“神工奖”遭冷遇的背后

□ 特约记者 / 韩文干

在汽车产业的发展带动下，我国锻造业取得突飞猛进的发展，从传统的铸锻业中分离出来，成为重要的基础制造业之一。作为中国锻压协会最具代表性的活动之一，中国国际金属成形展览会“神工奖”优质锻件毛坯评奖活动，因其不仅能较好地反映企业的技术水平，而且通过参展企业数量、规模、展品方向等能真实反映出市场变化脉络和行业发展趋势，而受到国内外锻造企业的广泛关注和积极参与。但中国锻协公开的资料表明，2014年9月份举办的第九届“神工奖”优质零部件评选活动企业的参与度降低，参展的锻件数量与2013年相比减少了近34%。究竟是什么原因挫伤了锻造企业参评“神工奖”的积极性？又是什么原因让他们打消了参展的念头？

伴随企业和行业走过辉煌的“神工奖”

1.高歌猛进的需求增长拉动锻造业的快速发展

改革开放以来，特别是“十一五”期间，我国汽车、工程机械、农机、铁路、风电、核电等锻件生产企业迎来了难得的发展机遇：一是下游产业出现跨越式发展；二是越来越高的相关锻件国产化率为锻件市场提供了广阔的空间；三是其他国家的零部件商到中国采购锻件，为锻造业整体增加提供了新的发展机会。数据显示，2001年我国汽车销量为234万辆，10年后的2010年销量首次超过1 800万辆，跃居全球之首。工程机械中代表性产品挖掘机2002年销量达到17 811台，2010年达到16.5万台，农机产品中的大轮拖基本上是从无到有，2010年达到12.6万台。在市场需求的迅猛增长的环境下，我国锻件产量由2001年的270万t猛增到2010年的1 022万t，其中模锻件产量由2002年的100多万吨狂飙至690万t，加速了我国锻造分支从传统的铸锻业中脱颖而出，成为单独的基础性行业之一。

2.让中国锻造业引以为荣的“神工奖”

从服务企业、引导发展、展示形象、反映实力等出发点考虑，中国锻协一直注重发挥行业协会引领作用，旨在推动中国锻件企业的发展，切实做到为企业谋福利、创发展的锻件产品展应运而生。因为其符合广大企业要求发展的迫切愿望，所以得到这些企业的响应与积极参与。2002年9月17日，第一届“神工奖”暨优质金属成形零部件评选时，来自奥地利、德国、意大利、俄罗斯、瑞典、瑞士、中国内地和香港以及中国台湾等10个国家和地区的近140家锻压厂商参加了展出。尤其值得一提的是，一些地方行业协会也表现出极大的热情，纷纷组团参加。例如，上海市锻造协会组织上海展团28家，重庆锻造行业协会组织重庆展团18家，河南省铸锻工业协会组织河南展团10家，无锡锻压协会组织无锡展团7家等等。10年后的2011年“神工奖”优质零部件评选活动中，40家企业的101件产品参与角逐，把参展积极性表现得淋漓尽致。经评审组严格评审，共有37家企业的60件展品获得优质奖，16家企业的24件展品获得表扬奖。相关企业都希望通过展品获得代表中国锻造最高荣誉的“神工奖”，在展示企业自身

装备、技术、管理等综合实力的同时，赢得更多的市场机会和产品订单。中国锻协则希望越来越多企业的参与、越来越多代表行业发展趋势的产品获“神工奖”，加速中国锻造业的全球化进程。从这个意义上讲，“神工奖”的评选已经被赋予了太多希望和使命。

