

生活家扩产能 布局地板下乡

生活家今年的计划是把门店的数量增加到 1000 家,这是其加紧在二三级市场布局的数量性指标

□ 何 适

目前,尽管被建材企业寄予厚望的“建材下乡”的具体政策还没有出台,但是众多建材企业已经按捺不住扩张的冲动,开始试图以不同的方式搭上“建材下乡”的快车。

战略:6000 亿元的大蛋糕

资料显示,建材下乡政策将拉动国内消费 5500—6000 亿元,建材消费是目前农村、农民支柱性消费行为。初步预计,建材下乡政策实施三年可拉动消费 18000 亿元左右。

面对这样诱人的一个大蛋糕,“建材下乡”也就理所当然地成了众多建材企业的战略重点。

对此,生活家董事长刘硕真说出了真实的原因:首先是企业已经率先感受到二三级市场爆发式成长的信号,尽管去年企业受全球金融危机的影响比较重,生活家的许多产品都出



现了供不应求的现象,受生产能力的限制,只好放弃了一些订单。

其次,尽管 2008 年全球金融危机期间有 30%左右的地板企业倒闭,现在全国的地板企业依然不会少于 2000 家,没有谁能够知道到底谁能拿到“建材下乡”的“牌照”。对于生活家而言,最重要的是先靠自己的能力,抢抓住这样一个好的市场机会,而绝

不能因为坐等政策,而丢了市场。

布局:二三级市场是重点

和目前尚停留在概念阶段的“建材下乡”相比,不断加快的城市化进程倒实实在在地成了地板企业的掘金“宝地”。2009 年,生活家的门店总数达到 800 家左右,与一年前的 500

多家相比增长了 60%。这部分增长大多来源于二三线市场。

目前,以万科为代表的地产商已经开始把产业布局的重点放到二三线城市,沃尔玛、乐购等外资零售巨头新增网点向三四线城市下沉也已成为一个重要趋势。城市化被看作是未来一段时期内,中国绝无仅有的大面积财富机遇。

刘硕真坦言,生活家今年的计划是把门店的数量增加到 1000 家,这是其加紧在二三级市场布局的数量性指标。与这个数字相对应的行动目标是:“争取把生活家的专营店,开到每一个地级市、每一个县级市,甚至是有市场消费能力的镇上,夺取渠道话语权。”

攻势:产品是开路先锋

生活家投入巨资建设南通工厂,除了增加产能满足订单需求外,另外一个重要的任务就是丰富生活家的

产品线。如果说,一线城市的消费者追求产品的差异化是为了满足“个性”的情感和心理需求,那么,二三线市场,特别是农村市场的产品差异则是“因地制宜”的“硬性物质化需求”。对厂商来说,这意味着更严峻的挑战,因为这种“硬性物质化需求”通常很难找到替代性的解决方案。

其新投产的南通工厂与中山工厂、天津工厂、成都工厂一起,形成了生活家强大的生产网络布局,为产品供给能力提升提供了强大的支撑。据介绍,在开业庆典的当天,来自附近区域以及南通本地的 2000 多名消费者参观了产品展示中心与生产车间,近距离地了解地板生产的整个过程,现场销售量突破 6 万平方米,创下南通地板行业销售纪录。

在全球金融危机的阴影尚没有完全消除,地板出口远没有恢复的大背景下,“建材下乡”显然给了建材企业更多的想象空间,而生活家正在把想象变成现实。

一个点子 100 万 豫光形成“点子”热

5 月 4 日上午,河南豫光锌业公司锌业三厂电解二工段,往日叮叮当当的热闹剥锌场面,今天却显得十分冷清。莫非是停产检修?

带着这样的疑问,笔者走进了锌业三厂电解车间。生产一切正常!与往日不同的是,原来剥锌先敲后铲,现在却只铲不敲了。

其中的奥秘,全在这把小小的剥锌铲上。

原来,该厂出装槽班班长张磊,发现原来的剥锌铲,由于经常用力敲打,铲柄容易折断、铲刃易卷,造成阴极板损坏,导致连电增多。爱动脑子的他在琢磨,能否采用更好的钢材,以避免这些现象的发生?

