勒流成为中国家居五金之都

■ 郑勇亮

12月17日,在经过中国五金制品协会领导及专家组成员,对广东省佛山市顺德区勒流街道家居五金企业进行现场调研、论证后,正式授予勒流街道“中国家居五金之都”荣誉称号。

●中国五金制品协会领导及专家组成员考察广东勒流五金产业创新中心

●论证会上,中国五金制品协会正式授予勒流街道“中国家居五金之都”称号

家居五金产业基础雄厚

近年来,勒流不断增强科技创新力量,加快产业调整升级,促进经济发展方式转变,以此推动城市和产业的转型升级。勒流街道先后被授予中国滑轨产业基地、中国铰链产业基地、中国商业照明产业基地,广东省小五金专业镇、广东省五金制品产业集群升级示范区等荣誉称号,素有“广东家居五金之都”的美誉,可谓是集众多荣誉于一身,初步形成了一批庞大的家居五金集约型企业。

2012年,勒流街道实现工业总产值达502.07亿元,同比增长10.14%,其中五金业实现工业总产值140亿元,占全街道工业总产值的27.9%,家居五金业实现工业产值118亿元,占全街道五金业总产值的84.2%。

目前,勒流拥有各类家居五金及零配件制造业企业达800家,其中年产值超亿元以上企业16家、规模以上企业200家,国家高新技术企业10家、广东省民营科技企业50家,15家企业成为联合国注册供应商。此外,勒流家居五金业拥有科研开发中心10个,产品检测中心1个,中国驰名商标1件,广东省著名商标3件,6件省级名牌产品及4个省重点培育和发展出口品牌。家居五金业俨然成为勒流重要的支柱产业之一。在创建品牌方面,拥有“泰明”、“东荣”、“东泰”、“亚当斯”等一批上规模的知名品牌企业。2010年,勒流广东东泰五金集团“DTC”商标成为家居五金行业滑轨、铰链国内首个“中国驰名商标”。

产业转型效果明显,获专家肯定

在勒流街道申报的“中国家居五金之都”专家论证会上,勒流街道办事处副主任、经济促进局局长梁伟华对勒流家居五金产业的发展情况作了介绍。中国五金制品协会理事长张东立对勒流的家居五金产业取得的成就给予了充分肯定,其表示,勒流家居五金产业非常注重创新和产品的质量,扎实做好产业转型升级,并且效果明显,比如勒流家居五金行业中已逐渐出现的精密制造产品,广东炬森五金精密制造有限公司生产的高端精密、智能化锁头等。“产品已经向精密化智能化方向发展,将新时代的家居五金产品从理念转变为现实,提高了一个层次,改变了人们以往对于传统五金产品的认识。”

同时,张东立对广东勒流五金产业创新中心的成立运营,给予了高度肯定赞扬。“功能如此齐全的广东勒流五金产业创新中心在中国五金制品协会中还是第一个,几乎囊括了产业发展的所有环节。”

广东勒流五金产业创新中心作为一个公益性的创新服务平台,在推动勒流产业转型升级方面起着巨大的作用。勒流以“精密五金创业基地”为载体,通过勒流中小企业家居五金产业联盟成员单位,组成广东勒流五金产业创新中心,搭建起五金企业技术创新、质量检测、电子商务、工业设计、人才培训、知识产权、信息网络、企业展示、创业孵化、融资服务十大服务平台,全方位助力勒流家居五金产业转型。

对于今后勒流家居五金产业的发展方向,张东立也给出了建议和期盼,“希望勒流的五金家居产业今后在品牌效应方面再加大努力,只有打造自己的核心品牌才能让产品效益最大化,在世界市场上更有竞争力。”而核心品牌的打造,关键在于核心技术的研发,张东立表示,核心技术的研发和生产方式自动化对产业的发展同样重要,打造品牌和提高生产效率要双手抓,产业转型是一项非常复杂、艰苦、长期的工程,必须坚持走下去,在世界市场上才能赢得主动。

