG、阿克苏诺贝尔则几

■走近企业家

轻资产重运营降杠杆 引领家居发展再提速

——对话红星美凯龙家居集团总裁兼首席财务官席世昌

□贺理铭



的全面布局。

“2020年,红星美凯龙首次进入西藏、海南,抢先实现除港澳台地区外全国各大省会城市的全覆盖,成为业内一大看点。”席世昌表示,公司布局西藏的首家商场是在国家启动复产复工后推出的第一批新商场,也是红星美凯龙在线上完成招商的首家商场,意义非凡。

龙头担当 引领行业快速复苏

2020年开局面对疫情大考,作为家居行业龙头的红星美凯龙果断出台“免租一个月”,向中国宋庆龄基金会捐款6600万元、发起设立“红星美凯龙爱家基金”,免费开放设计云、筋斗云平台等十大抗疫“组合拳”,一手防控疫情,一手提振经济,彰显了企业的社会责任与行业担当。

当被问及“免租一个月”对公司全年业绩有何影响时,席世昌认为影响有限,“大年初五那天公司就宣布了免租决定,全国各地商场免租一个月,而在一些重点地区如武汉等,则是免租两个月。免租安排涉及2020年的营业收入约10亿元,但其占公司全年总额之比还是比较小的。”

据介绍,在全国各地疫情得到有效控制并逐步复工复产后,红星美凯龙即开启了一系列大促销活动,各地商户销售快速回升。比如,“头号卖家”星直播大赛是红星美凯龙引领家居行业直播营销新探索的关键一步。自去年3月份开赛以来,来自全国200+城市的3000多名主播报名参赛,这也是迄今为止家居行业覆盖范围广、参与人数多、行业影响深远、性价比高度的一项赛事。

去年9月23日,红星美凯龙联合央视网推出“人人都爱中国造”之红星美凯龙惊喜狂欢夜直播专场,首次深度联动红星美凯龙BOSS团、央视主持团和品牌总裁团“三大天团”,打造家居行业史无前例的直播阵容,涵盖“员工+高层+名嘴+明星”的立体直播矩阵。此外,去年“双11”期间,红星美凯龙天猫数字化卖场累计成交金额突破151.52亿元,数字化卖场成交位居行业首位,细分指标排名全面领先,多项运营指标再创新高。

截至目前,红星美凯龙已在全国30个省、直辖市和自治区开设了476家商场,经营面积增至约2200万平方米,整体商户出租率在93%左右,达到2019年底疫情前同期水平,在租金收缴、商户帮扶、定向引流、稳定业绩等方面,均取得了非常好的成绩。

基本面向好 融资工具多点开花

近年来,由于新增开店数增长较快,使得红星美凯龙在资金上承受了一定的压力。但其“处变不惊”的背后,源于近期公司融资工具多点开花,降杠杆成效明显。

“下一步,公司的目标是通过降低有息负债规模、加大与大型国有银行合作、适度进行A股市场定向增发、控制资本开支有序减少等手段,让企业始终保持在一个良性健康的运营轨道上稳步向前。”席世昌对红星美凯龙的未来

亿元以下、3亿元以上区间。

虽然体量不大,但专精特新“小巨人”企业居多的第四梯队比第三梯队更值得关注。为世界市场提供汽车涂料和3C工业涂料的增值服务和涂装解决方案的东来技术,在全球汽车低温漆领域创造了行业历史。松井股份业务主要面向高端消费类电子和乘用车等高端消费品领域,通过“交互式”自主研发、“定制化柔性制造”的模式,为客户提供涂料、特种油墨等多类别系统化解决方案。上海新阳专注于半导体行业所需功能性化学材料产品及应用技术的研发创新、生产制造和销售服务,产品广泛应用于集成电路制造、3D-IC先进封装、IC传统封测等领域,在半导体材料与氟碳涂料领域有广泛影响力。飞凯材料主营业务为高科技制造领域适用的屏幕显示材料、半导体材料及紫外固化材料等的研究、生产和销售。广信材料两大主营产品是PCB感光油墨、UV固化涂料,产品市占率约为10%左右,广泛应用于消费电子、汽车、家电等领域。整体而言,这类专精特新企业,与小而分散、同质化竞争、集中在建筑涂料、木器涂料等同一赛道的企业比较起来,差异化竞争如尖兵利器,傲立群雄。

受疫情、环保政策、国际形势等因素影响,2020年下半年以来至今,原材料价格飙涨,涂料承压较大,不少涂料企业增长乏力利润微薄,甚至处在悬崖边缘。但从细分产品市场属于制造业核心工艺、关键材料,或属于产业链供应链关键环节及关键领域“补短板”产品,则获得了政策、资本及市场的“宠爱”与“关照”。明年的中国100强涂料企业排行榜,专精特新企业或将拥有更多席位。

(中外涂料网)

