

质量要求日渐提高 智能锁具开启市场

■ 钟行

智能锁是指区别于传统机械锁,在用户识别、安全性、管理性方面更加智能化的锁具。随着社会、科技、文化的进步,机械锁的安全性已经越来越不能满足百姓的需求,慢慢退出了大众的视野。由此,智能锁取代机械锁逐渐成为行业发展趋势。

锁具产品对质量重视需提高

据了解,目前我国登记注册的造锁企业有几千家,以中小企业为主,大多为个体、私营企业,基本上都属于劳动密集型产业。长期从事出口加工或者OEM业务,使很多规模较小的民营企业长期以来形成了只重数量、不重质量的观念与做法,有的企业甚至根本不具备自行设计生产高等级锁具的能力。这也是目前市场上国产锁具质量普遍较差的根本原因。

质量与创新并长久以来一直是我国锁具行业面临的主要问题。如果按照“木桶原理”,质量与创新就是我国锁具行业的两块“短板”。如果不能及时补齐这两块“短板”,我国锁具行业将难以发展,长期停留在仿制与加工的阶段。锁具是五金行业中技术含量较高的产品,并且在拥有实用性和技术性的同时还具有一定装饰性,因此产品的质量与技术、设计上的创新也成为锁具产业发展的要素之一,而这恰恰也是中国锁具企业的“弱项”所在。

锁具产品质量状况堪忧,我国锁具产品的质量已经成为了一个“老生常谈”的问题,但是对于我国锁具行业来说,质量问题长期得不到解决,对于行业发制砂设备展是十分不利

锁业专家表示,目前全国锁具销售量每年约在22亿把以上。在未来3至5年内,许多传统用户希望以手机、钥匙牌、标签或凭证卡等方式替代现在的传统门锁,由此,智能锁具市场将迎来巨大商机。仅以新一代的指纹锁为例,据估算,包括金融、军警、办公、高档住宅在内的商用和民用市场每年有约500万套的市场需求。



的。锁破机价格具是一种技术要求很高的五金产品,但是由于缺乏的相对的监管措施,行业的“门槛”又比较低,以至于目前我国锁具行业鱼龙混杂,生产技术水平低下,造成市场上锁具产品的质量问题的日益严重。

开创锁具行业新未来

据记者了解,在锁具行业里,传统的防盗锁都是采用了机械密码组合的方式,纵使钥匙的形状千差万别,但是只要插入钥匙,锁内弹珠和齿孔相互嵌合即可顺利开锁。不过齿孔和弹珠的凹凸组合并不可能出现无限的排序组合,因此,如果出现了楼下的钥匙能开楼上的情况并不奇怪。除了传统锁具出现相同的可能,这种组合也让不法分子能够轻易将门打开,从而威胁到了户主的人身和财产安全。这些问题要求了更智能、更安全的锁具的出现。

近几年国家对于房地产行业进行了宏观调控,使得房价不再出现以往的疯狂,逐渐回归理性。因此,新一轮的商品房竞争将归于节能、智能、环保、安全的方面,房地产行业对于高档的数码电子锁的需求将迅速增长。在智能锁具发展的过程中,指纹解锁是其最重要的一项核心技术。指纹识别行业是目前的朝阳行业,所有最尖端新潮的技术基本都会有指纹识别的出现,其智能性和安全性得到业界的认可,被认为是21世纪的十大高科技之一。随着人民生活水平的提高,智能电子锁的市场更加广阔。许多的高级住宅以及对于家居智能性和安全性要求高的客户对于智能锁的要求更是非此不可。由于智能锁、指纹锁的安全性的智能性,未来家庭锁智能化将是大大势所趋。



电子智能锁的发展普及速度越来越快,这也吸引了锁具生产商和经销代理商的注意。随着人们生活水平的提高,不管是生产商研发生产好的电子智能锁,还是经销商代理,在未来都会是一片好的发展前景。目前国内的指纹锁已经比较普遍,购买也很方便,在大型的建材网站上都会有店铺商家售卖智能锁、指纹锁。锁具的发展粗略算来已经有几千年了,随着时代的发展变化,起形状、材质、功能、技术也在不断地发生着改变。时临电子科技迅猛发展的时代,传统的锁具也应发展出自己的智能科技形态。电子数码智能的锁具对于锁具行业来说可以说是一场革命,它带来了创新、带来了生机和希望,其必将开创锁具行业的新未来。

