

大 势 观 察

中国阀门制造科技创新之路

强大的国家不能没有强大的工业,而强大的工业又集中体现在作为“工业母机”的装备制造业上。

十八大报告提出,科技创新是提高社会生产力和综合国力的战略支撑,必须摆在国家发展全局的核心位置。并且,十八大报告中强调:实施创新驱动发展战略。这对我国阀门制造业发展来说,是一种鼓舞、是一种动力,更是一种信心。十八大报告为我国制造业的未来描绘了一幅振奋人心的蓝图。

阀门行业在国民经济发展中,作为装备制造业的一个重要环节,起到非常重要的作用。虽然我国国内阀门制造业水平与国际先进水平相比仍有一定差距,好多高参数、高温高压、高磅级的关键阀门原一直依赖进口。但经过 20 年来特别是近几年的科研、设计、制造和用户相结合的共同努力,联合攻关,已卓有成效。在“西气东输”“南水北调”、“三峡水利枢纽”百万千瓦核电机组、百万吨乙烯改造工程、超临界和超超临界火电机组、油气管道输送、煤化工、大型船舶、城市污水处理等重大工程装备项目和核电、石化、冶金,电站等领域上,除少量高参数安全阀和调节阀需进口外,实现了阀门国产化,从而改变了重大装备关键阀门长久受制于国外的局面,成绩喜人。

如今,十八大精神为我国阀门制造业面向未来又赋予了一个崭新坐标,阀门国产化的今后发展方向在实现阀门国产化进程中,要根据我国装备制造业,特别是阀门行业在国民经济中所处的地位,阀门的企业更要注意加强自主创新的能力,瞄准国家重大产业项目,重大科技创新项目,实施重点突破,调整我们企业产品结构,创建企业的自主创新体系,全面提升企业综合竞争能力,使企业面对激烈的市场竞争和各个行业不断提出的技术和经济需求,使我们每个企业都为阀门国产化作出贡献。

机遇与挑战并存,困难与矛盾交织,但我国阀门产业仍处于可以大有作为的重要发展战略机遇期。躬逢盛世,高歌以咏;擘画未来,励精图治。以十八大精神为指引,让我们在中国阀门制造业未来发展的崭新坐标上,认清方位,戮力前行。中国阀门,一定能够续写精彩的“中国制造奇迹”。

(欣闻)



五金锁具应扩大渠道销售

目前,我国虽然是世界上最大的五金生产国,但是高精度、高效率的产品还不是很多,低水平、低附加值的现象十分普遍,品牌营销也严重滞后。五金锁具也要想提高竞争力,必须扩大销售渠道,发展高端产品。

当前锁具行业门槛比较低,五金锁具专利被保护意识薄弱。即使是五金锁具企业有了一项先进的专利技术,但随后五金锁具市场便会出现类似的产品。当前环境下的五金锁具门槛低导致五金锁具市场的混乱。而锁具市场侵权事件时有发生。并且五金锁具市场缺少品牌意识,五金市场上到处可见,有品牌的,无品牌的,总之是鱼龙混杂。

虽然门与五金锁具都是房地产下游附属行业,但是从市场的供求关系出发,五金锁企则从属于门企。经过 10 多年的

发展,门企的实力在增强的同时,其渠道也在不断地发生变化,因而对五金锁具的需求也在潜移默化地改变着。所以传统五金锁具渠道早已经无法满足门企需求。因此,当今的五金锁具企业不应停留在往年的需求层面上看待当今的市场,必须有与时俱进、迎合市场需求的意识,读懂门企的内心,掌握门企的市场需求。这样才可以抓住机会,提升销量,扩大市场占有率。因此,与门企合作非常重要。

大多数锁企对于市场营销的品牌推广及渠道建设意识比较落后,营销队伍建设较为滞后。因此,锁企应改变现有的渠道基础,加大区域营销队伍的人力投入,积极开拓新的渠道,注重品牌推广,争取在全国市场上平衡发展。

