

补短板 疗内伤 稳增长 把建材业高质量发展引入到结构调整的主线上

——访中国建材联合会会长乔龙德

本报联合报道组

中国建筑材料联合会于8月14日召开了2020年上半年全国建材行业经济运行分析会，会长乔龙德发表了题为《站高定位 谋划未来 立足当前 抓稳增长》的讲话，对行业上半年的经济运行情况进行了分析，呼吁建材行业补齐短板，修炼内功，跟进新需求、新业态，共同努力，把今年的行业经济增长落到实处。

会后，针对当前建材行业自身定位、上半年经济形势、发展存在的难点、下半年发展方向等相关问题，乔龙德接受了《中国建材报》记者的专访，结合做好“六稳”工作、落实“六保”任务，解读行业现状，把脉发展前景。

记者：习近平总书记在7月21日主持召开的企业家座谈会中提出，“要逐步形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”。对所有行业来说，这都是一个巨大的转折点。结合这一背景，请您谈谈建材行业应如何定位？

乔龙德：当前，形成国内大循环体、国内国际国外双循环发展新格局，对整个国民经济来说是，是转型升级的一个大阵仗。越是往深里做、往新里做，难度越大。但方向和导向很明确，使大家增添了新的信心。

我国经济发展进入常态化后以后，新的增长和结构调整都显得十分艰难。经济拉动的支撑点究竟在哪？前几年虽然通过加快服务业、发展高科技高端产品、推动信息经济与产业的融合，有很大的作用，也有很明确的导向，但这在整个中国经济中的覆盖面，对产业的带动性、影响力是有限的，由此行业显得转型和增加新的增长都明显不足。

国内大循环、国内国际国外双循环的战略，能改变国内经济“虽然每年都有增长，但是增长显得吃力”的现状。特别是在如今国际形势变化、全国受到疫情严重冲击的情况下，中国经济发展必须有新的战略定位，国内大循环，包括走出去、向国外循环十分重要。这一大的战略定位，与中国进入到世界经济舞台中央，发挥更大的作用的战略完全是一致的。我认为这个举措是我国改革开放40多年以来，在每一个一定的历史阶段做出的重要决策的继承与创新。就像亚洲金融危机、世界经济危机的时候，我们国家启动内需，以满足刚性需求，把整个中国经济循环起来、拉动起来一样。

在这个大的转折面前，建材要做的事情很多。当前最重要的是解决两个问题：既要保证经济增长稳住，又要跟进新的需求、新的战略性转移进行筹划与谋划、积极应对。这两条是当前行业里共同关注、共同努力的大事，也是贯彻落实中央决策部署的头等大事。

记者：请您介绍一下建材行业上半年的经济运行情况。

乔龙德：今年上半年建材行业的经济运行情况总的归纳为：在党中央的坚强领导下，广大企业的共同努力下，今年上半年虽然受到新冠肺炎疫情的严重冲击，全行业顶住压力，采取种种措施，使损失降低到最低限度，及时恢复市场、复工复产，使损失有控、恢复有序、六稳得保、增长有望。但是形势依然非常严峻，可归纳为“7个下降”。一是产量下降，主要产品的产量基本上都是下降：其中水泥下降4.7%，商品混凝土下降2.3%，其中有5种主要的水泥制品，下降幅度在5.8%~22%，平板玻璃下降3.6%，技术玻璃下降7.7%，陶瓷砖下降5.78%，卫生瓷下降16.6%，砖下降18%，瓦下降22%，石膏板下降5.5%。；二是销售收

入同比下降 4.2%；三是利润下降 5.8%；四是出口下降 10.1%；五是进口下降 22.3%；六是产品价格，除少数例外，如混凝土和制品、防水材料、石灰、石膏、黏土和砂石等有一定增长或略有增长，其他建材产品的价格统统都是下降的；七是固定资产投资下降 8.8%。

前面讲到的石膏、石灰、防水建材这些略有增加的，都是属于小型产业。建材行业增长，关键看水泥和混凝土与制品。这两个版块每年销售收入共计 2 万多亿元，占整个建材行业收入的 45%。水泥和混凝土与制品这两块如果持续下降，其他版块都难以弥补。

总体看来，大企业处于基本持平或略有增长态势，建材全行业则整体出现下降趋势。据我了解，上半年建材行业主要大企业中利润增长的有中国建材集团；安徽海螺水泥的收入和利润，同比也有增长；北京金隅也收入下降 8.5%，利润下降 35%。从以上数据中也能看出了整个行业的经济运行动态。

