

根据海关统计数据显示,2013年我国衡器产品进出口总额 12.48 亿美元,同比增长 8.43%,其中,出口 11.4 亿美元,同比增长 10.16%,进口 0.997 亿美元,同比减少 8.16%。进出口相抵,顺差 10.49 亿美元。天平产品为逆差 813.6 万美元。从数据可知——

2013 年我国衡器天平外贸呈稳定增长势头

■ 郭行

欧洲为我国衡器最大出口地区

继 2012 年全国衡器产品出口额增速增长(比上一年度同比只增长 2.74%)后,2013 年全国衡器产品出口额重新回归同比增长 10%以上,出口额已连续 3 年突破 10 亿美元。

2013 年我国对欧洲地区累计出口衡器产品 4.08 亿美元,同比增长 6.08%,占出口总额的 35.53%。向北美洲地区累计出口衡器产品 2.57 亿美元,同比增长 12.92%,占出口总额的 22.41%。对亚洲地区累计出口 3.36 亿美元,同比增长 10.5%,占 29.32%。对拉丁美洲和大洋洲地区出口衡器产品 5689 万美元和 2218 万美元,同比增长 1.93%和 7.03%,分别占出口总额 4.95%和 1.93%。对非洲出口形势良好,出口衡器 6724 万美元,同比增长 38.13%,占出口总额的 5.85%。

从具体市场看,2013 年全国衡器产品出口遍布世界 200 多个国家和地区,其中欧盟和美国、加拿大两国是我国衡器产品出口最大的两个市场,东亚成为我国第三大市场。2103 年,对欧盟出口 3.4 亿美元,同比增长 10.26%;对美、加两国出口衡器产品 2.3 亿美元,同比增长 14.12%;对东亚、东盟出口衡器



产品 1 亿美元和 9478 万美元,同比减少 0.57%和同比增长 7.66%。对前三大出口合计占 2013 年衡器产品出口总值的 61.34%。

从出口发货地看,2013 年居前几位的仍然是广东、浙江、江苏、上海四省市,4 省市出口额均过亿(美元),占全国出口总额的 89.48%。其中广东省衡器出口额 4.45 亿美元,同比增长 10.16%,占全国衡器出口额的 38.73%,始终处于领先地位。

全国出口衡器产品中,家用秤依旧是第一大出口产品,家用秤占全国出口衡器产品出口总额的 41.12%,累计出口 4.72 亿美元,价格同比上升 1.9%。第二大出口产品依旧是最大称量≤30kg 的衡器,累计出口 2.38 亿美元,占全国出口衡器产品的 20.73%,同比增长 14.09%,平均价格同比增长 1.28%。

2013 年全国天平产品累计出口 2989 万美元,同比增长 3.31%,价格同比增长 47.7%。

感量小于等于 0.1mg 的天平,累计出口额 817 万美元,同比增幅 7.28%,价格同比下降 11.64%。感量大于 0.1mg 且小于等于 50mg 的天平,累计出口额 2172 万美元,同比增幅 7.28%,价格同比增长 54.2%。

德国成我国衡器主要进口国

2013 年我国共从 51 个国家和地区进口衡器产品,累计进口总额 9975 万美元,同比减少 8.16%。衡器产品进口货源地主要是德国,占全国衡器进口额的 31.45%,同比增长 14.5%;其次是日本占衡器进口额的 20.47%,同比减少 19.14%;第三是瑞士占衡器进口额的 7.5%,同比增长 6.28%。

占全国衡器产品进口中比例最大的是衡器零件(称重传感器及电子衡器配件),约占衡器进口总额的 31.11%,累计进口额 3103 万美元,同比增幅 9.01%,价格同比增长 24.48%;其次是定量秤,约占衡器进口总额的 27.33%,累计进口额 2726 万美元,同比下降 21.55%,价格同比下降 30.22%。

2013 年天平产品进口 3803 万美元,同比增幅 5.35%,价格同比增长 22.21%,天平仍然主要从瑞士(约占 46.8%)和德国(约占 27.54%)进口。

《阀门型号编制方法征求意见稿》发布

质检总局与国家标准化委员会日前联合发布了《阀门型号编制方法征求意见稿》(以下简称《意见稿》)。《意见稿》由中国机械工业联合会提出,按照 GB/T1.1-2009 给出的规则起草,由全国阀门标准化技术委员会(SAC/TC188)归口。

