



金屬會訊

第 86 期
雙月刊

香港金屬製造業協會 The Hong Kong Metals Manufacturers Association

地址：香港九龍觀塘巧明街114號迅達工業大廈10樓A座

網址：<http://www.hkmma.org.hk>

電郵：hkmma@hkmma.org.hk

電話：2429 6419

傳真：2429 8453

2012年1月-2月號
編輯出版部出版



行業精英

利寶五金有限公司 譚法清經理

會長的話 祥和背後不和諧 矛盾深處要正視
協會會長 樂佳實業有限公司 董事總經理 施金城先生

行業精英 政府法規是環保回收業的重要主導者
協會理事 利寶五金有限公司 經理 譚法清先生

榮譽會長專訪 在升級轉型中的契機與出路 - 榮譽會長專訪系列
協會榮譽會長 瑋滔環保產品有限公司 董事 陶偉洪先生

副會長專訪 開創品牌之路與中國家品市場發展 - 副會長專訪系列
協會副會長 金昇家品有限公司 董事 郭岳榮先生

專題介紹 淺談粉末塗料與傳統塗料之使用
德家朗駱駝粉末塗料(東莞)有限公司 業務經理 范志良

不銹鋼產品缺陷與生產工序的關係
利保金屬檢測中心

政經資訊 2002-2012年全球及中國汽車銷售量分析
協會政經訊息部部長 龍記五金有限公司 市場經理 何志偉先生

第九屆理事會成員

名譽會長

伍達倫博士 呂新榮博士
余達澄博士 孫啟烈先生
梁華濟博士 何焯輝博士

永遠榮譽會長

黎紹深先生 周海平先生
莫炫標先生 余立明先生

榮譽會長

陶偉洪先生 余德明先生

當屆名譽會長

劉 鵬先生 張德杏先生
黎啟東先生 張 傑先生
陳伯中先生

名譽顧問

李大超教授 杜如虛教授

法律顧問

林靖寰律師 劉 洪律師

會長

施金城先生

副會長

鄭鎮初先生
鄭漢華先生 冼錦良先生
黃路乾先生 洪思偉先生
徐炳光博士 郭岳榮先生

各部部长

談永雄先生(秘書長)
黃 曄先生(財務長)
張應鎮先生(工程管理技術部)
鄭錦祥先生(活動策劃部)
馮志明先生(市場拓展部)
周麗怡小姐(編輯出版部)
何志偉先生(政經訊息部)
鄭奕騰先生(會員發展部)
梁景裕先生(青年部)

其他理事會成員

孫暉銓先生 吳松利先生 何家強先生
梁碧夏小姐 李秉湧先生 陳樹根先生
陳業光先生 陳振南先生 勞偉文先生
吳宏儀先生 曾思雅小姐 文惠貞小姐
陳秀雯小姐 黎浩彬先生 葛煒基先生
陳偉雄先生 歐 豪先生 練繼維先生
李澤民先生 蔣家耀先生 項俊瓏先生
溫昭文先生 黃玉珍小姐 譚法清先生
聶偉昆先生

編輯委員會名單

洪思偉先生 周麗怡小姐 曾思雅小姐

目 錄

會長的話

祥和背後不和諧 矛盾深處要正視 4 - 5
協會會長 樂佳實業有限公司 董事總經理 施金城先生

企業專訪 / 行業精英

政府法規是環保回收業的重要主導者 8 - 9
協會理事 利寶五金有限公司 經理 譚法清先生

榮譽會長專訪系列 - 10 - 11
在升級轉型中的契機與出路
協會榮譽會長 璋滔環保產品有限公司 董事 陶偉洪先生

副會長專訪系列 - 12 - 13
開創品牌之路與中國家品市場發展
協會副會長 金昇家品有限公司 董事 郭岳榮先生

專題介紹

淺談粉末塗料與傳統塗料之使用 16 - 17
德家朗駱駝粉末塗料(東莞)有限公司 業務經理 范志良

不銹鋼產品缺陷與生產工序的關係 18
利保金屬檢測中心

活動及會員情報

2012 壬辰年新春團拜 22 - 23

香港工商界商會新春團拜 24

活動情報站 24

2012 香港春季電子產品展「金屬零部件區」 25

「金屬部件中小型製造商進軍高增值成品業務
之全面研究、先導計劃及策略性藍圖」項目 26 - 27

政經資訊

2002-2012 年全球及中國汽車銷售量分析 30 - 32
協會政經訊息部部長 龍記五金有限公司 市場經理 何志偉先生

祥和背後不和諧 矛盾深處要正視

協會會長 樂佳實業有限公司 董事總經理 施金城先生

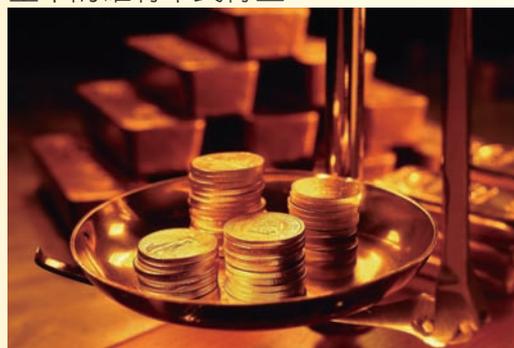


“玉兔辭歲留福澤，金龍獻瑞展鴻圖”。在一片歡歌笑語、迎春接福、喜氣洋洋的大好日子里，香港零售消費市場持續暢旺，商場食肆擠滿消費人潮，表面洋溢著歡愉和諧的氣氛，深層次卻隱藏著複雜的社會矛盾，怨氣有向外延伸的傾向。雖然經濟數據恢復增長，但后工業時代並非所有人都能分享成果，香港家庭收入兩極化的趨勢愈見明顯，中產階層飽受壓力正快速向兩極流動，極高和極低收入家庭的數目快速增長。中層受壓、兩極分化的社會現象雖然並非轉型中的香港獨有，但其分化速度卻與港府的經濟策略息息相關。金融業雖然是本港重要的經濟支柱，但它畢竟是少數人參與同時又擁有龐大的資本運作，現代服務業的確製造很多新職位，卻大多數集中在專業人士身上。失去工業的社會，基層難以安居樂業，即使大量中低教育的人士可以進入服務業，也只是勉強遷就，掙扎在貧窮線上，政府卻長期背起扶貧責任。



九十年代初香港百業興旺，市民安居樂業，全民充分就業，沒有綜援自食其力，香港絕非工業城市，但工業卻成為穩住基層最重要的產業；二十年來，政府任由工業流失，寄望金融、服務、旅遊業養起 700 萬香港人，這種欠缺穩定元素的經濟體系令社會經濟結構出現重大變化，經濟增長的成果也非雨露均沾，部份階層市民的生活質素仍沒有實際改善，新的經濟環境對他們的衝擊大於機遇，社會矛盾日深，為香港埋下了不和諧的隱憂。政府統計處的數據顯示，我們對比過去十五年，香港家庭住戶每月收入的增長出現如下三個變化：

- (1) 高收入家庭越來越多，增長速度和比例高於一般家庭。自 1998 年至 2011 年香港家庭住戶總數由 196 萬增加至 237 萬，增幅約為 20%，同期比較，家庭月入逾 10 萬元或以上的住戶，則由 3.7 萬急增至接近 11 萬，增幅達三倍，高收入家庭和極高收入家庭的數目不斷增加，由此反映在經濟轉型中的確有市民得益。



- (2) 低收入和中低收入家庭的數目增幅更大。經濟轉型下，在全港 370 萬就業人口中就有 100 萬人月收入少於 5 千元，50 萬戶家庭月入少於 8 千元，其中 46 萬人需要政府提供綜援。2012 年 2 月 20 日，勞工及福利局張建宗局長在出席香港青年工業家協會新會址開幕典禮致辭中提到目前本港最新失業率為 3.3%，此數據若以經濟學的角度，的確已接近充分就業的狀態，政府認為

經濟環境已趨向理想，其實目前有 66 萬人屬“在職貧窮戶”，以目前香港的樓價、物價水平，家庭住戶入息中位數只有 20500 元，可以判斷，愈來愈多家庭在中低收入之間徘徊。

