

智能装备
成为产业提升的“枪炮”

A2

营口洲盛国际五金机电城
倾情推广旺铺

B1

工程机械与物流设备展示
勾勒新图景

B4

詹纯新:
要做“中国工程机械”的脊梁

C3

海盐油压千斤顶如何“顶”起来

■ 沈勤 姜斌 张志来

也许很多人不知道,海盐是全国最大的立式油压千斤顶基地,每年产值占全国的60%。然而,跟当年在全国遍地开花的VCD行业有点类似,由于技术含量不高,准入门槛低,大家一哄而上,产品同质化严重,低价成为各企业在竞争中胜出的唯一利器。这就导致偷工减料、以小充大、假冒伪劣等现象纷纷出现。

“壮士扼腕,重拳出击,这个行业方能凤凰涅槃!”浙江省海盐县质量技术监督局监督检查科科长徐晨辉说。

一个问题:同质化严重

据南湖晚报报道,海盐千斤顶行业起步于上世纪70年代末。伴随着改革开放,乡镇企业开始兴起,有人在当时的西塘桥镇创办了全县第一家千斤顶制造企业。经过30多年的发展,目前该县有千斤顶成品生产企业42家,配套企业近200家,主要生产油压千斤顶,产品销往世界各地。企业大部分集中在海盐经济开发区(西塘桥街道)。

2012年,这个行业实现产值23亿元,然而,这个量是由200多家企业创造的,凸显出海盐千斤顶行业的现状:没有一统江湖的“巨无霸”,以小规模为主。据了解,海盐产值超亿元的千斤顶企业只有3家:金鹏、金腾和埃米顿,每家1亿元多一点。其余都是产值千万级别的小企业。

“海盐的这些企业还有一个特点,就是产品过于单一,绝大部分都生产技术含量较低的立式油压千斤顶。”浙江省千斤顶行业协会秘书长任金新说,这种产品只是千斤顶行业中较为低端的一种,最常见的就是给汽车换轮胎时,顶在汽车下面的那种。江铃、跃进、福田等货车,都配套使用海盐生产的千斤顶。产品同质化严重,导致大部分企业为了拿到订单,开打价格战,利润越来越低。

“其中一些企业为了降低生产成本,在千斤顶的内部掺入废铁,使总的重量达到标准;还有个内部企业生产的国家半导体制超亿元2吨的千斤顶,实际可以载负3吨,有些企业就在2吨的千斤顶上标注核定载负3吨,这样就会产生安全隐患,如果有人人在3吨的汽车底下修车子,用的是超负荷的2吨的千斤顶,一旦千斤顶承受不了扭曲变形,后果不堪设想!”任金新说。

一场整治:即将开始

2010年,海盐县油压千斤顶监督检查50批次,合格28批次,批次合格率为56%;2011年,监督检查27批次,合格20批次,批次合格率为74.1%;2012年,监督检查21批次,合格13批次,批次合格率为61.9%。近几年,海盐县油压千斤顶行业产品质量抽检合格率波动较大,行业发展前景堪忧。

“2013年海盐县确定的重点关注产品就是油压千斤顶!”海盐县质量技术监督局监督检查科科长徐晨辉说,海盐县已于近日出台



●1985年的海盐县液压机械厂主要生产千斤顶配件。(资料图片)

了《海盐县油压千斤顶产品质量提升工作实施方案》,接下来将在保持油压千斤顶行业平稳发展的前提下,结合国家新标准的宣传贯彻和执行,针对行业中存在的薄弱环节和突出问题,全面提升千斤顶产品质量水平,有效规范企业生产经营行为,引导行业转型升级。

根据《方案》,海盐县将实施“三个一批”行动,即整改一批质量违法企业,取缔一批无证或超许可范围生产的违法企业,扶持一批重质守信企业。查处全县无生产许可证或超范围生产油压千斤顶的违法行为,淘汰质量管理水平差、技术设备落后、不能持续符合生产许可证发证条件要求的企业,实现产品质量监督检查合格率稳定在80%以上。同时,培育一批拥有著名品牌和自主知识产权的企业。

一个样本:品牌运营

在海盐众多的千斤顶企业里,埃米顿显得有些另类,但它却展示出良好的发展前景。

2002年,埃米顿的产品市场占有率已位列全国千斤顶行业前三名,可企业创始人唐建春依旧清晰地看到了危机,“日薄西山”的未来图景,于是他开启了转型之路。2003年,时年30岁的唐建春根据行业同质化的现状,做出了一个重大决定,摆脱过去单一的制造千斤顶等机电产品的模式,从熟悉的制造行业转入品牌运营的新领域。他的很多产品来自台湾的代工厂,他将这些产品和自己的千斤顶产品进行整合,新推出五金工具品牌EMMET和LIFTING。这样一来,以掌握供销渠道为基础,既丰富了自己的产品,又提高了这些品牌的附加值。“同样的产品,以前只能卖80元,现在却能卖到200多元,品牌效应非常明显。”任金新说。