《意见稿》规定了阀门的型号编制、阀门类型、驱动方式、连接形式、结构形式、密封面材料、压力和阀体材料代号和代号的表示方法。标准适用于各类管道阀门及安全泄压阀,产品包括:闸阀、截止阀、节流阀、蝶阀、球阀、隔膜阀、旋塞阀、止回阀、球阀、排污阀、柱塞阀、减压阀、蒸汽疏水阀、安全阀和电站阀门的型号编制。其他阀门可参照执行。(国仪)

新品速递



恒天九五 JU132 多功能电旋挖钻机通过验收

■ 龚辉

2014 年 4 月 10 日,恒天九五“JU132 多功能电旋挖钻机”新产品研发项目通过了省级新产品项目验收。本次会议由湖南省经济和信息化委员会组织,长沙市工业和信息委员会主持,邀请了国防科技大学、中南大学、湖南大学、长沙理工大学等相关专家参加验收评审,验收委员会一致认为:该产品达到了预期技术目标,产品综合技术水平居国内领先。

该项目产品为恒天九五全球首创,已获得国家多项专利,经国家建筑机械质量监督检验中心检测,主要技术性能参数达到设计要求,符合国家标准(GB/T21682-2008)及企业标准(Q/BAUJ001-2012)的规定要求,并具有以下创新和特点:具有旋挖、长螺旋钻孔、液压振动打桩、液压冲击打桩功能,地质条件适应性好;研发了变频电机定量泵液压系统,可为各执行机构提供动力,具有能耗低、零排放和系统可靠等优点;自主研发的摆动式展宽履带底盘,提高了作业和运输过程中的稳定性和安全性;大三角支撑机构与斜撑机构的优化组合,可实现起架和变幅工作状态间的简单转换,并使桅杆的装卸简便。

据了解,产品经用户使用,经济效益和社会效益显著,市场前景广阔。

工程机械制造业复苏将拉动轴承市场需求

■ 贾丛

今年“两会”提出的经济增长目标的贯彻实施,各地的城市基础设施建设工程掀起施工高潮,铁路、公路、地铁、保障房、水利、港口、机场等重大工程项目的密集开工,促使工程机械制造业的复苏,拉动工程机械需求,轴承市场需求也将随之释放。

从近期对 Gr15 电主轴钢下游用户 3 月

份生产计划的调研情况来看,汽车、海工船舶、油田管线行业保持平稳运行;工程机械、轴承行业有所上升。下游行业对轴承钢的有效需求量较 2 月份有所增加。比如 Gr15 轴承钢企业 3 月份接单情况普遍较好。下游需求的好转,有利于 Gr15 轴承钢市场稳定,对轴承钢价格企稳回升是一大支撑动力。

我国轴承制造业发展势头强劲,对轴

承钢市场平稳向好将带来利好效应。一批高端轴承需求大幅增长,诸如航空航天轴承、机床主轴用高速精密轴承、滚珠丝杠支承用精密角接触球轴承、高速电主轴轴承、光伏行业机床用精密轴承、转台轴承、风电轴承、盾构机用关节轴承、轧机轴承、高铁轴承、汽车轴承、起重机用滑轮轴承、涡轮增压器轴承、液体动压轴承等等。

我国休闲食品设备市场难言乐观

■ 闫仲

对于休闲食品设备的前景,有业内人士表示,休闲食品设备生产厂家在保证商品质量的前提下,可以投入更多精力研发“一专多能”的产品,强化产品的功能性,提高产品的使用率。同时,由于当前休闲食品设备产品的范畴十分广泛,市场成熟度也有较大差异,比较明显的趋势是厨房休闲食品设备相对来说已近饱和,而氧吧、空气清新器等产品市场还有待生产厂家去开拓。

背景: 国内休闲食品行业面临巨大挑战

从 20 个世纪 90 年代开始,历经十多年,中国休闲食品市场发生了翻天覆地的变化。超市作为方便食品、休闲食品销售的大本营,它的主战场虽然仍在沿海大城市,但这些地方市场拓展的空间已逐渐缩小,因此,随着超市连锁业在全国的发展,休闲食品已经显现出向周边及中西部地区发展扩大趋势。

中国的休闲食品走过了民粹时期和全盘洋化阶段,现在进入了严重的同质化时期,从概念到实体都没有实质的差异性,同质的代价是销售费用的攀升:2003 年我国饼干类产

品促销费用为 16.38 亿,年环比增加 16.25%,行业利润下降到 4.5%(工业生产的危险点是 5%),这是条看不到希望的路,生产者和经销商都很迷茫。

休闲食品行业虽然在快速扩展壮大,在逐渐被企业所重视,但我们也应该看到在目前国内休闲食品市场上,外资、合资企业仍占据市场的绝对优势,不少本土企业因无法紧跟市场发展步调,不能持续做大做强,最终被市场淘汰,这也是目前国内市场高端休闲食品一直被外资垄断的原因之一;再者,食品企业数量繁多,休闲食品的“价格战”此起彼伏,品类越来越丰富,消费者的选择余地却越来越大,市场竞争愈演愈烈。

