

大势观察

装饰五金行业借“新型城镇化”恢复生机

中国共产党第十八届中央委员会第三次全体会议近期在北京隆重召开。会议发布的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》从户籍制度改革、县改市、城市建设投融资机制等方面对新型城镇化的发展进行了全面的制度安排和部署,并进一步提出,要推进以人为核心的新型城镇化。中央政府的顶层设计,引发了市场对新型城镇化概念的积极反响。

城镇化可以理解为城市化,涉及从小农经济过渡到工业经济、从自给自足经济转向开放经济、从技术含量低转向新技术革命等方面的重大社会变革。所谓的新型城镇化是相对于旧的城镇化而言,强调理念和行为上的文明、理性演进,而不是像以前摊大饼似地推进,导致各地低级复制成风,造成极大的资源浪费。

城镇化的推动势必会带动装饰五金行业的发展,国内市场需求将出现新的增长点,行业复苏的集结号已经吹响,回暖之际指日可待。对于装饰五金行业来说,期待已久的新型城镇化规划终于崭露头角,城镇化发展的推进更是让装饰五金行业在未来

几年有很大的发展空间。

时下,虽然整个装饰五金行业还未摆脱阴霾天气,但国家大力推动城镇化建设释放出一个强烈的信号弹,这必然会是装饰五金行业又一个良好的发展契机,但是整个行业未必就可以安心守株待兔而坐等城镇化释放出巨大能量。整个装饰五金行业既要看到城镇化带来的曙光,更要自救,经济疲软的市场环境下,要从容对待谷底的处境,而今逐步从头越的胸襟与气魄,心态调整好了,才能更好地审时度势。

装饰五金行业还有很多功课要做,当务之急的是要反思这个行业的发展状态,如何改变目前这种状态,再现当年辉煌?这些都需要装饰五金行业沉淀下来,细细揣摩。知己才能知彼,才能百战不殆,要学会借力壮大自我力量,不妨多借鉴古史精华来丰富自己。装饰五金行业与城镇化建设有着千丝万缕的联系,毋庸置疑,城镇化的推动势必会带动整个行业的发展,诱人的大“蛋糕”就在眼前,能否吃上,吃上了、又能吃多大,还要看自身的本事。

(忠计)



五金工具行业应加大新品研发力度

五金工具是指铁、铜、铝等金属经过锻造、压延、切削等物理加工制造而成的各种金属器件的总称。五金工具按照产品的用途来划分,可以分为工具五金、建筑五金、日用五金、锁具磨具、厨卫五金、家居五金以及五金零部件等几类。

五金工具包括各种手动、电动、气动、切割工具、汽保工具、农用工具、起重工具、测量工具、工具机械、切削工具、工夹具、刀具、模具、刃具、砂轮、钻头、抛光机、工具配件、量具刃具、磨具磨料等。

2013年,五金市场上,欧美发达国家

由于生产技术快速发展与劳动力价格升高,将普遍性产品转由发展中国家生产,自己仅生产高附加价值的产品。而中国又拥有强大的市场潜力,所以更有利其发展为五金加工出口大国。我国的五金市场主要分布在浙江、江苏、上海、广东和山东等地方,其中浙江和广东最为突出。

尽管我国生产的各种五金工具在各行各业得到广泛应用,并取得显著的经济效益,但其技术水平与国外同类产品相比还有一定的差距,大力发展五金工具产业,狠抓新产品、新工艺的开发,加快我国五金工具产

业的发展,提高经济效益和整体技术水平。

目前,整个五金工具行业龙头带动作用不强。五金工具产业龙头骨干企业在国内外市场技术、产业总体竞争力等优势不明显。再则,技术创新能力偏弱,市场结构过于单一。五金工具主要业务来自外贸订单,出口依存度过高,在国际金融危机引发的经济危机影响下,这些企业出口市场急剧萎缩,对生存发展已构成严重威胁,品牌建设相对滞后。五金工具大部分企业靠贴牌生产,缺少知名度和核心竞争力。因此,我国五金工具产业必须加大投资

