

国家产业政策青睐太阳能光热受热捧

■ 本报记者 许意强/文

一直都在谋求升级转型的中国太阳能光热产业终于等来了机会。

日前,《中国企业家》记者从国家发改委获悉,“国家‘十二五’期间的首份《国家产业结构调整指导目录》将于今年6月1日起正式实施,其中涉及多项对国内太阳能光热企业的技术升级、产业方向的指导和定位。”

中国资源综合利用协会副秘书长于亚杰指出,“太阳能等新能源企业,应该以这一轮国家产业结构调整方向为指导,善于利用国家产业政策和补贴资金、技术,推动企业的技术创新和产业升级。”于亚杰还指出,作为国家“十二五”发展期间的首份产业结构调整目录,代表了一段时间内国家政策支持和技术创新的主导方向,具有很强的现实指导意义。

太阳能光热受热捧

记者从《国家产业结构调整指导目录(2011年本)》中看到,在涉及国家政策重点鼓励类的多个项目中,新能源、建筑两大领域均与太阳能光热发生着密切的关系。

在新能源产业的十大升级方向中,太阳能光热就占据了三个,分别为“太阳能热发电集热系统的开发制造”、“太阳能建筑一体化组件设计与制造”、“高效太阳能热水器及热水工程,太阳能中高温利用技术开发与设备制造”。在建筑领域,涉及太阳能光热的则有“太阳能热利用及光伏发电应用一体化建筑”。

于亚杰告诉《中国企业家》记者,凡符合国家产业结构调整目录中鼓励发展的产业和技术方向,都会获得国家在财政补贴、技术研发等方面的政策和资金支持。这对于长期以来一直缺乏国家产业政策利好的太阳能光热产业,无疑是一次巨大的机遇。

国内最大的太阳能光热企业、太阳雨新能源集团董事长徐新建则告诉《中国企业家》记者,“三年前,从太阳能热水器进入家电下乡政策,我就预感到,接下来国家政策对于太阳能光热产业的支持力度会越来越大。作为一项‘绿色低碳’新能源产品,太阳



本报记者 林瑞泉/摄

能近年来在产品研发和市场推广过程中,已经感受到了国家‘节能减排’政策的推动。”

徐新建坦言,太阳能光热的做大做强,一定需要国家在产业政策等多方面的支持。此次产业结构调整目录明确指出了太阳能光热产业的发展方向,这种政策力度是前所未有的。

据悉,作为一个“草根行业”,太阳能热水器自面市以来在中国一直处于“企业单方面推动”的市场驱动下,政府缺乏对这一领域的统一规划和重点扶持。10多年前,在城市化进程加速的背景下,太阳能热水器销售被迫从城市转向农村。

机会背后挑战更大

近年来,农村市场对于太阳能热水器需求的迅速井喷,在快速推动了太阳能光热产业迅速做大的同时,也

引发了市场竞争乱局。由于行业进入门槛低、国家强制性标准缺乏,一度引发了太阳能热水器的过度竞争,行业内部的企业数量一度达到了1000多家,有的甚至称拥有5000多个品牌。目前,尚无国家职能部门对这一行业的总体规模和企业数量有准确统计。

自2009年以来,以太阳雨、桑乐为代表的二线企业,甚至包括以力源、而金、贝德莱特为代表的三线企业,掀起了一场以“产业升级”为主题的竞赛,主要表现为建立现代化的生产厂房,购置自动化生产和检测设备、实施面向城市、农村、海外的立体化推广。

不过,在嘉兴同济阳光新能源公司营销总经理王长青看来,“这两年来产业升级还未见成效,产品还多是围绕农村消费者,而90%以上的企业市场还在农村。去年底以来,农村市场销售开始疲软,价格战、促销战

都不见起色。”

江苏太阳宝新能源公司总经理田洪增则指出,“转向城市工程市场,是整个产业未来的方向。今年以来,太阳宝已经面向城市热水工程推出了不少新产品和系统解决方案。”

北京新能源与可再生能源协会副理事长罗运俊指出,从国家产业结构调整目录来看,从产品技术上看,未来重点是太阳能光热发电、太阳能中高温利用技术;从产品应用上看,太阳能光热与建筑的融合、太阳能热水工程,不局限于农村以及生活用水,还可以向工业生产用水、建筑节能降耗等领域扩大。