智能锁具未来市场发展前景广阔

智能门锁的锁芯设计了内置径向离合器,提高门锁抗冲击的载荷,使之更加安全可靠。而且,智能门锁还采用智能编码技术,抗强光干扰,减少门锁的功耗,降低更换门锁电池的频率。中高端智能门锁具备这些安全保护性能,可以在很大程度上保障用户生命财产安全。根据对物理门禁控制市场的调查研究表明,超过70%的最终用户和80%的行业受访者认为,在未来3至5年内,他们希望以手机、钥匙牌、标签或凭证卡等方式替代现在的传统门锁。这项调查进一步证明,智能锁具市场将迎来一场剧变。锁业专家表示,目前全国锁具销售量每年约在22亿把以上。仅以新一代的指纹锁为例,据估算,包括金融、军警、办公、高档住宅在内的商用和民用市场每年有约500万套的市场需求。

五个制造业项目将落户重庆大足双桥经开区

据重庆日报报道,2月20日,中国通用集团中国汽研科技产业园等5个先进制造业项目正式签约落户大足双桥经开区。重庆市委常委、常务副市长翁杰明出席活动时指出,城市发展新区要按照市委、市政府五大功能区域战略的部署,加快推进先进制造业项目落地,不断提升工业化和城镇化水平。据介绍,本次落户的项目包括中国汽研科技产业园项目、埃赫60万套汽车排气系统项目、长泰智能机器人制造产业园项目、重庆重汽集团1万辆专用车迁建项目、银桥科技通用机械和润滑油再生回收系统设备生产加工项目,重点发展特种专用车辆、汽车配件、高端装备等产业,5个项目总投资超过27亿元,总产值接近110亿元,能进一步提升大足双桥经开区的产业发展水平。翁杰明副市长指出,城市发展新区是全市

工业化和城镇化主战场。各相关区县要按照市委、市政府的工作部署,坚持一体化发展,积极打造先进制造业产业集群,不断完善园区布局和城市基础设施建设,提前布局物流通道降低物流成本,努力推进产城融合协调发展。同时,也要结合第二批群众路线教育实践活动,着力改进工作作风,提升服务意识,体现发展成果,真正做到“两手抓、两促进”。(张璜)

萧山开发区转变招商引资模式加快转型升级步伐

一直以来,浙江杭州市萧山经济技术开发区都对萧山经济“指标”起着非常重要的作用。2013年,开发区更是交出了漂亮的招商引资答卷。2014年,面对规模以上工业增加值、全社会固定资产投资等多项经济指标增长20%的目标任务,萧山开发区将大干2014年,转变招商引资模式加快转型升级步伐。

2013年,萧山开发区用较少的土地,成功招引到22个注册资金千万美元以上的外资项目。这其中,转变招商引资思路起了关键作用。

2014年,萧山开发区将围绕打造新兴产业园区、现代服务业专业园、杭州湾信息港科创园等几大园区,创新招商引资思路,走

产业集聚、资源集约的发展之路。开发区将加大对先进装备制造业、汽车及关键零部件、生物医药产业以及新材料、节能环保等产业项目的引进力度。如依托友佳集团,整合海内外并购企业资源,招引为其配套的企业及其产业链上下游企业,形成数控机床产业集聚区。

面对土地指标不断收紧,项目用地难、落地难等现状,萧山开发区将利用现有闲置厂房招商,着力打造一批如空间结构科技专业园、石油化工专业园、服务外包专业园等现代服务业专业园区,有效实现土地高效利用。同时,开发区也将实施科技招商,高质量运作杭州湾信息港,加快推动产业优化升级,并坚持招大引

强,紧盯品牌龙头,力争今年引进世界500强企业2家,央企1家以上,民企500强项目数十个,以增强开发区发展后劲。

创新招商引资思路的同时,萧山开发区还将多措并举实现转型升级新跨越。今年,萧山开发区将加快实施“三退三进”,即市北城“退二进三”、桥南城“退低进高”、江东新城“退弱进强”,今年在市北城收储10家工业企业约300亩土地,加快建设“一基地四中心”;在桥南城重点发展电子电器信息产业和品牌服装业,着力打造“高新产业之城”;在江东新城采取土地置换、产业调整等措施,做好先进装备制造、汽车及零部件、新能源、新材料等产业的集聚发展,打造“国际化新兴产业之城”。(鲍杭)

高端灯饰市场潜力大

■ 北晨

目前,京城灯具市场纷纷“亮灯”开门迎客。记者进行了行业预测的主题采访,在对灯具市场负责人的采访中发现,今年,灯具卖场的品牌竞争进入了新阶段。长时间以来,灯饰界始终未出现如同居然之家、红星美凯龙这样的全国连锁企业,灯饰业的洗牌与迅速发展是整个家居业全线复苏的第一个势头,之后还会有更多家居企业行动起来,为发展版图做出努力。