力度,狠抓新产品的开发和新技术、新工艺的推广,不断拓宽金刚石应用领域,提高五金工具产业整体技术水平和市场竞争力,以品种、质量求生存,以科技进步求发展。

为满足国内外五金工具市场的需要,必须加快新产品的开发,提高产品质量,增加品种,提高产量。近几年来,机械、宝石、医疗器械、木材、玻璃钢、石材工艺品、陶瓷和复合非金属硬脆材料的加工领域对五金工具的需求量逐年增加,目前,这些产品国内还是依赖进口,因此必须尽快开发出高质量的各种系列的五金工具,以替代进口。(权武)

电缆行业发展迎来新机遇

据中天科技导线研究所所长尤伟任透露,目前中国电网正规划部署的12条(7条直流、5条交流)特高压输电线路,直流和交流线路预计将拉动导线需求新增131万吨,“不过铝合金电缆应用的数量应该不多”。

“中国电网发展将围绕特高压和智能电网两大主题展开,对电缆业和铝合金电缆都是一个发展的机遇。”尤伟任对记者表

示。尤伟任表示,在特高压方面,已建成高压输电线路网络,每年约4000km的500kv以上线路投入运营;已规划特高压输电线路近20条,“目前正规划部署的12条特高压输电线路直流线路总长度约为13914千米,交流线路约为7700千米,预计分别需要导线55万吨和76万吨”。

国内第一大线缆生产商远东电线电缆产业副总经理暨中国电缆材料交易所总经

理刘龙此前表示,国家电网其下属单位是中国铜的最大消费体,占电线电缆消费的70%左右,“建特高压智能电网,将给中国及全球电缆企业带来机会,给电缆行业提供预期向好的发展空间”。

据尤伟任介绍,2012年,国家电网、南方电网公开招标需求,导线需求总重量超67万吨,其中中国电网超60万吨,占比为89.4%,南方电网为7.14万吨,占比为

10.6%。这是在近日召开的第二届亚洲高端电线电缆峰会上获得上述信息的。

据公开报道显示,国家电网未来5年将投资6200亿元建特高压智能电网,建设20条特高压线路。截至目前,内地特高压电网已完成一条特高压交流线路和两条高压直流线路,共达4633公里,在建的有两条交流和两条直流线路,达6412公里。

(陈武)

橱柜五金转型可采取“聚合式”发展路线

■ 全武

随着我国经济体制的不断变革,作为橱柜配件的五金行业也在发生了重大变化。为了解决供过于求的问题,我国橱柜五金业正朝着多元化和规模化的方向发展。以此作为前提,行业的升级和技术的提高以及产品质量的保证成为企业稳步发展,占领市场份额的必要手段。

目前,国内的五金市场主要分布在沿海地区,资料显示,我国建立了五金行业的多个技术研发中心,以及多个产品中心。这些技术都是世界上领先的。与此同时,我国的五金进出口业务和加工业务也是名列世界前茅。相关数据显示,2013年,我国的五金行业的出口的增长率维持在10%。

对于五金行业市场的全面建设,国内已经形成了产地型与流通型、大型与中小型、综合型与单一型互相合理搭配,相辅相成的整体格局。在以沿海地区的市场为例,其市场的年销售额已经突破百亿元。这些沿海地区的五金市场,他们根据自己的市场定位,结合当地的经济与环境,都形成了拥有自己独特风格的发展运营模式。某些地区采用综合性多元化的经营方式,将五金卖场走高端路线;有些五金市场则以不用的功能来区分其经营的重心,而是采取一些与五金建材市场结合相关的链式产业,以批发的形式获得商机。这都是橱柜五金产业发展可以借鉴的成功模式。

资料显示,我国的橱柜五金市场的饱和度已经很高,目前市场已经处于供大于求的现象。市场如何获得优势,必须得提高橱柜五金企业自身的竞争力,在确保企业自身产品的质量的情况下,以高品质、高技术含量为主要发展方向。

