

丹江口市大力发展汽车零部件产业

钟灿

湖北丹江口市是南水北调中线工程水源地。近年来,依托毗邻十堰“中国卡车之都”、“国际商用车之都”的地理优势,以国家及省市产业帮扶为契机,大力发展汽车及零部件产业,增加地方造血功能,汽车零部件产业率先实现百亿产业集群。

“丹江口市汽车零部件产业集群”建于2009年,2013年被湖北省经信委确定为全省83个重点成长型产业集群之一。近年来,丹江口市大力发展汽车零部件产业,全面实施“工业兴市”战略,编制以汽车零部件产业集群为核心的“百亿产业”、“百里生态工业走廊”和“百亿园区”发展规划。

湖北省经信委产业处处长尹传铭向记者介绍:“我委积极支持丹江口市大力发展汽车及零部件和农产品深加工产业,连续6年将丹江口汽车零部件纳入省重点成长型产业集群,重点支持丹江口市经济开发区、六里坪汽车零部件等工业园区建设,提升工业园区产业集聚、项目聚集能力。多渠道争取和安排项目及资金,对集群汽车零部件龙头企业进行了不同程度的改造和升级。”

尹传铭认为,丹江口市汽车及零部件产业集群的快速发展,得益于多方大力支持。截至目前,丹江口汽车零部件产业共有规模以上企业83家,其中产值过五亿元企业1家(东刚公司),过亿元企业40家,高新技术企业10家,拥有国家级研发中心1家(东风精工齿轮厂)、省级研发中心5家,各项专利192项。项目建设有序推进,发展后劲不断增强,2014年,该市汽车零部件产业新建、在建项目达36个,其中总投资过亿元的项目11个;招商引资成效显著,项目储备持续增长,近三年来,丹江口市集中签约汽车零部件产业项目61个,总投资66.81亿元。

丹江口市经信局局长陈德祥向记者介绍:“近几年来,我们以产业帮扶为契机,着重引进关联度高、带动力强的项目,抓一批打基础、管长远的高新技术项目,全市高新技术企业达到13家,高新技术产值达到40.8亿元,占工业产值的比重达到15.8%。全市汽车产业规模由“十一五”末的40亿元增加到2014年的104.7亿元,年均增长约40%,占全市工业产值的比重达到41%。”

我国食品机械亟待以高新技术提升水平

季葵

食品和包装机械关乎食品安全,关乎人身健康,对经济发展和社会稳定具有重要影响。食品机械的技术创新能力,已成为世界性提升技术竞争的决定性因素。一个国家或一个企业在技术创新上有多大的作为,就能够在食品机械的市场竞争中赢得多大的主动。而一个行业的技术水平更是象征了这个国家的综合实力,而作为食品工业行业内扮演重要角色的食品机械企业更应该掌握这一要点。

在我国近7000家食品和包装机械生产企业中,95%以上都为中小企业、民营企业。“小而多、多而不大、大而不强”成为食品和包装机械行业不争的事实,与发达国家制造水平相比还有很大的差距。虽然说我国食品机械行业近年来发展速度较快,但行业的整体水平仍低,产品技术含量低,许多参数高的关键食品机械还依赖进口。据有关专家估计,我国食品机械水平与国外先进国家相比要落后10~20年。由此看来,我国食品机械行业水平很低,急需追赶上国外的技术脚步。

我国食品机械事业正面临着难得的发展机遇。国务院关于促进农产品加工机械化和食品机械工业又好又快发展的意见明确指出:加快农产品加工物质技术装备,健全农产品加工产业体系;提高土地产出率、资源利用率、劳动生产率;增强农产品加工抗风险能力、国际竞争力、可持续发展能力。

目前我国食品机械产品质量依然具备很大的提升空间,节能减排将是未来食品机械的重要指标,要从高效、环保、节能角度出发,将食品机械定位在高效低耗,这将是一个发展的亮点,必将带来可观丰厚的效益增长点,下一个食品机械产品的领头羊必将是用新能源作动力的新兴设备。未来行业的发展方向通过高新技术的不断应用和推动,武装和强化行业的整体水平,不断提升通过技术的提升和优化,实现高端食品机械设备的国产化。



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8月23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

行业动态

数据显示,我国制造业正在面临空心化,产业危机问题严重。如今的中国制造业,一方面难以应对来自低成本国家的竞争挑战,造成中低端制造产业的外流;另一方面,在高端制造领域难以与欧美国家相匹敌。在腹背受敌的情况下,中国制造业的发展道路愈发艰难。

中国制造成本逼近美国,产业危机如何应对?

