

义乌打造“国际装备贸易重镇”新名片

A3

泸州机械装备产业园“招大引强”着眼未来

B3

广东佛山机械展“抓住”人心

B4

中国紧固件企业在产品标准方面吃亏很多

C2

莞产3D打印机首秀遇冷 长展会收获“零”订单

■ 黄玲

作为一种快速成型技术,3D打印正慢慢进入人们的视野。但在10月28日结束的东莞长安国际机械五金模具展览会(简称“长展会”)上,首次亮相的3D打印技术却叫好不叫座,收获“零”订单。

据羊城晚报报道,对此,东莞市3D打印技术科技有限公司总经理助理闫小姐称,可能是因为3D技术对市民来说还很新,需要时间接受。业内人士称,主要还是企业对该技术认知度不够。

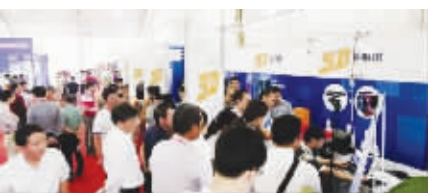
3D技术首亮相被围观

长展会至今已经举办了13届,为长安乃至珠三角的五金模具企业搭建了展示交流平台,也赢得了众多参展商的一致好评。

和很多大型机器前少有人驻足不同,东莞市3D打印技术科技有限公司的展位却围观者众多,工作人员正在向大家演示3D打印技术。展位的柜台上还陈列着打印产品:有小象、小兔等动物形象的玩具,也有骷髅等人体头像,还有精密度高的模具产品。

小陈和3名同事一起受公司指派前来逛展会,看看有什么新技术。4个女孩子在3D打印的展台前逗留了半个小时。“详细问了价格,也体验了一下打印的过程”,小陈告诉羊城晚报记者,她对这个新技术很感兴趣,一台机器9000多元也不贵。

据悉,现在该公司研发的3D打印机主要使用ABS、PP等类型的材料,金属材料打印机尚在研发之中。其中,最小规模的打印机展售价在9000元左右,打印一个产品仅需1—2



● 3D打印企业展位前人头涌动

第四届“湘博会”将于11月19日在娄举行

■ 谭卫丰 尹伟华

10月25日,记者从湖南省第四届“农业机械、矿山机械、电子陶瓷产品博览会”(简称“湘博会”)新闻发布会上了解到:第四届“湘博会”将于2013年11月19日—20日在娄底市体育中心举行。

娄底机电有良好的基础,市场前景广阔。双峰农机一枝独秀。双峰县是湖南省唯一的“农机产业基地”,是“中国碾米机械之乡”,市场辐射湘、鄂、川、黔、云、豫等20多个省(区)及缅甸、老挝、越南等东盟国家,产品在国际国内市场占有重要份额;涟源煤机独领风骚。涟源既是湖南的主要产煤区,也是全国有名的煤机生产基地,目前拥有的煤炭机械生产品种类涵盖运输类、提升类、支护类、通风类、电器类,许多产品被评为省优产品和省著名商标,在全国煤机行业享有较高知名度;新化陶瓷声名远播。新化陶瓷产业起步于上世纪七十年代,现已发展为电子陶瓷、结构陶瓷、功能陶瓷三大种类,产品远销美、法、日、韩等国家,多项产品占国内市场份额的一半以上,运载火箭、神舟六号、嫦娥一号都装有新化的电子陶瓷产品。

第四届“湘博会”是经湖南省人民政府批准,国家商务部重点支持的重要经贸展会,由湖南省商务厅、湖南省经济和信息化委员会、湖南省农业机械管理局、娄底市人民政府共同承办。兼有投融资、项目对接、购销洽谈、论坛研讨、展览展示等各种功能,是内外资并举、内外贸融合、推进合作共赢的经贸盛会。大会主题是“提升特色机械产业,促进经贸协同发展”。这也是“湘博会”连续四年落地娄底。

