



杜绝水泥行业恶性竞争，企业要有清醒认识

■ 张宁

受地产投资持续探底、基建投资放缓等因素的影响，国内水泥行业迎来“生死劫”。

对比近年数据可以看到，国内水泥行业正面临着市场需求持续下降、行业产能利用率逐年下滑、水泥价格大幅下跌、销售收入及利润总额连年腰斩的危局。

具体来看，2021年全国规模以上企业累计水泥产量约23.8亿吨，2022年降至21.3亿吨，2023年降至20.2亿吨，较上年同期下降4.5%，较2014年峰值减少19%；2024年上半年水泥需求延续前两年的下滑走势，2024年上半年全国水泥产量8.5亿吨，同比下降10%。

2021—2023年我国水泥熟料产能利用率分别为74.3%、66.4%、59.0%；2024年上半年全国水泥库存仍然持续高位运行，产能过剩矛盾更加突出，产能利用率不到50%。

2021—2022年，全国水泥市场平均价格维持在423元/吨以上，2023年跌至394元/吨，同比下跌15%，2024年上半年水泥价格进一步跌至367元/吨，同比下跌13%。

全国水泥行业销售收入从2021年的1.08万亿元萎缩至2023年的7400多亿元；水泥行业利润总额则从2020年的1800亿元一路上连续腰斩，直至亏损。2024

年上半年，全国规模以上水泥行业亏损11.5亿元，企业亏损面超过50%，是水泥行业历史上同期首次出现整体亏损。

水泥行业效益大幅下降，水泥企业利润骤降。已公告2024年上半年盈利预告的企业中，盈利排名靠前的三家企业：塔牌集团净利润2.19—2.43亿元，同比减少50%—55%；华润建材净利润1.9亿元，同比减少65%—75%；上峰水泥净利润1.6—1.8亿元，同比减少66.13%—69.89%。

亏损较多的企业中，天山股份亏损29—35亿元；亚泰集团亏损8.0—9.5亿元；冀东水泥亏损7.4—8.7亿元，亏损面同比扩大；金隅集团亏损7.5—9.5亿元，同比减少28%—33%。

水泥行业需求断崖式下跌，供给端产能过剩矛盾更加突出，水泥市场供需严重失衡的情况下，水泥企业本应加强供给侧管控，切实做到“量减利不减”或“量减利增”，追求有质量的经营、有效益的发展，降低生产和消耗强度，减少无效供给。但实际上，恰恰与之相反，部分企业“量本利”的经营思维没有转变，低价抢量愈演愈烈；部分企业借产能置换之名，行扩大产能之实，很多僵尸产能“复活”，需求下滑却一直在隐秘扩大生产；部分企业唯“份额”论，不远千里销售低价水泥，跨区域销售之下的“地盘战”充斥各个区域。扭曲的市场竞争关系，让水泥行业陷入“价格战”

恶性竞争、行业严重内卷、亏损面不断扩大的恶性循环。

中共中央政治局7月30日召开会议提出，要强化行业自律，防止“内卷式”恶性竞争；强化市场优胜劣汰机制，畅通落后低效能退出渠道。中共中央政治局的这一提法，将水泥行业“保价、稳价、恢复合理价格，杜绝‘内卷式’恶性竞争”的呼声推上了顶点。

“内卷式”恶性竞争，最典型的行為就是价格战，最终导致全行业亏损。近两年水泥行业利润持续下滑，一些水泥企业只顾眼前利益，为争取订单和市场份额，大打价格战。今年6月以来，全国多数区域水泥价格呈现出企稳复苏态势，但稳市复价的基础仍不牢固，破坏行业生态建设的干扰因素阶段性反复出现。

“只要量不要价”“100吨返利”“限时特价”……如此激烈的价格战令各区域水泥价格跌至冰点，本就不多的利润大幅下滑。

企业是市场主体，杜绝“内卷式”恶性竞争，水泥企业要有清醒的认识：恶性竞争中没有最终胜利者。价格战是一种“自杀式”行为，“覆巢之下焉有完卵”，一个行业垮掉了，没有哪个企业能够幸免。

