

随刊赠送

2015年1月

电器

供应商情

SUPPLIER INFORMATION

INSIDE

专题报道

净水设备零配件

近年来，净水设备产业呈现爆发式增长，相关企业迎来新一轮“普涨”行情。谋求长远发展，注重技术、品质、专业性已成为净水设备零配件生产企业达成的共识。

P₈ 2015，净水设备
配套企业转型升级
的关键年

P₉ 滤芯制造：为净水
把好每一道关

P₁₂ 增压泵：给纯水机
一颗可靠的“心”

P₁₄ 净水设备部分零配
件生产企业及产品
介绍

企业动态

P₁₈ 专访北京太火鸟科
技有限公司CEO
雷海波

每月资讯

每月数据

月度分析



Welling®
威靈電機

健康源于净水

好泵来自威灵

Health from pure water
Start from welling pump



广东威灵电机制造有限公司

地址：广东省佛山市顺德区北滘工业园兴业路

网址：www.welling.com.cn 邮编：528311

邮箱：sales@welling.com.hk

净水器专用水泵解决方案供应商

强动力 超静音 纯环保 小结构 高品质





CONTENTS

目录CONTENTS

专题报道

2015，净水设备配套企业转型升级的关键年	8
滤芯制造：为净水把好每一道关	9
增压泵：给纯水机一颗可靠的“心”	12
净水设备部分零配件生产企业及产品介绍	14

企业动态

智能硬件孵化平台的先行者	18
——访北京太火鸟科技有限公司CEO雷海波	

行业动态

CHINAPLAS 2015:	
集结尖端技术 助力制造业自动化	20
涂镀板市场2014年回顾及2015年展望	22
电工钢市场2014年回顾及2015年展望	23
冷轧板市场2014年回顾及2015年展望	24
不锈钢市场2014年回顾及2015年展望	25

每月资讯

月度分析	6
每月数据	21

广告索引

《电器供应商情》封底	封底
威灵封二	封二
万宝P1	1

主管 Competent Authority: 中国轻工业联合会

主办 Sponsor: 中国家用电器协会

出版 Publisher: 《电器》杂志社

国内统一刊号: CN11-5216/TH

国际标准刊号: ISSN 1672-8823

广告经营许可证: 京东工商广字第0264号

主编 Editor-in-chief: 黄敏 Huang Min

责任编辑 Editors: 陈莉 Chen Li/赵明 Zhao Ming

美术编辑 Art Director: 施力 Shi Li

编辑部电话 Telephone: (010) 65222594 65231810

电子信箱 E-mail: chiapp@sina.com

社址 Address: 北京东长安街6号120室

邮政编码 Zip Code: 100740

网址 Website: http://www.dianqizazhi.com

版权声明

未经许可，任何单位和个人不得擅自摘编、使用或转载本刊上刊载的图文作品。

金属与金属制品

2014年11月铜管企业开工率下降

2014年12月12日消息,为了解铜管企业生产运营状况,富宝铜调研小组对10月及11月各地区13家铜管企业展开跟踪调研。调研报告显示,年产能超过1万吨的大型企业有两家(10月、11月平均产量均为2000吨);年产能可在1000~10000吨之间的中型企业有7家(10月平均产量为318.33吨,11月平均产量为301.66吨);年产能可1000吨以下的小型企业有5家(10月平均产量为5.16吨,11月平均产量为5吨)。从铜管企业的开工情况来看,11月平均开工率为65.24%,环比下降3.97个百分点。11月,铜管企业进入销售淡季,再加上临近年关资金回笼更加艰难,导致开工率下滑。



2014年1月

宝钢钢材价格稳中下调

2014年12月11日,宝钢股份出台2015年1月钢材价格调整政策。政策显示,主要钢材价格稳中有降。其中,热轧产品价格继续平盘,酸洗、冷轧、镀锌等产品出厂价格下调100~200元/吨。

业内人士预计,鞍钢、本钢、首钢等普碳热轧产品产能、产量相对较多的钢厂将对热轧产品的出厂价格小幅上调,冷轧产品的出厂价格则将跟

随宝钢有所下调。

武钢三冷轧镀锌机组实现家电外板直接下线

2014年12月19日,6000吨高等级家电外板从武钢三冷轧镀锌机组直接下线,成材率超过96%,这标志着武钢三冷轧机组具备实现家电外板直接下线的能力。

据悉,武钢三冷轧镀锌机组属于高速运行的连续生产线,主要生产汽车板和家电板,工序多,工艺复杂。以往,生产家电外板需要经过重卷检查机组,造成带钢头尾切损量较大,影响家电外板的成材率。为此,武钢三冷轧镀锌机组联合质量检测、计量控制等单位,对家电外板直接下线存在的问题展开攻关,先后解决了头尾擦伤缺陷,恢复下卷取功能、表面检测仪功能等问题。

压缩机及电机

工信部补贴电机节能改造

2014年12月1日,工业和信息化部、中国工程院、广东省人民政府联合召开2014年全国电机能效提升工作会议。工信部副部长苏波在会上指出,要将电机能效提升计划作为未来3年工业节能减排领域的重要任务之一。

业内人士认为,随着工信部在全国范围内补贴电机系统的节能改造,高效电机市场需求将逐步释放,逐年递增。工信部未来3年内将累计推广高效电机1.7亿千瓦以及实施电机系统节能技术改进1亿千瓦,据此估算,高效电机及相关设备需求接近千亿元。

2014年1~10月印度压缩机需求同比增长36%

产业在线统计数据显示,2014年

1~10月,中国出口至印度的压缩机总量为289万台,同比增长36%。按照往年的规律,11月以后,印度对压缩机的需求将进入旺季,并很有可能延续到2015年5月。

海立股份拟收购杭州富生电器

2014年12月22日,海立股份与杭州富生控股有限公司(以下简称富生控股)及自然人葛明签署《重组意向书》,拟收购富生控股与葛明持有的杭州富生电器股份有限公司(以下简称富生电器)100%的股份。交易完成后,海立股份的全体股东将拥有的海立股份的资产注入富生电器,届时富生电器将成为海立股份的全资子公司,富生电器的全体股东也将成为海立股份的股东,不再直接持有富生电器的股份。据悉,富生电器注册资本为1.6亿元,经营项目包括压缩机电机、热保护器、空调配件等。另据了解,该协议为意向协议,尚需进一步调查并签署正式的《发行股份购买资产协议》。

艾默生与四季沐歌签订压缩机合作协议

2014年12月12日,艾默生环境优化技术和江苏四季沐歌空气能有限公司在上海正式签订战略合作协议,就热泵专用压缩机应用技术进行深度合作达成共识。

据悉,艾默生环境优化技术不仅可以提高四季沐歌空气能热水器的性能,更能减少产品的环境足迹。通过签订合作协议,艾默生环境优化技术与四季沐歌就热泵专用压缩机应用技术的合作将更全面深入,进一步提高压缩机的应用效果,从而为终端消费者提供优质、高效、环保、节能的空气能热水器。

2014年华润三洋压缩机销量不足300万台

产业在线统计数据显示, 2014年1~11月, 华润三洋压缩机销量为272万台, 同比下降超过30%, 预计全年销量不足300万台, 销量下降明显。由此可见, 在行业供过于求的大背景下, 华润三洋产品相对单一, 在竞争中略显吃力。

2014年苏州三星微型压缩机实现小批量生产

2014年底, 苏州三星微型压缩机实现小批量生产, 主要供给韩国三星本部, 产品应用在桌面空调等新产品领域。另据了解, 苏州三星将单独投资建设一条生产线, 生产微型压缩机, 未来将进一步拓展微型压缩机的应用领域。

安徽海立与海立铸造完成股权整合

2014年12月18日, 安徽海立精密铸造有限公司(以下简称安徽海立)与上海海立铸造有限公司(以下简称海立铸造)举行了股权整合仪式, 即以海立股份所持有的海立铸造80%股权对安徽海立增资, 海立铸造的其他股东同时以持有的海立铸造20%股权对安徽海立增资。增资完成后, 海立股份持有安徽海立的股份将由40%增加至56.38%, 成为安徽海立的控股股东, 海立铸造其他股东相应也持有安徽海立的股权, 海立铸造将成为安徽海立的全资子公司。

安徽海立成立于2013年, 作为海立集团旗下的重要企业, 主要生产家用空调压缩机、汽车、高铁配件的铸件及精加工件。安徽海立目前具有两条垂直铸造生产线和1条水平铸造生产线, 铸件产能共计5万吨/年, 2015年将达到7万吨/年。此外, 安徽海立作为海

立集团铸件和机加工件生产基地, 除了满足海立集团配套需求, 还将向汽车零部件领域拓展。作为机加工件生产基地, 海立铸造机加工件主要服务于海立集团所属的上海日立和海外市场。

卧龙电气拟收购欧洲电机公司

2014年12月21日, 卧龙电气发布公告称, 计划以非公开发行股票的部分募集资金用于收购总部位于欧洲的电机及控制装置企业, 目前已与该企业的实际控制人及管理层达成初步合作意向, 但仍需对该企业进行法律、财务方面的调查。

公告称, 卧龙电气控股股东卧龙控股集团有限公司参与本次非公开发行认购, 卧龙电气本次引入的投资者系未来的战略合作伙伴, 目前仍需一定时间与意向投资者就非公开发行及未来持续合作事宜进行充分沟通和商务谈判。

钱江制冷斥资1.8亿元对冰箱压缩机生产线进行技术改造

2014年12月29日消息, 杭州钱江制冷集团有限公司斥资1.8亿元对冰箱压缩机生产线进行技术改造。据悉, 本轮技术改造聚焦“机器换人”, 以扩大产能、提高产品质量为核心目标, 通过引入现代化、自动化的先进装备, 促进企业技术进步、加强质量管理控制、提高生产效率、提升劳动力素质, 最终实现人口红利向技术红利转变, 推动企业转型升级。

凌达涡旋压缩机将于2015年9月投产

2014年12月24日消息, 凌达涡旋压缩机生产基地计划于2015年9月投产, 一期产能为30万台, 全部达产后产能将达到150万台。据悉, 该生产基地设在广东珠海, 产品将优先供应格

化工信息

蒙特利尔议定书批准中国资金约为3529万美元

2014年11月9日, 《蒙特利尔议定书》多边基金执委会第73次会议在法国巴黎召开。本次会议共批准了62个国家提交的106个项目, 批准项目资金约为5876万美元。其中, 本次会议批准了中国提交的消费行业含氢氟氯烃淘汰计划(HPMP)年度资金、甲基溴生产行业计划年度资金、第二阶段HPMP准备项目以及机构加强项目第11期, 批准资金共计约3529万美元, 业内人士关心的结余资金使用问题也得到了解决。

2014年11月R22制冷剂同比增长50%

2014年11月, R22制冷剂价格同比增长近50%。业内人士分析, R22作为过渡制冷剂, 2013年起开始实施配额生产, 供给受到限制, 供需偏紧是价格上涨的重要原因。此外, 2015年1~2月恰逢春节, 空调生产企业会将重心放在空调销售与去库存上, 同时R22制冷剂生产企业在1月、2月申请的出口证陆续下发之前, 产品多集中在国内销售, 因此国内R22制冷剂的价格会小幅下降。业内人士预计, 3月左右, 随着空调销售旺季到来, 出口放量, R22制冷剂的价格再度上涨的概率非常大。



