大势观察

泵行业政策市场双优势 发展势头强劲

水泵行业是典型的投资拉动型产业，市场需求受国家宏观政策，特别是受水利、建筑、能源等行业的宏观政策影响很大。

我国阀门行业由最初至今已发展有几十年的时间，在此期间，阀门标准也得到了长足的发展。阀门市场的价格比较平稳，虽然每年略有升降，但幅度都很小，市场前景还是值得看好的。我国泵管阀市场正迎来“黄金发展期”。有关资料显示，“十二五”期间，我国石化产业重要的发展区域是长三角、珠三角和环渤海地区，到2020年中国石油年需求量将达到5.6亿吨至6亿吨之间。在巨大的石油需求带动下，我国中东部及沿海地区已成为泵阀产业发展最快的区域市场。

随着在全国各省市自治区落实，未来几年，农用水泵行业将进入年产值12%以上的高速增长期。农用水泵作为泵业的子行业，以其销售收入占泵行业销售收入14%计算，到2015年，全球农用水泵市场将超过60亿美元。

数据资料显示，中国阀门制造业规模以上企业共有1700多家，生产阀门326万吨，工业总产值1147亿元，利润总额63.90亿元。为满足成套的制造项目的需要，一个企业需制造项目所需的阀门，这就决定了一家阀门生产厂家全部提供的趋势将越来越大。

“十二五”期间我国泵及真空设备制造业将保持20%左右的市场增长速度，到2015年的销售规模将在1587亿元左右。在城镇污水处理设备投入中，水泵类约占机械设备总投资的15%，按照这一比例计算，“十二五”期间，城市污水处理领域的泵类产品需求量将在600亿元左右，未来三年还有近400亿的市场需求，利好离心泵行业。

《2013-2017年中国离心泵制造行业产销需求预测与转型升级分析报告》数据显示，2008年，离心泵制造行业的销售收入增长幅度为近年来最大值，达到55.99%，销售收入总额为410.29亿元；2011年行业销售收入为765.34亿元，较上年同期增长29.93%，行业发展状况良好。

根据国家泵阀制造业综合规划和区域布局规划，建设一批区域性主导技术和产品开发实验室、试验基地和产品研制中心。依托创新能力较强的科教机构，建立科技成果扩散站点。鼓励与支持建立泵阀制造业技术研发中心。国内政策和经济形势的转好，泵产业和阀门行业都得到了有利的发展条件，其上升的空间也非常的巨大。预计在未来几年的时间里都会有一个较大的提升。 （慧聪）

机械零部件行业处于中低速增长时期

“虽然上行乏力，但行业上半年的经济运行情况要比之前预计的好，已经企稳止跌了。”日前，中国机械通用零部件工业协会常务副理事长兼秘书长王长明告诉记者说，根据上半年协会对一二十家企业调研走访的情况来看，停工破产的很少。

对于下半年的行业走势，王长明很谨慎地表示，“不会更差”，但仍将处于“弱势增长”，通用零部件行业已进入了中低速增长期。

由于金融危机阴影未散，今年以来，全球的经济发展一直呈现着危机此起彼伏的态势，主机装备市场发展低迷，对配套件需求不旺，再加上国外反倾销等的影响，上半年机械通用零部件行业产品订单大幅减少，增长缓慢。

据王长明介绍，今年上半年我国机械通用零部件行业的总产值为1550亿元，同比增长了2.64%。

行业内的六个专业发展并不平衡，其中齿轮专业的发展情况相对较好，而紧固件、链条、弹簧、粉末冶金、传动联结件专业上半年的发展情况一般，基本维持在去年同期水平。

上半年通用零部件行业的进出口也呈缓慢增长态势，进出口总额为141.41亿美元，同比增幅为1.89%。其中出口额为57.94亿美元，同比增幅为3.16%。

而行业内的六个专业中，齿轮产品的出口形势较好，总额达24.44亿美元，占据行业总出口额的42.18%，同比增幅为8.86%。

“值得注意的是，原本在行业内出口排第一位的紧固件专业有所下滑，出口市场缩减。今年上半年我国出口紧固件23.05亿美元，占行业总出口额的39.7%，同比负增长，为-0.33%。”王长明提醒说。

