

2003 年从塑钢门窗起家,全部家当满打满算也就百多万。10 年后,也就是 2013 年 12 月 31 日,华玻科技公司在齐鲁证券股权交易所挂牌鸣锣开盘。

话说创业之初,当年的华玻只有两个车间、十来个员工,10 年过后,华玻科技公司已发展成为山东省建设机械行业骨干企业、山东省建筑幕墙行业骨干企业;山东省建筑门窗行业 50 强企业……

10 年创业创新,10 年激情不减,凭着一股子不服输的精神,做的是不断向一流企业发起冲锋,在跌宕起伏的市场竞争中,华玻科技盯着高端产品、本着高效管理、做着高质业务,借着门窗幕墙、玻璃机械、玻璃科技在内的三大板块,将产业链条不断拉长——

华玻科技：向着高端 高质 高效进发

► 胡兴国

备受业界瞩目的亚洲最大,世界第三大的第 25 届中国国际玻璃工业技术展览会,4 月 17 日在上海新国际会展中心落下了帷幕。在本届展会上,华玻科技公司推出的双室对流钢化炉、工艺玻璃数码喷绘技术等业界最新技术成果,不仅让公司赚得盆盈钵满,还从展会上签到了一批大订单,接受了加盟代理商 130 余家,获得了“价值信息”50 多条;公司陈列的高科技新品,不仅让每一位光临的客商眼前一亮,也证实了华玻科技的技术和产品正在向着高端、高质、高效昂首阔步。



激情：源自“蜕变”

变了,变了,变了,从里到外,都在变。

抬眼看,宽阔明亮的绿色通道,整齐划一的工作场地、整洁有序的休息区;侧耳听,每天早晨激发斗志的职工晨歌,每场总结会上慷慨激昂的员工主角,每个技术分析课上不同团队的据理力争……

“我们每天思考着如何生存,谨记着不发展就是死路一条。”说起华玻科技公司这几年走过的路,公司总经理盖庆亮感慨颇深。从他的言谈中让人感知:危机意识一直伴随着他。

翻开华玻科技公司的“创业史”真是让人惊叹,2003 年从塑钢门窗起家,全部家当满打满算也就百多万,两个车间总共不过十来个人。但是,凭着一股子不服输的精神,敢于向一流企业发起冲锋,华玻科技公司在跌宕起伏的市场竞争中,业务像滚雪球一样,越做越大,产业链条也在不断拉长,目前,已形成门窗幕墙、玻璃机械、玻璃科技在内的三大板块。短短

几年,华玻科技公司已发展成为山东省建设机械行业骨干企业、山东省建筑幕墙行业骨干企业;山东省建筑门窗行业 50 强企业……

2013 年 12 月 31 日,华玻科技公司在齐鲁证券股权交易所挂牌鸣锣开盘,为华玻今后的发展注入新的动力,更标志着华玻迈出了走向资本市场的第一步。

“进入资本市场,对我们来说只是进入公众视野,接受公众监督。”谈起这些盖庆亮并没有表现得很轻松。

华玻科技公司把规范经营作为企业发展期的重中之重。“我们就是要‘从头到脚’梳理一下自身,再‘从

脚到头’进行蜕变。”盖庆亮在中层会上一语中的。

从头到脚,就是需要高层、中层、基层员工都要学习业务知识,提升专业技能,哪里缺课补哪里,用科学的理论武装头脑,用规范的标准和流程指导实践,是一种自上而下的变革。

从脚到头,就是从基层员工做起,自下而上,全员行动,在每一项具体的工作上检验理论、标准制定的合理性和规范性,通过持续的改进,用实践指导理论,是一种自下而上的蜕变。

华玻从梳理生产经营流程入手,优化岗位,优化团队,抓团队的向心力和凝聚力,一项一项推进。

首先解决的是“事情该怎么办”的问题,为此,大家来定制度,定下制度必须严格执行。他们从采购订单制定、计划签字、采购、质检、入库,把最容易出现分歧的环节说出来,对符合实际的建议及时采纳,就这样在“讨价还价”中,制度和措施都有了。员工自己制定的制度,不但能够自觉地去执行,而且执行起来容易达成共识。

为解决管理人员和技术人员不足的问题,他们拟定了“从外边引,从里边带”的思路。自 2013 年以来,中层管理人员大的调整就达三次,先后

从国内知名企业聘请数名资深管理人员和技术人员。“借智效应”不仅深化了“能者上庸者下”的岗位意识,同时也给处于关键技术和工艺流程环节的管理者和技术指导者创造出动力。