陶瓷卫浴行业的现状与展望

进入高质量发展赛道

中国陶瓷工业协会发布的《2020年我国陶瓷行业发展情况》中指出,2020年1到10月,全国建筑陶瓷企业1094家,比2019年的1160家减少66家;亏损企业数量178家,比2019年增加3家。此外,2020年约有70家企业处于完全停产状态。据不完全统计,2017到2020年间,185家企业消失,381条生产线报废。

看似触目惊心的数字背后,是产业两极分化后品牌集中度的进一步提高。伴随着环保、资金、疫情管控等多重压力,中小陶瓷卫浴企业面临生存危机,加速洗牌;而在品牌红利下,大型陶瓷卫浴企业稳步向前、扩张产能。据悉,近两年唯美、诺贝尔、蒙娜丽莎、新明珠、欧神诺、金意陶等多家企业都不同程度地加大了生产力度,陶瓷卫浴行业朝着高质量发展、高质量竞争不断前进。

价格上扬与进出口紧张

2020年由于钛白粉、LNG等陶瓷原料和能源涨价,陶瓷卫浴产品出现持续性的价格上涨。及至年底,山东LNG到货价已涨至8000元/吨,折算至每立方米价格,气价高达5.5元/立方米。

去年以来,江西、广东等地企业陆续发布涨价通知,上调出厂价格的产品包含仿古砖、外墙砖、小地砖、瓷片等产品。随后,山东、湖北、河南、安徽、陕西、甘肃等地的陶瓷企业陆续跟涨。去年年底以来,多地再掀新一轮瓷砖涨价潮,上涨幅度较此前更大。涨幅较小的300毫米×600毫米瓷片,以及400毫米×800毫米中板等小规格产品,普遍上涨0.1-0.2元/片,800毫米×800毫米、600毫米×200毫米等较大规格瓷砖产品上涨0.3-0.5元/片,涨幅最大的为广东岩板产品,各类规格岩板上涨5-10元/平方米。

同时,2020年陶瓷行业的进出口受到影响。根据海关统计数据,2020年1-6月,我国陶瓷砖出口16.46亿美

发生炉271座,使用天然气陶瓷企业由17家增加至74家,5家正在改造,19家永久退出,淘汰落后生产线28条,日供气量从30万立方米提高到270万立方米。

资本市场动作频繁

2020年,资本市场对陶瓷卫浴行业也愈加青睐,其中,影响较大的事件有以下几个。

3月,海鸥住工以不超过7600万元的受让价格收购冠军建材所辖益陶瓷(中国)有限公司股权,合计取得目标公司不低于56.54%股权。

4月,碧桂园创投分别认购蒙娜丽莎、蒙娜丽莎、惠达卫浴各不超过5亿元股权,后续因证监会未通过并购方案全部取消;世茂集团与红星美凯龙携手成立合资公司,打通从新房批量家装、交付定制装修、二手房翻新等新周期服务,形成融合地产+家装+社区服务的新布局。

5月,宝能智能家居及装配式建筑产业园项目在安徽马鞍山雨山区正式签约;碧桂园和保利发展共同宣布,碧桂园创投和保利发展将发起设立一支规模50亿元人民币、首期10亿元人民币的“房地产产业链赋能基金”,主要聚焦房地产产业链上下游。

12月,碧桂园创投拟认购蒙娜丽莎广西桂蒙公司新增注册资本6242万元,剩余部分计入资本公积。增资完成后,蒙娜丽莎持有其86.5%的股权,碧桂园创投持有其13.5%的股权;随后,蒙娜丽莎董事会审议通过了《关于签署股权收购框架协议的议案》,以支付现金的方式受让普京陶瓷持有的至美善德股权并成为至美善德的控股股东,同意公司与普京陶瓷、自然人冼伟泰签署《股权收购框架协议》。

总而言之,2020年并购、股权转让、资本注入等动作在陶瓷卫浴行业频频发生,强者恒强的局面不断巩固。

岩板生产线井喷

在产品品类上,2020年最受关注的陶瓷卫浴产品当属岩板。

2018年,国内仅拥有7条生产1200毫米×2400毫米规格以上的相关生产线,2019年增至21条。而截至目前,国内岩板生产线已超过百条。

与此同时,岩板配套产业蓬勃发展。岩板生产设备、加工设备目前供不应求,不少企业已排产至2021年年底。据公开消息,截至2020年9月底国内登记注册的岩板加工企业总数已达162家。不过岩板行业的急速爆发,也带来了不少问题。比如岩板跨界资源链接的问题、岩板深加工的痛点以及岩板渠道的拓展等等。

此外,陶瓷卫浴行业也出现线上营销的热潮。当前,环保、产品、服务、渠道、资本和市场等诸多因素正在行业内交融碰撞,陶瓷卫浴行业只有迎难而上,不断孕育新机,才能走得稳健更远。

(宗和)