- (3) 中產人士的增幅放緩。家庭收入兩極化，意味中等收入人士的比例減少。過去十五年，家庭月收入 2 萬多和 3 萬多元的住戶比例正逐步萎縮，並分別向中低收入和中高收入的階層流動。有社會學者更以「中層撕裂」來形容這種變化。這種中產階級兩極移動的趨勢值得深思。過去十五年，香港經歷高低起跌，以往由經濟增長帶動市民向上流動的規律已不合時宜，舊的一套資源分配方式，例如躋身專業人士和追求穩定的工作，不一定可以保證收入。面對不同方向的擠壓，中產階級需應付內部競爭，以免被擠往下流。社會結構的裂隙使中產階級認為已不能光靠勤奮工作阻止往下流動，社會一旦陷入資源再分配政治，怨氣將愈來愈大。

從社會問題思考工業發展仍同出一轍，在失去香港政府工業政策的港資企業現正面臨中堅企業受壓、快速向兩極分化流動的趨勢，近四、五年來，由於人民幣匯率飆升已令在內地設廠發展的港企總成本增加了 6% 以上，而工資不斷上漲亦令總成本增加超過 10%，加上其他費用的增加企業總成本已累計增加了 15% 至 20% 之間。在歐美經濟持續低迷的情況下，廠家即使不斷透過流程優化和控制成本，實質成本增幅至少有 10% 以上。因此絕大部份企業已無利可圖。



由於中國政府把扶貧和社會福利責任推給企業承擔，港資企業更是首當其衝，無可避免充當榜樣“先行先試”，而香港政府因沒有有力的工業政策引導，故未能洞察先機，導致後知後覺，等到中小企處於水深火熱，發出訴求時，才勉為其難推出個別措施以消除民怨。正因港資企業處境十分嚴峻，眾多的企業正飽受多重擠壓，一部

份實力雄厚的企業陸續出現壟斷現象，而更多的企業因長期無利可圖，正加速向下流動，處於進退兩難的被動局面。若果經濟情況未能改善，港資企業以致整個珠三角工業隨時有可能逆轉，出現改革開放以來第一次工業衰退，業界切不可掉以輕心。

這個月是香港特首的選舉，我們期盼香港能選出一位有領導才能的行政長官，洞察社會的主要矛盾，改革稅階，舒緩中產壓力，同時注重工業政策，協助本地推進特色產業的發展，以及透



過扶持中小企業來吸納低下層的勞工，不但就業更要脫貧，解決祥和背後的社會矛盾，我們認同一個有活力、健康的社會結構應該是橢球般的形狀，而非中層受壓而傾向兩極。過去十年，本港出產副學士和文憑學生人數急升近 5 倍，但大專生收入中位數卻沒有隨經濟好轉而上升，反跌 16%，跑輸通脹。與此同時，全港有 5.2 萬名 15 至 29 歲正值黃金歲月的青少年，要領綜援過活。2012 年 2 月 20 日我代表香港金屬製造業協會出席香港青年工業家協會新會址的開幕典禮，感觸良多，心理面油然而生一個結論，青年工業家協會是香港工業界的縮影，更是工業界的精英薈萃，他們不但事業成功且極具社會責任，然而如今香港的工業界所誕生的青年工業家，很大比例出自工業界的第二代，甚至第三代，香港工業的發展機會令人擔憂！令人慨歎！這個對穩定社會，改善民生的產業，正處在十分困難的時刻，倘若政府放任其自由發展，甚至輕視工業，那麼香港的兩極化將日益嚴重，不但無法消除民怨，反而加深社會矛盾。故此我們期盼新特首能洞察祥和背後的不和諧，優先解決深層次的矛盾。



政府法規是環保回收業的重要主導者

協會理事 利寶五金有限公司 經理 譚法清先生



非常感謝協會給予機會，在「行業精英」欄目和大家分享一下環保回收行業的點滴，亦希望內容能為各會友在業務上提供一些有用的資料或啟發，令業績更上一層樓！

學習失敗經驗 拓展成功商機 (例子：廢機油回收業)

在香港從事環保回收業的成功者不乏少數，有些更是上市公司，但我希望在這裡道出一個不太成功的案例，並分析其中原因，好讓大家瞭解這一行業的經營要點和商機所在。

話說在 1990 年，一家來自澳洲的環保回收公司，在香港夥同本地投資者投資了數千萬港圓，在新界元朗工業邨建立一所能夠每月處理廢機油量達 1500 噸的廢油再造廠。經營概念是把澳洲的相同經營理念帶到香港，即假設消費者願意支持環保而對產品付出一點溢價或購買意願。可惜事與願違，工廠在開業不到一年便宣告倒閉，虧掉 8000 萬港幣，廠房亦被債權銀行接收，澳洲的過江龍到香港發展回收業，在未見成效的同時，已付出了沉重的代價，最終被迫畫上句號而離場，實為環保運動的一大損失。到 1992 年，筆者曾服務多年的本地企業，就收購了這一家回煉廠，投資成本當然是一個環保回收價，為未來的成功奠定了基礎。

經瞭解前人失敗的原因，筆者簡列如下，或對有意加入環保行業的朋友，具參考的作用。



一) 天不時

之前經營者未有了解到澳洲和香港有不同環保法規，廢機油的處理手法亦不一樣。當廢油回收廠開業後，廢油價格便因為市場有需求而急升，令原預計成本脫離原先的預算，是企業在短時間內倒閉的主因！

二) 地不利

選址錯誤。作為廢油回煉廠，若不能於本地取得合乎成本效益的廢機油，還可利用其調配設備，藉購入基礎油而調配一般的潤滑油。可惜基礎油的國際運輸都以船運散貨為主，若廠房不在海邊，已失先機！君不見青衣岸邊都是油公司的倉庫嗎？

三) 人不和

當時社會群眾的環保意識較現時薄弱，對循環再造產品抱有戒心，故再造潤滑油就更難打開市場了。



在澳洲同業付出了高昂的學費，取得寶貴的市場實證後，筆者和公司同事亦得到了啟示，針對性地定下了幾個經營方針，希望能依靠著低入場成本的優勢，在廢油回收行業闖出一條生路。

A) 天時

在修復這舊廠的同時，我們就努力和政府環保部門溝通，讓大家認識只有規範的處理，才可避免廢機油的胡亂排放，造成極嚴重的環保污染。幸運地政府於 1995 年正式立法，廢機油被列為化學廢物，必須交由持牌化學廢物處理廠處理，筆者公司亦順理成章成為唯一的私人經營者。藉著法例的幫助，從此無須付鈔買廢機油，更可向各廢機油提供者或產生者收取「化學廢物處理費」。試問現今有哪一行生意可以無本生利呢？人家給你原材料還要付錢啊！

B) 地利

一家煉油廠要搬遷是不簡單的，我們也未有這念頭。經參考外國同業的經驗，我們在這片土地上

增加不同的業務領域（如：廢水處理、舊電池回收等），務求地盡其用，把營利擴大。

C) 人和

環保產品要得到用戶接受，除價格要具競爭力，更重要的便是「客戶教育」（Customer Training），這是一個非常艱辛的過程！我們透過組織不同階層的朋友到廢油廠參觀、研討會的介紹、專業人士的認可、產品的實用測試及環保先鋒的推動，令再造油漸漸得到認同及認可，達到了人和的效果。

筆者公司從 1995 年成功令廢油廠投產，於 1997 年開始取得盈利，現已發展成本地著名的環保企業。相同的一片土地上，在不同的法規、不同的經營方向下，可以產生迥異的結果，對環保業界或金屬生產界朋友，或許都有點參考價值。

本業分享 共創未來 (例子：廢鐵回收業)

