■ 責任編輯:張 健 版面設計:萬 丹

中國行業標杆高層訪談

專訪

長飛光纖光纜總經理

莊丹：行業年增一成 迎接「光」時代

■ 長飛光纖光纜總經理莊丹。

預製棒、光纖、光纜

話你知

人們在製造光纖時先要制做出光纖預製棒，預製棒一般直徑為幾毫米至幾十毫米。光纖的內部結構就是在預製棒中形成的，因而預製棒的製作是光纖工藝中最重要的部分。

在光纖預製棒完成後，就進入到光纖拉絲的過程，在無塵室中將光纖預製棒固定在拉絲機頂端，並逐漸加熱至2000攝氏度。光纖預製棒受熱後便逐漸融化並在底部累積液體，待其自然垂下，就形成光纖，這有點兒像我們吃拔絲山藥時拉出糖絲的情景。光纖穿上衣服了就是光纜，所有地方實際上用的都是光纜。光纜是一定數量的光纖按照一定方式組成纜心，外包有護套，有的還包覆外護層，用以實現光信號傳輸的一種通信線路。簡單來說，預製棒拉絲製成光纖，而光纜穿上了衣服就是光纜。

中國已經成為全球光纖光纜消費和製造大國，光纖光纜年產量超過全球一半，光纖預製棒產量超過全球40%，在世界產量前十的光纖企業裡「中國製造」佔到五席。中國光纖行業的龍頭——長飛光纖光纜股份有限公司的總裁莊丹在接受本報記者專訪時表示，這還不是中國光纖的頂峰，「未來三年，每年保持10%左右的增長是可以預期的」。然而，中國龐大的光纖產業擁有的不只是「做大做強」的光鮮，還面臨着重重挑戰。

■香港文匯報記者 梁珊珊、肖晶 報道

莊丹簡歷

長飛光纖光纜股份有限公司總經理。莊丹帶領長飛光纖光纜股份有限公司，成為全球光纖光纜銷量第一、產量第二的龍頭企業，長飛在光纖預製棒製造、拉絲工藝等核心技術方面全部實現自主。

挑戰：中國光纖光纜將迎整合潮

4G時代的到來推動了光纖光纜的需求量。近幾年來，中國光纖光纜需求量一直保持較大規模，中國移動、中國電信的鉅資投入，成為國內線纜市場的主要拉動力。中國移動4G網絡計劃全年投入約417億元建設20萬個TD-LTE基站，而TD-LTE基站的建設意味着中國移動4G大規模建網將拉開序幕。根據TD-LTE全球發展倡議組織的計劃，到2014年年底在全球將建成50萬個基站，覆蓋人口超過20億人。業內人士估計，2013~2018年間4G基站建設投資將達6000億元。最終4G會促使光傳送網絡和設備，以及光纜的標準都有很大進展。

4G時代光纖光纜市場穩增

有種誤解認為，「移動通信是無線的，與線纜無關」。其實，無線只是在從基站到終端這個最後的接入部分，其他環節都是通過有線的方式實現的，包括射頻與基站的連接、基站間的傳輸都需要用到通信線纜產品。

4G所採用的接入頻段比2G、3G更高，基站覆蓋半徑減小，必然需要更多基站。而中國移動目前的基站回傳全部都是通過光纖網絡實現的，從而有效確保無線網絡的傳輸質量。今後，隨着TD-LTE的大規模部署，對於光纖光纜的需求量也必然會進一步提升。

從近十幾年來看，中國光纖光纜行業需求總是隨着行業資本開支呈現正相關變化。寬帶、無線建設均能拉動光纖光纜需求，而無線建設對於需求提升的驅動更大。

「寬帶中國」助推光纖光纜需求

2013年8月，國務院印發了《「寬帶中國」戰略及實施方案》，首次將寬帶定位為戰略性公共基礎設施，部署未來八年寬帶發展目標及路徑，寬帶戰略由此從單一部門行動上升為國家戰略。

據業界估測，在「寬帶中國」戰略推動下「十二五」期間寬帶網絡基礎設施累計投資將達1.6萬億元，其中寬帶接入網投資將達5700億元，預計未來兩到三年，中國光纖光纜市場年需求將保持在1.3到1.4億芯公里。根據「寬帶中國」時間表，到2015年，要基本實現城市光纖到樓入戶、農村寬帶進鄉入村。

莊丹解讀說，目前光纖覆蓋的人口比例依舊較低，許多地方沒有真正做到光纖到戶，要實現這一目標對光纖光纜的需求極大。即便在城市，光纖可能只是到達社區或樓道，從樓道到每家每戶還是用的銅線。通俗一點說，主動脈是光纖，但是毛細血管依然是銅線，那麼傳送速率就會明顯降低。莊丹期待，未來所有的「毛細血管」也能由光纜鋪成，用光纖取代每一根銅線，「未來是一個光的時代」。

虛擬運營商掀光纜需求高峰

不止將目光投注在傳統通訊企業上，莊丹認為，未來對光纖需求突增的一支「異軍」將來自虛擬運營商們。

目前，在工信部前兩批公佈的19家虛擬運營商試點單位中，11家已經正式推出170號段業務，這也標誌着眾多虛擬運營商已開始瞄準移動通信轉售業務。在今年7月已經公佈的第三批虛擬運營商名單中，百度、360等巨頭已然名列其中。

