

集中度将提升 行业新规催生维保蓝海

电梯行业竞争格局悄然生变

□本报记者 欧阳春香 常仙鹤 广州报道

5月13-16日,全球电梯业最具规模和影响力的盛会——第十一届中国国际电梯展览会在广州举行,参展企业超过800家,三菱、日立、通力、富士达、东芝等国际知名品牌以及广日、江南嘉捷、康力、申龙等本土知名品牌整机企业悉数展现。

中国是全球最大的电梯市场,并形成了全球最强的电梯生产能力。据中国电梯协会统计,2013年我国电梯产量62.4万台,同比增长18%,2014年电梯行业增速估计在10%以上。中国证券报记者走访发现,随着2014年楼市下滑及行业新规的推出,电梯行业内部竞争格局悄然生变。



第十一届中国国际电梯展览会广日股份展区。

本报记者 常仙鹤 摄

广日股份 超高速电梯即将面市

□本报记者 常仙鹤

在本届展会上,广日股份的展馆以“智慧城市装备方案解决者”为主题,呈现了公司电梯产业链的一体化,以及全国产业化布局宏图,同时展示了自主研发的G系列新一代绿色环保旗舰产品G·Art复合钢带曳引电梯,以及个性化智能化的广日电梯互动营销平台等。

据了解,广日股份规划的广州、上海、天津、成都四大工业园计划于2015年建成,届时将辐射华东、华北、华南、西南地区。

超高速电梯即将面市

据介绍,广日股份G·Qik智能高速电梯基于自主研发的G12智能控制系统,可应用于高档住宅、高端酒店及写字楼等高层建筑。该产品完善了广日电梯在高端市场的布局,未来公司还有超高速电梯即将面市,而这项技术在以往被外资品牌所垄断。

近年来,广日电梯产品的技术和品牌受到市场高度认可。今年4月28日,公司全资子公司与中城联盟绿色地产联合采购成员签署战略合作框架协议。4月21日,广日电梯进入入库军队物资供应商,且是入库供应商名单中唯一的电梯生产型企业。

同时,广日股份合资的日立电梯在国际电梯展上宣布,将向广州市的超高层综合建筑广州周大福金融中心提供速度达到1200米/分的高速电梯,43秒就能穿越从大厦1层到95层共440米的距离,刷新了全球超高速电梯提升速度。

公开资料显示,广日股份于4月11日收到证监会核准非公开发行股票批文。根据发行方案,本次募集资金主要用于广日电梯研发生产基地升级改造项目、广日电气研发生产基地升级改造项目和广日西部工业园建设项目。

广日股份表示,相关资金的成功募集,能够夯实现有电梯产业,提升广日股份的竞争优势,并使公司更为有步骤地开拓新兴产业,通过电梯主业的内生增长和新兴产业的外延式发展实现战略构想。

明晰产业布局图

在电梯类上市公司中,广日电梯成为快速成长的代表。广日电梯工业有限公司副总经理朱益霞向中国证券报记者介绍,2014年,公司针对成熟地区和薄弱地区将采取不同的营销策略。成熟地区发展核心经销商,追求数量和质量上的优化。薄弱地区开发新的合作伙伴。

战略方面,公司也在转型,从生产经营型向制造服务业转变。针对后市场,公司将加大厂家直接维保力度,通过分公司的设立来增加服务网络,厂家对电梯实行终身管理和跟踪服务,建立广大的网络。另外做好产品改造,对下游客户,尤其是战略客户提供捆绑式服务策略。

针对新的《特种设备安全法》,公司专门成立了电梯改革小组,针对每一条相关法规采取措施应对,产品终身跟踪管理,建立信息系统。在技术上从原来的跟随者向技术领导者调整。继续丰富产品系列,实现高中低产品的全覆盖。

据公司介绍,“广日”品牌电梯和日立电梯形成错位竞争格局,主要以快速响应和性价比优势发展二三线城市市场,通过持续的营销网络建设,2013年整梯接单和出货量同比都超过30%。

