

晋江 LED 静候“洗牌期”

■ 庄娜芬 巫舒静 吴庆红

今年一开春,兴安(晋江)光电科技有限责任公司董事长许自兴就迎来了一位“特殊”的同行。都说“同行相忌”,但这位同行却是来找许自兴寻求合作的。

原来,这位同行的公司(以下简称H公司)与兴安光电一样,都是LED制造企业。不同的是,前者是以生产户外LED照明产品为主,而兴安光电主打室内照明。由于去年市场拓展情况不容乐观,因此该公司希望能够与兴安光电携手合作互通渠道,整合双方力量快速开拓市场。

许自兴坦言,H公司主动上门寻求合作令他触动颇大。该行为背后折射出的,其实是众多LED同行日益举步维艰的生存现状。

许自兴介绍了H公司的设想,即双方推广销售自家产品时,也同步推广对方的产品,毕竟双方销售的产品不一样,同时推广不会互相竞争,还有可能为对方多带来一个机遇。“可行性尚不得而知,但如果双方职责、利益明确,不妨一试。”

许自兴也有自己的考虑。2011年,该公司毅然从玩具行业转投LED行业,当时是考虑到两个行业之间有些技术可以互通,而且“环保节能”的理念日益深入人心,认为LED产业是个朝阳产业,大有可为。然而,真正进入这个行业两年多,他才意识到重新开始一个新行业的不易。

许自兴介绍,虽说LED是新兴行业,但其实准入门槛并不高,因为真正的“高新”是体现在芯片环节,而LED的芯片几乎都是进口的。踏进这个行业的,多数是做“封装”这个环节,技术含量并不高。企业只要有钱,买上设备,挖些人才就可以做了。然而,技术方面还可以通过引进设备、聘请工程师来解决,关键是市场和人脉,没有长时间的经营是很难积累起来的。

兴安光电同样也遇到了市场难以打开的局面。所以,进入这个领域两年多,兴安光电基本还处于摸索的阶段,久久不能找到一个“突破口”。因此,当H公司提出合作的建议后,许自兴有了少许心动。

记者也了解到,H公司的想法不是“首创”。据业内人士透露,晋江LED行业之前已有企业互相合作的先例。具体合作形式是:LED企业A公司找到与自己资源互补、产品互补的LED企业B公司,两家企业达成合作默契,A公司将B公司的产品融入自己的宣传册中,B公司也在自己的展厅设有一个专柜专门展示A公司的产品,由于两家公司主打产品各不一样,通过产品的合理搭



●(资料图片,图文无关) 董严军/摄

配,能够帮对方争取到更多客户。

事实上,兴安光电当前的困惑正是目前不少晋江LED企业的缩影。

记者了解到,因为准入门槛低,前两年LED行业开始在晋江“火”起来,不少手上有一定“闲钱”的老板瞄准“高新行业”的概念,在没有掌握核心技术以及市场资源时,就纷纷踏了进来。据不完全统计,短短两年多时

间,晋江出现了大大小小的LED企业数十家。

“到处都听到有人投资LED产业,有的经营不善倒下了,有的基础较好赚钱了,有的垂死挣扎坚持着,同时还有不少仍看好前景准备投入的。”按一位业内人士的说法:这个行业的竞争已经有些“离谱”,基本没有“游戏规则”可言,市场还没打开就有人开始打“价格战”了。

盲目进入的后果自然就是盲目竞争,而盲目竞争的后果,则是行业秩序的混乱以及一些企业的“倒下”。

“去年年底,就有一家同行来向我们兜售他们的设备。原因是他们的公司难以维系,打算卖了设备‘收摊’。”福建省艾而丹光电股份有限公司董事长许文聪透露,该企业一度也曾高调地引进设备、人才,可是打不开市场,最终只能遗憾“谢幕”。