回顧了一段歷史後，也和讀者分享一下另外一個回收行業的運作情況，亦是筆者數年前才加入的一個環保廢鐵回收業。

在此，也讓筆者賣一下廣告：利寶五金有限公司的主要業務是在國內收購工廠於生產過程中產生的廢鐵料，然後轉售給鋼廠作為煉鋼的原材料，再次生產不同的鐵、鋼材料供應市場。

在廢五金回收行業中，我們區分成本地回收和退港回收兩大類。

A) 本地回收

顧名思義，我司會在國內收購五金的金屬廢料，這個運作是一個看似是簡單的買賣交易，但其中亦有不為人知的一面。例如：地方勢力霸市；廠內員工瞞上串通行為等，都是正規回收商要面對的。

B) 退港回收

退港回收的主要服務對象為獨資廠或來料加工廠，其金屬鋼鐵原材料是免稅進口的，若於國內轉售，則需要按政府法律規定，企業需要為廢料補納增值稅金，另加銷售稅金，總值約等於貨值的 23%，數額是非常可觀的。

縱觀現時市場情況，多數金屬業界都選擇把金屬廢料售與企業所在地的回收商，其中原因包括：



- 1 已在當地建廠多年，習慣性把廢料作當地處理。
- 2 與當地回收商建立了多年關係，故不會主動選擇改變。
- 3 因回收商有地方背景，避免對廠房產生麻煩。
- 4 企業本身利潤相當豐厚，不介意金屬廢料的售價高低。

其實國內正走向市場經濟，金屬廢料亦是企業財產的部份，企業是有絕對權利去選擇銷售渠道，實不容個別地方回收商壓價收購。再者，在東莞市供銷合作聯社的網站上，亦已詳列了各種工業常見廢品的市場參考價，若有回收商以壓價形式強行交易，企業是可以做出投訴，政府亦會調查處理，維護企業合法權益。



反觀，部份金屬業界已開始採用或考慮採用退港回收的處理方法，其中原因包括：

- 1 在廢料處理上取得最高經濟效益，免繳增值稅及銷售稅。
- 2 正規解決廢料處理問題，免卻海關及稅所日後追回少納稅項和合同差額。
- 3 企業本身利潤微薄，廢料價值佔盈利比例漸高。

為協助客戶轉用退廢回收法，利寶公司會提供一條龍服務，從海關合同，廢料付運清關等等，令客戶在「零」風險中得到最大利潤！

從事環保回收業超過 20 年，看見本地及國內的環保法規的改變，是實証了本業是商機處處的。

從前在國內常聽到「先發展，後治理」；現在常聽到「可持續發展」，這相信是政府對未來環保的走向，亦是環保回收業的最佳鼓勵！

在升級轉型中的契機與出路 - 榮譽會長專訪系列

協會榮譽會長 瑋滔環保產品有限公司 董事 陶偉洪先生

今期《金屬會訊》編輯出版部榮幸邀得本會榮譽會長陶偉洪先生接受專訪，解構近期中港政府積極鼓勵企業進行升級轉型的大環境下，港資企業應如何應對，同時分析當中的契機與出路。



問：國家政策不斷鼓勵同業升級轉型，同業應如何抓緊當中契機？

陶：無可否認，現時在國家政府的大力鼓動以及企業營運角度的考慮下，推行升級轉型實在是大勢所趨。不過，在此提醒各企業經營者必須注意一點：「升級轉型」不是單單指由「來料加工」轉成「獨資企業」，而是真真正正由技術層面至整個經營運作體系的升級轉型。而針對本會會員同行，由於大部分主要是金屬零部件的加工及生產，要做到真正的升級轉型，比方說由玩具金屬部件市場進軍至汽車零部件市場，當中涉及的差距會頗大（無論是技術上還是市場定位上），



這對於資源有限的中小企而言的確存在一定難度。另一方面，雖然國家近期推出各項政策，如稅務、外匯、社

保等，已經作出配合調整，但似乎現時仍未能真正滿足到港資中小企的需要以及作出適當的監管。

談到升級轉型中的契機，個人認為港企可藉此良機進軍國內的內銷市場。當然，推行內銷涉及不同程度的風險，例如市場定位或經營模式等，經營者需要清楚自身企業的實際情況，定下計劃（如一年計劃、三年計劃），了解進軍內銷的步伐，同時更需要明瞭地方政府的各個幫扶政策，最重要的，是企業需要自己行出第一步，而非守株待兔式的等人「打救」。個人覺得香港很多老闆本身太被動，故並不會主動去推行（甚至是逃避）升級轉型的計劃，如果是大型企業還可以選擇交給專人負責，但如果是中小企的話則鼓勵老闆們需要自己積極面對了。



問：在金屬行業基礎上，有甚麼突破產品的方向？當中有甚麼需要考慮地方？研發過程當中會遇上甚麼困難？如何面對？

陶：在談及產品突破前，個人認為老闆們應該先調整自己，突破本身舊有思維。過往的經營模式在現今千變萬化的市場上可能已經不合適，再加上升級轉型的壓力下企業往往要向多個不同



市場發展，而當中可能有一些產品範疇是過往老闆們從未涉及的，這時候建議老闆應該更加要虛心學習，了解不同市場及不同產品的資訊。而談回產品發展方向方面，一些高增值型的產品 / 部件市場可以多加考慮，例如汽車零部件、醫療用具等。

當然，在推行任何升級轉型的工作前，企業可從內外兩個方向考慮。「外」是指該市場的前景，以汽車產業為例，由於汽車市場在中國發展得愈來愈龐大，且汽車本身涉及的零部件效多（同時亦較精密），故此可預期此市場的發展會比較發達，故建議會員可多作考慮。「內」



方面則是指企業本身的資源技術是否可以配合，並願意投放資源支援，這個需要企業本身作一個詳細的內容評估，訂立計劃；同時，除非本身資源允許，建議企業可先集中發展其中一個市場，掌握市場定位，因應自身企業的規模及條件去推行，切忌步伐過於急速，需要量力而為。

而正如剛才提到，企業於升級轉型下可能會涉及新產品市場的研發，而困難就正正來自營運者本身對新市場的不熟識，很多過往的經驗及技術知識已經不再適用，故此需要由零開始不斷學習。正如本人由模具行業轉到現時的 LED 燈行業，初期也需要不斷與一些行內老師傅多作交流，親自「落手落腳」的與產品研發者一同工作，不恥下問，以清楚了解產品研發者與企業老闆的觀點差距（例如產品檔次的決定），這樣做才可以事半功倍。



問：就你所了解，有否一些產品市場金屬同業可考慮開拓？

陶：鑑於本會會員所涉及的金屬產品比較廣闊，可考慮開拓的產品市場也較多；加上本會會員普遍的技術水平也已經達到一定的水準要求，故此正如剛才提及，會員可在本身基礎的研發外考慮開發一些如汽車零部件或醫療器材市場等高技術要求及高增值的行業市場。

問：對金屬同業的未來營商環境及展望，有甚麼寄語同行？

陶：其實港資企業比起國內的一些民企存在著一定優勢，例如是基建上、技術層面上、與國際市場的接棒上、或社會金融結構上等，雖然此優勢愈來愈被民企拉近，但正正如此港企更加應該好好把握及認識現時情況尋找發展空間，故此與民企建立合作關係是一個不錯的選擇，因為民企於國內營運的限制會比港企或任何外資企業為少（最明顯是法制監管上），靈活性會較強，這正可彌保港企於國內經營時彈性不足的問題。



最後，作為企業家，個人認為發展機會總會存在，企業經營者需要好好摸索；本人深信「沒有夕陽工業，只有夕陽企業」，未來的環境需要由企業自己好好把握，勇於面對不同的挑戰，並於現在競爭劇烈的營運環境下突顯企業的「獨特性」及「專業性」，再創高峰！



開創品牌之路與中國家品市場發展 - 副會長專訪系列

協會副會長 金昇家品有限公司 董事 郭岳榮先生



今期《金屬會訊》編輯出版部榮幸邀得本會副會長郭岳榮先生接受專訪，郭岳榮先生從事家品業市場多年，成功創立品牌「JIMIX」，為金昇家品有限公司的首席設計師及董事總經理。郭生與我們分享近年中國家品業市場發展及公司轉型、創建品牌方面經驗。

