

提前布局 水暖消防企业积极应对原材料涨价

■本报记者 苏清彬 李杨瑜 文/图

钢铁涨、生铁涨、铜涨、铝涨、合金涨、石油化工原材料涨……节后开工以来,不少南安企业遇到一个棘手问题——原材料“涨”声一片,大有“你方唱罢我登场”之意,涨价余波从春节前持续至今。

面对原材料接连涨价的现实挑战,水暖消防制造企业在承受压力的同时,也纷纷祭出应对措施,不少公司更是提前布局,或预先囤货,或开发新产品,或应用新材料等,希望通过多方之举扛过这波来势凶猛的涨价行情。

上游加工企业应声而涨

作为现代工业的重要原材料之一,铜一直被誉为“铜博士”,主要用于电力、家电、建筑、新能源车等行业,与我们的生活息息相关。但自2月以来,有着大宗商品领头羊之称的铜刮起了涨价“风暴”,并且愈演愈烈:从2月4日5.7万元/吨的位置连续大涨,2月24日一度突破7万元/吨的大关,创下近10年新高!

记者采访了解到,原材料价格上漲对中小企业的冲击比大企业大。作为全国知名的水暖厨卫重要产区,铜在南安水暖企业中扮演着不可或缺的角色,此轮涨价中小企业承受着不小的压力。“原材料涨价,我们的产品也只好跟着涨,目前涨了10%左右。”来自浙江温州的陈雷所创办的泉州信立得卫浴有限公司位于仑苍镇高新技术园,是不少南安水暖企业铜配件供应商。节后开工以来,他就一直忙碌着跟客户谈判,对于涨价他有些无奈。

作为上游企业,信立得公司最先是采购一批铜棒,经过切割下料、高温加热、冲压成型等工序变成壳体,再经过红冲、抛光、电镀等多个环节后,变成一个个精美小巧的三角阀壳体。

“春节前,有些客户看好铜价上涨,担心节后成本上升,提前下单,锁定价格,幸好我们备了些货。”为了不影响客户的落差感,作为南安市浙江商会会长的陈雷,提早跟客户做好沟通,他告诉记者,铜价上涨,与之相关的上游行业纷纷上调产品价格。

对于此次原材料大幅上涨,业内人士认为是多因素叠加。首先,美联储的量化宽松是导火索;另一方面,发达经济体率先实现大面积疫苗接种带来了需求和生产的复苏;其三,在2012年后持续的工业品通缩导致了国内原材料企业大幅度的缩减产能,也是本次原材料价格上涨的一大原因。

对于铜价未来走势,陈雷仍然表示“看涨”,这对企业资金周转是个大



信立得卫浴生产车间

的考验,他介绍,信立得公司在将手头货出完之后会及时“补仓”。

也有部分铜配件加工企业对原材料后市表示“看跌”,一位不愿具名的人士说:“刚好春节前做了些库存,先把现货出掉,再根据市场行情做决定,过段时间应该会有所回调。”

部分消防企业提前涨价

本轮原材料暴涨,也波及消防行业。位于南安溪美街道的鸿安消防设备有限公司,在2月23日就向经销、代理、用户发出一份涨价通知。

“自新年开始可能近5年最猛烈的原材料涨价潮,覆盖类别从包材物

到主材,材质从金属到化工产品,而且势头暂时没有缓和或者回调的趋势,现其他相关消防产品制造企业已纷纷对产品价格进行上调处理。”鸿安消防表示,经过多次核对库存、原材料及供应商询价,最终确定成本涨幅已远超产品现有的利润,万般无奈之下,自2月23日起对此前报出的价格做作废处理,根据最新询价下单。后期如原材料价格下调,将第一时间对相关产品价格进行调整。

调整价格的不止鸿安消防一家,福建闽山消防有限公司在2月22日同样发出调价通知函。

“实际上,这也是消防行业第三次涨价了。”闽山消防相关负责人尤志伟开门见山告诉记者,春节前,受原材料上涨影响,部分消防已经连续两次上调产品价格,但闽山仅调了一次价。原来,每年10月中旬左右,闽山消防就会提前为第二年做准备,采购大量原材料做库存,包括球墨铸铁、铜件、铝件等相关产品。而在去年9月,在原材料下调的背景下,该公司还下