有业内人士进一步透露,他认识的不少同行中,不乏对LED行业完全不了解就盲目踏入的,花了重金买了最先进的设备,到广东重金挖来工程师,投了大量的广告打品牌,可最终,由于缺乏对市场的正确认识,本身又不具备客户资源,“热热闹闹”发展了一年多才发现,市场打不开,产品无处销售。最终,设备在车间里闲置,工程师高薪养着,高额投入如打了“水漂”,企业只能一天天地亏损。

“庆幸的是,我从来不是激进之人。”许自兴表示,该公司刚成立没多久,有咨询公司找上门,要帮兴安光电制定一个三年发展战略。根据该战略规划,他需要一掷数百万,购进国际最先进的设备,重金挖掘台湾的技术人才,以及砸广告打品牌。所幸,他当场就拒绝了。

“如今公司发展了两年多,看目前的形势,我更加确信自己当初的决定是正确的。”许自兴分析,入行之前他乐观估计了民用市场对于LED的接受度,而兴安光电又主推民用照明领域,所以市场要真正打开,关键还取决于市民的消费观;再者,正如多数同行的分析,其实泉州乃至福建省的LED市场还没真正打开,同行之间就已经盲目进入“价格战”了,这种情况下“激进”扩张企业规模,不可取。

所以,许自兴表示,短期内他并不打算扩张企业规模。“先观望下市场,多参加展会,多积累渠道和资源,有订单才是硬道理,提高生产能力反而比较容易。”

看清了局势后,也有同行与兴安抱以同样的观点。福建省弘扬光电科技有限公司总经理陈长流也忙着为即将到来的香港国际春季灯饰展览会做准备。此次弘扬光电将携广角投光灯、太阳花工矿灯、平板隧道灯以及路灯四个系列的主打产品前往推广,借助展会积累客户资源、提高品牌知名度是弘扬光电参展的最初想法。“今年,我们将加大在员工培训、营销管理、渠道建设等方面的投入。”

业内人士表示,行业陷入无序竞争必将迎来一番洗牌,从一些同行兜售设备、难以维系就可见一斑。企业此时选择避开恶性竞争,建设渠道静候行业洗牌,仍是明智之举。

去年销售额减半 年初稍有回暖 机床销售产业期待更好明天 业内预测:今年走势“先抑后扬”

■ 孔雪敏

受到国际经济形势的波及,浙江省台州市泽国机床生产企业开始转型升级,有的订单排队,有的处于停工境地。而机床产业中的机床销售企业也不可避免地受到影响,泽国拥有机床销售企业300多家,2012年销售额达15亿元,比2011年下降了14%。那么,历经了2012年的低迷,行业当前形势如何?日前,记者走访了泽国多家机床销售企业一探究竟。

去年销售额减半,年初稍有回暖

据温岭日报报道,“比起2011年,去年我们企业的销售额减少了近一半。”南方机床集团的总经理郭小富介绍,今年年初至今,他们企业的销售才稍稍缓过劲来,比去年同期相比,大概增长10%左右,但形势并不乐观。

郭小富所说的现象也是目前泽国乃至全国的机床销售企业的状况。据进驻在泽国机电五金城的几家机床销售企业的负责人介绍,从2011年的八九月开始,机床销售额就出现了下降,而到2012年的六七月,这一形势更加恶化,导致了他们几家企业的销售额下降50%左右。

机床销售与五金等有着很大的不同,机床销售的季节性更加明显。每年农历新年年初至端午节前后,是机床销售的旺季,尤其在农历正月、二月,而端午节至国庆节前,机床销售就会进入淡季,直到国庆节后,销量才会回升。业内人士解释道,机床的销售与企业规模的扩大有很大的关系,一般企业扩大规模大多在年初或者年底,所以,这个时间段成了机床销售的旺季。

“正月月中旬到下旬,那十来天生意还不错,现在又淡了。”一家机床销售公司的营业员小郭告诉记者,现在生意越来越难做了,顾客少,好不容易有客人了,对方还会不停压价,他们的利润也就越来越少了。

