

大势观察

提升行业集中度 真正做强国产制药机械领域

随着国内经济的发展,药机设备行业也已经取得了长足的进步,不管是在数量上还是质量上,表现都可圈可点。但是纵观整个行业,就目前国内市场来说,国外企业大批涌入,并占据了我国药机高端市场的主要位置,如何改变这种现状,国内企业需要从创新这条路子入手。

众所周知,国内制药机械设备生产企业多达 800 余家,80%以上都是民营中小企业,集中在江浙沪等沿海发达地区。依托良好的经济环境和国内制药行业的发展,药机行业的发展一直都是顺风顺水,不错的利润率也造成了相关企业的激增。

但是行业的成熟、强盛与否与企业数量没有直接关系,主要还是得看是否具备一批具备市场影响力,尤其是在国际市场上都具备一定话语权的企业。

由于国内制药企业规模普遍较小,无法像大型跨国企业一样具备集团优势,因

此根据企业自身特点,做强做精细分领域,树立起良好的企业形象,建立起自身竞争优势至关重要。

目前,我国制药机械设备,在布局形式、外观造型、规格参数、主要功能及功能部件等方面均取得了长足进步,成功解决了从“无”到“有”的难题,与世界顶级产品相比已达到“形似”。

但是,在可靠性、稳定性、精度保持性、加工效率、低碳环保、智能化水平等多方面仍存在较大差距,要最终做到“神似”,仍需在多层面上开展系统性的技术研究以及生产和质量管理的变革。

此外,打造强优中小企业集群,可以有效提升行业竞争力,同时不断的兼并重组,优胜劣汰,将行业中的落后产能淘汰,提升行业集中度,最终形成一批具有带动性的龙头企业,真正做强国产药机领域。(罗宋)



五金制造企业信息化发展是重中之重

五金是离散为主、流程为辅的制造业,生产过程主要是金属加工和部件的装配。五金制造主要有:毛坯铸造、冲压制造、机械加工,加工环节包括铸造、锻造、热处理、原材料分割、铁线折弯、车、铣、刨、磨或钣金成型等加工工艺。五金类产品种类繁多,规格各异。目前材料市场所经营的五金类产品共有十余类上百种产品。包括:锁类、拉手类、门窗类五金、家庭装饰小五金类、水暖五金类、建筑装饰小五金类、工具类、卫浴五金、厨房五金等。由于材料品种繁多,不同尺寸、不同颜色、不同规格的搭

配,给物料管理造成了一定困难。

作为一个离散性特征很强的行业,五金制造企业在日常运作中,各个环节常常遭遇到传统手工管理下的瓶颈。首先是市场竞争激烈,用户需求在不断变化,很多五金企业主要从事单件小批量及中批量生产,产品的设计制造工艺经常应客户要求而不断变化,因此五金企业需要制定良好的生产计划以增强生产的柔性,适应不断变化的市场。笔者认为,一般五金企业的产品都是按订单(合同)来生产,产品结构复杂、零部件多而且外协、自制兼有,依靠传

统的人工管理来进行合理优化排产,生产管理员的工作量极其繁重,加上各个部门的信息数据不能很好地统一标准和接口共享,势必不能科学地控制交货期,影响到订单的履约率。

其次,五金制造企业的外协件多、牵涉到的外协厂家多,在传统人工管理的方式下,如何对外协厂家的产品质量、价格和信誉等进行跟踪控制,采购部门如何控制好提前进货量,保证既不误生产又不造成库存积压,保证一个最合理的资金占用的“度”,是各五金企业最为头疼的难题。

再者,五金产品的制造周期长、工序多、异常情况多(涉及到返工、报废、拆分、补料、替换、缓冲物料等)、投入大,需要对其生产过程进行跟踪并进行成本分析。加上在生产过程中,客户随时都有可能根据市场变化来临时插单,这是五金制造企业不能预知的。依靠人工管理的话,肯定不能应付客户订单的多变要求,只有订单在确定后,才能开始列入管理,有时订单状况已变,却未能即时反应,以致经常手忙脚乱。由此可见,着手进行信息化建设已成为了摆在各五金企业决策者面前的首要课题。(玖武)