“丰富自己的产品,进行品牌运营,从你死我活的红海转向蓝海,这才是海盐千斤顶行业的一条出路!”业内人士分析。



福建将建海西LED产业基地

■ 吴敏

5月16日,由国家半导体照明工程研发及产品联盟和省科技厅主办、福建鸿博光电科技有限公司承办的国家半导体照明联盟(ISA)合作创新座谈会在福州举办。

以节能减排和保护环境为主要标志的绿色发展已成为21世纪的主流,而半导体照明是中国在节能减排方面的成功突破口。今年初,国家发改委、科技部、工业和信息化部、财政部、住房城乡建设部、国家质检总局等六大部委公布了《半导体照明节能产业规划》,提出了“三大工程”、“五大”、“三大”、“四大”、“重点”、“发展”、“保障”措施,促进LED照明节能产业产值年均增长30%左右,2015年达到4500亿元。其中,LED照明应用产品1800亿元。

座谈会上,与会人士就“如何增强自主创新能力,深化国际与区域间的交流合作,实现体制机制和商业模式创新,加速构建半导体

照明产业的研发、产业化与服务支撑体系,提升我国半导体照明产业的国际竞争力”等方面的话题进行了热烈讨论。

“本世纪以来,半导体照明产业一直作为我省战略性新兴产业之一,是省科技厅高度关注和重点支持。”福建省科技厅副厅长杜民在座谈会上指出,当前半导体照明产业如旭日东升,方兴未艾,在国家节能减排政策推动下,正形成百舸竞先的大好局面。我们要抓住机遇,继续推进《福建省“十二五”科技发展专项规划》的实施,加大对LED产业的投入,将LED产业作为优先支持的五个重点支持领域之一,加快推进福建省LED产业的发展。

响应号召,上市公司鸿博股份旗下的鸿博光电计划于2015年全面建成海峡西岸重要的LED产业研发、生产、出口基地,并建设中国国际LED展示中心,带动LED芯片、五金、注塑、模具、电子、光学器件、景观工程、装饰装修等相关联的上下游产业的发展,打造国际知名半导体照明企业。

轴承巨头NSK扩张路
成为在华战略重要一步

■ 冯月恒

全球第三大轴承巨头NSK对中国摩士的收购,更加说明了这一点。

一场危机正在临近。“脚步声越来越近,也越来越响。”王全清表情严峻,缓缓说道,“许多中国企业可能还没意识到,我们正面临着一场巨大的挑战。”

在过去的七年里,中国轴承工业拥有年均两位数的飞速增长——2012年,中国轴承工业销售收入达1420亿元,2005年,这一数字仅为620亿元。在这样一份成绩单前,作为中国轴承工业协会常务副理事长,王全清本应高兴才是,为何反而忧虑重重呢?他所说的“巨大的挑战”,到底是指什么?

话,要从不久前的一宗“中外联姻”谈起。

NSK的扩张路

在外界普遍对经济增长预期不太明朗的情况下,NSK的“收入倍增”计划显得颇为大胆;到2016年,在中国的销售额增加一倍,达到2000亿日元。

据《中国机电工业》报道,2013年2月2日,一场庆典仪式在宁波南苑环球酒店举行。签约的双方,一方是全球第三大轴承巨头日本精工株式会社(简称:NSK),另一方则是小有名气的中国民营轴承企业宁波摩士集团。

这是一份具有“含金量”的合作,根据协议,NSK将以10多亿日元的价格购入摩士集团25%的股份,双方将在轴承的生产及销售业务方面进行资本合作。据知情人士透露,此举将使得NSK超过摩士集团的创始人李翌,一跃成为该公司第一大股东。

NSK创立于1916年,在日本率先推出最初的球轴承以来,一直致力于各种轴承的研究和开发。自1992年在北京设立代表处后,跟随中国经济发展的步伐,NSK在中国的业务也不断扩大。截至2012年,NSK在中国国内已拥有12个生产据点,并建有除日本以外最大规模的海外技术研发中心。

“在中国,NSK已经超过哈轴、洛轴等本土企业,成为市场绝对的主角。”某不愿具名的业内人士表示,“而此番入股摩士,则彰显了NSK在中国加速扩张的决心。”

其实,这并不是双方的第一次联手。早在2012年4月,NSK就悄无声息地与中国摩士集团达成协议,购入了后者旗下公主岭轴承有限责任公司10%的股份,从而推进了双方面向中国市场的合作。

令人好奇的是,在此之前的数十年里,NSK在中国一直秉持“独资”策略,且看上去运行良好;如今,它为何一反常态,开始选择与中国企业“联姻”呢?

