

大势观察

高端家居五金市场下埋藏的机遇



五金行业正从隐形品牌逐渐走进消费者的视野。低价竞争、模仿、贴牌生产只局限于某个历史阶段,随着产业的发展和竞争的升级,提高产品技术含量,拥有自主的专利、设计,注重品牌的打造和营销才是企业长期发展的最佳选择。

家居五金装饰性发展趋势可见一斑,家居五金更多地是强调其机械性能、防锈、防潮性、活动件的疲劳性能等品质。在家装日益要求个性化和整体性的今天,家居五金除了要满足上述功能性外,还要具有让人眼前一亮的装饰性和与整体家装风格配套的整体性。就拿最常见的拉手来说,目前市场上除了不锈钢色拉手外,还有黑色、古铜色、光铬、珍珠镍加透明漆,在造型上,有欧式的、中式的、常规的、异形等等,能满足消费者多元化的需求。

拿家具业来说,家具的质量和档次主要体现在五金配件的选用上。家具使用不便,在很大程度上是因为家具的五金配件选用不当或者缺少造成的。业内常言道:“只要有相应的五金配件,非常复杂的多功能家具都能制作出来。”业内人士说,五金配件在家具中的价值占比为5%,但是运行舒适度却占85%。可见五金配件在家具中的重要性。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,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。

如国外高端橱柜领域推出的电子智能抽,实现了橱柜五金“无拉手”的简洁设计,“一触即发”。新型阻尼及滑轨的使用,

实现了橱柜抽屉重载、无回弹、无泄露,同时延长了阻尼及滑轨的使用寿命。在一体化卫浴设计中,水温自动调节卫浴配件、卡式锁、自动门、感应开关等也开始进入人们的生活,为家居向智能化方向发展提供了必要的条件。智能化是家居五金的一大发展趋势。家居生活对个人越来越重要,对家居的舒适度要求也越来越高。现在人们希望的懒汉式的生活方式要求五金件越来越人性化、智能化。这一点在五金使用达到35%的橱柜行业体现得更为明显。

企业没有足够的资金保证,产品的设计和科技含量就无法提高,抄袭和接受海外企业订单生产变成了企业生存的最终选择。这样势必导致国产五金配件缺席高端市场。五金在家居中的地位如此重要,各大知名品牌家具和橱柜的五金配件基本被进口五金企业如百隆、海蒂诗等欧洲企业所包揽,使用德国或意大利的五金配件成了家具仅次于板材的最大卖点。但是国内高端家居五金市场和利润较高的品牌市场大多被进口五金企业占领。

家居五金企业深刻意识到了这一点,“未来我们的目标就是深度介入国内中高端市场,我们已经在做调研了。”一位长期做贴牌生产的某五金制造厂商认为,由于长期出口国外或为外资作贴牌,国内很多企业在产品质量上是非常过硬的。“关键在于改变以往重生产、轻品牌的做法,强化品牌经营能力和企业形象战略意识,这样一定能够取得应有的市场地位。”随着国内橱柜、卫浴等家居行业的蓬勃发展,大部分企业开始关注广阔的国内市场,出口转内销成为企业战略发展的重点。

(权武)



王全清:轴承行业将迎来“品牌时代”

张乃琳

从2005年的620亿元增长到2012年的1420亿元,我国轴承行业规模获得了年均两位数的飞速增长。然而,在这个以品牌力决定竞争力的时代,我国轴承企业是否也做好了迎接“品牌时代”到来的准备?让我们一起来听听中国轴承工业协会常务副理事长王全清的看法。

什么是品牌?做好产品能让你物有所值,而做好品牌能让你物超所值!

这是一个“品牌时代”,如果说十年前我们是在给产品质量打基础,那么之后的时间,我们就应该在产品的基础上做品牌,否则企业没有竞争优势,利润率也比不过别人。要知道,我国轴承行业的平均利润率只有5%左右。

回顾我国轴承行业的发展历程,“十五”、“十一五”期间,全行业技术进步非常明显,加上轴承工业协会在全行业搞了一次技术攻关,使产品的寿命、可靠性、噪声、材料等技术获得了巨大进步,尤其是小型、微型轴承,江浙一带生产的小型微型轴承与日本的产品质量不相上下。但是后来,由于企业间竞争日趋激烈,一些企业并不愿意把专项技术拿出来与同行分享,进步就慢了一些。

2012年,工程机械市场不景气对轴承影响很大,1-12月份,我国轴承行业销售额下降了6%,利润下降25%。但经济危机也是一场机遇,许多企业从2009年起就开始放弃低端产品,着手中大型轴承的研发。比如人本,产品已经出口到日本和美国,2012年11月份的销售增长了19.96%;再如新火炬,随着轿车民族品牌的升级,它的轮毂轴承也逐渐升级,销售额从2009年的5.2亿一直做到2011年的8.6亿,2012年1-11月销售额又增长了14.56%。除了通过技术创新和设备改造来支撑未来的发展以外,一些企业还把服务融入到生产中。中山盈科就是很典型的例子,虽然企业规模不大,但是它们除了卖轴承,还为客户提供解决方案,向服务化转变。

