# 贯标近一年，钢管企业“答题”情况如何？

从2016年6月1日钢管新国标贯标执行至今，旨在引领行业发展，规范企业行为的“热镀锌钢管新国标”在钢管行业落地执行已经有了近一年的时间。虽然和老国标相比，新国标只是在最低上锌量和钢管壁厚方面有局部改动，但是这种小改动却在钢管行业掀起了一场技术和质量升级的大变革。

如今，回眸过去，在近一年的时间里，国内的钢管生产企业在践行新国标的问题上又交出了一份怎样的答卷呢？

为了彻底搞清楚国内钢管企业在贯彻执行新国标方面“备考”情况，在友发钢管集团协助下，中国施工企业管理协会工程物资设备工作委员会、中国建筑业协会材料分会联合参与发起了“寻找中国好钢管，新国标中国落地核查行动”对郑州、长沙、南京、杭州四个样本市场进行调研。

据了解，本次调研活动所选取的样本钢管品牌均为当地市场的主流销售品牌，在当地市场占有率和钢管社会库存方面均在90%以上，抽样调查无限接近当地市场真实销售情况。通过对四个样本市场的调研结果显示，抽样品牌在钢管行业贯标执行方面，郑州抽检的5个品牌，其中友发、天虹合格；长沙抽检的4个品牌，仅有友发一家合格；南京抽检的6个品牌，其中友发、正金元、金洲、天虹合格；杭州抽检的6个品牌，其中友发、正金元、金洲、天虹合格。

通过本次调研不难发现，钢管生产企业在贯彻执行新国标方面整体呈现以下特点：

其一，龙头企业成为新国标的坚定执行者。

根据对四个样板城市的调研不难发现，以友发集团为代表的国内钢管生产龙头企业的所有产品均符合新国标的工艺要求，甚至部分产品超出了新国标的要求，以更严格的工艺标准和过硬的质量出现在市场当中。而一些中小管厂的产品则依然在打“擦边球”，在产品质量方面并不符合新国标的工艺要求。究其原因，这与过去钢管市场中部分终端用户考虑成本，与管厂协议生产相关非标钢管有很大关系。这部分非标产品游离于新国标之外，在产品质量上存在很大隐患。未来，这种“私定终身”的生产模式将成为新国标贯标督查的重点方向。

其二，成本问题制约贯标积极性。

根据调研反映的情况来看，新国标带来的成本增加成了很多钢管生产企业贯标积极性不高的重要原因。据部分钢管生产企业反映，由于最低上锌量有了300g/m²的硬性要求之后，钢管的生产成品普遍上涨了200-300元不等，在钢管市场价格并未大幅提升的情况下，这种成本的上涨对管厂利润侵蚀作用明显，因此，对于规模效益不足或者长期靠价格战占领市场的钢管企业而言，在落实新国标方面积极性明显不足。

也正因为如此，部分钢管生产企业在落实新国标的问题上，更多采取拖延战术或者打着用户的旗号来延缓落实新国标的进度。

针对上述情况，一方面钢管行业相关协会要联合政府有关部门对钢管行业贯标情况进行定期的督查，以行政的力量推进钢管生产企业加快落实新国标的进度。另一方面，国内钢管生产的龙头企业要充分发挥企业的责任感和使命感，积极带头落实新国标，并强化新国标的宣传力度，借助龙头企业在终端用户中的资源优势，强化终端用户对于新国标的认知程度，最终形成整个钢管产业链积极落实钢管新国标的良好氛围。只有这样，未来在新国标的落实路上，才不会有任何盲区出现。

总之，当前中国已经走到了制造强国的十字路口。为了给制造强国梦的实现添砖加瓦，作为钢管生产企业，必须坚决执行新国标，以标准化的力量提升行业的质量门槛，带动产品结构的优化升级，实施全产业链的标准化发展战略，只有这样才能彻底扭转钢管行业长期存在的劣币驱逐良币的情况，推进整个行业的健康发展。

精诚所至，金石为开。

新国标的贯标执行为钢管企业提升竞争力，拉近和国外钢管巨头之间差距提供了一个绝佳的跳板，只有积极贯彻执行新国标，提升技术水平，凝聚创新的力量，钢管企业才能真正扬帆远航。

同样，新国标的落地对于国内市场而言，同样是一个分水岭。在新国标的推进下，未来钢管行业的两级分化将会进一步提速，强者恒强，劣者淘汰的局面在所难免。在这种新格局之下，只有认真落实新国标，钢管企业才能有更加广

阔的发展空间。

就像友发集团总裁尹九祥曾经说过那样：不管别的企业是否执行新国标，友发集团永远带头执行新国标，绝不让任何一个有问题的钢管流入市场。

未来，钢管行业落实新国标已经成为大势所趋。企业如果不想被市场所淘汰，不想在行业大潮中掉队，大家都必须义无反顾、严格落实和执行好新国标。只要我们的钢管企业多做精品、良心产品，相信制造强国的梦想离我们并不会太远。

原文地址：http://www.china-nengyuan.com/news/108410.html