拜耳在沪建水性聚氨酯生产线

2014年12月10日,拜耳材料科技聚氨酯分散体项目奠基仪式在上海举行。新生产线位于拜耳上海一体化基地,是德国总部之外首条用于规模化生产水性聚氨酯分散体新产品的设施,建成投产后将大大缩短针对本土市场产品创新的周期,进一步夯实拜耳材料科技在中国及亚洲水性聚氨酯市场的领导地位。据预测,水性聚氨酯分散体在以中国为主的亚太市场将保持7%~8%的年平均增速。拜耳材料科技亚太区涂料、黏合剂和特殊化学品业务部门高级副总裁贺福瑞表示:“通过产品创新、应用研发、技术支持、生产及商业运作,拜耳材料科技将为客户提供个性化的聚氨酯解决方案,更好地满足市场需求。”

三井化学研制出新型耐黄变聚氨酯弹性体

2014年12月16日消息,日本三井化学研制出一款名为Fortimo的新型聚氨酯弹性体,预计于2015年4月推向市场,三井化学位于日本中部名古屋的工厂将生产这种特殊的聚氨酯弹性体。据悉,该产品是一种基于新型脂肪族异氰酸酯的聚氨酯弹性体,相比传统的异腈酸酯类弹性体,弹性更好、使用时间更久、耐热性更强。值得一提的是,Fortimo不会黄变,而且成型时间要比传统的弹性体更短。这种产品的目标应用领域包括汽车、医用导管和高度耐用工业材料领域。

杜邦高性能化学品业务将于2015年分拆上市

2014年12月24日消息,杜邦公司将剥离主要的大宗高性能化学品业务,剥离后,这部分业务将被命名为Chemours公司,包括化学品解决方案、

氟产品和钛技术3部分业务,分拆工作将在2015年夏天投资者路演之后完成。据悉,杜邦公司的股东将继续持有Chemours公司的股份,新公司将在纽约证券交易所上市。2014年前9个月,杜邦公司即将成为Chemours公司的高性能化学品业务单元营业利润为4.3亿美元,营业收入为49亿美元。其中,最大的业务是钛白粉,占有销售总额的46%,氟产品占36%。

三井化学韩国SKC合并聚氨酯原料业务

2014年12月26日消息,三井化学和韩国SKC公司计划于2015年4月1日之前合并聚氨酯原料业务,并成立一家合资公司负责运营,两家公司各持有50%的股份。据悉,该合资公司总部将设在韩国,聚氨酯业务遍及中国北京、佛山、苏州和天津,以及印度尼西亚、马来西亚、波兰、泰国和美国,预计2015年销售额达到15亿美元,2020年销售额增加至20亿美元。

两家公司共同表示,成立合资公司的目的是为了整合聚氨酯业务以降低运营成本,并通过整合产品和技术开发新的应用。另据了解,三井化学旗下涉及的资产包括位于日本大牟田产能为12万吨/年的TDI工厂,以及持股50%的位于韩国丽水产能为20万吨/年的MDI工厂。此外,三井化学还在日本名古屋运营一套5万吨/年的多元醇装置。而SKC在韩国蔚山拥有一套18万吨/年的MDI装置。

电子及显示器件 2014年显示面板出货面积同比增长13.3%

2014年12月24日消息,据群智

咨询最新研究报告,2014年全球显示面板出货面积将达到1.62亿平方米,同比增长13.3%,明显高于显示面板出货量5.6%的增速。全球电视面板的平均尺寸为39.2英寸,同比增长1.6英寸。

索尼开发出采用有机EL面板的可穿戴设备显示器

2014年12月17日,索尼宣布,开发出可安装在各种设计风格的眼镜(近视镜、太阳镜、护目镜等)上使用的单眼用显示器模块。该产品的特点是,显示元件采用0.23英寸640×400像素的有机EL面板,对比度高达10000:1,100%覆盖sRGB色域。据悉,索尼计划于2015年量产这款产品,面向的销售对象包括销售运动和娱乐等特定用途眼镜的企业、打算使可穿戴设备与自己公司的产品联动的电器企业、提供基于可穿戴设备的商务解决方案的企业等。

京东方拟以1.8亿元回购地方政府股权

2014年12月1日,京东方发布公告称,拟以1.8亿元回购地方政府所持北京子公司近1%的股权。其中,京东方拟以528.83万元回购北京经济技术投资开发总公司所持京东方显示0.029%的股份,以1.75亿元回购北京亦庄国际投资发展有限公司所持京东方显示0.962%的股份。因此,京东方以约1.8亿元回购京东方显示近1%的股份意味着地方政府淡出,京东方将持有京东方显示100%的股权。

LG Display成立OLED部门

2014年12月9日,LG Display表示,已成立新的有机发光二极管(OLED)部门,专门负责将基于OLED技术的产品

推广上市, 同时还将成立负责 OLED 客户的新部门。

据悉, 未来所有与 OLED 相关的计划都将交由新 OLED 事业部负责。另据了解, LG Display 计划于本月将 OLED 面板产量提升 3 倍, 以压低 OLED 电视的售价, 目的是吸引更多消费者青睐。

赛灵思宣布量产 20nm FPGA 器件

2014 年 12 月 22 日, 赛灵思公司宣布, Kintex UltraScale KU040 FPGA 成为业界首款投产的 20nm 器件。与同类产品相比, Kintex UltraScale 器件可以为多种应用提供最佳的单位功耗性价比, 其中包括 100G OTN、包处理与流量管理、8×8 混模 LTE 和 WCDMA 射频、8K/4K 显示、智能监控与侦察 (ISR)、数据中心等。

触控面板产能过剩, 东莞两台资企业停产停工

2014 年 12 月 5 日, 广东省东莞市政府门户网站挂出了一则消息称, 受中国台湾胜华集团结构调整影响, 该集团在东莞的两家子公司——万士达液晶显示器有限公司、联胜 (中国) 科技有限公司将停产, 并积极寻求整合重组。

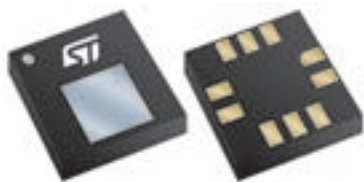
万士达是全球重要的触控面板生产商, 曾是苹果的重要代工厂。万士达的困境折射出触控面板行业的苦涩现状。有媒体报道, 目前整个触控面板行业处于过度竞争状态, 对很多企业来说, “没有利润可言”。

意法半导体推出厚度不足 0.8mm 的压力传感器

2014 年 12 月 15 日, 意法半导体推出新款压力传感器。新产品 LPS22HB 是全球最小的压力传感器, 具有高测量精度、稳固封装设计、超小尺寸等特点。LPS22HB 是市场上唯一整体采用一

次性成形穿孔格栅阵列塑料封装的产品, 芯片表面积仅为 2mm×2mm, 厚度不足 0.8mm, 是市场上最小的封装。LPS22HB 预计于 2015 年第三季度开始量产。

目前, 压力传感器被集成到越来越多的消费电子产品与可穿戴设备中, 例如智能手机、平板电脑、运动手表、智能手表以及手环等, 使目标应用实现楼层识别和增强型位置服务, 提高航位推测运算准确率, 为天气分析器、健康运动监视器等智能手机应用创造更多机会。因此, 市场分析机构 HIS 预测, 到 2018 年, 全球用于消费电子产品的压力传感器销量将接近 10 亿颗。



罗姆旗下 LAPIS Semiconductor 开发出家电用 16bit 微控制器

2014 年 12 月 23 日消息, ROHM (罗姆) 旗下 LAPIS Semiconductor 开发出抗噪声干扰和抗高温环境的 16bit 低功耗微控制器 ML620100 系列 “ML620150 家族”, 含 3 种存储器容量、3 种封装尺寸, 共计 9 种产品。目前, 该产品正在出售样品, 并计划于 2015 年 3 月投入量产。

据悉, 目前, 家电、工业设备多使用电机、压缩机、加热器等容易产生噪声的零部件, 尤其在厨房中, 同一电源线上多个家电同时工作, 这种环境要求家电必须采取抗电源噪声干扰的措施, 比如在系统整体上添加屏蔽层等。以往家电多使用 8bit 微控制器, 但为了追求舒适性和便利性, 家电制造正在向自动化、高性能化方向发展, 这要求传

感器精度更高, 同时也要求微控制器的处理能力更强, 因此, 8bit 微控制器将逐步被 16bit 微控制器所取代。

其他

欧洲重启对中国太阳能玻璃面板反倾销调查

2014 年 12 月 12 日, 欧盟委员会决定重新对中国太阳能玻璃面板进行调查, EU ProSun 曾在 2014 年 9 月提出要对中国太阳能玻璃面板商进行调查。

据 PV-tech 报道, EU ProSun 出示了足够的证据, 证明中国厂商的倾销幅度远远超出最初的调查结果, 且欧盟企业的积极影响已变得不足。欧盟必须在 9 个月内对最新的调查结果采取行动。

2014 年 11 月空调各类阀件均实现同比增长

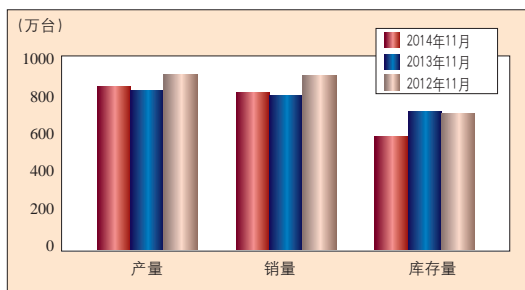
产业在线监测数据显示, 2014 年 11 月, 空调截止阀内销量为 1553 万只, 同比增长 9.7%, 环比增长 16.6%。空调四通阀内销量为 643 万只, 同比增长 2.9%, 环比增长 18.2%。空调电子膨胀阀内销量为 294.8 万只, 同比增长 8.5%, 环比增长 15.7%。

2014 年 1 ~ 11 月, 空调截止阀累计内销量为 18622 万只, 同比增长 11.1%。空调四通阀累计内销量为 7615 万只, 同比增长 10.1%。空调电子膨胀阀累计内销量为 2842.3 万只, 同比增长 57.3%。

2014 年 8 月 ~ 2015 年 11 月, 空调截止阀累计内销量为 5704 万只, 同比增长 3.4%。空调四通阀累计内销量为 2368 万只, 同比增长 0.3%。空调电子膨胀阀累计内销量为 988.4 万只, 同比增长 35%。

2014年11月压缩机、电机市场简析

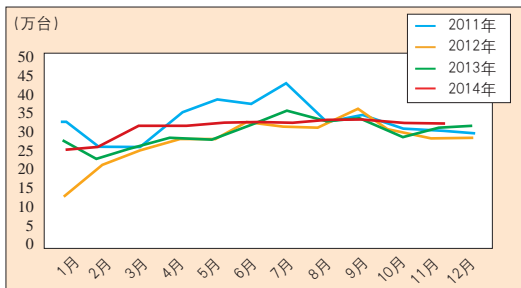
2014年11月冰箱压缩机行业总体运行情况



► 冰箱压缩机：产销同比增长

2014年11月,冰箱压缩机产量为878.3万台,同比增长2.6%;销量为832.2万台,同比增长0.9%。从8月开始,冰箱压缩机产销就进入下行通道,行业逐渐步入淡季。2014年,冰箱市场“寒气逼人”,虽然出口市场实现同比增长,但难掩整体市场疲态。总体来看,冰箱市场对压缩机的需求同比小幅增长,在整体环境不景气的背景下,冰箱压缩机企业通过开拓海外市场、提高高效产品占比等手段努力完成全年的出货目标。

