

一体化解决方案助力产业升级

电动工具‘无刷’技术普及 配件日趋品牌化

记者在刚刚结束的第十四届永康电动工具园林工具配件展中看到，当前国内市场“无刷”技术的集中度在逐步提高，甚至全面迈入了普及时代。国内的配件生产企业正以品牌化、智能化等各种方式迅速接近主流水平，并应需而生为制造行业提供一体化解决方案，推动“永康智造”节能、高效。

□记者 应柳依 通讯员 何春艳

“无刷”技术全面普及

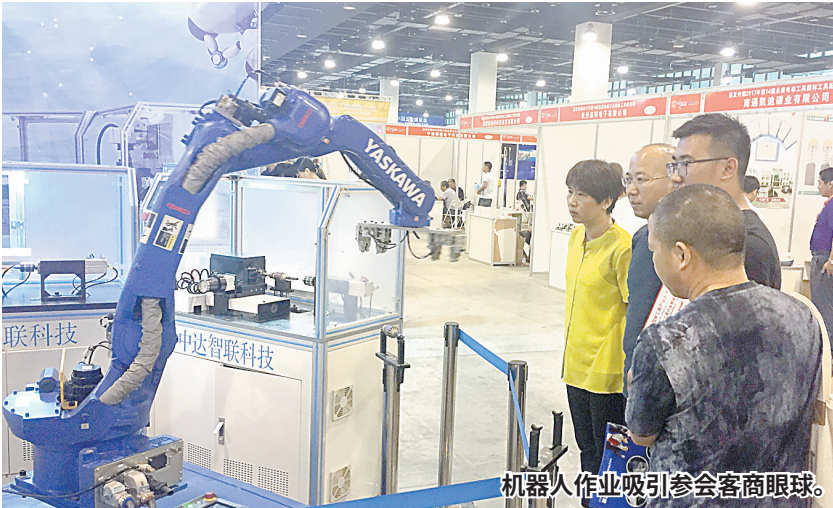
记者在展馆转了一圈，发现在产业转型升级的大背景下，能够降低用工数量和工人劳动强度的自动化设备大受欢迎。同时作为展示电动工具园林工具产业最新技术的动态窗口，那些拥有高技术含量的展位人气颇旺。

在浙江前握电气有限公司展位上，高级工程师邵静南正在向采购商推荐自家拳头产品：“无刷电机是现在和未来电动工具技术发展的主流，不仅使用寿命长、免维护，而且较同款有刷工具节能提效。”凭借生产电机核心固件的优势，前握公司陆续成为了宝时得、TTI等国内外知名品牌的供应商，强化了自身的品牌优势。

“电机好比电动工具的心脏，公司研发的这款智能控制器具有软启动功能，能减小启动电流，降低电压波动，抑制谐波产生，减少EMI。即使在电机频繁开关的情况下，也不会降低电机的使用寿命。”在泰利电动工具配件生产企业展位前，企业负责人刘向明拿着一款小小的控制器告诉记者，别看它不起眼，有了这个控制器，电动工具的使用寿命至少能提高5%。

大昌机电有限公司的全自动无刷智能电批及全自动螺丝刀颇受关注。当螺丝锁紧达到设定扭力时，离合器会自动跳脱，马达断电并及时刹车，让螺丝刀停止运转。全自动无刷智能电批采用无刷电机，无粉尘，更适合无尘车间和对工作环境要求极高的工种。

在这届展会中，技术讲坛成为了一大亮点。有业内人士称，目前，无刷电机技术已全面迈入普及时代，正驱动自动化设备不断推陈出新，引领行



机器人作业吸引参会客商眼球。

业迈上节能、高效新台阶。

智能化品牌化成趋势

无刷技术的普及显然是本土企业冲出跨国巨头重围的关键因素，然而，通过本届配件展，记者更深刻地感受到业内激烈的竞争早已蔓延到了每一个零部件。“拼特色”比“智能”成了配件领域新一轮角逐的代名词。

近年来，得益于产业升级和基础设施建设的大幅投入，国内电动工具未来的市场容量不容小觑。金华市电动工具配件商会秘书长黄彩芝称，国家倡导大力发展先进制造业，以及高铁、船舶等基础设施建设的投入，这些都给电动工具行业造就了一个前所未有的市场和发展机遇。如此行业盛宴必然引发众多企业的竞相分羹。但眼下看来，国内厂商如果不提高技术能力向上突围，生存将变得岌岌可危。她建议，国内厂商应该提高自身技术能力，否则一旦博世这类高端厂商继续将触角向下延伸，布局中端领域，势必会进一步侵蚀市场空间。

“作为一个成长型企业，我们一直致力于新技术的研发。”中达智联科技有限公司总经理余丁超带来的转子自动线实现了五工位转子加工工序合为一体，节省了4名工人，效率至少提升5倍。同时，该公司研发的可嵌入式软件编程，让企业实现了智能控制与机器人集成等应用。据了解，该项技术已为我市正阳公司、武义华丽电器公司等企业降低了大量的管理成本。

常州云杰电器有限公司是一家专业生产电动工具开关等产品的企业。该公司负责人储子皓说：“从专业化到智能化再到品牌化，是五金工具配件发展的必经之路。在多年与客户的交

往中，我们发现即使一个小小的配件，客户也更青睐于知名品牌。所以只有不断向国际品牌靠拢，捆绑成为战略合作伙伴，才能为产品增值加码。”