問：家品市場在中國的發展前景怎樣？

郭：隨著國民人均收入上升，出口數值每年有 8% 增長，生活質素比以前大大提昇。而中國居住環境每個人平均居住面積較大，因此若以家品市場來講市場實在有相當大發展空間。現在有不少早年曾往外國讀書的中國年青人回到國內，他們受到外國生活影響，他們的新思維、生活文化亦滲入了「洋化」的要求及認知，所以中國家品市場正急速膨脹。而房地產發展，亦加速家品市場發展，縱使房地產有波幅，但都不會影響他們對家品質素的要求。所以中國家品市場有很好前景，但亦要考慮到早年 WTO 使不少海外品牌進佔中國家品市場，其實競爭壓力是十分大，一線城市就像商店「廚窗」，以中小企來講二、三線城市才是賺取利潤地方。如果以過往香港用 20 年的時間發展家品業，今天中國以 5 年便做到，尤其以一線城市如北京等…，家品業面對壓力及發展速度已經令到香港在國際市場上受到壓力。



問：如何切入家品業市場？有甚麼建議？

郭：以我自己經驗來講我是第二代，公司以前主要是製作紡織布機、機器零件製造、機械加工廠，到後來轉型到廚房用品市場，如大部份廠家一樣以 OEM 為主，完全處於被動狀態等單生產。我個人認為要切入市場必需要從品牌入手，品牌是相當於品質和服務質素保證，品牌過往在歐洲、美國等地有相當長遠的歷史，如：孖人牌有 100 多年歷史，長時間堆砌。但現在傳播訊息改變網絡世界普及，加速品牌的建立時間，如：Ebay、淘寶…亦改變人們消費行為習慣，品牌建立的時間和成本比起過往都要短。以我自己經驗來說，我把設計溶入品牌當中，如何以有效成本去滿足消費者要求，當中對市場了解相當重要，銷售定價、產品定位、設計取材、概念等環環相扣。



當中不同市場有不同需求，公司要考慮到進入那個市場份額。以餐廚來講市場研究十分重要，單是中國不同地區有不同食用文化及氣候環境，所用的廚具都不

同，如北方人要求鑊 30MM-32MM 便可，廣東地區要求鑊 36CM - 38CM。回應如何切入家品業來講，公司應理解為我們原來所做的產品有否配合到我們即將要進入市場。



問：同業應如何抓緊機遇？

郭：同業要多加溝通，了解市場訊息。我個人認為重點是如何判定這是一個機遇，如果你認為這是機遇你便會抓住。以我自己來講，我是讀設計出身我會認為設計是將來的機遇；但是我也有個同業朋友興趣在金融投資，他亦同時和我一樣在國內發展廚房用品的品牌，他以金融和投資



角度去看機遇，他目前擁有 150 個銷售點自己直接營運，單是營運、人才投放已經可理解成本是何等高昂。好明顯我兩雖然同是餐廚家品，但我兩所走的路並不同。而我自己來講我目前約有 40 個銷售點，其中 10 個銷售點自己做，其他以加盟方式去做，我們以加盟方式運作 5 年，我們會提供一些產品佈置意見等等…金昇以長時間逐小逐步去開拓。

問：目前金昇發展方向？

郭：早年金昇已開始著手轉型，希望由過往被動接單狀態 OEM 轉變為主動按市場發展計劃出單，由過往純粹出口業務包括公司參與設計銷售、市場定位、零售、連鎖經營方向走。過程中我們遇到不同會計制度、入賬方式、報關、物流等過往我們不用親力親為的，現在都需要處理。



雖然自己主導市場冒險性雖然高，但市場策略可以製定，整個生產計劃如材料、人員配

套、機器配套、銷售計劃等，公司可主導調節減低成本。公司盡量採取加大設計、開發市場力度、包裝生產線、品質監控方面，減低生產能力投放。

問：金屬製造業發展前景和方向？

郭：雖然金屬製造業目前大部份仍是加工性質，但我個人認為無論是成品或零部件製作都要創立「品牌」，如：電腦的 INTEL 一樣它並沒有製作電腦成品，但他的軟件卻能給予客戶保證，更甚是當消費者要購買電腦也會在乎有否內置 INTEL。因此公司要時刻思想如何令客戶去找你，



如何令經銷商 / 消費者去找你。當然客戶會否接受你的商標在他的產品裡面呢？但我自己認為你今日不作出嘗試成功機會是零，但如果願意嘗試便會有可能成功。因此如何突顯產品品質，讓客戶知道。「打造品牌」就是讓客人知道途徑。金昇以參加設計比賽，以產品得獎打造品牌。

（註：金昇「Pro-balance 刀具」較早前贏得 2008 年德國紅點設計獎；2009 年香港工商業獎—消費產品設計大獎；2011 年德國及中國 IF 設計獎）



淺談粉末塗料與傳統塗料之使用

德家朗駱駝粉末塗料(東莞)有限公司 業務經理 范志良

前言：全球塗料界公認的環保型塗料主要是水性塗料、粉末塗料、UV 固化塗料、高固體分塗料等品種。粉末塗料被認為是高生產效率（efficiency）、優良塗膜性能（excellency）、生態環保型（ecology）和經濟型（economy）的 4E 標準塗料，也是符合低碳經濟的塗料種類，在各種塗料品種中粉末塗料發展速度最快。

自 90 年代以來隨著工業的迅速發展，特別是家電行業的發展，我國的粉末塗料發展極為迅猛，我國已成為世界粉末塗料生產大國，並居世界第一位。但並沒有成為粉末塗料的生產強國。原因是我們的原材料控制、檢驗方式、方法和製造技術、塗裝技術等都沒有達到國際先進水準，按照發達國家的標準還相差很遠，特別是環保型無公害粉末塗料更是缺少相關的標準和技術。發達國家已進入高技術工業化階段，科技水準較高，又處於技術壟斷地位。並借保護環境、人類、動植物衛生、安全健康之名，對塗裝粉末塗料的產品，有害物質含量制定了較高，甚至苛刻的標準，而且各成員國的標準又不一致，從而大大限制了塗裝粉末塗料塗膜商品的進口。導致發展中國家的產品被排斥在發達國家市場之外。

由於我國粉末塗料生產起步晚，起點比較低，儘管粉末塗料的某些性能已經趕上液體塗料，但是粉末塗料的生產廠家和使用廠家仍然不滿意。隨著技術不斷的改進，用戶們的要求也越來越高，粉末塗料仍將面臨著比以前要多得多的各種問題，還需要進一步改進其性能，以趕上和超過已發展多年的液體塗料。

1、粉末塗料的特點

- ◆ 粉末塗料之所以發展迅速，是因為它具有省能源、省資源、低污染和高效能的特點。
- ◆ 由於粉末塗料不含溶劑或水等揮發物，對環境基本無污染；粉末塗料施工時損失小、利用率在 95% 以上，在各種塗料中居首位。

- ◆ 可塗厚膜，可實現一次性塗裝。粉末塗料一次可塗幾百微米，而溶劑型塗料一般在 20 微米左右。
- ◆ 簡化塗裝工序，提高塗裝效果，可採用自動化生產線進行塗裝。
- ◆ 粉末塗料塗膜性能好，經久耐用。
- ◆ 粉末塗料具有上述特點，其經濟和社會效益較顯著。
- ◆ 粉末塗料不足之處是：調色換色較困難，要薄塗不易實現，塗膜外觀不如溶劑型平整，設備一次性投資大，烘烤溫度高。

2、粉末塗料與傳統的塗料比較有什麼優點和缺點

優點：

- (1) 粉末塗料不含有機溶劑，可以避免有機溶劑帶來的環境污染、火災危險、浪費有機溶劑和危害人體的健康等問題。
- (2) 可以回收再利用，粉末塗料的有效利用率高。如果回收設備的回收效果好，粉末塗料的利用率可達到 99%。
- (3) 粉末塗料的塗裝生產效率高，一道塗裝可以達到溶劑型或水性塗料的幾道至十幾道塗裝的厚度。
- (4) 粉末塗料的塗裝不受氣溫和季節的影響，不需要很熟練的塗裝技術，容易掌握塗裝技術，也容易實現自動化流水線塗裝。
- (5) 粉末塗料用樹脂的分子量比溶劑型和水性塗料的大，因此塗膜的物理力學性能和耐化學介質等性能比溶劑型和水性塗料好。

