

大势观察 |

中国五金专业市场未来应如何发展

□ 陈航

近年来,中国制造业所处的经济形势、外部环境风云变化,传统专业市场的经营也有待用新的眼光、新的思维和方法来应对这种变化。我认为,目前的外部环境主要包括以下两种情况:

外部市场环境。全球经济仍然处于金融危机的阴影笼罩之下,美国、欧洲、日本几大主要经济体都面临着经济的衰退,如何尽快摆脱经济颓势,对于各国政府来说,加强制造实业,对外加大投资出口,对内扩大消费成为主要手段。这段时间,美国对中国多类产品的贸易仲裁都说明这一问题。因此,中国的制造业产品出口将长期面临压力。

全球货币环境。美元是全球储备货币,美国为了摆脱庞大的债务危机,将长期采取弱势美元政策,人民币长期升值压力依然存在,对于处于微利的中国制造业出口来说,将是影响出口的又一大重压。

从以上两方面可以看出,中国制造业未来的出路只有两个,包括加大技术自主创新、打造品牌,以技术和品牌撬开国际市场以及努力打开国内市场。技术创新和品牌创造需要一个长期的过程,国内市场近在咫尺,相对



更易突破。

针对目前的外部环境,中国五金工业品流通的主要分销平台——具有中国特色的五金专业市场应该如何做出改善?我认为,未来20年内,传统五金机电专业市场仍将在中国五金分销领域占据核心地位。作为五金专业

市场的建设方和运营商,我们应充分认识到这一点。所要做的,就是在顺应时代经济发展的前提下,不断丰富和创新五金市场的内涵和模式,使其更符合未来的发展。未来中国五金机电市场将要重点考虑如下方面的革新:为新的销售模式提供平台。在今年3月

份的上海五金展上,出现了一种新的分销商,他们以一站式产品配送为核心、以全国连锁为经营模式、以统一的物流配送和售后服务为特色、以资本为大棒,正在拉开一场新的五金商贸角逐。虽然这只是一种开端,但更代表一种趋势,新的模式更注重平台、系统和服务。笔者认为这就是中国五金流通在未来20年里的主要变化。这也将是传统五金贸易商即将面临的竞争。作为市场运营方,我们应该为这类商贸企业提供适宜的平台,以丰富市场产品及服务,实现市场升级。

发展电子商务。在电子商务领域,这种革新的动力更是强劲,如果传统贸易商还停留在电子商务是否适于五金流通销售的老旧话题上的话,等待的只有被淘汰。作为商家,没有实力和能力去开发庞大的电子商务平台,这就是运营商要做的事。

未来五金市场的趋势是“大网站,小实体”,鼠标一点,财源滚滚不再是幻想。

创造新的开发模式。传统的五金机电市场开发建设多以房地产开发模式为主导,以商铺销售租赁方式与贸易商形成简单的合作关系。这种方式对于开发商来说,资金压力小,操作简单,但是,弊端是无法更好地吸引品牌资源的进入。

抓住发展中国家对机床需求的机遇

□ 钟蓓

由于近年来国际市场对国内数控机床产品需求的不断增长,国内数控机床工业成为世界机床产业的主力军。不论是国内数控机床产品的质量、包装、供货期限还是延伸的生产过程以及数控机床产品的研发等都让国际人士点头叹服。

如今,中东等地区对机床工具的需求都以每年以百分之十几的速度在持续递增,这为国内机床业向中东进军提供了市场依据。

在全球工业污染日益严重的前提下,国内机床制造业也积极将机床产品与环境保护、能源资源以及人文环境有效结合起来。

“巨大的市场和中心地位的引力吸引了一些数控机床跨国公司的生产中心移向中国。同时采购市场也逐渐汇聚中国,其中仅中东、非洲等发展中国家如今对机床工具的需求都以每年以百分之十几的速度在持续递增。”国际模协秘书长、金模机床网首席分析师罗百辉认为,这将为国内数控机床工具强势挺进中东提供强大的市场依据,未来其挺进中东将指日可待。

“另外,印度汽车及零部件业的迅速发展以及基础设施建设的投入,使得机床产品需求巨大。作为一个发展中国家,印度是机床第七大消费国,对进口机床的依赖度达77%。”罗百辉认为,印度机床市场是各

