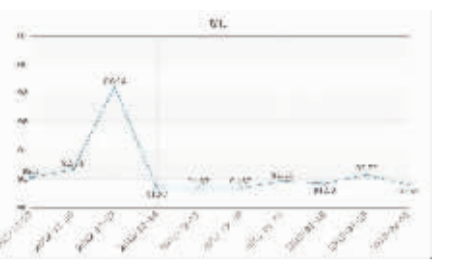


防爆电器价格走低销量小幅回缩

2013-2-1 期中国·成都五金机电指数周分析

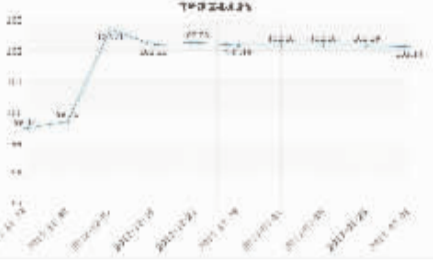


润滑油类本期指数 99.96 点，上涨 0.03 个百分点，微弱上浮。秋冬季节气温下降比较明显，普通润滑油产品在气温低的情况下则变得更稠，流动性减弱，所以每到冬季，一般情况下，大型机械都需要定期更换润滑油，所以相对于其他季节，冬季润滑油的销售情况相对较好，天气逐渐转暖相信这种情形不久就会下降。



焊材类本期指数 91.59 点，跌幅 0.7%，有所下滑。金桥焊丝、大桥焊丝、大西洋焊丝在焊丝品牌中依然突出，另外不同种类的焊丝，如铜焊丝、不锈钢焊丝，销售情况也有所不同，其他的如涂铜焊丝，由于其在使用时，焊丝表面焊前不需要再作除锈处理，因此简化了工序使用方便，销量也较为乐观。

卫浴五金类本期指数 101.95 点，跌幅 0.67%。房地产调控对陶瓷卫浴行业的影响是不可忽略的，目前房地产处于一个恢复阶段，对于室内用的地漏、水龙头、花洒等五金产品来说，目前需求并不见涨，其配套的设备材料，如花洒软管、PVC 淋浴管等由于容易磨损及消耗量大，市场销售情况相对较好。



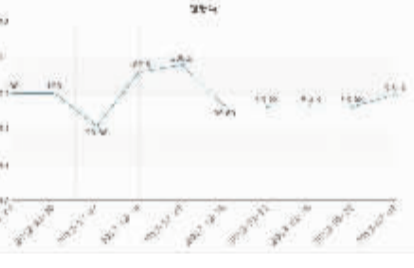
工程建筑机械设备类本期指数 102.14 点，跌幅 0.05%，小幅下滑，本周市场上大部分工程建筑机械商户反映，近期销售以老客户补货为主，本周由于节日影响，工程机械设备一般和物流相关，外地虽然有零星订单，但是都不安排出货，基本上都是以周边区县出货为主，人为控制了销售量。

一、总价格指数

本期“中国·成都五金机电指数”总价格指数为 99.18 点，较上周 99.15 点，上涨了 0.03 个百分点，微弱上浮。本周几个价格上涨的大类别有以上一些，五金工具类(本期价格指数 100.86 点，较上期 100.82 点，上涨了 0.04 个百分点)，电气类(本期价格指数 97.48 点，较上期 97.93 点，上涨了 0.45 个百分点)，安防设备与用品类(本期价格指数 98.56 点，较上期 97.02 点，上涨了 1.54 个百分点)，机电设备类(本期价格指数 97.37 点，较上期 97.08 点，上涨了 0.29 个百分点)。12 个大类中涨幅最大为安防设备与用品类，涨幅达 1.54 个百分点，跌幅最大为仪表仪器类，跌幅达 0.93 个百分点。时值春节临近，本周市场上商户纷纷反映，在出货方面都有大量的减少，甚至认为控制了一些出货的地点、时间，减少了在春节期间销售商品的情况。

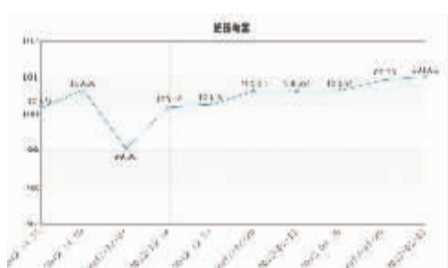
二、涨幅因素分析

上周价格涨幅前三位代表品的二级类别为机械设备的通风设备类、五金零部件的紧固件类、五金零部件的脚轮类。



防爆电器类本期指数

防爆电器类本期指数 95.56 点，涨幅 2.85%，止跌回升。从去年 12 月中旬开始，防爆电器价格走低，销量小幅回缩，在艰难维持了数周后，本周初次突破上涨。据悉，本次价格上涨和年初相比较，仍处于一个行业较低水平，自上周开始销量都有所下滑，本次调价主要为了能在年初有一个相对较高的价格起点。