门窗五金产品结构将发生改变

■ 罗凯

我国门窗五金制造企业是从东南沿海地区开始发展起来的,主要集中在广东、浙江、山东等地。现阶段,广东、浙江、山东等地企业仍然保持着市场领先优势,具有较强的竞争力。受经济发展水平以及气候条件的影响,各区域对门窗需求存在较大差异。

目前国内经济发达地区以及黄河以南地区,气候偏热,大多数使用铝门窗。由于节能政策的要求,中高档楼盘都使用隔热断桥铝门窗,起到节能保温的作用。在东北、西北、华北寒冷地区则主要使用塑料门窗。实木复合门窗、铝木复合门窗则主要集中在经济发达地区,如北京、上海等地的高档楼盘。使用的门窗型材不同,定位的档次不同,各个区域所需要的门窗五金配件的种类、档次也不同。

国内经济不发达地区,所采用的门窗五金配件则相对简单、价格低廉,每套门窗五金价格18元人民币左右;而北方经济发达和较为发达地区的中高档楼盘,主要采用内平开下悬五金系统和内平开五金系统,这些五金系统多以进口品牌和少数国内知名品牌产品为主,每套门窗五金价格达到60~70元人民币。南方经济发达地区,如深圳、广州等地,多以外平开窗五金系统为主,多选用国内知名品牌产品,每套价格达到50~60元人民币。实木和铝木复合门窗五金配件主要在北京、上海等发达地区,每套价格达到130元人民币以上。

《2013~2017年中国建筑五金行业产销需求与投资战略规划分析报告》显示,建筑门窗面积与建筑面积的比例因不同建筑形式而有所不同,按一般建筑物估算,门窗面积约为建筑面积的30%。

我国中高端门窗五金市场大约占总体市场份额的10%~15%,其中5%由国外品牌占据,剩下的5%~10%的门窗五金配件中高档市场则由国内的知名门窗五金企业占据。前瞻产业研究院推算出2012年我国门窗五金市场规模在200亿元左右。

门窗作为建筑的外围护结构,其节能性能的优劣直接影响建筑节能,而门窗五金作为门窗的附件,在为门窗提供配套时,它的优劣又直接影响着门窗的节能效果,因此,优质的门窗五金在建筑节能中发挥着重要作用。目前,低端市场呈现向中高端市场转移的趋势,中高端市场占据的比例逐年增加,随着时间的推移,未来中高端市场的市场份额会越来越大。

2008~2012年,我国建筑房屋竣工面积的平均增长率为11.52%,前瞻产业研究院预计未来我国建筑房屋竣工面积仍将保持11%左右的平均增速。此外,中高端门窗五金配件的市场占比将不断提升;随着物价上涨,门窗五金配件的价格也有所上涨。前瞻产业研究院对2013~2017年我国门窗五金行业市场前景预测如下表所示,到2017年,我国门窗五金行业市场规模将达到457.55亿元左右。

市场白热化 五金行业中端竞争愈加激烈

■ 汤玲

“需求趋缓、产能过剩、成本上升、价格下滑的困难状况短期内难以明显好转。虽然今年行业在调结构、促升级、强管理等方面加强了努力并取得一些进展,但利润率仍未扭转下降势头。这一严峻现实警示我们:行业转型升级步伐还须加快,必须更努力地提高生产效率、降低资源消耗。”

在11月中旬召开的2013全国机械工业经济形势报告会上,中国机械工业联合会执行副会长蔡惟慈指出,进入“十二五”以来,机械工业运行困难明显增多,转变增长方式的压力急遽加大,今年行业企业困难很多;但在市场倒逼机制作用下,行业结构调整和转型升级正日新加速。

他预计,明年后机械工业有望继续保持比较平稳而相对不高的增长态势,预计产销增长速度大体将处于10%~15%,利润增长大体在10%左右,出口创汇增幅估计在5%~10%。

