

五金工具行业亲近智能化

□ 金模

据最新数据调查,2012 年中国五金机电行业已经在世界市场拥有了自己的一片领地,中国五金机电行业能在如此竞争的市场拥有自己的土地,实属国人的骄傲,也给国内五金市场照亮了希望。

2012 年中国日用五金业跨入世界前列,从 1996 年至今,中国先后建立了拉链、电剃须器、不锈钢器皿、铁锅、刀片、自行车锁等 14 个技术开发中心,压力锅、电动剃须器、打火机 等 16 个产品中心。这些中心目前绝大多数发展成为行业排头兵,有的已成为世界排头兵。如苏泊尔炊具公司生产出高档的电压力锅;浙江超人集团电动剃器产量已超过日本三洋公司,成为世界第三大剃须器生产企业;温州大虎打火机厂成为中国最大的金属打火机生产企业,取得了良好的经济效益。

中国逐步成为世界五金加工大国和出口大国,我国已成为世界五金生产大国之一,拥有广阔的市场和消费潜力。出口创汇由 1995 年的 27.6 亿美元,上升到 1999 年的 38.47 亿美元,增长 71.74%,平均年增 11.4%,之后一直都在稳步增长。2002 年,我国五金工业总产



值达到 1895 亿元,同比增长 19.15%,海关统计出口总额 67.74 亿美元,同比增长 24.51%,其中,燃气热水器产量 24384 万台,比上年增长 19.18%;锁具 12.30 亿把,比上年增长 9.43%;日用不锈钢制品 41.5 万吨,同比增长 24.56%。据国际模协秘书长罗百辉介绍,现在

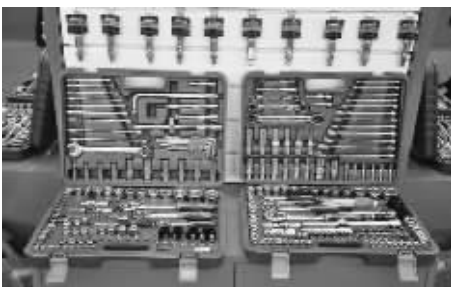
中国五金产业中至少有 70%为民营企业,为中国五金行业发展的主力军。另一方面,国际五金市场上:欧美发达国家由于生产技术快速发展与劳动力价格升高,将普遍性产品转由发展中国家生产,仅生产高附加价值的产品,而中国又拥有强大的市场潜力,所以更有

利发展为五金加工出口大国。

浅析国际五金工具行业动态,这样的发展 2012 年给我国带来的压力也带来了动力——

发达国家将中低档产品向第三世界转移,由于生产技术的飞速发展和劳动力价格昂贵的影响,发达国家已将中、低档产品加速向第三世界转移,自己只生产一些高附加值的产品。

DIY 产品成为五金市场新宠。近年来,在欧美随着发达国家的建筑类五金产品设计以容易安装及维修为主,可自行装配(doit-yourself)产品及工具大受市场欢迎。据业内人士分析,今后两年,国内的建筑类五金产品也将走向智能化、人性化的发展道路。



进口五金涨价有推手 功能性五金件 层出不穷

□ 钟行

与整体橱柜或整体衣柜相比,小小的五金件确实是很小。但在整体橱柜或衣柜的身上,一些不起眼的五金小配件却起到了很大的作用。五金配件是定制家具的重要组成部分,在整体材料中占有极其重要的位置,它直接影响定制家具的综合质和使用功能,同时,也决定了定制家具价格高低。

定制类产品在市场上的认可度逐渐上升,其量身定制的特点征服了喜欢追求个性家居的人们。

在居然之家、红星美凯龙、香江家居、领秀家居等多个家居卖场中,定制类产品中价格的弹性因素除了传统的基材之外,尤其是定制衣柜和整体橱柜中,五金件占总价格比重也逐渐增长,小小五金件也逐渐有着四两拨千斤的意味。