国竞争的重要领域,我国的产品档次适合印度市场,机床企业应从战略上重视印度市场的需求。

印度正处于发展阶段,贫富差距悬殊,但是到处可见正在建设的厂房、高速公路;道路行驶的少数高档车辆是进口,其余轿车、载重车、摩托车、三轮摩托车、载人客车、拖拉机、工程机械几乎全部本土制造。近年,印度经济高速发展,导致对机床需求增加,所以,印度每年都举办机床展览会。

印度基本是代理商销售机床,并为企业提供售后服务。印度机床服务人员有一定的基础,再经培训能承担一般性的维修服务。印度用户信任代理商。我国企业应在印度寻求好的代理商,并用调动代理商积极性的方法,使其努力扩大代理产品的市场份额。

印度机床企业起步晚,所以起点高。厂房不大却都是钢结构,多数建有立体库;产品都是中档以上的数控机床,没有见到制造五轴和大型数控机床,但能满足印度当前需求。员工不多,但技术人员和销售人员比例高,普遍把握英语和计算机,计算机应用很普及。

印度机床业正通过增强生产力以缩小与国际先进产品的技术差距,以减少进口并增强印度机床在出口市场的影响力。但在未来一段时期内,印度机床市场仍是中国机床产业的一个巨大的发展机会。

灯具行业的暴利时代是真是假?

□ 伯方

目前,有调查数据显示,面对灯具五金微薄的利润,以及激烈的竞争,一些中小灯具五金企业纷纷将灯具五金产品出口欧美国家。显然,灯具五金曾经笼罩的“暴利营销”已是明日黄花。

据有关调查显示,目前80%家庭灯饰照明消费平均占家庭装修总费用10%-20%,商用照明所占装修比例20%-30%,一般的灯具店年纯利润至少20万以上,灯具产品从总部出厂发货到经销商最终销售,其中间利润高达150%至200%左右。

面对暴利行业的说法,灯具行业的经销商们却并不认同。一位灯具经销商告诉记者:昂贵的店租、仓储成本、物流成本、店员工资、装修、水电等等,让灯具经销商们看似挣得多,实际却非如此。国家出台了一系列抑制房价的政策,这让房地产市场遇冷,没人买房,也没人装修,何谈买灯?据了解,今年灯具五金行业似乎失去了往日的“嚣张跋扈”,五金灯饰照明需求明显减少,日销售额与之前相比差很多。

笔者在走访灯具五金市场时候,发现普遍灯具五金门店都是“灯火通明”。“如果不开灯,消费者就很难看到灯具五金的最终效果,所以为了吸引消费者,都会将



一些热门推荐的灯具五金产品打开。当然这就意味着得承担比较高的电费。”显然,昂贵的店面月租、店员工资、装修、水电等等,虽然挣得多,但是整个灯具五金店面的基本开支,到净销售这里也只能享受“大进大出”的快感而已。业内人士表示:“灯具五金行业并不见多大利润,所以从其他行业来看,经营灯具五金只能说是有相当大的利润空间。”

“看似是暴利行业,实际灯具经销商的利润并不高,高昂的是灯具销售的中间环节,灯具批发厂商和经销商,都只是为暴利背了一个名声。”一位业内人士说。那如何拒绝暴利,减少中间成本呢?专业人士告诉记者,要真正做到减少中间成本,就必须聚集全球行业资源、形成技工贸一体化、以研发设计和品牌营销及企业总部办公为主的“产业中心”升级,同时形成“产、批、零”一体化,成为行业的产业基地和杜绝中间成本的批零基地。

紧锣密鼓设定中国路线图

欧洲机床巨头觊觎中国市场

□ 世国

欧洲最大的钣金加工、激光应用以及医疗设备厂商通快集团董事长NicolaLeibinger-Kammuller称,“未来将陆续加大在中国的投资力度”,但具体细节则以尚未确定为由拒绝透露。

来自国家公布的机床工具行业“十二五”发展规划,预计至2015年,中国机床工具行业将实现工业总产值8000亿元,数控机床年产量超过25万台,国内市场占有率达到70%以上。