轴承钢未来发展的两大重点

在今年 10 月举行的中国钢铁年会分会上,来自企业、院校的技术专家和研究人员对轴承钢进行了热烈讨论。会上,钢铁研究总院副总工程师雍崎龙表示,虽然我国轴承钢产量名列世界第一,约占世界产量的 60%,但是高档轴承钢仍须依赖进口。

据雍崎龙介绍,大型轴承钢主要包括高铁、风电、盾构等领域用轴承,风电用轴承钢

的直径约为 2 米,盾构用轴承钢可达 5 米~6 米,对安全性、质量稳定性的要求十分严格。特别是 500mm 的高铁用国产轴承钢仍有一些指标待突破,更大型的则须要进口。

据会上有关专家介绍,我国 2010 年实际优质轴承钢产量仅为 80 万吨,仅有 4 个钢厂可生产航空轴承钢。对此,雍崎龙表示,由于轴承钢高档产品标准高、用量少,

一般钢企关注较少,即使在分会上被热议的 42CrMo 等轴承钢的品种,事实上也没有定型。他表示,目前我国轴承钢生产以 GCr15 为主,占据全部轴承钢生产量的 90% 以上。因此,钢企应在提高产品档次方面进行更多的工作。

近年来,我国轴承钢生产中的质量控制取得较大的进步。轴承钢主要控制氧化

物、夹杂物、偏析、网状等。“我国轴承钢近年来质量控制水平不断提升,夹杂物方面已经与国外没有差距。”雍崎龙强调,“目前,国产轴承钢夹杂含量已经可以达到 5ppm~6ppm 的优质水平。”不过,他认为,表面脱碳将是我国轴承钢技术今后突破的重点。因为“表面将直接影响轴承钢使用,影响设备性能”。(兰格)

可以说国内电缆行业如今已是“百病缠身”,若不能找到有力的渠道解决这些难题,行业的前景堪忧。

缆业改头换面应看齐西欧北美

■ 冯然

国内电缆行业问题很多,例如产能过剩、集中度不高、生产成本低、利润率低等,关于这些问题的解决之道近年来也谈了不少,但不外乎政府管制,企业自强等,对于这样的答案不能说无效,但毕竟效果不直接。相反的,对于一直呼吁的“兼并重组”倒是很实际的问题,不过目前来看,我国电线电缆行业的“兼并重组”工作推进缓慢,甚至可以说无甚成果。

兼并重组“雷声大雨点小”

近年来,较为轰动的整合案例有亚洲最大的沈阳电缆厂解体,一部分成为日资的沈古电缆公司。上海电缆厂也已不复存在,其三分之二的资产已经与日本藤仓合资。中部大型电缆企业红旗电缆厂已被实力强劲的民营内资电缆企业并购。内蒙古电缆厂已被上海电缆有限公司兼并。除了这几大企业之外,其他基本都属于“小打小闹”,并且数量还极少。而反观欧洲发达电缆生产企业以及亚洲如日本、韩国等龙头电缆企业,基本都以兼并重组为契机,实现飞跃。比如,原西欧市场最大的四家电缆公司:法国阿尔卡特、意大利比瑞利、德国西门子、英国 BICC 公司就是通过兼并重组的策略,成为国际电缆生产企业巨头。其中,阿尔卡特只保留了光纤光缆业务,金属电缆业务从集团中剥离出来成立法国耐克森公司,耐克森又通过收购许多电缆企业成为欧洲乃至世界最大的跨国电缆公司之一。

而比瑞利则收购了西门子的电力电缆业务,并从美国通用电缆手中购买了原 BICC 等公司的电缆业务,成为国际第二大的跨国电缆公司,此后比瑞利公司又被意大利普睿斯曼收购。而西门子、BICC 公司则基本退出电缆市场。

荷兰特雷卡公司原是北欧一家规模不大的通用布线生产商,通过不断并购欧洲以及其他地区的中小企业而成长为北欧地区市场最大的公司。这些兼并重组在经过磨合适应后,带来了欧洲电缆产业的复兴。

由此可见,战略性重组不仅使得这些公司有选择地进入或退出电缆制造领域,同时其主要业务在全球的市场占有份额迅速提高,成为国际电缆业的巨头。而不单单是西欧如此,美国同样是通过兼并重组的方式,实现了北美电缆产业的扩大。