3 月初,他向工段提出建议——买来废旧汽车上的“工字钢”,自己加工后试用。工段立即采纳他的建议,没想到,新颖的材质,锋利的刀刃,只要在极板与锌皮缝隙处轻轻用力,锌皮乖乖脱落。试验取得成功,3 月底,新式武器在全厂进行推广。

“用新剥锌铲,不仅降低了工人的劳动强度,延长了电解时间,提高了劳动效率,而且大大减少了噪音污染,改善了工作环境。”锌业三厂副厂长程利军说,“最重要的是,由于不用敲打极板,减少了阴极板损坏和连电现象,尤为可喜的是,连电的减少,电效得到显著提高,此项发明又为核心指标的稳定找到一个新的切入点。我们一个工段每月返修阴极板至少减少 600 张,报废阴极板减少 150 张,报废阳极板减少 75 张左右。保守计算,每月一个工段可节约 4 万元,两个工段可节约 8 万元。仅这一项,全厂一年可节约成本 100 万元,此项发明,为提高电效降低电耗所带来的间接利益,更是无法估计。”

为了鼓励这种创新,该厂奖励张磊 500 元。

张磊一个点子创效益百万元的消息不胫而走。曾获河南省职工技能大赛行车项目第一名、河南省五一劳动奖章获得者、电解二工段行车班班长张兵也不示弱。根据多年来自己在维修行车中遇到的困难和维修经验,经过多次尝试后,于 5 月 3 日成功制造出“拔销器”。原来行车维修老大难——拔销问题,很轻松地就可以解决。

“以前,行车电力液压鼓式制动器更换闸瓦,由于是高空作业,加上空间小,有时候拔销轴就得一个上午。有了这个拔销器,最多十几分钟就能搞定。”张兵高兴地边演示边说。

一石激起千层浪。目前,人人出点子,个个显风采的喜人景象正在豫光集团热情上演。 (屈联西)

上海市市长韩正会见市长咨询会议主席

近日,上海市市长韩正在市府贵宾厅会见了上海市市长国际企业家咨询会议现任主席、银瑞达集团董事长主席沃伦伯格一行。

韩正市长说,今年的上海市市

长国际企业家咨询会议将在 2010 年上海世博会展期内举行,非常感谢沃伦伯格先生对此次会议的精心筹备和组织,相信今年的市长咨询会将举办得更加成功,我们期待各位

会议成员对上海发展的真知灼见。沃伦伯格主席对上海世博会顺利开幕表示衷心祝贺。

他说,世博会的成功举办将向全世界证明中国所取得的巨大发展

成就,而上海市市长国际企业家咨询会议也会进一步成为展现上海建设发展的良好平台。

(桑志强 钱雅君)

科学发展路何在 无需投资百亿元 中冶美利纸业靠微晶改造设备提高收益

今年第 6 期《中华纸业》杂志刊登名为《微晶体面板用作网部脱水元件的实践》学术论文称,中冶美利纸业 5 年前使用晶牛集团微晶体面板,使用前后台网耗分别为一年 42 条和一年 5 条,由于微晶体面板为整体无缝以及耐磨耐腐蚀的特性,而使成型网的使用寿命延长了 125 倍,仅网子节约费用每年就高达 100 万元。

该论文由中冶美利纸业股份有

限公司王学军、常安国、高永全等 8 位作者共同完成,他们通过晶牛集团微晶体面板在该企业使用 5 年的实践,将晶牛微晶板改造成形板、刮水刀等设备,证明效果很好,提高了设备开机率,降低了生产成本及投资,现已有 8 条线经过改造,改造后每条线每年可创造 100 多万的效益,且不计节电。论文称晶牛微晶体面板在造纸行业具有一定的推广性,该论文刊发后在

造纸业引起强烈反响,众多造纸厂家纷纷来电咨询微晶吸水面板的性能等情况。

晶牛微晶集团耗资数亿元科研经费成功研发出世界领先的压延微晶,并用压延微晶改造微晶体面板,该产品被认定为“国家重点高科技产品”,具有耐磨、耐腐蚀、省网省电、整体无缝等诸多优点。被上海钞票厂、佳木斯造纸厂等全国 20 个省市 300 多家造纸企业广泛选用,

其中上海钞票厂、保定钞票厂使用晶牛微晶吸水面板使人民币图案更为清晰,安全性更加可靠。

全国领先的 300 家造纸企业近 1000 条生产线抢先选用了微晶体面板,使产量大幅提高,成本下降,目前年节资 10 亿元。如果全国登记在册的 3500 余家造纸生产线均使用微晶体面板,该产品一年可创造 100 个亿的经济效益。

