

开拓创新谋发展,锐意进取谱新篇

——珠江钢琴的高端融合发展之路

■ 卢思敏

广州珠江钢琴集团股份有限公司(以下简称“珠江钢琴”)成立于1956年,至今已有66年的历史。66年来,珠江钢琴人秉承开拓创新的优秀企业文化精神,从国内最小的国有钢琴制造企业成长为国内乐器龙头企业、全球最大的钢琴制造商,连续20年蝉联全球产销冠军,拥有“制造业单项冠军示范企业”“国家文化产业示范基地”“中国轻工业百强企业”“中国轻工业乐器行业十强”等400多项荣誉奖项。

如今,站在新的历史起点上,珠江钢琴继续推进钢琴、数码乐器、音乐文化三大主业的高端融合发展,从强党建、调结构、育人才、谋创新、担使命出发,致力向“造世界最好的钢琴、做世界最强的乐器企业”的企业愿景砥砺前行。

党建引领 凝聚发展向心力

坚持党的领导、加强党的建设,是我们的光荣传统,是国有企业的“根”和“魂”。珠江钢琴坚持把党的政治建设摆在首位,牢牢把握党建引领做强做优做大国有企业重大战略任务,坚持“两个一以贯之”,不断健全市场化经营机制,加快完善中国特色现代企业制度,把习近平新时代中国特色社会主义思想贯穿到生产经营、改革发展、党的建设等各个环节,转化为加快企业发展的强大思想武装和行动指南。

珠江钢琴围绕党建与生产经营深度融合,创新党建形式和载体,党建工作开展有声有色。结合乐器文化企业特色,依托珠江钢琴国家文化产业示范基地,创建“一馆一厅一车间”红色音乐教育基地,策划“一大到十九大展览”“国旗颂流动展”“伟大精神谱系展览”,把党的历史用“图文声乐”的形式加以总结,用党员群众喜闻乐见的形式进行党史学习教育,为党员群众提供多样化学习阵地和多元化学习内容,实现红色文化、企业文化、音乐文化三融合。创造性开展《琴心向党》百年百场音乐党课系列活动,活动覆盖近50个城市,以音乐的元素和形式传递党与国家不畏艰辛、心向美好的拼搏内涵,鼓舞着党员群众践行初心、不畏艰难、不畏挑战,勇担使命,奋力书写新时代伟大事业的精彩华章。独具特色的音乐党课受到广大群众的欢迎,入选全国企业党建创新优秀案例。

员工利益无小事,一枝一叶总关情。珠江钢琴历来注重员工所需所盼,努力为其营造舒适的工作环境。主动梳理集团员工关心关切的烦心事、揪心事,为员工解决好疫情防控、办好法律咨询、提高食堂服务质量、做好随迁子女办理积分入学培训、设立职工服务站等重点实事,让集团员工感到“暖心”又“安心”,切实增强员工的幸福感、获得感。

开拓进取 促进企业转型升级

“敢为人先”的开拓进取精神,深深地流淌在珠江钢琴人的血液里。在改革开放初期,珠江钢琴就通过多个“率先改革”推动企业钢琴制造的发展,率先进行国企人事改革、率先获得出口自营权、率先引进国



外专家、率先以企业名义举办全国性钢琴赛事……珠江钢琴的每一次率先改革,都为企业带来新的进步,使珠江钢琴从全国钢琴行业中的“小四”跃升至“老大”的位置上,并于2001年夺下全球产销冠军宝座且保持至今。

2014年以来,珠江钢琴进入了品牌结构调整、多元发展、厂区升级改造的转型升级新阶段。这个阶段,珠江钢琴面临着竞争日益激烈的市场环境。长期以来,高端钢琴市场一直被国外知名中高端钢琴品牌所垄断,中低端市场则充斥着大量依靠低价手段参与市场竞争的小型钢琴企业。为进军高端市场,2007年珠江钢琴推出了高端定位品牌“恺撒堡”,但一时也难以撼动国外厂商的垄断地位。



面对低成本策略对中低端市场的冲击、国外高端品牌对高端市场的统治,珠江钢琴以“踏平坎坷成大道”的豪情壮志主动出击,针对两个市场特点,发动了转型升级第一式:重整集团品牌架构,拓宽销售渠道。