当天,一家化工医疗设备公司的员工正在采购设备,与一家机床销售人员一番讨价还价后,采购人员还是离开了摊位。采购员宋先生说,这样的价格超出了他们的心理价



位,在目前的形势下,他们要货比三家,要选出性价比最高的,因为不怕买不到货。

旧机床降价无人应,新机床参展怕亏损

在走访了解全新机床销售状况的同时,记者也走访了以销售旧机床为主的泽国第二机床市场。偌大的市场里鲜有顾客,显得有些冷清。

有着二三十年旧机床经营经验的林玉富介绍,近年来,旧机床生意不太景气。“我们摊位的机床售价大概降了30%,但生意还是难做。”在第二机床市场,一位不愿透露姓名的摊主告诉记者,四五年前的旧机床的生意好得不得了,连运货的司机都忙得来不及拉货,而现在,即便价格一降再降,很多堆在市場内的旧机床还是无人问津。

这边旧机床虽降价,但生意却依旧萧条,那边新机床也是想尽办法搞促销。

“降价很难,价格还是控制在厂家手里,我们能做的就是参展。”在泽国机电五金城,一家机床销售公司的工作人员正在指挥叉车卸下一台大机床。公司负责人蔡女士介绍,这台机床是他们前几天刚刚在路桥参展后拉回的,以前,参展时样品很多是直接被买家运走,而今年参展的效果不太理想,一个展会才卖出了两台,算上运输、摊位费等,利润太少了。

而有的机床销售企业甚至放弃了参展。

科力达机床有限公司的负责人李明辉表示,今年他们就没去参展,因为太划不来了。李先生介绍,去年他们参展了一次,十来个摊位,三天时间,费用就达到了一七八元,看到今年的形势,他们索性就不去参展了,“不赚钱不说,只怕还要亏钱。”

市场形势不明朗,销售企业减库存

“总的来说,形势还是不明朗。”一家机床销售公司的负责人杨先生表示,在如今的形势下,他们都还不敢“轻举妄动”,尽量将目前的库存消耗完。

这似乎也是众多机床销售企业的共识,不少机床销售企业目前减少了大批量的进货,而只是有针对性地根据顾客的订单来小批量进货。

“肯定不会再像以前这么进货了,我们现在几乎是‘零库存’。”李明辉介绍,一般机床销售企业会根据这个产业的销售淡季来制定进货数量,例如会在年底多进货以便在开年的销售旺季顺利出货,销售公司会考虑到一些生产企业在农历正月还未恢复生产等因素,以多进货来保障存销量。这个方式两三年前曾经让销售企业尝到甜头,但如今形势不同,他们当然也不会再这么大批量进货了。

减少大批量进货,尽快消耗库存回笼资金,再根据客户订单少量进货,这是目前众多机床销售企业的进货方针,如此小心翼翼

的经营归根到底还是因为目前市场形势的不明朗。

“蛇年才过一两个月,正月稍好,现在行情又回淡,市场不确定因素多了。”蔡女士说。

业内预测:2013年将演绎“先低后高”走势

在多数机床相关产业的负责人看来,目前,机床销售的阴霾难退。郭小富从事机床产业30年,他告诉记者,从现在的订单和销售形势来看,形势较去年下半年有所好转,众多的生产和销售企业期望有更好的明天。

其实,不少专家和业内人士有了整体的预测。对于2013年机床工具行业的走势,中国机床工具工业协会李晶副秘书长判断,全行业有可能是先低后高的走势。他分析,2012年初行业指标基数相对较高,去年自9月份以来已逐月攀升,将进入市场对库存的消化期,此外,还有季节因素,这是“先低”的主要原因。“但是宏观经济的基本面仍向好,预计经过一个走低阶段后,机床工具行业经济走势还会缓慢回升。”

据我国物流与采购联合会、国家统计局服务业调查中心发布的2013年3月份中国制造业采购经理指数(PMI)为50.9%,较上月上升0.8个百分点,该指数连续6个月保持在50%以上。总的来看,当前市场交易开始启动,企业订单增加,企业经营形势趋好,经济运行呈现稳趋中回升的走势。