同时,背靠电梯营销服务网络,公司同源技术LED业务也斩获不断。根据公告,公司已进入汽车线束和汽车LED照明系统。业内一致认为尽管初期利润贡献占比不一定显著,但由于这两个市场容量较大且壁垒较高,成功进入后将延展企业价值。

就市场关心的电梯市场未来发展问题,公司表示,电梯行业实质上是制造服务综合体,并非完全为房地产的附属品。业内人士称,伴随电梯行业的进一步的制度规范,凭借领先于行业的制造和营销服务网络,公司的电梯业务增长仍有望保持超越同行的水平。

景气度仍然向上

今年以来,楼市遭遇倒春寒,商品房销量及销售面积双降。楼市“感冒”,作为配套的电梯行业是否会跟着“打喷嚏”?这也是此次展会大家关注的焦点。

江南嘉捷市场部相关负责人在展会上表示,今年电梯定价和订单均较为平稳,并没有出现大的调整。申龙电梯营销中心副总监李生说,今年行业整体仍有望保持10%以上的增长,行业的景气度仍然向上,只是增速有所回落。

翻看电梯行业5家上市公司的2014年一季度报,一季度整体营业收入增长11%,除了上海机电,另外4家公司的收入增速稳定在20%左右。剔除非电梯相关业务等因素影响,一季度归属于母公司净利润增速约

30%,相比前几个季度同比增速仍没有出现下滑态势。

兴业证券分析师陈德静表示,目前地产行业的不景气尚未传导至电梯行业,但资本市场预期和电梯上市企业估值已有所反应,电梯板块市盈率在今年2月中旬触顶下滑并延续至今。电梯下游地产行业盈利和经营现金流恶化,将对投资端产生压力。

国泰君安研报认为,一方面,市场高估了电梯与地产的相关性。实际上电梯需求只有60%左右由地产决定,另有40%左右的电梯需求是由电梯配比提升、轨道交通、保障房、更新改造、出口等非地产因素决定。另一方面,市场低估了电梯行业的成长性。保守

预计2013-2015年行业增速分别为15.1%、13.3%、13.3%,仍处于景气阶段。

中国电梯协会副秘书长张乐祥接受中国证券报记者采访时表示,房地产即使有影响也是滞后的,目前在建商品房仍有67亿平方米的面积,有近300万台电梯的需求,一旦房地产的价格泡沫挤破到一定程度,需求会出现更大的反弹,电梯行业也将迎来新一轮的发展。10年后中国电梯保有量有望达到1000万台的规模。

不过,随着电梯市场容量不断扩大,市场竞争愈演愈烈已成为不争的事实,整个行业已形成群雄逐鹿之势。无论是知名的外资品牌,还是自主品牌,纷纷通过建厂跑马圈地,试图占据更大的市场份额。

内外资格局渐变

提起电梯,大家首先想到的就是三菱、日立、奥的斯,长期以来国外电梯知名企业垄断了中国市场70%以上份额。不过,近年来,以广日电梯为代表的国产电梯品牌迅速崛起,在国家政策法规、资本市场支持等有利因素推动下,正在加快赢得市场。

相比外资,内资电梯增长更快,份额也在持续提升。2010年开始,中国电梯企业迎来上市潮,康力、江南嘉捷、博林特、广日等自主品牌电梯企业陆续走进资本市场,加上上海机电,电梯整机类上市公司共有5家。上市为电梯企业带来了更为广阔的发展平台,无论是品牌知名度还是业绩都有较大的提升。

中国电梯协会理事长李守林在接受中国证券报记者采访时说,目前中国本土电梯品牌的市场份额已经有近40%,加上OEM的量占近一半。

申龙电梯营销中心副总监李生说,国产

电梯增速这些年来一直比行业增速快,以前外资、合资品牌要占到整个电梯行业市场份额的90%,现在这个比例已经降到60%了,未来还有很大空间。房地产调控实际上更有利于国产大型电梯品牌,因为房地产企业会更倾向于性价比更高的产品。

