

大 势 观 察

电线电缆行业 迎来技术拐点 面临重组洗牌

我国电线电缆行业受国内大规模基础设施项目建设的利好影响,其市场前景一直看好,但是由于受技术发展影响,电线电缆行业发展迎来了一个技术上的拐点。

中国线缆行业虽然经历了二十多年,取得了长足的发展,但依然没有走出大而不强、世界一流企业相比尚有很大的差距。存在产业集中度较低,企业数量多且规模小、规模经济远远不够、自主创新能力和产品结构性矛盾突出等诸多问题。虽然存在这些问题,但中国线缆行业正面临新的起飞机会,即在发展中快速提高自身核心竞争力的机会。随着世界经济格局的不断变化,中国电线电缆行业也势必面临重组、洗牌。

尤其最近几年中国经济发展中面临能源、电力紧张的瓶颈性问题,国家不断加大对电力方面的投资,使得该行业步入了飞跃发展期。为贯彻中央加大基础设施建设、拉动内需的决策部署,国家电网公司规划加大投资力度,加快电网建设步伐,预计今后2至3年投资规模将超过1

万亿元,其中城农网及主网架建设与改造投资7900亿元。建设规模为110(66)千伏及以上输电线路26万千米、变电容量13.5亿千伏安。

进入2013年后,我国的电线电缆行业将迎来许多发展机会,同样的,压在电线电缆企业肩头的压力也不可能自动消散。可以说,2013年乃至未来到2016年内,中国电线电缆行业的商机与压力持久并存。

中国电线电缆行业所迎来的商机主要受惠于我国轨道交通建设的步伐加快,根据《2012-2016年电线电缆行业宏观投资环境与行业发展趋势分析报告》显示,在“十二五”期间,我国铁路建设提速将带来对机车电缆、通信和信号电缆等市场的巨大需求,预计年平均需求将分别达到16-20万千米和7-10万千米;城市轨道交通将产生车辆用电缆年需求2.5-3万千米;交通用信号电缆年需求1.5-2万千米。可见,铁路运营里程数的增加,将带动轨道交通的强劲需求。而与此同时,电线电缆



的需求量将会以同样强劲的势头攀升。

今年,铁道部计划投资8000亿完成铁路基建,而我国的铁路里程也将增加1万千米。按照标准计算方式,一般牵引供电占轨道交通工程总造价的7%-10%,8000亿的投资将实现800亿元的牵引供电市场。由此可见,中国电线电缆行业在2013年将迎来暖春。市场需求是客观存在的,但如何能在轨道交通建设上分一杯羹,就靠电线电缆生产企业的自身实力了。

显然,随着国家对轨道交通建设投入越来越大,不仅给电线电缆行业带来市场,更对电线电缆企业提出更高的要求。如何满足轨道交通对机车电缆、通信和信号电缆、隧道特殊用电缆、漏泄和射频电缆以及电力电缆、照明电缆的特殊要求,才是电线电缆生产企业获得订单的关键所在。(权武)

国内钢材库存量创历史新高

节后首周,国内钢材社会库存(涵盖生产企业、加工企业和流通企业的库存)再度大幅增加,全国钢材社会库存总量达2038万吨,创历史新高。同时,国内钢市在国内外多重利空打压下“应声”走跌,钢铁贸易商的悲观情绪随之普遍增加。

据统计,截至2月22日,全国主要市场五大钢材品种(螺纹钢、线材、热轧、冷轧、中厚板)的社会库存总量为2038.37万吨,已连续十周上升,库存总量亦创下有

统计以来新高。

据悉,每年钢材社会库存存在春节后都会上涨,库存总量往往在2月底和3月初达到当年高峰,而后随着需求的回暖而持续下降。此次钢材社会库存节后创新高,主要因为钢企生产力度明显加大。

中钢协数据显示,2月上旬国内粗钢日均产量明显回升,达198.89万吨,较去年10月下旬以来的新高,较去年同期更是增长16.7%。

此外,春节刚过,国内钢材市场的下游需求明显不足,资源多入库,促使节后钢材库存总量持续上升。

就在库存压力大增令行情难以上扬的同时,国内外利空消息频现,在美联储拟调整QE(量化宽松政策)、央行巨额正回购和房地产“新五条”的多重利空重压下,国内钢材期货和现货市场均出现大幅下跌。