为了保持并鼓舞士气,管理者采取跑操、喊口号的手段,抓团队建设。每天上班伊始,在华玻科技召开别样的晨会,在生产部负责人宣布一天的主要任务后,他们齐唱自己编写的“车间歌”,踏着整齐的步伐,喊着响亮的口号,绕车间跑操。这一形式,让员工们抛却慵懒低迷,自我提振精气神。

向心力的问题直接决定生产效率,为此,管理者将大会开在车间里,会上人人都发言、议题让人人参与管理。自 2013 年 8 月份以来,每月都召开总结会,让大家对一个月来的主要工作和存在的问题畅所欲言,“月度会”不仅让大家成了管理的主人,而且一些管理新观点、新思路充分释放。比如,玻璃机械事业部按产品进行分组,实行生产、维修班组负责制,既培养了多能工又提高了产品质量;玻璃深加工事业部、门窗幕墙事业部重新划分生产区域、设备工位设置更加合理,提高了工作效率。

未来：迈向“三高”

有两个数据影响着华玻科技今后何去何从。

一是我国的平板玻璃,目前加工率仅占原片量的 1/3 左右,而发达国家为 60%—70%。再有,对 Low-E 中空节能玻璃,欧美国家在建筑中使用率达到 50%,主要发达国家的使用率已高达 80%以上,而我国尚不足 10%。

“华玻未来的发展将不可限量,我们已经做好了充分准备,向着做高成长性玻璃品牌商迈进”。说起华玻科技公司发展的后劲,盖庆亮自信满怀。

目前,我国平板玻璃加工率仅占原片量的 1/3 左右,而发达国家为 60%—70%,相比之下还有很大差距,更有巨大的市场空间和产业发展前景。目前,欧美国家在建筑中对 Low-E 中空玻璃等节能玻璃的使用率达到 50%,主要发达国家的使用率已高达 80%以上,而我国仅不足 10%,未来发展空间巨大。

毫无疑问,玻璃产业在我国的前景非常广阔,虽然面临着结构调整、产品转型、技术创新的巨大压力,但是也蕴藏着巨大商机和发展空间,对华玻科技而言,Low-E 玻璃、特种玻璃、装饰用玻璃、幕墙玻璃,正在分头挺进,向着高端、高质、高效进发。

华玻科技公司目前引进的工艺玻璃数码喷绘技术,是向着做高成长性玻璃品牌商迈出的第一步。该项技术是将高温油墨喷绘在玻璃表面,再进行高温烧结,高温油墨和玻璃熔为一体,不仅具有色彩逼真、不褪色的效果,重要的是同时完成了玻璃的钢化,这是当前国际最先进的玻璃印刷技术。工艺玻璃数码喷绘玻璃一经面市,立即成为众多客商追捧的对象,宁夏、四川、浙江等地客商纷纷与华玻签订合作意向。

追求没有止境,动力源自三重责任。有人说,责任是与生俱来的,在方方面面都有体现,但最基本的是,对自己负责就要努力拼搏,实现自己的理想;对家庭负责就要赡养父母,抚育孩子。而对社会尽责,这显然是一个广博的概念。

作为一个公司的责任人,盖庆亮有着自己的见解。“家有小家和大家之分,引申到我们这个群体,你在一个什么位置上,就要对你的员工负责,要让大家实现价值,更要把企业做大做强,多创利润,这就是社会责任。”实事求是的把自己的方向确定下来,勤勤恳恳地把路建起来,辛辛苦苦把事做起来。简单的几句话道出了华玻科技公司给自己定的做事风格。

在今后的发展中,华玻将秉承“做强玻璃制品,做精门窗幕墙,加快发展玻璃机械”的发展理念,以一种舍我其谁、永不满足的创业精神开启新征程。



张红岗：赋予钢铁机械以生命

(上接第二十一版)

年龄不算大、资历不算长的张红岗,短时间内何以能够获得如此研发成绩?“学用一致,静下心,扑下身,专心用心搞研究,这是我工作取得一定成绩的主要因素。”张红岗对此作出腼腆的解释。

技术跟着产品走,对卖出去的设备,问题出现在哪里,他就出现在哪里。张红岗回忆,2007 年,日照市一顾客购买的红外线桥式切割机,在加工石材过程中出现了较大误差,因石材加工出口,外商要求精度高,顾客为此十分着急。张红岗赶到客商所在的五莲县后,耐心听意见,细心找问题。张红岗在那里待了三天三夜,黑白天连轴转,终于找出问题的症结所在。他通过调节电脑控制程序,高速启动,缓慢制动当场解决了误差较大的问题。