缺點：

- (1) 粉末塗料的生產和塗裝需要專用設備，不能直接使用溶劑型和水性塗料的生產和塗裝設備。
- (2) 粉末塗料的生產和塗裝過程中，換塗料顏色和品種比溶劑型和水性塗料麻煩。
- (3) 粉末塗料不適用於薄塗，只適用於厚塗。
- (4) 粉末塗料的烘烤溫度高，大部分都在150°C以上，除紫外光固化粉末塗料及低溫固化外，大部分品種不適用於耐熱性差的塑膠、木材和紙張等熱敏性的物體。

粉末塗料與溶劑塗料的比較

項 目	粉末塗料	溶劑性塗料
一道塗裝塗膜厚度 μm	50~500	10~30
薄 塗	困 難	容 易
厚 塗	容 易	困 難
噴溢塗料的回收利用	可 以	不 可 以
塗料的利用率	高	一 般
塗裝勞動生產效率	高	一 般
熟練的塗裝操作技術	不 需 要	需 要
塗料的專用製造設備	需 要	不 需 要
塗裝的專用設備	需 要	不 需 要
塗料製造的調色和換色	麻 煩	簡 單
塗裝中的換色	麻 煩	簡 單
塗料的運輸和貯存	方 便	不 方 便
塗裝線自動化	容 易	難
塗膜性能	很 好	一 般
溶劑帶來的火災危害	沒 有	有
溶劑帶來的大氣污染	沒 有	有
溶劑帶來的毒性	沒 有	有
粉塵爆炸的危險	有，但很少	沒 有
粉塵污染問題	有，但很少	沒 有

3、結語

粉末塗料是一種新型環保產品，不但具有良好的裝飾性，還具有非常好的耐化學性、耐溫性和耐候性，對環境無污染，生產工藝和施工工藝都十分簡單，是傳統油漆塗料的替代品。品種有裝飾型、耐候型、防腐型和特種型等。隨著粉末塗料的生產技術不斷創新，生產設備不斷改進、原材料不斷開發，其應用領域也不斷擴大，目前，

粉末塗料已經從過去單一的應用於家電產品，發展到汽車工業、船舶工業、管道工業、建築工程、航空航太業、戶外設施和熱敏材料如紙張、塑膠、木材及傢俱製造業等等。所以，我國粉末塗料行業的發展前景光明，市場需求不斷擴大，應用領域不斷拓展。

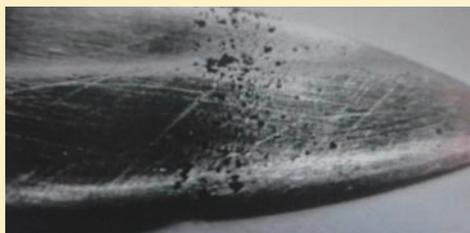
不銹鋼產品缺陷與生產工序的關係

利保金屬檢測中心

任何產品都有其標準的生產制程，生產者必須嚴格遵守生產過程中每一項的工序要求，若生產工序在管理上出現任何偏差，即有可能會導致缺陷的產生，如產品的穩定性低，將會嚴重影響廠商生產成本及商譽。所以對廠商而言，認識和鑒別產品缺陷非常重要。若能準確分析缺陷成因有助儘快解決生產問題和減少損失。以下我們使用一個不銹鋼失效分析例子，顯示如何透過產品的缺陷分析，尋找問題成因並改善生產工序。

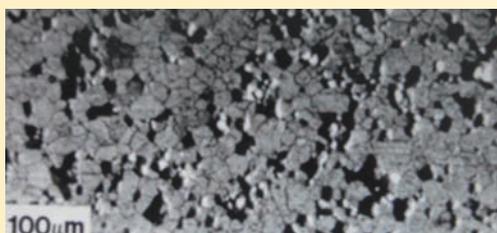
304 奧氏體不銹鋼 (Austenitic Stainless Steel) 是一款非常廣泛應用的鋼材，成份中含有 18% 的鉻元素，在表面生成一層鈍化致密的富鉻氧化層，可以防止進一步氧化，並為不銹鋼提供優越的防銹性。304 不銹鋼的防銹性能比 200 及 400 系的要好，同時亦具很強的抗腐蝕性，耐高溫性能卓越，無毒性。因此它被廣泛應用於日常生活中，如不銹鋼餐具、支架、工程用具、錶殼等。

雖然 304 不銹鋼具優良的抗腐蝕及力學性能，但若在生產工序上出現任何偏差，即會對產品的性能造成嚴重影響。以下列一款 304 不銹鋼刀具產品 (圖一) 為例，有客戶表示產品在使用一段時間後，原來光滑的刀身出現不尋常的凹凸斑點，而且材料的脆性增加，容易折斷。



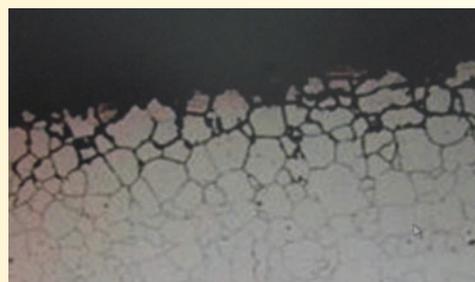
圖一 不銹鋼產品表面出現不明斑點

經初步觀察，刀身的黑色斑點是一些細小的孔洞，是缺料所致，若使用電子顯微鏡觀察缺陷位置 (圖二)，基體的晶粒及晶界清晰可見，而且晶粒似乎正在脫離基體，部份材料更出現大規模脫落，形成可見的孔洞，這些都是嚴重的腐蝕現象。由於刀具並未經過任何電化學腐蝕處理或接觸過強腐蝕物質，所以懷疑腐蝕是由於材料問題所導致。



圖二 缺陷位置的表面圖象

觀察缺陷的內部組織，先將缺陷位置切開，拋光打磨並使用顯微鏡觀察其橫切面組織。可以清楚看到晶間腐蝕嚴重 (圖三)，近表面的晶粒結構非常鬆散，晶界裂紋向基體漫延，晶粒開始脫離材料表面。由於晶粒的結合力薄弱，此時金屬若受外力的衝擊，裂紋會沿晶界伸延擴大，導致材料斷裂，這是產品變脆的主要原因。



圖三 缺陷位置的橫切面圖象

晶間腐蝕是指沿著晶界發生的腐蝕，屬局部腐蝕，會嚴重降低金屬材料的強度、塑性和韌性。奧氏體不銹鋼成份由鐵、碳、鎳、鉻等所組成，當中佔 18% 的鉻是不銹鋼材質主要防銹及抗腐蝕的元素。不銹鋼的晶間腐蝕，即是所謂的敏化作用 (Sensitization)，若將 304 不銹鋼在溫度 400-800°C 間加熱，會加快材料中的碳原子向邊界擴散的速度，最後與鉻原子結合為碳化鉻 (Cr_2C_6)，在晶界沉淀。晶界附近的鉻元素會被逐漸消耗，晶界貧鉻會促使該區域的抗腐蝕能力急劇降低，外界腐蝕性的離子很容易從此處侵入，最後導致晶間腐蝕 (Intergranular Corrosion) 的發生。

從以上觀察結果推斷，此 304 不銹鋼產品應曾在 400-800°C 範圍內有較長時間的停留，造成碳化鉻的沉淀並降低材料的抗腐蝕性。如產品在生產過程中需經過熱處理，須特別注意在 400-800°C 範圍內的停留時間；若產品曾經過高溫焊接，則須控制焊接的時間，快焊快冷，使碳化物來不及析出。

利保金屬檢測中心 (利保)，利記集團成員之一，成立於 2008 年並榮獲香港實驗所認可計劃認證 (HOKLAS)，為各類型的金屬如：鋅合金、鋁合金、錫合金、鋼材等提供成份分析測試服務，配合產品缺陷分析，能快速準備地為廠家確認產品不良成因。