低压电器类本期指数

低压电器类本期指数 101.03 点，涨幅 0.1%，低压电器产品一路小幅走高，本周已经涨到了 101.03 点。从 2013 年春运期间民众反馈情况来看，2012 年掀起的高铁建设热效果明显。高铁建设是我国社会发展的需要，是保证经济增长的重要项目，也是低压电器行业发展的重要影响因素，所以行业整体发展是一个利好的趋势。

三、跌幅因素分析

上周跌幅前三位代表品二级类别为机械设备的包装机械设备类、电线电缆的电缆附件类。

跌幅因素分析

上周跌幅前三位代表品二级类别为机械设备的包装机械设备类、电线电缆的电缆附件类。



本期价格指数涨跌榜

受物流等各方面影响，节前市场出货减少

| 涨幅榜前十位代表品 | | |
|------------|---|-------|
| 上海顶力 YH 4F | ↑ | 23.57 |
| 曙光建材 1.2 | ↑ | 24.62 |
| 德林 何力 1寸 | ↑ | 23.00 |
| 德火 VLY | ↑ | 13.73 |
| 德泰 700/2 | ↑ | 17.33 |
| 德泰 700/1 | ↑ | 14.23 |
| 德环 400 | ↑ | 13.00 |
| 德龙 400 | ↑ | 13.04 |
| 德达 电液换向阀 4 | ↑ | 11.73 |
| 德达 400 | ↑ | 13.77 |

本周上榜的产品有通风设备类、传动带类、防爆电器类，通风设备类。从五金机电行业各类来看，节前一个普遍的涨价主要原因并不是由于市场销量的上涨，绝大多数包含对市场的一个预期，另外也有对节后市场风险的一种规避措施。而从走势来看，防爆电器类，通风设备类价格指数，并未达到年初水平，整体行业呈下降态势，虽然本周有上涨，但是未能回到年初水平。

跌幅榜前十位代表品

| | | |
|------------|---|-------|
| 华新 380 E | ↓ | 37.16 |
| 温州鼎业 收料机 1 | ↓ | 34 |
| 红顶 3+8C-2型 | ↓ | 33.33 |
| 胜利 7C-29C | ↓ | 30.51 |
| 科力 鑫 WPCX | ↓ | 20.33 |
| 华新 900型 | ↓ | 18.75 |
| 曙光建材 400 | ↓ | 18.34 |
| 聚源隆 何力 1寸 | ↓ | 15.38 |
| 通达 TD-1 | ↓ | 14.77 |
| 上海顶力 SFEA | ↓ | 14.36 |

本周跌幅榜上出现了很多食品包装机械类产品。从市场包装机械商户反映情况来看，大型食品加工厂大多数运作时间是在年前 3 到 4 个月为高峰期，各种食品包装机械销售情况也较好，年底有一个过渡时期，各食品加工厂开工减少，加大对机器进行维护，迎接年后的一个食品包装、生产的高峰，此次降价商户表示可以接受，目前价格仅仅属于过渡阶段，对市场也并无影响，毕竟年前是出货低谷。另外，受物流等因素的影响，大型的工程机械类产品，以及部分难以运输的五金机电类产品，因为不能及时送达客户，除非客户有特殊要求的，大部分省外的订单已经取消，目前销售仅限于城市周边郊县，且以小量为主。

天府网交会万贯五金机电城分会场活动首月告捷

自 1 月 9 日万贯五金机电网推出“四川五金看万贯，天府网交有钜献”活动以来，得到了万贯机电城商家及各地采购商的大力支持和参与。本次“买五金送油票”活动，是万贯积极落实网交会主题、切实让利买卖双方而特别推出的线上线下相结合的促销活动。截至 1 月 31 日，前来领取油票的采购商就达 23735 人之多，产品采购总金额超过 2 亿元，共开出油票价值近百万元，活动首月“初战”告捷。

无论采购商还是万贯机电城商家，都对万贯这次“买五金送油票”活动感到十分满意，并给予了很高的评价。四川省佳成建设有限公司采购员苏先生表示：“万贯机电城交通方便！这次活动让我们采购商得到了实惠，降低了公司内部成本，同时也增加万贯了市场商家的人气，非常好！”此次活动中，他在中云阀门经营部采购了 8 万余元的阀门、燃气配件等产品，领取到 200 元油票。

机电城商家成都市长风商贸有限公司总经理李少杰陪同采购商前来领取油票时也透露，活动首日(1月9日)到其公司采购的买家就有近 20 个，采购金额 10 万余元，主要是采购世达手动工具。他还表示，万贯“买五金送油票”活动办得很好，“商家和采购商都让利了，而且还给一些不知道有这个活动的采购商带来了一个额外惊喜，也加大了采购商在市场内的



天府网交会万贯分会场活动线上线下同期举行。

2013 年电动工具行业发展重点

电动工具主要分为金属切削电动工具、研磨电动工具、装配电动工具和铁道用电动工具。常见的电动工具有电钻、电动砂轮机、电动扳手和电动螺丝刀、电锤和冲击电钻、混凝土振动器、电刨。