记者：“7 个下降”的局面确实令人担忧。您认为这暴露出行业当前发展中的哪些问题？

乔龙德：目前的经济运行由于新冠肺炎疫情冲击，使行业雪上加霜。但最担心的问题有三个。第一个担心，就是随着新冠肺炎疫情的好转，行业新的增长点乏力且缺新的突破点。

疫情在好转，但并不代表建材行业的经济运行就马上可以好转。这个问题，往往不同程度地在认识上容易混为一谈，受冲击影响经济的产业和企业在这样说，在疫情没有来之前经济运行已经明显下滑的产业和企业也在这样说。疫情冲击对于整个行业来说，是外头撞上来的，属于“外伤”。但是“外伤”来之前，建材行业里很多产业有“内伤”。所谓“内伤”，就是产业结构和产品结构调整跟不上，开发新需求、新产品、转型跟不上，新的跟不上，原有的产品产能过剩，价格保不住、增长保不住。“外伤”是大家看得见的，现在也逐渐好转，但是“内伤”不认真分析是看不见的。在这种情况下，如果不改变发展方式、不采取措施，等到疫情过去了，不少产业和企业的经济增长依然没有新的希望，没有支撑点。我认为这是最令人担心的。

可以预计，下半年直至较长一段时间内有一部分产业会好转，有一部分产业仍然会维系现在的守望状态。因为这些企业开发新需求跟不上，传统产品又是过剩的，会造成两头不沾边。目前一部分产业的增长，是在国家为了拉动经济，将原计划后续启动的一批大项目提前开工了。受刚性需求拉动，像水泥、混凝土这些大产业随着刚性需求没有掉下去，是中央的决策拉了一把。但很多产业和产品不属于刚性需求的范畴，拉动没有它，新的需求也用不上它，两头不沾。这样的产业下一步如何稳增长，是我最担心的。

第二个担心，就是面临以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局构建与形成之中，发展方式、发展格局、发展方位和格局都会创新与改变，行业发展跟不上新的发展业态、新领域开发跟不上，不能适应新形势新需求。这是令人担忧的。

现在各行各业都在倡导发展产业链、服务链、开发新需求、信息经济、工业物联网，实现数字化、智能化。我们建材行业的链和融合点“化”在哪里？用什么来支撑？现在既缺动能，也缺方向、方位、路径、领域，还缺技术与创新。原来的行业发展靠刚性需求投资，固定资产占比高，未来新需求不再可能拉动现有功能的传统产能。即使进入大循环也必须要有新功能、新面孔，所以建材业必须要适应新需求，进行科技创新，创新发展的新领域。那么，谁来开发新领域？拓展新需求，说的人不少，做的人太少。起码大企业，科研、设计单位要率先行动起来，各个产业协会要行动起来。现在害怕的是没有悟性，只是盲目地在那里等。这是很令人担心的第二个问题。

第三个担心，是行业自身“练内功”和自律跟不上。

这几年行业市场的稳定、推动供给侧结构性改革、为稳市场、稳价格，对稳增长起了很大的作用。但是一个行业也好，一个企业也好，光守住价格从根本上是没有什么前途的。价格要在结构调整和优化中体现优质优价，当然，不顾价格只会生产和不顾效益好坏的企业是盲目

经营者。行业技术要提升，产品要开发，领域要跨界，要有新东西才能持续发展和稳增长。行业协会的作用，就是把大家组织起来开辟新领域、新增长点，还要继续推动行业自律。

“练内功”练什么？练内功也是行业自律的内容。一个市场区域里面的供需平衡，稳定价格。一个是与先进企业、先进指标对标，降低可比成本，既要把原材料、燃料降价的成本变为自己的效益，又要加强自身管理，包括流通销售领域的管理，降低成本增加效益。现在担心的一些产业在行业自律方面缺乏作为，一些企业在内部降本增效上缺乏能动。

以上三个问题是最担心的。如果跟不上，要扭转行业经济稳增长的形势仍然是很艰难的。一定不能放着“内伤”不治，把所有的问题都归结于外伤。否则，虽然“外伤”好了，但还是站不起来。

记者：盯紧“三个担心”，整体工作方向就十分明晰了。您认为下一步建材行业的主要工作是什么？

乔龙德：下一步要抓的工作也很多，最主要的有三个方面。第一个工作，要开发新需求，延长产业链，增加自身的功能，增加附加值。

光卖产品没有多大前途，即使当前经济发展稳住了，也是不可持续的，必须开发新需求。这包括两条路：一条路是现有的主要产业必须走的，通过延长产业链，增加附加值、增加功能，增加价值，增加收入，各产业、各企业应因地制宜各有选择；另外一条路，是根据新的经济增长方向，靠开发新的业态，开发新的需求实现新的增长，这一部分现在一定程度上还是未知的，是要在创新思维方式的前提下，在实践中寻找，在市场需求中寻找，在提升功能中发现与创造。