两大发展困境: 闲置率高、维修遇阻

随着人们生活水平的提高,创意休闲食品设备在市场上开始流行起来。豆芽机、空气炸锅、酸奶米酒机风行起来。近年来,都市快节奏的生活让这些创意休闲食品设备风靡大江南北,成为都市家庭中的新宠。然而调查发现,这些创意休闲食品设备给现代人们生活带来便利的同时,也存在着不实用、维修麻烦等弊端。专家建议,消费者在选购休闲食品设

备时,应当充分考虑,理性消费,而厂家和经销商也应承担起保修的责任。

现代人生活节奏越来越快,节省时间,自己动手制作的食物又很健康,因此很受消费者特别是年轻消费者的欢迎。但不少消费者在选购休闲食品设备时常常因为事先没有完全了解休闲食品设备的使用方法和注意事项,在把东西买回家之后才发现与自己的心理预期存在落差,导致高高兴兴买回来的休闲食品设备被“打入冷宫”或转手送人,这种情况在网购群体中更加普遍。

售后维修也是不少消费者心头的一个难题,尚在保修期内的休闲食品设备还可以得到厂家保修的服务,而已过了保修期的休闲食品设备更是面临无处维修的境地。一位业内人士透露,维修休闲食品设备利润较低是其中一个重要原因。休闲食品设备普遍价格较低,消费者乐意支出的维修费用也少了不少,利润空间自然也就小了。

随着休闲食品产业规模的扩大,一些有实力、有品牌的优势企业必将对设备不断更新换代,保障休闲食品的完美品质。而休闲食品设备企业定会巧借东风,大展宏图,赢得市场。如果能够解决闲置率高、维修及售后,将会迎来发展的春天。

中国首台玉米膜侧播种机在山西问世

■ 伍泉

记者 4 月 24 日从山西省农科院获悉,由该院玉米研究所研发的中国首台玉米膜侧播种机,已在山西省忻州市正式投入田间示范作业。此举有效解决了高温导致玉米早衰、地膜回收难等问题,玉米产量显著提高。

中国作为农业大国,玉米是中国三大主粮之一。在中国首次发布《中国农业展望报告(2014-2023)》中预测,未来 10 年,中国主要农产品产量将稳中有升,而玉米等呈快速增长状态;主要农产品需求增长也较为强劲,其中玉米等消费呈快速增长态势,年均增长率均超过 2%。

地膜覆盖作为最有效的抗旱技术在中国大面积推广,其以开沟铺膜后将玉米种于膜上为主要推广模式。这项技术的推广区域大多为冷凉区(年有效积温低于 2700℃),这些地区不铺膜玉米无法成熟。而在高温区(年有效积温高于 2700℃),无需地膜增温玉米亦能正常成熟,反之玉米则易出现早衰;再者就是作业速度与不铺膜播种机相比较慢,因此该区域推广面积很小。

山西省农科院玉米研究所副研究员张中东告诉记者:“连续多年的地膜覆盖,造成的白色污染越来越严重,同时也影响了地膜玉米的推广应用。”

在此现状之下,从 2010 年开始,山西省农科院玉米研究所开展了高温区地膜玉米



高产栽培技术研究,集成了玉米膜侧播种综合栽培技术。据了解,该项技术于 2012 年在忻府区、原平市及榆次区等地区进行了大面积示范,经随机取点测量,产量显著高于不铺膜大田,平均比农民常规种植大田增产 6%左右,最高增产达 21%。

示范证明,该技术通过玉米种在地膜侧边、铺膜形形成弓形、不开沟铺膜等技术,有效解决了高温导致玉米早衰、放苗投工、降雨有效利用、地膜回收难等问题,显著提高了玉米产量。根据技术需要,该研究所的专家们开展了玉米膜侧播种机研制工作,经过两年努力,首台样机于今年 4 月制造成功,并进行了大面积种植试验。

据了解,玉米膜侧播种机制造成功后,曾邀

请山西省内外相关专家现场观摩,专家们一致认为,该技术为解决中国高温区旱地玉米高产稳产方面提供了新的技术支持。而我国首台玉米膜侧播种机,实现了平铺弓形膜、侧播种一次完成,作业速度快,铺膜平整,播种株距深度一致,体现农机与农艺的有机结合。