针对低价策略对市场的冲击,珠江钢琴选择从“正”与“侧”两个方向破局。正向发展“销售渠道下沉”的模式,注重线下专卖店的数量和质量建设,搭建“1个经销商+N个分销商”的网状结构,通过统一形象辨识系统设计及推广,纵向拓展消费市场;侧面瞄准高速发展的数码钢琴新兴市场,成立广州艾莱森电子有限公司,以“产品+服务”为发展方向,形成数码钢琴的“小米”模式,推出多款高性价比的数码钢琴,满足新兴钢琴人群市场需求。

针对高端市场的短板,经过深度考察与洽谈,珠江钢琴选择以国外并购的方式弥补集团高端板块的不足。一方面,2016年5月成功完成对德国高端钢琴制造商舒密尔公司90%股权收购,加速了推进品牌、生产、人才、技术的国际化运作。至2019年年底,在舒密尔品牌的助力下,珠江钢琴集团中高端钢琴销售占比成功突破50%。另一方面,从2016年始珠江钢琴系列品牌恺撒堡等在杭州G20峰会、央视春晚、新中国成立70周年庆祝活动等国内外重大活动相继亮相,获得国内外消费者的喜爱,成功打入钢琴高端消费市场。

在对钢琴主业进行结构调整的同时,珠江钢琴发动转型升级第二式:延伸业务链条,促进多元发展。近年来,国家不断推进文化体制改革,推动文化产业发展。珠江钢琴抓住市场机遇,依托钢琴制造主业,通过大力发展文化产业,树立集团在音乐教育培训、音乐文化交流方面的领先地位和市场品牌,全方位拓展音乐文化传播领域,加快公司向综合文化企业的战略转型。

为了发展好音乐文化教育业务、促进产业链的延伸融合,2014年,珠江钢琴集团融合原有珠江钢琴艺术中心及品牌赛事等

优势项目,成立文化教育投资公司,设立文化教育产业并购基金,将音乐教育作为重点发展业务进行培育,结合智能乐器和智能教学APP模块的发展,改变传统艺术教育发展模式,推进珠江钢琴品牌艺术教育体系走向全国。

明者因时而变,知者随事而制。2018年,以国家“退二进三”政策为契机,珠江钢琴发动转型升级第三式:统筹新旧两个厂区,化被动为主动,推动集团厂区升级与改造。珠江钢琴以推进“工业4.0”为建设重点,通过采用自动化、数控化、模拟技术、静电技术等高新技术,自主研制出一批处于国内外领先水平的钢琴和数码乐器制造专用设备,搭建起自动化生产流水线,推动增城新厂区实现智能制造与绿色生产全面升

级。其次,珠江钢琴充分挖掘位于广州市荔湾区鱼尾桥原厂区的文化内涵,以“微改造”的方式将原厂区打造成约14万平方米的“珠江钢琴创梦园”,集聚音乐上中下游全产业链企业,致力于打造一个数字技术与智能音乐产业培育和投资的孵化平台,实现钢琴制造老厂区的华丽转身。

以人为本 夯实高质量发展底色

《孙子兵法》有云:“间于天地之间,莫贵于人。”珠江钢琴一直十分注重人才的引进、培养和任用。为留住人才、用好人才,在人才队伍建设方面频频发力,推出多项制度机制,推动人才与企业共成长。

推出新职员入职培训(通用)、岗位技能培训,与南京师范大学共建学历提升班,推行“首席技师”“劳模工作室”制度,提供企业职业技能等级认定服务,推出“789年轻干部培养方案”等,帮助人才从进入公司便了解公司文化、岗位职责,及对职业发展进行清晰规划。

技术技能人才是支撑制造业发展的重要基础。珠江钢琴持之以恒推进技术技能人才培养工作,以“红色工匠”党建品牌为抓手,培养大国工匠,打造了一支由全国技术革新能手、行业技术能手等技能型人才组成的技工队伍。通过系统科学的培养,珠江钢琴技能人才稳定指数在制造业中名列前茅,有四级以上技工389名,中级技师52名,高级技师35名,为企业的持续发展提供了强有力的人才支撑。

有赖于珠江钢琴集团对人才的重视,人才培养卓有成效。公司内5人被授予广东省“五一”劳动奖章,5人获得“全国技术能手”称号,19人获得“广东省技术能手”称号,59人获广东省优秀钢琴调律师称号,2人被授予“南粤工匠”,10人获得中国乐器行业“科技之星”称号,3人获“行业工匠”称号。

