

泵阀产品“对接”电商将商机无限

■ 全伐

在竞争激烈的市场环境下，泵阀加工制造企业为了追求企业的生存，也在不断地改变企业的发展思路，顺应市场的发展，转换营销模式，不少企业将目光投入了互联网。泵阀行业可以选择与规模型的电商公司合作，也可以选择网络营销外包模式合作，不断加强网络营销的力度，迈进真正意义上的电商之路。

泵阀产业是一个庞大的产业群体，在国民经济建设中发挥着重要的作用。据泵阀交易网不完全统计，全国泵阀加工制造企业不低于 20 万家，从事泵阀商贸活动人员超过 100 万。在竞争激烈的市场环境下，泵阀加工制造企业为了追求企业的生存，也在不断地改变企业的发展思路，顺应市场的发展，转换营销模式。

近年来，我国电子商务在经济低迷的背景下，以不低于 40% 的增速向前迈进。融资、支付、担保、物流等单一商务要素在电子商务中走向集成，形成全新的商业模式。这种生产力创新，在未来将具有不可低估的影响力。网络经济拉动了市场的繁荣与竞争，也推动泵阀制造业与电商对接，改变传统的营销模式，将营销重点转向互联网，通过网络营销模式挖掘市场，将网上的贸易机会转向网下来完成。

据悉，目前全国的诸多泵阀制造业都已加入到电子商务圈。不过相对来说，企业完全独立实施电商计划还是存在一定的难度，在人力、资源、技术方面都还存在瓶颈。

针对这一困境，泵阀企业可以根据自身实力的不同，选择适合自己的方式，对接电商。首先，可以借助相关企业的网络营销培训，结合泵阀行业的特点，整合各种网络营销资源，更好地了解泵阀行业电商领域的发展模式。其次，可以通过网络营销外包。对电子商务这一块的操作并不熟悉更谈不上专业的泵阀企业可以将网络营销业务外包给专业性强的网络营销服务公司运作。



引导电磁阀“透明式”快速检测 领邦仪器研发推出“电磁阀快速检测设备”

■ 龚慧

随着电磁阀研究工作的不断深入，传统的检测方法已经不能满足对电磁阀性能的测试。为此，北京领邦仪器技术有限公司研发了“电磁阀快速检测设备”，采用先进的控制技术和传感器技术，运用“透明化”方式，可实现对各种型号电磁阀多项性能的快速全检。

所谓“透明化”，即对电磁阀动作过程进行全程监控（包括吸合和释放过程），能快速测试电磁阀工作电流并自动计算吸和/释放时间（电流测量范围 0-5A，测试误差 ≤0.1% F.S，测试系统时间分辨率 10μs），能够监测电磁阀工作时入口和出口的压力以及消耗的气体流量。

传统测试方案只是简单地测试衔铁的吸合和释放时间，并且采取手动测量和记录的方式。测试时间长，数据可靠性差，经常存在试验不准确、操作不便的问题。此外，由于传统方案只能简单地进行定性测试，导致测试精度无保障。

领邦仪器采用 16bit 分辨率的模块进行电流采集，测试精度高。设备对数据自动测量、储存、生成报表，自动化程度高，用户使用方便。不仅如此，设备还对电流信号进行实时采集分析，保证数据真实可靠。如今，电磁阀趋向精简化、智能化、专业化发展，其检测要求也随之提高。传统的测试方式显然是“麻烦老矣”，而采用自动化快速检测设备的需求日渐迫切。据了解，针对电磁阀的检测，领邦设备经过少量修改后可适用于各类型号的电磁阀检测，设备扩展性强，应用范围十分广泛。

本设备可在不同时间测试电磁阀和气动舵。测试电磁阀时，通过采集其电流曲线，并提取吸和、释放时间参数，通过配备模拟作动筒并测试其腔内压力来评估电磁阀的动态性能。设备具有自诊断功能，以测试系统的响应时间，另有选择开关设置，方便用户测试时选择不同的驱动电路进行测试。

围绕中国刀具市场这块巨大的“蛋糕”，市场上活跃着的国外刀具传统上分为山特系、IMC 系、美国系、欧洲系、日本系五大派系，他们在中国市场上与国产刀具进行着兵不血刃的战争，力图以服务为先将中国市场分而食之。

刀具市场 外来和尚会“念经”

■ 叶工

中国是全球最具发展潜力的刀具市场，不少跨国刀具集团在自身发展战略中，把扩大在中国的刀具销售作为首选，各企业的亚太总部、研发中心、物流中心纷纷落户中国，从而以中国为中心辐射亚洲，更加直接便捷地服务于客户，更好地满足亚太地区客户的需求。

不同风格不同流派竞争

五大派系中，山特维克集团旗下包括可乐满、瓦尔特、山高、万奈特、Safety、多马等。2012 年 6 月 6 日，山特维克可乐满大中华区北京效率中心隆重开业。效率中心是山特维克可乐满在金属加工领域独创的概念，全球共有 27 个效率中心分布于 20 多个国家。