中国市场的巨大缺口让此前早已撬开中国大门的老牌欧洲企业再次嗅到了商机。创办

于1924年的电动工具制造商德国metabo董事会主席Horst·W·Garbrecht表示,公司将对位于上海的子公司进行规模化扩张,“子公司将辐射整个亚洲,除了产品开发和生产制造外,还负责直接与分布在亚洲的客户进行结算。”

事实上,除metabo以外,包括通快集团、埃马克、INDEX、GF等在内的欧洲企业也都已

设定了明确的“中国路线图”。

在此之前,有业内人士透露,正以吞进方式加速进军中国的通快集团已经对江苏金方圆数控机床有限公司完成了收购,但在接受笔者采访时,通快集团董事长则并未正面回应。但其证实,目前,公司正与中国一家机床企业进行谈判。

终裁的税率则有所下调,例如在初裁公告中住友金属工业株式会社的反倾销税率为158%,本次降低到92%,其他日本公司的反倾销税率为39.2%,本次则降低到14.4%。久立特材董秘郑杰英表示,这可能是由于日本和欧洲企业采取了应对措施。

据了解,商务部本次发起反倾销,可能是对海外国家对中国钢企反倾销的一次回应,根据久立特材2011年12月的公告显示:欧盟决定对原产于中国的不锈钢无缝管征收48.0%-71.5%的临时反倾销税,其中久立特材在内的29家企业适用56.9%的临时反倾销税率,税款由当地进口商承担。

到13万-14万元/吨,一般产品价格也为8万-9万元/吨,今年6月份,宝钢集团曾对外报价6万元/吨。不过郑杰英表示,由于今年国内火电开工较少,对高性能不锈钢无缝钢管的需求量很小,宝钢集团的报价没有多少参考意义。商务部裁定征收反倾销税的钢管主要用在超临界、超超临界电站锅炉的过热器、再热器上。

久立特材董秘郑杰英表示,公司有两款高性能不锈钢无缝钢管产品通过行业鉴定,处于行业领先水平,“目前国内外产品质量已无差别。”

资料显示,2011年中国共进口钢管1394万吨,其中无缝管10万吨左右,平均价格是31万

元/吨左右,在无缝管中,不锈钢管比重是31%。在进口钢管中,从日本和欧盟27国的进口量占了整个进口的八成左右。今年1-9月份,从日本和欧盟进口数量已接近去年全年总量。

分析师赵湘鄂表示,上述反倾销税的征收比例偏低。“对中国企业而言,如果销售国裁定的征收比例在这个幅度,都会被认为是一种胜利。”赵湘鄂说,如此低的征收额度,很难形成太大影响,海外企业很容易将增加成本转移给国内客户。

商务部于2011年9月8日对上述产品进行反倾销立案调查,并于2012年5月8日发布初裁公告,认定被调查产品存在倾销,本次

重组提升竞争力

日本五金企业跳出独家主义

□ 吴立

为了获得全球市场竞争力,富士工业技术与官津制作所(总部:日本群马县大泉町)决定进行合并经营。虽然掌握着两家公司业绩上升关键的是增长显著的中国市场,但经营合并后,新公司在中国市场上实现腾飞的发展战略目前还不明确。

“对于中国市场的思维必须全面进行调整”。当就中国市场战略询问富士工业技术董事长兼社长丝川良平时,得到了这样的回答。这句话的具体意思指的是什么?简单来说可以理解为,既然在纯粹的成本竞争中无法取胜,那么就只有在中国厂商无法模仿的领域来求得活路。对于在海外的制造基地,丝川称,将不断强化现有的中国及印尼工厂。仅从这些公开发表的内容来看的话,看不出“全面进行调整”这种经营方针上的转变。

展望整个模具业界,国际模协秘书长、金模机床网首席分析师罗百辉指出,在中国市场方面,跨国公司正从本公司基地进行制造的“独家主义”的框框中跳出,“充分利用”当地模具厂商的趋势正在抬头。例如,著名射出成型模具厂商——日本池上模具工业正在使该公司选择的 中国模具厂商实现网络化,以加速构筑起可廉价采购到射出成型模具的体制。这一战略与模具用户希望在当地采购模具的意愿相吻合。另外,部分用户甚至有将中国作为其全球使用模具的采购基地的意向。

