

2012：自动化市场动静相宜

时间：2012-02-23 作者： 点击：1500

“自动化的特点是集约、高效，运用合理非常适合抢占先机。”有工业自动化业内人士分析认为，这些经济与社会现象给予了自动化市场内在的驱动力。“很显然，未来中国制造业给予自动化应用的机会将越来越多，2012年应该是个过渡年。”

2012之市场空间：

蛋糕还在，但或许你需要换个方式才能吃到它

“富士康百万机器人战略”被许多人看成一场“秀”。有人说，是富士康“连跳”事件才使得郭台铭如此放话，而就整个中国制造业来说，人力成本的危机还不足以引发经营者巨额豪赌，用机器来取代人力。

然而，已经凸显出的人力资源成本上升以及招工难现象，确实已经成为了许多制造企业老板头痛的问题。或许大多数企业不能如富士康般“财大气粗”，他们对引入自动化设备或流水线的兴趣，显然比之前增强了。

华尔街事件、欧债危机，暴露出了货币泡沫之下乏力的欧美市场，因此，世界的目光都望向了实体经济仍有巨大向上空间的新兴国家。与此同时，中国又拉开了转变经济增长结构的大旗，工业内在的结构转型、技术升级的需求迫切。

“自动化的特点是集约、高效，运用合理非常适合抢占先机。”有工业自动化业内人士分析认为，这些经济与社会现象给予了自动化市场内在的驱动力。“很显然，未来中国制造业给予自动化应用的机会将越来越多，2012年应该是个过渡年。”

蛋糕虽在，却未必能那么容易地吃到它。对比“遍地是黄金”的那些年，想在平稳增长的市场大环境下拿到订单，需要更多的智慧与判断。

首先，与目标市场的结合需要更紧密，不是把自身看做一个“卖家”，而是行业转型过程中一个重要的参与者。其次，时刻留心市场需求的变化——几年前的热卖品，如今也许早已经没有了市场空间，而新的市场变化引发的需求，却极易被人所忽略。拿风电市场来讲，三五年前的“整机”扎堆的时候，自动化企业的目光都聚焦在变频器、电控系统上，而今，风电产业更趋理性发展，风电并网、风场运营成为实实在在面临的问题。自动化企业可以在设备运行监测、风场管理信息系统上多动脑筋，说不定便可开辟出一片蓝海。“不通则需变”，还是那句话，“机会总留给有准备的人”。

2012之市场格局：

你可能有了新对手，你原有的对手也将以新的姿态对你

与日新月异的新技术相比，工业自动化市场曾经一成不变的梯队排序与格局定位实在有些让人乏味。然而最近几年不时有或大或小的动作投入这汪平静之水，工业自动化圈的一些故事也着实让人玩味了。

如果从中选取几个，经济型市场应算是最风起云涌的战场之一——这个看似“薄利”的市场近年来已经成为了各大品牌竞相追逐的“香饽饽”，西门子、施耐德电气等此前盘踞中高端市场的国际企业均不惜“放下身段”，力求在经济型产品领域分一杯羹。2011年，西门子SmartLine精彩系列触摸屏上市，在经济型HMI市场掀起波澜，随后，欧姆龙推出NB系列经济型触摸屏，施耐德电气也相当高调地发布MagelisGX0亮剑系列，加入这场经济型“鏖战”。然而，国际大牌玩的不是“价格战”，而是“性价比”；出的不仅仅是“市场牌”，还是“战略牌”。譬如西门子，自S7-200系列PLC在OEM市场斩获颇丰之后，用TIA集成架构将更多的产品带入这一领域，显然早已谋划出“经济型”市场的整盘棋局。因此，在未来他们对于经济型市场格局的影响，恐怕将是颠覆性的。

有赢家，就必然有“受伤者”。对于一直以来以“经济型”作为目标市场的品牌来说，这些国际大牌是新对手。一方强势来袭的结果不一定就是另一方的默默退场，这取决于被冲击者是墨守陈规、坐以待毙，还是寻求新的突破。对于原本利润空间就不大的它们来说，继续降价显然不是长久之计，也不是明智之举——寻求合作伙伴结成联盟，用整合的产品线赢得市场或许是可取的策略之一。不知道在2012年，“经济型”市场“大牌与联盟”之战会不会成为一个新的焦点。

2012年的工业自动化市场格局中，不能忽略的恐怕还有正在崛起的民族品牌阵营，这其中有两个名字不得不提——“和利时”和“汇川科技”。都是民营企业，却经历了不同的成长之路——一家从PA领域稳步延展至整个自动化产业，强势推出PLC产品，并率先在煤炭、水处理等行业获得不俗业绩；一家以变频器产品起家，“以迅雷不及掩耳之势”在驱动领域刮起一阵旋风，产品线、企业规模扩张迅猛。如果说几年之前，多数人对于民族品牌能跻身工业自动化主流阵营还不置可否，经过了2011年，他们恐怕要深思熟虑一番了。毋庸置疑，两家企业在2012年的各类动作都将成业界关注的焦点。

“一家国内企业，成立之初就将自己的竞争对手定位于西门子，或许有天它终将为自己的自负付出代价。”微博上，这样对于工业自动化民族品牌尖刻的质疑声并不罕见。多年的技术积累，是一个品牌在市场站稳脚跟不可逃脱的过程，民族品牌自然也是如此。然而，一面是练内功，一面是残酷的市场考验，民族品牌注定要走出一条属于自己的搏击之路。