正式授予“中国家居五金之都”称号

在论证会上,中国五金制品协会正式宣布授予勒流街道“中国家居五金之都”称号。

中国五金制品协会副理事长兼秘书长石僧兰,希望勒流家居五金行业在抱团发展的努力下,占领行业制高点,带领整个行业打造出中国的民族品牌,走向世界。石僧兰同时建议勒流赶紧成立一个行业组织协会,成立专门的产品检测中心,完善行业标准化事项及发展所需的技术和服务支持,从而打造成为一个多元化的家居五金中心,围绕节能环保的思路,研发高附加值、适应市场需要的产品,产业定位直指全球。

广东东泰五金集团销售总监陈洁认为,中国家居五金之都落户勒流,是独一无二的,“未来全国该产业都将在勒流集群,将进一步促进勒流家居五金产业的抱团发展,产业走出去后也将对勒流形象的塑造起到更大的推动作用。”

据了解,勒流街道正在筹备成立顺德区家居五金商会。顺德区家居五金商会最终成立仪式、勒流街道“中国家居五金之都”授牌仪式和广东勒流五金产业创新中心的产品检测中心都将于春节后相继举行,投入运营。

据顺德区家居五金商会秘书长潘健棠透露,商会成立初期打算与伦教木工机械城合作,进一步开拓市场。顺德区经济和科技促进局常务副局长岑树德表示,勒流“中国家居五金之都”称号的获得既是荣誉也是更大的责任,顺德区经济和科技促进局也将大力支持勒流家居五金产业的发展。

东莞劲升:转型升级得动力 另辟蹊径闯市场

■ 青山

广东省东莞市地区生产总值增长9.2%,不仅实现了当地“十二五”以来的最好成绩,也高出广东省和全国的平均水平,它折射出的是制造业在艰难转型升级中复苏的势头。东莞市劲升无尘涂装科技有限公司(以下简称:东莞劲升)通过三年的不懈努力,完成了从“卖设备”到“做品牌”的转型升级,年销售额首次突破亿元大关,在涂装设备和精密制造行业,以高性价比的产品和完善的售后服务,成为东莞成功转型升级的典范。

稳扎稳打涂装设备创造辉煌

涂装是工程机械产品的表面制造工艺中的一个重要环节。防锈、防蚀涂装质量是产品全面质量的重要方面之一。诸如智能手机外壳、照相机外壳、手机护套之类,产品外观质量不仅反映了产品防护、装饰性能,也是构成产品价值的重要因素。涂装主要设备分为涂装前表面预处理设备、涂漆设备、涂膜干燥和固化设备、机械化输送设备、无尘恒温恒湿供风设备等及其他附属设备。

涂装设备工业真正起源于50年代苏联技术的引进之时,随着中国经济的发展,以及国外涂装技术的发展,通过技术引进和与国外技术的交流,国内涂装技术开始飞速地发展。特别是家电行业、日用五金、钢制家具、铝材构件、电器电子产品、汽车工业等领域的蓬勃发展,使涂装设备有了明显的进步与长足的发展。

据了解,东莞劲升于上世纪90年代创建于东莞长安,由昔日十几人的小厂发展到目前厂区占地面积14000平方米,拥有400多人的实力型公司。2008年世界环境日(6月5日),中国表面处理行业最具影响力的评选活动——“2008年度中国表面处理行业十佳评选”颁奖盛典在北京钓鱼台国宾馆隆重举行,东莞劲升获得“年度涂装十佳供应商”的殊荣。

从涂装设备到精密制造 转型升级创发展机遇

2008年,中国涂料与涂装行业遭遇前所未有的艰难时期,由美国次贷危机导致的金融危机和经济危机波及全球,对中国经济产生极大的影响。高油价导致上游原材料成本大幅上涨,而下游市场萎缩,粉末涂料产品售价难以提高,整个行业利润大降,中小企业面临生存危机。