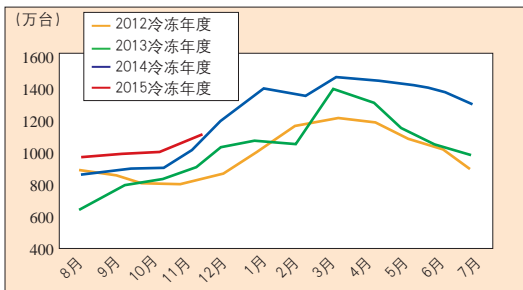
2011~2014年涡旋压缩机内销量月度推移



► 涡旋压缩机：产销同比均增长

2014年11月,涡旋压缩机产量为36.74万台,同比增长5.18%,环比增长9.48%;销量为36.72万台,同比增长4.95%,环比增长8.83%。其中,内销量为30.56万台,同比增长2.83%,环比增长5.85%;出口量为6.16万台,同比下降16.94%,环比增长26.48%。11月,涡旋压缩机行业整体发展趋势平缓,产销同环比均出现小幅增长。涡旋压缩机行业并未太多受到季节影响,依然保持较高的销售水平。

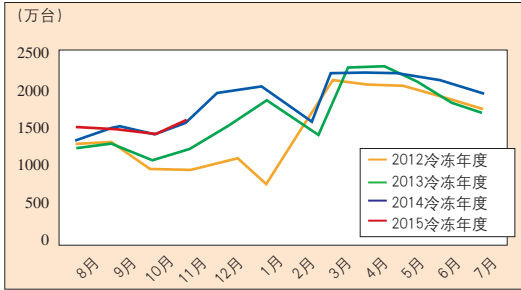
2011~2015冷冻年度旋转压缩机销量月度推移



► 旋转压缩机：产销同比增长

2014年11月,旋转压缩机产量为1281.2万台,同比增长2.77%,环比增长11.3%;销量为1189.2万台,同比增长2.26%,环比增长10.2%。2014年1~11月,旋转压缩机累计产量为14141.9万台,同比增长20.47%;累计销量为14035.1万台,同比增长19.92%。2014年8~11月,旋转压缩机累计产量为4521.1万台,同比增长10.8%;累计销量为4317.5万台,同比增长10.74%。

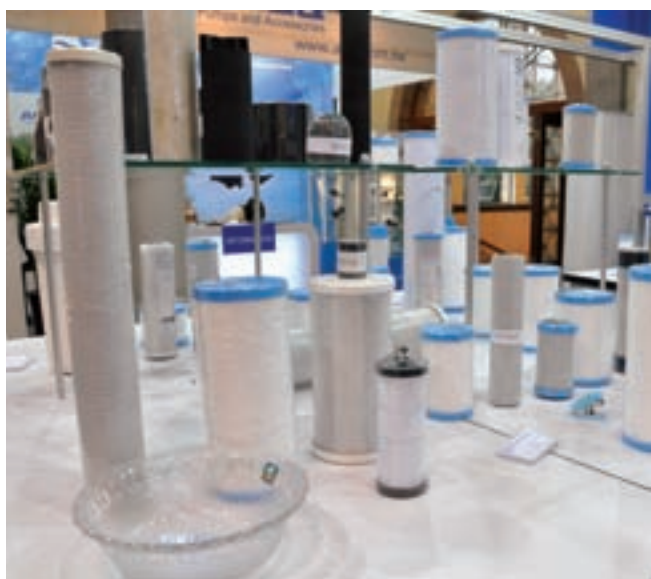
2011~2015冷冻年度空调电机内销量月度推移



► 空调电机：销量同比增长

2014年11月,空调电机销量为2162.5万台,同比增长4.22%,环比增长16.86%。其中,内销量为1724.5万台,同比增长3.26%,环比增长14.02%;出口量为438万台,同比增长8.15%,环比增长29.59%。11月,空调电机内销量同环比均增长,这主要得益于空调产量的增长,增大了空调电机需求量。出口方面,日本、泰国、印度等市场需求明显增长,而美国、韩国、土耳其等国家需求有所下降。

注：以上分析均由产业在线提供。其中，进出口数据来源于海关总署，产量销量数据则来源于产业在线的渠道监控。



净水设备零配件

近年来，净水设备产业呈现爆发式增长，相关企业迎来新一轮“普涨”行情，作为核心零配件，滤芯（活性炭、PP棉、超滤膜、微滤膜、反渗透膜等）、增压泵、压力桶的出货量在市场需求刺激下逐年增长。可喜的是，主流净水设备零配件生产企业并没有被眼前的好日子冲昏头脑，有关技术研发、产品品质、服务的专业性、知识产权保护等方面的深入思考正在为处于蓬勃发展阶段的净水产业注入正能量。

2015，净水设备配套企业转型升级的关键年

本刊记者 赵明

“这两年行业发展速度太快，甚至来不及思考，但对于净水设备上游零部件配套企业来说，决定命运的时刻或许就在这一两年内出现，今天做的事情很可能决定企业将来能走多远。”某净水设备零部件配套厂负责人的话耐人寻味。值得庆幸的是，《电器》记者在采访过程中发现，主流零部件配套厂并没有被净水设备市场的高歌猛进冲昏



头脑，站在行业发展的分水岭上，有关技术研发、产品品质、配套服务的专业性、知识产权保护等方面的深入思考正在为处于蓬勃发展阶段的净水产业注入正能量。

据中怡康测算，2014年1~11月，水家电市场整体零售额达到224.8624亿元，同比增长32.05%，零售量达到1950万台，同比增长2.94%。其中，净水设备零售额达到148.9327亿元，同比增长72.62%，零售量达到655.47万台，同比增长58.28%。如此迅猛的增长速度和庞大的市场容量，给上游配套企业创造了无限商机。作为净水设备核心零部件，滤芯（活性炭、PP棉、超滤膜、微滤膜、反渗透膜等）、增压泵、压力桶的出货量在 market 需求的刺激下逐年增长，大多数净水设备零部件配套厂的业绩都保持每年不低于20%的增长速度。

值得关注的是，从不同净水设备品类销售比例来看，纯水机所占市场份额已经超过净饮水机，成为市场主流，带动反渗透膜、增压泵等核心零部件采购量上升，吸引了更多企业在这

两个产品领域进行战略布局，投放更多资源，支持技术研发，提升产品质量。与此同时，其他净水设备品类也步入增长轨道，活性炭、PP棉以及超滤膜等净水设备上的“标配”供求两旺。

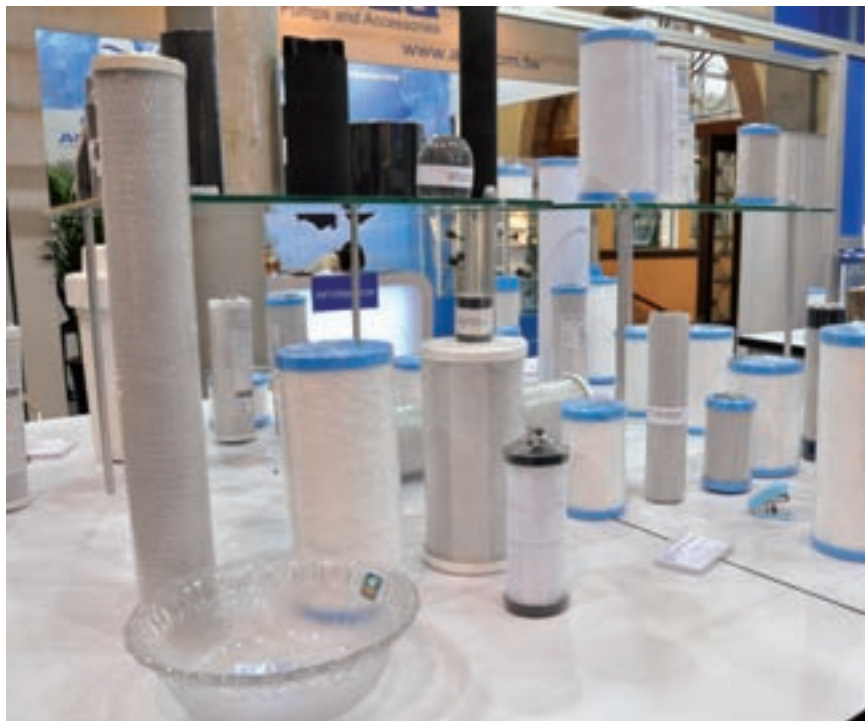
据不完全统计，2014年，国内净水设备生产企业已经超过3000家，参与竞争的企业数量每年都以30%~40%的速度增长，净水设备产业的不成熟由此可见一斑。净水设备企业生产规模、制造水平差距大，产品质量良莠不齐，什么样的配套企业都有拿到订单的机会，不看品质只看报价的现象在净水设备零部件采购环节并不鲜见。然而，随着消费者对净水设备认识不断深入、国家相关标准不断完善、领军企业的脱颖而出带领产业规范化发展，行业洗牌的到来似乎并不遥远。

据预测，2015年净水设备市场零售量、零售额还将实现超过50%的增长。国务院发展研究中心市场经济研究所调查，未来5年，净水设备市场需求量将超过1亿台，市场规模将超过4000亿元。产业发展潜力巨大，摆在净水设备零部件配套企业面前的却是转型升级的大课题，面对市场大考，何去何从，相关企业正在做出自己的选择。■

滤芯制造：为净水把好每一道关

本刊记者 赵明

近年来，净水设备产业呈现爆发式增长，作为净水设备的核心零部件，滤芯（活性炭、PP棉、超滤膜、微滤膜、反渗透膜等）市场需求量激增，相关生产企业产销两旺。强调技术、品质、专业性，成为滤芯生产企业间的共识。《电器》记者采访时明显感觉到，2014年，中国净水设备企业正在全力挣脱无序竞争的羁绊，市场不断扩容的同时，滤芯生产企业提供的新材料、新技术、新设计理念逐步得到认可。



市场细分，“普涨”行情下境遇不同

净水设备通常由多种

滤芯结合成组，层层过滤原水，提升水质。按照 GB/T30306—2013《家用和类似用途的饮用水处理内芯》解释，滤芯可按水处理原理分为粗滤内芯、膜内芯、吸附内芯、矿化内芯、离子交换内芯、复合内芯和其他内芯。其中，粗滤内芯指具备粗滤功能的内芯，包括石英砂、无烟煤、天然锰砂、陶瓷、PP棉等为滤料的内芯。膜内芯指以膜元件为核心构成的内芯，包括微滤内芯、超滤内芯、纳滤内芯、反渗透内芯等。吸附内芯指具备吸附功能的内芯，包括以颗粒活性炭、活性炭棒、活性炭纤维、吸附树脂、陶瓷颗粒等为滤料的内芯。矿化内芯指具备矿化功能的内芯，主要包括以矿化球、麦饭石等为滤料的内芯。离子交换内芯指具备和水中离子进行可逆性交换能力的内芯，包括以阴离子交换树脂、阳离子交换树脂等为滤料的内芯。复合内芯指具备两种或两种功能以上的内芯。其他内芯指上述功能以外的内芯，如电渗析等。

众多产品中，以陶瓷、PP棉等为滤料的滤芯可应

用于所有水处理产品的预处理环节，广阔的市场空间促使此类滤芯生产企业步入规模化竞争阶段，品质可靠，具备一定生产规模的企业已经取得竞争优势，并逐步强化市场地位。

活性炭可去除水中的臭味、色度、余氯、胶体、有机物（如合成洗涤剂、农药、除草剂、杀虫剂、合成染料、三卤甲烷、卤乙酸、内分泌干扰物如邻苯二甲酸酯 PAES 等）、重金属（如汞、银、镉、铬、铅、镍等）、放射性物质等，是净水设备中使用最早、应用最广泛的材料，一般用于预处理或作为净水设备水处理工艺中的一个单元出现。活性炭不仅用于一般活性炭净水器，在家用纯水机，以及多数超滤、陶瓷、KDF、UV 等净水机中都会用到，市场需求量巨大。