制造业服务化以后会成为一种趋势,按照中国轴承行业规划,到“十二五”末,来自服务的收入将占主营业务收入的25%左右。从产品研发开始,到提供装备、销售服务,这是一个很大的链条。不过,目前,轴承企业更看重加工制造这一块,缺少“打品牌”的意识。这也是行业协会需要努力的地方:推动有实力的大型企业去做服务,去打品牌、去国际上与巨头们争抢市场。要知道,目前,八大跨国公司已经在中国建了43家轴承工厂,这些工厂原来生产高端轴承,现在逐渐向中端延伸,利用中国较低的人工成本,加上原有的品牌优势和国内轴承企业形成直接的碰撞。而我国1400多家轴承企业,却没有一个叫得响的国际知名品牌,在与大的跨国公司竞争时,在品牌上有竞争劣势,利润率相对也会低很多。

但是,经过多年的发展,我国一些轴承企业已经初步具备了打造国际品牌的能力。比如瑞谷科技专门做轴承的铜保持架,在铁路、风力发电方面,它的水平已经符合了SKF的要求,成为SKF的定点采购单位。瑞谷科技使用的装备全部都是从国外进口的,除此之外,它们还会把自己的工程技术人员送到哥德堡培训,又请SKF的专家进厂培训,起点就很高,它们做的铜保持架水平已经达到全球第一。我们国家有很多这样的企业,比如,瓦轴、洛轴和天马都具备这个条件。它们都有很好的产品基础,对品牌建设有很好的支撑力,再往前走一步就能成为世界知名品牌。品牌做好了,定价权自然而然地就到了自己手中。



微小模具行业应走集中经营的道路

微小的模具企业经营分散、规模小,这也是中国模具产业的一大特色,分散的模具企业根基比较薄弱,对抗风险的能力、科研能力、设计能力都较为薄弱,走独立经营的道路很显然不适合中国的微小模具企业。

中国的模具企业总体上呈现数量大、

规模小、经营分散的特点。分散经营的模式给整个模具行业的发展带来了许多问题:规模小,资金不足缺乏改进生产技术和进行模具科研的条件;分散经营,各自为政,容易导致重复建设,造成模具企业间低端的恶性竞争;由于规模小,许多企业还在延袭作坊式的管理模式,不

利于科学的组织管理方式的引进和应用。

中国的微小模具企业也意识到了以上问题,为促进自身的发展,中国的模具企业正向集中经营的方式转变。各地兴起的模具产业园建设就是其表现之一。集中经营可以统筹地区模具企业发展,使其联合抱团,不仅能避免分散经营的弊端,

还可以促进模具产业形成规模,打造地区品牌形象。

但是,中国的微小的模具企业从分散走向集中经营并非易事,它的过程非常地复杂,要处理的事项非常繁琐,所以微小的模具企业在走这条道路的时候应该借鉴一些力量。

(钟义)

未来冲压模具将取代进口模具

冲压模具,是在冷冲压加工中,将材料(金属或非金属)加工成零件(或半成品)的一种特殊工艺装备,称为冷冲压模具(俗称冷冲模)。冲压,是在室温下,利用安装在压力机上的模具对材料施加压力,使其产生分离或塑性变形,从而获得所需零件的一种压力加工方法。

目前,中国冲压模具技术不断发展,

精密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5mm的7800腔型封模具等。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。

随着模具制造技术的不断提升,中国冲压模具的制造工艺越来越精细,渐渐赶

上发达国家,其发展主要呈现出:产品持续向更大、精密、复杂及经济快速的方向发展;技术含量不断提高;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。由于中国冲压模具的价格相对于发达国家而言比较低,因此在国际市场上十分地走俏。

中国冲压模具业的发展,使中国现在的冲压件加工模具生产总量在世界上已经居于前列,并且开始从模具进口大国逐渐转变为模具出口国。照此速度发展下去,中国制造的冲压模具取代进口模具是必然趋势。

(郑建)

中国钢铁行业老总:最“黑暗”的时候还没有到来

海鑫

据报道,如果要问你,眼下不景气的行业有哪些?钢铁业应该能排在前列。目前,中国钢铁产能占全球一半左右,但去年行业利润却下降了98%。“最困难的时候已经过去了”,“形势好转,价格回升”,是中国钢铁协会今年以来不断强调的声音。今年钢铁行业真的能如中钢协所说的那样能够走出泥潭吗?

