

引领者 市场创新

这是一组中国出口美国商品的数据:2013年,中国出口到美国商品4400亿美元,其中电子和电器产品1175亿元,机械设备1004亿美元,占整体出口额一半,而纺织出口只有406亿美元。
出口产品结构的变化,清晰地昭示了中国制造业转型升级路径:市场化与国际化紧紧结合在一起,以独特的价值发现眼光并购,核心技术的掌握意味着更多的机会与市场;建设海外市场,用过硬的产品和服务攻城略地,低端制造业在叫苦,而像华为这样的高端制造业却在笑傲全球。

从设备制造型企业转型为服务制造型企业

渤海活塞:从卖产品到卖服务

【企业简介】

山东滨州渤海活塞股份有限公司(SH:600960)是国内唯一一家以内燃机活塞作为主导产品的上市公司,产品为一汽、北汽福田、奇瑞、玉柴,以及韩国大宇、川崎重工等国内外著名主机生产厂家配套,是国内活塞行业的领军力量。



比谁便宜没有价值,比科技创新才有价值。“哪里有内燃动力,哪里就有渤海活塞”。一个小小的活塞,凝结了中国制造转型升级的勇气和担当。

本报记者 孟敏

德国客商:是你们的竞争对手推荐我们来的

出口日益艰难,低端制造业哭了,但整体出口仍在稳健增长,到底谁在笑呢?

山东渤海活塞董事长林风华无疑属于后者,从1951年建厂到1963年定点生产活塞,从一个名不见经传的小铁木工厂到现代化活塞专业制造企业,他带领的集团正在迎来高端出口行业的春天。

2011年,渤海活塞以过硬的质量获得了德国大众集团采购部高层领导的青睐。德国大众公司、德国奥迪公司和上海大众公司的高级采购经理专程到渤海活塞进行考察,认为该公司整体实力在欧洲也不多见。德国大众高级采购经理给斯曼先生在参观过程中曾表示,“渤海活塞设计的EA111项目1.2T活塞比马勒公司的还好”。

时隔两年,渤海活塞又以91.4分的高分顺利通过德国戴姆勒·奔驰公司的VDA6.3审核,成为全球四大汽车体系之一的戴姆勒·奔驰的A级供应商。

似乎渤海活塞和德国企业格外有缘。林风华笑着回忆说,德国一家企业的负责人来企业考察时提出,每年企业都会从供应商中做问卷调查,明确自己的竞争对手和潜在的竞争对手,结果发现大家不约而同地选择了渤海活塞。于是,德国这家企业特意来渤海活塞一探究竟。

“是你们竞争对手推荐我们来的”,这句话刻在了林风华的记忆中,也让同为技术控的整个科研团队添了底气。

据林风华介绍,渤海活塞产品由一个单一零件发展到现在的活塞及组件、数控机床等相关产业链,实现了生产组织方式、管理模式、增长方式的转型及技术创新提升。如今,渤海活塞的综合实力全球排名第4位。

研发投入一度占销售收入的6%

这一切都源于渤海活塞对掌握核心技术的追求以及在技术上的持续投入。从2004年上市起,渤海活塞一直专注于活塞领域,并逐步形成了一定的核心竞争力。

据了解,技术研发投入占到销售收入的4%,就算相当高了,而渤海活塞研发投入曾一度占到销售收入的6%左右。

2013年前三季度渤海活塞的财务报表显示,渤海活塞营收9.4亿元,同比下降19.51%,但净利润达到4015万元,同比增长22.66%。公司当年研发投入为5263万元,占营收总额的4.11%。

“一家零部件企业能对技术研发投入如此之大,不坚持以技术领先作为战略导向是不可能做到的。”一位经济人士评论说。

如今这些投入,让渤海活塞过得滋润。

渤海活塞在国内第一家推出具有自主知识产权的整体锻钢结构活塞,结束了国内锻钢活塞依靠进口的局面;国内第一家研制成功陶瓷盐芯,解决了活塞压力铸造结合内冷通道的难题,提高了自主研发能力和国内活塞行业整体水平。

在自主创新、发展自主品牌的道路上,渤海活塞的步伐无比坚定,率先创建了全国同行业首家国家级技术中心、博士后科研工作站、国家工程实验室、国家认可实验室、国家高新技术企业。

截至目前,渤海活塞已获得授权专利120多项,其中发明专利20项。2012年公司荣获中国专利山东明星企业一等奖,部分专利获得山东省专利三等奖,滨州市专利一等奖等荣誉。公司专利转化效率达90%以上,已为企业带来上亿元的经济效益。