此外,珠江钢琴人连续三届在全国钢琴调律职业技能竞赛获得冠军,竞赛前20名获奖人员中也多为珠江钢琴职工,展示了珠江钢琴人的专业实力。由中国轻工业联合会主办的2020年第二届轻工“大国工匠”评选中,陈德然成为当年中国乐器行业唯一上榜的“大国工匠”。

加强人才队伍建设,本质上是珠江钢琴为自主创新培育肥沃土壤和适宜成长的环境。配合研发投入的投入,加速了企业新产品、新工艺、新材料、新设备的研发和应用,进一步推动了标准化、信息化、数控化、自动化、智能化、节能环保制造。恺撒堡演奏会钢琴、恺撒堡KN系列钢琴、弗里多林·舒密尔钢琴、里特米勒RS系列高档钢琴等项目获得中国轻工业联合会科学技术进步奖。公司获得技术专利、发明专利156项,共获得授权有效专利278项,被授予“国家知识产权优势企业”、“广东省创新型企业”、“广东省自主创新标杆企业”等荣誉称号。

破而后立 打破核心技术依赖进口枷锁

当演奏者弹奏钢琴时,通过指尖接触琴键,带动键盘击弦机系统准确而快速地将杠杆传递,牵引弦槌敲击琴弦,使琴弦产生振动,并通过弦码将振动能量传递给起共

鸣作用的音板,音板的振动在空气中产生疏密的波,发出我们所听到的美妙琴音。

一架钢琴的良好音质50%决定于音源,25%在于弦槌。毫无疑问,弦槌是影响钢琴音色的重要因素,与弦列及音板共同决定着钢琴的音质。

一直以来,高端弦槌研发生产技术被国外企业垄断,国内自主生产高端钢琴必须依靠高端弦槌的进口,珠江钢琴面临着核心零部件被“卡脖子”的困局。

面对困局,珠江钢琴不甘落后,珠江钢琴集团党委书记、董事长李建宁亲自披挂上阵,组建技术攻坚研发团队,成立“恺撒堡钢琴PR2.0弦槌”攻艰项目。研发过程中,攻坚团队统筹考虑弦槌制作和自主品牌钢琴与弦槌匹配程度,并在此基础上对音质提出更高的要求。经过多个日夜的攻坚研发,研发人员最终根据恺撒堡钢琴的音色特点选出了最优的弦槌制作材料。

追求卓越,精益求精。在“PR2.0弦槌”基本成型时,攻坚团队不满足于仅仅是造出弦槌,而是期望造出品质卓越、能与国外进口弦槌媲美的高端弦槌,因此在攻坚团队组长李建宁的带领下,形成完善方案,优化了弦槌设计,有力提高了弦槌击弦后的复位速度,提升了整体的弹奏性能。

历时一年,设计了75个技术方案,进行了1458次实验,珠江钢琴终于迎来了“PR2.0弦槌”的诞生。2020年4月27日,由珠江钢琴全过程自主研发的“PR2.0弦槌”正式面世。其后在多次钢琴盲测会和兰州国际钢琴艺术周的声学实验室品鉴会上,获得了来自业界钢琴专家“能够完全替代进口弦槌”的高度评价。

“PR2.0弦槌”的诞生,不仅破解了被国外企业“卡脖子”的困境,更实现了让中国高端钢琴制造“立”起来的愿望,对民族钢琴品牌自主可控发展产生深远的影响,为民族高端钢琴实现弯道超车打造了具有里程碑意义的“良民利器”。

PR2.0弦槌的诞生,是珠江钢琴自主研发创新驱动高质量发展的一个缩影。如今,珠江钢琴依旧坚持走创新发展的道路,强化自主创新能力,加快新产品开发和产品结构调整步伐,为企业发展迈向高新高质提供了可靠保障。

不忘初心 诠释国企社会担当

习近平总书记在2020年企业家座谈会上指出:“企业既有经济责任、法律责任,也有社会责任、道德责任。”作为国有企业,珠江钢琴主动将企业社会责任融入企业文化,转化为企业的价值观念和经营理念,成为一种自觉的企业经营行为。