“和去年异常严峻的形势相比有所好转”。这是中钢协对今年钢铁行业的预判。得出这样结论的原因主要是:上游原材料铁矿石价格随着生产供应大幅提升,将步入下行通道,而下游的铁路、城市基础设施和轨道交通对钢材的需求预计将温和增长。金银岛钢铁行业分析师徐勇波也认为,钢铁价格有望在今年二季度达到高点。

于勇:最困难的时候尚未到来

新一届政府可能会出台一些比如对保障房建设、城镇化、高附加值的高科技行业,这些未来一定程度上会拉动内需。

但在河北钢铁集团总经理、唐钢董事长于勇看来,行业最困难的时候还没有到来。于勇表示,现在没有哪个钢企因为钢材卖不出去而停产,只是说暴利没有了,或者不盈利了,最严峻的考验是需求发生变化以后,一部分产品可能没有出路,那可能是最残酷的现实。

说到的行业暴利期,是2006年左右,那几年是钢铁企业的黄金时代。行业毛利率接

近20%,做钢铁生意的,出门在外都特别自豪,因为有钱,总被人当成是做大买卖的;但时隔几年,钢铁已经成为了亏损的代名词。

中国钢铁业从来没考虑过市场,我们只要有产品不担心卖不出去,而且也不担心盈利水平差。当一个行业一旦进入了较成熟期,其实这个行业盈利难度加大了。高盈利期那段时间,我们就像一个大海涨潮一样,大潮下面有多少暗礁,我们是不清楚的,大潮退掉以后,这时候企业内部很多问题,真实情况会暴露出来。

今年的形势虽然好转,但庞大的库存压力依然是行业的心病。最新数据显示,3月上旬,粗钢日均产量突破208万吨,创出历史新高。虽然中旬数字有所下降,但粗钢产量依然在高位徘徊。

在美国、日本、韩国等国家,钢铁作为资本技术密集型行业,企业数量十分有限,但在我国,大小钢厂竟有几百家,既有年产几千万吨的大钢厂,也有不少年产几十万吨的小钢厂。金银岛分析师徐勇波认为,产能过剩将对钢铁价格回升产生牵制。

一旦你的需求起来的之后,价格起来之后,你的价格高于你的成本,钢厂的生产积极性是很高的,这样的话市场资源大量地供应,最终会把价格再次压低。

目前,中国粗钢产能达到9.7亿吨,在建产能则有3000万吨,今年总量有望突破10亿吨,粗放型的钢铁生产模式亟待改变。长期和国外钢铁企业打交道的于勇说,中国钢厂需要全方位改变形象。

于勇表示,我们在短期内可能拥有很强



的聚财能力,但是他无论一段时间赚了多少钱,可能他的装备永远都是落后的,厂房永远是破旧的,员工队伍永远像农民工一样工作不体面,一个企业的未来应该是从装备到人力资源到市场都是极具竞争力的。

范喜贵:正处在矛盾交织的困境中

钢铁行业似乎正陷入一个怪圈,一方面是利润亏损,业绩下滑,另一方面,企业却一个劲地生产。兰格钢铁网首席研究员范喜贵分析了其中的原因。

第一作为国有企业来说大家都在竞争过程当中,谁都不肯首先减产,谁减产就意味着可能在这个行业当中挺不住了,坚持不住,可能会引起多方面的关注。那么民营企业呢更不想这样做,因为民营企业可能有这方面的需求,或者原来本身就与银行有过贷款,如果你一旦停下来,可能债主就会登上门来向你讨债了,还有一旦你要停下来,把高炉停下来,这个损失也是相当巨大

的。

钢铁行业正处在矛盾交织的困境中。产能过快增长,市场供大于求,大小钢厂数百家,同质化竞争加剧,产业链不完整,原材料铁矿石受制于人。这一系列的问题,让中国钢铁业举步维艰。

就在很多钢厂还在观望房地产是否回暖,城镇化进程是否加速的时候,于勇和他的唐钢团队已经开始主动转型。3月,他们不仅和美国哈斯科集团签订乙醇项目的合作协议,还以现金方式入股,收购全球最大的钢铁贸易商德高公司10%的股份。于勇说,这在中国钢铁企业里,还是第一家。

于勇认为,对德高来说,他不需要花几百亿元去建钢厂,就有了唐钢这样两千万吨产能的钢铁企业作为他的资源,他可以在世界范围内利用这个资源展开他的出口工作。对于唐钢来讲,我们不用几百人,不用几十年的时间,在世界上寻求我们的商业网点,我们参股德高,就拥有了德高在世界上一切的市场资源,中国的钢铁企业应该学会用较小的投入,拥有成熟的资源。

李新创:严控钢铁行业过剩产能

一味扩大规模、低价竞争,不是钢铁企业的出路。有关部门明确指出,必须实施减量重组的办法,严控钢铁行业过剩产能。中国冶金工业规划研究院院长李新创认为,淘汰落后产能,需要全方面配套措施予以保障。

李新创表示,首先应该加快联合重组,能够避免盲目发展,提高我们产业升级的发展,产业升级包括我们产品的质量要升级,产品工艺的升级,还有淘汰落后需要我们退出机制要密切配合。也就是要给足出路,包括就业,包括地方经济的发展。包括地方财政,包括地方稳定各方面的发展,只有处理好这些,才能真正地加快淘汰落后。