功能性五金件层出不穷

据了解,在整体家居时代定制衣柜和整体橱柜已经渐成主流,而很多吸引消费者亮点的则是用于家具的五金件,尤以功能性强的五金件吸引消费者关注。

市面上越来越多的家具产品,通过五金件可以实现很多不同的功能,最常见的就是抽屉的拉篮、裤挂、缓降支撑等,而功能更强一些的则有旋转衣架、自由拉动衣架等,这些五金件的加入可以大大提高使用的便利性。其便利性不言而喻,但这难免会成为商家的又一种宣传噱头,为抓住消费者的好奇心,不少商家则在样板衣柜上加入大量的功能五金件,而是否都实用,却无从考证。

市民李女士表示,商家推荐了许多功能性的五金配件,可以让家具更好用,可是有时候功能太多,我们普通消费者也不一定能将所说的功能全部用上,最后就是常用的五金件用的频率高,而有的则成了摆设,浪费了安装时的心思和金钱。

进口五金件导致家具价格飙升

据了解,五金件的价格差异很大,单就门板支撑来说,价格就从二三十元到百元不等,小五金尚且如此,像拉篮、衣杆等产品更是如此。

由于定制衣柜的价格是按照板材的展开面积来计算的,所有板材、五金件、门板等分别构成了总价格,因而牵一发而动全身。

在史丹利的定制衣柜店内,笔者也曾亲自算了一笔账,按板材总体价格为 3000 元来计算,若加上一个拉篮,大概需要累加 800 元左右,如做成抽屉也需要另外计算,这样算下来,一个普通的衣柜配上两个抽屉、两个拉篮,价格则要 5000 元左右,可见,五金件的使用多少直接决定了整体价格的高低。

另外,在欧派橱柜店内,记者也了解到,对于橱柜产品,国外进口五金件价格也同样超出国内同类产品几倍甚至更多,因此在定制橱柜时产品的价格也水涨船高。

五金件售后或成难题

五金件所能提供的便利固然吸引人,但对于五金件的寿命却不得不叫人质疑,出现问题售后怎么办?是否有相应的售后服务?

据了解,很多定制衣柜或整体橱柜中使用的五金件从品牌上也有不同,有的是知名品牌的五金产品,如海蒂诗,大品牌售后固然有保证,但对于一些不太知名的品牌,售后是否同样能得到保证?且功能性较强的五金配件,一旦出现维修问题,又由谁来负责?

由于五金件通常无单独质保,一旦出现问题很难找到责任方,而类似功能性强的特殊产品在售后方面更显困难。

据格瑞澜橱柜的销售人员介绍,很多定制橱柜用的五金件为小厂家生产的五金件,其售后服务很可能都无法保证。

在此,笔者提醒,如果有经济上的压力,不能购买知名品牌也不要紧,市场上很多定制衣柜的厂家同样有同品牌的五金件销售,其售后服务与衣柜中其他部分一样,所以从一定程度上来说,相对较有保证。提醒消费者的是,重视五金件的售后,咨询好品牌对五金件是否承保,尽量将细则写入合同有所依据。

温州泵阀企业 聚集觅良策 突破发展瓶颈

□ 慧金

近日,温州市泵阀工业协会召开了三届四次会员大会。温州市经信委的领导,中国阀协秘书长宋银立应邀出席。协会 200 多家会员企业的负责人和代表参加了此次会议。

据悉,今年三个季度很快就要过去了,由于国际金融危机的持续影响和去年温州市金融风波的危害性尚未完全消除,企业遇到了许多前所未有的困难,直接影响到整个行业的经济发展。目前温州泵阀行业出现几大类突出问题:

一是经济数据波动。1-6 月份,温州泵阀行业生产形势稳中有升,但进入 6 月份以后生产出现下滑的趋势,到 8 月份止,全行业总产值达到 175 亿元,销售额为 145 亿元,全行业上缴税收 5.75 亿元,从以上的数据说明本行业的发展还是平稳的,基本上和去年持平。

二是企业运行不畅。今年较典型的特点是行业中的龙头企业,大型企业订单充足,生产稳定,处于稳中略升的态势。而小微企业则出现萎缩滑坡局面,特别是进入 6 月份以后,市场凸显清淡,个别企业已经处于停产半停产的状态,6 月份以后至今产值出现微负增长的态势,根据目前的发展形势,企稳转好的趋向仍不明显。

三是利润缩水担忧。由于订单的量价齐跌,加之市场的激烈竞争,企业的利润空间微乎其微,个别企业已经出现亏损,相当部分企业反映,只是为了维持工人们的工资才勉强开工生产,如果再这样持续下去,宁可停产。