据紧固件分会秘书处提供的数据显示，今年上半年紧固件全行业的总产量估计达315万吨，销售额达到305亿元，行业累计出口紧固件124.43万吨。该分会表示，由于国际市场收缩，再加上日趋严重的反倾销等贸易摩擦的影响，紧固件企业的外贸压力很大。此外，链条专业上半年出口6.74亿美元，占行业总出口额的11.6%，同比也为负增长，为-6.27%；弹簧专业上半年出口金额为1.5亿美元，虽然数额不大，但其同比增幅达到17.71%。

上半年通用零部件行业进口额为83.47亿美元，同比增幅为3.16%。其中，齿轮的进口额为62.03亿美元，占据行业总进口额的74.3%，同比增长2.89%；进口紧固件数量达到12.58万吨，同比增长-0.11%，金额为14.75亿美元，同比增长-3.38%。

“可以看出，行业中齿轮专业的进出口表现较为突出，尤其是在出口上堪称一枝独秀，成为了行业发展的亮点。”王长明表示，这主要还是缘于国际市场中新兴市场比较强劲的需求。 （钟华）

五金模具产业将进入发展黄金周期

中国古代思想家有云：祸兮，福之所伏，讲述了一个否极泰来的道理，目前，我国的模具产业遇到了发展瓶颈，模具产业正在进行自我调整，以期重新发展。此外，国家也会在政策方面给予支持，这个周期将会持续几年，因此，未来几年将是我国模具产业发展的黄金周期。

为了加快我国模具产业发展，2013年政府很可能继续出手稳增长，从而拉动投资再次加速增长。根据中国社科院预测，2012年我国全社会固定资产投资375140亿元，同比增长20.4%；2013年增长19.9%，将达到449880亿元。从市场普遍预测来看，两年的增速都偏低。如果按照中国投资协会的预测，2012年同比增长21%，2013年增长24%，那么2013年投资将肯定超过45万亿元。“中国模具产业的投资额也会相应增加，到2013年模具产业将会有4500亿资金投入到模具城建设、模具技术研发、改造、优化，这将推动我国模具产业更快发展。”按照这个速度下去，2019年中国模具的整体水平将会超过美国。

我国的模具产业调整好状态，蓄势待发，将以更加合理的规模、更精湛的技术进入下一轮的发展之中，以更好的状态进入它发展的黄金周期。

（陈尔）

国产机床、刀具水平无法满足航空工业发展要求

■ 周航空

经过“十五”、“十一五”期间的快速发展，我国机床工具行业的技术能力和制造水平已有较大提高，特别是《国务院关于加快振兴装备制造业的若干意见》将高档数控机床列为16个重点发展专项之一，通过“产、学、研、用”相结合，为我国航空航天领域已经提供了一批适用产品。据有关资料介绍，在航空工业近几年采购的数控设备中，国产比例达到了85%以上。伴随着国产设备采用率的不断提高，带动了机床行业的技术进步，扩大了国产设备的市场份额，也提升了国内机床行业的竞争力。

但不能不看到，尽管国内机床行业取得了显著进步，但仍然档次偏低，与国外先进水平相比仍然差距较大。有关专家表示：“当前三轴机床基本可达到全部国产，四轴机床可满足70%-80%，五轴及以上则主要依赖进口。”另外，产品可靠性不高，寿命偏短，控制系统不稳定，服务质量也有待进一步提高。中国经济多年快速发展产生了大量需求，对机床工具行业起到了非常大的推动作用，但行业仍存在大而不强、数控系统和功能部件发展严重滞后等问题。对于这一现状，专家指出：“世界看好中国市场，再加上本土企业高端产品做不上去，导致进口额多年持续高速增长。以机床、刀具使用大户航空航天工业为例，一方面，国产机床、刀具的水平无法满足航空工业快速发展的要求，进口机床和刀具占据很大比例；另一方面，西方发达国家对航空领域关键零部件制造装备限制出口。

因而，这是中国机床工具业可以有所作为，也应该努力突破的重点用户领域”。

国家提出了2020年在航空航天领域机床国产化率达到80%的目标，这需要包括数控系统、功能部件、主机企业在内整个行业的一致努力。中国机床总公司总裁郝明说：“机床是工作母机，国家应对航空航天工业所需机床予以支持。另外，企业也要对产品进行特色定位，针对用户领域重点发展自己的强势产品，通过加大投入开发特色产品从而更多地占领中高端市场，否则都在低端市场打价格战会严重拖累效益。”即便是国产中高档机床，关键零部件也大多靠进口，客观来说进口零部件在稳定性、可靠性、功能上高出国产品不少，“但我们会突破这一瓶颈，否则只能跟在其他国家后面。”例如，北京航空航天大学首创3D打印制造飞机大型钛合金部件就让中国成为迄今国际上唯一实现激光成形钛合金大型主承力关键构件在飞机上实际应用的国家。我们相信在不久的将来中国制造、中国创造将会逐渐替代进口，为中国航空做出机床人应有的贡献。