2012 壬辰年新春團拜

2012年2月11日

新春伊始，為匯聚會員友好，共慶新春佳節。本會已於2012年2月11日正月二十舉行新春團拜晚宴。為使增加當晚氣氛，本年度之新春團拜主題為“懷舊”，冀望各參加者可以一個輕鬆的方式，與家人及各業界好友歡聚。

當日參加者都悉心裝扮，為競逐最佳衣著裝，得獎者分別為，施金城會長及夫人、黃曄財務長。

除了協會青年部獻唱“喜氣洋洋”跟協會全人拜年外，施金城會長，鄭漢華副會長、冼錦良副會長及孫暉銓副秘書長均獻唱懷舊金曲，場面十分熱鬧。

節目豐富，除了獻唱環節，還有“收買佬”遊戲，參與者都進入情緒高漲的狀態。最後還有幸運大抽獎，各參加者都盡興而歸。

是日新春團有賴各方友好、榮譽層的支持贊助，才能得以完滿成功。在此本會特此鳴謝，排名不分先後：

威發國際集團有限公司潘少忠董事長、
建樂士企業有限公司孫啟烈名譽會長、
許林律師行林靖寰法律顧問、
京兆五金製品廠有限公司黎紹深永遠榮譽會長、
順利精工有限公司周海平永遠榮譽會長、
玉記五金塑膠廠有限公司莫炫標永遠榮譽會長、
日昇實業有限公司余立明永遠榮譽會長、
德高實業有限公司余德明榮譽會長、
永興實業(中國)有限公司劉鵬當屆名譽會長及
寶力、寶惠機械有限公司黎啟東當屆名譽會長。



活動及會員情報



香港工商界商會新春團拜

2012年2月21日

為匯聚香港工商界翹楚及同業友好，於新年伊始，共同慶祝新春佳節，多個工商界商會組織，於2012年2月21日（星期二，農曆正月三十）假座香港會議展覽中心大會堂舉行「2012香港工商界商會新春團拜」。

當天晚宴筵開超過一百席，除邀得香港商務及經濟發展局局長蘇錦樑太平紳士及多名政府官員擔任嘉賓外，亦得到下屆特首的候選人／參選人唐英年 GBS 太平紳士先生、梁振英 GBS 太平紳士，以及葉劉淑儀 GBS 太平紳士等到場支持，場面盛況空前，可謂本年商界最大盛事之一。

協會為是次團拜之籌備委員會成員之一（籌委會協會代表為洪思偉副會長），除認購了一席宴席外，當晚亦由施金城會長率領多名理事會成員到場參與支持。



香港創新科技及製造業聯合總會理事合影



本會施金城會長（右三）與行政長官參選人唐英年大紫荊勳賢，GBS，JP（左六）、勞工及福利局局長張建宗 GBS, JP（左四）、立法會議員（工業界（第二）功能界別）林大輝 BBS，JP（左三）合影



本會施金城會長（右五）與行政長官參選人梁振英大紫荊勳賢，GBS，JP（左四）合影

本會周麗怡部長、施金城會長、洪思偉副會長合影

活動情報站

日期	活動名稱	項目主任
3月5日	嘉賓飯局 - 香港工業總會副主席郭振華議員分享晚宴	洪思偉副會長
3月21日 - 3月23日	億和精密工業控股有限公司武漢市蔡甸區企業家考察團	鄭鎮初副會長
4月13日 - 4月16日	2012春季電子產品展「金屬零部件專區」	市場拓展部
4月份	先進金屬製造業考察團	活動策劃部

2012 香港春季電子產品展「金屬零部件區」

(2012年4月13日至4月16日)

為讓會員公司之產品可作更多層面的推廣，協會每年均會與香港貿易發展局合作，於香港春季電子產品展內設立『金屬零部件區』。根據過往經驗，是項展覽無論是人流、參展會員廠商在展覽期間及期後接獲的業務查詢/報價和訪廠要求，以至貿發

局為『金屬零部件區』進行的宣傳工作等，都令人滿意，成效顯著。有鑑於此，協會本年將與貿發局繼續攜手合作，於2012香港春季電子產品展內再設『金屬零部件區』，並以光地型式再劃分特別設計攤位予會員參展，令整個展區更加突出。詳情如下：

日期：二零一二年四月十三至十六日（星期五至星期一）

地點：香港會議展覽中心 展覽廳 5（正門位置旁 5B-F02、F04、F06...攤位）

攤位形式：以光地型式再劃分特別設計攤位予會員參展，令整個展區更加突出。

展品類別：通訊產品、多媒體產品、資訊科技、電子零部件、視聽產品、電子配件、家用電器、個人電子產品、商貿服務及保安產品。

截至截稿日，本年度展覽之參展商名單如下：

參展商名單

公司中文名稱	公司英文名稱
1. 香港金屬製造業協會	THE HONG KONG METALS MANUFACTURERS ASSOCIATION LTD.
2. 標準五金彈簧製造廠有限公司	STANDARD METAL SPRING MANUFACTORY LTD.
3. 訊富集團有限公司	INFOSMART GROUP LTD.
4. 協益五金有限公司	HIP YICK INDUSTRIAL CO., LTD.
5. 京兆五金製品廠有限公司	KING SIU METAL PRODUCT FACTORY LTD.

（排名不分先後）

展區攤位數量有限，現尚餘少量，如會員公司有興趣參展請即時致電協會，另於協會攤位中亦特設位置擺放會員產品予推廣本協會之用，如

欲知詳情亦請聯絡協會，位置有限，先到先得！
聯絡人：鍾浩瀚先生（電話：2191 3381）

同時亦歡迎各會員屆時到場參觀指導！



招募研究企業



～ 誠邀參與 ～

「金屬部件中小型製造商

進軍高增值成品業務之全面研究、先導計劃及策略性藍圖」項目

前言

近年港商積極推行升級轉型、開拓內銷市場甚至是創立自家品牌，但針對金屬部件製造業的中小企而言，能成功轉型的個案不多。我們發現本地行家製造優質及精確部件的技術層面上均擁有上乘的能力及經驗，他們也絕對有能力達到製造高增值成品（如：醫療儀器、後市場汽車組件、航空部件、保健產品、手錶或其他類型成品）的嚴格技術及品質要求。但是，要真正達到升級轉型的目標，企業除了要擁有一定水平的製造技術外，高增值成品的產品設計及開發、海外/本地及國內消費市場的探索、品牌和分銷及物流管理、先進科技及製造系統的品質及設備要求等等，也是十分重要。可是，本地金屬部件製造商對於如何從傳統的代工生產金屬部件（OEM）模式轉型為高增值成品原設計商（ODM），甚至建立品牌（OBM）直接銷售產品至消費市場之業務模式等認知及資訊均未必足夠，同時亦缺乏資源進行詳細市場及技術可行性調查和培訓員工，以至轉型成功率不高。

有鑑於此，本會將會與香港生產力促進局合作，向工業貿易署申請「中小企業發展支援基金」推行「金屬部件中小型製造商進軍高增值成品業務之全面研究、先導計劃及策略性藍圖」項目，協助本地金屬部件中小企製造商轉型升級。

目的

本項目旨意針對香港金屬部件中小企廠商現存技術、製造系統、產品開發能力、市場及分銷渠道，以及商業模式等進行分析，對金屬部件廠商從本地的代工生產（OEM）業務轉型進軍某類高增值成品（如：後市場汽車組件、醫療儀器、航空零部件、保健產品、手錶或其他類型成品）設計及製造業務（ODM），並建立品牌（OBM）直接把成品推出大眾市場的經營模式之差距及疑難進行全面研究，並會進行針對性顧問服務，冀望透過是次項目協助協會會員以至整個金屬製造行業成功升級轉型！