徐新建透露,太阳雨在太阳能制热制冷以及太阳能中高温技术的开发早在多年前便展开,目前围绕太阳能与建筑一体化融合,特别是城市以及工程市场的热工程,已经拥有多年的市场开发和应用经验,具有了完善的系统解决方案。

从设计到 ODM

闻泰以产业链做大手机产业

■ 本报记者 安也致/文

作为手机设计、生产、消费和出口大国,中国对全球手机产业的贡献居功至伟。但中国又是山寨机的发源地,山寨机泛滥成灾导致产业研发空心化,价格战成为主要生存手段,侵犯知识产权的现象普遍存在,致使全球对中国手机产生误解,认为中国手机非常便宜,质量非常低劣。

针对这一现象,闻泰集团董事长兼首席执行官张学政表示:“从手机设计转型到ODM,闻泰集团希望严把从设计到生产的每道关卡,用引领潮流的设计和过硬的制造向世界证明:中国手机,价格 very cheap,品质也 very good。”这是张学政为医治中国手机顽疾开出的良方,同时也是闻泰集团高速发展的秘诀。

专业追求源于产业理想

“凭借自己的力量改变中国手机的世界形象,把中国通信产业带向世界。”多年来,张学政是这样说的,也是这样做的。

在他看来,很多资本挤进手机业,是为了赚钱而来,而不是把手机业当做产业来做,所以,忽视了产品质量和知识产权建设,以打价格战为主要手段,造成了消费者对国产品牌的信心丧失。

而闻泰集团选择做手机,是抱着做产业的心态而来,抱着做大做强产业的理想而来。从进入手机行业的第一天起,张学政就立志把手机当做自己一辈子的事业,梦想着引领中国通信产业做大做强,使中国成为全球通信产业强国。

为实现梦想,张学政根据企业发展不断进行战略调整。最初公司只做设计,生产是由其他企业来做。

但是这种生产外包模式很快就被证明行不通。为保证质量与设计的一致性,张学政斥巨资建立了嘉兴生产基地,把业务扩展到整机和元器件生产。

目前,闻泰集团已经驶入良性运作轨道,2011年的整机ODM的销售量已经超过主板,占据集团销售量的一半以上,其中大部分销往海外,3G产品占集团销售量的30%,其中TD-SCDMA占90%。闻泰嘉兴二期工程生产基地也在紧锣密鼓地建设当中,到2012年二期工程竣工,闻泰嘉兴生产基地将拥有注塑、模具、喷涂、连接器、电池、充电器、天线、按键、包装、SMT贴片、整机组装等全产业链生产能力,年产整机4000万只。

除了给在国内市场活跃的土洋品牌企业做ODM,闻泰集团把触角延伸到了海外市场。在海外,闻泰集团坚持三驾马车并驾齐驱:一是为国外品牌企业做ODM;二是为国外运营商做ODM,迄今为止,闻泰集团已经为全球多个国家和地区的50多个运营商提供手机整机;三是支持中国品牌走向世界,目前在南亚、东南亚、非洲、南美甚至欧洲,不仅很多当地重量级品牌商和运营商是闻泰集团的客户,在这些市场取得骄人成绩的中国品牌背后也有闻泰集团的影子。

闻泰企业文化的核心是“共识、共和、共创、共享”,张学政希望与供应商实现和谐成长,共同创业,共同分享发展成果,通过抱团作战实现群体突破。“今后五年,希望凭借闻泰集团与品牌商和全球各地运营商的良好合作关系,借助手机这个通信终端产品,带动更多的产业链上下游企业走向世界,在全球打一场改变和提升中国制造形象的攻坚战。”张学政对闻泰的未来充满信心。

为中国手机乱象开药方

在整个手机产业链中,中国作用举足轻重。但是低价和低质,却给中国制造蒙上了阴影。

“正是这种乱象丛生的产业土壤,为培育大企业创造了机会。”张学政认为,国家“十二五”发展规划为信息产业的发展指明了方向。中国要诞生世界级的手机品牌,必须先有世界级的ODM企业。通信产业应该搭乘这阵春风,内强体魄,外树形象,做好产业升级和转型,打造世界级的一流企业和品牌。

张学政认为,现在中国已经具备了打造世界一流企业和品牌的条件。他举例说,类似于IT产业的发展轨迹,起源于美国的通信产业,设计、制造和品牌曾经由美国形成完整的产业链。但后来,为了追求成本控制,美国把一些生产制造转移往日本、韩国和中国台湾及大陆。随着技术门槛越来越低,手机研发也在开始转移。这种产业转移造就了日本、韩国及中国台湾,同时也成就了大陆市场的制造业。目前,中国设计、制造及手机元器件生产已经实现了高度国产化,国产率在99%以上。这种产业转移,也为中国手机从手机生产大国向品牌大国转变创造了条件。