期货市场上,期螺1310合约接连走

低,上周五五个交易日累计跌250元/吨,投资者信心明显不足。现货方面,据钢材综合指数显示,上周六国内钢材综合指数下跌0.31%,五大钢材品种均有不同程度下跌。

据市场反馈,面对库存增加、钢市不振、成交清淡等现状,钢贸商们心态普遍悲观。有商家表示,“刚刚发布的房地产调控政策(新五条),很可能将开春建材的上涨预期‘扼杀’在摇篮里。”(立民)

厨卫五金发展潜力巨大

近年来,我国厨卫五金民营企业异军突起,成为行业发展的主力军,欧美市场的转入,将成为我国厨卫五金业扩大营销渠道的关键。

厨卫五金作为家装设计的一部分,家装设计和文化的因素势必影响到厨卫五金以及配件的发展,而其的创新也可为家装设计带来新的亮点和变化。

目前,消费者对于厨卫五金产品的要求越来越高,因此,企业还需在这方面多下功夫,使产品通过国家的相关环保认证。这对于消费者来说,可以使他们对产品和企业产生信任感。

因此,近几年厨卫五金业除了重视产

品质量、品牌意识加强、营销宣传和科技创新力度加大,还出现了低碳热,未来厨卫五金将更加追求低碳、节能、绿色、环保。

今后厨卫五金行业必将大量采用具有低碳技术特征新型材料。新型节能、环保五金产品市场需求将维持长期增长态势。

厨卫五金企业势必将提高技术创新,研发更多节能型产品,同时五金行业加大资源节约和环境保护力度,努力实现产业结构由能源密集型为主向资本、技术、知识密集型产业为主转变,降低高能耗、高污染、高趋同产业在国民经济中的比重。

厨卫五金企业有了优质的产品后,必须加大对市场的宣传和推广,让经销商和顾客了解产品,激发他们的代理和购买欲望。厨卫企业可以通过各种手段加大宣传与推广,尤其加大在行业媒体的宣传以达到推广的目的。

从厨卫五金行业发展趋势来看,对用户体验和产品人性化的关注已经排到了首位。厨卫五金企业产品的开发人员应该从产品的应用场合、用户需求、消费者使用习惯出发,对现有市场上的厨卫五金产品进行广泛深入研究,结合一些资深客户反馈意见,在产品功能上进行全新设计,以满足家庭需要。(长春)



资 讯

日本铸造模具独占鳌头 先进管理制度居首功

近年来,日本铸造模具产业发展迅速并走在世界同行业的前列,探析日本铸造模具产业的发展秘诀,日本铸造模具独占鳌头,先进管理制度功不可没。

日本的铸造模具行业先进的管理主要体现在以下几个方面:一是,日本铸造模具企业前期设计确实做的很细,所有2D图纸画的很细,并且全部标注公差;二是,日本企业注重加工工艺的研究,对铸造模具的粗加工、精加工、电脉冲、线切割等各工序都制定了详细的工艺规范,包括加工中的定位、加工余量、加工参数等都纳入规范,在制作过程中,全部按工艺规范以及技术标准进行加工,不得偏离。三是,日本企业在铸造模具的质量控制方面严格按照图纸要求进行,员工在加工完成后全部进行自检并做好记录,包括型腔精加工后,用先进的三维检测设备进行扫描与3D进行比对,直接判定是否在公差内,原则就是合格后方可转入下一工序。

日本的铸造模具产业之所以有今日的成就,先进的管理制度当局首功,在这种管理制度之下,日本的铸造模具产业更加精益求精,渐居世界之首。(郭足)

欧盟将对借道菲律宾出口的紧固件征收关税

欧盟委员会拟终止自2012年6月以来对来自泰国和马来西亚的不锈钢紧固件展开的反规避调查;但欧洲监管机构提议对借道菲律宾出口至欧盟的不锈钢紧固件征收27.4%的进口关税,其中两家菲律宾公司将豁免关税。