四是从目前生产的形势来看,国内订单呈下降趋势,出口产品悄然上升。从几家较大型上规模的企业生产情况来看,基本上以生产出口产品为主,今年到 6 月份为止出口总额达到 4.2 亿美元,而去年同期为 3.6 亿美元,同比增长 16.7%。而且以往出口产品仅局限中东、非洲地区的格局有所改变,近时期欧美的订单不断的增加,整个行业出口比例显著上升。

五是市场后劲不足。根据全行业对下一步企业情况的摸底,第四季度没有订单的企业占 25%,近 30%的企业订单较去年下滑,新增市场主体不足,即使有点订单,批量很小,以短、小、散见多,订单下降的趋势比较明显,对下半年的预期也不容乐观,下滑的态势短时间内难以得到遏制。

六是融资难,融资成本高依然困扰着企业的发展,特别是小微企业。虽然国家对贷款政策有些放宽,但是受不良贷款率上升的影响,银行提高了贷款的门槛,小微企业想贷到一笔款仍相当不容易,压贷、抽贷现象仍然存在,个别银行的利率仍暗箱操作,融资成本居高不下。

会长杨荣水在《温州市泵阀工业协会三届四次大会工作报告》中指出,如何看待当前的经济形势,对于坚定信心,稳中求进,实现全年经济发展的预期目标,至关重要。

挣脱传统形式发展

家电五金配件唱响节能环保

□ 王惠五

节能减排作为“十二五”规划中的重头戏,正加快脚步逐渐渗透到各行各业中,节能减排一方面增加了高能耗、高污染企业的生产压力,另一方面也在不断地推进着众多五金产品升级改革。在国家大力推进节能减排政策,节能环保观念深入人心的当下,五金业朝向节能环保发展,正直接或间接地改变着许多我们的生活方式。

近年来,碳关税碳标签在贸易方面筑起新的绿色壁垒,在应对全球气候变暖的趋势下,减排意识在全球范围内普及,低碳家电热持续升温。然而国内五金产业经济的快速增长是以资源浪费、能源浪费、环境污染为代价的,是粗放型经济增长方式。中国五金产品虽经过十几年的发展,部分企业已逐步形成一套系列化、标准化、品牌化管理,相比于国内略低的质量生产标准,在国际标准面前,并不是所有的五金企业都能够迅速突破,五金家电配件要生产成品家电符合出口的规格产品,生产配套压力自然增加不少。

截至目前,国际标准化组织(ISO)和国际电工委员会(IEC)发布的国际标准近 20000 项,其中涉及安全、节能、环保方面的绿色标准占相当大的比例。法、德、英等国家已经把采用国际标准作为进入国际市场的王牌,北欧等国也几乎不做任何修改直接采用国际标准作为市场进入准则,美国对采用国际标准的态度也由冷淡转为积极,甚至连发展中国家对国际标准的兴趣也越来越高。

近年来,国家大力实施节能减排政策,不管是价格调控还是宣传引导,节能环保观念越来越深入人心,比如,家庭用水大件卫浴产品,也成为节水的首要问题,更多的消



费者更愿意选择节能卫浴五金产品。此时,对于五金企业来说,不进则退,加强技术创新,多元化发展是关键。

家居五金按设置可分为普通和特殊两大类,前者包括合页、铰链滑轨等,后者包括浴室五金和厨房挂件等。其中铰链、滑轨、合页和锁具在生活中使用频率最高,因而显得更为重要。

近年来,由于消费者需求的不断提高,对五金配件提出了更大的需求和更高的要求。拿家电业来说,家电的质量和档次主要体现在五金配件的选用上。家电使用不便,在很大程度上是因为家电的五金配件选用不当或者缺少造成的。只要有相应的五金配件,非常复杂的多功能家电都能制作出来,

五金配件在家电中的价值占比为 10%,但是运行舒适度却占 80%。

可见,五金配件在家电中的重要性。须开发和推广资源节约、替代和循环利用技术,加快企业节能降耗的技术改造,对消耗高、污染重、技术落后的工艺和产品实施强制性淘汰制度,实行有利于资源节约的价格和财税政策。在冶金、建材、化工、电力等重点行业以及产业园区和若干城市,开展循环经济试点,健全法律法规,探索发展循环经济的有效模式。强化节约意识,鼓励生产和使用节能节水产品、节能环保型汽车,发展节能省地型建筑,形成健康文明、节约资源的消费模式。

