



责编:邓梅 编辑:林尚  
版式:张彤 校对:陈梅  
2010年7月20日 星期二

# JINGYINGCHUANGXIN

## 经营创新

战略创新 | Zhanlue Chuangxin

### 益高携技术品质与世博齐飞

上海世博会上,为了让“中国创造”更好地展现在世界面前,也为了让世界更全面地了解“中国创造”,世界贸易中心协会的合作伙伴之一——群体品牌 GMC 携优秀中国企业,在 2010 上海世博会上打造出以纯粹的“中国创造”为概念的 GMC 馆,并已在 2010 年 5 月 29 日-7 月 5 日全面展出。美的、TCL、志高、华帝、益高、帅康、奥普等中国优秀企业得以入选代表中国制造的最高水平,共同向世界展示优质“中国创造”的魅力,触动世界。

在卫浴行业,益高卫浴以唯一的座便器卫浴类品牌产品入驻 GMC 馆,其智能座便器进驻的梦幻屋,是由组委会精选最能代表优质的中国制造商制造的产品而打造的梦幻家园。来自世界各地的来宾,都能通过 GMC Magic House 亲身体验由 GMC 产品带来的生活乐趣。通过智能控制系统,GMC Magic House 打造出星空睡房、海底客厅、多功能视听室、智能厨房、高新智能浴室、绿色户外花园等。在 GMC Magic House 里,益高等代表着高科技、新奇创意的产品,将以优质群体品牌的形象给每位参观者留下深刻的印象,以惊艳的姿态梦幻世博会,成为游客争相观看体验的场馆。

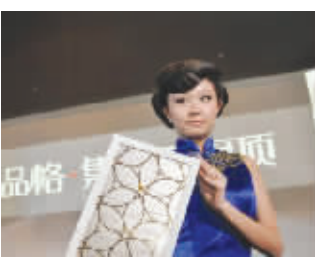
采用全部中国原创材料打造的 GMC 梦幻屋,向世界展示凝聚了中国人智慧的新颖科技,让世界感受中国创造所带来的美好生活。(吕小东)

### 品格卫厨亮灯: 创新精神“永不封顶”

7月1日,上海,世博园,世贸中心协会馆。品格卫厨的新品模特秀正在火热进行的同时,网络上已经有了大量关于“品格——环球优质制造商”的新闻。具有全球影响力的 GMC 群体品牌,本次扩编反响剧烈,这意味着,又一批新的行业领袖品牌被纳入了这个行列,借助这个在世界上人口最多的国家,在曾经被称为“世界工厂”的国家主办的世博会平台,迎来了行业和品牌的共同飞跃。

无疑,品格——品格卫厨就是这些“领袖”中的荣誉代表。如果说,世博会是一张面向全世界人民展示的名片,那么 GMC 环球优质制造商,就是一张属于中国制造,面向世界采购商的了保险的通行证。GMC 通过层层选拔,在每一个行业选择唯一代表品牌进入优秀制造商群体,用优质产品向世界人民统一宣誓:这不仅是简单的制造商,更可以在接下来的时间里成为世界上创新产业和创意智慧的领头羊。

品格是最早接到 GMC 邀请参加世博会的企业之一。它为这次短短几十分钟的亮灯仪式和产品模特秀准备了几个月时间。这次,品格代表中国集成吊顶行业的所有制造商,在世界面前展示了真正的汉民族创新智慧和文理解,并融入看似冰冷的吊顶板中,为其赋予生动灵魂。它全球同步推出的 7 大主题产品,是以品牌和产



品附加值挑战国际市场的先锋创举,也是中国制造的名片上,极具说服力的“创新”注解。GMC 是国内外精英用近 15 年时间打造出来的优质中国制造标志,对国外数十万采购商而言,采购风险和经营风险都被降到最低,是可以放心购买的好品牌。对消费者而言,消费成本和健康成本也被限定在最合理范围。品格卫厨代表集成吊顶行业站在了世贸中心协会馆的最高荣誉舞台,用心点亮了 GMC 制造,中国骄傲的未来之灯,让世界感受到了所有品格人和所有中国集成吊顶制造商的力量。