●记者手记

技术解决方案促产业再提升

永康是国内重要的电动工具制造基地，曾与日本、德国并称全球电动工具“三强”。此次展会更以永武缙五金配件产业为依托，吸引了来自各省市的300多家电动工具和园林工具配套配件企业参展，并精准地对接了日立、博世、TTI等国际巨头的专业采购商进场，尤其是日立公司派出了广东、福建和上海的三家工厂的采购团队倾巢出动。

“以博世为代表的跨国巨头电动工具公司如‘日立’、‘牧田’都纷纷在中国增加了自营力度，虽在某种意义上推动了中国电动工具行业的发展，另一方面则对我国本土企业形成挤压，面对这种内忧外患两难的困境，首先还是需要走出‘贴牌’的局面。”主办单位之一杭州美新信息技术有限公司负责人吕明德表示，目前国内电动工具配件生产企业绝大部分意识到了这点，均向技术含量高、利润率高、市场范围广、行业门槛高、品牌价值高的行业上游攀登。

事实胜于雄辩，不论是前握电器有限公司还是中达智联科技有限公司，甚至是更多没有统计在内的知名企业，眼下都拥有着相同的目标，即抓住市场机遇，并应需而生为众多制造型企业提供一体化技术解决方案，推动行业前进。

12家重点企业完成博览会展会定位

1924家企业申报
标准展位2680个

□记者 应柳依
通讯员 何春艳 陈一丹

本报讯 昨日，记者从永康国际会展中心一楼办事大厅了解到，来自我市12家纳税百强、优胜五金类生产或经营企业已率先完成第22届中国五金博览会展位优先定位工作，落实特装展位面积1200多平方米。

“一得知报名平台开放的消息，我们就迅速报名并向组委会申请了204平方米的特装展位。”定位完成后，浙江博大实业有限公司展位负责人夏志胜告诉记者，今年定位结果不仅满足了面积上的需求，还选到了一个不错的位置。作为五金博览会的老参展企业，其公司在每届展会上都收获颇丰，无论是企业形象宣传还是新产品展示都起到了很好的效果。

特装展位十分抢手

通过连续参加多届五金博览会，博大公司规模不断扩大，代理商、客户群持续增加，目前已在国内外建立了稳定的销售网络，品牌影响力的辐射区域越来越广。在今天的博览会上，该公司将进一步加大展位装修、品牌宣传等方面的投入，在经济环境错综复杂的形势下，牢牢把握住商机，更好地展示企业的形象和产品。

据了解，博大公司获批204平方米大型特装展位，是重点企业中获批面积最大的企业。还有不少企业今年纷纷增加了参展面积。如市白马砂轮厂由去年的72平方米增加到120平方米。定位过程中，靠近主通道、位置良好、大型的特装展位仍是各大企业争夺的重点。

李美华是我市一企业负责人，她每年都会带领员工参加五金博览会。今年也是早早就申报了展位。“企业参加过不少展会，相比较而言，还是五金博览会针对性更强，而且五金博览会还有一个优势，就是可以吸引更多的国内外采购商，这对于我们的品牌宣传以及后续的订单跟踪都很有利。”随着五金博览会的辐射力与影响力与日俱增，众多五金企业主都欲借五金博览会的“东风”开拓更大的市场。

1924家企业申报展位

据介绍，当前，第22届中国五金博览会网上报名工作依然持续升温中。截至7月20日下午3时，已有来自上海、江苏、山东、福建、湖北、河北、浙江等省（市）的1924家企业申报标准展位2680个，申报特装展位21252平方米。其中，本地企业申报的有864家，外地企业申报的有1060家。

五金产品三大环节景气指数同步提升

□通讯员 马笑苏

本报讯 今年上半年，五金产品生产景气指数均值为96.3%，高于去年同期1.6个百分点。五金产品外贸景气指数均值为95.9%，高于去年同期2.1个百分点。五金城市场交易景气指数均值为96.7%，高于去年4.9个百分点。这组数据说明我市五金三大环节景气指数较去年同期扩张步伐有所加快，总体延续稳中向好的发展态势。

6月，我市三大亮点凸显：一是产业结构优化，供给质量提升。生产量指数和新订单指数为99.0%和100.1%，分别比上月上升4.0和0.8个百分点。从

行业构成指标来看，门及配件、建筑装潢五金产品生产景气指数为96.9%、97.2%，分别高于上月2.2和6.2个百分点。其中机电五金、通用零部件生产景气位于101.3%与101.6%以上的较高景气区间，分别高于上月7.5与3.5个百分点，行业发展动力增强。

二是国内需求回暖，内销好于外销。从国内外市场需求端来看，6月份，国内市场需求景气指数收于97.3%，环比上升0.9个百分点，高于国外市场需求景气3.3个百分点。市场需求显示活跃的有日用五金电器、机电五金等行业，其需求景气指数均站上扩张区间，本期分别收于102.8%与109.0%，环比

上升2.9与14.2个百分点。

三是市场环境逐步改善，需求增速加快。据五金城实体市场商户景气调查资料显示，6月份，生产厂家经营形势判断景气指数和商品进货量指数为105.0%和100.2%，分别比上月上升18.3和6.7个百分点。在十二行业类别中，有七个行业市场需求景气站在临界点之上，处于扩张区间，其行业分别为安防产品、门及配件、日用五金电器、厨用五金、建筑装潢五金等，行业市场需求景气指数分别为112.5%、105.0%、103.5%、104.8%、101.5%，分别高于上月18.1、24.0、15.9、11.2和15.2个百分点。