然而，虛擬運營商只能租用基礎運營商的資源，因此不可能提供比基礎運營商更優惠的價格。雙方就「批發價格」的談判已進行過多次，但是三家基礎運營商並未明顯讓步，這也使得目前虛擬運營商們帶來的價格優惠非常有限。

中國通信市場總市值在2020年預計將達2萬億元，這塊巨大的蛋糕足夠讓人垂涎。

移動們不會是永遠的壟斷者，莊丹預言，一旦牌照放開，互聯網行業的三巨頭BAT（百度、阿里巴巴、騰訊），或許將成為中國第四、第五、第六大通訊運營商。

現在這些公司國內各個地方都建有巨大的數據運營中心，一旦將這些數據中心用光纖連接起來，就有能力提供通訊服務，他們對現在的三大運營商還是很有威脅的。

莊丹相信，基礎通訊運營的大門總有一天會向其他企業打開，而那時不僅通訊行業將面目一新，同時也將帶來一波光纜需求高峰。

■ 4G基站。

中國光纖行業在興盛中也暗藏危機，它首先面臨的挑戰是產能過剩。「目前，光纜是過剩的，光纖現在也開始過剩了，唯一還短缺的是預製棒。」莊丹預言，新一輪的整合潮即將到來。

對於光纖企業，整合潮並不陌生。在2001年，光纜企業數量曾膨脹到200多家，供給是需求的三倍有餘。原本是香饃饃的光纖、光纜一小子賣不出去了，無數企業破產倒閉，連在早期都拿到了核心技術的長飛也不得不大規模裁員。但是企業的數量少了，通過收購、兼併其他企業活下來的企業卻更加強大，如果沒有那次痛苦的整合潮，中國的光纖企業或許也沒辦法在世界前十中佔據半壁江山。

當下，國內市場供求失衡情況的再次出現，必然帶來更加激烈的競爭環境，企業越是規模小、不掌握核心技術，越是難以立足。缺乏核心競爭力的中小型企業會慢慢消耗，隨着利潤的逐漸縮水，因為資本的逐利原則，就會選擇退出這個行業。

莊丹斷言，中國市場肯定會經歷新一輪的洗牌過程。「除了積極應對『洗牌』之外，還有第二個選擇，就是在整合的困難到來前，先走一步，到國外去找我們的市場。」

核心技術掣肘 三成預製棒需進口

談到光纖行業，預製棒就成為繞不過的話題，作為光纖的最核心部分，預製棒的重要性就如同發動機之於汽車。

從現狀來看，預製棒已經成為國內光纖光纜廠商提升盈利能力獲取更高競爭力的關鍵所在，預製棒的產能利用率已經成為國內企業考慮的重要因素。光纖光纜行業技術含量最高、壁壘最大的是上游預製棒環節。

作為最早掌握預製棒製作工藝的企業之一，長飛光纖已經完成了對核心技術的引進、吸收、創新，甚至在一些優勢領域還能進行技術的反輸出。「20年前，外方只當我們是聽令的小孩子，現在卻不得不承認雙方是『平等的兩翼』，要同我們多合作。」莊丹感慨地說。

但在光纖行業，這樣的幸運兒並不多，至今真正擁有比較完整核心技術的只有5家。而現在，中國生產光纖的企業有15家左右，這意味着三分之二以上的企業都必須向外購進預製棒，核心技術牢牢掌握在別人手中。

我國光纖產量現已居世界第一，但光纖預製棒卻嚴重依賴進口，目前對預製棒的需求有5000噸左右，但是國內自己能生產的只有3500噸，大約還有30%，即1500噸需要從國外進口。

■ 高密度的數據中心佈線。

開拓國際市場 化解過剩產能

■ 光纖預製棒。

「國內的光纖企業其實都是『家裡橫』。」莊丹對同行們的點評非常狠辣，甚至這不客氣的話也將自己包括在內。

因為中國市場的龐大，在世界產量前十的光纖企業裡「中國製造」佔到五席，但所有這些企業銷售絕大部分仍針對國內，海外市場小得可憐，實際都不能算是國際企業。

對中國光纖企業來說，要真正得到全球市場的廣泛認可，還有一條很長的路要走，不過，形勢正在改變。

康寧等國外大型公司對毛利率的要求很高，比方說他們一般要30%-40%的毛利率，因為他們的員工、材料等都比中國要貴，而中國企業成本較低，15%-20%的毛利對中國企業來說都已足夠。

在這種情況下，中國企業慢慢擠壓着歐美企業的市場。中國以長飛為首一批光纖企業到海外去與這些光纖巨頭PK是一個迅速增長的態勢，而康寧等傳統大企業反而是一種縮減的態勢。

「他們這樣會形成一個惡性循環，越是不敢降價，訂單就會越來越少，固定的成本被這些少的訂單去分擔後就會更高。」莊丹透露，他們的外方經理說，今年能夠持平就不錯了，而曾經的小跟班長飛，現在一年可以有四五億元的利潤。

國內市場仍有潛力可挖，國際市場則是一片更大的藍海。增長中的拉丁美洲、非洲，還有俄羅斯、印度和東南亞等新興市場，都將是中國光纖廠商大力拓展的潛力市場。開拓國際市場是化解中國巨大光纖光纜產能的必由之路，也是中國光纖廠商由大到強的必經之路。