在现场展示的品格集成卫厨产品,可以很清晰地感受到它对中外文化的思想理解和元素融汇。品格凭借着行业内唯一获得欧盟 ROHS 指令认证的“LG 健康板”以及超强省电 LED 照明器件,用产品实践了“低碳世博”的主题,也凭借着一贯的“国际时尚设计+健康环保”双引擎动力,确立了独树一帜的产品形象和市场地位。而这种永远走在潮流之前的创新精神和前瞻性的战略布局,也为“中国制造”开启了“品格的美好时代”。

战略创新 | Zhanlue Chuangxin

### 王传福的创新“传奇”

张军 张爱丽

“冒险”、“敢闯”,认识或不认识王传福的人,都喜欢用这两个词给他定义。而这两个词,恰恰也是“创新”的最好注脚。

#### 眼光“毒辣”的创新者

创新,靠的不仅仅是独到的技术,更要有独到的眼光。王传福无疑是其中的佼佼者,他的商业眼光简直可以用“毒辣”来形容。

尽管他被大众真正熟悉是在做汽车之后,可他眼光之“毒”,早在做电池时就已显现出来。

创业伊始,王传福给自己和公司定下了八字真律:“技术为王,创新为本。”

王传福不愿意这么干,经过市场考察和认真思谋,他决定依靠自身的技术优势(电池研究是他的专业),直接瞄准技术含量最高、利润最丰厚的充电电池核心部件——电芯。

王传福眼光之“毒”还不仅于此,更不可思议的是,他在一份国际电池行业动态报告中发现,日本宣布将不再在本



土生产镍镉电池,他立刻敏锐地意识到,这势必会引发镍镉电池生产基地的国际大转移,对于中国电池业来说无疑是前所未有的黄金时机,于是他马上决定涉足镍镉电池生产。

2003 年 1 月 23 日,比亚迪以 27 亿元收购了西安秦川汽车有限责任公司 77% 的股份,从而成为继吉利之后国内第二家民营轿车生产企业。

#### “技术疯子”出奇制胜

仅仅用独到的眼光和廉价的制造成本,显然无法解释王传福的全部。王传福故事的上半部分,充满了对行业领先者的模仿和改进,而下半部分,则是对领先者的颠覆和超越。

王传福放出豪言称,比亚迪 2008 年将电动汽车商业化,2009 年推出纯电动车:“我们比日本整整提前了 20 年,

到时候引领世界汽车市场的,不是美国人,也不是德国人,而是中国人!”

在市场宣传上,比亚迪已经成功地把自己和绿色、新能源、电动汽车联系在一起。在王传福看来,比亚迪在电池上的成功,完全可以嫁接到汽车上。王传福的思路是,通过电池生产领域的核心技术优势,打造中国乃至世界电动汽车第一品牌。

这样的信心,也来自于王传福对技术的偏执。

王传福对技术的狂热,在比亚迪内部众人皆知。据说他有一次去北京出差,竟然买下了书店里所有的汽车类技术书籍。王传福自己对技术的痴迷,也让一批“技术疯子”聚合在了他的麾下。

#### 【新闻链接】

##### 王传福被“夸奖”

巴菲特的最重要搭档查理·芒格会对王传福赞不绝口:“这家伙简直就是爱迪生和韦尔奇的混合体,他可以像爱迪生那样解决技术问题,又可以像韦尔奇那样解决企业管理问题,我从没见过这样的人。”

### 邱德厚:创新打造古典家具专业市场

董平

在芳纶核心技术被跨国公司垄断几十年的背景下,他带领研发团队连续攻关近 20 年,最终实现技术突破,使芳纶纤维成为“中国名牌”产品;在全行业集体低迷的背景下,他带领企业大量收购同类及相关企业,进行资源整合;在新会古典家具“制造强销售弱”的背景下,他以企业家的敏锐眼光,规划建设五邑地区首个古典家具专业市场……

