

大厂销售纷纷下沉 本地商家加速入局 需求猛增后,钛材贸易是一笔好生意吗?

永康 钛 有才 系列报道前期关注了钛杯行业的变化发展,也对钛材在其他行业的运用进行了深度挖掘,钛材在现代五金行业的运用可谓大有可为。

随着需求量的猛增和对未来前景的看好,不少从事有色金属贸易的商家都将目光投向了金属钛。那么,钛材会是一笔好生意吗?一起来听业内人士怎么说。



胡红辉向记者介绍钛材

工人在生产车间加工钛材

记者手记

钛材能否成为产业升级的一个突破点

近些年,钛从鲜见的航空材料“飞入寻常百姓家”,钛材在永康的运用也是越来越丰富。

除了钛杯外,不少企业正在钛锅具、钛餐具、钛茶具等领域开展研发工作,越来越多新颖实用的钛产品在市场涌现。

价格是市场活动的核心机制,通过调节供求关系、传递市场信息并引导资源配置,成为市场运行的灵魂。

以保温杯为例,当同类商品的价格还在几十元的时候,金属钛的出现仿佛是魔法降临,一方面,这种直接将价格拉高几倍的诱惑让企业纷纷入局;另一方面,某些行业在材料转变后出现了产品性能的跃升,也让市场竞争力得到了提升。

这种被称为永康“第六金”的材料能否有更进一步的应用呢?钛材被广泛运用的背后,对传统产业而言意味着什么?

或许,答案正在每一位企业家脚下,也在每一位消费者手中。

相关链接

钛金属被誉为“21世纪金属”“智慧金属”“海洋金属”和“现代金属”,以其轻质高强(密度仅4.51g/cm³,为钢的60%,比强度居工程材料之首)和卓越耐腐蚀性成为高端装备升级的战略材料。其地壳储量达4400克/吨,居元素第9位、金属第4位(仅次于铝、铁、镁),总储量是铜的80倍、铜镍铝锌总量的16倍。

中国凭借全球53%的探明储量(约22亿吨)和2024年15万吨钛材产量(占全球45%以上),钛的储量、生产和消费量均居全球第一。

陕西宝鸡是中国钛谷,拥有从海绵钛到钛深加工产品的完整产业链。宝鸡拥有700多家钛产业链相关企业,年产值近700亿元,可生产300多个牌号、240余个品种、5000多种规格的钛及钛合金产品。其钛材产量占国内高端市场的95%,占全国产量的65%,占全世界产量的33%。

随着高端制造业升级和制造业领域需求激增,钛材在民用航空、医疗器械、新能源汽车等领域的应用快速扩展。例如,国产大飞机C919的钛合金占比达9.2%,3D打印钛骨骼植入物市场年均增长率超20%,氢能储运装备对钛合金的需求呈现爆发态势。深海装备、核聚变装置、智能穿戴设备、机器人等领域或成钛材应用增长新引擎。

数据显示,全球钛产业市场规模保持年均8%以上增速,预计到2030年,全球钛产业规模将突破300亿美元。

不锈钢走过的路 钛将再走一遍

9月21日,说起钛材的应用前景,浙江永康新材料有限公司负责人胡红辉非常激动。面对记者的采访,他开门见山地说道:“不锈钢做过的东西,钛都要再做一遍。”

话糙理不糙。胡红辉的话虽直白,但颇具经验性和前瞻性。今年54岁的胡红辉自称20岁进入不锈钢行业,30多年间,他见证了不锈钢行业的变化发展,而去年,他与00后合伙人应充锐毅然决然进入了钛材行业。

最直观的是客户需求,很多保温杯厂的老客户都将材料从不锈钢转到钛。我们作为供应链的上游,自然很快接收到了信号。胡红辉分析道,目前永康不锈钢的年消耗量在10万吨以上,倘若越来越多的客户向钛材转型,那么未来用量将不容小觑。