中国五金制品行销世界各个角落，中国的电动工具在挫折中前进。中国电动工具的三大生产基地各有特点，以自己的优势在五金行业谋得一席之地。

电动工具行业积极引进技术提升自身实力中国的快速发展，对外交流的全面性，展望电动工具行业，近几年也在快速发展，但是对比国外的相关企业还是处于落后的水平。专业人士觉得，要让电动工具行业迅速发展，技术是至关重要的。加上电动工具行业的特殊性，是属于高技术含量的行业，企业一定要积极引进相关技术，提升自己的

实力。电动工具行业，属于先进装备制造行业，并提升服务于先进制造业。电动工具被广泛应用于航空航天、高铁建设、船舶制造、汽车工业等先进装备制造领域以及建筑、道路、装饰装潢、木业加工、金属加工等生产领域。

全球电动工具行业，按照产品的技术要求、应用领域等特点，可分为工业级、专业级和 DIY 家用级三个级别。其中，工业级电动工具产品主要用于对工艺精度或作业环境保护要求很高的作业场所，如航天航空领域，具有技术要求高、利润高、市场范围小的特点；DIY 家用级电动工具主要被应用于精度要求不高和持续作业时间不长的场合，如家庭修缮、简单装修等场合，具有技术含量低、利润低的特点。

目前，中国绝大部分电动工具生产企业均在生产 DIY 家用级电动工具产品，产

品销售主要以价格为竞争手段，整体呈现一种低端、无序的竞争状态。而专业级电动工具无论在技术含量、应用领域范围、产品附加值还是在产品毛利率方面，均远超 DIY 级产品。专业级电动工具本身功率大、转速高、电机寿命长，能够持续长时间重复作业，具有技术含量高、利润率高、市场范围广、行业门槛高、品牌价值高等特点。

中国国内的电动工具市场常年为德国博世、日本牧田、日本日立、美国得伟等外资品牌巨头牢牢把持。从近年趋势来看，外资品牌的国内市场占有率处于下降通道，锐奇电动工具的崛起不断扩大市场占有率，在国内市场占有率居前四名中，锐奇股份是最年轻的后起之秀，却是增长最快的一支新秀，其从建厂投产至

今短短七年时间，便已跻身市场占有前四，有赶超近百年历史的德国博世、日本牧田的趋势。

纵观国内电动工具行业现状，生产 DIY 家用级电动工具产品的企业占据了绝大多数，能够形成产品系列的专业级产品工厂极为稀少，行业集中度低，缺乏领军企业。从发展趋势来看，内资品牌之间必将经历行业洗牌，最终形成由少数领军企业统领并规范的有序局面；内资和外资品牌之间，也将重新分配市场份额，内资品牌不断替代外资品牌。行业的内在整合需求，必将由行业的领军者来执掌。可以预见，锐奇，作为唯一的一家主营电动工具上市公司，有机会也有能力站在资本市场的舞台上，推动中国电动工具行业的资源重组和格局重整。



图 1: 成都万贯网交会活动现场照片



图 2: 成都万贯网交会活动现场照片



图 3: 成都万贯网交会活动现场照片



图 4: 成都万贯网交会活动现场照片

指数天地

浅谈指数基金投资的类别区分

青银

近年来理财市场发生了很大变化，一方面是我国资本市场运行机制在不断完善；另一方面投资者也在不断成熟，而这个变化的方面之一便是指数基金这一类产品的投资产品在市场中的比重越来越大，逐渐受到投资者的重视和青睐。

海外基金业的发展历史表明，市场的效率越高被动投资的必要性也就越强，在国内市场监管环境、市场机制改善的前提下，被动投资的市场地位也会随之提高。那么，面对琳琅满目的指数基金产品，投资者应该如何选择呢？

众所周知，指数基金均为跟踪复制某一标的指数的表现，选择指数基金就是选择指数的过程。现行市场的指数纷繁复杂，但主要分为三类。

一是具有行业或板块代表性的行业指数。如航天指数、银行指数等，这种指数往往代表相关行业和板块的走势，具有鲜明的行业特征。投资者在选择此类指数的时候需要对相关行业有较好的判断，在行业转型、行业转动的周期中把握投资机会。

二是基于基本面主题，从某一主题的长期投资价值入手。如新近推出的央视 50 指数，以及中证技术领先指数等。这一类指数要求投资者对相关主题涉及的投资领域有相对清晰的认识，对国家产业政策有较好的把握。以央视 50 指数为例，该指数选取了 50 家样本公司，分别在“成长、创新、回报、社会责任、公司治理”五个维度选取了 10 家企业构成指数成分股，根据 2011 年的财务数据统计，虽然央视 50 成分股数量在 2000 多家上市公司中只占 2.5%，但是其利润占整个 A 股市场 37%，具有很强投资价值。

【除署名文章外，本版稿件均由中国·成都五金机电指数网提供】