高端灯饰市场潜力大

如今,灯饰照明的首要功能正在弱化,消费者更注重灯饰在居室中所营造的氛围,在选购灯饰时首先考虑灯饰在造型或材质上与自家装修风格是否相匹配。精明的消费者在选购高档灯饰时必然更加注重灯饰的品牌和质量,对决定灯饰内在价值的材质和建造工艺水平要求会越来越高。用红星美凯龙灯具博览中心杨军总经理的话来说,如今的灯饰是“朝阳企业”。目前市场上,除了专业的灯饰城,如十里河灯饰城、高力国际灯具港、万隆汇洋等一直坚守灯饰领域的企业外,居然之家、红星美凯龙等大型卖场也纷纷投身到中高档灯饰领域中来。各种“高大上”的灯饰卖场的出现,足以说明国内灯饰消费水平正快速提高。

居然“观屋”一位商户告诉记者,高端灯具市场瞄准的是别墅及酒店、会所的装修人群,对于别墅等高端人群而言,灯饰除了基本照明外,还有装饰需求,需要与房间的整体风格相搭配,灯具消费甚至能占到整个装修费用的10%。因此,经营高端灯具的商家在出售灯饰产品的同时,要推出一些软装设计产品,并给消费者一些室内软装布置的解决方案。此外,高端灯饰在价格合理的基础上,还会有更周到贴心的售后服务。

高品质灯具成为主力军

记者通过走访几家传统灯饰市场后发现,只卖普通灯泡或者低端灯具的商家越来越少,目光所及之处基本被中高端的高品质灯具品牌所占领。高力国际灯具港总经理何浩告诉北京晨报记者,京城灯具市场的定位逐渐明晰化与个性化,如高力国际灯具港致力于中高端灯具市场的打造,现在已经形成了独特的风格。万隆汇洋总经理宋成则称,市场开创的“欧式高端精品灯饰”专区,有20余个一线高级品牌入驻。今后,万隆汇洋会

在遵循价廉物美的原则基础上为消费者提供更多的高品质同时具备高性价比的品牌。

“卖场还是会根据市场需求来进行定位。”居然观屋总经理苏红梅则表示,“如今的消费者开始注重灯具的设计和品质,并且想用最实惠的价格购买较优质的灯具,所以一般来说中端的品牌更符合百姓的消费理念。”

行业两极分化明显

如今,不断新生的市场在蚕食原有市场份额的同时,也面临着激烈的市场竞争。这样,一些实力较弱、经营不善的灯具卖场将会退出,让路给优胜者,优胜劣汰的市场规则依然会起着巨大作用,部分灯具市场将面临淘汰。一些灯具企业负责人表示,2014年的灯具市场的竞争依旧十分激烈,优胜劣汰使得很多企业不得不寻找创新之路。

红星美凯龙灯具博览中心总经理杨军认为,正因为灯具市场的飞速发展,才使得灯具照明行业发展两极分化更为明显。“优秀的企业越办越好,差的越来越差。”如今市场已经到了拼客群、拼供应链、拼管理、拼服务的时代,谁能吸引来更多的客流,谁的供应链更优秀,谁的企业管理更完善,谁家的售后服务更贴心……一切的一切都在推动着这个行业的革新。

LED照明发展迅猛

要论如今什么灯饰最火,必然要数LED。近两年家居照明企业明显加大了对LED的研发投入,在推出传统新品的同时也推出了许多LED产品,包括LED吸顶灯、LED厨卫灯、LED筒灯和射灯、LED水晶灯等,加快了LED进入家居照明的步伐。照明工程专业委员会主任许德恒则表示,在前两年,很多企业都是以“投机”的姿态投入到LED中。

“仿佛不做LED都跟大家格格不入似的,就像做LED是个噱头,拼命要挤进LED市场,所以那时LED的水平真是参差不齐。”步入2014年,商家对LED的热情似乎褪去了不少,取而代之的是思考和完善。随着工艺的改变和技术的革新,LED如今发展已趋于平稳,留在市场上的基本都是优秀的品牌。LED光源柔和不刺眼,花样众多,并且能做到真正的环保,使用寿命高达4万小时(节能灯仅为8000小时),再加上政府的大力支持和技术投入,LED取代传统灯具似乎是势在必得的事情。

看淡2014年市场 众多重卡厂家商务政策收紧

■ 商新

春节过后,人们开始陆续回归工作。对于多数重卡经销商来说,已经在年前或是春节期间深入研究过厂家的商务政策,此时大都投入了新一年的打拼。据了解,或许是出于看淡2014年的考虑,多数重卡厂家均收紧了商务政策。