比如早在 1989 年前后,北美多家电线电缆生产企业就开始了兼并重组,特别是在电力电缆和建筑线方面,因设备过剩、价格下跌,迫使以此为主的生产厂家利润减少。在这样的态势下,全球领先的电缆制造商通用电缆整合能源部门,扩大规模。通用电缆于 1999 年收购了世界排名第三的英国 BICC 在世界上的能源电缆部门,一跃成为世界第三、美国第一的电缆厂商。而在此次收购以前,该公司仅在世界上排名 13、美国位列第 4。

此外,除了通用电缆,信息通信部门集中的 SuperiorTelecomInc. 公司也受益于现在通信信息领域的发展。1994 年,生产总值为 6900 万美元,1998 年上涨到 5.17 亿美元,4 年间足足上涨了 7.5 倍!这主要得益于其在 1998 年收购了生产漆包线和建筑线较有名的世界排名第 7、位列美国之首的埃塞克斯国际公司。通过此次收购,SuperiorTelecomInc 公司跃居世界第 4,成为仅次于通用电缆、美国排名第二的综合电缆厂家。

通过西欧和北美的例子,我们不难看出,真正实现电缆行业做大做强的莫过于资源整合、兼并重组,只有在激烈的竞争下,坚持优胜劣汰适者生存的残酷自然法则,才能改变目前国内电缆行业低迷的人气。

加快步伐力争早日破局

国内电线电缆行业为何兼并重组迟迟难以开展?分析其主要原因,发现有三个突出问题。

首先抗拒的力量比较大,甚至到了“谈购色变”的地步。对于电缆行业的兼并重组,许多企业往往有个误区。从字面理解,对于“兼并重组”的理解自然是“大鱼吃小鱼,小鱼吃虾米”,因此一些小型的或者说处于劣势地位的电缆企业往往比较抗拒,担心伤及某些利



益主体的已得利益,而这些利益主体又不会自觉放弃已经和可能获得的利益。也正是因为这个原因,电缆行业的兼并重组一直难以落实,因为谁都不愿意被兼并,对于一些电缆企业来说,被兼并就相当于被“吞噬”,对于自己没有任何好处,因此没有企业乐于被兼并。另外,电缆行业的整合涉及到各直接利益相关者的博弈。一旦整合失败,往往不是你死我活,就是两败俱伤。因此,对于企业前景的担忧使直接利益相关者(企业)在整合过程中小心谨慎,必须步步为营,特别是处于弱势的一方,只好步步设防。

其次,电线电缆生产企业对于当地政府来说,具有强大的经济拉动能力,不但能够解决就业问题,更能够创造 GDP,还能够解决上游产业难题,比如铜、铝加工企业等,因此,地方政府一般保护当地企业,想方设法也要将电缆产业作为经济发展的支柱产业之一,不支持其被兼并重组。换言之,中国电线电缆行业利益关系复杂——各方错综复杂的利益博弈始终是行业整合进展缓慢的大困扰——电缆行业整合涉及到一个庞大的、关系复杂

的利益群体,甚至可以说已经超出了企业的范畴。何时能够找到更加准确、公平的方式或渠道来解决利益博弈,对于电缆行业的加速整合将起到极大的推动作用。

最后,从世界范围看,在以私有制为基础的西方发达国家,行业整合基本上以市场机制为主导。需不需要整合,要如何整合,纯属两个企业之间的行为,政府方面往往是不干预的。而在中国却有所不同,由于中国的特殊国情和电缆行业的实际情况,注定了一大批中小型电缆企业缺乏重组的动力。因此,政府应当扮演好产业的引导者和政策制定者的角色,通过市场机制和政策机制双管齐下、恩威并施,有力促进电缆行业的整合与重组。

综合来看,国内电缆行业“兼并重组”步伐到了必须加快的紧要关头,尤其是当前国内中低端市场竞争激烈、高端市场空缺、大型企业市场占有率不足、利润率低下等问题严重困扰着电缆行业的发展,可以说国内电缆行业如今已是“百病缠身”,若不能找到有力的渠道解决这些难题,行业的前景堪忧。

五金工具业即将迎来五大全新转变

■ 陈实

中国虽然拥有近 6000 家五金工具生产企业,却仍不是强国,从历史沿革看,世界五金工具制造业经历了从欧美国家向日本、我国台湾、印度转移过程,又从日本、台湾、印度转移到中国沿海长三角、珠三角等地区,中国大部分五金工具企业仍然是以粗仿型以出口贸易为主,或为美国、日本等许多大经销商代工。

