

供应链产业链短板待补齐——

农机市场进入深度调整期

本报记者 刘 慧

产业聚焦

今年国内农机行业总体呈现良好运行态势,农机市场呈现强者愈强、弱者愈弱的新特点,一些大企业乘风破浪、不断进取,而小企业退市频发,农机产业集中度不断提高、品牌影响力持续提升。然而,国内农机产业链供应链安全仍面临较为严峻的挑战,今后农机行业还需想方设法强化产业链供应链建设,推动农机产业真正做大做强。

行业机遇与风险并存

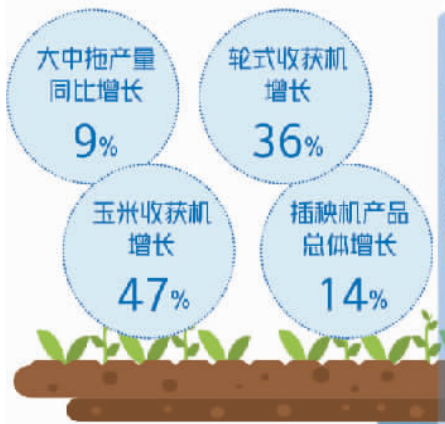
日前苏州久富农业机械有限公司二期厂房正式投产,全喂入水稻联合收割机已经下线并小批量投放市场,这意味着久富开始从插秧机向收割机进军。

当前国内农机行业已经进入存量竞争时代。久富已在插秧机行业取得了不错的成绩,正在试水产品多元化发展道路,希望在更大范围满足消费者多样化需求,形成优势互补、分散风险、发掘潜能的整体优势。作为收割机市场的新晋者,久富面对沃得、雷沃、久保田等强大的竞争对手如何胜出?“我们将利用已经建立起来的成熟的插秧机销售渠道和品牌美誉度,在水稻收割机市场打开一片新天地。”苏州久富农业机械有限公司董事长徐正华说。

久富开拓水稻联合收割机市场面临着较好的发展机遇。在土地规模化、投资需求以及农机补贴政策推动下,今年农机行业总体运行良好。据中国农业机械工业协会统计,截至9月份,农机骨干企业业务收入同比增长10.87%,规模以上企业业务收入增长好于去年,其中,大中拖产量同比增长9%,轮式收获机增长36%,玉米收获机增长47%,插秧机产品总体增长14%,压捆机增长22%,行业呈现多点开花的局面。

中国农业机械流通协会秘书处总监张华光认为,我国传统农机市场正处于深度调整期,小众市场尚处于孕育期。转型形成的“空窗期”决定了农机市场将经历一个较长时间的低速运行阶段。拖拉机、粮食作物收获机、播种机等传统农机市场虽然销量有所增长,但农机企业赢利模式僵化、缺乏创新,

截至9月
农机骨干企业业务收入
同比增长10.87%



经营理念仍然停留在增量时代。在低速运行的市场常态下,企业间的竞争将更为激烈。

原料上涨引发马太效应

今年农机行业遭遇的最大变数是原材料价格大幅上涨,这不仅影响了农机市场需求走势,也加剧了市场竞争。原材料价格的大幅上涨直接带动产品成本大幅增长,摊薄了企业利润。多数企业虽然相应提高了农机销售价格,但价格上涨的幅度远远无法消化原材料价格上涨带来制造成本的大幅度攀升,许多企业销量增长利润却下滑。

面对原材料价格上涨,国内农机制造企业表现分化。一些小企业难以承受原材料价格上涨导致成本上升的巨大压力,陷入提价失去价格竞争优势、维持原价则大量损失利润甚至亏损的两难境地,靠低价生存的小品牌不得不弃市而去。而知名品牌企业受原材料价格上涨负面影响较小,一方面是因为多数大企业赶在涨价之前就备足了原材料,另一方面知名品牌企业趁机的多个细分市场发力,抢占市场。上半年出现了大品牌农机企业同比大幅增长,

集中度提高,小品牌全线溃退的格局。“原材料价格上涨引发马太效应,强者愈强、弱者更弱。”张华光说。

农机市场的竞争归根结底是产品品质的竞争。久富在插秧机市场的崛起,沃得称雄履带式谷物联合收获机,英虎独霸玉米收获机市场,顺邦、天朗饲料打包机突飞猛进,德邦大为在播种机市场迅猛发展,都是依靠产品品质占据市场高地。