“一些企业根据往年经验,认为春节过后原材料价格会回调,没想到反而越涨越凶。”尤志伟表示,目前企业处于正常生产,供应商也正常供货,部分经销商提前看好市场,做了些囤货准备,这也造成了节后订单比去年好的罕见景象。

原材料上涨,意味着利润越来越薄。采访中,记者了解到,尽管发出调价函,但原材料波动较大,得益于有一定的库存,闽山消防顶住压力,仍在观望,尚未公布新的价格体系。尤志伟坦言,“如果价格继续上涨,企业不涨价不太现实,该调价还是会调价”。

业内人士指出,由于消防企业大多是工程类订单,计时报价,库存量少,仅有少部分大型企业会做大量库存。为了降低成本,涨价实属无奈之举。

高性价比提升产品竞争力

涨价给企业带来直观的资金压力、市场压力上升的同时,也在考验同一产业集群中,不同企业的应对能力、耐受力,进一步“筛选”优质企业。

“大宗商品涨价是国际国内多重因素叠加造成的,公司暂时没有对终端产品进行涨价,不过在必要时候也会做适当调整。”福建省特瓷卫浴实业有限公司营销执行总监贾新海告诉记者,他们对原材料价格持观望态度,时刻关注其动态趋势。其次,价格调整并非随意行为,牵一发而动全身。第三,不涨价也是保持市场稳定和品牌竞争力,所以没有马上采取涨价动作。

他分析道,从大环境来看,大宗商品涨价是周期性、规律性的,从资本市场来讲,此轮涨价是一种刚需。此次涨价跟往年相比,还是有本质区别。对于原材料大幅攀升,纯生产型企业

涨价不可避免,但作为集生产、研发、销售等为一体的综合型企业,不能单纯从企业生产成本出发。

为了提升产品竞争力,特瓷卫浴将持续加大新品研发,以高性价比占领市场。继续做好渠道开发、网络建设,苦练内功,把产品再做提炼;继续深度参与精装修、地产战略合作、工程项目等。贾新海透露,如原材料继续上涨,他们或在3月公布最新产品价格。

中宇厨卫股份有限公司对于产品涨价同样持谨慎态度。“针对原材料涨价,为了保证产品在市场上的竞争力,我们900多款产品除了7款做了微调,其他价格保持不变。”中宇产品创新中心负责人黄逞敏说,这无形中增加的成本压力。他认为,市场竞争激烈的环境下,如果终端产品价格继续涨价,等于把压力抛给代理商、经销商,不利于开拓市场。

产品是驱动企业发展的核心。好产品,性价比高,市场接受度才会高,中宇厨卫深谙此道。用岩板做成的台面,具有智能功能的浴镜,用铝合金制作的柜体……在中国水暖城3期最新布置的展厅内,全新升级迭代的一款浴室柜颇为抢眼。

“早期的产品款型、配置比较传统单一,后来引入岩板、智能镜等高端配置,款型更为现代,价格也做了调整。”黄逞敏告诉记者,由于产品符合市场定位、客户需求,尽管是去年年底刚推出的新品,但订单量激增,定制浴室柜供不应求。

对于如何化解原材料涨价的压力,业内人士指出,中小企业既需要自身积极作为,更需要政府及金融机构提供帮扶,具体举措包括继续推出减税降费,降低中小企业融资成本,对原材料市场的不合理涨价行为实施干预等。

微观产业

石材小微企业应深挖创新潜力

蔡静琦

关于商户联盟,其实在整个石材产业链里并不少见。前有快铝中心、博翔、超值汇,后有石多多,无不通过整合石材行业的小微商户,试图抱团发展,让每个个体更强大。我认为,单纯的抱团没有意义,应该深挖创新潜力,进行实质性的模式创新,调动所有成员的积极性,才能让联盟走得更远。

