

冲击中国家电核心装备首个“世界冠军”

华意压缩“十二五”剑指全球霸主

■ 本报记者 许意强

多年来,在核心装备制造领域的技术话语权缺失,让中国家电企业在全球化的市场竞争中一直处在“模仿和追随”的劣势地位,不仅丧失了中国家电制造大国的“颜面”,还让中国企业将产业链中利润最丰厚的那块“拱手相让”。

在全球冰箱压缩机行业,一家中国企业的强势崛起和持续领跑,不仅加速了中国冰箱产业在全球的“节能高效化、绿色无氟化”升级转型进程、保证了整个中国冰箱产业在全球一体化竞争中核心装备的战略安全,还一举确立了 中国冰箱压缩机行业在全球市场的主导地位,首次实现了中国家电产业在全球核心装备制造业以“技术创新、战略驱动”的引领。

华意压缩(000404),这家以 20 多年前中国冰压行业全盘引进为起点,通过从美国泰康、意大利阿斯拉等海外企业引进成套的生产设备和制造技术,到如今依靠自主创新跻身全球冰压行业前两强,闯出了一条从“引进、消化、吸收”到“再创新、自主创新”的产业嬗变路径,积累起了人才、技术、市场、管理、品牌、文化等六大方面的丰富经验和资源,为三年内称霸全球冰压行业奠定了坚实的基础。

成就中国最强的世界级企业

“打造世界级品牌、建设世界级企业,是华意压缩长期不变的愿景。”华意压缩机股份有限公司总经理朱金松告诉《中国企业报》记者,“‘十一五’期间,华意压缩的产销规模以两番增长实现了规模化的跨越,‘十二五’期间产销规模还将再翻一番。”

朱金松介绍,为了真正实现从“全球最大向全球最强”的质变飞跃,已经位居国内第一、全球第二的华意压缩,一直坚持以核心高端技术自主创新为导向,引领规模扩张。

早在 1997 年,华意压缩旗下控股子公司加西贝拉压缩机有限公司就开始对产品进行无氟化技术改造,2005 年成为全国最早实现所有产品 100%无氟化生产的企业,推动和引领了中国冰箱的无氟化进程。因为对国家的冰箱无氟化贡献巨大,还受到联合国环境署的嘉奖。

现在,在压缩机高端技术开发上,华意多项技术填补国家空白,技术水平世界领先,成为“高效、变频、轻型、环保”的高端节能变频压缩机的引领者,并成为当前国内唯一一家能生产变频压缩机的企业,打破了国外垄断。目前,华意压缩拥有专利 80 余项,并成为压缩机国家标准修订的主管单位。华意压缩产品也已全部升级为高效和超高效压缩机。

近日,国家发改委、科技部、财政部等 5 部委联合公布的第 18 批 83 家获得国家认定企业技术中心名单,来自华意压缩旗下的加西贝拉压缩机有限公司技术中心获得了国家认定,折射出华意压缩在全球及中国冰压领域的技术优势和领军地位。高端核心技术的保障带来了产品巨大的市场号召力,今年,华意压缩产销



一台台华意压缩机装备的是全球冰箱产业

量有望达到 2500 万台。未来三年,产销量将突破 4000 万台,规模上实现全球最大,并将依托技术创新能力、盈利能力、市场占有率等多项关键性指标,在五年内实现全球最强的战略目标。这标志着,华意压缩将在全球冰压领域率先构建一条“技术、价值、规模”三轮驱动的增长体系,真正实现在冰箱的“心脏”部件上对全球未来发展趋势和方向的引领。

中国家用电器协会理事长姜凤认为,“华意压缩的技术研发和创新能力属于世界领先、中国一流。不仅在过去和现在引领了中国冰压行业的无氟化、高效化、小型化发展方向,未来还将稳居变频冰压市场龙头,并在家用、商用、移动等包括新兴领域在内的多个市场应用领域实现持续引领。”

有知情人士向《中国企业报》记者透露,“在长虹集团内部,董事长赵勇对冰压业务寄予厚望,这是未来几年长虹最有把握和力量在全球市场上做到规模最大、品牌最强、拥有自主创新能力的产业。未来几年,集团不排除会继续通过战略性倾斜,集中更多的优质资源和资金推动华意压缩的全面做强。”

大股东四川长虹承诺将拿出 3 亿元认购已获中国证监会批准通过的华意压缩 11 亿元定向增发,很明显便是长虹集团全力支持华意压缩“立足红海、面向蓝海”的高端化转型和前瞻性布局的第一个大动作。