挑战，锻造业回避不了的命题

1.“十二五”，零部件的转折点

汽车锻件市场是锻造业最重要的市场之一，而商用车锻件需求又是汽车锻件极其重要的部分。重型载货车承担着商用车85%以上的贡献度，表明重型载货车市场的变化将直接影响到商用车的格局，而在重型载货车市场中，重型载货车作为一支最重要的力量，代表着一个国家的综合制造能力及技术水平。2010年，重型载货车以强大的产销规模在商用车占比中曾达到23.5%，但进入“十二五”后，经历了总体快速发展阶段后的重型载货车，在国家政策导向等环境变化下开始明显出现回落：2011年产销88万辆，同比减少15.4%；2012年产销63万辆，同比再减28.1%；2013年虽增加至73万辆，仍远未达到2010年水平；2014年前9个月生产58 8797辆，同比仅增5.58%。工程机械中的代表性产品挖掘机走势基本与重型载货车一致，2010年行业产销规模突破16.5万台后，2012年销量为115 583台，同比下滑34.91%。2014年1～9月，挖掘机总销售量同比下降15%。在汽车、工程机械等主机产品冲击高点后到次第回落的严峻形势下，零部件企业自然难以独善其身，紧跟并适应主机装机变化成为零部件企业的新选择。

2.不断增加的产能与市场需求的差距

建国以来到改革开放前期，我国锻造企业严格按照计划经济条件下布局，以满足集团和区域锻件需求为己任，但随着市场需求的快速提升，原有格局发生了深刻变化。

一是原有锻造企业“扩容”，2005年1月8日，原东风有限商用车公司锻造厂和湖北神力锻造有限责任公司改制成为东风锻造有限公司；2006年3月20日，由中国第一汽车集团和印度巴勒特锻造有限公司合资组建的一汽巴勒特锻造（长春）有限公司在长春正式挂牌成立。

二是新介入者成为锻造业壮大的支撑力量。例如江苏森威精锻有限公司是由江苏森威集团与中国万向集团通联创业投资股份有限公司于2006年出资设立的锻造公司；筹建于2011年3月的山西舜达锻造股份有限公司，注册资金33 684.21万元，规划建成后主要产品有汽车前轴、转向节、曲轴、连杆、煤机刮板、石油阀体等，锻件年生产能力10万t，成为国内举足轻重的锻造企业；始建于2010年的山西豪钢锻造有限公司2011年7月6日正式投产后，致力于打造中国一流的重型汽车前轴、转向节、曲轴和煤机锻件生产基地，成为“一个锻压技术国内领先的企业”。事实上，在2000年左右成立的锻造公司俯拾皆是，很大程度都是当时旺盛市场需求下的产物。

三是一些锻件加工单位纷纷涉足锻造业，成为我国锻造的新生力量，例如文登天润曲轴公司的恒润锻造、桂林福达公司的福达重工锻造等。数据表明，单在投入巨大的万吨锻压生产线项目上，2010年后就新增200万件以上的产能，目前，国内万吨线产能不仅能充分满足国内市场需求，而且能够满足全世界相关产品的需求。在市场需求回落的情况下，这些已经形成的产能如何有效释放已成为每个企业必须面对和破解的首选。

冬天来了，春天还远吗?

1.生存取代发展成为锻造企业第一要务

为了解行业运行情况与发展趋势，中国锻协针对34家模锻零部件企业进行问卷调查，问卷涉及国家经济形势、销售额情况、出口情况、产品价格、技术工数量、原材料价格、市场需求7项内容。日前其发布的《模锻行业2014年上半年现状与下半年发展趋势调查报告》显示，多数企业认为国家经济形势会保持现状，相信国家经济形势能够立足现状平稳发展，但同质低价竞争现象严重，市场竞争激烈。

报告显示，2014年上半年41.18%的企业同比持平，5.88%的企业销售额下降；市场过度竞争直接带来“血拼价格”，62.5%的企业同比降低，64.29%的企业环比降低；80%以上的企业反映40Cr、42CrMo价格同比、环比都下降，大部分企业认为齿轮钢、不锈钢的价格同比、环比都降低，水涨船高的逆袭将会使企业生存面临更大挑