价格提高 政策趋于灵活

“华菱这个月底开商务年会,但是价格表已经下来了,商务政策目前还是按照去年的政策走,新的简易政策估计会在月底的商务年会上对经销商发布。”河南众信汽车销售服务有限公司总经理李征介绍说。尽管2014年的商务政策还没发布,但他已经感觉到比去年的政策收紧了。

“比如今年的国IV车价格比2013年的定价上调了1万多元。”李征说,据他了解,不少厂家的车辆定价都有所上涨,红岩涨幅在5000-8000元,东风涨幅约为5000元,华菱涨幅最高,平均上涨1万元左右。“个中原因不清楚,可能是惯例吧。”他分析认为:“因为每年节后都是旺季,厂家基本上都要涨价点,一旦市场销量上不去,各个主机厂就开始往外放政策,比如增加促销点数等。”

红岩同力汽车贸易有限公司是华菱、江淮和河北等重卡品牌的经销商,据该公司副总经理张温善介绍,这些厂家的商务政策较去年变化不明显。“不过这两年整体的市场环境不太好,厂家的商务政策有一个趋势就是越来越人性化了,逐渐变得灵活。大家都在想办法生存,现在是苦日子嘛。”张温善表示。

包头市银利达汽车贸易有限公司是经营华菱、解放、东风、北奔、红岩等重卡品牌,公司总经理王希认为,与往年相比,今年各厂家

看淡2014年市场 众多重卡厂家商务政策收紧

商务政策的总体特点是更注重销量,在行销方面的政策更灵活,“让经销商往外跑,寻找客户行销”。除此之外,并无其他较大的调整。

“注重销量是肯定有的,各个厂家都是这个模式,但已经不像原来那样拿库存来压你,要求你必须有多少库存,这种现象已经不多见了,因为车辆尤其是重卡,如果销量不好,亏起来是很厉害的。”张温善解释说。陕汽经销商鄂尔多斯市恩典矿山设备有限责任公司总经理边志强也表示,厂家今年除了在商务政策上有所收紧以外,基本没有其他变化。

上装返利取消

“原本厂家给经销商都是整车返利,但今年是上装不给返利了,只给底盘返利,具体原因尚不清楚,但对经销商肯定是不利的,因为钱挣得少了。”边志强介绍说,据他了解,陕汽、红岩、重汽均对2014年的改装政策作出了这样的调整。

据张温善介绍,红岩主要是在去年开始推行的定点委改政策上有所变化,但由于河北同力与宏昌天马这一大型上装企业同处石家庄,当地对于这一品牌也比较认可,公司本身宏昌天马的配装量就较大,因此受厂家政策变动影响不大。

边志强也感觉与去年相比,车辆的价格提高了不少,从返点上整体比往年更苛刻了。“其实也不是说提价,车辆价格和去年差不多,但返利少了,能让给客户的点数相应也少了,就相当于提价。”他说,这也意味着商务政策的收紧。

这也从侧面反映出厂家不大看好2014年的市场。“厂家和个人做买卖都是一样的,量大了能保证利润,但如果量小了还是那个价格就肯定是赔钱的,量上不去,厂家也不可能赔

钱来做。”边志强分析说。

金融政策更严格

“现在金融政策几乎没有了。”边志强说,“比如厂家针对上户车辆还会做一部分融资租赁,而对于不上户车辆从去年下半年就停了,而鄂尔多斯这种特殊市场基本上做的都是不上户车辆,因此金融政策几乎等于没了。”

红岩的金融政策大体上调整不大,主要是利用上汽财务的优势来做一些业务。“但是它们今年把经销政策变动了一些。像我们原来做中信信行的按揭做得不错,今年要求改了一些。原来只要厂家授信,做些正常的抵押就可以,现在还要进行法人的资产抵押等等,要求更严格了。”张温善介绍称,“这么改之后,对我们来说,虽说风险减小了,但操作起来就不那么方便了。”

张温善表示,红岩商务政策的调整还体现在差异化授权和销售服务一体化两个方面。“就是在渠道上根据经销商的经营能力适当区分一下,这方面去年已经在部分地区施行了,我理解就是产品线专营或是买断销售的意思。”张温善认为,“但我们原本就是做红岩全品系产品,所以现在还没什么变化。”

“这种做法我觉得可以,其实就是保证经销商的盈利,避免恶性竞争。”张温善评价说,“也可以理解为优势集中,扶持经销商做大做强,比如按揭、金融、台阶返利等,你可以选择买断车型,买断车型的价格是1+1,这是比较优惠的。”

销售服务一体化,则是鼓励经销商做好服务。“这个今年已经制定出台,也在政策上明确了,就是把进车数和配件、维修都捆绑起来,将销售返利和进配件返利都挂钩,给你单独的政策支持,且不影响其他政策,这个力度是相对比较大的。”张温善表示。