目前已经透明的新的经济增长点要抓住。一是要发展建材服务。不能光搞产品，把服务链条衍生出来，马上就能改变行业增长面貌。新需求中的其他需求要开发很难，但发展建材服务业是比较现成的，要加快建材服务链发展。二是要加快推动新兴产业的规模化、批量化，能够在应用领域有新的突破。新兴产业意味着新的市场、新的潜力、新的附加值，一定要把新兴产业的规模做上去。这也是我们这几年正在抓的，但是没有很大的突破。这是新的经济增长来源、也是寻找新需求中比较现实的增长点。三是“走出去”发展。根据今年疫情的情况，建材进口出口、工程建设项目都是下降的。我们接下来就是要恢复到原来的规模和水平，恢复到原有的量，然后找到可以对接的国家和地区建立与参与“双循环”。这三个板块是已经露出头的新趋势，也是这几年认准的比较务实接地气的三个经济增长点。这三块如果发展得好，建材行业可以连续稳增长一段时间。

对于未知或新开发的新领域，建材行业一些向高端提升的产品或改变功能性能之后可以实现跨界发展的产品。建材跨界发展，要抓一些主要的产业的技术创新，抓一些主要的非金属矿物的深加工等。比如技术玻璃现在已经进入到液晶玻璃领域，运用到液晶玻璃手机、电脑、电子领域中。要研究融合发展、产业链发展和跨界发展的系统与领域，明确一批可以规模化、可以跨界的高新技术，要定好位、具体化、好操作。路既要走得通，还要有效果。

所以我认为，开发新需求，两条都是创新路，都要动起来。对于传统产业的要进行功能化提升，产业链延伸；对于开发的新需求，要在新字上下功夫，在一批高科技的技术和产品，能够规模化的产业和产品推进跨界发展，进入到新的领域里，进入到国家的新基建和新的需求中。

要推动和支撑这个工作，关键在企业，特别是各个产业的大企业要动起来。新需求的开发靠企业，企业要靠企业家。一定要把企业家的智慧发挥起来，开拓新需求，把支撑落到人身上。这与党中央刚刚召开的企业家座谈会精神是一致的。行业协会要组织推进，关键要落实到大企业的身上，要由大企业带头。行业每一个转折举措，只有大企业动了才能带动。必须发挥大企业的引领作用。

第二个工作，是要加强行业自律。

加强行业自律，第一是要建设有效、有序的市场规则。这几年实践证明，行业自律是很有效的生产力。要靠组织的作用、引领的功能和影响力，也要靠先进的思想和理念，靠步调和行动一致，建设一个有效有序的市场。有效有序的市场，本身就是生产力的来源。行业自律里有文化、有思想、有组织、有心态，生产关系经过组织作用就会转化为生产力。

对于这个问题，这几年水泥和玻璃行业还是有一定的体会，但建材行业整体认识还不足。如果每一个产业都把行业自律、把市场竞争秩序建好，不浪费、不打内战，把精力耗在无序竞争上，这就是最大的生产力。打内耗、内战是巨大的生产力浪费，以前我们在这方面没有理清思路，打得头破血流，还认为是在发展生产力体系，实际上这是在破坏生产力。建立秩序本身是生产力，从认识上、理论上要搞清楚。

第二是要挖掘潜力。要讲采购成本、讲优质优价、减少浪费。党中央最近大力提倡节约粮食，减少浪费。我们企业也要减少浪费，减少不必要的损坏。降本增效，也要严格管理，从采购、销售各环节提升质量。有的销售人员为个人私利不愿让产品稳价，使企业的利益受到损失。诸如此类很多的环节都会产生浪费，行业自律中最大的动力在于靠自身的能动和活力不断用优质新产品获得市场和获取新的价值价格。

行业自律和练内功里面，文章很大。不把自己的内功练好，不把自己矛盾和问题解决好，光靠价格提升想要稳增长是不可持续的。当然，我们要提倡价格回升，但讲的是有前提与条件的，而不是无止境地涨价。无止境的涨价，国民经济成本增加，对国家也没有贡献。我们要做实行业自律和练内功这个文章，有针对性地深挖潜力，确保稳增长。

第三个工作，是要发挥协会组织的作用。

协会自身并不提供生产力。因为搞技术也好，搞产品也好，开发新需求也好，主体都在企业。但这次我又悟出一个道理：协会不能自己去搞产品、搞经营，但是可以带动经营、改变经营，组织经营，通过出政策产生作用，通过组织的作用，行动一致、步调一致起作用。所以有的协会说“我没有生产力，我怎么去搞稳增长”，并不是这样。协会组织起来，就能推动稳增长。在当前受疫情很困难的情况下，行业协会一定要发挥作用，与企业共同承担中央提出的六保六稳的责任。

协会要创造条件，通过开发路径、制定标准、研究课题，引导企业去开发新市场，要在这些方面发挥作用。协会只要作为，引导行业稳增长，在帮助经济效益增长方面是很有作用的。当前已经有 12 家协会承诺今年靠自身举措为行业增加 1572 亿元。协会系统，包括地方协会、各个专业协会都应该要动起来，都要有自己明确的目标。