记者在各地采访中了解到,现在农户购买农机更加重视产品的质量和品牌美誉度。中国农业机械流通协会抽样调查显示,在用户购买决策过程中关注的各类因素里,品牌关注度达90.45%,这也是近年来农机制造业强势品牌愈发强大的主要原因。

强化供应链产业链安全

今年虽然农机行业总体形势较好,但受原材料价格上涨、限电以及国际贸易环境等各种因素叠加影响,农机行业面临着较为严峻的产业链供应链安全。

对农机制造企业来说,拥有强大的零部

件自制能力,在一定程度上能够确保产业链供应链安全。目前国内做得比较好的企业基本都拥有比较强大的自制能力,自制深度均超过50%。如在收获机市场占据一半市场的沃得,除了发动机、轴承、链条、胶带、履带、滤清器等零部件外,大部分零部件几乎全部实现自制。业内人士认为,零部件实现自制,关键是能确保零部件质量,从而确保整机质量。

然而,我国农机工业处于全球产业链中低端,国内知名品牌企业的发动机、传统系统和液压系统等核心零部件相当多依靠进口,这成为影响国内农机行业产业链供应链安全的重要因素。

专家认为,要立足农机产业链供应链自主可控,着力补齐短板、锻造长板,打造培育具有生态主导力的产业链“链主”企业,推动大企业做大做强、中小企业做专做精,集中力量攻克重要农机装备短板。持续加大农机装备研发投入,鼓励科研院所、高校和制造企业组建创新联合体,促进优势互补、资源共享。继续加强农机人才培育,培养机械化、智能化复合型人才。

“十四五”规划纲要明确提出,发展壮大城市群和都市圈。进一步增强城市群和都市圈(以下简称“群圈”)综合承载能力,率先打造成为高质量发展的增长极和动力源,对于推进新型城镇化进程、建设强大国内市场、推动高质量发展、构建新发展格局具有关键作用。

发展壮大城市群和都市圈有利于支撑农业转移人口市民化稳步推进。群圈区域由于发展水平高、就业机会多、包容空间大,成为吸纳农业转移人口的主载体,有利于促进资源集约利用和生态环境保护,有利于培育现代化国际化特色化城市,有利于提升城市治理体系和治理能力现代化水平。

我国群圈发展总体上仍处于培育成长阶段,群圈区域目前已经或正在成为承载人口和经济的主要载体,未来在挖潜提升综合承载能力上仍有很大空间。除个别群圈资源环境压力较大之外,多数群圈资源环境承载力远未饱和,进一步集聚产业和人口的潜力较大;群圈区域空间范围广、人口规模大、城市数量多,不同群圈相互间空间结构差别大,群圈内空间差异明显、布局不均衡、结构不合理特征明显,优化群圈空间布局、进一步提升承载能力的空间巨大;群圈区域产业基础好、产业链群发达,新产业新业态的迅猛发展加快了产业基础高级化和产业链现代化,推动产业结构重组和产业竞争格局重塑,进而显著增强群圈综合承载能力。

未来,需从五方面推动城市群和都市圈建设成为高质量发展的增长极和动力源:一是协同加强传统和新型基础设施建设提档升级,夯实群圈高质量发展的硬件基础。优化提升交通、能源、水利等传统基础设施的结构、技术和布局,加快利用新技术赋能提升基础设施智能化绿色化水平。二是统筹推进基本和非基本公共服务体系建设,营造群圈高质量发展的软件环境。加强科技教育、医疗卫生、文化体育等基本公共服务体系建设,提高供给水平和均等化程度。三是加快实施碳达峰和碳中和目标应对行动,强化群圈高质量发展的绿色支撑。加强能源、工业、交通、建筑等重点行业降污减碳协同推动,明确分行业分领域碳达峰时序安排和任务分解。加大减碳负研发投入和人才培养,推广近零碳排放企业、园区和社区先进模式。四是全面提升对内和对外开放水平能级,拓展群圈高质量发展的腹地空间。加强群圈发展与重大区域战略对接,促进群圈间及群圈内分工协作和优势互补,发挥技术、资本和人才优势,提升集聚辐射的层级和效益。五是融通推动科技创新和制度创新,激发群圈高质量发展的持续动力。瞄准卡脖子核心技术和主导产品,整合优势项目、机构和人才集中攻关,力争实现重点领域自主创新取得实质性突破。

(作者系中国宏观经济研究院国土开发与地区经济研究所所长,研究员)