净水设备中，纯水机和净水机整机产销量呈交替增长态势。由于只有反渗透纯水机才能彻底解决所有的水质问题，近两年，纯水机市场零售量已经超过净水机。净水机配装超滤膜滤芯，纯水机配装反渗透膜

滤芯,随着整机市场竞争越来越激烈,这两类滤芯生产企业也在不断寻求技术突破,成为滤芯制造领域技术研发最为活跃的两个产品类别。

膜滤芯,蓬勃发展背后加紧技术升级

在家用净水设备中,以微滤膜、超滤膜、纳滤膜、反渗透膜组成的膜滤芯阵营发挥着极为重要的作用。

陶氏化学的RO膜、热水膜、反渗透膜、超滤膜、纳滤膜分离技术在解决工业、市政、商业和家庭等方面的净化用水中是全球公认的先驱。近年来,陶氏化学尤为重视对中国家用净水设备应用市场的开拓,反渗透业务连续几年保持高速增长。陶氏化学家用反渗透业务销售郑勤勤在接受《电器》记者采访时透露,陶氏化学在中国的反渗透业务分为反渗透膜膜片和反渗透膜滤芯两种业务形式,可以为净水设备生产企业提供反渗透膜,配合有能力自己组装滤芯的整机厂深度开发净水设备,也可以直接为净水设备厂提供在美国工厂完成制造过程的高品质反渗透膜滤芯元件成品,缩短、简化净水设备的制造流程。“我们的反渗透膜滤芯供货价格在100元以上,要比很多国内滤芯产品高出一倍。”对此,陶氏化学并未感到太大的竞争压力,郑勤勤说,“虽然成本相差40~50元,但国内一些知名净水设备制造厂还是能够认可陶氏化学的产品,可以接受这个价格差。我们的合作伙伴也是在净水设备制造领域发展较好的企业,他们的快速发展带动了陶氏化学反渗透膜产品销售业绩的节节攀升。”据了解,2015年,陶氏化学将进一步深耕中国市场,贴近中国净水设备生产企业大流量、高回收率的需求,推出更适合中国本土市场的反渗透膜产品。

拥有超过40年液体分离膜产品开发经验的东丽可为净水设备厂提供微滤、超滤、纳滤、反渗透和膜生物反应器等全系列液体分离膜产品。东丽公司生产的反渗透膜脱盐率极高。针对中国家用净水设备市场,东丽公司推出了极低压反渗透膜,具有压力低、产水量大、脱盐率高等特点。东丽公司相关技术负责人介绍

说:“通常,普通家用反渗透纯水机的运行压力不高于100Psi,东丽的极低压反渗透膜在这样的条件下可以达到预期的净化效果。”

一些净水设备整机生产企业出于对掌握核心技术、控制产品品质、降低制造成本等方面的考虑,纷纷在膜滤芯生产项目上投放资金和技术等资源。A.O.史密斯拥有成熟的卷膜生产体系,具备将膜材料制成滤芯的生产能力,这让A.O.史密斯在反渗透膜滤芯技术研发上有更多发挥余地。其耗时两年研发成功的MAX3.0长效反渗透滤芯将滤芯寿命由两年延长至三年,同时大大提高净水产出率。

北京碧水源净水科技有限公司在生产净水设备的同时,已经成为颇具规模的膜研发和生产基地,目前微滤膜年产能达到400万平方米、超滤膜年产量达到200万平方米,经过新一轮投资建设,碧水源将拥有年产100万平方米的反渗透膜、100万平方米纳滤膜研发生产基地。“碧水源目前主推的是超级纳滤膜滤芯技术。”滤芯设备事业部经理赵靖介绍说,“所谓微滤、超滤、纳滤是根据过滤膜孔径大小来定义的,孔径越小过滤原水效果越彻底,通常情况下,纳滤膜孔径小于微滤膜和超滤膜,大于反渗透膜。碧水源超级纳滤膜孔径在3~5nm之间,细菌、病毒的去除率为100%,重金属去除率达到97%,Ca、Mg、Fe、Mn等元素的截留率均在80%~90%之间,农药、环境荷尔蒙类物质去除率在97%以上,对消毒副产物及其前体物平均截留率在94%以上。此外,超级纳滤膜滤芯保留了水中一定的微量元素,出水近中性,呈弱碱性,对人体健康更有利。”

在生产家用反渗透直饮水机、商用反渗透直饮水机、超滤净水器、中央软水器和工业水处理设备等产品的时候,伊美特集团还身兼另一个角色——水家电零配件供应商。据上海伊美特实业有限公司总经理王鑫介绍,伊美特集团生产并销售各种净水系列产品,整机90%以上的零配件,如反渗透膜、水泵、变压器、滤瓶、滤芯、压力桶等皆依靠自主研发、自主生产。对此,王鑫说:“这种生产模式有助于我们对产品质量严格把控,净水设备制造是一个非常严谨的过程,绝对容不得半点儿差错。”

目前,深圳市金利源净水设备有限公司超滤膜滤芯的月产量达到20多万件,实现了超滤膜自给自足。总经理美国平表示:“为了达到生产条件,金利源

2014年下了大力气，对厂房进行了装修改造，使超滤膜车间真正实现无尘化。”

活性炭，严格把控产品质量

据了解，活性炭的表面和内部布满了纳米级别的微孔，最小的只有0.05nm左右，当水中有害化学物质流过活性炭时被微孔吸附，从而达到净化水质的效果。活性炭表面及内部孔径的比表面积之和越大，吸附能力越强，活性炭里的中孔和小孔分布越多越均匀，化学去除率越好。

目前，为净水设备企业供应活性炭的企业数量众多，生产能力、品质把控能力相差甚远。“市场上活性炭供货价格相差甚至超过30%，这能充分说明问题。”据某企业负责人透露，活性炭在净水设备中发挥的作用十分关键，知名净水设备品牌在采购活性炭时十分谨慎，但一些急功近利的小净水设备厂贪图便宜，或是不具备相应的检测能力而购入劣质活性炭，直接降低净水设备的出水品质，甚至产出不达标的水。“价格差在哪里？”该负责人进一步举例说，“活性炭要经过酸洗去除内部的重金属元素，一些小活性炭厂把这一步改为‘喷酸’，不是用食品级盐酸浸泡活性炭，而是将盐酸直接喷淋在活性炭表面，这样的表面功夫起不到任何作用。酸洗工序后，活性炭还要经过水洗工序，这一步也很关键，必须使用纯水，否则酸洗后的活性炭将受到污染，但水洗工序使用纯水会增加成本，很多活性炭厂根本没有纯水装置。此外，一些活性炭厂购入已经使用过并报废的活性炭，简单处理后便参入待售的产品中，这些活性炭根本起不到应有的滤除效果。”

“净水设备厂必须提高对活性炭的品质要求。”卡尔冈炭素（苏州）有限公司销售负责人江潮滨在接受《电器》记者采访时表示，“煤质活性炭、椰壳活性炭，不管活性炭的制成材料是什么，必须达到相关标准要求才能在净水设备中发挥作用。”据江潮滨介绍，在实际应用过程中，活性炭芯分为“前置”和“后置”两种存在形式，前置活性炭芯设置在预处理环节，安装在反渗透膜前对原水进行吸附过滤，高品质前置活性炭芯滤除效果好，可以起到保护反渗透膜，延长

反渗透膜使用寿命的作用。后置活性炭芯设置在反渗透膜后，可以再次吸附杂质，起到更深层次净化的作用，有些企业在后置活性炭芯中加入口感改善因子，使饮用水口感更好。由于后置活性炭芯在反渗透膜后，品质尤为关键，一旦出现问题，整个原水净化过程将前功尽弃。据了解，卡尔冈炭素公司是全球最大的活性炭提供商，在粒状活性炭生产技术及销售方面是世界活性炭领域的领导者，拥有100多种活性炭产品，广泛应用于饮用水净化、废水处理、空气净化、食品和化工过程净化及特殊应用等领域。

活性炭吸附了大量的有机物，这些有机物会成为细菌等微生物的营养，细菌会在活性炭的微孔中大量繁殖增生，可能导致出水菌落总数超标。A.O.史密斯（上海）水处理产品有限公司注意到了这一点，在部分家用反渗透纯水机的后置活性炭滤芯中加上一小段溴树脂，确保出水无菌，这一产品出口到欧洲市场很受欢迎。

活性炭发挥净水作用，不论物理吸附还是化学吸附，都需要一定的时间。因此，净水设备生产厂要想改进活性炭过滤器或活性炭滤芯的设计，须尽可能增加水和活性炭的接触时间，增加炭柱长度和活性炭用量，降低水的流速，从而提高活性炭的净水效果和出水水质。目前，市场上有一种微渗透滤芯，在微滤膜表面涂抹上一层粉末活性炭，由于微滤膜孔径极小，致使粉末活性炭无法透过膜孔，从而在膜表面形成2~3mm厚的粉末活性炭涂层。当原水通过该涂层时，由于无法在单位时间内全部通过，只能渗透过去，从而大大增加了水与活性炭的接触时间。图



增压泵： 给纯水机一颗可靠的“心”

本刊记者 赵明

纯水机是净水设备市场发展最快的产品，作为纯水机的核心零部件，增压泵被视为纯水机的“心脏”，其重要性可见一斑。增压泵具有自吸和增压功能，为纯水机通过反渗透膜净化水这一过程提供恰当的水压和水流量，最终使纯水机实现过滤出纯净水的目的。2014年，纯水机产销两旺，对增压泵的需求呈放量增长态势，接受《电器》记者采访的增压泵生产企业均表示，2014年不愁拿不到订单，企业增长势头良好。

日子虽然好过，增压泵生产企业却未敢放松。“目前，参与增压泵市场竞争的企业越来越多，制造水平良莠不齐，随着净水行业的规范化发展，增压泵生产领域也在‘洗牌’，企业想要立于不败之地，必须在提升产品品质、确保供货量、掌握核心技术等方面加紧‘练功’。”某增压泵生产企业负责人的一番话反映出行业竞争的现状。

2014年——借势而上，蓬勃发展

近年来，在整个净水设备市场，纯水机发展最快。中怡康测算数据显示，2014年1~11月，纯水机零售量为283.82万台，同比增长129.91%；零售额为852596万元，同比增长125.79%。中怡康数据只统计了零售终端，事实上，经业内人士粗略估算，2014年纯水机行业规模已达到800万台。不断快速增长的纯水机市场让增压泵配套厂兴奋不已，企业各展所长，巩固市场地位，谋求更大发展。

在国内纯水机增压泵配套领域，常州柏繁电气有限公司已经占据半壁江山，总经理熊治告诉《电器》记者：“2014年，柏繁增压泵的产销量达到350万台，为沁园、海尔、安吉尔、荣事达、开能、四季沐歌等一线、二线纯水机品牌提供了增压泵解决方案。”据介绍，柏繁的竞争策略是始终坚持高性价比的原则，提供业内最好的服务，并不断提升研发能力推出新品。



对此，熊治进一步解释说：“柏繁积极为整机厂提供全方位服务，例如联合研发、特殊阶段的战略支持、专业性的售后支持、联合品牌推广等，这使柏繁连续数年都是沁园、安吉尔、海尔、开能等品牌的战略合作伙伴。”

“2014年将完成产销增压泵200万台的目标。”佛山市三角洲电器科技有限公司总裁徐兆火在接受《电器》记者采访时说，“多年来，三角洲在取得增压泵核心技术知识产权方面做出了不懈努力。2014年，在纯水机市场高速发展的大背景下，凭借领先的技术和过硬的产品质量，三角洲增压泵产销量实现超过30%的增长。掌握核心技术，使得三角洲增压泵在国际市场也很畅销，2014年增压泵出口量超过70万台。”