张中东介绍说,山西共有 2500 万亩玉米地,其中 1500 万亩为旱地玉米。在专家的指导下,近期将会对玉米膜侧播种机进行完善整改,取得进一步成功后,将会面向全国推广。

据美国农业部报告预计,作为世界上人口最多的国家,中国将在 2017 年超过当前排位第三的韩国,2019 年超过当前排位第二的墨西哥,并最终在 2020 年超过日本,成为全球最大的玉米进口国。

欧盛五金 与经销商保持“亲密关系”

■ 惠晶

近年来,随着房地产市场的火热,带动了周边很多行业的火爆,如建材、家居、家装五金等行业的兴起,同时带来了一批批企业的发展,其中门锁、卫浴、装饰五金等也占据了一席之地。随着房地产行业的升温而崛起的企业不计其数,其中二三线城市尤为明显,随之崛起的还有品牌加盟店的进军,从一二线城市,转战三四线城市,也是众多家装五金品牌的大趋势。

代理加盟作为企业开拓市场的一种渠道,占据了销售收入的大部分。五金企业也不例外,在线下渠道方面自然有自己的一套,直营、专卖店、代理经销商等形式都不失为最佳途径。

目前国内多数五金企业都以发展经销商、代理商,设立地区专卖店的营销模式来运作,欧盛五金也不例外。为了推广品牌、提高美誉度,让客户感到更加贴心,他们在产品营销上也有自己独特的销售扶持政策,和工程专项保护政策。比如针对不同地区对产品的需求与审美互有差异的特点,欧盛五金会专门为各地区经销商合理安排产品促销活动,并为其推荐适合区域销售的产品。如在四川及重庆等地区,不锈钢系列的产品受众最多、最受欢迎,那就专门为当地经销商重点推广欧盛的不锈钢五金产品;当客户正在洽谈某工程项目,对某些产品进行询价时,欧盛五金会特别对这一单生意进行专项保护,配合客户把这一单工程做好,但绝不插手客户与工程方之间的合作,须要做的只是在售后为客户返点、扶持专卖店的装修设计、样品给出超低价折扣等。

欧盛五金认为经销商在企业发展中扮演着重要的角色,因为经销商直接面对消费者,只有通过经销商的沟通才能更好地了解消费者的需求。为了让经销商真正受益,欧盛五金会通过各个渠道去帮助客户,也是在帮助自己:第一,做好推广。先让广大消费者了解欧盛品牌和欧盛的产品,进而再对产品产生信任;第二,做好产品。对市场上常规款式的产品改良、创新,对市场需求的产品,努力研发,力争走在行业前沿;第三,价格全国统一,并不实行多级分销制度,即不存在客户等级的划分。对于新客户,欧盛五金会不同程度地对其进行营销培训,如开业之前会有专业技术人员亲自上门辅助其完成店面装修、样品的摆放等,直至开业。对于老客户,则会积极配合他们成功拿下各种项目订单!

欧盛人形象地以夫妻关系来比喻其与经销商之间的亲密,即双方一定要彼此信任与了解,有相同的价值观、共同的目标,这样才能有长久合作的基础,最终实现互利共赢。



台资装备制造产业园 落户邯郸魏县

■ 姬锦

据邯郸日报报道,4 月 25 日下午,总投资 120 亿元的台资装备制造产业园项目成功签约,落户邯郸魏县经济开发区。邯郸市市长回建会见台商并出席项目签约仪式。河北省机械行业协会会长冀纯堂,邯郸市领导郭建英、王进江、刘德明出席活动。

会见中,回建代表邯郸市、市政府对各位台商的到来表示欢迎,向项目的成功签约表示祝贺。他说,邯郸历史悠久、文化灿烂,资源丰富、产业发达,区位优势、交通便利,环境优美、宜居宜业,是国务院确定的中原经济区内具有重要影响力的中心城市、中原经济区与环渤海等经济区域合作交流的北部门户、全国重要的先进制造业基地,当前面临京津冀协同发展的重大机遇。

长期以来,邯郸市委、市政府高度重视与台湾的经济合作,近年来双方经贸往来更加频繁,呈现出良好的发展态势。此次签约的装备制造产业园项目技术水平高,市场前景好,符合邯郸的产业发展方向。希望双方以此为契机,全面加快项目建设步伐,争取早日建成投产、达产达效。邯郸市委、市政府及有关部门将全力为广大客商在邯投资兴业创造良好环境,提供优质服务,实现互利共赢。