李光斗

最新公布的中国制造业PMI的初值仅为48.2,突破了15个月以来的最低值。这项用来衡量中国中小制造企业发展现状的数据在PMI50是一个临界点,而再创历史新低的数据表明我国制造业正在面临空心化,产业危机问题严重。

事实上,早在2014年中国制造业就已经显现危机:倒闭潮从珠三角向长三角地不断蔓延,大量制造企业纷纷倒闭,中国的制造业形势严峻。

市场 制造业市场渐趋饱和

由于中低端制造业的进入门槛低、参与程度广泛,三十多年来,中国制造企业层出不穷;每年制造产生的产品由满足内需到对外出口,所占的市场份额不断扩大。调查显示,目前中国已经有200多种产品的产量位居世界第一,但随着每年工业产值的不断上涨,制造业产能和产量已经明显过剩,供给也早已远超预期的市场需求。

与此同时,中国消费结构却在不断升级,消费习惯也发生了翻天覆地的变化,简单的功能性产品已经不能满足本土消费者的需求;个性化、科技感强的创新性产品越来越受到消费者的青睐。年轻一代的“新消费者”们将视线更多地锁定在像苹果手机那样的“智慧型和时尚型”产品上,低端大众化的制造产品不断被驱逐出市场,消费者的需求已经从功能型、品牌化向体验式与参与感转变,但是多数的中国制造企业却完全没有跟上时代的步伐。

在外需萎缩、内需不足的情况下,中国制造业的市场早已饱和,随之而来的是制造业“空心化”的不断加剧。

成本 收益杠杆失衡 成本优势渐失

长期以来,中国制造业依靠廉价的生产成本在短时间内实现迅速扩张市场的目标,并在国际市场上形成强大的竞争优势。但是随着中国生产成本的快速上升,中国在劳动密集型 and 资源密集型领域的竞争优势正在丧失。

美国波士顿咨询公司日前公布的《全球制造业的经济大挪移》报告显示,中国制造业的生产成本已经接近美国,生产成本的差距缩小到5%的范围之内。这其中除去汇率变动的影响之外,主要来自于劳动成本和能源成本的不断提升。

数据显示,2003年中国制造业产品的劳动成本平均比美国要低22%,2008年,生产



成本优势下降到只剩下5.5%。中国制造的成 本正在逼近美国。时至今日,中国工人工资年均与十年前相比上涨了12%,与欧美等发达国家差距逐步缩小。除此之外,中国近十年地价飞涨,制造业所需的各种原材料价格也是一路飙升,各种叠加因素让中国制造的产品运往各地的成本大幅提高,中国制造的优势不再。

品牌 溢价失效

从上世纪90年代发展起来的制造业,在借助成本优势和广阔市场赚得“第一桶金”之后,也曾效仿欧美制造企业,试图摆脱产品同质化的发展瓶颈,用消费者的品质和情感诉求重塑品牌,实现品牌的再次溢价。

但是长期以来,中国的制造业都在中低端市场中徘徊,无论是格力、海尔,还是中国数以万计贴标产品,中国的制造业始终未能实现向高端领域的突破。中国制造业所欠缺的创新精神,让中国的制造业深受廉价低质形象的困扰。贴有“中国制造”标签的产品很难从需求和动机培育、价值和角色塑造、习惯和归属感塑造等三方面对品牌溢价形成拉力。

细数中国的制造产业,没有哪家企业能够像可口可乐那样敢夸下海口:“哪怕一夜之间全世界的工厂都在大火中化为灰烬;但只要可口可乐这个品牌存在,很快就能东山再起”。中国品牌在国际市场上享有盛誉的更是凤毛麟角。

中国的制造企业多数都是依靠“薄利多销”来创造利益价值,品牌难以形成企业的一种可变现资产,在变幻莫测的市场环境面前难逃厄运。

产业 中低端制造业中心转移

通过政策补贴和低成本投入的优势,中国成为美国等西方国家制造业迁移的主场;但是随着中国国内经济改革的深化,这些低

成本优势已经不复存在,国外乃至本土的制造厂家陆续将企业迁徙到下一个制造业中心——东南亚。

近年来,东南亚国家加快贸易自由化进程,鼓励、支持制造产业的发展。除此之外,处于工业化初级阶段的东南亚国家在生产要素价格和环境负荷能力上都存在着相当大的优势,而这些廉价的生产成本正是吸引外资投资建厂的所在。

东南亚国家凭借政策和当下的低成本生产要素的优势,参与到世界制造产业的生产当中,严重削弱中国制造业的市场当中的竞争优势,撼动了中国作为“世界工厂”的地位。

变革 欧美国家高端制造 倒逼中国制造业革新

除此之外,金融危机以来,欧美国家倡导的“再工业化”也为中国的制造产业带来新的挑战,制造产业高端化成为大势所趋。

美国的制造业“回流”就充分论证了这一点。制造业回流不单单是指将传统的制造产业迁回国内,而是战略性制造产业的主导权的控制。美国长期以来,以创新、科技和品牌元素所积累的制造产业正在向新的领域迈进,高端智能化就是其中的一个主要方向。

中国作为“代工生产”的制造大国,尽管实现了制造业年产值2万亿美元的突破,在规模和产值上一路领先,但是在真正的竞争力上却始终不及美、德、日等制造大国,随着这些国家向高端制造业领域的迈进,中国现有制造产业的升级换代也将受到狙击。