在家用电器用电机制造领域已经取得骄人成绩的威灵，将增压泵列为集团发展战略产品，小试牛刀便斩获颇丰。威灵控股有限公司内销战略产品销售模块负责人刘志湖在接受《电器》记者采访时透露：“威灵的增压泵业务发展迅速，2010年，威灵才将旗下增压泵推向市场。

目前,威灵已经设立3条增压泵生产线,设计年产能60万台。2014年,威灵共生产销售增压泵26万台。”

产品——攻克技术难关,调整产品结构

增压泵的性能品质直接影响净水设备过滤水的效果和使用过程的安全性,增压泵生产企业想要立足这个领域,必须有过硬的产品和技术。

三角洲主推的E-CHEN牌可调式稳压泵是经过长时间的论证与研发后,经过海外市场的认可,并具有自主国际性知识产权的产品。E-CHEN可调式稳压泵可以根据RO膜的工作压力参数,精细调整出水压力,并保持长期稳定,彻底解决了纯水机安装使用过程中遇到的难题。徐兆火对掌握核心技术有着非常深刻的认识,他说:“跳出美国shurflo、aquatec两家企业的专利束缚,三角洲是在用技术创新改变企业命运,使产品走向国门,与世界水平接轨。”徐兆火还透露,三角洲与美国陶氏紧密配合,为大通量膜的生产应用开发出了500、600、800加仑/天(连续工作)大通量增压泵机型,为净水设备市场的未来注入了更多可能。

据了解,柏繁配套净水设备的产品共分为商用大流量、常规增压、自吸3个系列。目前,净水设备消费主力市场集中在一线和二线城市,而城市市政供水设施较为完备,净水设备对水源压力流量的要求不会太高,因此,常规增压泵系列销量最大。熊治说:“随着农村城镇化进程的推进,以及净水设备在农村市场的普及,大流量和自吸类增压泵的销量也会随之快速增加。”柏繁的增压泵在静音、稳定性、安全性和寿命等方面均具有竞争优势,并取得了国际上权威卫生安全机构美国NSF的认证。

邓元是台湾品牌,旗下增压泵被国内众多知名净水设备品牌选用。邓元增压泵采用合理的结构设计实现了低功耗、高效率运转,能自动强力排出排水管中的空气,冬天不失压,不受气候及水温影响,并具备噪声低、耐弱酸碱腐蚀等特点。

目前,威灵增压泵有50G、50G自吸、75G、100G、200G、300G、400G、600G等规格,具备电机直径小、长度短、总体积小、噪声低、寿命长、电机防水、泵防垢、排气性能良好等特点。威灵通过电磁仿真,为增压泵的整体设计提供最佳方案,使增压泵在相同体积下输出功率更大,功率范围更宽。威灵还利用相关软件从设计源头控制增压泵的机械噪声和电

磁噪声,让净水设备运转过程更安静。威灵增压泵所有零件全部通过RoHS环保测试,并通过专业机构水质安全认证。在工业设计方面,威灵增压泵体积更小,功率更大,完全满足净水设备的外观设计需求。

竞争——打击伪劣,重视知识产权

虽然净水设备产业发展迅速,但在高速发展的背后也存在不少隐患,伪劣产品横行和对知识产权的无视成了让那些有着更高追求的增压泵生产企业最头疼的问题。

《电器》记者发现,三角洲的增压泵上已经增加了防伪标识,徐兆火说:“市场上仿冒我们产品的现象时有发生,让人头疼。”徐兆火反复强调,净水设备行业一定要打击伪劣产品,重视知识产权保护,否则,企业很难有大发展。他说:“美国、日本、德国等国家都有很长的净水设备发展史,各国都已形成自己的专利技术保护体系,因此,中国净水设备行业的知识产权必须是国际化的,要经得起国际市场的考验。无论是净水设备厂还是零部件配套生产企业,要绝对避免再走仿冒和抄袭的路线,不要被眼前利益迷惑,要有更长远的打算,做好产品质量的管控、维护品牌信誉的安全,这两点将决定净水设备相关企业事业的成败。”

2015年——市场广阔,缜密部署

据业内人士保守估算,2015年纯水机市场规模将突破1000万台。

柏繁计划有番大动作,熊治告诉《电器》记者:“2015年,柏繁将扩大40%的产能,全年产能规划为500万台。计划在大部分生产流程实施自动化,引进更先进、更精密的生产设备和全方位的检测仪器,确保产品供货速度和品质。”熊治强调,企业最重要的是研发力量。他补充说:“企业必须跟上行业快速发展的节奏,柏繁正在积极招募更多研发和管理人才,用更长远的发展眼光塑造企业,保持柏繁在行业内的领先地位和市场份额。”

2015年,威灵计划继续稳扎稳打,刘志湖说:“借助威灵强大的电机技术团队和优良的测试平台,与净水设备厂共同实现技术创新、品质提升、稳步前进是威灵增压泵业务在2015年的发展策略。与此同时,威灵还将对增压泵生产现场重新优化布局,优化生产线和出厂测试硬件、软件。”

三角洲2015年计划生产增压泵250万台,并准备进一步投资增加生产设备、扩大厂房面积。■

净水设备部分零配件生产企业及产品介绍

Dow Chemical 陶氏化学

1897年创建于美国的陶氏化学公司主要研发及生产系列化工产品，产品广泛应用于建筑、水净化、造纸、药品、交通、食品及食品包装、家居用品和个人护理等领域，业务遍及160多个国家和地区。陶氏化学的反渗透膜、热水膜、超滤膜、纳滤膜分离技术在解决工业、市政、商业和家庭等领域的净化用水中是全球公认的先驱。

作为反渗透膜和纳滤膜的代表企业，陶氏

化学的膜元件集性能可靠、脱盐率高和抗微生物侵蚀等优点于一身。

陶氏化学（中国）投资有限公司

地址：上海市张江高科技园区张衡路936号

电话：021-38511000

传真：021-58951818

陶氏化学膜中国授权经销商

地址：北京市总部基地星火路11号

电话：010-51299394

Woongjin Chemical 熊津化学

熊津化学源于三星公司，迄今已成为全球主要反渗透膜元件的生产商，拥有现代化研究所及自动化生产线，为全球用户提供高品质的膜元件。熊津化学自主研发生产的CSM膜元件广泛应用于电力、石化、钢铁、电子、医药、饮料食品、市政环保等领域。在海水淡化、锅炉补给水、工业纯水及电子超纯水设备、饮用纯净水生产、废水处理及特种分离过程中发挥

着重要的作用。

近年来，熊津化学的过滤器材业务也取得了很大进展，大力发展净水器过滤器、纳滤膜、海水淡水工程反渗透分离膜、耐污染性反渗透分离膜等。

CSM膜中国授权经销商

地址：北京市总部基地星火路11号

电话：010-51299394

Beijing OriginClean Technology Co., Ltd. 北京碧水源净水科技有限公司

北京碧水源净水科技有限公司（以下简称碧水源）是碧水源科技股份（股票代码：300070）旗下的控股子公司，是专业从事家用、商用净水设备的研发、生产、营销和服务的高新技术企业。

在净水设备领域，碧水源拥有170余项专利技术，填补多项国内空白，并荣获国家科学技术进步二等奖。碧水源依托先进的膜材料、膜设备制造和膜应用工艺技术，以及丰富的水处理经验，在民用、商用饮用水净化处理领域

不断开拓创新。碧水源以微滤、超滤、反渗透、超低压纳滤膜等多膜组合技术为核心，针对饮用水方面存在的三大安全隐患，即病原微生物、有机污染物及农药残留、重金属，研制出系列城镇家用、商用、农村用净水产品，有效除去水中水垢、病菌、余氯、农药、重金属等污染物，确保饮水健康安全。

地址：北京市海淀区生命科学园路23-2号碧水源大厦

电话：400-099-8766

传真：010-80768855

Shenzhen Jinliyu Water Purifier Co., Ltd. 深圳市金利源净水设备有限公司

深圳市金利源净水设备有限公司（以下简称金利源）是集研发、生产、销售为一体的水处理国家级高新技术企业。金利源采用超滤、反渗透、离子交换三大核心技术，全方位解决家庭及办公场所的饮用水安全问题。

技术创新是金利源的一大优势。从研制出中国第一台“无电增压泵纯水机”、中国第一台“六级一体超滤净水机”到“中国第一台双膜家用净水机”，金利源多次突破中国水处理行业的技术难关，获得 200 多项国家专利，先后引进美国、荷兰、德国、韩国等国家

的先进技术，并与国内知名学府和行业科研机构建立了密切的联系与合作。

经过多年的整顿和生产环境的改善，金利源超滤膜滤芯完全实现自产自销，除了满足净水设备生产需求，经销商的销售需求也能完全满足，月产超滤膜滤芯达到 20 万件。

地址：深圳市龙岗区龙岗街道龙盛路高科技园香玉儿工业园 11 栋

电话：0755-84614610

传真：0755-84840033

Calgon Carbon Co., Ltd. 卡尔冈炭素公司

卡尔冈炭素公司（纽约证券交易代号：CCC），总部位于美国，是一家全球化的活性炭、创新型处理系统、增值技术和服务的生产商和提供商。作为全球最大的粒状活性炭生产商，致力于为用户提供更安全、更洁净的水和空气，更健康的食品、饮料。

在全球范围内，卡尔冈炭素公司拥有超过 15 家活性炭生产工厂、活性炭再生工厂、设备制造工厂，超过 20 家销售和服务中心，分布在美洲、欧洲和亚洲。卡尔冈炭素公司在中国拥有 3 家独资公司，总部位于

江苏省苏州市，并在亚洲其他地区设有多个销售和服务机构。

卡尔冈炭素公司可提供针对家庭饮用水过滤应用的多样化产品，包括多种通过 NSF 认证的不同材基的活性炭、煤基活性炭，椰壳活性炭，也可根据客户要求提供酸洗、水洗、抑菌型及催化活性炭等。

地址：江苏省苏州市吴中区尹中南路 2388 号

电话：400-880-6068

传真：0512-66980917

Gongyi Changsheng Water Supply Materials Co., Ltd. 巩义市昌盛供水材料有限公司

巩义市昌盛供水材料有限公司（以下简称巩义昌盛）是一家生产、研发于一体的活性炭企业，致力于相关产业链的整合。产品主要包括煤质柱状活性炭、椰壳活性炭、果壳活性炭、颗粒活性炭、粉状活性炭等，广泛用于水处理、脱硫、食品饮料脱色、触媒、催化载体、空气净化、色素及污染控制等领域。

巩义昌盛拥有完善、有效的生产、管理、销售网络，严格按照 ISO9001 管理标准组织生产，年产活性炭 6000 余吨，产品常年出口至美国、日本、韩国、澳大利亚、欧洲及东南亚等国家和地区，受到客户的一致

好评。

巩义昌盛通过多年不断的努力，在活性炭的研究、开发和制造过程中，积累了丰富的经验，拥有一批专业工程技术人员，产品标准与国际接轨。在产品配套过程中，巩义昌盛帮助客户选定合适的活性炭，在售售后服务环节提供专业的技术支持。巩义昌盛的产品检测采用 GB12496-90 及国外标准 ASTM 和 JISK1474-91 等技术指标。

地址：河南省巩义市永安路南段（451200）

电话：0371-64030266/64182191

Foshan City Sanjiaozhou Electrical Technology Co.,Ltd. 佛山市三角洲电器科技有限公司

佛山市三角洲电器科技有限公司（以下简称佛山三角洲）原名“佛山市顺德区三角洲电器厂”，成立于1992年，是一家集制造、科研及营销于一体的公司。自2001年转型以来，佛山三角洲专注于节能减排、绿色环保及水家电产业。佛山三角洲旗下拥有E-CHEN（一全）、ROMAC（洛麦克）、天麟（TIANLIN）三大品牌，建有顺德工厂、杏坛三角洲电器分厂两大生产基地，营销大楼以及一家电机分公司——深圳市松友科技有限公司，占地面积达到14000多平方米。