他就是广东彩艳股份有限公司主席、博士邱德厚,一位讷言敏行、善于思考、敢想敢做的民营企业企业家。在行业竞争愈演愈烈的今天,锐意进取的他在引导企业技术、经营管理和行业整合等方面取得了优越的成绩。

#### 实现芳纶 III 规模化生产

作为特种材料,芳纶纤维主要用于航空航天等领域,有着不可替代的作用。继间位芳纶(1313)纤维系列产品研发成功并量产,彩艳于 2007 年在芳纶 III 的关键技术方面又取得了重大突破,并于 2008 年正式通过国家验收。

“彩艳已拥有了第二代和第三代芳纶技术,并且形成了产业。产能为每年 100 吨的第三代芳纶的生产工厂今年年底就能建成,目前在国内只有彩艳一家实现规模化生产。”邱德厚介绍。

为什么彩艳能够在技术方面不断取得新突破呢?邱德厚认为,一方面是彩艳有着强大的科研实力,另一方面是彩艳员工的贡献薪酬比同行富有竞争力。

创建于 1958 年的彩艳,坚持以科技为先导、以超前和创新为经营理念,公司先后研发了 10 多项产品填补国内空白。1998 年,顺利完成企业改制后,公司

进入快速壮大阶段。“公司这一阶段的特点是创新经营,先后以收购、兼并、控股、租赁、托管等方式盘活境内外数十家亏损国企、民企和外企。”邱德厚说:“2003 年是我们收购兼并最多的一年,一共收购了 13 家企业。”

邱德厚认为,公司之前只是一个一个产品开发销售,到了这时,已是一个一个企业兼并盘活做强做大了。彩艳先后收购了上海、佛山、东莞等地的色母粒企业,成为全国最大的色母粒企业。

#### 向“微笑曲线”两端延伸

进入 2008 年,彩艳迎来了新的发展阶段。“公司在技术创新+管理创新+经营创新的基础上,再进行整合创新,其标志就是策划打造新会古典家具城,把新会由全国最大的古典家具生产基地提升为全国最大的古典家具工贸集

散地。”身兼新会古典家具行业会长的邱德厚介绍。

根据“微笑曲线”理论,在整个产业链中,处于上游和下游两端的企业创造的附加值比较高,处于中间领域的制造企业创造的附加值是最底的。目前,新会区古典家具行业中更多的是制造企业,处于“微笑曲线”最低点。在销售方面,尽管新会古典家具销往海内外,但很多买家不知道这些家具产自新会。

“之所以新会没有形成全国最大的古典家具市场,一是因为没有大型卖场;二是厂家比较分散,不方便买家选购。”邱德厚说,经过详细的调研论证,他们认为这个行业的发展前景好,准备对其进行整合,在新会打造一个全国最大的古典家具销售市场,使之既有展销平台,又可容纳一大批前店后厂的工场。一幅崭新的发展蓝图又在这位坚持先行思维、敢为人先的民营企业家中描绘着。

### 深圳将选出 30 名成功企业家

蒋德

8 月 26 日是中国第一个经济特区——深圳经济特区三十华诞的生日。为全面展示深圳 30 年来企业的创业风采,“深圳经济特区 30 年杰出贡献企业、行业领军人物评选活动”近日正式启动,记者在新闻发布会上获悉,本次评选活动设“杰出贡献提名奖”60 家,从中遴选 30 家“杰出贡献企业”;“行业领军人物提名奖”60 名,从中遴选“行业领军人物”30 名。

#### 评选范围包括 6 大产业

据深圳市社会组织总会常务副会长葛明介绍,本次特区 30 周年“双评”活动是由政府支持、社团发起,通过行业推荐、公众参与、专家评审、社会监督等环节进行评选的。

记者在此次活动的工作方案中了解到,此次的评选推荐范围为深圳经济特区成立至今为深圳经济社会发展作出重大贡献的企业,评选的行业分类包括高新技术产业、金融、物流、文化、优势传统产业、现代服务业等 6 大产业,并在这 6 大产业中选取了 30 个重点行业。