表面上看,大量的小微石材企业举步维艰甚至关门倒闭是因为资金链断裂,深层次考察,不仅仅是资金问题,而是小微业主在企业经营上没有完成思维转换。我国的经济已经进入高速发展期,中小企业从原来单纯依靠产品赚钱、依靠系统赚钱,已经发展到依靠创新赚钱、依靠标准赚钱的阶段,特别是互联网时代迭代加速,很多小微企业很容易迷失方向。

如果企业主跟不上时代变化,无法认识到经济发展规律,即便抱团聚在一起,也不能产生“1+1>2”的化学反应,反而可能更加停滞不前。

从超值汇的运作模式来看,主要吸收没有资金有想法,有钱没销售渠道的两类商户,利用庞大的群体,来实现同等质量而价格最低的采购优势。该模式一定程度上,的确可以帮助部分想从事大理石却资金不足的人实现梦想,但本质上来看,还是没有改变原有的经营模式,还是靠低价取胜,没有借助新传播载体实现更大的拓客能力。

暂且不说石多多模式会不会成功,从眼下的入门标准来看,还是比之前的几个模式更符合时代发展一些。没钱可以,但必须要年轻。仅仅年轻还不行,还必须对互联网营销有了解。

不管什么抱团模式,如果没有创新能力,没有强有力的团队,没有资本推波助澜,都只能在缝隙中求生存。因此,对于创新潜力足的小微企业,只有扶一把,送一程,才有可能促使它们发展壮大。

党的十九届五中全会审议通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》明确提出,支持创新型小微企业成长为创新重要发源地,加强共性技术平台建设,推动产业链上中下游、大中小企业融通创新;完善促进中小微企业和个体工商户发展的法律环境和政策体系。这将为小微企业下一步健康发展提供良好环境。

相信中小企业靠自己的努力、创新,再加上政府的支持,随着市场环境的进一步改善,改革的深入,开放的扩大,中小企业必将会不断产生新的“独角兽”,成长为有活力和有实力的大企业。

抱团发展 小微石材商户成立新联盟

■本报记者 蔡静琦 文/图

近日,记者在抖音无意间发现多个经营石材大板贸易的石材老板,都把各自的头像改成了“石多多”的字样。在一番了解后得知,这个“石多多”是由多家小微石材商户组成的联盟标签。当下,经济形势处于困难调整期,不少中小微企业发展举步维艰。为求生存,他们自发抱团合作,共享资源,以求发展。

热门市场转让费降低

数十年来,水头因石材行业的日渐繁荣,“地主经济”不断扩张,越来越多的土地被用于建厂房、建市场。水头的迅速发展,也吸引了大批的石材投机者或创业者。这也就形成了水头今天这样的局面,小商户遍地开花。

据不完全统计,鼎盛时期,水头一年新注册小商户高达五六千家,少则两三千家。大量的新人涌入,亦有大量的旧人退出。

而今年开春,市场行情似乎并没有那么乐观。不少到期的架子位久久没有等到下一个租户,即便是福山工业区的数个热门市场,也出现了转让费骤降的情况。

一个不愿具名的商户李先生告诉记者,今年开春,一下子就在水头最老牌的综合大型市场澳盛大板市场拿下



了八百多个架子位,转让费加起来不到10万元。

“按往年,要拿下这些个架子位,转让费没个30来万元,怕是没有商户会转让。”李先生说,上一家商户急于脱手,他就花一天时间,把租架子位的问题解决了。

在经营了十几年石材生意的李先生看来,转让费的降低,意味着市场热度的冷却。“像澳盛这样的窗口型市场,按理来说,得有多少虎狼盯着,居然能不费功夫拿下。”