“如果一个民族没有世界级的ODM手机企业,就不可能诞生世界级的手机品牌。只有把设计、制造、质量都做到世界一流,只有在与国际品牌的合作中积累丰富经验,才能帮助中国手机产业走向世界。”为了实现这一目标,张学政一直积极进行产业布局。

2006年,闻泰集团从手机设计入手,先后在上海、西安建立了东、西两大研发中心,并成为国内领先

的手机设计企业;2007年,开始建设产业化基地,包括模具、注塑、喷涂、包装、SMT贴片、整机组装等工厂,并使其达到国际一流品牌的质量要求,目前已开始源源不断为国际知名品牌商和运营商供货;2012年,闻泰集团嘉兴生产基地二期将建设完成,将形成集手机研发、SMT贴片及模具、天线、按键等零部件生产于一体的手机生产基地,为客户提供从设计到制造的一站式服务。此外,闻泰集团还先后投入2000万元建立了庞大的质量管理体系,购买了大量国际先进水平的测试设备,分别在嘉兴、上海建立了功能完备的测试实验室。目前闻泰的测试人员占研发团队的比例30%以上。

闻泰创业的2006年是国家“十一五”规划的开局之年,五年来,闻泰集团励精图治,获得了高速发展。今年又是国家“十二五”规划的开局之年,张学政信心满怀地说:“闻泰集团的目标是通过对全产业链布局,为客户提供一站式服务。所有的动作都是为了把中国手机的品质做好,把跟我们合作的手机品牌服务好,打造世界顶尖的ODM企业,帮助客户、支持中国品牌走向世界,并带动国产化器件、公司走向世界。希望实现帮助中国通信产业做大做强,走向世界的产业理想。”

从设计到制造、从主板到整机、从2G到3G、从国内小品牌到国际大品牌,闻泰的发展轨迹以及未来五年的规划,与国家的“十二五”规划提出的产业转型升级思路不谋而合。没有理想的民族是没有希望的。希望我国涌现出更多像闻泰集团这样有梦想的企业,也希望政府部门通过引导,支持闻泰这样的企业做大做强,支持手机产业链实现升级和转型。

从满足需求到创造需求

中国家电业智能转型

■ 本报记者 安也致/文

被誉为“上帝”的消费者,近年来在各大家电企业的集体“宠爱”下,胃口变得越来越大,越来越不可琢磨,最终反向推动了众多家电企业的主动创新与变革。

5月15日,海信集团董事长周厚健意外现身“海信集团智能战略发布会”,首次向外界披露了未来10年海信发展战略,首次提出了“智能化”转型新方向,并明确表示将成立智能化战略推进组织,以智能化为灵魂,统一推进海信旗下多媒体、通信、家用电器、智能交通、地产等全系统“智能化”。

行业观察人士指出,2011年是我国“十二五”发展规划开启的元年,经历了40多年发展的海信选择在今年推出“智能化”转型,且横跨两个“五年发展规划”,表明了企业对于智能化在产业升级和结构调整中的重视程度,也预示着这一转型也将面临更大的挑战与压力。

转型提速

对于为何选择在2011年开始转型,周厚健告诉《中国企业家》记者,“当前,市场竞争的重点已经不再是以往单纯的终端硬件竞争,应用与服务 and 用户体验成为核心,这无疑是我们的短板。”

近年来,电信网、互联网、电视网的三网融合呼声高涨,2010年国务院常务会议明确了三网融合的进程和步伐。与此同时,在市场层面上,电视、手机、PAD、电脑四屏合一愈演愈烈,引发了消费者传统习惯和消费方式的升级,这一切正是智能时代发展的前兆。

在传统电视机市场上,去年以来,3D、智能、LED液晶等新产品技术层出不穷,加速了全球电视平板化浪潮的更新换代速度。与此同时,空调、冰箱等白电以及热水器、电饭煲等小家电也在太阳能、物联网等新能源、新技术冲击下,迎来了转型的高峰期。此外,手机通讯在苹果iPhone带动下迅速迎来了智能化爆发新热潮。

对此,周厚健坦言,“智能时代,创新文化显得更为重要,应用、服务和用户体验将成为市场竞争的焦点。”