虽然山特系是全球刀具市场的领头羊，但肯纳、三菱、IMC 都是“第二把交椅的有力竞争者”。2012 年 4 月 2 日，IMC 首席执行官 JacobHarpaz 在特固克第二工厂开幕活动的演讲中说道：“IMC 集团在世界上是金属切割第二大刀具制造商公司，因此在很多领域排名不是第一就是第二。”对全球业内头把交椅的觊觎之心溢于言表。

而美国系主要以肯纳为代表。2011 年，肯纳金属公司得到大约 24 亿美元报酬，其中来自北美以外地区的收入超过 50%。当然，美国系刀具还有 STELLRAM、MILL-STAR、美福 M.A.Ford、SGS、GARR、STAR 等刀具品牌。

日本系包括三菱、京瓷、住友、泰珂洛、欧士机、黛杰、不二越、日立等。和机床整合一样，日系刀具的性价比在中国很有优势。

欧洲系主要以德国为主，包括 MAPAL、Guehring、EMUGE、Frais、VARGUS、HORN、霍夫曼等。

尽管国外品牌刀具在中国市场风生水起，但这些年来，中国市场也成就了像株洲钻石、厦门金鹭、郑钻等优秀的企业，加上原来的四大工具厂，大概有 10 家骨干企业，都完成了从传统刀具向现代刀具行业的转型，而且一年比一年发展得好，他们已进入了快速增长期。

不过，我国每年进口刀具约占市场总量的 1/3，而且全是现代高效刀具。国产刀具中，称得上现代高效刀具的仅占 10%~15%。



这表明中国成为全球最具发展潜力的刀具大市场的同时，高端市场被跨国企业占据，国产刀具发展任重道远。

此外需要提及的是，在亚洲市场上，中国台湾刀具（正河源、上虎、DHF、安威等）及韩国刀具在中国刀具市场上也有一定的地位，特别是我国台湾地区的刀具，以其较低的价格和较好的实用性深得中国客户之心。

卖刀具就是卖服务

与机床一样，客户购买刀具，并不只

是需要刀具本身，更需要达到完美切削的要求。因此，对于刀具制造企业而言，销售刀具就不能只是描述简单刀具本身的性能指标，也需要研究客户要加工工件的材质，结合其成本，给出一个系统的解决方案。

“目前的形势是，客户希望每年成本都有一定比例的下降，但对于服务的要求却总是在提高。”山特系下某品牌刀具销售人员告诉记者，今年形势不好，公司业绩下滑有 20% 左右，而客户这一减一增的心理预期也在加大公司运营的成本。

专利技术助力五金模具产品出口

■ 裘鑫

目前，我国模具企业对专利技术越来越重视，已有发明专利 5200 多项，实用新型专利 7200 多项。2012 年模具进出口总额为 56.20 亿美元，同比增加 24.06%。其中进口总额为 23.6 亿美元，同比增加 8.82%；出口总额为 32.3 亿美元，同比增加 37.96%。模具已出口到 188 个国家和地区。

我国仪器仪表市场相对饱和

■ 齐也

近年来，我国仪器仪表行业发展迅速，中国的仪器仪表行业逐渐占据了国内市场的大部分份额，并进入了繁荣发展时期。尚普咨询电子行业分析师指出：近年来，我国仪器仪表行业发展迅速，伴随发展的是市场竞争愈演愈烈，目前已经进入了一个相对饱和的阶段。

我国仪器仪表高端市场严重依赖进口：

一方面国内市场趋于饱和；另一方面由于行业整体技术水平与国外发达国家相比并不强，国产仪器仪表行业科技含量欠缺，创新能力不足，仪器仪表与自动化系统的可靠性和稳定性与国外产品的差距很大，导致许多进口高端领域的测量仪器 100% 依赖进口。

据统计，每年从国外进口的先进仪器设备价值近 6000 亿人民币，其中高端科学仪器和医疗器械总额约 1000 亿元，年增长

率约 30%。进一步引发了仪器仪表行业整体产能过剩，利润甚微。

在市场相对饱和，竞争激烈的背景下，仪器仪表企业应该采取措施提高自身的行业竞争力。首先企业应当业加紧调整生产方式，制定严格的生产标准，改善当前的混乱格局，营造良好的市场环境；第二，企业要走创新之路，学习国外先进技术，加强技术力量支持，尽快缩短与国外高端产品的差距，争夺国内高端市场；第三，应重视人才，引入高端型技术人才，利用高端人才的带动作用，提升全行业的科技研发水平。

日益注重用户个性体验 五金锁具市场规模扩大

■ 吴泉

随着近年来五金锁具市场的概念化与品牌化越来越强，锁具品牌店、专卖店甚至单独的锁具卖场逐渐涌现，且呈逐年上升趋势。2008 年以前，广东梅州除了邦派一家独立五金锁具店外，没有任何其他独立店面。2009 年开始，汇泰龙开始入驻梅州，在大卖场开设店中店，以独立的空间作为专区，并形成独特风格的品牌店，揭开了梅州五金锁具发展的新篇章。随后，中国一线品牌雅洁五金也开始进驻广东梅州，并以专卖店形式出现在梅州，给五金锁具市场带来了前所未有的活力。