五金通用零部件供应商欲破“假货”难题

■ 赵芃

目前汽车后市场中，主要有连锁快修店、私营店以及传统4S店几大商业模式。然而这些模式中，都长期面临着假货泛滥以及价格不透明等现象。

眼下，汽车后市场的盈利模式已开始向多元化发展，以天猫、京东、养车无忧网为代表的电商服务模式开始崭露头脚。有业内人士表示，电商模式的兴起将在某种程度上破解了目前汽车后市场中存在的多种疑难杂症。

售后市场遭遇发展瓶颈

国家统计局数据显示，截至2011年末，中国民用汽车保有量达到1.0578亿辆，每百户家庭汽车拥有量约20辆。此前有业内人士预计，若按照当前市场的销售速度发展，到2016年左右汽车保有量将突破2亿辆。

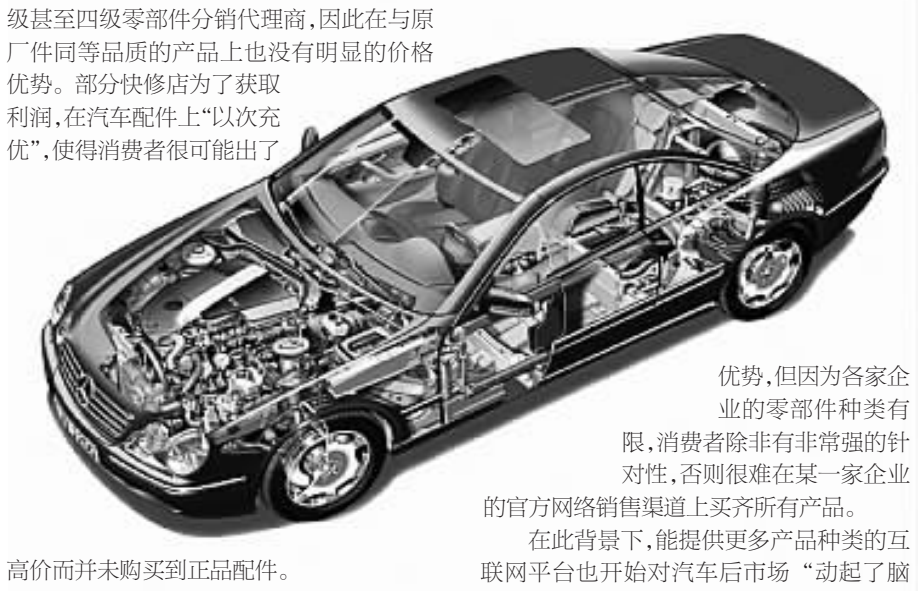
庞大的汽车保有量为售后市场的发展提供了重要基础。有数据统计，2007-2011年，中国汽车配件、维修保养的年均复合增长率分别达到30.8%和15.9%。据业内此前预计，未来三年内，汽车售后市场还将以每年超过20%的速度增长。

在此期间，以新焦点、快车手以及美国AC德科公司为代表的快修店开始以一年约百家网点扩张速度发展。目前的汽车后市场已经形成了传统4S店、连锁快修店以及部分私营店为主的三大模式。

然而目前几大商业模式均遭遇了成长的“烦恼”。一位熟悉汽车后市场的人士向记者介绍，目前汽车后市场中最为突出的问题就是价格不透明以及假货泛滥。

以4S店为代表的传统服务商，由于配件资源长期受控于整车企业，使得其配件价格不菲。近日，盖世汽车网针对汽车售后市场进行了为期一周的调查，来自1643位的网民的调查结果显示，有27%的人认为4S店收费太贵，37%的人认为4S店配件价格不透明。

除此以外，4S店以外的私营修理店又无统一的标准体系，因此往往服务质量良莠不齐。而对于连锁的快修店，由于其大多为三级甚至四级零部件分销代理商，因此在与原厂件同等品质的产品上也没有明显的价格优势。部分快修店为了获取利润，在汽车配件上“以次充优”，使得消费者很可能出了高价而并未购买到正品配件。