据欧盟委员会于2012年2月13日公布的2013/0046提议文件表示,委员会调查机构因未能证明某类原产于中国的不锈钢紧固件通过马来西亚和泰国进行转口贸易,但能证明此类紧固件通过菲律宾转口至欧盟,且存在规避行为。

因此,欧盟委员会提议将目前对原产于中国的不锈钢紧固件的反倾销措施范围扩大至由菲律宾转口的不锈钢紧固件,相应的进口关税率为27.4%,征税时间将追溯回此次反规避调查启动之初,即2012年6月15日。相关的详细信息将于2013年3月13日前在欧盟官方期刊网站上发布,届时该措施亦将正式实施。

2012年6月14日欧盟宣布对中国不锈钢紧固件产品展开反规避调查,来自中国的相关产品涉嫌经由马来西亚、泰国和菲律宾转运出口至欧盟。(金枝)

俄罗斯着手出售全球最大金刚石企业股份

据俄消息网报道,俄经济发展部已着手准备出售“阿尔罗萨”金刚石7%股份,目前已开始进行投行咨询顾问的遴选。该公司是世界上最大的金刚石生产商之一,也是俄全资国有企业,由俄财政部和雅库特共和国共同持有,开采份额占30%。出售该公司部分国有股份已列入2011-2013年私有化计划。(钟严)

刚刚过去的2012年,中国工具行业似乎又乘坐了一次跌宕起伏的“过山车”。上半年,不少企业还在为订单来不及做而发愁;下半年,整个行业却再次感受到订单减少带来的冲击。

中国工具制造业 风景这边独好 ——专访中国五金制品协会工具五金分会秘书长周继华

工具出口的50%。世界上没有哪个国家和地区能像中国这样具有如此巨大的工具产品制造能力。

中国工具业之所以能取得这样的成绩和地位,是与全体工具制造企业的辛勤努力和企业家们的智慧分不开的。同时,国际产业转移也为中国工具业迅速崛起提供了良好的机遇。

在欧洲,曾经的工具制造业大国,比如德国、西班牙、意大利、英国、法国,根据资料显示,现在工具制造体系比较完整的国家只剩下德国。德国在最顶峰时期曾拥有400多家工具企业,现在只剩下了100多家。英国工具制造商全盛时期曾拥有150多家工厂,现在只剩下9家,而且处于继续衰减的趋势,意大利和西班牙也只剩下很少量的工具制造企业。

笔者:您是否能帮助分析一下出现问题的原因?

周继华:前两年行业所面临的所谓“大好形势”,其实是非正常情况的表现。金融危机爆发后,国外采购商虽经历一段时间的订单紧缩,但工具产品的刚性需求并未减少,随着库存消耗殆尽,订单又出现报复式增长。因此,不少企业在过去两年经常订单排得很满,有的甚至来不及生产。现在所谓的订单减少,一方面的确和欧美大的市场环境不好有关,另一方面也是因为订单回归理性。在这种情况下,一些企业表现出的好与坏,我认为

与企业经营者的思路有很大关系。

我们也应该看到,在市场经济中“好”与“坏”是两个非常重要的活跃因素。如果一个企业始终能把订单排到半年以后,面临这种“好”形势,企业对技术、设备和人力资源的投入度肯定就不会很高。只有当“坏”形势出现,企业才能充分调动起积极性,他会为了获得订单改善工艺、提高产能、改善劳动条件。只有在“好”与“坏”的相互作用下,工业体系才能健康发展。复杂多变的市场环境,其实正是企业发展的重要驱动力。

笔者:您的意思是形势相对的好与不好,更多地是应该寻找主观因素,因为大家所面临的客观环境其实是一样的。

周继华:是的,全球工具产品需求量每年都在增长,随着中国工具制造业的崛起,更多时候是中国企业给国外同行带来竞争,而不是国外企业影响到中国企业的存在和发展。在这么好的形势下,我们没有理由怀疑自己的前途,只要专心、专一、专注于工具产品的研发、制造和创新,中国工具业未来一定会更好。

世界工具制造业 正在向亚洲集聚

笔者:您刚才也提到了全球产业转移的概念,亚洲是否会成为未来全球工具制造的核心?中国工具业又将扮演怎样的角色?