目前，佛山三角洲生产的产品主要包括自主开发的反渗透纯水机重要部件——

E-CHEN增压泵、节水减排88%以上的ROMAC快乐洗家用便携式洗车机、节能50%的天麟节能沐浴宝、天麟牌纯水机等。其中，主打产品E-CHEN品牌增压泵是自主创新的尖端核心技术，并荣获多项国内外发明专利。佛山三角洲可以为纯水机生产厂家提供专业的配套服务，对纯水机整机的性能起到“保驾护航”的作用。

公司地址：广东省佛山市顺德区容桂容里昌宝西路39号天富来国际工业城1期4座402

工厂地址：广东省佛山市顺德区容桂容里昌宝西路39号天富来国际工业城1期6座、9座

电话：0757-28871779/28871776

传真：0757-28870679

Grand Forest Electrical Co.,Ltd. 常州柏繁电气有限公司

常州柏繁电气有限公司（以下简称柏繁电气）是国内专业的增压泵制造商、净水行业增压泵领导品牌。柏繁电气创立于2008年，经过6年的高速发展，现已成长为国内最大的增压泵供应商，市场占有率超过50%，总销量超过1000万台，为国内众多一线净水设备品牌提供纯水机专用泵解决方案。柏繁电气所有的产品均通过涉水卫生认证、CE认证、RoHS

标准认定，并通过美国水质协会（WQA）的NSF/ANSI 58, 61标准。柏繁电气的产品获得国家高新技术产品的认定，是中国家用和类似用途反渗透净水设备行业标准的起草单位、中国质量检验协会净水设备专业委员会理事单位。

地址：江苏省常州市武进区横林镇镇西工业园区

电话：0519-88710811

传真：0519-88710815

Deng Yuan Industrial Co.,Ltd. 邓元工业股份有限公司

邓元工业股份有限公司（以下简称邓元工业）位于中国台湾，创立于1970年，初创时期的邓元工业致力于泵的生产与组装。之后，邓元工业与第一家到中国台湾开发水行业的水泵AQUATEC合作，让邓元工业就此成为中国台湾第一家生产水泵的公司。

邓元工业生产的PUMP、反渗透RO纯水机

过滤器以及其他周边产品受到国内外客户的认可。值得一提的是，目前中国大陆市场上800余家纯水机厂的整机均采用邓元工业的泵及零部件。

地址：中国台湾台中市大雅区神林路一段104巷20号

电话：886-4-25665150

传真：886-4-25664268

Welling Holding Limited Co.,Ltd.
威灵控股有限公司



威灵控股有限公司是专业研发制造电机及其驱动系统的公司,所开发的电机广泛应用于家电、清洁设备、泵类产品、工业自动化及汽车领域等。

在净水行业,威灵控股有限公司旗下的广东威灵电机制造有限公司(以下简称威灵电机)生产的增压泵作为净水器的“心脏”,为净水设备的稳定运行发挥重要作用。威灵电机凭借在家电电机、泵类产品及驱动系统领域多年积累的研发制造经验,依托“上海研发中心、项目组、产品公司”三级研发体系的强大研发实力,于2010年成功开发50G型增压泵,强势切入净水设备配件行业。威灵电机现已形成75G、100G、200G、300G、400G、600G等七大系列净水增压泵,涵盖50G~600G各规格增压泵,所有涉水零部件全部通过《生活饮用水输配水设备及防护材料卫生安全评价规范》(2001)浸泡测试,所有零部件通过RoHS环保测试。

威灵电机自主研发的增压泵与普通增压泵相比,具有以下五方面的特点。

1、互换性好。威灵电机增压泵安装方式与其他常用泵完全一致,净水设备的现有机械结构不需要另作调整。同时,威灵电机增压泵外形更小、重量更轻,比普通增压泵节省空间25%。

2、效率高。威灵电机增压泵采用独特参数设计,电机效率高,泵体部分设计紧凑,有效提高泵体部分的效率,综合效率比普通增压泵高20%左右。

3、进出水接口操作方便快捷,可靠性高。威灵电机增压泵采用1/4 NPTF螺纹设计,同时配带双“O”

形圈密封的快速接头,而普通增压泵所配接头不带“O”形圈密封,安装中须绕生料带辅助密封。

4、工作区间流量平缓,更有利于净水设备稳定运行。从流量压力曲线来看,威灵电机增压泵在净水设备工作压力范围内流量下降平缓,使净水设备工作更加稳定。

5、寿命长。长时间耐水压在1.0MPa以上,爆破压力在3.2MPa以上,耐水锤性能在10万次以上,可连续运行3000小时以上。

6、自吸强。普通增压泵自吸性能低、不稳定,威灵电机通过设计方案验证,自吸>2m。

7、防水垢。普通增压泵在水质TDS值高的地区,短时间内出现水垢堵塞泵腔,引起泵无自吸、输出压力低等现象。威灵电机通过对水垢的形成、停留时间、排出等方面进行深入研究,防水垢能力大幅提升。

8、电机防水。普通增压泵防护等级是IP54,威灵电机增压泵为满足净水设备在潮湿且存在淋水隐患的厨房稳定工作,通过结构改造,防护等级提升至IP55。

目前威灵电机家用净水设备增压泵已形成50万台/年的生产能力,与知名水家电制造商形成了良好的合作关系。未来,在为客户提供更好的产品和服务的同时,威灵电机将加快进入商用领域的步伐,在增压泵领域为水家电制造商提供全系列的优质产品。

地址:广东省佛山市顺德区北滘工业园兴业路

电话:0757-26339900/26339888/26339966

传真:0757-26339989

项目	电压 (V)	功率 (W)	频率 (Hz)	转速 (RPM)	防护等级	额定压力/流量/电流 (PSI) / (ml/min) / (A)	封堵压力/电流 (PSI) / (A)	绝缘等级
参数	DC24	10	/	760~860	IP55	72/>550/<0.5	110~140/<1.0	Class F (CCC/TUV)

智能硬件孵化平台的先行者

——访北京太火鸟科技有限公司CEO雷海波

本刊记者 李志刚

用了13年，雷海波将素有互联网文化创意和设计服务产业第一平台的视觉中国送上A股。功成名就后，作为视觉中国创始人、总编辑的雷海波选择了二次创业，将目光瞄向智能硬件领域，于是，他有了另一个头衔——北京太火鸟科技有限公司（以下简称太火鸟）CEO。他说：

“视觉中国平台只能帮助平面设计师、插画设计师和摄影师，太火鸟则可以帮助更多工业设计师、初创团队将具有创意的家电、家居产品，智能硬件卖出去。”

从研究、模仿Quirky.com开始

2014年12月19日，在阳光充足的751艺术广场的太火鸟总部，一见到《电器》记者，雷海波就拿出了在美国创意众筹网站Quirky上取得成功的Pivot Power智能插座，并介绍说：“Quirky社区致力于将创意产品落地。每周，Quirky社区大量的设计师、粉丝会提出创意，然后由庞大的用户来投票，Quirky社区选出关注最多的几款产品送到工厂开模打样，并在网站上预售，达到一定的销售规模后投入量产。最后，这些产品将在零售合作商（Target和Best Buy等线下卖场，Fab和亚马逊等线上商店）以及Quirky社区自己的电子商务平台或手机APP上进行销售。”雷海波认为：“这种模式的优势在于，通过消费者的参与，可以随时将消费者



的需求传递给Quirky社区。通过互联网将产品的调研、研发等过程扁平化。”

值得一提的是，有报道称，Quirky社区或联手私募股权投资公司黑石收购通用电气家电部门。而早在2013年11月，通用电气就已经向Quirky社区投资3000万美元。此外，通用电气和Quirky社区将开发30种在线设备，而Quirky社区有权使用通用电气的数千种专利。也许真的像雷海波所说：“在互联网时代，百年巨头企业在某些领域也有‘Hold不住’的事情，而选择与互联网公司合作或许能解决这些问题。这样看来，国内家电领袖美的与互联网公司小米的合作，也就不足为奇。”

太火鸟正是参考Quirky社区的运营模式，同时融入更多中国智能硬件市场特点而建立的社区。锦上添花的是，雷海波凭借个人在工业设计圈的名气，给太火鸟带来了更多的机遇。

孵化or众筹

应运而生的众筹设计平台使太火鸟创立之初就获得真格基金、天使投资人徐小平、童玮亮以及小米联

合创始人黎万强等人数百万美元的风险投资。雷海波还透露，目前正在进行的A轮融资，总金额或将接近千万美元。

凭借在视觉中国平台获取的广泛人脉，太火鸟发展迅速。“太火鸟目前做了大约40多款智能硬件，众筹总金额接近3000万元。”雷海波进一步介绍说，“在智能硬件孵化领域，太火鸟起步较早。京东众筹第一款超过100万元的造梦者空气净化器、众筹超过200万元的厘米多空气净化器和婴萌Milking配奶机、众筹超过30万元的全球最小的智能可穿戴设备Goccia和预计众筹超过1000万元的造梦者新风机，都是太火鸟与企业合作孵化的产品。”

“太火鸟是先孵化，后众筹，通过京东众筹、淘宝众筹销售。”雷海波解释道，“对设计师而言，过去将工业设计卖给企业，而现在设计师可以将创意通过互联网卖给消费者。”在雷海波的策划、运作下，太火鸟扮演的是一个“利用众筹模式，让社区用户参与到产品开发的全过程”的媒介角色。具体来说，太火鸟为用户提供设计和定位咨询服务，同时帮助设计师和初创团队进行营销策划、销售渠道规划、生产外包、众筹、资本融资等服务，从而加快创意产品的孵化速度。

据了解，太火鸟目前孵化产品的方向是以设计主

导的创新智能消费电子产品和创意生活产品，涵盖智能家居、数码电子、健康医疗、娱乐生活、户外休闲五大领域。雷海波对《电器》记者说：“太火鸟未来的发展还是依托社区平台、APP数据和用户，通过硬件创新与软件结合推出更好的产品。”

由ODM到OBM

雷海波坦言：“第二次创业，我希望能踏踏实实地帮助有设计能力和有创意的人做自我品牌的产品。”他以西摩电器成立不久的小智科技为例，一个是ODM大品牌代工制造商，一个是物联网业精英，他们在互联网思维的影响下共同创建了自己的OBM品牌——小智科技，生产出的小智电水壶也迅速引爆市场。雷海波毫不掩饰对西摩电器的赞赏，并表示希望看到更多的ODM企业、更多的设计公司去做自己的品牌。

目前，进入智能硬件领域并登陆众筹平台的家电企业中，除了西摩电器，尚没有上规模的传统家电企业。对此，雷海波表示，太火鸟这个平台更多是用来帮助设计师或是初创团队。这也是雷海波的梦想：“如果未来中国有100个设计师品牌，希望有60个是太火鸟曾经帮助过的。”此外，雷海波并不认为孵化新产品与众筹模式会对传统家电巨头造成威胁，二者只会更好地令智能家居行业快速发展。

Emerson发布中国技术产业发展趋势

2014年12月22日，美国制造企业Emerson公司对可能影响中国技术产业发展的冷链物流、智能家居、物联网及生产流程制造等方面做出预测。Emerson亚太区总裁杨绍曾说：“2015年，我们预测数字技术及解决方案的使用将更加广泛的渗透到社会发展的方方面面，积极变革着中国的经济和影响着人民的生活。”