锁企关注的重心经常是国内一、二

线门企,对众多的发展中门企则不屑一顾,缺乏培育市场的前瞻性。通过对盘锦及东北其他几家中小型门企的调查了解到,由于企业每月的销量不多,所以对锁具的需求量也不大。大多数门企老板表示,当我们寻求与锁企进行贴牌合作时,大多数锁企则以锁具需求数量较少,开模具成本相对较高等因素婉言拒绝。而近些年随着房地产业的迅猛发展,人们生活水平的大幅度提升,顺应市场消费者需求的精装修户型、一站式购齐、工厂化一站式装修大行其道,为人们节约了时间和避免了挑选的麻烦。

近年来,我国锁企民营企业异军突起,成为行业发展的主力军,欧美市场的转入,将成为我国五金锁具业扩大营销渠道的关键。

(吴立辰)

冲压模具业步入高速发展黄金期

近年来,模具行业产品结构调整加快,以大型、精密、复杂、长寿命模具为代表的技术含量较高模具的发展速度高于行业总体发展速度,占模具总量的 35%左右。

我国现在的冲压件加工模具生产总量在世界上已经位列前列,并且开始从模具进口大国逐渐转变为模具出口国。据国际模协秘书长罗百辉介绍,我国现有模具生产企业 3 万余家,从业人员约 100 万人,2012 年销售额 1240 亿元,产销两旺,产量、质量和水平得到进一步提高,特别是汽车制造业和 IT 制造业的发展,拉动了模具档次的提高,精良的模具制造装备为模具技术水平的提升提供了保障。中国模具业

正经历“黄金发展阶段”,今后一段时期仍将保持持续快速增长。

从行业结构看,民营企业快速发展,国有企业活力增强,面向市场的专业模具厂家数量和能力提高较快,适应模具行业生产特点的冲压件加工模具集聚生产园区得到发展,中西部等模具工业欠发达地区有较大进步。

一些冲压件加工模具企业多工位级进模精度已达到 2 微米,寿命可达 3 亿冲次以上,个别企业的多工位级进模已可在 2500 次/分钟的高速冲床上使用,精度可达 1 微米。已能生产 43 英寸大屏幕彩电、65 英寸背投式电视外壳模具、10 公斤大

容量洗衣机全套塑料件模具以及汽车保险杠、整体仪表板等大型塑料模具。

精密塑料冲压件加工模具已能生产照相机和手机塑料件模具、多型腔小模数齿轮模具以及精度达 5 微米的 7800 腔密封模具等。大型精密复杂压铸模已能生产自动扶梯整体踏板压铸模、汽车后桥齿轮箱压铸模以及汽车发动机壳体的铸造模具等。

汽车覆盖件模具已能生产中档新型轿车的全套外覆盖件模具。子午线轮胎活络模具、铝合金和塑料门窗异型材挤出成型模、精铸或树脂快速成型拉延模等已达到相当高的水平。

目前从总体上来看,我国还只能称的上是冲压件加工模具生产大国而不能称的上是生产强国,产品与发达国家还有 10~15 年差距,目前仍以中低档为主,我国的模具行业近年将在持续快速增长的同时,呈现以下特点:产品继续向着更加大型、精密、复杂及经济快速的方向发展,技术含量将不断提高,制造周期不断缩短,冲压件加工模具生产将继续朝着信息化、数字化、精细化、高速化和自动化方向发展,企业将进一步提升各方面的综合实力和核心竞争力。

(一诺)

中国铁矿石进口格局渐变



■ 权武

随着印度矿进口量的缩减,中国的铁矿石进口格局正发生改变。

“2012 年我们将失去对中国(铁矿石)出口第三名的位置。”印度艾索矿业中国区首席代表 UNRedkar 近日公开表示,印度对华第三大出口国的地位,将在今年被南非取代。

印度曾是中国重要的铁矿石来源国,最风光的时候,印矿曾占中国进口份额的 25%,与澳矿、巴矿并称为三大矿,也正是伴随着印度矿的不断涌入,中国才开启了铁矿石散货市场,即现货矿。

但最近两年,印度着力发展本国钢铁业以满足国内需求,且通过采取提高关税、铁路运费等措施限制矿石出口,“前几年进口量的份额都在 20%以上,现在进口印度矿已经非常少了。”11 月 22 日,有贸易商