高国力

业界点睛

中国声谷亮相2021世界制造业大会

以平台力量助力制造变革新生态

创新驱动,数字赋能,携手全球制造业高质量发展。11月19日,2021世界制造业大会在安徽省合肥市滨湖国际会展中心隆重开幕。本届大会,中国声谷组织基地企业积极参展,汇聚了一系列智能制造创新成果、细分领域解决方案、产业平台合作品牌及服务推荐集中“亮相”。彰显中国声谷人工智能创新硬实力,展现产业平台服务基地企业取得的“高能”成就。

平台战略,助企业打造累累硕果

搭平台,让产业发展跑出“加速度”,让企业研发结出新“硕果”。截至目前,中国声谷已先后建设各类产业公共技术平台和服务平台达18个,2021年人工智能开放平台累计终端用户数突破33.2亿;2020年,类脑智能开放平台汇聚180项全球领先的工程算法及150项高价值数据集;中国声谷产品公共展示营销平台在全国建成50余家智能产品体验店。

本届大会,中国声谷携基地企业——推想医疗、方正北斗、鼎富智能、杜威智能、安徽宝信、太泽透平、科大乾延、博天亚集团、源泽科技、炬视科技、陆零壹科技等分别展示了肺部疾病AI辅助筛查解决方案、高速扫描仪、智能客服、医院病房正负压智能转换控制系统、FaceHub智慧屏、CAE正向设计软件、人工智能会议平台、植物型灭火剂、AI智能热成像测温设备、智能分析盒等智能软硬件产品;并突出展示中国声谷制造中心产业服务平台运营情况。

值得一提的是,中国声谷制造中心、智能营销平台和ITAI适配平台皆由陆零壹科技承建和运营。其中,制造中心在安徽省出台中国声谷专项政策的支持下,已于2018年12月建成并投入使用,建设规模3000平方米,拥有三条组装线(包括一条智能产品生产线、两条信创产品生产线)和一条包装线。得益于中国声谷强大的科技品牌效应、多元的品类覆盖、创新的政策支持,这些平台已成为中国声谷扶持中小企业做大做强的重要载体,不断助力中国声谷智能产品的创新研发、市场推广与应用。

资源整合,赋能行业发展新支撑

结合行业发展需求,发挥平台驱动力量,助推产业持续振兴。中国声谷创新打造的各大服务平台在与企业、行业、产业合作中高度体现了“新路径、新格局、新成就”——中国声谷制造中心自建成落地以来,打破传统工厂的经营思维,运用创新管理模式,打造一批思维灵活、技术先进的制造精英;并与更多园区企业加强沟通合作,扩大制造服务品类覆盖,更大程度上满足了园区企业多元化的制造需求,让制造平台的价值发挥更大作用。截至2021年9月底,中国声谷制造中心累计服务园区企业360家,累计下线产品355万套。

平台发展如火如荼,产业布局升级迭代。中国声谷营销平台将线上平台和线下实体店的供应链、仓储、数据打通,形成线上线下一体化管理,构建商业闭环;在智能产品全渠道零售领域推出“线上营销+门店体验+渠道销售”多维一体的创新商业模式。截至目前,营销平台在京东、天猫、唯品会等建成了9家旗舰店,助力园区企业产品销售推广,线下于全国范围内部署建设智能产品体验店,并搭建了在华中4省份的渠道体系,真正实现全网式体验营销。2021年1月至9月底,营销平台销售产品750余万套,带动产值突破6700万元;预计2021年底,营销平台将实现全年带动产值突破1亿元。

一组组生动亮眼的数据,使产业平台可持续发展成为现实。从模式探索、体系构建到成熟运营,这些产业平台已经为园区企业提供了一站式产销及适配服务,成为中国声谷完善“AI+AK”生态链的有力支撑。

创新引领,构筑世界产业地标

世界制造业大会历经三载,已成为展示先进制造业杰出成果的舞台,

成为行业内交流思想、碰撞智慧、凝聚共识的盛会。2021世界制造业大会是一次对中国声谷产业平台促进产业高质量发展的进阶式认识——了解产业平台的开创性实践和精细化服务,以“新模式”撬动“大合作”、赋能“产业化”。

本届大会以“创新驱动,数字赋能,携手全球制造业高质量发展”为主题,采用线上线下结合形式举办。中国声谷汇集一系列智能软硬件产品参展,为参会者带来更多智享好物,体验前沿科创力量,感受世界制造,共享幸福生活。

作为首批国家先进制造业集群——中国声谷将围绕“AI+AK”两大战略主导产业,进一步创新发展模式,推进集群建设,促使更多“科技之花”结出“产业之果”,为打造世界产业地标发挥源源动力。

(数据来源:中国声谷)