在冷链物流方面，公众对生鲜和冷冻食品的网购信任危机将推动冷链相关产业加速发展及布局。从艾默生环境优化技术2014年《加强食品安全并降低成本》的冷链研究报告公布的数据中看到，公众对网上生鲜、冷藏和冷冻食品的信任度很低，88%的受访者表示因为怀疑网购冷藏食品的质量或者因为不知道食物在运输过程中是否依旧能保证冷冻新鲜而不会在网上购买相关食品。Emerson预测在未来的2~3年，冷链产业会保持约10%~15%的增长。

在智能家居方面，中国消费者将增加对智能家居的需求，由此带动智能家居相关技术的发展。有关研究机构预测，到2018年，中国智能家居市场预计将达到1396亿元，占全球智能家居市场的32%。Emerson预测，2015年智能家居领域将会更广泛地采用先进的技术，包括：照明、空调、供暖等。物联网正快速改变着全球科技产业的格局。2015年，Emerson预测，越来越多的数据中心将采用更全面的基础架构管理解决方案以主动识别潜在的功耗和散热问题。此外，随着大数据、物联网及云计算技术的发展，远程访问数字化信息和监控流程的能力使企业能够优化生产，缩短产品到达市场的时间。

目前，中国企业正寻求新的方式提高自动化及其效率，数字化提供了一种可行的解决方案，在保持成本降低的同时获得市场上的竞争优势。（中天）

CHINAPLAS 2015: 集结尖端技术 助力制造业自动化

易风

CHINAPLAS 2015 国际橡塑展（第二十九届中国国际塑料橡胶工业展览会）将于 2015 年 5 月 20 日～23 日在广州中国进出口商品交易会展馆（琶洲展馆）举行。据悉，届时将有来自 39 个国家及地区的 3100 多家展商，集中展示应用于电子及电器行业的最新设备及材料。

据展会主办方介绍，本次 CHINAPLAS 2015 国际橡塑展展览面积逾 2.3 万平方米。目前，已预订展位的知名橡塑机械及原材料展商包括：海天、恩格尔、震雄、米拉克龙、博创、达诚、南京科亚、金海、哈斯高、麦士德、圣万提、金发、三菱化学、艾曼斯等。此外，奥地利、加拿大、德国、意大利、日本、瑞士、法国、英国、美国等国家均组团参展。据悉，在本届展会上将有崭新的化工原材料及超过 3200 台机械设备同时亮相，向制造业展示全新的橡塑解决方案，为整机厂商提升市场竞争力以及为扩展产品功能提供新思路。

据了解，此届展会将重点展示安全、轻量化、美观、多功能的材料以及机械手、自动化生产线等。据展会相关负责人介绍，消费者对产品个性化需求越来越多，希望外壳材质多样化，机身设计轻薄化。因此，材料的系列化、超轻量化、高强度、柔性化、环保化以及生产流程短、低污染、低能耗、绿色化、工业机器人广泛应用与工厂自动化等将是未来电子及电器产业的重要发展方向。

展会主办方相关负责人介绍说：“近年来，中国电子制造业不断取得突破，已经成为全球当之无愧的电子产品制造中心。然而，随着电子产品工艺复杂且精细化与人力成本的不断上升，以及电子产品对质量和产能的高要求，越来越多的制造企业采取半自动或全自动生产线来替代劳动力，加快由人力劳动向自动化过渡

的步伐，特别是一些大企业，用机械手或者机器人代替人力劳动已成为企业生产线上的常态。从目前参展企业上报参展产品资料来看，机械手和自动化生产线将是本届展会的重要看点。”

值得关注的是，电子及电器产品也越来越趋向于“小型化、智能化以及多功能化”，对电子产品的原料提出更高要求，具有质轻、高强度、高绝缘以及具有优良的化学稳定性、腐蚀性、减摩耐磨性、透光及防护性能、减振消音性能、设计灵活、可回收等特性的塑料产品在配套电子及电器产品生产过程中更为抢手。

此外，除了性能优异的新技术、新工艺、新材料外，在现代化产业链中，完整周密的技术服务和解决方案也是企业密切关注和交流的热点，本届展会的参展企业已经看到这一发展动向，纷纷以技术服务商和解决方案提供商的姿态为电子及电器整机制造提供系统、专业的服务。■



2014年11月主要家用电器零配件出口量、出口额

产品名称	当月数量 (台)	累计数量 (台)	累计同比增长 (%)	当月金额 (美元)	累计金额 (美元)	累计同比增长 (%)
冰箱压缩机	2450343	32414816	11.67	72060511	999455191	6.08
磁控管	128405	1676628	-32.40	1070936	12980496	-28.13
电机	49100292	524439107	9.86	568255486	5990852223	10.97
空调器零件	28414657	345943351	4.99	230452936	2918829875	6.77
空调器压缩机	1546823	21669950	7.68	103394987	1409944132	6.07
洗衣机零件≤10kg	5092467	55277170	2.80	41982220	467494135	8.47

数据来源: 海关总署

2014年11月主要家用电器零配件进口量、进口额

产品名称	当月数量 (台)	累计数量 (台)	累计同比增长 (%)	当月金额 (美元)	累计金额 (美元)	累计同比增长 (%)
冰箱压缩机	303137	4063917	-3.10	14610056	207541256	-4.25
磁控管	896890	4993581	33.91	6663097	41491113	32.82
电机	6603693	76639950	7.99	145176322	1733801697	13.42
空调器零件	2384081	25057171	8.60	40931164	444688130	1.82
空调器压缩机	261710	3427522	-15.08	27729078	361147963	-4.89
洗衣机零件≤10kg	802232	10557219	31.16	7689343	100049261	26.85

数据来源: 海关总署

2014年11月家电用钢产量、进口量、出口量

钢材品种	产量 (万吨)	出口量 (万吨)	出口量同比增长 (%)	进口量 (万吨)	进口量同比增长 (%)
冷轧卷板	694.12	52.85	113.7	26.82	-11.95
镀锌卷板	428.19	79.71	17.12	28.98	1.11
彩涂卷板	79.38	56.51	38.37	1.88	-9.2
电工钢	72.61	3.02	45.89	4.4	-20.15

数据来源: 兰格钢铁网 (www.lgmi.com)

2014年12月家电用钢平均价格 (含税)

钢材品种	规格	本月平均价格 (元/吨)	上月平均价格 (元/吨)
冷轧普卷 (全国平均价格)	1.0mm	3808	3881
镀锌卷 (北京地区价格)	0.5mm	4453	4650
彩涂卷 (北京地区价格)	0.5mm	4395	4453
电工钢 (上海地区价格)	50WW600	5670	5680
304/2B不锈钢卷 (无锡地区价格)	2.0mm	16352	15915

数据来源: 兰格钢铁网 (www.lgmi.com)

主要家电用钢最新出厂价格 (含税)

钢材品种	规格	宝钢价格 (元/吨)	武钢价格 (元/吨)	马钢价格 (元/吨)
冷轧普卷	1.0mm	4944.42 (1月)	4375.8 (1月)	4235.4 (1月)
镀锌卷	0.5mm	6661.29 (1月)	6419.9 (1月)	5505.12 (1月)
彩涂卷	0.5mm	—	6899.6 (1月)	6025.5 (1月)
电工钢	50WW600	6844.5 (1月)	6587.1 (1月)	5089.5 (1月)
304/2B不锈钢	2.0mm	酒钢16700 (12月)	—	酒钢16600 (12月)

数据来源: 兰格钢铁网 (www.lgmi.com)

涂镀板市场 2014年回顾及2015年展望

中国联合钢铁网 夜莉萍

2014年,涂镀板市场以低位运行为主,除个别月份出现短暂反弹,其他时间均呈单边下行态势。

2014年市场低迷

2014年,涂镀板市场价格除了在4月初受钢铁价格带动、出口增加出现短暂反弹外,其他时间均呈单边下行态势,部分规格产品甚至降至近10年来最低,降幅为400~650元(吨价,下同)。

涂镀板市场价格整体下降,区域价差缩小,西南地区和西北地区需求明显减弱,价格和东部地区基本一致,资源流动性减弱。一二线城市涂镀板需求减弱,逐渐由中心城市向三四线甚至县级市转移,需求较为分散。分产品类别来看,2014年,在家电行业和汽车行业涂镀板需求略增的情况下,重点钢厂涂镀板订单明显增加。无锌花涂镀板市场价格明显高于有锌花产品。由于彩涂板市场低迷、开工率下降以及竞争激烈,薄规格涂镀板市场价格低于用于家电等用途的厚规格1.0mm涂镀板价格。

随着涂镀板市场价格下降,市场波动幅度减小,但由于资金紧张、利润微薄,涂镀板销售商数量锐减,在期货和现货价格陷入倒挂的情况下,销售商基本不设库存。涂镀板行业陷入困境,迫使企业管理更加规范化,在营销模式上,多选择“短、平、快”操作,迅速占有终端客户。自2011年8月,国内钢铁价格进入下降通道,产大于求,资源供应过剩,库存较高,这一现象也在一定程度上限制了涂镀板价格波动的空间。

2014年,家电行业受房地产市场拖累,增速略有放缓。中国联合钢铁网统计数据显示,2014年,中国家电用钢总体供应量约为1420万吨,总量比2013年有所增加,但家电用钢行

业利润趋薄,品种结构分化明显。

2015年市场仍将低位运行

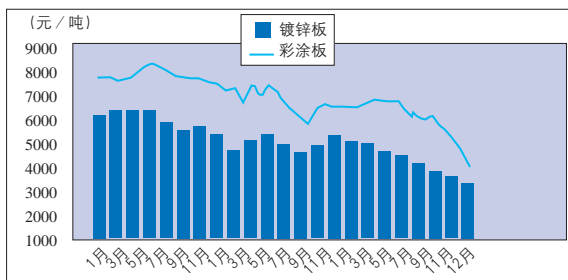
钢铁产业与宏观经济密切相关,经济增长的速度和强度决定了钢铁需求的增长幅度。2015年是改革深化年,预期中国经济增速将在7%左右,增速放缓,钢铁需求增速也将随之放缓,这将导致应用于建筑领域和制造业的涂镀板行业继续面临深度调整。

涂镀板作为钢铁产业链的末端产品,难逃整个钢铁行业的运行轨迹,步入增速放缓阶段。在行业自身产能过剩、需求减弱、产品结构调整和下游需求变化等因素的综合影响下,涂镀板行业呈现出品种分化、盈利分化和市场分化的局面。截止到2014年底,中国镀锌板产能达7000万吨,彩涂板产能达4500万吨,热轧镀锌板产能达475万吨,镀铝锌板产能达450万吨,电镀锌板产能达380万吨。2015年,各产品品类供需形势如何变化,局势尚不明朗。

从矿石供应和需求来看,2015年矿石价格或将继续下行,钢铁成本可能继续下降。

综上所述,2015年,需求分化、市场分化、品种分化、效益分化,前期盲目投资扩张带来的负面效应日渐显现,困境中的涂镀板行业虽面临诸多问题,但逆境迫使企业自身改进和提高,企业需要在细分领域寻求机遇、谋求发展。[图](#)

1 2012年1月~2014年12月涂镀板价格走势



资料来源:中国联合钢铁网

电工钢市场 2014年回顾及2015年展望

中国联合钢铁网 程志明

2014年,中国电工钢市场供需矛盾尖锐,产能释放减缓,下游需求增长缓慢,低牌号无取向电工钢产能明显过剩,钢厂之间同质化竞争日益严重。

2014年市场陷入低谷

2014年,中国低牌号无取向电工钢市场价格单边下调,下降幅度为600~800元(吨价,下同),以武钢50WW800无取向电工钢为例,市场年平均价格为5169元,与2013年相比下降506元。