作为中国家电业的“吃螃蟹者”,周厚健表示,海信智能化的核心是加强海信独特的智能多媒体运营平台以及“智能商店”建设,以期提高“服务”在海信硬件产业中的收入比重。

在行业观察家看来,海信40年来的上述布局,无疑为未来10年的智能转型打下坚实的基础。更为重要的是,近年来家电业从制造向服务转型已受到越来越多企业的关注,有意识地突破传统的“微笑曲线”来打造满足中国企业的重新竞争规则。

早在2002年就开始推出的互联网电视,也因为产业链的不成熟、不完善而夭折。不过,海信在智能化转型上的脚步并未停止:2006年初重组整合海信宽带公司,2008年投资组建海信传媒网络公司,2009年启动智能电视开发,迅速打造出了一条基于光纤宽带接入、智能多媒体运营平台和终端设备操作系统、智能家居媒体中心及智能终端应用商城的完整产业链。2010年海信在国内率先推出基于自主知识产权操作系统的智能电视,同时开始提供丰富多样的电视应用商城服务。

协同发展

目前,仅海信家电产品每年就会增加2000余万的终端用户群,这是一个巨大的平台。不过,在智能化时代,仅有这些用户群还无法解决根本性问题。

在周厚健看来,实现国内不同产品之间的设备传输协议的一致和兼容,满足消费者更多的体验和选择,将是未来整个产业智能化转型的关键。

日前,音视频内容网站乐视网与海信集团达成战略合作协议,海信智能电视将成为乐视网首个TV版的落户窗口,这不仅意味着乐视网的云视频从概念阶段上升到了试商用阶段,更意味着海信构建共同发展的战略平台步伐全面加速。

实际上,7年前海信联手联想、TCL等企业共同创建了“闪联”标准,使不同厂家产品互通互联成为现实。今天“闪联”已成为国际数字家庭互通互联标准。此前,海信携手TCL、长虹成立智能多媒体终端技术标准联盟,旨在统一智能多媒体技术标准和开发环境,为消费者和应用开发商创造便利。

相关报道

谷歌窥视全球智能家电商机

■ 本报记者 许意强/文

14年前,比尔·盖茨曾在“window开发者会议”上预言“客厅的核心是PC”。“模拟TV换成数码TV后,会拥有像PC一样的多样技能,到时候微软(MS)将会主导整个市场”,今年以来,当全球智能电视热潮正如比尔·盖茨的预言——实现,微软却输给了谷歌。

日前,谷歌首席副总裁安迪·鲁宾向所有开发者透露,“就像现在很多手机企业普遍使用Android操作系统一样,在不久的将来,闹钟、洗衣机、电冰箱、照明灯等所有的家用电器都会使用到Android。”

同时,谷歌还展示了一款名为“Android@home”的新技术,可以在家电上运用Android系统。但这技术同样不收取专利费,而且免费对外公开并提供简单的通信技能。

技术人士告诉《中国企业家》记者,谷歌的这项技术,意味着今后所有的家电,或智能手机、电脑只要运用了Android就完全可以实现智能互联。

正如海信集团董事长周厚健所说的,“在智能化时代,我们唯一要做的就是发挥想象力,实现很多意想不到的事情。”试想一下,未来如果所有家电都使用了谷歌的Android,当用户使用Android平台的平板电脑玩游戏时,可以让家里的照明系统随着游戏场景变化,甚至还可以控制音响的效果,让电饭煲、空调、洗衣机都能自由控制,提前工作。

记者了解到,早在2010年,谷歌便从智能手机、平板电脑等IT市场迅速切入平板电视市场,推出了使用Android操作系统的谷歌TV,索尼率先在全球推出了基于谷歌TV的智能电视。今年以来,TCL、创维、海信、长虹、康佳等彩电巨头也纷纷发布了基于Android操作系统的智能电视新品。

今年,谷歌再度发力,面向家电推出了Android@home,这意味着未来几年中国家电业的智能化时代将全面到来,中国企业怎么办?已是箭在弦上。

微软也未放弃这一市场,更没有放弃中国这一战略重地。日前,《中国企业家》记者从中国国际消费电子博览会(简称SINOCES)组委会获悉,微软将携旗下的XBOX游戏新品首次亮相2011年SINOCES展,意在抢夺中国游戏市场的商机。此外,海信、海尔、松下、东芝等中外企业还将在展会上推出3D智能电视,松下甚至还推出108英寸的3D等离子电视。