不负嘱托,共建人文湾区。立足广州市,珠江钢琴积极贯彻习近平总书记亲自谋划、亲自部署、亲自推动的“粤港澳大湾区建设”国家战略,服务社会民生,助力大湾区建设发展,引进“广州市文化艺术名家叶小钢工作室”落户珠江钢琴创梦园,推进粤港澳大湾区的音乐文化交流和音乐产业发展。在市委宣传部指导下举办第三届“花城音乐节”,举办惠民音乐会、大师公开课等系列活动,为广市民献上音乐盛宴。组建广州第一个公益性青少年合唱团“珠江钢琴少年合唱团”,重建“珠江钢琴工

人合唱团”,启动2021年“乐龄颂爱恩”首届乐龄合唱节,为全年龄段音乐爱好者搭建广阔舞台。举办“珠江·恺撒堡钢琴杯”广州市职工合唱大赛,唱响“奋斗者”之歌,激发湾区职工文化正能量,用歌声讲述广州故事、湾区故事。珠江钢琴为湾区音乐事业发展贡献国企力量,用实际行动诠释社会责任感,成为推动湾区稳定繁荣的中坚力量。

担当美育,助力文化强国。珠江钢琴贯彻落实党中央国务院关于加强美育教育,建设文化强国的决策部署,多措并举支持音乐教育发展,满足人民对音乐艺术的需求。举办中国音乐艺术教育论坛,推出“教师工作室计划”,在全国近百所音乐专业院校设立音乐奖学金项目,培养高素质的音乐教育教师队伍,推动音乐专业学生成长成才,促进高校音乐教育高质量发展。持续37年举办被誉为“当前我国三大重量级钢琴赛事”的“珠江·恺撒堡”国际青少年钢琴大赛,挖掘培养韦丹文、刘忆凡、杜宁武、周挺、邹翔、宋思衡、元杰、涂宇亮等享誉国内外的钢琴教育界中流砥柱,成为国内音乐人才造星摇篮。持续举办十届“珠江·恺撒堡钢琴”全国普通高等学校音乐教育专业本科生基本功展示活动,连续五届举办“珠江·恺撒堡”全国老年大学钢琴比赛,在全国范围内举办音乐文化主题活动超千场,文化教育覆盖老、中、青、少各年龄层,得到教育部“积极反哺社会,具有高度社会责任感”的盛赞。

世界舞台,讲述中国故事。珠江钢琴站在世界舞台,讲好中国故事。钢琴制造实力备受国际认可,是最具国际影响力的民族品牌之一,珠江钢琴全系列产品连续两年问鼎MMR年度最佳声学钢琴奖,在竞争激烈的国际钢琴市场,唱响了中国民族品牌,为民族制造企业争光。作为民族品牌代表,赴欧洲参加省市宣传部举办的“读懂中国”欧洲文化交流,向世界讲述中国民族钢琴品牌故事。

除此之外,珠江钢琴还努力探索用钢琴产品展现中华优秀传统文化魅力的途径。用钢琴这一传统西方乐器阐释中国美学、中国艺术,传播中国声音。收藏于珠江钢琴集团钢琴艺术馆中的“珠江·恺撒堡清明上河图钢琴”正是两者结合的艺术结晶,钢琴以北宋名家张择端的传世名作《清明上河图》为蓝本,以高超钢琴制造工艺为落脚点,耗时五年精心制造,使汴京的热闹繁华景象跃然于九尺钢琴之上。这台九尺钢琴伴着刘诗昆大师荣登过央视2017《我要上春晚》的舞台,惊艳了世人的目光,吸引了众多音乐爱好者前来参观打卡。国画入琴身,是珠江钢琴对古典美的无限追求,也是珠江钢琴融入“国潮风”的一次创新尝试,成功展现出珠江钢琴老字号品牌新形象,焕发新活力,拓展了中华优秀传统文化对外传播的新途径,彰显传统文化魅力。

奋斗不止步,扬帆再出发。六十余载往昔时光,珠江钢琴始终坚守着“创造完美声音之源,做人类和谐生活高雅文化的使者”的企业使命,努力让世界看到中国民族企业崛起的力量。珠江钢琴人以敢为人先的开拓精神,坚持党建引领,一路披荆斩棘,一路创新智造,积极履行国企的社会责任,朝着打造具有高度企业社会责任感、有温度有情怀的乐器文化综合强企目标迈进,谱写独具特色、文化鲜明的企业发展新篇章。