(尹纪周 睢卓)

种衍民:创造“衡变模式”的“魔术师”

□ 肖 锋

特变电工衡阳变压器有限公司自 2001 年重组以来,9 年时间企业产值增长了 45 倍,总资产比重组时增长了 20 倍,仅 2009 年上交税金达 294 亿元,比重组前 30 年的总和还要多。企业这种高速增长与总经理种衍民带领衡变人勇于拼搏精神和当代企业家的远见卓识,他凭着勤奋、忠诚、智慧和才干在短短的几年多时间里,使企业实现了高速发展。在特变电工衡阳变压器有限公司所有员工心目中,他是一位完全可以信赖,能全心全意为企业服务、促进企业快速发展、率领员工共同致富的优秀企业领导者。衡变的发展速度和发展模式被中共衡阳市委张文雄书记称为“衡变模式”,种衍民则被誉为创造“衡变模式”的“魔术师”。

加速发展 精心打造“衡变模式”

种衍民把发展当作企业的第一要务,在他的率领下,企业每年一个新台阶,连续 9 年实现了高速增长,创造了一个又一个佳绩,实现了一个又一个历史性的突破。尤其是 2009 年经济逆势发展,在百年未遇世界金融危机面前,谱写了“化危为机”的神话,企业各项经济指标在历史高位上实现了高速增长同比增长率达到 30%以上。

为了衡变能有可持续的发展,种衍民注重加大对企业的技改投

入,近几年来,衡变先后投入 20 亿元用于技术改造,并每年拿出销售收入的 6%作为科技研发经费,通过引进世界一流的制造设备和消化、创新世界先进技术,成功掌握了当今世界特高压变压器类产品研制的核心技术,先后承担了我国“十五”、“十一五”多项重大科研攻关项目,分别于 2004 年和 2008 年率先研制出世界首台 100 兆乏 /750 千伏和 200 兆乏 /1100 千伏具有世界最高水平的特高压电抗器,并在我国“西北 750 千伏输变电示范工程”和首条“1000 千伏特高压交流试验示范工程”投运中,取得了一次性投运成功的好成绩,赢得了国家电网公司及行业专家的高度评价和称赞。

自主创新 引领世界装备制造业潮流

今年 4 月 18 日,20 多个国家驻华大使及参赞和全国电力系统的领导、专家 300 多人齐聚湖南衡阳,共同见证了中国机械联合会主办的特变电工衡阳变压器有限公司的新产品新技术发布会。会上,衡变公司通过国家鉴定的 12 项新产品向国内外正式发布,其中两项新产品被鉴定为“国际领先”水平。标志着衡变公司在自主创新领域取得了重大突破,实现了由“中国制造”向“中国创造”的根本转变。

种衍民坚持走自主创新之路,通过引进、消化、吸收再创新,不断开发出一大批高科技含量、高附加值且具有自主知识产权的新产品,并创下了十多项中国及世界第一。



人物链接:

种衍民,男,汉族,江苏人,1968 年 6 月出生,1990 年 7 月参加工作,2000 年 4 月入党,硕士研究生,高级工程师。现任特变电工衡阳变压器有限公司党委书记、总经理。

在他的带领下,9 年来,企业共获得专利 130 多项,开发出节能、环保的新产品近千余种;特别是 220kV 及以上电力变压器、电抗器分别获得“中国名牌产品”称号,750 千伏及 1000kV 特高压电抗器先后荣获“国家科技进步一等奖”和“中国机械工业科学技术特等奖”。2006 年在公

司第一台 750 千伏电抗器的线圈设计中,针对乌克兰专家采取的全纠缠设计,种衍民与衡变专家提出采用内屏连接设计。当时乌克兰专家一时想不通,种衍民就不断进行沟通,光开会就有 10 多次,最终让洋专家拍手叫好。现在,这一源自衡变的技术已被乌克兰专家带回国推广使用。