“现在国内大型地产商万达、中海等都在选择国产品牌,国产品牌在技术上已经能与外资品牌相媲美。我们每年都会为市场开发一些新的产品,现在产品线能够覆盖98%的市场,基本实现高中低全覆盖。”康力电梯市场运营总监朱瑞华表示。

2013年,国内5家电梯上市公司广日、康力、博林特、机电、嘉捷的净利率依次为21%、12%、9%、9%、8%。近3-4个季度,5家公司的单季ROE持续同比上升,广日股份扣非后的ROE水平领先。根据兴业证券研究报告,2013年整体摊薄ROE上升3个百分点至21%,今年一季度整体ROE同比上升0.6个百分点至3%,预收账款继续较快增长,在手订单充足。

从以上几家电梯上市企业表现来看,业绩增长幅度均高于行业整体水平。随着电梯上市企业知名度进一步扩大、研发实力不断提升、营销服务网络逐渐完善,2014年优秀自主品牌尤其是电梯上市企业的优势将得到进一步凸显。

国泰君安研报认为,相比外资,内资电梯市场响应快、性价比高、机制好,具有很强的竞争优势,内资电梯增长更快,份额将持续提升。保守预计2013-2015年增速分别为21.4%、19.1%、18.8%,高出行业总体五六个百分点。

随着市场竞争的不断加剧,电梯行业品牌集中度会进一步提升。缺乏核心技术、长期依靠价格战的中小企业将被逐渐淘汰。李守林说,现在每年有两位数的企业在退出。

新规催生维保蓝海

竞争的激烈使得电梯整体行业利润有所降低,“目前电梯本身的制造成本就像拧毛巾一样,现在已经到了拧不出一点水的地步,而维保业务相对来说则是一片广阔的蓝海”,张乐祥说。国泰君安研报预测,维保市场规模2015年有望达到390亿元。

2014年1月1日,新的《特种设备安全法》开始实施,备受关注的安装维保成为该法强调的重点。该法要求电梯的安装、改造、修理,必须由电梯制造单位或者其委托的依照本法取得相应许可的单位进行。但就目前整个市场来看,安装维保不到位、不规范等现象普遍存在,这也是造成在中国电梯事故频发的主要原因。电梯事故60%左右由维保不当造成,70%维保市场被低价竞争的第三方维保占据。

“散点式、网络化、结点式经营将成为电梯企业未来的经营模式。”李守林说,在国外电梯行业,制造市场和维保市场的比例大概是三七分。但在国内电梯企业中目前还是以制造为主,维保收入在电梯企业中占比还不到10%。未来,电梯后市场包括改造、维修、保养等的空间非常大。

国泰君安研报认为,维保市场2013-2015年的年复合增长率将达24.9%,

2015年电梯维保与整机市场规模比将由目前的1:4左右提升至1:3左右。

另一项电梯行业新政试验塔政策也于2014年4月30日开始在全国推行,该政策要求电梯生产企业需要有试验塔设施。试验塔政策将会直接提高行业进入门槛,导致年销量在700台以下的内资企业难以继续生存,要么退出市场,要么被拥有试验塔的企业合并,加速行业集中度提升,尤其是内资集中度提升。

而上海将于2014年6月1日起正式实施的《住宅设计标准》,在全国范围内率先明确规定了4-6层的多层住宅也应设电梯,并作为强制性条文执行。此举将从源头上减少无电梯多层住宅的增量,将会带动老楼加装电梯需求。据估计,上海老楼加装电梯对应市场需求总额至少200亿元。