“我认为危机就是危险中的机遇,我们帮客户装的涂装线,客户现在的生意好得不行,年产值几个亿,我们的产值冲破天也也不过5000万。在金融危机的紧要关头,如果我们还不转型,未来将无路可走。我们为什么不用自己的设备,自己做精密制造的加工呢?”东莞劲升总经理叶友富表示。从以前的“卖设备”,到转型后的“做品牌”,劲升公司找到了新的发展机遇。

据介绍,位于东莞市东城区牛山工业园的东莞市劲升无尘涂装科技有限公司,主营业务分两大事业部——涂装设备制造事业部和五金塑胶产品精密制造事业部。涂装设备制造事业部以专业从事无尘车间设计、安装和无尘涂装机械成套设备制造为主营业务,十多年来公司积累了精湛的技术经验,先后为数家知名企业设计制造了各种等级的无尘车间、全自动手机外壳喷涂生产线、笔记本外壳等喷涂生产线。五金塑胶产品精密制造事业部集模具设计、模具制作、塑胶成型射出、喷涂、移印、UV、真空镀、组装为一体的专业精密制造加工为主营业务,多年的经验使公司拥有高水准生产能力,制造出一系列高品质产品,并赢得了广大客户的高度信任和大力支持,劲升的合作伙伴包括三星、MOTO、华为、HTC等多家国内外知名企业。目前,东莞劲升决定开发手机护套在国内的经销商,拓展内销业务,未来定位走自主品牌路线。

巨星科技:调整经营举措 构建五金“帝国”

■ 钱冰冰

二十一世纪,当无硝烟的商业竞技全球蔓延、越演越烈之时,市场竞争依然是勇者的游戏。在美丽的西子湖畔就有这样一位五金工具界的勇者,他已站在了亚洲第一、世界第六的高度。他就是国内五金工具龙头——杭州巨星科技股份有限公司(以下简称巨星科技)。

2010年,主营外贸出口的巨星科技开始进军国内市场,与欧洲百年工具品牌SHEFFIELD强强联合,以SHEFFIELD钢盾品牌屹立于国内工业级市场。依托巨星科技的优质资源,短短几年时间,钢盾已成为国内五金工具行业的重要力量。

持续新品研发加快产业升级

钢盾工具的研发实力在业内有目共睹。钢盾拥有上百人的专业研发团队,已获取各项专利495项,产品数量2300多种。五金工具是非常传统的行业,但随着功能多样化趋势的发展,市场迫切需要创新型产品,钢盾工具正是这场创新风暴的主角。近年,钢盾爆款专利产品——双倍速棘轮螺丝刀,颠覆了传统螺丝刀作业方式,工作效率是普通螺丝刀的两倍,此产品在美国上市两星期就创造了80万支的惊人销量。

除了行业内首屈一指的研发实力之外,钢盾的制造能力也是十分出众。钢盾在杭州经济开发区、杭州江干科技园、浙江海宁经济开发区有多个生产基地。2011年8月,钢盾中心实验室通过了中国合格评定国家认可委员会(CNAS)的认可,成为国内手工具行业中一个获得此认证的实验室。2013年10月,中心实验室又顺利通过了CNAS扩项评审。

丰富推广形式提升品牌影响力

在市场推广方面,钢盾工具不走寻常路。2013年,钢盾在全国各地举办了数十场路演,开创了手工具行业路演活动的先河。此外,钢盾还通过支持相关学校或培训机构的日常工作来履行社会责任,同时宣传推广品牌。如近年,钢盾赞助了全国高等学校汽车专业学生职业技能大赛,将品牌的力量传递给第一线的技术工人。

优化业务模块提升管理水平

2013年,钢盾积极推动业务模块调整,根据其发展目标,将业务部门整合为渠道管理、大客户开发、汽保市场三大模块。销售片区的划分向精细化方向发展,增强了销售中坚力量。