#### “领军人物”要勇于开拓

其中“杰出贡献企业”推选标准为突出贡献力大(在深注册 10 年以上,2000 年 6 月 30 日前登记,近 3 年来年销售额达 10 亿元以上,年实际纳税总额达 4000 万元以上的)、影响力广(曾获得国家、省、市等授予的奖项和称号)、创造力强(自主创新产品销售额占企业总额的 50%以上)、企业文化和责任心强(企业积极履行社会责任、勇于承担、乐于奉献)等方面。

而“行业领军人物”推选标准则将突出推选在特区创立发展中勇于开拓,致力于推动本行业本企业的发展,除本企业的业绩被行业公认名列前茅外,本人在管理创新、科技创新、经营模式创

新、文化创新等方面作出突出贡献并产生重大影响的现职的成功企业家。

#### 活动将历时 3 个月

值得注意的是,此次评选活动是由深圳市企业联合会、深圳市企业家协会、深圳市中小企业发展促进会及 42 家行业协会自愿发起和参与的。

市社会组织总会常务副会长葛明在接受记者采访时表示,这么多行业协会联手自愿发起一项活动在深圳 30 年历史上也尚属首次。而且此次评选活动属社会公益性活动,所需经费均由市企业联合会、市企业家协会承担,不向协办单位和参评企业收取任何费用。

据悉,推选申报将从 7 月 13 日起至 8 月 3 日,整个活动历时 3 个月。

### “海瓷”亮相世博会

单保江 邢金锋 李政

7 月 12 日,上海世博会文化中心展厅里,一些外国游客围在中国海瓷艺术作品展柜前,认真地听讲讲解员讲解。上海世博会开幕以来,被上海世博局指定为特许零售商品的中国海洋贝壳瓷,一路畅销,受到中外游客的欢迎。

由山东珍珠瓷业有限公司生产的海洋贝壳瓷是山东省唯一获得世博会准入资格的瓷器类商品,并被指定为山东

馆对外指定礼品。海瓷取材于天然贝壳砂,经多次高温烧制而成,集中体现了上海世博会“绿色、环保”的理念。山东珍珠瓷业精心设计了四套与世博会密切相关的产品,其中最受游客青睐的是两种分别印有中国馆、世博文化中心等世博图案的纪念盘。在英语中,“中国”和“瓷器”是一个单词。在外国人眼中,瓷器是悠久的中华文明的代表,因此受到他们喜爱。世博会开幕以来,海瓷在各特许商品专营店共卖出 2 万余套,总

销售额超过 200 万元。

世博会期间,从 7 月 1 日开始,国家轻工工业联合会还在世博文化中心举办了“中国陶瓷艺术精品展”。这一展览,主要展出用于收藏的艺术瓷。珍珠瓷业是山东省入选的 3 家企业之一,参展作品为山东美术家协会主席、山东艺术学院院长张志民先生手绘的《东方朔游山图》和《天光云影古运河》两个海瓷艺术盘。据了解,这两件海瓷艺术珍品还获准在世博会结束后,在世博文化中心永久性展出。

7 月 7 日,以“齐风鲁韵”为主题的世博会山东周开幕,海瓷纪念品销售也

更加火爆。在专营世博特许商品的上海百联浦东一店,很多中外游客不仅购买海瓷纪念品,还好奇地询问,“海瓷”和陶瓷、骨瓷有什么区别。店长张海燕一一解答后,又进一步介绍了海瓷的原料来源地——无棣县古贝壳堤,让人们对这一旅游资源也产生了兴趣。

山东珍珠瓷业公司董事长郭春森说,世博会是个大舞台,我们来这里追求的不仅是经济利益,更重要的是借此舞台进一步扩大“中国海瓷”的影响,向全国、全世界展示滨州、无棣的良好形象。