

大势观察

泵阀行业内销市场广阔 出口潜力巨大

近年来,我国工业发展非常迅猛,为我国泵阀行业带来了新的发展机遇。然而,由于全球金融危机等因素,我国泵阀行业的发展还是受到了一些影响。在这样的环境下,我国泵阀企业需要淘汰落后产能,增强市场竞争力,扩大发展空间。

从国际大环境上看,虽然当前中国出口的泵阀产品附加值较低,但中国的泵阀制造企业只要加大技术研发力度,开发高产值产品,那么这块市场的出口潜力还是很大的。

虽然,国内泵阀行业前景乐观,但也存在一些不利因素。

一是:钢铁作为泵阀产业的原材料,在环境压力逐渐加大的今天,其亟待转型。钢铁行业将会面临减产的危险,减产将导致短期内钢价上调,导致泵阀行业的成本提高,造成泵阀行业短期的价格波动。因此泵阀行业也会受到较大的影响。

二是:近年来,我国泵阀行业发展迅速,不仅泵阀生产水平有很大的提高,其产量也有了大幅度的增加。但比较尴尬的是,中小型及民营泵阀企业在这一过程中增速比较多,所占比重比较大。而大型泵阀企业较少,国内泵阀行业品牌性不强,市场竞争力较差。从泵阀行业的发展现状来看,泵阀行业本身也面临着淘汰落后产能的风险。

三是:在金融危机的影响下,钢铁、建筑及其上下游产业来说市场急剧萎缩,这对依赖这些产业发展的泵阀行业无疑是一个致命的打击。虽然,金融危机在一定程度上对我国泵阀行业造成了消极的影响,但也使得泵阀行业内部的弊端也暴露无遗,在市场经济体制下优胜劣汰,得到了很大的改善。

四是:我国泵阀行业内销市场十分广阔,而出口市场却略显单薄。

“十二五”期间泵阀行业有助于实现



新型工业化发展道路,按照资源节约型、环境友好型社会的方向发展。得益于金融危机,由于我国泵阀行业订单减少、原材料价格上升而开始进行行业内部的优胜

劣汰,一些落后产能从中被淘汰,使得泵阀行业得以轻装上阵,获得了更好的发展空间。

(罗忠)

膨胀螺丝市场竞争日趋激烈

我国紧固件的发展受到资源和环境的压力越来越大,缓解资源约束的重要途径是发展绿色制造。紧固件的发展,今后一段时期也将继续朝着品牌经营的方向积极推进,促进紧固件项目的全方位发展。在产品上,中高端产品将加速品质研发的本土化,从设计、制造、包装、运输、使用到报废处理的全过程,都要考虑废弃物最少、排放最低、资源利用率最高及环境影响最小,从而使企业效益和社会效益协调发展;在流通方面,探索各种增值服务的模式,为客户带来价值和利益。从提供单套紧固件到提供机械紧固方案、定制服

务、远程监测等,服务在紧固件制造企业的销售收入中比重将逐渐加大。

伴随着改革开放的全面深化,我国膨胀螺丝市场上的竞争越来越激烈了,很多外国公司不断地进入我国市场,并在我国落地扎根,利用我国廉价的劳动力,生产其品牌产品获取更高的利润。

在这种压力之下,怎样能够让让自己的产品不被压制,并且发展的越来越好成为很多企业思考的大问题。中国大品牌缺乏也是同样需要企业处理的问题,这么多的企业从外国涌入中国市场,这意味着更多的膨胀螺丝企业需要不断地去突破自己,

让自己的发展逐渐成为一个能够和国际市场接轨的企业。这样的倒逼压力,对于我们膨胀螺丝的发展有着非常大的帮助。

可以看到,我国的很多膨胀螺丝在与外资企业相比较,缺少的主要是大品牌,这让我们在膨胀螺丝的市场竞争上就比较差,因此不得不采用熟悉的价格战。然而,价格战对于我国的企业也没有多少优势,最好的方法就是打造高强度螺丝大品牌,有自己的创意,能够与国际接轨,才能让竞争显得比较有利。

集约化或精细化增长方式则是让技术进步和管理效率提高在整个增长中起

主导作用,在结果上的表现就是附加值的增加、利润的增加。因为,如果是靠投资的话,产出虽然增加,但成本也跟着增加,这是不可持续的。

只要我们能够通过改革把有利于创新和创业的制度和政策环境建设起来,完全能够在不太长的时期内使中国紧固件的技术水平和附加值水平有一个明显的提升。目前世界上先进水平的紧固件都面临着或大或小的技术突破,中国紧固件如果能够抓住这种大好机会,发挥自己的优势,发展出一些具有国际竞争力的拳头产品,也是完全有可能的。

(成久)

机床行业助推模具业奋勇发展

由于我国模具行业技术起步较晚,与发达国家存有不小的差距。近些年来,我国模具行业通过引进外资,吸收了国外模具制造的先进经验、先进技术及高水平人才,模具的设计和制造水平有了很大提高。目前,我国模具业发展势头向好,随