华泰证券分析师指出,“大股东的持续投入是在释放一个积极的信号,华意压缩 11 亿元的定向增发将会推动企业在高效、小型化等红海市场竞争中的高端扩张,在变频化、商用移动等蓝海市场的战略抢占,在全球最大向全球最强升级中建立产业未来发展的话语权。”

一位机构投资者也认为,“在全球资本市场上,永远都没有活雷锋,

四川长虹作为大股东的持续投入投资行为,是对未来华意压缩在转型过程中谋求更大的回报充满信心。那么华意压缩的其它投资者,自然也能分享来自华意压缩的丰厚回报和投资增值。”

构筑家电行业战略安全屏障

以“战略驱动、自主创新、精细管理”为目标,不仅确立了华意压缩在全球冰压领域的领导者地位,还实现了中国冰箱产业在全球市场竞争中“独立发展、自主扩张”的成长新路径,我国家电业突破了长期以来“做大向做强”转型过程中“核心部件”缺失的瓶颈。在华意压缩的牵引和保障下,三年前,冰箱整机厂商海尔实现了走出国门,代表中国冰箱产业在全球市场的品牌中博采。

企业战略专家、安徽工业大学李德俊教授告诉《中国企业报》记者,“过去 10 多年来,华意压缩在全球冰箱压缩机领域的核心技术驱动和规模化制造,让中国冰箱企业在全球市场竞争中摆脱了对外资冰压企业的过度依赖,更让中国冰箱压缩机产业构建了一条战略安全的屏障,让人具备了定义全球冰箱产业未来发展方向的底气 and 力量。”

一位国内冰箱企业负责人直言不讳地指出,“作为冰箱的‘心脏’部件,如果没有华意压缩及旗下的加西贝拉在当前形成的产品技术优势和行业领导地位,中国冰箱企业在节能化、绿色无氟化的升级步伐将会非常缓慢。更为重要的是,一旦中国冰箱企业缺乏自己的心脏,那么国内企业将面临‘任人宰割’的尴尬处境,就像彩电市场一样,很难掌握市场主动权和话语权。”

此前,以恩布拉科为代表的外资冰压企业,在欧美等国推出高效、无

氟化冰压新品时,却在中国市场继续投放低端产品。因为华意压缩在高效化、环保无氟化、小型化等高端产品上的持续发力并取得技术成果,逼迫外资企业不得不以最新的技术和产品参与中国市场的竞争。近年来,这些外资企业不仅加大了中国市场的新品投放速度和市场布局,还频频跟随华意压缩推出了一系列新品,整个中国冰箱产业发展提前几年进入了小型化、节能、环保的高端领域。

也正因为华意压缩的崛起,中国冰箱整机制造企业的生产成本同比下降 20% 以上,冰箱产品的整体节能水平则保持着每年 10% 以上的大幅度稳步提升。同时,在冰箱的无氟化升级改造过程中,华意压缩和加西贝拉自主开发的基于 R600a 无氟新冷媒冰压产品,让中国冰箱行业实现了与欧美等发达国家同步的转型步伐。

目前,国内市场上还出现了日耗电 0.19 度、0.2 度的超级节能冰箱。《中国企业报》记者获悉,当前国内所有家电产品中,冰箱的节能化水平最高,节能产品市场销售比重达到了 90% 以上。朱金松坦言,“近年来,正是由于华意压缩给全球冰箱业提供的一颗强劲的‘动力心’,最终加速了行业的节能改造,提升了产业的绿色水平。”

与一些企业通过与外资企业的“技术换市场”产业路径获得在某一市场领域的快速扩张不同,李德俊告诉记者,华意压缩在全球冰压产业的强势崛起背后,则正得益于其自身的强大技术创新能力和强大的规模化制造水平,最终从整个产业的“战略安全”高度为中国冰箱产业在全球市场提前构筑一道安全屏障,也为“十二五”期间中国家电产业积极谋求从制造大国向创造大国的升级转型,提前树立了转型标杆。



智慧冰箱转型高端 品质服务做强美菱

■ 本报记者 康源

每一次的行业发展危机,都是行业领军企业谋求新一轮发展的契机。

《中国企业报》记者获悉,以美菱为首的国内冰箱领军企业,今年以来通过“品质服务”核心竞争力的打造,不仅实现了自身市场销售业绩的稳步增长,还在完成了系统布局后以智能化契机领航国内冰箱产业的高端战略升级,构建了驱动市场的新竞争体系,完成了从“稳步增长”、“高端抢跑”到“驱动市场”的系统转身,成为 2011 年国内冰箱业领军企业和高端转型先锋。