如何让五金行业更具竞争力

□ 机商

五金工具市场调查报告显示,国内五金工具广泛应用于地质勘探、石材、机械、汽车及国防工业等各个领域,机械加工用的磨具、地质钻头及石材锯切工具的制造工艺水平已有很大提高。产品已形成系列化、标准化,品种规格齐全,产品质量稳定,部分产品在国际市场上具有一定的竞争力。

一个行业整体发展水平归根结底取决于业内企业经营水平和发展速度。我国五金工具市场要想实现由大到强成功转变,需要各企业自主自立、自强不息,从而推动整个行业发展。策略上加强企业内部管理,不断完善生产工艺,降低生产成本,提高经济效益。

五金工具礼品化包装和特色化经营是目前方兴未艾的新策略。

近几年,随着人民消费水平的陆续提高,实用家庭组合工具开始逐步走入寻常百姓家。在威力工具有限公司和纵横五金工具批发部,外壳吹塑盒,内配多件手动组合工具销售颇为红火。精巧的包装、齐全的种类、繁多的功能以及适合的价位,是家庭和企业的帮手,也是馈赠的好礼品。尤其是一些外来旅游者,对实用家庭组合工具更是情有独钟,选

购一套自用或送友,既经济又实惠。

面对市场淡季,特色化经营是挖掘淡季之中更多商机的有效途径。因此,五金工具类商品需求应一改以往的单调型。

园林工具在前些年都以销往花木场或出口为多,但近两年来,园林工具也堂而皇之地进入了普通老百姓家庭。其款式和色泽也新增了造型别致的黄、绿、蓝等多种颜色,尤其在工具种类上,较之以前不知丰富了多少。五金市场上的园林工具包罗万象,有喷水枪、园林剪、整篱剪、整枝剪等,琳琅满目应有尽有。

随着汽车工业的快速发展和城市公交、客运车辆、出租汽车的大量增加,以及轿车驶入寻常百姓家庭,汽车随车工具及汽配配件的需求有了大幅度的提升。汽车随车工具包括扳手、千斤顶、打钉枪等,其中尤以电动随车工具销势最好。电动随车工具一般采用 12 伏直流电为动力,体积小,重量轻,性能优良,使用安全。电动打钉枪还可适用于装潢、木工等装饰行业,一举多用。

机配工具类商品的销售一直是五金城市场的亮点。尤其是受我市电动工具、衡器、防盗门、滑板车、保温杯等活跃行业的全面带动,机配工具销势陆续看好。电焊产品、橡胶制品、筛网商品、实用小五金等不仅受到了国

内用户的喜爱,还源源销往欧美、中东、东南亚、非洲等国家和地区,前景喜人。

为满足国内外工具市场的需要,必须加快新产品的开发,提高产品质量,增加品种,提高产量。近几年来,机械、宝石、医疗器械、木材、玻璃钢、石材工艺品、陶瓷和复合非金属硬脆材料的加工领域对金刚石工具的需求量逐年增加,目前,这些产品国内还是依赖进口,因此必须尽快开发出高质量的各种系列的工具,以替代进口。目前,亟待开发的产品有:石油钻探用 PDC 钻头、石材抛磨用金刚石磨块、工程薄壁钻头、金刚石珩磨油石、金钢石薄膜涂层工具、金钢石滚轮、橡胶结合剂金钢石塑性工具、PCD 金钢石刀具、金钢石唱针、喷嘴、金钢石散热片及三极管等产品。为保证其产品质量,必须加快新技术、新工艺的推广,如真空焊接技术、电火花烧结技术、金钢石均布技术、金钢石镀钛技术及金属化粘结技术、激光焊接工艺等。

走集团化或联合企业的道路,组建几个大的企业集团,引导行业发展,创造自己的品牌,积极参与国际竞争。依靠科技进步,增加科技投入,更新设备,狠抓新技术、新工艺、新产品的研究与推广,提高我国五金工业的技术水平。