之,机床工具业应重视其发展新需求,以实现双方共赢的局面。

鉴于国内机床行业尚不重视模具行业中的设备市场及国产设备在这一市场中的较低占有率,专家谏言机床行业应密切关注模具行业的发展,重视模具行业中

的设备市场,应从长远发展出发,从战略高度去认识,并对这一市场进行充分研究与正确定位。模具加工所需设备多种多样,情况也各不相同,可以先从中低档产品开始,再逐渐向高端发展,这可能是一条比较切合实际的路子。我国虽然已是模

具大国,但为了实现由大做强,的目标,必须大力发展拥有自主知识产权的高品质制造装备。国内机床工具企业要把握好这个良好机遇,在我国模具行业的发展中,为其插上翅膀,真正起到利其器而助其发展之积极作用。

(百工)

高效电机价格昂贵阻碍我国电机普及

■ 季成

国际电工委员会 IEC(以下简称 IEC)颁布的测试标准,将电机的能效评价成为可能。近十年来,电机市场发展较快,国际电机生产水平不断提升,而配合技术发展的评测标准这些年来也一直进步。

如今的高效电机已经不再是当年的水准,最新颁布的分类标准,将 IE1 当作一般能效,IE2 为高一级能效,而 IE3 则是最节能也是能效最高的。这样的标准划分将电机的能效水平整体提升了一级。

“IEC+MEPS”

早在十年前,关于电机的能效评估标准就已经提出,当时关于这个问题,在美国和欧洲之间还存在很大的争论,因为他们在电机能效问题上不能达成一致。而在过去 5 年里,情况发生了变化。

最早的国际标准由 IEC 统一颁布,IE1、IE2、IE3 的分类为国际电机能效的评估制定了统一的标准。但每个国家发展的情况都不一样,用统一的标准评测就出现了一些不可避免的问题。

国际能效组织“topten 节能中心”主席 Conrad U.Bruner 告诉记者,除了 IEC 标准以外,每个国家都在制定自己的强制性能效标准,这项标准被统一称为“MEPS”。

“MEPS”即 Minimum Energy Performance Standards,最低能源效率标准。在过去的 5 年里,很多国家都采用了最低能源效率标准的模式。“目前国际上有两三个这样的组织,第一组国家包括美国、加拿大、墨西哥,第二组国家以澳大利亚为代表,第三组国家以欧洲和中国为典型。欧洲的标准是在 2009 年制定,于 2011 年实施的,而中国的标准也差不多是同样制定的时间。

“IEC+MEPS”的标准构成了整个国际电机的能效测试标准体系,在这样的标准之下,各个国家都在自己的领域内不断地对电机能效进行研究。但执行这套体系也遇到了许多阻力和问题。

标准一开始执行是通过法律法规来调控市场的。而调控市场需要三个因素:第一是产品注册,每一个型号都需要向各国政府注册,然后划分等级;第二是检测认证,用户从市场

中国用户缺乏主动性很大程度是由于高效电机价格昂贵,而这种情况在美国已基本不复存在。



用电机的用户可以通过高效赚钱。制造电机的企业可以从中受益,环境也可以因此得到改善。”

为了顺利推广高效电机,应该用三项措施去共同保证。第一是最低能效标准“meps”,政府强制性的要求;第二是生产电机的财政支持;第三就是能力建设,软实力提升,通过学习使用新的软件工具做一些具体的计算,通过一些最顶尖的产品和标准等软性的东西拉动市场。Conrad 指出我国的最低能效标准已经在使用了,税收政策计划刺激也开始实施,但是软实力还比较薄弱。

不仅软实力薄弱,我国的电机用户大多都缺乏主动性,如何让用户自主购买电机成为了一大问题。对于这一点,在一些发达国家里,会通过信息披露、订阅简报等了解最新的国际电机标准,用户可以随时掌握信息,这样就保证了用户对于高效电机有正确的了解。

另外,在中国的主动性缺乏很大程度上是因为高效电机的价格昂贵,一台高效电机的价格比普通电机高出 30%。而在美国,高效电机的费用已经降低了很多,从几年前的高 30%降低到高 10%左右,所以用户基本不存在价格障碍。

中国有很多大型电机厂,也有很多出名的电机企业,但由于起步晚,过去 30 年都止步于 IE1, 中国的企业 50%都还在做低效产品。另外,工业用电的电费可以享受补贴,这些都导致了中国大部分企业不会主动生产高效电机。

“如果工业用电这一块没有补贴政策,中国市场的技术更新会更快一点,所以一旦工业电价上去,高效电机在中国的普及就快了。在这一块上,欧洲做得很好,除了电价,还会



增加碳税。”Conrad 这样说道。

潜在问题多

总体来看,中国的高效电机的运行相对比较缓慢。而国际上划分的三级能效实则并不限于这三级,IE4 和 IE5 也存在其中,IE4 研究的是永磁电机,这种电机更为高效,用到了永磁技术。而永磁技术需要用到稀土,中国是世界上出口稀土最多的国家,所以拥有绝对的优势。但中国的稀土大多都用来出口,并没有真正投入研发使用。