周继华:全球工具业在过去几年已表现出快速向亚洲地区集聚的趋势,这样的趋势还将持续很长一段时间。受到成本等多方面因素影响,不管欧美国家如何推动制造业回归,他们也很难再将工具制造业带回本土去做。

目前亚洲除了海峡两岸的中国工具制造业外,主要的制造国家还有日本和印度。

日本的工具制造业起步很早,制造工艺水平也非常高。之前我们曾经整理了一篇文章发表在《工具动态》2010年第4期上,其中列举了日本马牌工具的一些技术经验,比如他们的铆子在制造过程中要经过6道热处理工序,而我们国内的企业一般只有2道。日本的工具业将是海峡两岸工具业今后发展和赶超的目标之一。

印度的工具制造业水平与中国相比,仍有很大差距。因为配套和产业链条不完善,印度不可能在短时间内动摇中国工具制造大国的地位。工具产品虽小,但工具制造过程中使用了锻造技术,很多产品要经过大型锻压设备来完成,因此工具制造业也被看作是五金制造中的重工业。经过30年的积累和不断提升,中国工具制造业在这方面已经形成了明显领先优势,因此中国工具制造业在未来相当的时间内,将在全球工具行业中占据支配地位。随着欧美工具制造业的进一步萎缩,中国工具制造业的区域领先优势乃至全方位领先优势必将进一步得到实现。

笔者:随着中国工具制造大国地位的奠定和行业展现出的长久发展态势,行业是否会在短期内进入深层调整期,也就是所谓的洗牌阶段?

周继华:作为制造业,只有经历了行业的充分竞争后,才会进入资源调整、再分配,也就是所谓的行业洗牌阶段。目前国内工具制造业现在还没有进入充分、成熟的发展阶段,各企业的发展还有很大余地。行业多数企业还处于成长期,因此还未到大规模的兼并、重组阶段。但根据欧美国家产业发展的历史看,无论是外来资本的青睐还是中国工具业自身发展的需要,未来这种情况是可能发生的。

重视技术研发将成行业主旋律

笔者:2012年,文登威力工具制造有限公司成为工具行业内首个国家认可企业技术中心,这是否会成为工具行业发展的一个里程碑事件?

周继华:文登威力现在无疑是国内手工工具制造行业中最大的生产企业,这不仅是国内同行公认的,在国际市场上也得到了认可。像文登威力这样专一、几十年如一日地进行手工工具生产的企业,为工具制造业做出了很好的榜样。

成为国家认可的企业技术中心,是对文登威力专注、专心工具制造的高度认可,并且更加巩固了文登在行业中的龙头地位。同时,也对行业起到了极大的推动和促进作用,会使整个行业更加重视技术研发。

在文登威力这样的行业龙头带动下,各大型企业成为所在生产区域的技术中心也将成为一种趋势,区域性技术中心的形成对于产业集中和资源优化再分配也将产生重要影响。实现技术领先后,行业创新和发展的速度会非常快,也会带动区域产业的发展。



■ 玉锦

在工具五金分会秘书长周继华看来,起伏不定的市场形势是非常正常的情况。“只有‘好’没有‘坏’的市场是不存在的。只有在变幻多变的条件下,才能真正考验企业家的眼光和智慧,只有经受了市场严峻的考验,企业和行业才能真正走向成熟。”周继华说。

正确认识 中国工具制造大国的地位

笔者:2012年,“出口不利”和“订单减少”似乎又成为行业热词,尤其是进入下半年以后,企业感受到的压力越来越大。中国工具业是否将面临又一个“寒冬”?

周继华:要探讨这一问题,我认为首先要从分析中国工具制造业在国际上所处的地位入手。明确了定位,就能更好地对行业发展情况进行判断。

从总体上看,中国现已成为世界上最大的工具制造业基地和产业聚集区。目前,中国大陆每年工具产品出口额为80多亿美元,中国台湾地区出口额为30多亿美元,约占全球