澳盛算是水头较为不错的专业市场,即便转让费降低,依然是市场中的“香饽饽”。然而,周边市场并没有这么乐观。与澳盛对望的南翼、盛达等多个大型市场,不少架子位出现了空

置。而滨海工业区也有架子位一直处于持续待租状态。

而转让费的降低、市场空置率的提高,最直接的原因是商户赚不到钱,不断地选择退出或者缩减规模。

小微商户抱团发展

原本主营金镶玉的李小胖,因矿口停了,接连又做了其他品种。在他发的一条抖音视频中说道,“今年真的很迷茫,都不知道做什么品种好了”。小商户资金有限,他表示在资源方面没有竞争优势。

“价格、品质,矿主都会优先考虑企业。过去信息不对称,小商户们还能赚一些利润,现如今,信息透明,

客户们都是比价三家。”在宏源石材李连源看来,要想突围,必须抱团发展,共享资源,互助互推,才能从客源方面弥补资源的不足。

去年年底,李连源把自己的想法与一些石材商户进行探讨,居然不谋而合,随即便成立了小商户抱团发展联盟——石多多。

李连源告诉记者,石多多要传递的是,石材品类特别多,集合了众多商户的品种,也包含众商家共同推荐的独家品种。“人多力量大。大家一起抱团发展,化劣势为优势,当把流量做起来,就有资本跟矿山谈判。而有了销量也能共同组建工厂。”

“石多多联盟成立不过一个月时间,已有6家商户加入。”李连源说,加入进来的商户,必须是同频的,且对抖音等互联网传播载体有所了解。

上周刚刚加入石多多的李晓义讲道,最初看到石多多这个名字时,他的内心是排斥的,以为又是什么割韭菜的App、小程序,经过两三次的交流就加入其中。

“以前做的是花岗岩批发,去年下半年才转大理石。大理石的推广周期就半年,如果拿到一个新品种,半年内没成功推向市场,这个产品基本就是做不起来了。”李晓义认为,要做大理石品种,就必须抱团发展,让一个品种在水头各个市场里崭露头角,才有更多机会被设计师们看到。

南安市装备制造业协会 举办“CAD设计能力提升专题”培训

本报讯 (记者 李杨瑜 通讯员 林佳琦) 3月13日,由南安市工信局指导,南安市装备制造业协会主办的“南安市制造业企业 CAD 设计能力提升专题”系列培训第一期在成辉国际协会会议室举行,来自沪航集团、三联机械、华盖机械、敏捷机械等12家企业技术部门经理、专业技术相关人员等报名参加培训。

“工业设计是制造业高质量发展的重要引领,是制造向创造转变的重要途径。为进一步提升制造业设计能力,推动制造业高质量发展,协会邀请 CAXA 数码大方两位培训讲师给两期学员授课,旨在为南安市制造业企业的智能制造发展,培育更多优秀的实用型人才。”该协会相关负责人讲道,为保证教学质量,每期学员人数控制在25名左右,经考核合格给予办理《CAXA 教育培训认证证书》,且全程不收取任何费用。

作为国内最早从事 CAD 软件开发的企业,CAXA 多年来一直致力于设计软件的普及应用工作,努力将工程师从纷繁复杂的工程图纸绘制工作中解脱出来,全身心投入设计开发工作,将创新转化为实际工作所需,提高企业研发创新能力。

培训会上,两位讲师围绕 3D 零件设计、表面修改设计、装配设计以及 2D 绘图界面自定义和配置、系统参数设置、绘图环境模板设置;图形绘制和基本编辑操作等应用场景展开,以 2D 工程图绘制典型案例,进行应用技巧指导。目的在于让技术人员们结合自身设计经验学以致用,快速掌握流程和方法。

在培训过程中,技术人员以专业的视角和积极的态度认真体会和学习 CAXA 应用思路,并对具体技术问题进行了深入的讨论。

CAD/CAM 作为核心工业软件,是“工业知识的软件”,必须经过长期的技术积累、应用积累和持续创新。据悉,本期培训成效良好,南安市装备制造业协会将于3月20日举行第二期“CAD 设计能力提升专题”培训。同时,接下来协会将面对企业技术、管理提升需求,联合相关单位部门有针对性地进行各类技术提升、企业管理等系列培训活动,更好地服务泉州地区内的制造型企业,加快培养制造业人才作出更多贡献。