除此之外,电机市场依然存在众多问题和潜在提升空间。Conrad 认为,生产者应该从多个方面进行升级。

首先是注重变频器生产和使用,ABB、西门子等企业都在做电机及变频器,让电器在没有负载的时候可以使用变频器,减少电机的负担,这样的思路是值得借鉴的。

其次,目前市面上 50%-60%的电机都还是 IE1,相对于负载来讲,容易形成大马拉小车的情况。很多电机规模大,但实则负载不够,这样的运行就是低效的,无法真正充分发挥电机的能效。

再次是缺乏对于“没有负载的控制之下会怎样”的思考。最后是传送系统,包括传送带,比如一辆汽车里面有很多传送装置,而动力传送花在传送系统上的投入远远大于引擎投入。使用好的传送装置省下来的成本甚至可以达到 10%。

除此之外,系统整合、运行管理也需要被注意。做到以上几点,就能从技术上解决目前电机遇到的尴尬问题。不仅在国外,在中国也一样可以得到很好的运用。Conrad 坦言中国的高效电机还有很大的市场。

门窗和五金行业出现“低碳热”



■ 何佩

近年来,由于国内外市场竞争日益激烈,门窗五金企业虽然纷纷开始产业转型升级,但由于受到旧的生产理念束缚,有些中小企业仍停留在追求数量的层面上,产品质量难以得到保证。

继“家电下乡”、“汽车下乡”好评如潮后,今年中央一号文件推出的“建材下乡”随之而来。由于面临出口困境,不少五金企业开始考虑“出口转内销”,该政策的出台可谓雪中送炭。

建材下乡鼓励工艺先进、环保节能的门窗企业发展。业内人士认为,建材下乡除了为门窗、五金等相关产业提供巨大商机外,也将有利于产业结构调整,加快优势企业拓展市场、落后产能退出。

据悉,建材下乡的产品首先必须是符合国家有关规定的、有一定规模的、正规厂家生产的产品。尽管价格低廉,但生产工艺和水平落后的产品绝不会纳入到建材下乡的范围之列。所以建材下乡恰恰是鼓励工艺先进、环保节能的建材企业发展的,而将低工艺、高污染、高耗能的产品拒之门外。

中国是公认的五金产品制造大国,其背景是中国劳动力资源丰富而且廉价,但产品却技术含量低,需要由制造者向创造者转变。一流的产品销往欧美,次品国内销售,中国五金企业需要生产自己掌握核心技术的产品。

时下,门窗业和五金业都出现了低碳热,未来建筑将更加追求低碳、节能、绿色、环保。今后建筑行业必将大量采用具有低碳技术特征新型材料。新型节能、环保家居建材产品市场需求将维持长期增长态势。不只是门窗企业,五金企业也势必需要通过技术创新,研发更多节能型产品,同时加大资源节约和环境保护力度,努力实现产业结构由能源密集型为主向资本、技术、知识密集型产业为主转变,降低高能耗、高污染、高趋同产业在国民经济中的比重。

眼下,一些国内五金企业逐渐从加工型企业发展成自主创新型的高附加值企业,定位于“国际化、专业化、技术导向、市场导向”,以出口贸易为主。门窗五金供应商也应更加注重品牌建设和技术创新,在扩大内需的大背景下走出一片新天地。

门窗五金产品,只有以优质的质量,才可赢得市场,树立良好的品牌形象。俗话说,创业容易守业难,如果门窗五金产品的质量不能提升上去,不但市场将难以扩大,不利于品牌建设,甚至这些经过重重困难才赢得的稳定市场,也将逐渐失去。

新一代智能化低压电器将成市场主流产品

■ 唐雯

随着新技术的出现,以高性能、智能化、高分断、可通信、小型化、模块化、节能化为主要特征的新一代智能化低压电器将成为市场主流产品,中高端低压电器市场份额也将进一步扩大。低压电器智能化要求应用智能制造技术和装备,建立包括关键部件自动生产线、低压电器自动检测线、低压电器自动装备线等。

对缺钱自主创新能力的民营企业来说,既是转型升级的机遇,也是市场压力。

然而,目前低压电器行业同质化生产严重、价格战和渠道战愈演愈烈、企业缺乏创新能力。如果企业不加大研发投入和基础共性技术研究以提高企业自主创新能力,将无法在巨大的市场空间立足。

事实上,近年来行业中不少企业已增强忧患意识,练好内功求发展,在克服原材料及人工成本增加、融资困难、降低产品管理成本、加大设备的技术升级改造、开发新品、加强成本管理和费用控制等工作上有效采取措施的做法已呈现良好氛围,有力促进企业可持续发展。行业中一批如正泰电器、德力西电气、大全集团在内的民营企业脱颖而出。

低压电器企业的转型需根据自身特点找准突破口,成为某一、二类产品的专业化生产商,逐步向中高端产品发展,摆脱产品同质化的局面。具体可从细分市场去寻找切入点,如做断路器专业制造商、工控电器专业制造商等等。政府层面应积极鼓励企业和产业集群进行产业价值链延伸,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。