

大 势 观 察

五金紧固件亟待摘掉“低端”标签

五金紧固件企业谈论最多的是“转型”、“升级”,然而,在转型升级的前提下,绝大部分的中国紧固件企业都要面临这样一个局面:原材料价格上升、人民币升值、劳动成本上涨。原材料成本上涨导致企业不得不提高产品价格,但产品价格上涨的前提是技术和品牌实力的增进,这是一个持续的过程,这对于中小型紧固件企业而言,技术提升则是一个瓶颈,他们需要艰难地挺过去。

回顾过去紧固件行业的发展历程,不难发现每当市场出现旺销时必然出现产品的饱和。我国紧固件产量占全球产量的1/4,但大部分为低强度、低档次产品,其中8.8级以下的标准件约占45%-50%,在原材料价格居高不下的环境中,低档标准件产能过剩成为整个紧固件行业发展的绊脚石。产能过剩,大量的库存积压导致企业运转资金紧张,企业想将成本转化为利润就得另辟蹊径,加大技术的投入,有了好的技术才能开拓更宽广的市场资源。在专业人士看来,我们应该放眼未来,“高铁”“航天航空”、“公路”、“机场”等国家重点建设项目正为紧企走向高端提供了契机。这些大型



项目将大大提升高强度紧固件、钛合金等高端紧固件需求量,摘掉“低端”标签不无可能。

在整个制造业产业链里,原材料价格的波动无可厚非影响着作为下游的紧固件行业,但也不是一点办法都没有,紧固件未来的发展应从根本上解决问题,如何解决

低端产品的过渡产能?如何把握原材料的采购时机做到低成本产能?如何降低生产成本,节省资源?这些都是企业应该直面的问题。原材料“被上涨”,被动的企业将被洗牌,要生存、发展就要主动出击,另辟蹊径,练好内功应对市场变化。

五金紧固件一直以钢铁材料为主,由

于市场竞争激烈,质量和成本成为紧固件企业竞争的主要手段。相关人士表示,降低成本主要采取两种手段:1、减少合金元素含量或采用其他低价合金元素作为强化材料;2、降低紧固件制造成本,如为减少螺栓生产过程中的热处理工序而采用的非调制钢,为改善螺母机械加工能力采用的易切削钢等。而我国汽车行业的技术引进对冷锻钢新材料的应用起到了推动作用,一些主要高强度紧固件采用了国外相应的材料标准,要达到节省资源这个目标,加快特种螺栓专用钢材的研发将在未来3-5年受到重视。这也是紧企在原材料价格暴涨的形势下发展的趋势。

对于紧固件生产企业而言,所有成品都离不开铁矿石、线材等原材料大量采购,原料价格过快过猛的拉高,已让下游需求难以跟进,后期矿价大幅回调可能难以避免,原材料价格波动对我国紧固件企业采购成本有着决定性的作用,在价格相对低点积极采购原材料,为今后批量生产做好降低成本的准备工作。因此能够关注原材料价格波动并以低成本买入也是一个企业决策者成功的条件之一。

(王琼)

高端五金轴承是“十二五”政策扶持的重点

近年来,我国的机械铸造业发展态势良好,随着汽车、航空、医疗等行业的蓬勃发展,给国内机械铸造业提供了广阔的发展平台,机械铸造业在传统市场稳步前进,同时积极开拓新兴市场。当下中国机械铸造业正朝着高产品档次和降低制造成本的发展方向前进。

随着我国不锈钢工具五金需求的不断递增,随着我国经济地位的不断提升和我国五金行业不断发展,我国的五金产品

也越来越多的出口到其他国家,海外需求的增加直接拉动了我国国内铸造企业的产品产量的增加。目前,我国五金轴承已构成了较大的经济规模,但是由于发展方式、产业构造、自主创新和品牌建立等方面提升拉动了内需,将带动性强、辐射作用大的精密轴承等基础机械铸造业作为“十二五”发展的重点行业,力争使其达到或接近国际先进水平。预计在政策的支持下,到2015年,高端轴承铸造行业的销售