上世纪90年代初，小天鹅、长虹、TCL、康佳、新飞、春兰、容声、科龙等一批中国家电品牌崛起，它们通过价格优

势在国内市场占据一席之地。但在随后惨烈的价格战中，商家不得不降低产品质量来平衡成本，后来这些品牌大多逐渐在市场竞争中销声匿迹或一落千丈。

中国摩托车曾在越南占据很大市场份额，后来国内摩托车企业竞相压价、恶性竞争，产品质量却跟不上，最终失去了在越南等东南亚市场的地位。

水泥价格战，与家电价格战、汽车价格战、光伏价格战一样，都属于“内卷式”恶性竞争。这种恶性竞争是在存量竞争中破坏市场规则、打压竞争对手，不仅会侵害消费者利益，还会阻碍市场竞争和经济修复。

通过降价来降低库存是企业的一种市场策略和生存之道，但这不会提高企业的竞争力。熊彼特的经济周期理论告诉我们，企业最重要的是在供给端突破，提高技术创新能力，通过技术创新降低价格，节约消费者剩余，创造新需求。要在同质化市场竞争中突出重围，企业需要增强自身的核心优势，通过技术创新、进行差异化和细分领域的竞争，从低质低价向高质高价转变，而不是打价格战。

近年来，宇通客车在欧洲市场与奔驰等知名汽车品牌的价格相当，这说明产品实现高端化，价格也能够相应提高。

改善行业生态和竞争生态，水泥企业应思考如何做细分领域的头部企业，实现从红海到蓝海的良性竞争。例如，

通过低碳转型，让具有技术含量的低碳水泥更有市场，引导低碳水泥产品优质优价；水泥行业推动低碳减碳产业链协同发展，让企业获得利润。

走出去产能困境，避免“内卷式”恶性竞争，日本水泥行业的经验和做法具有较强的借鉴意义。在1990年需求见顶回落，日本水泥行业经历了超过30年的调整期，从需求高峰期的8600万吨左右，到如今的3500万吨左右，市场需求大幅下滑的情况下，日本水泥行业的利润率却从1990—2000年平均3.4%上升到2001—2021年平均4.4%。

日本政府和水泥企业的相继发力是日本水泥行业去产能取得较好效果的关键：日本政府通过出台相关政策，明确各企业需削减的产能配额并引入货币补贴措施；大企业间推动以协同提效、在竞争中领先和存活为主要目的的并购；在市场需求长期下行、水泥企业盈利预期悲观的情况下，日本出现了大企业间以增强市场控制力、推动寡头格局形成为主要目的的并购。“寡头主导+少量小企业跟随”的格局形成，为后续企业主动去产能的顺利进行奠定了基础。

理性去产能需要水泥企业积极参与到行业自律以及错峰生产中，同时过剩产能需要有效有回报的退出，避免形成价格竞争，使水泥价格回升，维持在较高水平，才能保持行业良性持续发展。■

上接》01版

风光新能源发展方向与风险防控研讨会 在京召开



央企，在该领域能够发挥科技创新、产业控制、安全支撑方面的作用。近段时间以来，风光新能源行业在经历一个时期的快速发展之后，进入了全行业的调整阵痛期，在这个关键时期，国投委将聚焦风光新能源领域，做好行业的先进经验交流，搭建业务合作的平台，面向社会吸引社会企业参与风光新能源的技术创新、产业链整合、数字化转型，积极拓展多能互补、碳汇资源等业务，引导促进风光新能源行业的高质量发展。

中国低碳城市战略研究院副院长刘军详细介绍了风光新能源与源网荷储一体化技术发展及市场情况。源网荷储技术是一种新型的电力系统解决方案，在范围上，不仅适用于城市电力系统，还可应用于农村、偏远地区等分散式电力系统，具有广阔的市场前景和推广价值。近年来，中国在源网荷储技术方面取得了显著进展，众多企业、研究机构积极参与相关技术的研发和应用。政府也给予了大力支持，推动源网荷储技术的快速发展。但要注意，其仍存在技术标准不统一、市场推广难度大、成本压力等

