

目前,整个机床附件行业发展迅猛,对机床附件的需求量激增,国内市场容量很大。尤其是近几年来,我国汽车工业与铁路工程的迅速发展,使机床行业市场更加旺盛,也带动了配套产业机床附件与机床工具行业的发展。

2014 年在我国国民经济高速发展的环境下,机床附件行业受到机械加工工业市场的强劲拉动,近年来持续保持市场需求旺盛、企业生产快速增长的局面,行业企业经济效益明显好转。目前,国内中低档数控机床附件产品的市场基本由国内产品占领,部分产品如数控分度头、刀杆还有一定的批量出口。但是,近几年来我国台湾地区的产品大量涌入中档数控机床附件产品的市场竞争刀越来越激烈。目前来看 2015 年应该还会延续这个势头。

国外及我国台湾厂商为了进入祖国大陆市场,将产品价格逐步调低,其市场份额也在逐步扩大。目前由于国内产品在售前技术业务交流及售后服务比国外厂商有明显优势,使国产数控机床附件产品能够不断发展。但随着外商采用大陆本地化生产方式后,我们就会失去这些优势。近几年部分发展中国家的机床工具行业发展速度加快,也逐步向大陆市场进口机床附件等,并有一定的价格竞争优势。例如:印度企业正在快速发展各类机床附件产品,如塑料拖链、钢制拖链、机床防护罩、机床工作灯、机床垫铁在价格方面与其他进口商相比也有一定优势。

就机床附件的品种而言,大部分品种国内机床附件企业都有,也基本属于专业化生产,能够满足主机的需要。某些新技术附件国内暂时只有个别研究机构或厂家处于研究阶段,没有形成生产能力,主机基本依赖进口配套。另外,高效数控机床用动力卡盘、刀杆的高速特性及夹持精度均比国外有较大差距。

目前,国产数控机床附件应该说能够满足中档数控机床的配套需要,但为某些高端水平数控机床配套的机床附件与国外相比仍有差距,主要差距形成的原因在于大部分附件企业规模小、整体装备制造能力、协作配套能力、企业自身技术改造能力不足。这也是目前我国产品水平较国外产品水平低的主要原因,需要国内企业加大技改投入,提高生产制造能力,扩大生产规模,积极应对技术创新的关卡、提升自身服务能力。



工程机械电商 即将站上风口的“猪”

华杰

三一集团董事长梁稳根在布局 2015 年发展规划时提出“互联网战略”,从互联网时代的思维与文化、互联网思维指导下新型商业模式创新尝试、设备、管理、流程、制造充分互联网化等三个方面拥抱互联网,“互联网战略”成为三一第一大战略。有业内人士预测,2015 年中国电子商务规模将达 18 万亿元。如此巨大的市场引得众多工程机械企业也欲从中分羹,包括三一集团“互联网战略”的开启、徐工集团跨境电商的起航。

2015 年 18 万亿电商交易额,4 亿关注用户,你能抓住多少?据悉,目前工程机械企业进行电商营销模式,主要有三种:一是整机企业自建的自营平台;二是以垂直网站为首的合作网站;三是以经销商主导的工程机械电商平台。由于与其他电商品类相比,工程机械的产业链过长、价格浮动空间大等特征,工程机械的电商模式仍在探索之中。

与普通消费品相比,工程机械毕竟还是一个大件,涉及到金融、售后服务等诸多环节。另外对于工程机械电商,多数整机企业愿意参与,但整机代理商、经销商的态度并不一致。其实对于整机厂商来说,电商的模式一定是能够促进自身分销体系的完善,而不是一种冲击和颠覆。第三方电商交易平台从把适合的位置留给适合的角色角度来进行规划,通过“集客”和“整车销售”来对整机厂商和经销商进行区别对待,将分解这一矛盾。只有权衡得恰到好处,才能使整个产业链以一种常态化的、健康稳健的方式进行下去。

对于一些先行尝试电商平台的整机厂商来说,品牌的传播、形象的展示以及客户线索的收集将是主要目的。目前来看,汽车电商的发展整体上远远落后于其他消费品电商,仍处于信息引流为主的业务模式层面。但近一两年工程机械电商的进化非常迅速,从前期主要以新机信息提供和品牌推广价值,迅速向交易实现的引导价值转变,直接与销量的转化相关,虽然还未大量实现直接在线一站式购买,但已切入到交易的初级环节,兼顾了品牌传播和销售转化双重价值,而后者是其它媒体平台所无法实现的价值,因而引起整机厂商的高度重视和警觉。

无论如何,工程机械电商的发展越来越渗透到传统领域,这是一个趋势,就像即将站上风口的“猪”,平步“青云”。

中国五金机电周刊

Electrical and mechanical hardware

指导单位:全国工商联五金机电商会

网络合作媒体:万贯五金机电网(<http://www.wanguan.com>)