这些专利技术的取得,使渤海活塞跟上国际活塞技术发展步伐,也最终赢得国际知名企业的信任与青睐。

“制造业企业要在行业中立于不败之地,关键是掌握核心技术,而这必须有强大的研发力量为支撑。”林风华说,渤海活塞并未止步于“卖产品”,还利用公司研发优势发展生产

性服务业,将“卖技术”作为市场创新的大动作。

生产性服务业里做大生意

“就平均数量来说,每4辆汽车中就有一辆车使用了渤海活塞。”渤海活塞高层人士透露,在国内商用车市场,渤海活塞坐拥55%以上份额,国内潍柴等大型主机厂都是渤海活塞的客户。

据介绍,除将研发成果自主转化外,渤海活塞还利用技术研发优势,为同行业企业提供技术解决方案,这属于生产性服务业的范畴。

所谓生产性服务业,指的是为其它产业生产者提供中间服务的服务业,它既包括产业链前端的工业设计、产品研发,也包括物流、信息、营销等产业链后端环节。

从国际上看,制造业与服务业融合发展的趋势愈加明显,许多西方发达国家的产业结构出现了“双70%现象”,即服务业占GDP的70%、生产性服务业占服务业的70%。

关于生产性服务业发展,记者了解到,我省《关于加快服务业发展的若干意见》中有明确表述,鼓励服务业相关企业申报国家、省市级重点实验室、企业技术中心、工业设计中心等项目,并支持企业将生产性服务业与主营业务剥离,鼓励生产制造企业将研发中心、重大产业技术创新平台以及信息、物流、售后和社会服务等业务组建成为专业化的法人企业。

渤海活塞技术中心主任刘世英说,目前渤海活塞主要向省内科研力量相对薄弱的同业企业提供标准检测服务,收费从几万元到十几万元不等,而通过检测积累的数据信息,反过来补充企业数据库,进而细化检测精度。

从“卖产品”走向“卖技术”,林风华表示,渤海活塞一直秉持“科技创造市场,诚信铸就品牌”的理念,未来还将组建具有研发能力的子公司,并于两年前已着手筹备,目前正在准备过程中。

潍柴:

三宗并购 全世界知道潍柴

本报记者 孟敏

“通过十余年的发展,潍柴不在单纯依赖重型发动机生产,已形成了总成动力、整车整机、豪华游艇、关键零部件四大业务板块的多元化布局。”潍柴集团党委书记徐宏介绍说,目前集团的重型发动机、重型变速箱、豪华游艇市场占有率全球第一,另外重卡市场也已跃居全国第五。

徐宏说,潍柴集团今后将实现“从陆上动力到全领域动力,从一般技术向核心技术,从投资拉动向投资消费双驱动,从国内发展向全球发展,从制造型企业向服务制造”的五大转型。

其实,从2004年香港联交所主板上市到2006年收购德隆系龙头企业湘火炬,2009年收购法国博杜安公司,2011年吞下豪华游轮企业法拉帝到2012年入股德国叉车巨头凯傲集团,潍柴集团的每次资本运作都能引发市场高度关注。

尤其是收购法拉帝更引起了广泛质疑,一个专业生产发动机的公司,为什么要进入游艇产业?对此,潍柴集团董事长谭旭光解释说,发动机业务完全和投资拉动有关,受宏观经济影响和制约的风险较大,而买游艇的人都是拥有上亿乃至上百亿的有钱人,他们的消费不会因经济波动而减少。从业务结构来讲,重型卡车、发动机、推土机等受经济波动周期的影响最大,而游艇等高端消费品处于冲击波末端。通过并购法拉帝,潍柴对经济波动的敏感度将越来越低。并购法拉帝,潍柴也一并掌控了世界顶级的游艇品牌和最先进的技术。



在潍柴集团产品展厅,一辆充满质感、线条流畅的乳白色豪华游艇成了闪光灯的聚焦点。

对于当年的三宗并购案,谭旭光曾做过这样的总结:通过并购法国博杜安公司,潍柴积累了经营国际企业的宝贵经验;通过重组意大利法拉帝集团,潍柴实现了结构调整的重大突破;通过并购凯傲林德液压,潍柴掌控了全球液压控制系统的核心技术资源。

随着潍柴集团与法拉帝的合作,潍柴集团4月推出的新标志“we-ichai”,出现在了法拉利赛车以及车手装备上。在谭旭光看来,新标志采用了汉语拼音的缩写,表达出潍柴国际化的自信与诚意。如今看来,无论是豪华游艇的高调下水,还是联姻炙手可热的法拉利F1车队,都隐约透露出谭旭光融入国际市场,展开品牌推广的战略意图。

在徐宏看来,潍柴之所以能将营收从1999年的8亿元一跃拉升至2013年的1004亿元,并成为横跨全球的工业企业,转型升级是关键。技术研发与资本运作则是转型升级的两翼,科技创新是企业的定海神针,而资本运作将为科研转化打通市场的各个环节,国际化研发中心和生产基地则将为潍柴提供全新的发展机遇。