化挑战为机遇成就五金帝国

产业链下游需求乏力、劳动力成本上升、原材料涨价是目前制造型企业普遍面临的压力,钢盾工具的情况也同样如此。为了应对这种情况,钢盾工具加强“内功”修炼,通过变革适应市场发展,通过改善管理创造效益,缓解市场因素造成的成本增加。

目前,公司已进入良性、平稳的发展轨道,预计在未来3-5年内,公司国内市场的销售收入将保持年均50%以上增长,巨星科技在国内打造的五金帝国也许不久就将变成现实。

照明领域“昨日东宫”白炽灯之叹息

■ 郑庭川

爱迪生的白炽灯,被誉为光学领域的第一次革命,自发明至今伴随人类走过了140余年,经历了百余年时间沿用至今,在照明领域为人类立下赫赫战功。随着社会的加速发展,白炽灯显然不能再满足时代的潮流,令人惋惜的同时不得不想起它家居同胞兄弟黑白电视,也是一样被彩色电视所取代,淘汰已经成为了它最后的“终点站”。

在全球气候加速变暖,沙漠化越来越严重的环境下,高能耗的白炽灯意味着要消耗更多的煤矿资源,向空气排出更多的二氧化碳,这与各国特别是中国政府提倡节能减排格格不入。白炽灯已加速走向了淘汰,宛如“昨日东宫”,正逐渐退出历史舞台。

国外照明领域白炽灯“难寻踪影”

据《广东LED》报道,全球正掀起淘汰白炽灯的浪潮,欧盟、亚洲和东南亚各国都制定出了全面更换节能灯的时间表。在禁用白炽灯的同时,各国在政策上大力推广高效节能的新型节能灯——半导体(LED)照明。

记者在调研时发现,美国、中国、韩国和澳大利亚等国将全面禁用白炽灯,将白炽灯的规制范围从现有的产业用领域延伸至住宅用室内照明。随着各地区白炽灯禁用效益逐步发酵,LED灯具逐步进入照明市场,这无疑对LED照明市场的发展起到了推动作用。

欧盟2007年就推出了节能灯使用计划,对办公室和街道照明设施、家用之白炽灯或其他形式灯提出更严格的能源效率要求,2009年以前在个人家庭中逐步淘汰白炽灯。其成员国都采取了相关举动,如英国宣布将在2011年前逐步淘汰白炽灯;爱尔兰政府亦订下淘汰白炽灯的时间表;比利时、葡萄牙、瑞士、法国都做了类似的宣告。目前,零售卖场就开始停止100瓦灯泡补货,自愿停售期到2012年结束,之后政府才颁惩罚规则。

美国从2007年12月起,也逐步停止使用白炽灯灯泡。美国联邦标准分两个阶段进行,第一阶段是2012年至2014年,禁止100瓦特灯具。大多数白炽灯泡将于2014年在美国市场上禁止销售。2007能源独立和安全法案规定:从2012年1月到2014年1月间,美国要逐步淘汰40W、60W、75W及100W白炽灯泡,以节能灯泡取代替换。

在亚洲,韩国、泰国、菲律宾,也相继采取措施,推广使用节能灯泡代替白炽灯灯泡。例如,日本2007年9月21宣布,与当地零售商,如便利店、超市和电器店以促进荧光灯的使用,呼吁公民由白炽灯改用节能高效之日光灯管。韩国政府于2008年起在四个公共场所用LED灯取代白炽路灯,预计每年能节省55%的电能。按照计划,韩国2012年前将把所有公共设施的白炽灯全部更换为LED灯。

民用照明上演“后浪推前浪”

2011年11月,我国发布的《中国逐步淘汰白炽灯路线图》指出:2011年11月1日至2012年9月30日为过渡期;2012年10月1日起禁止进口和销售100瓦及以上普通照明白炽灯;2014年10月1日起禁止进口和销售60瓦及以上普通照明白炽灯;2015年10月1日至2016年9月30日为中期评估期;2016年10月1日起禁止进口和销售15瓦及以上普通照明白炽灯;不到十年耗电较多的传统白炽灯就将全面停产、禁用。