項目	簡介	費用	對象
問卷調查及招募會員公司成為研究企業	<p>問卷調查 協會將發出問卷向協會及促進局認識之香港金屬部件製造商進行問卷調查，藉此明確行業所需及不足之處。</p> <p>招募會員公司成為研究企業 將邀請會員企業作為項目的研究企業。首先會招募約 15-20 間合乎基本準則的企業進行一個由協會及香港生產力促進局專家負責的一個為期半天至一天的預審，以探訪該企業之技術、管理系統及計劃付出之人力資源等，並篩選 12 間企業成為正式的研究企業。</p> <p>而有關申請成為研究企業預審的公司，符合以下準則者將獲優先考慮：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 在香港成立超過 10 年 2. 已經獲得 ISO9000 證書或相約國際品質認證 3. 每年營業額需要達三仟萬港元 	全免*	<p>全會員</p> <p>15-20 間會員企業</p>
實地考察	12 間通過預審合乎資格的企業將成為正式研究企業，並會由香港生產力促進局專家進行一個為期 5 个工作天的實地考察，詳細調查及分析轉型至生產某類高增值消費市場成品的設計及加工業務、建立品牌，以及發展直銷消費市場的可行性及差距。從而為參與研究的公司制訂提升技術、管理系統、產品開發、市場開拓及分銷渠道之策略，縮減於不同領域的差距及提供轉型成為目標高增值成品市場直接供應商的解決方案。	每間參與研究的企業需繳付 港幣 10,000 元 的審查及顧問服務費贊助	12 間試點研究企業

項目	簡介	費用	對象
交流會	12 間研究及試點企業的代表（每間企業可派 2 名代表）將獲邀參與 2 次珠三角考察團，每次為期 2-3 天，主要讓 12 間研究及試點企業可進行互訪了解。而協會理事會代表及生產力促進局專家將隨行考察，以提供即時的技術支援及講解。	（已計算於研究企業之費用中）	12 間試點研究企業
針對性顧問服務	將為 12 間研究公司再提供為期 5 个工作天的顧問諮詢服務，針對指定領域的高增值成品於部件設計、模具設計及製造程序、工藝與系統，提供現場顧問指導服務，協助企業開發相關高增值產品。	（已計算於研究企業之費用中）	12 間試點研究企業研討會
研討會（共 10 場）	透過初步研究分析結果，針對本地金屬部件中小型製造商進軍特定高增值成品 ODM/OEM 業務之共通差距及疑難，舉行 10 場研討會，提供相關新知識。研討會覆蓋主題包括但不限於：先進金屬加工及模具技術、品質系統（如：ISO13485、ISO/TS16949:2008）、無塵車間技術及作業指引、應用於金屬產品設計優化的先進 CAE 技術、工業設計、品牌建立、創新及知識產權管理、分銷渠道及物流管理、國際消費市場及業務運作等。	全免* （每場名額預計約 50 人，每間研究企業可享有 2 個名額）	全業界
製作項目總結報告及指引	制作項目總結報告及本地金屬部件中小型製造商轉型為高增值成品業務的策略性藍圖及指引。有關指引將印製 1,500 份並免費派發予各會員、協辦商會會員、金屬業相關之商會、科研教育機構和不同的中小企業等。	/	全業界

* 為鼓勵協會會員參與以及支持業界發展，部分預審（如邀請生產力促進局專家）、研討會（如租借場地、邀請行業專家演講），以及製作項目總結報告及指引（如印刷、運輸）等費用，在扣除政府的資助基金後之餘額將由協會作出補貼。

現誠邀協會會員參與是次計劃成為研究及試點企業。有興趣的會員，煩請填妥下列回條回覆至協會（傳真：2429 8453；電郵：donald@hkmma.org.hk 或 hkmma@hkmma.org.hk），協會會有專人與貴司聯繫，並統計感興趣參與項目的企業數量及於項目獲政府確認批核後儘快安排進行預審工作，而有關審查及顧問服務贊助費用可於正式獲確認成為研究及試點企業後才繳付。名額有限，申請參與預審的企業將盡量以先到先得的形式安排。但如感興

趣參與這項目的企業遠超預審名額，協會及促進局保留最終篩選參與預審企業之決定權，並會向申請企業索取進一步資料（如未來發展計劃、現有品管系統、製品最高精度、廠房設施、等）作參考。敬請各會員把握機會積極報名！如有查詢，請致電 2191 3381 與協會幹事鍾浩瀚先生聯絡。關於項目詳細內容，亦可向促進局高級顧問黎偉華先生查詢（電話：2788 5553，9866 9072，86-13143818974；電郵：wwlai@hkpc.org）



回 條

致：香港金屬製造業協會

傳真：2429 8453

「金屬部件中小型製造商進軍高增值成品業務之全面研究、先導計劃及策略性藍圖」項目
本公司有意參與上述項目成為試點研究企業。

公司名稱：_____ 聯絡人姓名：_____

電話：_____ 電郵：_____ 傳真：_____

公司蓋章及簽署：_____ 日期：_____

2002-2012 年全球及中國汽車銷售量分析

協會政經訊息部部長 龍記五金有限公司 市場經理 何志偉先生

帶動中國汽車零部件行業前景及預測

一、2011 年全球汽車銷售量達 8052 萬輛，與 2010 年比增長 3%。寶馬集團負責銷售和市場行銷的董事伊恩·羅伯森預測 2012 年全球汽車銷售增長 4%，他認為，歐洲市場受歐債危機的影響還會延續，2012 年歐洲市場將保

持低迷狀態，中國和美國將成為銷量增長的關鍵。波爾克分析師們認為，全球經濟將渡過當前的主權債務危機。會延續，2012 年歐洲市場將保持低迷狀態，中國和美國將成為銷量增長的關鍵。波爾克分析師們認為，全球經濟將渡過當前的主權債務危機。



表一：2011 年全球汽車銷售排名

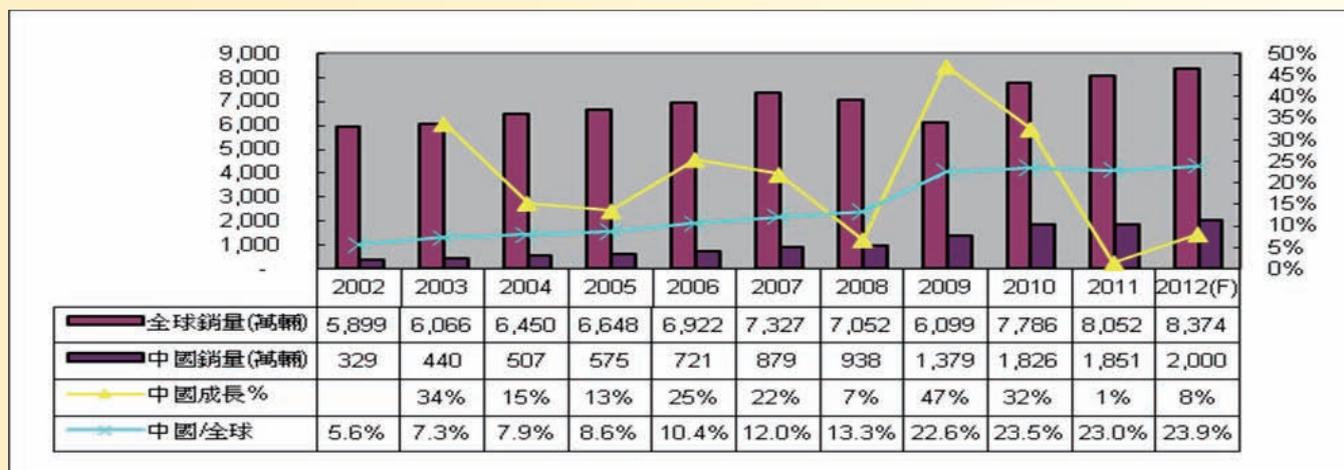
魏宏達整理自 - 劉欣欣 2012/02/06

排名	1	2	3	4	5
汽車廠	G M	德國福斯	雷諾日產	豐 田	現 代
銷售(萬 輛)	903	816	803	795	659

二、2011 年中國汽車銷售量達 1851 萬輛，與 2010 年比增長 1%，2011 年的汽車生產和銷售的增長大幅放緩，主要是由於四個因素：國家宏觀調控，終止的激勵政策，在去年的基數大，在北京和其他城市購買限制”，中國汽車