事实上,钛材料在永康的运用,正经历从无到有、从少到多的过程。据业内人士统计,目前永康在售钛材的材料商20家左右,其中包括近半数的外地材料商。而这个数字在六七年前,只有一两家。加之不少钛材工厂嗅到永康市场变化,不断下沉销售,这个数据正在逐渐增大。

西安庄信新材料科技有限公司(以下简称“庄信科技”)就是其中之一。作为陕西省国有上市企业西部金属材料股份有限公司的控股子公司,庄信科技一直深耕国内钛和钛合金材料加工领域,早在永康钛杯行业萌芽之初,该公司就曾派销售人员在永康开展为期两年的常驻工作。

不到10年时间,永康对钛材的应用从无到有,并且呈现迅速增长的态势。庄信科技相关负责人告诉记者,去

年,该公司在永康的钛材销量约500吨。

目前,我估计入驻永康的外地钛材企业超过了10家,市场非常火热。该负责人表示,本土供应商和外来供应商各有优势。相对而言,本土供应商更能对接永康市场的具体需求,感知市场的细微变化,服务中小企业的方式也更加灵活。

的确,本土材料商的小定量战略和账期支持,给初入门的小投资者以支持和信心,这让很多人燃起了涌入钛杯行业的激情。据胡红辉透露,尽管现在原材料市场处于淡季,但该公司钛材的月销量仍有60吨左右。

那么,钛材料未来会是一笔好生意吗?原料市场又将如何影响钛产品生产?胡红辉和应充锐也有自己的一番考虑。

与传统材料相比 钛的机遇与挑战并存

市场肯定是一个好市场,但也面临很多挑战。应充锐表示,虽然都是金属贸易,但由于金属性质、价格和用途的不同,钛材的生意与传统材料相比有很大差异。

一方面,最直观的就是钛材的原料价格高,经营成本比传统材料高得多,经营门槛更高,经营风险相对也更高;另一方面,由于钛废料回收工艺的不同,产品报废率带来的成本压力也比传统的不锈钢、铝材高得多。

以铝材为例,永康炊具行业的铝废料回收价能达到原料价的90%以上,而钛废料目前在永康市场的回收价只有原料价的30%。回收价直接影响产品报废的亏损率,进而影响企业的生产成本和囤货成本。这就直观解释了为什么同样是用于制作保温杯,钛杯的成本要比不锈钢高得多。

2018年无缝钛管每吨约27万元,现在只要20万元,去年有缝钛管每

吨14万元左右,现在只要9.6万元,这也是市场加速扩大的重要原因。胡红辉告诉记者,非常有意思的是,尽管金属钛的价格比不锈钢要高不少,但实际生产过程中,两者的材料成本正在进一步缩小。

背后的原因其实很容易理解,记者也在多位杯企负责人处得到了验证,因为不锈钢的密度要高于钛,同样容量的保温杯生产,钛杯用到的材料重量往往低于不锈钢,所以随着钛材价格的下降,钛杯的价格还会不断趋近于高端不锈钢杯,因此价格竞争力还会不断提高。

总的来说,业内人士预估,目前钛杯市场正在面临兴起期,总体材料销售前景依然可观,但随着市场变化,钛杯

市场会经历上升期,必定也会遭遇瓶颈期,届时的钛材生意就很难预估了。但令人感到鼓舞的是,尽管目前永康大多数钛材主要用于保温杯生产,但仍有向茶具、户外用品、工艺品等市场演变的趋势,未来的应用或将更加广泛。

因此,材料转型对于很多传统五金企业而言仍颇具感召力;对于如胡红辉、应充锐这些材料商而言,钛材市场依旧具备很大的吸引力。他们坚信,随着下游需求的不断扩大,材料生产端和产品生产端的工艺将会在接下来几年快速突破,届时,钛材市场将迎来更广阔的机遇。

永康企业将在钛产品市场上如何解题、拥抱机遇?依然非常值得关注和期待。