回公司后,他继续对该问题不间断研究,把该型石材切割机加工精度不断向前推进,切割石材的尺寸精确到了 0.1 毫米,成为企业一段时期内市场最畅销的主打产品之一。

“张红岗明显的特点就是逻辑思维能力强,工作作风扎实,能够钻进去,专心搞研究。”华兴公司技术中心副总工程师顾典高介绍,只要装配车间一个电话,他都会及时赶到车间,与其他工种的技术人员一起,在车间研究判断机械设备组装、试车过程中发现的问题。他每天大部分时间都是在车间度过,技术中心办公室似乎是他临时歇脚的地方。

(郭刚 王鹏)

超越：赢在“链式竞争”

大商商天下。做企业的本能就是引入并参与竞争,让自己的产品过时变旧。在这个过程中,不断地进行产品创新、管理创新和市场模式创新,最终依靠竞争,依靠“组合拳”,为企业构筑更大的发展空间。

有了激情和活力,就有了成功的基础,但是,只有把握发展方向并为之付出,才是成功关键。

“激情固然可贵,但仅仅激情还不够,我们要以实际行动构筑更大的发展空间。”盖庆亮谈发展如成竹在胸。

华玻科技公司现有三个板块,玻璃机械、玻璃制品和玻璃门窗幕墙,如果单挑,可能任何一个都难以和业内企业同台竞争。但华玻的高明之处就在于打“组合拳”,打造了一条从玻璃加工机械到玻璃制品再到玻璃门窗幕墙完整的产业链。链条内每一环相互促进,互为补充,伸缩自如地轻松延伸到行业上下游。这个模式被盖庆亮形象地称之为“链式竞争”。

如果说打造一条产业链是战略层面的构建,那么构筑好产品、营销、服务三个体系则是华玻科技的战术实施。

构筑产品体系。产品是企业的生命,目前,华玻科技公司以玻璃机械为引导,以玻璃制品为依托,门窗幕墙为产业延伸的鼎立之势业已形成。工艺玻璃、LOW-E 玻璃、夹胶防弹玻璃等玻璃制品有的已经成为行业领先者,“中空玻璃”2012 年获得了山东名牌称号。玻璃机械强制对流、双室对流、连续、双曲面钢化炉畅销全国及亚洲、欧洲、非洲等 20 多个国家。幕墙、高档门窗被评为名牌产品。

产品质量一是靠装备,二是靠管理。2014 年春节前夕,华玻科技完成了从玻璃开片、磨边、钢化、中空等工序的装备升级,实现中空玻璃生产的自动化,玻璃制品产量实现翻倍,产品精度有了质的飞跃。

华玻除了在硬件装备上进行了升级外,他们还认识到员工质量意识

和责任的重要性。

“人品决定产品”成为华玻科技公司规范产品质量的又一把“达摩克利斯剑”。3 月 18 日,华玻科技各事业部先后举行提高产品质量签字活动,全体员工庄严宣誓:用心去做,用人格去担保,我们的企业,我们来做主!宁愿背损失,我们也坚决不允许使用二等品!类似形式,不仅让员工在誓言中自我较真,更是激起了员工的责任意识、担当意识和主人翁意识。

再好的产品也要通过营销变成商品,华玻科技为此大力整合社会资源做营销,利用经销商在全国布点,构筑营销体系。“企业是用人的,不是培训人的,把市场精英为我所用”,盖庆亮认清形势,认为整合社会人力资源做营销是条捷径,遍布全国的经销商,完全可以“为我所用”,只要是策

略到位,比自己培养人才再去打拼的效果要好得多、快得多。基于这一想法,华玻及时出台配套政策,让营销网络的触角伸到全国各地。

目前,华玻科技正在打造一种新的经营模式,把传统的买卖模式变成一种服务,与经销商共同创业,实施“遍地栽花”。对于经销商,华玻科技从不使用“服务扼杀”的手段来换取忠诚度,反之,使用“利益输送”的方式与经销商结成利益共同体。

大商商天下。不仅与经销商互利共赢,在玻璃展会上,盖庆亮还把工艺玻璃怎么喷绘、设备的来源,自己的利润率全告诉了经销商。“所谓‘一招鲜吃遍天’只能使自己固步自封。”盖庆亮说,华玻科技要做的就是时刻瞄准行业最前沿,用创业的激情,研发出最好的产品,培养出最忠诚的客户!