从“品质服务”拓展差异化战略布局、“技术创新”驱动高端智慧转型,到以“主动姿态”构建驱动市场体系、“渠道制胜”打造城乡双赢格局,今年以来美菱不仅在国内外冰箱业实现稳步增长,还为国内冰箱产业摆脱“政策、人口”外力驱动,构建“技术、产品、服务”自主驱动,在“十二五”期间开辟了一条自主发展的产业道路。

品质服务开创先河

近日,中国家电维修协会召开“家电下乡·服务先行”成果及经验交流会。美菱作为家电下乡的领军品牌,凭借其开创的“品质服务”核心竞争力,获得“家电下乡·服务先行 2010—2011 年度优秀企业”称号。

中国家电维修协会副会长刘志礼指出,“品质服务不仅体现了美菱高度的社会责任感和对消费者高度负责的态度,也为行业树起了服务新标杆。”《中国企业报》记者注意到,美菱在家电下乡政策驱动下的服务领先优势全面彰显,并非偶然。

早在今年年初,美菱便斥资 500 万元,联手中国消费者协会设立“品质服务先行赔付保证金”,委托中消协对美菱冰箱“品质服务”的承诺进行见证并对美菱的执行情况进行监督。一旦美菱没有履行承诺或消费者对于美菱的执行不满意,中消协将按照国家法律规定和美菱的承诺条件对消费者“先行赔付”。此举不仅标志着美菱“品质服务”的内涵和标准得到了进一步夯实和完善,还率先开启了国内家电制造业“先行赔付”的先河。

美菱公司相关负责人曾向《中国企业报》记者介绍,“作为一个创新词汇,‘品质服务’特指美菱冰箱提出的、超出国家法律规定的、对于品质瑕疵的补偿超出消费者预期的、追求消费公平的服务举措。”据悉,美菱已对“品质服务”进行了商标注册申请,从侧面折射出美菱对于“品质服务”战略的持续性与引领性。

早在 2009 年,美菱便开始探索“冰箱品质服务,美菱追求公平”的公平价值理念,从产品设计、原材料采购、生产制造、产品检验等各方面追求精益求精。继“美菱家电下乡冰箱十年免费保修”活动后,又先后推出“冰箱开机不制冷、美菱免费送给您”、“不满意您说话,折扣多少都不怕”、“有建议就送礼,直到冰箱送给您”等活动,在“品质服务”的道路上越走越宽。

中怡康统计数据显示,今年以来,美菱一直稳居国内冰箱前三甲的地位。商务部家电下乡统计数显示:美菱一直领跑农村冰箱市场的产品消费趋势,自 2009 年家电下乡政策实施以来连续三年多保持着市场销售三强的地位。

智慧驱动高端转型

去年底,随着美菱电器定向增发预案最终募集 12 亿元资金,用于雅典娜豪华冰箱生产基地项目、环保节能冰箱扩能项目和冰柜扩能项目的全面开工后迅速投入建设,随即拉开了美菱全面布局国内高端冰箱市场的战略序幕。这也表明,在代表国内冰箱业未来的绿色无氟、高效化等高端转型潮流中,美菱已经提前完成了技术和战略布局,提前拉开了在新一轮市场竞争中的战略抢跑。

就在前不久闭幕的第五届中国(合肥)国际家电博览会上,美菱第二代智慧冰箱悄然现身,并宣布将于 2012 年元旦期间率先在中国本土市场首发上市。美菱第三代智慧冰箱的研发工作已经完成,实现了美菱高端冰箱产品的梯队战略布局。

美菱公司技术总监白连社透露,“今年以来,美菱已经启动了节能技术、风冷技术、智慧技术、法式创新产品开发、保鲜技术及一体化开发等项目的系统布局,特别是在代表未来高端发展方向智能高端冰箱上,美菱早在 2004 年就启动了智慧技术的研发,并于今年向市场推出了首创‘食品管理’理念,实现了对食品管理、通信、娱乐、智能控制等众多功能集于一体的智能冰箱设计与研发。”

随着今年雅典娜豪华冰箱生产工厂的竣工投产,标志着美菱在国内冰箱高端转型过程中,已经完成了从技术创新、体系布局向产品研发、市场营销的无缝对接,有望在 2012 年以无氟化、绿色化领航国内冰箱市场的高端转型。

