电动工具出口强身之路

●刘旭

电动工具出口在去年可谓波折重重。2005年8月，我国生产的电动工具被检测出多环芳烃值(PAHs)超标，价值300万美元的货物滞留德国，1000多万美元的产品需要在国内更换零件。紧接着11月份，宁波某电动工具有限公司出口到比利时价值62万美元的电动工具又因同样原因遭到退货。而今年电动工具的出口形势依然严峻，欧盟《关于电气电子设备中限制使用某些有害物质指令》(即RoHS指令)和《关于报废电气电子设备指令》(即WEEE指令)，以及新发布的《关于修订指令92/42/EEC和制定耗能产品环保设计要求的框架指令》(即EUP指令)对我电动工具产品输欧都将产生较大影响。因此，中国电动工具产品还要从原材料环节综合考虑安全、环保等方面的因素，朝专业化、规模化方向发展。尽管中国现在已经发展成为世界电动工具的生产大国和出口大国，但这里的"大"，只是数量上的大，而并非"强"。

顺应环保潮流提高产品竞争力

由"多环芳烃值超标事件"不难看出，国际市场的技术要求对我国电动工具产品出口有较大影响，但是环保与健康标准的提高是进步的潮流，国内企业应该借此严格要求自己，争取环保标准与国际接轨。

出口企业自产品设计阶段起，就应该注意产品安全的环保性能，特别是震动、燥声、多环芳烃值等指标，当然，还应该保证产品符合EMC和LVD等其他指令要求。但是，这样的技术要求无疑提高了电动工具的出口成本，降低了企业的出口利润。

电动工具产业所面临的一个不利局面就是恶性竞争导致产品出口利润率下降。据了解，电动工具的技术门槛低，生产企业规模远远不足，我国的电动工具生产量占世界总产量的70%，销售额仅占世界销售总额30%，出口企业承受风险能力差，行业利润率仅为3%左右，稍有风吹草动就会亏损。目前，国际上高水平、高售价的专业电动工具大多为几家知名电动工具厂商所控制，中国的许多外向型企业，实际上是国外厂商的加工厂或者生产车间。此外，国内许多电动工具企业的生产技术水平与管理水平与国外企业相比也有较大差距。

其实，国内有些厂家也已意识到品牌的重要性，一批国内知名电动工具品牌已在中国电动工具行业渐显领先地位，而且也引起了国外电动工具经销商的关注。如电钻、角向磨光机、电锤等一般的常用电动工具，国内企业与国外产品相比就有较强的竞争优势。相信经过市场的培育，这些领域的国内品牌将会得到更快的成长，国内电动工具市场会形成更多的"自己的品牌"。但整体而言，电动工具产业从贴牌生产(OEM)到创品牌、创新知识产权之路还很漫长。

因此，中国的电动工具产业要与国际对接，无疑应在提高产品竞争力上做足功夫，彻底改变我国电动工具性能水平低、售价低的现状。

业内人士表示，中国电动工具行业是一个外向型特征十分明显的行业，外贸出口是行业生存与发展的主要支撑。尽管国内市场容量不及国际市场那样大，却有不少电动工具企业能够同时关注国际国内两个市场，重视产品质量，不断巩固和开拓市场份额，取得了不小的收获。

另外，在拓展市场方面，电动工具企业应重视新产品的开发和老产品的更新。目前，中国电动工具行业的许多企业，在市场竞争日趋激烈的形势下，应更加注重科技创新，更加注重以质量取胜，以新品巩固和拓展市场，从而保证产品的竞争优势。

出口增长促成行业新格局

尽管面临诸多问题，但近年来，我国电动工具行业大力开拓国际市场，还是取得了令世人瞩目的成绩。机电商会提供的资料显示，去年全年国内电动工具整机出口达1.85亿台，出口额达到29.06亿美元。另外，去年我国电动工具销往166个国家和地区，电动工具出口量已稳居世界第一位，中国已经成为世界主要的电动工具供应商。尤其是到去年连续两年出现各类电动工具出口量、出口额和单价全面增长的好消息。

我国电动工具出口增长也促使行业形成新格局。目前，电动工具行业已经结束了单一的配件销售、工具维修的历史，实现了由经营型向生产经营复合型转变；从简单的零配件生产向附加值较高的整机生产转变；从仿制他人品牌向自创品牌转变，全力打造品牌经济；从家族化管理模式走出来，全面推行现代企业制度；由以国内市场为主向国际国内两个市场并举转变。

对于产业未来形势，机电商会预测，我国电工行业经济持续发展的有利条件，为电动工具的国内市场提供了良好的空间。发电设备市场需求旺势不减，输变电设备行业将进入高速发展期，基础电工行业会有一定程度的增长，这些都将拉动国内电动工具市场一定程度的增长。

而今年欧美发达国家仍将是我出口的主要市场，去年我电动工具产品出口虽然面向的市场很广，但市场的集中度很高。出口量居前10名的市场合计占我国出口总额的近75%。全球电动工具进口额最大的两个市场是美国和德国。在这些国家的建筑五金超市和五金工具商店可以看到，普通的电动工具产品基本上都是由我国生产并出口的。由于这些发达国家的国民愿意自己动手进行制作的特点，决定了在相当长的一段时间内欧美都将是我国电动工具出口的主要地区。