据了解,本届“湘博会”开幕式暨签约仪式、展览展示活动设在湖南省最美的娄底市体育中心,湖南省省运会亦将在这里举行。展览区面积20000多平方米,分块搭建农业机械、矿山机械、电子陶瓷、综合区四个展区,设置标准展位500个。展会期间,力争完成签约招商项目60个,总投资240亿元人民币,引进资金220亿元人民币;签订贸易合同140个,合同金额32亿元人民币。整届“湘博会”共有开幕式暨签约仪式、专家讲座、产品展览展示、实地考察等多项活动。



● 第十三届“长展会”开幕典礼

个小时。大的则要三五万元,甚至8万多元。

围观者多订单为零

“传统方法制出一个模具模型,需要5至7天,而运用3D打印机则只需1至2个小时,成本也可从两三千元降低为几十元,而且操作极为简便”,该公司负责人称,从公司平时销售情况看,最小型的这种打印机销量最好。此外,该公司还提供打样服务,这一项目非常受欢迎,订单每天都排得很满。

不过,参展4天的情况却不是很理想。“每天都有很多人参观,也有人有意向,但没有人购买”,闫小姐称,她也不知道为什么,可能和这个新技术有关。

“还是认知度不够”,一行业人士称,3D打印技术市场前景非常广泛,但是目前很多企业并不是很了解,运用范围也很狭窄。

▼ 相关链接

第十三届中国(长安)国际机械五金模具展在东莞举办

10月25日上午,第十三届中国(长安)国际机械五金模具展会在东莞长安联冠长荣国际五金模具广场隆重开幕。据悉,长展会由中国机械工业联合会、广东省经济和信息化委员会、东莞市人民政府共同主办,东莞市长安镇人民政府、东莞市五金机械模具行业协会承办。其首创于2001年,此后确定每年举办一届,2006年经批准正式升格为国际性展览会,更名为“中国(长安)国际机械五金模具展览会”。

据信息时报报道,目前,长安全镇共有机械五金模具生产企业1100多家,个

体工商户6800多户,五金模具产业年产值180亿元,已经集聚了200~300家汽车五金模具专业制造企业,汽车五金模具产业规模化集聚效益初显。现有五个机械五金模具专业市场和一条五金饰品专业街,总占地总面积超过50万平方米,常驻商户2500多家,年交易总额达150亿元,规模在全国镇一级居于首位。五金模具产业集群对周边广州、深圳、佛山等汽车工业的承接能力和辐射能力强大,拥有炬升、劲胜、祥鑫、捷荣、其利等一大批五金模具龙头企业。

(资勇庭)

低压电器征服高端市场难题依旧待解

■ 机商

低压电器,这个既传统又灵活的产业,在这一轮经济浪潮中承受住了市场新一轮的考验,愈加清晰地暴露自身缺陷的同时,人们也更看到了这个产业正在积极地自我疗伤。

上半年贸易逆差 10.24 亿美元 高端市场仍未征服

据机电商报报道,根据海关的统计数据,2013年上半年,低压电器产品出口受2012年下半年形势低迷的影响增幅不大,出口额56.64亿美元,同比增长3.15%;而进口达到66.88亿美元,同比增长5.49%。可以说,目前国内市场对高端低压电器的需求仍然依靠进口。虽然国产中、低端低压电器基本上占据了国内绝大部分市场,但在高端市场,市场占有率普遍较低。

进口方面,我国低压电器主要来自亚洲市场,占比约80%,欧洲市场占比14.94%;出口方面,亚洲、欧洲和北美洲三大市场出口占比分别为64.24%、14.56%和13.34%,同比分别增长2.09%、6.44%和2.76%。对韩国和新加坡的低压电器产品出口增长较快,同比分别上升25.62%和11.36%。值得一提的



是,2013年上半年我国低压电器对非洲的出口呈现出了较为明显的增长,同比增长了15.39%,这说明我国低压电器企业在开拓新兴市场方面取得了一些成效。

据了解,2013年上半年我国低压电器进口的最主要产品为其他连接用的电器装置,进口额39亿美元,占进口总额58%;另外,光纤纤维用连接器进口价格为300.82美元,而我国出口此类产品的价格只有47.85美元,这也再次说明我国出口仍以低价的中、低端产品为主,高端产品的国际竞争力仍有待提高。