向《第一财经日报》记者称,到 9 月份,中国进口印矿占所有进口矿的份额甚至降至 1.2%。

相比印度矿的急剧减少,除了澳大利亚和巴西,中国正在增加来自其他国家的铁矿石量,用来缓解对三大矿商的依赖程度。其中,今年前九个月,来自南非的铁矿石占比已由 5.2%升至 5.7%。

资料显示,昆巴铁矿石公司计划到 2013 年将铁矿石产量扩大至 5300 万吨,到 2019 年扩大至 7000 万吨。其他矿业公司也有相应扩建和扩产计划。

不过,即便南非攀升至第三进口国,以南非矿为代表的多元化矿源目前还难以撼动整个进口矿的价格体系。据前述铁矿石贸易商反映,市场上的南非矿,水分低,品位较高,质量也不错,但相应的价格也高。数据显示,南非的进口均价是 144 美元,印度只有 112 美元,并不具有价格优势,但除了印度,其他铁矿石进口国均价也都很高。

“一个月进口南非矿 300 多万吨,澳大利亚一月进口 3000 多万吨,即使是印度占 20%比例的时候,也是给那些没有进口资质的小钢厂带来货源。”兰格钢铁网分析师张琳解释称,南非矿还取代不了之前印度矿留下的市场份额,真正取代的主力是澳矿。

除了澳巴印,中国每月进口其他国别的矿石已经占到 24.5%,但澳大利亚和巴西仍是主要来源,澳矿此前都是 40%左右的份额,目前已经飙升到了 53%以上。

工具行业要学会市场竞争生存之道

■ 世玉

在过去的半个世纪里,中国工具行业曾经经历了长时间辉煌,发展迅速、产品畅销、效益良好,成为机械行业中佼佼者。然而,步入改革开放年代,工具行业没有看到我们在相对封闭的环境下创新的业绩存在很大的局限性。特别是,当代席卷全球的科技革命,正在对传统制造业包括工具行业带来巨大的冲击和变革的压力,致使五金全行业结构调整缓慢,整体服务水平停滞不前,和现代制造业对工具行业的需求之间脱节日益严重,造成工具行业最终陷入今天的困境。

数量扩张冲击出口市场

最近 5 年间,工具价格一再下调。有的企业甚至下调 40%-50%,全国销量也只达到 2 亿件左右,可见生产过量罪魁祸首。

更为严重的是,在 80 年代中后期,由于对市场前景的乐观估计,我国的工具骨干重点企业不仅自身不断扩展,而且还培育了一大批联营厂,以增加生产能力。但遗憾的是,由于受到人才、技术、装备、管理水平以致观念上的种种限制,这些企业多数走的仍然是一条数量扩张型的老路,而且愈演愈烈,短短 10 年,总量猛增到 10 亿件,品种集中在麻花钻、建工钻、木工成套工具、卡尺等低档产品方面。

虽然数量很大,但销售额仅占国内市场总值的 30%左右。虽然由于品牌、质量方面



的原因,这些产品在国内外都没有进入正规制造业的工具销售系统,但在我国工具出口市场上已经造成了极大的冲击。

失误导致市场结构性疲软

五金工具行业在发展战略上的第二项重大失误,是对科技革命和国际制造业的大改造、大提高的浪潮反应迟钝。没有抓住契机,及时相应提升我国工具产品和服务的结构档次。

国外工具行业,为了赶上当代机械加工的发展要求,已下定决心,瞄准“三高一专”的新目标,彻底改变旧的发展模式,走向一个新的高度。

这种全方位的发展和提高,需要大量资

国际资讯

多明哥铜铁矿项目将无限推迟

由于能源成本居高,智利矿业项目投资开始受到影响。近日,加拿大与韩国联合体(CAPSTONEMINING 和 KOREARE-SOURCECORPORATION)表示,将其在智利北部第三大区的圣多明哥铜铁矿项目无限期推迟。