工業協會副理事長兼秘書長董揚指出，2012 年在中國汽車市場，由於政策的負面影響將逐漸減弱，將在今年回到正常增長，並估計汽車每年的銷售在 8% 左右的速度增長。2012 年國內汽車銷量有望增長 8%，達到 2000 萬輛

表二：2002-2012 年全球及中國汽車銷售量分析



三、汽車工業協會副書記石建華指出，5 有利因素和四個不利因素，會影響在 2012 年的銷售和增長，

有利因素包括：

1. 宏觀經濟的穩定進步，為汽車產業的發展提供了有利的經濟環境，逐步調整市場結構，多元化，規模縮小，節能產品為消費者提供更多的選擇；
2. 政府政策的鼓勵擴大國內需求，增加人們的收入，並擴大社會保障覆蓋面將提高消費在汽車市場的信心；
3. 汽車消費的剛性需求繼續存在，和
4. 中國的汽車消費將進入相當長的穩定增長的內中國汽車正成為國際競爭力，
5. 並繼續開拓海外市場，為汽車出口提供擔保。

但也有四個不利因素影響，汽車市場的發展，包括：全球經濟的持續增長速度較慢，很難對汽車銷售的大基數的可持續高速增長，提高汽車使用成本；安裝貿易壁壘。

四、中國國內品牌難以擺脫的困境，2011 年，十大轎車廠家銷量是：上海通用，上海大眾，一汽大眾，東風日產，北京現代，奇瑞，吉利，長安福特，東風標緻雪鐵龍，一汽豐田在 2010 年，頂 10 個轎車生產廠家為：上海大眾，上海通用，一汽大眾，奇瑞，北京現代，比亞迪，東風日產，吉利，一汽豐田，長安福特。與 2010 年名單相比，比亞迪跌出前 10 名，奇瑞的排名下滑明顯。相反，合資品牌，尤其是奢侈品牌，在市場上表現非常出色。東風日產，上海通用，一汽大眾，上海大眾增長 18.18%，16.54%，16.57%和 10.62%；寶馬，奧迪，賓士分別銷售了 232600 台，309900 台和 193000 台，增長 37.6%，37.4%和 30.6%。

表三：中國汽車市場排名

排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2010年	上海大眾	上海通用	一汽大眾	奇 瑞	北京現代	比亞迪	東風日產	吉 利	一汽豐田	長安福特
2011年	上海通用	上海大眾	一汽大眾	東風日產	北京現代	奇 瑞	吉 利	長安福特	東風標緻 雪鐵龍	一汽豐田

董揚認為，最重要的原因，國產品牌的市場份額和銷售下滑是因為弱勢品牌的競爭力和美譽度；然而現在國產品牌開始擴大到高端市場，而合資品牌蔓延到低端市場。

中國汽車零部件行業前景預測

受國際金融危機的衝擊，2008 年，國內汽車零部件行業完成工業總產值 9481 億元，完成銷售



產值 9280 億元。2009 年，海外零部件市場需求嚴重萎縮，但中國市場卻呈現良好態勢。2009 年汽車零部件企業總產值達 1.2 萬億元。2010 年汽車零部件市場規模將繼續保持強勁增長勢頭，增幅預計將達 20% 以上。同時，汽車能源動力系統技術轉型的轉折點將會出現，迎來混合動力和混合燃料為主體的新能源動力系統車輛產業化高潮。2009 年中國汽車產業收穫銷量 1360 萬輛的好成績，汽車及零

測試服務

本協會集合了會員企業各類使用優良、測度準確、專用測試儀器設備，為會員企業提供全面的測試服務，若會員希望此服務，可至本會網站：www.hkmma.org.hk 下載並填寫「測試申請表」然後交回協會，或電 2429 6419 協會將有專人與 貴司聯絡。

部件巨頭將目光聚焦在了中國。幾乎所有的零部件都可以在中國製造，能夠滿足我國商用車、中檔乘用車 80% 以上零部件本地化的配套需求。



圖三：汽車車燈零部件

中國本土的汽車零部件製造商總數近 2 萬家，但據統計資料，年產值 500 萬元以上規模的企業僅 6000 餘家。2009 年 1-11 月份，零部件行業實現銷售收入 10,518 億元，同比增長 20.0%。零部件行業累計實現利潤總額 745 億元，同比增長 34.8%。2009 年 1-11 月，汽車零部件累計進口 156.75 億美元，同比增長 4.11%。汽車零部件共出口 254.77 億美元，同比下降 22.17%。

未來幾年，中國汽車及零部件出口的發展目標是，從 2009 年到 2011 年汽車及零部件出口力爭實現年均 10% 的增長；到 2015 年，汽車和零部件出口達到 850 億美元，年均增長約 20%；到 2020 年實現我國汽車及零部件出口額占世界汽車產品貿易總額的 10%。2010 年零部件市場的規模增長將保持強勁增長勢頭，預計增長會達到 20% 以上。總產值將超過 1.4 萬億元，而國內相關的 100 餘家汽車零部件重點產業園區，將同時受益。中國汽車零部件行業擁有廣闊發展前景，而中國汽車及零部件產業也將會步入一個新臺階。2010 年中國汽車零部件投資將呈現出產業購並方式形成擴張能力；新能源汽車帶來的零部件產業新的投資契機；風投和 PE 對汽車零部件產業的投資等三大特點。

汽配產業有四大特點：

一、是產業集聚度高。1700 多家汽車零部件生產企業，大部分集中在幾個大的汽車零部件產業園區內，為企業之間的相互協作配套和工業環境的優化，以及政府對產業管理都提供了很大的方便。

二、是產品系列化程度高。以玉環縣為例，全縣汽車零部件 5000 多種大類產品，主要集中在汽車發動機和汽車底盤兩大系統。如汽車減振器，一種產品就有 4000 多細化品種；汽車水泵，一種產品也有 2000 多細化品種，基本涵蓋了所有的車型。

三、是專業化程度高。多數企業只做一類產品或一個系統，如轉向機、齒輪、減振器、等速萬向節、水泵、轉向管柱、方向盤系統等，技術上可以精益求精，成本上可以有效管理，市場競爭力得到持續的提升。由於產業集群的形成，與零部件製造相關的行業如產品測繪製圖、機床生產與銷售、企業樣本設計、展會公司、出口公司、翻釋公司、物流公司、刀量具專賣、原材料專賣等等都應運而生，為當地企業的生產經營活動提供了極大的方便。

四、是產業分工精細。一些公共工序多數由專業的生產企業完成，如毛坯的鑄鍛造、熱處理、表面處理等，都有專業的工廠，為整個產業作大眾化服務，降低成本。當然，一些對產品品質有十分高的要求的企業，現在也建立了自己的毛坯車間、熱處理車間和表面處理車間，掌控產品製造的全過程。

對我國汽車零部件行業發展現狀與市場前景、市場競爭格局與形勢、贏利水準與企業發展、投資策略與風險預警、發展趨勢與規劃建議等進行深入研究，並重點分析了汽車零部件以及細分行業的市場產量、國內外、進出口銷售狀況，現階段中國汽車零部件行業面臨的問題，以及一些前沿的策略。為汽車零部件企業在市場競爭中洞察先機，根據市場需求及時調整經營策略，為戰略投資者選擇恰當的投資時機和公司領導層做戰略規劃提供了準確的市場情報資訊及科學的決策。

1. 2011 年中國汽車市場統計分析及 2012 年車市行情預測 <http://www.cninfo360.com/hyxw/jxhy/20111205/256078.html>

2. 2010-2015 年中國汽車零部件行業深度評估及投資前景預測報告 http://www.cir.cn/R_2010-03/2010_2015qichelingbujianxingyeshendu.html

《金屬會訊》廣告

本會出版的雙月刊，推廣及宣傳效果宏大，大受各界好評。有意刊登會訊廣告者，請至本會網站：www.hkmma.org.hk 下載並填寫相關表格，寄交至協會，或電 2429 6419 協會將有專人與貴司聯絡。