成本上升 五金线缆制造 转向发展中国家

■ 慧聰

“由于制造成本上升,全球线缆制造逐步转移到发展中国家。”UL大中华区电线电缆事业部总监吴卫宏在4月9日举行的“2013年中国电线电缆国际市场开拓及技术研讨会”上说。

吴卫宏介绍,从2009年开始,全球线缆市场从经济衰退后逐渐恢复,目前全球线缆市场年产值已达到1610亿美元。其中,低压电缆(低于1KV)占38%,电力电缆(大于1KV)占29%,绕组线占16%,光伏电缆占10%,数据电缆占4%,通信电缆占3%。

吴卫宏认为,目前,发展中经济体的增长速度高于成熟市场,占了接近58%的全球需求。2006至今,欧洲、北美、东北亚线缆消费量在逐渐减少,而中国的线缆消费量却大幅增加。不是国外线缆市场需求减少,而是全球电线电缆制造业格局在发生变化。制造成本的上升,使得全球线缆制造业逐步向发展中国家转移。

据统计,目前美国电线电缆市场每年产值达201亿美元,建筑用线占33%(约59亿美元),电力电缆,建筑用线(约29亿美元)。吴卫宏预测,2015年美国电线电缆市场将增长270亿美元。其中,建筑用电缆将增长9.5%,电力电缆将增长4.7%。



粤电镀 清洁生产先进企业 参观学习活动 在清远举办

■ 吴明

为了让更多的企业了解学习先进,促进行业企业提升,同时让社会对电镀行业这个制造美丽,不可或缺的行业有更客观更公正的解读,广东电镀协会从2012年开始系列开展了“电镀行业清洁生产先进企业参观学习交流活动”。

2013年3月28日,广东电镀协会主办,组织企业代表开展电镀行业清洁生产先进企业参观学习系列活动(第2回)在广东清远顺利举办。活动由赵国鹏会长带队,得到清远龙湾电镀定点基地的大力支持,代表团受到广东中骏上原汽车零部件有限公司、柳绍五金零配件有限公司的热情接待。

活动中,召开了经验技术探讨交流会,接待企业高层代表出席会议并做了发言和企业经验介绍,他们对协会举办的活动表示赞许和支持,对代表们的到访表示欢迎。交流会上提出探讨的主要方面有:了解企业开展清洁生产中的中高费方案;基地入园收费标准;园区污水达标排放技术;无氰电镀工艺法规要求;重金属铬处理技术和工艺、废气收集处理等等。交流会在轻松、切实、共同探讨的氛围中进行,达到良好的学习交流效果。

赵国鹏会长作了活动总结发言,对活动开展的目的意义作了简述,并表示,继上次参观后,在这次参观中,我们同样可以看到,电镀企业车间明亮、洁净,无气味,厂区也如花园一般,眼前的事实可以证明,电镀企业是可以做得很好的。

福建石狮大力突出 五金机电行业 服务优势

■ 杨华

据石狮市人民政府办公室消息称,近期,因福建省五金机电商会的邀请,石狮市五金机电商会会长蔡金山率团前往南京市成辉国际五金机电城,探讨福建全省五金机电行业抱团发展,建立战略合作伙伴关系。

据悉,该商会共有50余家会员企业参加活动。活动中,分别参观了福建省、泉州市重点项目及海峡西岸规模最大的成辉国际五金机电大市场建设工地,双方在建设规划、市场运营、服务定位等多方面进行深入讨论。

通过交流,一致认为,在“二次创业”过程中,五金机电行业也要转型升级,建立一个规模化的五金机电专业大市场是历史发展的必然要求。泉州地区是福建省五金机电产品的重要集散地,市场供求量占全省的一半,整合本区域五金机电行业资源十分必要。据了解,成辉国际五金机电大市场(首期)将于年底投入使用,将一改本区域五金机电市场“小散乱”的局面,更加突出五金机电行业为海西经济区装备制造服务业的优势,石狮市五金机电商会也将在海西经济产业转型升级中发挥出重要作用。