中端竞争

他指出,从前三季度分行业主营业务收入和利润同比增速对比中,可以明显看出与消费、信息化、自动化关系密切的行业发展速度较典型的投资产品行业。从中可以看出:总量比重最大的汽车行业今年以来增速较快,是助推机械工业增速回升的主要行业;农机、仪表、基础件等子行业增速也都高于机械工业平均增速。

但与之相对应的是,典型的投资类产品行业(如工程机械、五金、重型机械、发电设备等)形势则普遍较差,其中有些行业产量未必下降,但主营业务收入下降、利润下降更为明显,“活没少干,效益大幅下滑”。

而其中的原因在于,这些行业产能扩张严重过度,一旦市场趋冷,竞争愈加激烈,产品价格骤降,导致效益大幅下滑。

记者通过对几家五金制造企业进行采访也了解到,相比五金订单数额和销售收入的下滑,企业利润的下滑才是让他们不安更

重要的原因。

从五金行业来分析,低端五金市场利润微薄是不争的事实,而高档五金的进口额却依旧是居高不下。

因此在行业整体市场需求低迷的情况下,五金企业在市场的倒逼下进行转型升级,而中端市场则是竞争的热点所在。

不仅是国内规模企业把市场的重心放到了这里,一些新进入的行业新贵也把突破口瞄准了此处。毕竟中端五金更容易形成批量和规模。与此同时,外资品牌也加快了中国市场的布局。

做好不易

实际上,上述的道理不难理解,但如何在这块市场争夺中站稳脚跟,并持续获得适当利润才是关键。

不久前,中国汽车制造装备创新联盟(CIAME)理事会扩大会议在上海召开,部分汽车企业代表也出席了此次会议。

众所周知,汽车是五金行业的大用户。有一种说法是,金切五金至少有50%的客户是源自汽车行业。

但可悲的是,国产五金企业却很少能进入发动机生产线等关键领域。在中国的整车厂,四大工艺所需装备大部分需要进口。

当然,需要声明的是,记者这里的意思不是单台高端五金的缺乏,而是缺少一大批中高端五金产业化、市场化具有竞争力的产品。实际上,通过近年的重大转型成果展示,我们确实看到了一大批优秀成果的出现,其单个技术指标也可圈可点。惟一让人遗憾的就是产业化不够,换句通俗的话来说,就是量不够。

而中端市场如果不能形成一定的量,就很难有市场说服力,这却是中端产品往上走的必经之道。

但能做与做好之间还有很大的差距,能做仅表示有做出产品的能力,但做好则是从客户角度对企业能力认可,并愿意支付费用购买相应的产品。



因此,记者认为,把能做的产品做好才是中国五金制造企业能否在中端市场站稳脚跟的关键。

据悉,此前该工厂一直使用两条德国制造的冲压生产线。而这一次,福特公司选择了中国制造。

实际上,面对国际五金同行的竞争,我国国产数控五金明显“底气不足”,这就大幅弱化了企业在中高端五金市场上性价比的优势。

这里,性能的内涵不仅仅单指技术,实际上在高端数控五金各领域都有突破的今天,诸如五轴联动等过去难以企及的技术难点现在不少企业都有掌握,往下衍生到中端五金市场,问题不会太大。

但重要的是工艺,正如记者在看纪录片时的感受,那种精益求精的精神或者是形成习惯性的职业化操作手法才最可贵。

因此只要制造工艺还是短板,再好的技术都会打折扣,如此一来,大病不犯、小病不断势必不可避免。导致的直接结果就是,五金产品的可靠性变成了不靠谱。当用户仅是图个便宜才买台国产中高端数控五金,那么期待高端而不高质的国产数控五金来完全替代进口,只能成为一种奢望。

因此,做好不易。但国产五金要在中端五金市场站住脚,在整个行业转型升级中赢得胜利,不仅仅是要在倒逼的时间中快速获得性能上的提升,同时也要敲响产品可靠性的警钟。