额达到2220亿元人民币左右。

国产高端轴承铸造行业肩负着我国高端装备国产化的重要使命的挑战,以及考虑到轴研科技卓越的研发、铸造及创新能力,相信未来,定能支撑起我国重大装备国产化的重任。

在“十二五”规划的指导下,我国高端轴承铸造行业制定了行业发展规划。制订了以项目和出口两驾马车拉动国内模具业的发展的方针。在轨道交通、医疗器械、

新能源、航空航天、汽车轻量化,轨道交通等各个领域发展的带动下,我国轴承铸造行业水平明显得到提高。

轴承铸造行业在传统市场稳步前进同时积极开拓新兴市场,甚至是过去被忽略的边缘市场也得到了开发,这些因素使得模具市场开拓成效显著。期待未来获得更加辉煌的成就。

(国标)

(慧聪)

挖掘机销售冷热不均因素猜想

相较于自去年年底就开始期盼行业回暖的工程机械企业到现在仍未迎来真正的回暖,而作为工程机械行业最亮眼的星星,挖掘机市场的发展却是如火如荼,没有了2012年的无序竞争。2013年的国产挖掘机市场占有率持续高涨,相较于大、中型挖掘机来说,小型挖掘却成为了今年的“紧俏货”,受到越来越多客户的青睐。

近日,中国挖掘机协会秘书长李宏宝表示,今年我国小型挖掘机形势很好,将增

长5%以上;中型以上挖掘机形势不容乐观,将下降超过5%。综合来看,2013年,我国挖掘机行业整体仍将增长5%-10%,相对于去年,挖掘机行业形势谨慎乐观。

在李宏宝看来,有以下因素导致了近年来小大挖冷热不均的局面。一是大势所趋。近年来,随着农村城镇化进程不断加快,劳动成本也越来越高,单位用工难问题日益凸出。而一个小挖可以相当于6个劳动力,性价比比较高,这使得越来越多的施

工单位及个人选择购买小挖。二是目前行业整体比较理性。表现在企业囤货较少,用户在购买上也更加理性。小挖由于价格相对大挖较低,用户还款容易,也更容易增加其盈利能力,因此受到了用户的广泛欢迎。

据了解,小型挖掘机虽然说在利润率上与中、大型挖掘机存在一定差距,但是,薄利多销的道理许多人都明白。小型挖掘机的走俏也是准确触摸市场前沿的最终结果。两会之后,中国新型城镇化以及

农田水利项目建设对小挖的销售具有相当的促进作用。耐用、技术简单、价格合理,且用户可自行维修等众多特点也使得小型挖掘机变得炙手可热。市场总是瞬息万变的,可是变化的背后又都是有理可循的,能够顺应市场变化的,才会成为最终的主导者。工程机械企业不妨多听听市场的声音,多了解一线的需求,这样才能真正做到持续发展。

(慧聪)

分 析

五金制锁业销售额 400 亿元 产品结构需调整

金 模

目前,行业销售额约为400亿元。根据海关统计,制锁行业在“十一五”期间的年均出口增速达到31%,是五金全行业平均速度的两倍。

仅仅5年时间,锁具产品出口额由15.16亿美元增长到40多亿美元,并且仍然保持着高速增长的气势,我们有理由对行业的未来发展抱有高度信心,锁具市场的发展空间依然巨大。

“由于缺乏品牌和渠道,国内企业只是接单生产交货,产品卖给谁不知道,卖多少钱不知道,卖到什么地方不知道。不了解终端市场需求,导致被动生产和效益低下。”国际模具及五金塑胶产业供应商协会秘书长罗百辉指出,这种弊端必须要改进,进口

方面,进口的速度在增加,说明中国的高端市场国外的产品越来越多,也说明国内的产品由于没有品牌进不了国内的高端市场。

制锁行业是五金制品行业中既传统又新兴的行业,说它传统,是因为锁具产品拥有悠久的制造历史和使用时间;说它新兴,是因为锁具产品不断创新,吸收使用新技术,满足了新时期消费者对锁具产品在使用功能、外观、设计等方面的需求,对保护人民的生命财产安全以及人民正常的生活秩序起到了保驾护航的作用。

针对这些问题,协会提出以下工作重点:

一、品牌建设。今年制锁行业还要开展制锁行业的“十大锁王”的评定工作,推动企业及行业的知名度,为品牌的建设、渠道的

建设做一点铺垫作用,目的是提高自己的知名度。

二、对产业集群加大扶植力度,通过产业集群的发展使产业得到发展。

三、以产品质量为中心,加大技术改造的力度。好的产品质量必须依靠先进的设备,这是保证产品质量的必要条件。

四、技术创新。

五、营建销售平台,拓展国内外市场,要两条腿走路,平衡发展。

总体来看,制锁行业面临着以下重大问题:

企业规模小数量多,企业结构不合理,



产品结构不合理,企业的引领作用、模范带头作用都没有充分发挥。这种现象不改变,以后将不可持续发展。

发展方式粗放,工艺落后,产品产能严重过剩,低档产品多,中高档产品少,产品质量不稳定且与发达国家还存在一定差距,缺乏高标准、高效率,缺乏核心技术和自主知识产权,缺乏世界知名品牌,总之,缺乏核心竞争力和国际市场主导能力。

产品结构亟待调整。挂锁的技术含量、加工工艺和产品价格都不高,应该丰富产品线,生产高附加值的锁具产品。

心,独特的设计有利于新进军企业打入市场。开发独特的产品是进入橱柜行业的关键所在。

打造专业化一体化的生产

我国橱柜专业化不足,为橱柜成品生产五金配件的企业屈指可数,而橱柜的五金配件市场可以说是一片空白。刚进入橱柜行业,采取专业化的生产策略不但可以避免所有的竞争对手的攻击,而且,从橱柜行业发展的趋势来看,我国橱柜行业必将走向专业化,一体化的道路。定位在专业生产橱柜五金配件的企业前景乐观。只要橱柜五金配件能够真正的实现专业化生产,提高橱柜部件的品质,在未来几年,企业将迅速发展在行业中占领不可撼动的地位。在日后发展壮大的同时,还可以生产出整体化橱柜、厨房的产品投放市场。

山西将由铸造大省向铸造强省转变

郭 祝

山西省是我国的铸造大省,铸造企业星罗棋布的分布在山西省境内,近日山西省为了整合省内的铸造资源,优化铸造产业结构,促进山西省从铸造大省向铸造强省转变,出台了山西省一类区禁止新建、扩建铸造企业的政策。

根据准入条件,一类区内禁止新建、扩建铸造企业,已有的铸造企业其污染物排放、噪声等指标应符合国家一类区有关标准的规定,并于2020年前逐步搬迁出一类地区。在二类区新建和已有铸造企业的污染物排放、噪声等指标均应符合国家和山西省相应标准的规定,其中中心城区禁止新建铸造企业;已有铸造企业限制大规模扩建,其污染严重的生产环节必须于2020年前迁出中心城区,企业主体逐步实现退城入园。在三类区新建铸造企业和已有铸造企业的污染物排放、噪声等指标均应符合国家和山西省相应标准的规定。

据介绍,一类区指国务院有关主管部门和省(市、区)政府划定的风景名胜区、自然保护区和水源地及其他需要特别保护的区域;二类区指城镇规划中确定的居住区、商业交通居民混合区、文化区、一般工业区和农村地区以及一、三类区不包括的地区;三类区指特定的工业区。

结合国家的产业政策,通过提高铸造产业的准入门槛政策的调整,我们相信山西省会较快地步入铸造强省的行列。

我国五金轮胎行业发展行情分析

钟 工

我国轮胎产业结构性产能过剩,产品同质化竞争严重。今年我国橡胶行业产销有望继续保持稳定增长,橡胶工业总产值将达到9500亿元,增长10%-15%。其中,轮胎产量预计达到4.9亿条,增长4%。我国已发展成为全球最大的轮胎制造国、出口国和消费国。

但同时,我国轮胎产业同质化现象较为严重,单纯追求量的增长和生产能力的简单复制,产品技术含量和附加值较低,中低端产能扩充过快,而高端轮胎供不应求。各企业为抢占市场,不断提高促销力度,导致轮胎出口的恶性竞争加剧,价格不断降低,利润空间随之被挤压,与之伴随的遭受国外市场贸易保护的风险随之增大。

这个问题,在经济增速较快、市场需求较好的情况下,供需矛盾往往会被掩饰起来,一旦经济增速回落、市场需求低迷的时候,供需矛盾就会逐步凸显出来,并最终影响产业的可持续发展。