科研投入有待提高 技术短板已成瓶颈

“宏观形势与行业整体情况对低压电器行业利好,预计今后五至十年低压电器行业

还将维持较高增长,未来年均复合增长率为10%~15%。”上海电器科学研究院院长尹天文在接受记者采访时曾预测说。

不容忽视的是,低压电器行业在技术上的短板已成为行业向前发展的最大瓶颈。据统计,国外优秀企业在低压电器新产品科研、研发投入上可达到总销售额的7%左右,而我国低压电器行业平均投入在总销售额的1%~2%,优秀企业也仅为3%左右。而这一话题也成为今年中国电器工业协会通用低压电器分会关注的焦点。

即便面临诸多困难,但低压电器行业依旧面临很多优势,如:智能电网建设为我国低压电器行业带来了新的机遇,中高端低压电器市场份额因此将会进一步扩大;在产业结构调整、降低国内生产总值的能耗、发展低碳经济的背景下,新一代节能、节材、高性能的低压电器将得到进一步发展。

同时,人们必须清醒地认识到:国内企业,特别是民营企业虽然经营思路灵活、销售渠道强大,但在企业规模、产品质量等方面良莠不齐,在企业研发、产品力仍有待加强。因此,国家及地方政府应积极鼓励企业和产业集群进行产业链延伸,扶持低压电器企业向“专、精、特”方向发展,形成若干各有特色、重点突出的产业链,从而带动产业升级。

热水器高端时代悄然来临

- 市场“伪高端”现象严重
- 国内厂商打破外资品牌垄断
- 高端成基本需求尚需时日

■ 金朝力

随着国内居民消费层次逐渐提高,热水器高端市场已进入快速成长期。但是市场存在的一个误区就是,将价格贵的产品或是洋品牌直接等同于高端产品。有关专家表示,随着新市场需求的发展,热水器也正走出价格误区,以智能化、时尚化、低碳化为标志的热水器高端时代正悄然来临。



据北京商报报道,记者日前走访家电卖场发现,价格在5000元以上的水热水器产品非常多,有的产品甚至高达三四万元。而在京东商城上,超过3000元的水热水器商品竟然有309个!

中怡康总经理贾东升认为,随着消费需求的升级,高端热水器成为市场增长最快的部分。但现有市场对高端的理解大多基于高价格、花哨外观、概念炒作,而非对市场和消费者需求的深刻理解。这种高端是以产品高利润、而非满足消费者真实高端需求的一种“伪高端”市场。以热水器为例,安全、快速、恒温等基本需求虽已满足,但对消费者深层次需求如节能低碳、智能舒适、时尚美观等,企业并没有给予足够的关注和满足。市场需求迫切希望诞生一类能够真正满足消费者深层次需求的高端热水器产品。

有关消费专家认为,真正的高端产品应该能够同时满足消费者基本需求和深层次需求。这种产品是企业通过洞察消费者深层次需求的基础上,通过高水平的工业设计进行系统创造,采用众多领先的技术和高标准的部件,集智能操控、节能环保、时尚美观、可靠安全于一体的高端产品。它能够给使用者带来超出预期的舒适体验,满足消费者物质和精神层面的双重需求。

而在新的市场需求面前,国内高端热水器市场也暗流涌动,尤其是国内厂商借着智能化和节能化的趋势开始反攻洋品牌。近日,万家乐就在京发布了首个热水器高端品牌——“智能浴”。其最新的六款“智能浴”产品包括四款燃气热水器、两款电热水器,全部具有高度智能化的独立操作系统(LCNC2.0)。

有关专家表示,国内厂商的高端布局,打破了外资品牌对国内高端热水器市场的垄断,在节能和智能将成为行业发展趋势的背景下,国内厂商能否将外资品牌挤出市场,还有待时间考验。

不过,记者在家电卖场随机采访时也发现,很多消费者对热水器的高端变革还存在误区。“一个热水器没必要要跟电脑一样,还需要操作系统吧!”消费者张先生告诉记者。

中国五金制品协会常务副理事长石曾兰也认为,热水器行业发展的趋势表现在两个方面:一方面是要符合国际上关于节能、环保、低碳的应用;另一方面是在应用技术层面能够为消费者提供更高质量和更加舒适的水。