自动化仪表
分析仪器
医疗仪器
传感器
仪器材料
电子电工
试验设备
环境监测
光学仪器
控制系统

合作媒体



曾经有许多人倒下，也有许多人退出。或是因为机制，或是因为资金，也或是因为对实业的失望。反观这两家企业，和利时已成立近20年，在PA领域打下坚实的品牌根基，与国际品牌形成制衡之势，因此机械自动化成为其近两年新的突破点。2012年初，破釜沉舟将机械自动化业务独立剥离，挂牌成立北京和利时机器控制技术有限公司，产品研发、市场战略均将更加有的放矢，但成效如何仍要留给时间考验。汇川科技给人的感觉则是“胆大心细”，变频、伺服产品打出不俗业绩之后，迅速扩张企业规模，拓宽产品线，2011年10月苏州产业园区也正式启用。据悉，2012年汇川科技将推出高压变频产品进军更广阔的市场，这无疑将在这一领域再次掀起漩涡。一家企业能不能持久地发展下去，就看其是否有长远的发展眼光，每天琢磨的是否是“战略”而不仅仅是“战术”。失败的例子已经太多，期待着和利时与汇川科技能在未来留下两个民族企业崛起的成功案例。

2012之市场战略：

对外“海纳百川” 对内重组“资源魔方”

并购的新闻在工业自动化业界听起来并不新鲜，但近两年这一词汇却变得尤其火热。特别是国际知名品牌，在全球范围内都加快了并购的步伐。ABB自2010年成功并购北美领先的电机制造商葆德电机之后，又马不停蹄地于2011年7月并购了专注于直流快速充电站和网络化充电软件业务的Epyon公司，而最新的消息则是，2012年1月30日，ABB又以39亿美元的价格将美国电气设备生产商通贝公司收入囊中。西门子则把并购的目光投向了软件行业，2012年2月最新发布的一份声明指出，西门子计划收购加拿大工业通信设备制造商Ruggedcom，此举被看作是继2007西门子年成功收购UGS成功之后，进一步加强工业软件力量的重要措施。而2011年不容忽视的还有施耐德电气收购国内知名高压变频制造商利德华福电气事件，有业界人士评论，这场持久的收购洽谈以6.5亿美元的价格收官让双方都各得其所，利德华福电气的股东们得了钱，施耐德电气拿到了优质的品牌资源和既有的市场。

纵观这些收购事件，不难看出，国际知名品牌们在不遗余力地拓展着产品线与市场，以求更好的“做大做强”。工业自动化的整合趋势早已显现，市场竞争从“卖产品”转向了“卖方案”，并正在转向“卖服务”，此时，一个可以“大包大揽”的自动化服务提供者更容易赢得用户的信赖。而这些大牌厂商利用上百年来积累起来的品牌效应，使得被收购的品牌和产品站在一个更高的起点上参与竞争，取得的效果常常是事半功倍。因此，在2012年，他们不会停止并购的脚步，甚至步子会迈得更大。正如ABB在其未来5年在华战略规划中所讲，“继续在华开展资产和技术收购以及合资合作项目，将是ABB未来在中国市场的主要战略之一。”

对于那些专业厂商来说，强大对手的扩张无疑将带来更大的压力。联合或许是唯一的解决之道。一是专业厂商之间的联合，二是与大品牌的联合。前者也已聚集专业厂商之间各自的优势，“积少成多，水滴石穿”；后者则可“站在巨人的肩膀之上”，站得高，看得更远，也不失为策略之一。2011年，联合的趋势已经显现。由倍福等企业发起的“科技自动化”联盟即以“促进联盟成员间的资源优势互补，促进联盟会员间的合作共赢，形成科技自动化产业生态链”为宗旨之一，促进工业自动化企业间的“大联合”。2012年及以后，也许我们会看到越来越多的企业“变竞争为合作”，工业自动化领域的价格战少了一些，具有战略眼光的市场拓展动作多了一些。

内部资源的重组是工业自动化企业战略调整的又一亮点。代表性的事件之一是2011年底，重组后的西门子工业业务公开亮相，客户服务集团闪亮登场。在随后与西门子客户服务集团负责人的交谈中得知，服务并不能算是一项新业务，而将其单独提出成立集团，并确定为“全生命周期”和“增值”两方面业务重新出击市场的初衷，则是更专注更有力的放矢地去拓展服务市场。而同时有此动作的还有霍尼韦尔过程控制部，虽然对比西门子要略显低调，但其仍就新成立的“高技术解决方案部”召开了媒体会，介绍说“咨询服务”将是该部门接下来一个重要的业务增长点。

“服务”的热其实是工业自动化企业“转动内部资源魔方”的表象之一。在工业转型升级的过程中，工业自动化企业能够提供的帮助早已不仅仅是产品，而是一种理念。用自动化、信息化技术能带来的变革去影响工业生产的进程，才是下一步工业自动化企业们应该做的——怎么做只是一个方式。所以接下来，工业自动化企业并不简单地只是一个“卖家”，而是“参与者”，或者是工业转型升级的“引领者”。转变好这个观念，其内部资源就将发挥更大的效率，创造更大的价值。

(来源：今日自动化)

友情链接

[中国仪器仪表学会](#) [深圳市科协](#) [广东省仪器仪表学会](#) [深圳市仪器仪表与自动化行业协会](#) [中国仪器仪表商情网](#) [中国自动化网](#) [激光制造网](#)