中国五金工具产业的积极探索,也给出了未来五金工具产业发展的新方向,对比国际五金工具产业的发展和我国五金工具产业的现状,五金工具业将面临适应市场,参与国际竞争,瞄准世界先进,积极调整产品结构,拓展竞争空间,才是中国五金工具发展之路。

五金工具业面临五大转变:

1、要改变目前五金工具粗仿型生产模式,向精品五金转型。目前上海工具企业生产的产品大多数是老面孔,加工粗糙,能级较低,耗能高,大多企业采用的碳素钢材料作为五金工具生产基体。产品利润在 8—10% 左右,一把钢丝钳,一把扳手利润只有几角几分,卖价仅在 10 元以下,而国外五金工具产品生产采用的原材料以铬钼合金钢为主,生产的精品五金工具价格都在 100 元左右,差价 10 倍,这与上海大都市的地位根本不相称,而国内外商业,先进制造业都期待着高品位的产品。

2、要改变目前五金工具产品老面孔,向自主创新转变。我国五金工具产品具广阔的发展空间,美国耐昂工具公司一家企业生产经销五金工具就有 3000 余种品种,上万个规格,相当于我国五金产品总和的 6 倍,所以不要老盯着老产品,老面孔,要打开思路。如果不在品种和款式上有大的突破,就无法适应国际国内市场的要求,五金工具产品品种和数量要有大幅度的增加,应加大对新产品开发度,填补五金工具产品的空白点,五金工具行业才能有新的生机。这方面丹纳赫工具(上海)有限公司、上海长青电工实业有限公司、上海骏马气动工具有限公司、上海沃施园艺股份有限公司走在前列,年年有新产品,年年有发展。

3、要改变传统销售模式向现代销售网络转变。建立现代市场营销体系,要做到七个延伸,一是向国内一流交易会,一流五金城延伸,使之产品成为一个全方位的“展示、交流、合作”的平台。二是向国际化方向延伸,以优惠政策吸引更多的国外客商。三是向无形市场延伸,逐步实现电子商务网上交易延伸,建立网上市场。四是向配送市场延伸。五是向连锁市场延伸,在全国各地建设统一名称,统一标识,统一配送的连锁分市场。六是向装备产业方向延伸。七是在外地设立营销机构,使之成为产品推向外地的前沿阵地。

4、要向实施品牌战略转变。五金模具行业知名品牌营销专家罗百辉认为,企业应制定品牌建设规划,加大技术改造和技术创新投入,提高产品质量,向“专、精、特、新”的品牌方向发展,以吸引市场注意力,化干戈为玉帛,跻身世界品牌之列。

5、要改变目前五金工具生产企业“单打独斗”的现象,走联合、合作品牌之路。现在我国的工业发展日新月异,五金工具要跟上我国的产业发展,才能满足各行各业日新月异的发展需求。

当前我国正处于经济转折时期,五金工具行业发展也面临着大调整。我们相信,经过改革 30 年来的发展,只要以科学发展观为领,加快发展方式转变和结构调整,在逆境中把握发展机遇,五金工具行业的面貌一定会焕然一新。

国际资讯

德国机床企业 在华重点开发中高端市场

数据显示,全球机床消费量去年增长了约 9.3%,今年却放缓了脚步。

虽然全球市场对机床的需求今年有所放缓,而中国的机床市场却仍然保持着相对较快的增长速度,引领着亚洲市场的发展。作为世界上最大的机床生产国和消费国,中国对全球机床市场发挥着越来越重要的作用。Martin Kapp 表示,中国成为欧洲机床行业最大的市场,同时其增长速度也最快。德国机床制造商协会的预测显示,到 2017 年,中国的机床消费量将在 306 亿~376 亿欧元之间,而这个数字在去年是 239 亿欧元。

德国机床制造商协会执行主任 Wilfried Schaefer 表示,中国是德国重要的出口目的地,在 2012 年占到出口总额的近 30%。数据显示,去年德国机床行业出口额约为 83 亿欧元,而其中有超过 24 亿欧元是来自中国。虽然今年上半年德国机床行业的出口额下降了 3%,但对中国的出口额则上升了 6%,占总额的 27%。这使得德国机床行业有必要保持其在中国市场的占有率。

(权宙)