2015 年 2 月 1 日 星期日 运营总监:李洪洲 责编:杜高孝 编辑:唐勃 版式:鲁敏

投稿·咨询邮箱:ZGWJJD@yeah.net 新闻热线:028-68230696

企业家日报

5

热点聚焦

日前披露的 2014 年年报业绩显示:A 股机械行业上市公司再现两极分化特征明显。在日前已经发布业绩预告的 140 家机械类上市公司中,业绩同比实现预增的公司为 27 家,业绩续盈公司为 14 家,业绩实现扭亏公司为 11 家,业绩略增公司 32 家。这也就意味着,合计有 84 家公司近乎已经确定 2014 年业绩实现同比增长。

机械类上市公司 去年六成盈利涨 业绩冰火两重天

郭正

A 股机械行业上市公司 2014 年年报业绩“冰火两重天”特征明显,在目前已经发布业绩预告的 140 家机械类上市公司中,业绩出现同比增长的公司家数为 84 家,占比达 60%,挖掘细分市场成为这些公司取胜的“杀手锏”;而以 *ST 二重等公司为代表的部分机械类企业愈显颓势,经营持续惨淡,不得不加速转型。

细分市场“逞威”

在目前已经发布业绩预告的 140 家机械类上市公司中,业绩同比实现预增的公司为 27 家,业绩续盈公司为 14 家,业绩实现扭亏公司为 11 家,业绩略增公司 32 家。这也就意味着,合计有 84 家公司近乎已经确定 2014 年业绩实现同比增长。

*ST 东力所预告的净利润变动幅度最大,公司 2014 年预计实现净利润 500 万元到 1500 万元之间,由于前年基数过低,公司预计去年净利润增幅超过 400%。日发精机、上海佳豪、艾迪西等公司业绩预增幅度均超过 200%,新筑股份、上工申贝、广陆数测、科新机电、山东威达等公司业绩预增也超过 100%。

笔者梳理发现,业绩逆势增长的机械类公司多是源于细分机械产品的发力。以日发精机为例,公司前三季度实现净利润 3945 万元,同比增长 74%,公司全年净利润超过 4100 万元无虞。公司相关人士称,尽管整个机床行业发展形势仍然严峻,但公司近几年加大对细分市场的开拓和培育,这导致公司取得优于同行的经营业绩。

上海佳豪预计 2014 年度盈利 4437 万元-4796 万元,同比增长 270%至 300%,公司



盈利的增长也得益于细分产品市场的气稳,主要是受船舶与海洋工程设计业务和船舶总承包 EPC 业务增长以及新增天然气销售业务增加等原因所致。

“两重天”格局明显

当然,也有不少机械类公司盈利状况下滑明显,行业内部“冰火两重天”特征明显。在目前披露业绩预告的 140 家公司中,出现业绩预减的公司为 18 家,续亏或者首亏公司 12 家,业绩略减公司 22 家。

净利润降幅最大的为深华新,公司预计 2014 年净利润-6800 万元到-4800 万元,同比下降幅度在 1628%到 2265%之间。目前,公司控股股东深圳五岳乾坤投资有限公司正筹划与公司相关的重大事项,公司处于停牌状态。此外,思达高科、磁性股份、舜天船舶等机械类企业的净利润降幅也都在 100%以上。

值得注意的是,2015 年的首例退市“黑天鹅”或也将机械板块中诞生。*ST 二重去年前三季度亏损 14 亿元,而且,公司预计 2014 年度经营将出现亏损,或将成为 2015

年首例退市央企。公司表示,除了行业低迷、产能过剩以及公司带息负债沉重导致财务费用较高以外,亏损原因还包括对部分资产计提减值准备和根据富余人员减员分流计划计提辞退福利。

“在中国经济增速放缓的背景下,机械行业天花板特征已经非常明显。”高华证券相关分析师指出,以挖掘机为例,2014 年全年销量同比下降 19%至 92583 台。整体来看,依然需要对机械行业 2015 年的产品销量保持谨慎。

2015 年筑底回升

机械类企业自救的步伐也在提速,正是由于业绩不佳,不少公司开始转型。以慈星股份为例,公司主营业务为电脑针织机械的研发、生产和销售,由于下游毛衫加工厂等订单下降,公司 2014 年净利润亏损额将超过 2 亿元。目前公司选择的转型方向是智能化,公司的机器人投资已经开始布局。

一些公司的转型则更为彻底。以思达高科为例,由于国网订单下降,公司预计 2014

年亏损 6000 万元至 8000 万元,同比由盈转亏。在主业持续低迷的情况下,公司原控股股东河南正弘置业有限公司拟以 6.3 亿元的价格,将所持的 20.03%公司股份转让给北京智度德普股权投资中心(有限合伙)。获得公司控制权的智度德普承诺,将在收购完成后,向思达高科注入医疗健康、TMT、文化体育、新材料或能源等领域具有较高成长性的优质资产,从而实现思达高科的跨界转型。