以人为本 承担责任创造和谐

种衍民严于律己、宽以待人,对社会、对企业、对员工充满爱心。对内努力营造企业和谐氛围;对外积极履行企业的社会责任。公司投资 600 多万元改善员工居住环境,建立起功能齐全的衡阳市一流居民小区,添置了近 30 万元的体育健身器材,为离退休人员建起了文体娱乐室,使老年人老有所乐;新建了三栋大学生公寓楼和三栋专家公寓楼,为新进大学生和聘请的国内外专家解决了住房问题;每年拨款近 200 万元改善在岗员工及离退休员工的福利待遇。同时员工人均年收入也由改制前的 7000 元提高到目前的 3.5 万元。

种衍民一直以来热心社会公益事业,积极帮助社会弱势群体,近几年来,在他的带领下,企业员工积极参加多项救助活动,种衍民个人及公司进行助学助学、抗冰救灾、抗震救灾及其他社会各项公益事业捐款近千万元、企业员工义务献血 500 多人次,受到了社会各界的一致好评。

格兰仕 为“生命阳光”喝彩

4 月 28 日,北京中国残联总部二层多功能厅内爱心涌动,白电巨头格兰仕宣布成为“上海世博会生命阳光馆爱心合作伙伴”,预计以不低于 1000 万的投入,支持和扩大“生命阳光馆”主题意义的宣传推广,为“阳光助残行动”奉献一份关爱力量。

格兰仕集团执行总裁梁昭贤表示,以此次爱心合作为契机,格兰仕和中国残联文化助残办公室结成战略合作伙伴,成立“格兰仕乐善基金”,旨在推动企业长期有效地参与中国残疾人事业。

1000 万推广

“上海世博会生命阳光馆”

吕世明副主席在会上介绍,生命阳光馆是世博会设立 159 年来第一次出现的残疾人主题馆。他表示,生命阳光馆对于爱心合作企业的选择非常谨慎,格兰仕是随着我国改革开放成长起来的典范企业,不仅是家电行业的领头羊,更是企业公民责任的先行者,以格兰仕这样的公众品牌作为爱心载体,能够把生命阳光馆的人文思想和人道情怀传递给更多的社会人士,对于扩大中国残疾人事业的影响意义非凡。

据了解,格兰仕具有发芽煮饭功能的芽王煲、全能型光波微波炉、半波式人体工学洗衣机等高科技低碳产品已进入生命阳光馆的“未来区”进行展示。

格兰仕集团执行总裁梁昭贤表示,结成上海世博会生命阳光馆爱心合作伙伴,希望能通过企业行为带动更多富有爱心的企业和社会人士关注残疾人事业,为自强不息的残疾人提供良好的生活保障和平等的发展机会,使他们能够和健康者一起共创更加美好的未来。

据透露,格兰仕作为“上海世博会生命阳光馆爱心合作伙伴”,包括实物、现金资助及世博期间对生命阳光馆的宣传推广,预计总投资将超过 1000 万元。

五大行动“为生命阳光喝彩”

围绕上海世博会生命阳光馆的推广,格兰仕在中国残联支持下,精心策划了五大主题行动:

行动一:为生命阳光馆从法国引进中国第一台爬楼轮椅。格兰仕集团不惜重金,从法国引进首台高科技爬楼轮椅,为残疾人自强不息、独立自主带来新的希望,旨在倡导科技助残、让残疾人共享生命阳光的爱心理念。目前,这台爬楼轮椅已入驻上海世博会生命阳光馆。

行动二:定制 100 部轮椅,由中国残联捐献给参观生命阳光馆的残疾观众。据透露,在捐赠物资的同时,格兰仕集团执行总裁计划于全国助残日当天,率公司高层一起到生命阳光馆担当助残志愿者,为残疾人事业身体力行。

行动三:针对上海世博会生命阳光馆的志愿者,评选 10 大格兰仕“生命阳光使者”。

行动四:参与生命阳光馆 7 月 15 日“广州残日”主题馆日活动,进行“牵手世博会生命阳光馆,喜迎广州亚洲残运会”系列主题推广活动。

行动五:整合格兰仕电器全国数万个销售网点,向全国消费者推广上海世博会生命阳光馆的主题意义,向广大关注支持残疾人事业的爱心消费者献礼。

中国残联副主席吕世明指出,作为伴随改革开放成长起来的知名家电企业,格兰仕集团 32 年来一直致力于各项社会公益事业,积极担当社会责任。在本次上海世博会中,格兰仕集团的系列爱心活动形式新颖,以企业的爱心公益活动带动全民献爱心,影响深远。