那么,这“白炽灯淘汰路线”落实得如何?日前,记者随机走访了深圳市几家大型超市及家装卖场,发现基本上这些商场内早已没了白炽灯的踪影。

“现在哪还有人买白炽灯呀,我们去年初开始就已经不卖了。”一灯饰城负责人告诉记者,节能灯之所以能取代白炽灯,主要是国家的政策补贴和跌破甜蜜点的价格。该负责人还告诉记者,目前很多消费者也开始关注LED产品,但是由于用户出于价格和对产品不熟悉的原因,在选择购买上还是会很犹豫。但是未来LED灯具替换传统灯具会是大势所趋,就像智能手机替代传统手机一样,这个爆发往往只是一瞬间,效果会是翻天覆地。在网络营销的京东商城,一家灯具的经销商在电话中对记者表示,现在早已不卖白炽灯了。“以前的白炽灯价格大都在十元以内,五元左右的最多。不过那些白炽灯虽然便宜,但容易坏,还耗电。现在节能灯价格便宜,也就15元左右,相对使用寿命还长,老百姓自然会选择,一些消费者还会主动选择LED灯。”这位卖家说,现在要买白炽灯,只能去一些小五金铺了。

一位业内经销商对透露,节能灯价格虽然便宜,但是他本身含有一定量的重金属汞等有害物质;有一定量的辐射能力,当前只是节能的过渡产品,未来的天下将属于LED灯,LED市场正在处于大力回暖之势。

照明产业劲爆“百花争艳”

LED作为照明市场开发领域的一支新晋潜力股,得到诸多企业的青睐与关注。在白炽灯逐渐被市场淘汰之时,也急切呼吁着LED市场的量化与质化发展,但就现状而言,LED在当下中国尚未形成成熟产业链,打着LED节能旗号的项目如雨后春笋般遍布市场,真正满足照明需求的LED产品仍屈指可数。

结束白炽灯全世界均已开始,LED照明正在点亮世界。目前,LED正日益成为照明领域的新热点。它属于冷光源,因此LED节能灯比白炽灯省电80%,比荧光节能灯省电50%。除了明显的省电优势,LED节能灯还具备光源有方向性、无闪烁、颜色纯正、产生热量小、耐冲击以及可靠性高等特点。

目前,全球白炽灯禁产禁用所引发的替代照明将会为节能灯和LED等创造庞大的市场需求。同时也会导致出口也成为国内LED照明行业快速增长的推动力。

今年上半年,LED照明市场逐渐升温,下游应用市场需求超出预期持续快速增长,直接带动了中游封装和上游外延芯片产能的快速消化,部分企业甚至出现了去年难得一见的订单排队现象。产业链内各环节即便24小时产能全开,依然不同程度的供不应求。据多家权威机构统计数据显示,我国整个产业规模实现持续增长,2012年,全年整个产值达1920亿元,较2011年增长23%。2013年上半年,LED整体产值同比增长25%,2013年产值达2500亿元。

一位从事照明产业长达20余年的业内专家告诉记者:“虽然LED市场的生命力不容置疑,替换传统灯具是大势所趋,如果未来依然保持这样的态势,这个市场会朝着健康的态势发展下去。”

前十一个月泉州机电出口增长超三成

■ 刘倩 方丽艳

据福建泉州海关统计,1—11月泉州市机电产品出口贸易总额为19.5亿美元,同比增长30.3%,整体保持良好增长态势。

据了解,前11个月出口机电产品中以机械设备、电器及电子产品、金属制品为主,其中出口机械设备6.02亿美元,同比增长45.1%;出口电器及电子产品5.3亿美元,同比增长37.4%;出口金属制品2.82亿美元,同比增长21.4%,以上三者合计占同期该市机电产品出口总值的72.6%。