自此，五金锁具独立的硬广告也开始出现在各种媒体上，这也给五金锁具行业注入了新鲜的力量。在家装需求越发个性化的今天，消费者也开始关注五金锁具产品的品牌内涵，结合身份或楼房档次，消费者也在选

择与此相匹配的五金锁具产品。随着时代的发展，梅州的五金锁具品牌化越发明显，锁具企业渐渐拥有自己的专属卖场、专属风格、专属品牌。

据国际模具及五金塑胶产业供应商协会秘书长罗百辉调查发现，我国传统锁具市场的整体容量约 700 亿元左右，生产厂家主要集中在浙江、广东、上海和山东四地，在产品布局中，其中浙江温州形成交通锁制造基地，中山小榄以门锁为主，浙江浦江以挂锁为主。

从整体上来说，从去年 3 月国家质检总局发布的对上海、江苏、浙江、山东、广东等五省锁具及建筑五金产品的抽检结果来看，球形门锁、弹子插芯门锁产品的质量与 2008 年相比，抽样合格率分别提高了 6.9 和 6.4 个百分点。就梅州市场而言，金融危机让梅州的很多锁具企业吸取了教训，梅州锁具产品的质量得到显著提高。在走访市场的过程中，看到市场上技术含量高、质量上乘、高档的锁具产品越来越



多。

从锁具行业发展趋势来看，对用户体验和人性化产品的关注越来越受到重视，越来越多的锁具企业在生产新的锁具产品之前，都会全面深入地了解消费者的需求。例如：五金锁具企业要开发一系列专供户内房间门使用的单舌门锁，开发人员会从产品的应用场合、用户需求、消费者使用习惯出发，对现在市场上的户内锁进行广泛深入的研究，结合门厂等资深客户的反馈意见，在锁体功能上进行全新设计，根

据消费者需求选用他们喜爱的材质，以满足消费者的需求。

实际上，随着新型制造行业的产生以及客户对生产效率越来越高的要求，当今的国际刀具制造企业都在细分自己的技术团队。不光可乐满，还有其他国际刀具制造企业如伊斯卡、肯纳、山高等，从研发到技术服务团队，已经拥有了模具工业组、汽车工业组、航空工业组、MTB 组，还有新增加的能源工业组、医疗产业组等。

由于刀具行业的特性，刀具制造企业往往都希望自己的产品品种齐全，这样也方便为客户提供全方位的解决方案。但因为加工产品的特性，往往又需要往精、专的方向使劲。

因此，“大”与“专”对每个刀具制造企业而言都是一种平衡的艺术。业内有关人士认为，现在要说山特维克最大，很多时候是从销售额的角度来讲的，他们的产品最大优势就是全。但这也埋下一个隐患，比如其产品很容易被替换。也正是因为这样才会有其他企业的生存之道，才会有其他小企业每年两三亿的销售额。

山高刀具(上海)总经理蒋文德表示，现在已经不能再单纯用产品的质量和加工表现来定义刀具品牌的优劣了。用户的需求是要提高效率，降低成本，并创造赢利。为了帮助用户真正实现这一点，刀具供应商不仅要提供好的产品，还要提供更好的服务。

由于现在产品的竞争压力很大，客户在设备加工方面对刀具的依赖程度越来越大。以汽车发动机为例，过去生产线设备的配置是柴油机工厂来制订，后来慢慢地转移到机床供应商手中，但现在的趋势是刀具供应商慢慢地担起了这个重任。

“要在市场竞争中提升市场占有率，就要比别人做得好，那就需要有可靠的基础——可靠的产品基础和可靠的服务基础。”

山高要做的是积极地聆听和关注客户的需求，不仅能提供完整系列的优秀刀具产品，更是以做客户信赖的合作伙伴为目标去提供更多的增值服务。如果把产品比做硬件和外功，把服务比做软件和内功，刀具制造企业就要做到软硬兼备、内外兼修。

展和品质的提高。

专家认为模具企业必须抓住新的发展形势，加大科技创新，积极开展产品认证，将专利技术尽快运用到生产中去，加快企业技术改造力度，完善配套措施，积极创造条件，吸收外资，促进企业资产重组，只有这样才能在新形势下立于不败之地，才能利于产业的发展。

据尚普咨询发布的《2013-2017 年中国专用仪器仪表市场分析 & 投资前景研究报告》显示：我国近年来仪器仪表业虽然取得了一定的发展，但是结构不合理的现象依然严重。

尽管电工仪器仪表产品未来市场发展潜力较大，但是在当前的市场环境中，竞争越来越激烈，市场趋于饱和。这也是今后我国电工仪器仪表行业的大趋势。相关企业必须认清当前行业发展趋势，积极在相对饱和的领域中，寻求新的出路。