调查显示，有17%的参与者会认为非4S店的修理店服务质量不好，16%的参与者认为4S店以外的修理店假冒配件泛滥。

为了解决这些难题，有诚信和专业性强的电商正在受到年轻人们的青睐。记者从养车无忧网了解到，自去年该网创立至今的一年时间，仅上海地区的车主使用自助保养就已达到10万多车次。

探寻电商发展模式

面对汽车售后市场的混乱局面，包括零部件企业本身也在不断寻求突破。以博世、法雷奥、德尔福为代表的零部件商开始通过电商模式进入后市场的B2C领域。

“但目前中国消费者习惯了一站式服务，因此对配件知识非常了解的人很少。”博世公关部相关人士向记者介绍，由于汽车配件种类多而杂，因此难以避免消费者出现购买错误的情况。据了解，在细化产品介绍和强化客服培训的同时，法雷奥、博世等企业也推出了免费退货服务。

虽然零部件企业介入电商解决了正品问题，并且由于直营，因此在价格上也具有一定优势，但因为各家企业的零部件种类有限，消费者除非有非常强的针对性，否则很难在某一家企业的官方网络销售渠道上买齐所有产品。

在此背景下，能提供更多产品种类的互联网平台也开始对汽车后市场“动起了脑筋”。以天猫、京东、一号店、养车无忧网为代表的电商平台纷纷开售汽车零部件。

对于如何保障正品品质，养车无忧网创始人陈文凯告诉记者：“网站提供的零部件虽然部分不是原厂件，但保证都具有与原厂件同等的质量保证，同时具有价格优势。”

他向记者解释称，“同一厂商一般会有两家甚至更多的配套商，正式的配套商受限于厂商的相关协议，不得向非官方渠道供货。但实际上，在产品开发初期的备选供货商，也是按照原厂品质生产产品的，其中这部分没有进入配套商名单的企业就成了我们的合作伙伴。”

与此同时，为了确保价格优势，天猫、养车无忧网都选择直接与零部件厂商合作，减少了流通环节。

有业内人士表示，相较于快修店，互联网在客户、服务商、竞价等领域可以发挥资源集约化优势，这使得困扰汽车后市场的众多问题有可能得到解决。但值得注意的是，以正品汽车配件为核心业务的电商平台，由于对零配件与车型的匹配精准度要求非常严，若对汽车行业没有深入了解与数据积累，也面临着较大的运营难度。

五金业 未来10年或遇大洗牌

全国工商联五金机电商会会长李银生：届时2000多家规模以上企业将剩20多家

■ 黄文冠

“五金行业在未来十年内将遭遇大洗牌。”9月24日，在“2013中国国际五金展”大力推介会上，全国工商联五金机电商会会长李银生放言，目前全国2000多家规模以上的企业可能在未来十年内洗牌到仅剩20来家。在当日的推介会上，中国五金制品协会常务副理事长石僧兰表示，去年广东出口的五金总量为220亿美元，但同年五金的进口量为40亿美元，进出口都在全国排名第二，今年上半年，五金的进口量也有18亿美元。这意味着广东的高端五金有很大一部分被国外企业控制。石僧兰分析认为，国内生产以及往外销售的都是低端产品，高端市场一直被国外控制。

全国工商联五金机电商会会长李银生赞同这个观点，李银生表示，国内的五金行业并没有自己的品牌，充其量只是有自己的牌子。他认为，中国是一个五金大国，但不是五金强国，在技术方面，中国和德日等国家相比，有很大的差距，并且国内的企业家倾向于赚快钱，而不是在质量和研发上投入。

石僧兰举例补充说，中国的真空保温杯和日本的比较，保温效果就是差一些，他们调研发现，国内制作的真空保温杯在生产过程中只抽真空12分钟，而日本企业生产的真空保温杯会在生产过程中抽真空15分钟。

李银生表示，目前国内五金给人的总体印象都是中低端，导致出口的市场集中在亚洲、中东、南美等地，“这种印象也让很多企业不敢投入研发，因为你生产贵的东西没人买，别人宁愿买国外的。虽然目前大环境对五金行业的影响不是很大，但未来十年的洗牌过程中，没有自主研发或者没有技术含量的规模企业很可能被淘汰，估计最终会洗牌到只剩下20来家。”

▼ 相关链接

国内五金行业主要集中在广东、浙江、江苏、上海、河北、山东等经济发达的省份和地区。而在广东，佛山丹灶与东莞长安并列为五金之都，丹灶的五金占国内市场的20%，占广东市场的40%。