1~2月,尤其是春节前期,电工钢市场步入传统需求旺季,然而市场并未出现往年大量备货现象,虽然市场价格相对稳定,但销售商整体心态较为悲观。

3~8月,电工钢市场逐渐进入低迷期,随着电工钢资源的补充,销售商出货心态好转,然而下游需求整体不佳,采购积极性不高,市场采购量大萎缩,市场成交价格持续走低,钢厂供货价格不得不跟随下调。与此同时,钢厂与用户的合作关系也发生巨大变化,特别是一线钢厂,用户直供比例大幅增加,在此期间各钢厂因价格下降出现亏损,部分钢厂开始进入限产或停产状态。

进入9月,下游需求略有好转,各钢厂对整体市场预期向好,但原材料价格大幅下降,打破了钢厂拉回价格的愿望。随着钢材各品种供货价格的大幅下降,下游采购信心大受打击,导致市场成交价格进一步下降。一线钢厂因直供比例较大,订单较为稳定,钢厂价格政策保持平盘,而二线钢厂因订单不足,钢厂各分公司或加工中心均忙于销售现货。此外,受民营钢厂影响,电工钢市场整体同质化竞争现象严重,市场价格持续走低。

2014年底,电工钢市场整体资金压力较大,出货价格仍有进一步冲低的可能。2014年,高牌号无取向电工钢市场价格稳中下降,市场资源流通较少,

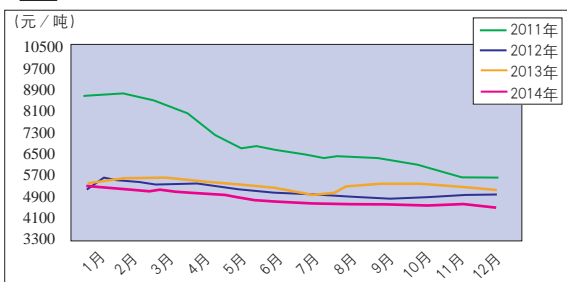
下游按需采购较多,市场成交量较小,销售商心态悲观,市场成交情况不理想。

2015年市场步入寒冬

2015年,电工钢市场或将进入寒冬。究其原因,其一,中国经济预期偏低。中国经济结构正随着改革和转型发生变化,代表工业的第二产业增速逐年下降并低于第三产业增速,而这一趋势将持续数年。2015年中国GDP增速综合预计将下降至7.0%~7.2%。与GDP增速整体基本一致的钢铁价格必将承压下行。其二,成本预计较低。由于四大矿山扩产,铁矿石供应量增加,预计2015年铁矿石年平均价格将由2014年的100美元下降至65美元,降幅达35%,势必导致钢铁价格继续下行。其三,电工钢产能释放减缓,供应压力不减。国营钢厂方面,2015年重点增产钢厂有太钢、宝钢和包钢等,预计增产55万~60万吨;增产民营钢厂有沙钢、皇泰、中圣等,预计增产15万吨左右,但不排除2015年个别民营钢厂出现停产或限产可能,民营钢厂总体供应量增加有限。其四,电工钢企业品种结构调整。电工钢行业同质化竞争激烈,钢厂品种结构也将发生变化。其五,下游需求增速缓慢。

预计2015年无取向电工钢市场将呈U形走势运行,全年平均价格将低于2014年。

1 2011年1月~2014年12月上海市场50WW800电工钢价格走势



资料来源:中国联合钢铁网

冷轧板市场 2014年回顾及2015年展望

兰格钢铁信息研究中心 马广慧

2014年,国内冷轧板市场价格震荡下降。在宏观经济增速放缓、成本降低、需求减弱等因素的影响下,冷轧板市场全年经历了缓慢下降的态势。

2014年价格震荡下降

2014年,国内冷轧板市场经历了一路下降的态势,究其原因,其一,钢坯价格明显走低,钢厂出厂价格一降再降,冷轧板市场信心受到影响。其二,随着经济增速的明显放缓,下游采购需求减弱,市场成交冷清。临近年底,市场行情不佳、资金周转紧张等因素影响继续存在,上下游库存备货意愿较低,市场难有起色。其三,含硼钢材出口退税政策可能取消,虽目前尚无定论,但很大一部分钢厂以及贸易商暂停接出口新单,在此种情况下,冷轧板市场价格仍有下降风险。

兰格钢铁信息研究中心监测数据显示,截至2014年12月29日,国内重点城市1.0mm冷轧板市场均价为3766元(吨价,下同),比2013年平均价格下降518元,比2014年最高价格下降482元,降幅分别为12.1%和11.3%。上海、北京、天津三大重点城市的冷轧板市场价格比2013年价格分别下降7.1%、7.8%和8.4%。

2015年价格下降,但降幅有限

展望2015年,国内冷轧板市场价格仍将以低位震荡为主,在大环境不变的情况下,市场价格难有大幅上涨的机会。另一方面,由于钢铁价格已降至近10年来最低,继续下降的空间也有限。

经济增速继续放缓,产能过剩格局不变。最新公布的中国2014年第三季度GDP同比增长7.3%,增幅创下22个季度以来的最低。中国国家信息中心宏观经济形势课题组发布报告称,

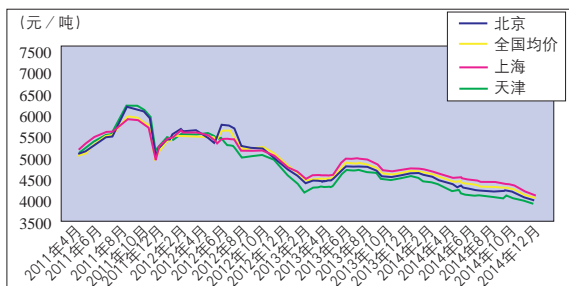
2015年中国经济将呈现稳中缓降态势,预计GDP增长7%左右。在此形式下,尽管钢铁行业加大环保治理力度,产能扩张趋势将得到控制,但根本性改变尚需时间。统计数据显示,预计2015年冷轧板产量有700万~1000万吨的增量,总体产量将达到8300万~8500万吨。

国内冷轧板需求显著减少,下游采购意愿降低。家电方面,2014年1~10月,家电行业产销率为96.4%,比2013年同期下降0.5个百分点。国内冷轧板需求显著放缓,下游采购意愿降低,这种情况在2015年或将延续。

成本支撑继续下降,钢铁价格缺乏底部支撑。2014年,铁矿石、焦炭、钢坯等原材料价格一路走低,成本支撑明显弱化。受国内钢材市场价格大幅下降的影响,国产矿石及进口矿石市场均出现不同程度下降,纵观整个2014年,钢材价格下降近30%,而进口矿石价格下降近50%,目前铁矿石价格基本与2009年初的低点持平。与此同时,钢厂生产成本明显降低,利润上升,使得现货市场价格压力重重。

综上所述,在国内经济增速放缓、需求下降、成本支撑弱化的大背景下,2015年国内冷轧板市场价格低位震荡的可能性较大。目前,经济政策趋向宽松,上下游资金压力或小于2014年,另外,钢铁价格经过大幅调整,冷轧板价格继续下降空间也有限。■

1 2011年4月~2014年12月中国主要城市1.0mm冷轧板价格走势



数据来源:兰格钢铁网

不锈钢市场 2014年回顾及2015年展望

兰格钢铁信息研究中心 丁勇恒

2014年, 不锈钢市场价格上半年大涨, 下半年大跌。虽然2014年不锈钢市场总体呈上涨态势, 但急涨急跌的态势暗示市场空方抛压强大。

2014年整体市场向好

2014年, 国内不锈钢市场规模基本稳定, 整体出现小幅上涨。虽然不锈钢市场价格一直无法上调, 但受需求缓慢释放的影响, 供需双方总体仍旧能维持弱平衡。与此同时, 销售商要求降价的意愿非常明显, 以价格争取订单的现象暗示经销商之间的竞争已经十分激烈。

从整体价格走势来看, 2014年不锈钢市场整体保持稳定。兰格钢铁网信息研究中心监测数据显示, 截止到2014年12月29日, 国内10大主要城市304/2B/2.0mm不锈钢卷材市场报价为1.5905万元(吨价, 下同)。在无锡市场, 太钢天管产304/2B/2.0mm卷材报价为1.58万元, 张浦、青浦产304/2B/2.0mm卷材报价为1.59万元, 东特、联众、酒钢产304/NO.1卷材报价为1.42万元。在佛山市场, 张浦、青浦产304/2B/2.0mm卷材报价为1.59万元, 太钢、联众、酒钢产304/2B/2.0mm卷材报价为1.6万元; 东特产304/NO.1卷材报价为1.44万元。

2014年, 伦敦金属交易所期货镍价(以下简称伦镍价格)先涨后跌, 总体呈上涨态势。从全年的走势图看, 镍价上方卖盘强盛, 上涨不易, 而2014年底能勉强收涨主要得益于之前市场报价突破上涨通道形成的支撑线。从2014年下半年情况看, 虽然镍价下降受此支撑有所反弹, 但就技术图形看, 下降不可避免。截至2014年12月26日, 伦镍价格为1.5293万美元, 累计上涨1313美元, 涨幅达9.4%。

2014年1~11月, 国内主要钢厂不锈钢卷材产量为834.5万吨, 而2013年同期产量为828.8万吨, 环比增长0.69%。分类别来看, 200系列冷轧产品和

热轧产品环比降幅分别为193%和51.6%, 而400系列冷轧产品环比增长10.8%。

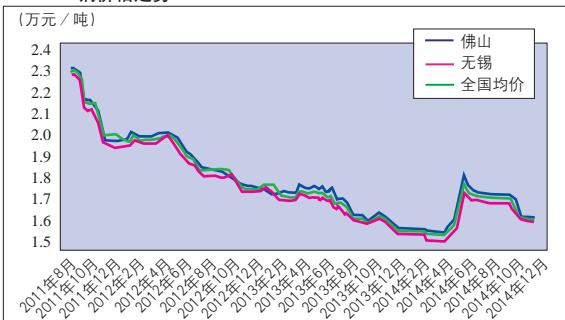
2015年价格或将下降

2014年底, 美联储给出2015年加息的强烈信号, 瑞士央行则实施负利率, 加入了“货币战”的军团, 2015年美元或将继续领涨各种货币。鉴于全球需求放缓, 油价和铁矿石价格受重挫, 2015年对以美元计价的镍来说, 意味着价格持续下降的开始。

在不锈钢产能大幅扩张的情况下, 钢铁大厂产能明显受到影响, 预计2015年不锈钢总体产量将进一步分化, 200系列产品出货量将继续下降, 300系列产品中的热轧类产品也将面临更加严峻的挑战, 而300系列冷轧产品或有扩产的可能。

总体来看, 国内不锈钢产能仍处于缓慢释放中, 伦镍价格是300系列不锈钢最大的不可控因素。在美元升值预期下, 镍价预计难有可期待的行情, 而终端需求增长速度也是影响不锈钢市场变动的因素之一。此外, 不锈钢价格调整导致钢厂越来越多的投放产能, 随着更多的产能释放, 从供给的角度看, 钢厂将面临更为激烈的竞争。预计2015年不锈钢市场行情将持续在低位震荡, 下降可能性大于上涨。[图](#)

1 2011年8月~2014年12月中国主要城市304/2B 2.0mm不锈钢价格走势



数据来源: 兰格钢铁网



《电器供应商情》

就电器用配件、原材料或与配件行业相关的热点话题。对行业情况、技术走向、供需情况及行业重点企业等进行全方位报道。



专业的家电零配件、原材料供应商推广平台。
为您的产品提供展示空间。
为您的决策提供有利依据。
为您的选购提供详实信息。