奥维咨询研究院院长张彦斌指出,“决定一家企业未来可持续发展的竞争力,不是取决于企业在低端产品上的规模化制造水平,而是取决于在高端市场上的技术创新能力。美菱率先掀起的这一轮高端转型,无疑将在今后 3—5 年成为推动企业可持续发展的强劲动力。”

战略体系厚积薄发

今年以来,美菱冰箱不仅确立了以华意压缩为核心支撑的大白电战略平台地位,为美菱冰箱的继续领跑构建了坚强的后盾支撑体系,还通过构建的从“核心部件”到“整机创造”的全产业链一体化创新平台,让美菱实现了在整个冰箱产业的“异军突起、厚积薄发”。

以品质服务为导向、以技术创新和渠道夯实为突破口,实现国内海外两个市场的一体化布局和扩张,谋求从技术、产品、服务到市场的立体化崛起。今年以来,越来越多的“长虹·美菱”专卖店出现在全国各地县镇市场上,以长虹和美菱前期的优质客户为基础,在区域内打造标杆店面,率先打通“黑白”两道营销界限,通过“统一形象标准、统一管控模式、统一经营方式”,为美菱在广阔的三四级市场上提供更加可控、更有保障的营销平台。

不只是在国内市场,《中国企业报》记者看到,今年美菱的国际化扩张步伐也在悄然加速,投资 340 万美元在巴基斯坦制造公司和合资销售公司,以此全面辐射东南亚市场,为企业在海外市场寻找新的平台。

记者观察



中国“心”装备全球冰箱业

■ 许意强

一直以来,中国家电业都是由外资企业提供的“压缩机”、“平板显示面板”等核心部件和技术装备整个产业链,提升在终端市场的竞争优势,中国企业也习惯了在核心技术和部件上的跟随、模仿及复制等竞争策略,扮演着全球家电产业“配角”的角色,也一直停留于家电产品的加工制造。

唯独在冰箱压缩行业,因为华意压缩的存在、做大并强势崛起,不仅解决了一直以来困扰中国家电业发展壮大的“核心技术”缺失瓶颈问题,也实现了由中国企业提供的“压缩机”这一冰箱心脏装备了全球冰箱行业,并成为当前全球排名前两强的冰压企业。

多年来,华意压缩在中国家电业率先完成了从“制造”向“创造”、从“模仿吸收”、“再创新”到“自主创新”的一系列完美转型和升级,最终在中国市场上建立起了面向全球冰压同行的“可持续的技术创新能力”和“强大的产品市场竞争力”,也成为中国家电业在全球市场实现战略崛起的重要标杆和典型,亦是所有外企同行“害怕又尊重”的对手。

华意压缩的技术崛起和市场称霸绝非偶然,《中国企业报》记者看到,早在多年前作为华意压缩的大股东四川长虹,就率先布局并实施了新一轮的“三坐标”战略转型:在产业价值链方向,通过引进消化基础上的创新和原始创新,向关键部件、软件转型;在产业形态方向,通过集成创新,向信息家电、IT 产品转型;在商业模式

方向上,由单纯的产品提供商向产品提供、服务提供、内容提供的结合转移。

过去几年,四川长虹率先在彩电市场上实现了产业价值链的转移,通过技术并购和投资完成了在平板产业链上游核心部件等离子显示面板上的前瞻性布局,建立了中国第一条等离子显示面板生产线,打通了我国在彩电平板化浪潮中的全产业链“核心技术”瓶颈,基本确立了长虹在全球平板市场竞争中的话语权和产品的定义权。

在战略入主华意压缩后,四川长虹就一直推动在白电产业的技术创新、高端转型和产业协同等体系建设,一方面打造“核心部件+整机”的白电业全产业链一体化竞争体系,在入主华意压缩后又实现了对美菱电

器的战略控股,实现了产业链的上下协同发展。另一方面全面推动华意压缩为主体的“一体两翼”战略架构,通过华意、加西贝拉两大品牌,江西景德镇、浙江嘉兴、湖北荆州三大产业基地,完成从全球最大向全球最强的冰压企业持续领航。

在成功实现“三坐标”战略目标后,去年开始,四川长虹再度拉开了“三转型”战略序幕,推动制造业的高端化转型、以制造业为基础的现代服务业转型、立足本土化的国际化转型。这无疑从战略高度为华意压缩未来的高端化转型,全球化的研发、采购、市场、品牌的国际化转型,注入了全新的战略动力。而今年启动的 11 亿元华意压缩定向增发预案一旦实施成功,无疑将为华意压缩未来的发展插上 一双“腾飞的翅膀”。