如今的中国制造业,一方面难以应对来自低成本国家的竞争挑战,造成中低端制造产业的外流;另一方面,在高端制造领域难以与欧美国家相匹敌。在腹背受敌的情况下,中国制造业的发展道路愈发艰难。

出路 中国制造的“工匠精神”

工业革命时代下的制造产业千篇一律,

过多地削弱了消费者个性需求,随着消费者自我意识的觉醒,中国正在从大规模的工业化生产进入到了精益求精的定制化时代。

在定制化时代,中国的制造业首先要保证的就是自身的工匠精神。工匠不是流水线上的机械重复人群,而是具有精工制造精神的劳动者。世界上寿命超过200年的企业都是因为拥有工匠精神,不断生产精益求精的产品而得以长存。精工制造代表者创新的设计理念 and 更高制造水准,闻名世界的瑞士手表在每一个零件和每一道工序上用心打磨,追求完美,才能够名满天下,畅销全球。

中国的制造产业只有经过精工制造,拥有了切合实际的工匠精神才能够将我国独有的文化内涵和品质融入到产品当中,才能在国际市场上形成口碑,摆脱粗制滥造的形象,用品质获得今后品牌的高溢价能力。

转型 定制化时代到来

在消费时代变革的关键时期,制造企业要牢牢把握市场上的消费主流。新一代的消费者们从出生之日起就已经陷入了定制化的生活当中,对自由和个性生活的追求使他们越来越多地享有特权,消费的个性特色和多元化迫使现在的制造企业不得不在生产方式上做出新的调整,为消费者们让步。

制造企业完全可以将消费者的这种定制化需求纳入到企业生产当中。以往制造企业忽视市场个性化需求,埋头苦干,产品进入市场之后,靠终端的推广带动销售业绩,一旦市场评估错误就会造成大量资源的浪费。但是在定制化时代,制造企业完全可以将市场销量的选择权放到消费者手中,根据他们的个性化需求进行加工生产,“有理有据”的进行产量预估,而不是“摸着石头过河”,如此形成的生产方式将会减轻制造企业的资产负重,也能有效的规避变幻莫测的市场风险。

制造企业在走向定制化的生产经营模式的同时,就必须明白一点,他们的细分市场正在变小,目标市场的也绝不会是大范围的人群,小众化品牌正在为越来越多的年轻一代消费者所追捧。

具备原始创新、集成创新或消化吸收再创新属性、且处于初创期、早中期的创新型企业,将进一步优化长安镇五金模具产业结构,实现产业转型升级,扶持长安镇五金模具产业做大做强,推动更多新三板挂牌企业,打造中国机械五金模具名镇。

的。首先,可以通过技术改造、信息化、管理优化等技术和手段。如在满足使用功能和使用寿命的前提下,简化结构,实现装备的轻量化,达到节材和节能的效果。同时还要及时将新理论、新理念、新材料、新工艺、新技术融入到设计中去,改进设备结构,提升设备的绿色化程度。

其次,大力开展绿色再制造工程也是实现循环经济、节能减排和可持续发展的主要途径之一。再制造工程,以节约资源、节省能源、保护环境为特色,以综合利用信息技术、纳米技术、生物技术等高新技术为核心,可使废旧资源中蕴含的价值得到最大限度地开发和利用,缓解资源短缺与资源浪费的矛盾,减少大量的失效、报废产品对环境的危害,是废旧机电产品资源化的最佳形式和首选途径,是节约资源的重要手段。

事实上,工业装备绿色化的潜力是巨大

方式不可持续,工业节能减排、转变发展方式已经到了非常紧迫和关键的时刻。

我国制造业总体上处于产业链中低端,产品资源能源消耗高,劳动力成本优势不断削弱,加之当前经济进入中高速增长阶段,下行压力较大,在全球绿色经济的变革中,要建设制造强国,统筹利用两种资源、两个市场,迫切需要加快制造业绿色发展,大力发展绿色生产力,更加迅速地增强绿色综合国力,提升绿色国际竞争力。

这就要求我们形成节约资源、保护环境的产业结构、生产方式,改变传统的高投入、高消耗、高污染生产方式,建立投入低、消耗少、污染轻、产出高、效益好的资源节约型、环境友好型工业体系,这既是制造强国的基本特征,也是制造强国的本质要求。只有制造业实现了绿色发展,才能既为社会创造金山银山

绿色工业装备先行 中国制造强国梦圆

回聪

当前,新一轮科技革命和产业变革风起云涌,中国工业必须强化绿色、低碳、可持续发展理念,综合推进节能、环保、循环利用措施,才能顺应产业发展方向、赢得发展先机。而工业装备作为制造业的重要部分,其自身和生产过程的安全、节能、节材、环保,尤其需要重视。

工业装备绿色化迫在眉睫

长期以来,我国许多工业装备技术以消化吸收、仿制为主,缺乏自主创新品牌;低能耗与轻量化的绿色设计技术基础薄弱,既缺乏绿色设计理念,也缺乏绿色设计监管。依靠投资和产能扩张来支撑经济增长的