机械“双雄”也在产业转型升级的路上大踏步前进,中联重科向高端农机转型,而三一重工则走在了工业 4.0 布局的前列。随着相关投资逐步迎来收益,特别是随着国家“一带一路”战略的推进,相关订单有望在 2015 年逐步兑现业绩,2015 年将是不少机械类企业转型升级和业务拓展取得实质性进展的一年。事实上,部分公司在业务转型和拓展方面的努力确实在逐步“变现”。以日发精机为例,公司子公司意大利 MCM2014 年四季度累计合同总金额达 1992 万欧元,为其 2013 年度营业总收入的 31.70%。公司人士透露,由于合同的产品交货期集中在 2015 年,将对公司的 2015 年业绩带来积极影响。

服务组织发展后劲。

五要更加注重法治保障。准确把握农机化法规要求,增强权责一致意识,坚持法无授权不可为,坚持法定职责必须为,落实好农机安全生产、驾驶培训、维修网点、在用农机产品质量调查等监管责任。加强调查研究,根据实际情况和发展趋势,按照程序推动修订完善农机安全法规、农机试验鉴定、支持推广目录管理规章及配套规范性文件,增强制度规定的协调性、实效性。以农机补贴、重大项目、行政审批等为重点,实行权力清单制度,强化权力制约和监督。

据了解,2015 年是实施“十二五”规划收官之年,农业机械化将力争全国耕种收综合机械化水平达到 62%以上,水稻栽植、玉米收获机械化水平分别超过 39%。(农民日报)

来和竞争要素变化,中国制锁行业面临国际市场竞争的危机,从整体上来分析,小而全的生产企业多,拥有自主知识产权和专利的高科技锁具企业少,导致了质量极不稳定,劣质产品充斥市场。

中国制锁行业应该有一个具备组织性的总体目标,科技进步才能逐年稳定提高,如产品结构、产品质量、技术装备、创新能力、人才结构等等缺一不可。锁具是人们生活的必需品,属日用五金,同时又是一类安全防范产品,这一行业的发展好与坏,关系到每一个家庭、单位、公共场所的安全。

在国际市场竞争日趋提升的今天,中国锁具如果仍无创新意识且驻足不前,势必被国际场所淘汰。制锁企业应该积极采用新材料,注重产品造型及艺术装饰性的同时,逐步运用计算机电子、信息、生物识别、纳米材料等先进技术嫁接传统制锁业,努力开发有市场前景的新产品,并在使用性能上进行突破。如住宅中高档插芯门锁系列、汽车锁系列、民用锁系列、防盗门锁系列、滚动码遥控系列、中高档机电一体化 IC 卡智能锁、TM 卡锁、射频卡锁系列、生物识别特征锁系列等,都可以在工艺、技术革新上加以改革,逐步成熟。

新常态,农机化工作要着力在五个方面下功夫:

一要注重规划引导。要在充分摸清现有情况的基础上,科学预测供需状况,精心制定“十三五”发展规划。同时,要加强规划实施过程中的动态监测,及时进行相关的预警分析和信息发布。

二要注重政策创设。政策设计要适应财政体制改革的新趋势,准确把握中央事权、地方事权的划分,找准切入点,提高成功率。要提高政策实施的精准性,聚焦目标,聚焦主体,通过合理确定农机购置补贴范围和补贴额、完善农机报废更新制度、实施重点环节作业补贴、强化基础设施建设和金融支持等多种政策措施。要统筹兼顾,采取差别化的措施,突破关键和薄弱环节机械化,引导平原地区机械化上水平、丘陵山区机械化上路子。

“高”“多”“强” 我国锁具业三大发展趋势

武泉

据中国报告大厅发布的《2014-2020 年中国锁具行业市场供需与发展趋势预测报告》显示,我国锁具发展方向为:一是“高”。高

精度、高效率、高牢固度、多功能;二是“多”。多规格、多品种。标准化、系列化、通用化,展示其特征;三是“强”。工艺与技术上加强,应从切削加工技术、冲压技术、压铸技术、表面处理技术、自动装配线等方面入手。

锁具是与人民生活息息相关的行业,近年发展迅猛,中国已经成为世界锁具生产大国,并且形成了最主要的四大生产基地,浙江温州、广东中山、山东和上海。随着锁业市场“蛋糕”的进一步增大,五金锁具中小企业将面临更多的机遇和更大的竞争。制锁行业的新产品开发,在产品技术和档次都有所提高,但高档产品不是很多。

近几年,国内一些大型锁具企业开始进入开发高端智能锁具的行列,国内高档锁有增长势头。锁具产品的发展是要跟着市场走,只要市场有需求,锁具企业必定也要去开拓,去占领高端市场。随着我国对外开放不断深入,高档建筑发展的加快,高档锁具市场发展潜力很大,必定将会涌现出大批的高端企业。

目前,中国锁具生产商以中小企业为主,低水平的重复建设非常严重。锁具企业的要想发展首先还是要从产品、质量和品牌抓起。打好现金+实力的基础,有了一定的资本才能更好的开发一些高端产品。同时锁具企业应该加大调整产品结构力度,以市场为导向,寻找切入点,大力开展科技攻关,形成自己的核心技术和专利,通过集成创新和引进、消化、吸收、在创新加速新产品的开发力度。随着知识经济、全球经济、信息社会的到