战。基于对前期经营状况的分析，60%以上的企业预测汽车行业、航空航天、轨道交通对模锻件的需求有所增加，但对其余领域模锻件的需求并不十分乐观。

在这种严峻的形势下，越来越多的锻造企业深刻地感受到来自市场的压力。作为传统意义上典型的锻造企业，富成锻造有限责任公司2010年实现营业收入46 581.82 万元，净利润791.9 万元；2013年实现营业收入32 064.05万元，净利润－1305.48万元，业绩出现下滑使国内重车市场竞争日趋激烈，导致产品毛利下降。2014年5月27日，山西舜达锻造股份有限公司发布《山西舜达锻造股份有限公司关于寻求战略合作伙伴或整体转让的公告》，面向全国诚恳寻求战略合作伙伴，希望有意向者对公司进行整体收购，使兴建不久的企业走上健康发展道路。

2.锻造业的自我挑战与创新

为了实现变化环境下的发展，一些有远见的锻造企业把自发的求新求变作为自己的追求，从产品结构、产业结构和市场结构上大力度进行调整。例如在2013中国国际金属成形展览会“神工奖”颁奖典礼上，展品已较往届展出现明显变化，一是采用先进工艺生产的锻件多，节材降耗成为主旋律；二是有色金属异军突起，例如，特鼎集团－鼎艺科技展出的是铝镁合金手机壳体超塑性成形，芜湖禾田公司展出了其生产的铝合金控制臂锻造，浙江黄岩江鑫锻造有限公司展品为铜锻件等；三是锻件质量大有提高，例如山东恒泰车桥有限公司前轴和文登恒润锻造有限公司大型连杆切边质量和表面质量均有较大提高，山东温岭精锻科技有限公司从动齿轮采用等温正火以确保锻件内部质量，许多企业还利用计算机数值模拟提高锻件内部质量（如力学性能、金相组织和流线等）。

2014年的锻件展及“神工奖”优质零部件评选活动中，一个最突出的现象就是，采用温锻+冷精整的锻件数量比以前有所增加，例如北京新光凯乐汽车冷成型件有限责任公司采用世界先进水平的冷镦机生产的锻件，替代了进口产品，企业连续几年新增设备扩大产能，不仅可以提高锻件精度和材料利用率，还可以有效减少机加工余量，降低制造成本，践行节能环保的绿色制造。

从中国锻协的调研报告看，大部分企业反映原材料价格呈现下降趋势，其中80%以上的企业反馈40Cr、42CrMo价格同比、环比都下降，大部分企业认为齿轮钢、不锈钢的价格同比、环比都降低。原材料价格的下降有可能直接带动产品价格的下调，为企业管理和成本控制增加难度。另外，随着我国人口红利正在消失，从缓解人工成本出发，越来越多的企业开始选择机器人来取代人工，其中的管理问题也将遇到新的更大的挑战。在外部环境由“保增长”向“调结构”发生深刻转变的大背景下，锻造企业唯有通过不断创新，科学定位产品和市场方向，不断提高管理水平，才能以独到和过硬的产品赢得生存权，才能迈过市场回落这道“坎”，才能以新的姿态再次出站在“神工奖”颁奖台。当然，要想重振“神工奖”雄风，首当其冲的，还是指导、帮助越来越的锻造企业走出泥潭走向辉煌，从这个层面而言，中国锻协要做的工作还很多，要走的路也还很漫长。

结语

反观曾辉煌无限的“神工奖”遇冷的原因，一是市场需求回落；二是产能大幅提升，经过多年建设，我国锻造产能已接近全球需求量；三是在需求与产能矛盾凸显的环境下，生存已取代发展成为主题，要求立竿见影，最大限度捕获订单，赢得赖以发展的实物量支撑成为首选；四是“神工奖”评选不能为企业带来直接效益。组织部门要认真研究企业需求，有针对性地开展工作，真正发挥好桥梁和纽带作用，促进企业发展。AME

韩文干
中国一拖集团有限公司
锻造厂主管