挑战，此外，随着市场竞争加剧，厂商之间的价格战也将对市场造成一定影响。

应急管理部信息研究院产业经济部主任张艺腾就“能源企业应急安全体系建设”给出包括风电、光电企业需转变认识，主动抓牢安全生产第一责任人职责、进一步加强应急安全体系的概念设计理解等五点建议。

国务院原国有资产监督管理委员会主任李晓南在谈及统筹兼顾实现我国新能源产业高质量发展的重要性时指出，风光新能源产业高质量发展意义十分重大，市场空间也很大，是加快建设现代化产业体系的重要内容，也是实现双碳目标的重要举措。但在看到风光新能源产业发展取得的成绩时也不能忽视其面临的挑战。李晓南在研讨会上深入剖析了风光新能源当前面临的十大挑战，并分析了风光新能源产业高质量发展需要把握的八大趋势和八个坚持。

诚通基金管理有限公司研究规划部总经理张金鑫针对光伏产业的产能过剩情况作出了深入分析。他指出，中国光伏行业确实存在一定阶段性和结构性过

剩风险，但总体属于行业发展正常范围。在光伏产业发展上，目前中国光伏企业具备较大竞争优势，并在化解产能过剩上积累了包括扩内需稳外贸、加强宏观调控和行业管理等六大中国经验。对于进一步应对产能过剩，张金鑫也给出建议：政策层面上，应鼓励产业整合、企业出海、技术创新并主动制定出口配额政策；企业层面上，需持续关注政策环境的变化并尽早谋划全球生产布局。

内蒙古自治区商务厅投资合作协调处副处长鲍海峰详细介绍了内蒙古新能源装备产业发展趋势。在发展新能源产业上，内蒙古资源禀赋优越，产业优势明显，同时政策环境亦浓厚。接下来，内蒙古将持续深化产业投资合作，布局新能源产业链，力争2025年新能源装机规模达15亿千瓦以上。

北京市西城区发改委副主任刘毅在“促进绿色高质量发展，推动绿色楼宇和零碳校园建设”主题演讲中表示，西城区作为首都功能核心区，实施绿色北京战略，推动产业结构调整、污染治理、生态保护和应对气候变化，以实现经济社会发展全面绿色转型和生态环境质量持续改善。

中车青岛四方车辆研究所有限公司新能源业务部副部长马晓霆、中车山东风电有限公司研究院副院长田家彬分别分享了中国中车集团光伏技术创新发展情况和中车风电技术创新发展情况。

本次研讨会由中车山东风电有限公司副总经理吴树梁、企业观察报社副总编辑肖强主持。

本次风光新能源发展方向与风险防控研讨会的成功举办，不仅为我国新能源产业的未来发展提供了宝贵的智力支持，也为全球能源转型和应对气候变化贡献了中国智慧和中国方案。■

北京工商消费提示



餐饮消费提示

一是选择正规餐饮服务单位。无论是外出就餐、网络订餐，都应选择持有有效《食品经营许可证》、卫生条件好、卫生设施齐全的餐饮服务单位。对于网络订餐，应详细查看商家的证照信息，选择有《食品经营许可证》的餐饮服务单位，避免网购高风险食品。

二是注意食品新鲜与安全。在外出就餐时，应拒绝食用感官性状异常、未烧熟煮透的食物。网络订餐时，收到外卖后要注意检查包装是否完好，及时食用，避免食用存放时间过长的食物。

三是抵制餐饮浪费。消费者应增强节约意识，科学点餐，理性消费，吃多少点多少，提倡使用公筷公勺，鼓励分餐。餐厅服务人员应主动提醒顾客适量点餐，避免浪费。

四是注意特殊饮食要求。对于特殊人群，如免疫力低下的人群，应尽量避免食用剩饭剩菜。若食用后出现不适，应尽快就医。

五是选择合适的餐饮服务。在外就餐时，应避免暴饮暴食、过量饮酒，以免引发胃肠道疾病。

通过遵循这些提示，消费者可以在享受美食的同时，也保障自己和家人的健康与安全。