一系列行业新规,为电梯维保行业开启了一片新蓝海,随着行业准入门槛的提高,将加速行业集中度提升,尤其是加速内资集中度提升。

智能化引领

电梯行业技术变革

□本报记者 欧阳春香

随着互联网信息服务市场的推进,智能化成为电梯企业转型的方向,也成为此次展会的一个焦点。电梯安全保障正在引入物联网技术,产业技术发展走向智能化。业内报告指出,智能电梯市场预计将达到164.5亿美元,从2013年到2018年保持两位数的年增长率。

物联网促进电梯智能化升级

电梯保有量的增加,对电梯安全监管提出了更高的要求。据了解,目前我国电梯保有量约300万台,面对庞大的在用电梯数量,如何降低电梯安全事故率,成为监管部门必须破解的一道难题。

物联网技术在电梯领域的应用,实现了电梯安全监管智能化。2012年,北京市质监部门为2000余部电梯装设联网报警器,实时监测电梯运行状态,以此作为电梯物联网试点。杭州、厦门、南京等地也先后把物联网技术融入了电梯安全监管。

通过电梯安全监管物联网技术,为电梯安装传感器,并与互联网和手机相连,可以在24小时内不间断地向上一级平台传输信息。从而保证电梯发生故障时,维保人员第一时间收到信息,做出应急处置,进而提高监管效率,有效避免安全事故的发生。

2013年1月,国家质检总局曾发布《关于进一步加强电梯安全工作的意见》,提出要支持电梯物联网技术的研发和应用。自试点“电梯物联网”以来,包括康力、上海永大、广州日立、新时达等国内电梯制造商纷纷响应,先后投入资金研发无线报警、远程报警、传感器扩大量采集、目的层群控系统。

在技术方面,随着物联网技术日益成熟,监管部门、生产厂家以及用户等对电梯安全的不断重视,2014年将被视作物联网电梯技术发展元年,越来越多的厂商会把物联网技术引入到电梯体系中。

菱王电梯股份有限公司市场部人士向中国证券报记者表示,未来电梯可以像家电互联那样,在同一个小区内用一个APP控制电梯升降,根据人流统一调度。目前物联网技术虽然已经成熟,但仍然面临成本和市场推广两大难题,该技术也将进一步完善,预计3-5年将覆盖整个行业市场。

推广力度加大 资金难题待解

进入2014年,电梯物联网建设在全国的试点逐渐铺开。

北京市质监局特设处相关负责人介绍,今年年底前,所有轨道交通电梯、扶梯,将安装3000余台“黑匣子”——电梯物联网系统。此外,今年厦门将有600部电梯试点电梯物联网平台,安徽省也明确提出有序推进电梯物联网建设。天津市质监部门今年将在全市推广安装电梯故障远程自动报警系统1万部。

不过,物联网技术在电梯行业应用前景良好推广却有难度,其根源便是资金难题。

以2012年北京市在东城区开展的试点为例,据透露,试点项目总投资2590万元,涉及东城区约2000台电梯。以此计算,平均每台电梯“入网”成本逾万元,若乘以京城13万电梯总数,全部电梯“入网”将需要13亿元资金。这还不包括老旧电梯改造和未来物联网运营的成本。

老旧电梯的安全问题相对而言更为突出,对物联网的需求度也更高一些。目前许多老旧小区的电梯还不能满足物联网技术接入的条件,就需要先将电梯改造升级。同时,电梯物联网需要一个平台去支持,否则电梯故障报上来,无人处理,也就失去意义。这个平台的建设也需要大笔资金支持。

大同证券投资顾问张诚分析,近年来随着部分电梯逐步进入老化期,电梯安全监控越发重要。从市场前景看,电梯安全监控以及物联网自动提示报修系统需求巨大,相关上市公司也有所涉足。但目前看除了技术性因素外,电梯作为公共使用设备其责任方涉及业主、物业及地方政府等多方面,其安装或改造资金来源以及相关许可认证仍存在着一定的障碍,如何通过法律法规或经济手段解决这一问题,将对未来电梯物联网的发展造成较大影响。