NSK与摩士的合作颇为神秘,记者曾致电摩士和NSK寻求采访,均被拒绝。不过,事后NSK官网上发布了一则关于与摩士合作的公告,我们不妨从中寻找些蛛丝马迹。

“今后,无论是NSK固有的世界最高产品品质的轴承产品市场,还是中国等新兴国家急剧扩大的中端产品市场,NSK都能全方位的满足市场需求。”NSK代表执行役社长塚本纪男对与摩士集团的合作寄予厚望,而支撑其信心的,是与公主岭轴承公司短短数月的合作里取得的成果,“NSK在面向中端市场的产品制造、中国市场信息、新市场的开拓等方面取得了很大的进步,并推进了现地化业务的发展。”

至此,NSK的目的已经可以窥知一二,“全方位”无疑是其扩张过程中的一个关键词,NSK不但要巩固其高端市场,而且要入主量大面广的中端市场。或许,正基于此,NSK才会提出如下倍增目标——“到NSK公司创立100周年的2016年,将在中国的销售额增加一倍,达到2000亿日元。”(据此测算,2012年,NSK在中国销售额达1000亿日元左右,约占其全球总销售额的1/7。)

摩士集团是一家总部设在中国浙江

省宁波市的民营轴承厂家,旗下现拥有7个工厂,其办公仪器用小型轴承的市场份额在中国位居前茅;近年来,也通过收购等将触角扩展到汽车用轴承、机床、风电等大型轴承领域。据了解,摩士所覆盖的这些领域,基本上属于之前NSK并未涉足的中端市场;显然,通过合资,NSK可以快速切入进来。

当然,在摩士集团看来,这也会是一场“双赢、共创未来”的合作。近年来,摩士集团的发展并不顺利。2007年,申请IPO遇阻;2008年,金融危机又重创了其引以为傲的出口业务;2012年初,董事长李翌在公司内部作了《重拾信心,董事不移转型》的讲话,表示要“继续做好上市准备工作”;2013年初的公司经济工作会议上,其副总裁的一句“抓扭亏稳增长”一语道出了目前摩士的部分困境——亏损,缺钱。而通过和NSK合作,不仅可以获得一笔应急资金,还能在学习中获得提升摩士的产品质量和综合竞争力。

“入股摩士只是NSK在华深度扩张的第一步,NSK还在酝酿更大手笔的动作,以图在中国中端轴承市场抢滩登陆。”有知情人士告诉笔者。

在华战略第二步

中端市场不再是中国企业的避风港,而正在成为中外企业肉搏的角斗场。

一个不得不思考的棘手问题是:一旦外资巨头们大举进入中端市场,凭借其品牌影响力,是否会势如破竹、从中国企业手中夺取越来越多的市场份额?

有人想“抢滩”,自然有人要来“护岛”,一场厮杀在所难免。

长期以来,外资企业给我们的印象向来是:他们生产着高品质、高技术含量的产品,雄踞中国高端市场。一直奉行“撒腿战略”的跨国巨头们,何以开始“自降身价”,尝试进入之前不屑、利润较薄的中端市场?

近年,在中国,除了如NSK等日系以及欧美企业为中心生产的高端轴承市场以外,中高端市场的产品需求也在急剧扩大。”在新闻稿中,NSK这样解释与摩士集团进行资本合作的理由。可见,NSK已经越来越清楚地认识到中端市场的商机,他们相信,在中端市场的扩张将会让他们获得巨额利润。而此番借与摩士集团的合作,正式吹响了向“中端市场”进军的号角。

据王全清向笔者介绍,目前中国高端轴承市场中,有80%以上被外资企业所占据,中国企业在高端市场上的竞争力有限。然而,高端轴承市场在总规模所占的比例只有20%左右,相比之下,中端轴承市场60%左右的份额显然天高海阔得多了。

其实,不只是轴承行业,其他工业品领域同样如此。多年来,众多中国企业的精力集中在中低端市场,外企鲜有涉足,可以说,中端市场曾是中国企业的蓝海。在这个过程,一些企业积累实力与资金,日渐发展壮大,并开始琢磨着搞一些高技术含量的产品,试图在高端市场上与外资企业一争高下。

外资企业自然敏锐地感到了一丝威胁。于是,在尽力掌控高端市场的同时,他们开始向中端市场切入。通过人力、研发等资源、体系的本土化,生产适合这一客户群体的讲究“性价比”的产品。这样,一方面可以扩张其生意半径,增加收入;另一方面,可以在中端阻击中国企业,使其没有足够的精力、资源向高端进军。

中端市场再也不是中国企业的避风港,而正在成为中外企业肉搏的角斗场。显然,对中国企业来说,一个不得不思考的棘手问题是:一旦外资巨头们大规模进入中端市场,凭借其品牌影响力,是否会势如破竹、从中国企业手中夺取越来越多的市场份额? 受此牵累,中国企业攻克高端技术难题的脚步是否会放缓? 甚至,有更严重情况发生?

“我相信,只有被打垮的企业,没有被打垮的行业! 充满竞争的环境对企业的发展来说,未必不是件好事。”末了,王全清开始乐观起来,“经过三十年的积累,中国也有一些企业发展得不错,是时候和外资企业掰一掰手腕了!”

走进“中国五金机电产品生产基地”南皮



5月21日,在河北省南皮县一家机电产品制造企业,工人在调试焊接机器人。 王民/摄

联邦电缆 联接世界的力量

- 750-1100KV 特高压、220-500KV 超高压电力电缆
- 110-500KV 海底电缆、碳纤维导线
- 核电力电缆、风能电缆、特种电缆
- 国家级重点工程急需的高精尖产品
- 国家“125”规划重点发展产品

电话:0717-6697188 传真:0717-6510555

网址: www.chinaunicable.com