当然,这是出现在与汽车用冲压模具不同的领域的现象,长期而言这种做法是否是一项正确的战略还是个未知数。虽说如此,但用户无疑都希望采购到便宜的模具。

富士工业技术与官津制作所的经营合并将会给其他业界也带来巨大影响。之所以这样说,是因为日本企业再生支援机构进行注资的理由是“在全球竞争激烈的产业,进行一次业界重组模式的尝试”。

“多家日本国内厂商相互争夺不断缩小的日本国内市场。这种格局不仅限于汽车用冲压模具,在其他许多行业也都能看得到”。罗百辉表示,在市场日益全球化、发达国家及新兴市场国家的企业不断成为竞争对手的背景下,如果日本企业之间相互竞争内耗下去的话,日本制造业的根基将被动摇,这种危机感就是促成此次经营合并的背景。

通过日本企业之间的相互竞争,日本制造业整体不断成长,这种时代曾经存在过。然而,在全球化取得了长足发展的当代,日本企业间的竞争带来的效果变得有限,甚至可以说,其弊端反而越来越突出。今后,日本制造业要想在世界上发挥影响力,在多个行业都会不断出现“重组”。

我国电线电缆产品质量明显提升

□ 曲可

记者从中国(芜湖)电线电缆博览会获悉:国家质检总局今年对河北、辽宁、安徽等10省区1255家企业生产的1762批次电线电缆产品抽查显示,产品合格率为88.2%,表明我国电线电缆产品质量取得明显提升。此次抽查发现的主要问题为护套失重、绝缘性能、结构尺寸、导体电阻等项目指标不合格。

据国家质检总局副局长魏传忠介绍,2011年我国线缆行业产值已达到11000亿元,成为仅次于汽车整车及零配件的第二大产业,实现了世界第一的规模。为促进行业健康发展,国家质检总局今年开展了电线电缆“三查三打”专项行动,重点打击无证生产、经营和使用无证产品违法行为,打击偷工减料、以次充好、以不合格产品冒充合格产品违法行为,打击各种规避质量监管的违法行为,并在全行业实施了产品质量分类监管制度,将电线电缆企业分为AA、A、B、C等4个类别,实施不同的监管方式。在博览会期间,国家质检总局公布了安徽新亚特等132家AA类企业名称。

商务部对日欧钢管反倾销5年

□ 余胜良

商务部于11月8日公布相关高性能不锈钢无缝管反倾销案终裁结果,决定自11月9日起,对原产于欧盟和日本的进口上述产品征收92%至144%的反倾销税,实施期限为5年。

目前,国内能生产高性能不锈钢无缝管的主要是宝钢集团、太钢不锈和久立特材。久立特材董秘郑杰英表示,商务部最终裁定反倾销,短期内对国内钢管企业影响不大,但因期限有5年之久,长期来看肯定能带来积极影响。

中国从日欧进口的高性能不锈钢无缝管价格明显高于国内,其中高端产品价格可以达到

13万-14万元/吨,一般产品价格也为8万-9万元/吨,今年6月份,宝钢集团曾对外报价6万元/吨。不过郑杰英表示,由于今年国内火电开工较少,对高性能不锈钢无缝钢管的需求量很小,宝钢集团的报价没有多少参考意义。商务部裁定征收反倾销税的钢管主要用在超临界、超超临界电站锅炉的过热器、再热器上。

久立特材董秘郑杰英表示,公司有两款高性能不锈钢无缝钢管产品通过行业鉴定,处于行业领先水平,“目前国内外产品质量已无差别。”

资料显示,2011年中国共进口钢管1394万吨,其中无缝管10万吨左右,平均价格是31万

元/吨左右,在无缝管中,不锈钢管比重是31%。在进口钢管中,从日本和欧盟27国的进口量占了整个进口的八成左右。今年1-9月份,从日本和欧盟进口数量已接近去年全年总量。

分析师赵湘鄂表示,上述反倾销税的征收比例偏低。“对中国企业而言,如果销售国裁定的征收比例在这个幅度,都会被认为是一种胜利。”赵湘鄂说,如此低的征收额度,很难形成太大影响,海外企业很容易将增加成本转移给国内客户。

商务部于2011年9月8日对上述产品进行反倾销立案调查,并于2012年5月8日发布初裁公告,认定被调查产品存在倾销,本次