胶价预期下跌将为行业发展带来利好。2009年1月-2011年11月期间,天胶期货价格大幅上扬,价格从每吨1.2万元暴涨至近4.3万元之多,随后价格重挫,在2012年8月时跌倒了18000元上下,此后天胶价格虽有所回暖,但仍处于低位。

今年2月份开始天胶价格再次呈走低趋势,3月11日-17日这一周,国内橡胶价已环比下滑5.3%。而受东南亚产地天胶价下跌、化工原料价格的下降等双重影响,橡胶价在五周期间的累计降幅达到了8%。如果今年的天胶价维持在2.5万元吨,那么与去年均价2.68万元相比,同比会降低6.7%。橡胶占轮胎成本的60%,假设轮胎的毛利率为15%不变,那么2.5万元吨的天胶价会让轮胎行业的销售净利润率提升约2.6%,轮胎行业将迎来发展利好。

加快进入高端轮胎市场为国内轮胎行业未来发展方向。我国轮胎行业对上下游的议价能力不强,面临上游原料和下游整车厂的双重挤压,在劳动力成本不断上涨的当下,只有进入高端轮胎市场,企业的净利润率才能得到根本提高,而产品研发和质量品牌是其中不可或缺的核心竞争力。

近年来欧盟相继推出了多项技术贸易壁垒措施,包括机动车辆安全法规、REACH法规和轮胎标签法规,大大提高了我国轮胎出口的成本和难度,而美国、巴西、泰国、哥伦比亚、墨西哥等国也先后对我国轮胎产品发起反倾销等调查。在经历了低端制造、“贴牌生产”的初级阶段后,加快进入高端市场、加大自主品牌培育、提升产品附加值已成为摆在轮胎企业面前的重要课题。

为此建议,一是鼓励国内轮胎企业技术创新,改进轮胎生产原料及配方,积极提高产品环保性能,大力提高产品质量,强化品牌意识,着力打造国际知名品牌,提高产品附加值,从“价格战”升级为“品牌战”;二是关注天然橡胶市场变化,探讨建立橡胶稳定基金和国家橡胶资源调节机制,通过市场高抛低吸,建立商业库存,平抑市场价格波动,使行业掌握价格主动权;三是适时抓住我国轮胎工业转型升级的重要机遇,推动结构调整,实施低碳经济战略,推动绿色轮胎产业化发展,实现从要素密集型向技术驱动型的转型。

橱柜产业良性发展出道有方

烈 芳

在我国,橱柜行业是个新兴产业,同时也是个非常具有竞争力的行业。从上世纪七八十年代发展到今天,30年的发展时间,橱柜产业已经经历了初期阶段,现在正处于一个高速的成长期,中国也成为一个名副其实的整体橱柜生产、销售大国,占到全球总产值的两成以上。据有关数据分析、预测,我国的橱柜行业将在未来的3到5年内逐渐发展完善,面对新进入的橱柜企业们将受到多方面的威胁,但是依据现有的情况如产品单一化、企业之间的不良竞争、相关人才缺乏等都在阻碍着橱柜产业的良性发展。

如何才能顺利进军橱柜行业呢?经过对橱柜行业的剖析和了解,总结出主要从以下几个策略入手:

瞄准行业发展趋势直击市场

要进入橱柜行业的市场,选择正确的细分市场非常必要。最好选择一些有待开发,而且具有开发潜力的细分市场。例如:从我国橱柜市场的情况来看,可拆卸、环保橱柜就是一个较好的进入点。我国橱柜行业现在基本上处于饱和状态,但是,国内房地产发展的状况显示,橱柜行业的确有足够的市场规模。从这样的市场进入橱柜行业就可以避开大多的竞争对手,而且由于市场上可拆

卸橱柜、环保产品还比较缺乏,销售商比较容易接受这样的产品进行销售。

创新是皇 独特是王

新进入的橱柜企业,在成本和投资上难与大企业抗衡,在品牌上更加望尘莫及。新进入企业可以实现的唯一就是新颖独特的设计。据业内人士的透露,新的设计和创新往往可以吸引经销商销售小企业的产品。从我国市场状况来看,现在橱柜业市场的竞争也从价格的竞争逐步转向款式、品牌、定制等具有个性化特性的因素的竞争,但是,我国橱柜品牌种类繁多,未能树立起真正独特的品牌形象,同时橱柜品牌也未能深入民