圣多明哥铜铁矿预计年产精铜 6.5 万吨,铁矿砂 260 万吨,目前已经完成前期可行性研究,原定于 2014 年开始建设矿山,2016 年投产,预计总投资 12.42 亿美元。CAPSTONEMINING 为初次进入智利矿业领域,该公司在墨西哥还有一个矿山项目。

越南 Vinacomin 贷款 3 亿美元开采铝矾土

近日,越南花旗银行与越南煤炭与矿业集团签订 3 亿美元的信用贷款协议,用以支持该集团于林同省的铝矾土开采及氧化铝生产项目。

据悉,此次贷款由越南财政部和日本出口与投资保险机构提供担保,花旗银行、瑞穗实业银行、三井住友信托银行及日商三菱东京日联银行合作,并由花旗承担主要贷款义务,贷款期限 13 年。这是有史以来越南煤炭与矿业集团签订的最大的一笔信用贷款合同。

预计,2013 年 1 月该集团于林同省的新莱氧化铝厂将出厂第一批产品。

巴西 WHB 汽车配件项目落户青岛胶州

巴西 WHB 汽车配件项目在青岛胶州签约,加速了 WHB 公司进军中国市场的步伐。

WHB 是巴西从事铸造、锻造和机加工汽车高精密部件的公司,是南美第一家能够为乘用车 OEM 生产供应曲轴的制造公司,是大众、菲亚特、通用、标志雪铁龙、奔驰、斯堪尼亚等多家大型汽车公司的顶级供应商,2012 年销售额预计为 8 亿美元。WHB 计划在青岛胶州建立一大型汽车零部件生产基地,项目第一期主要进行发动机缸体、缸盖及其他零部件的铸造和机加工,后期将逐步建成集铸铁、铸铝、锻钢和机加工为一体的完整产业链,总投资约 4 亿美元,占地 50 万平方米,预计两年后形成量产规模。

WHB 董事长 Teodoro 先生表示:“中国是一个极大的增长市场,也是我们拓展全球业务的重要组成部分,我们有信心能为中国市场上的乘用车、商用车、发动机和变速箱等企业提供优质的产品和服务。”

美国铝生产商寄望中国需求增加

据道琼斯上海消息称,诺贝丽斯公司寄望随着高品质的中国汽车的销量增加,市场对该公司铝产品的需求将大幅增长。

诺贝丽斯预计,中国在车身制造方面每年的铝需求量将从目前的约 1.5 万吨增加到 2015 年的 3.5 万吨左右。

诺贝丽斯说,中国汽车销售量的增长也为中国汽车行业增加铝需求量提供了基础。该公司预计未来两到三年中国的汽车销量每年将增长 5%至 10%。

(以上内容据全球五金网、中国金属信息网)

金投入和智力投入。而此时,我们却丧失了最好的发展机遇,一些实力不强的企业逐渐力不从心,退出舞台。

从这些发展和变化中,我们不难理解:停步不前的中国工具工业和飞速发展的国外工具工业差距拉大,是必然的结果。

最近几年,业内人士经常抱怨市场疲软,销售不畅。事实上是市场需求结构在调整,生产结构没有跟着调整,出现了结构性疲软。

要学会市场竞争生存之道

从我国五金工具行业的现状出发,大体上可以说:在传统标准化工具方面,我国产品的性能价格比在国内、国际市场仍有相当竞争力,这个优势要保持和发扬,也是我们发展的资本,但不要再犯盲目上数量、自乱阵脚的错误。在“三高一专”的现代工具和技术服务方面,我们同国际强手的差距很大。但是,在国际工具业界,大而强的跨国企业是少数,成千上万的中小企业照样生存和发展。他们靠的是发挥专长,走小而专、小而强的路。

我国工具行业在向现代化过渡时,也要发挥特色,从小而专的台阶做起。特别是目前的大中型工具企业,不要高估自己的实力,在科技创新、提高企业竞争力的过程中,同样要突出重点,集中力量打歼灭战,切忌再犯铺大摊子、盲目发展的错误。

这种对企业实事求是的定位,反而会发挥全行业的整体优势,加速现代化的步伐。