

王惠余:太阳能产业的思考者



□ 李仁平

“老骥伏枥，志在千里，烈士暮年，壮心未已”，用来形容王惠余，是恰当的。

作为中国新能源产业代表参加深圳高交会共话十国部长推荐中国节能减排模式；在中美就“新能源产业领域广泛合作”进行会晤之际，作为中国光热产业企业家代表会见原美国商务部部长骆家辉，向美方介绍中国热产业发展历程；业内称王惠余是新能源行业新领军人物……这些都代表了对他的信任。

究其本人，他的难能可贵之处在于，没有把目光仅局限于自己

1947年出生的王惠余，50岁创业进入太阳能行业，从一个仅有十几万资产的袖珍厂起步，发展成为坐拥近亿净资产的国家高新技术企业扬州日利达有限公司。世界杰出华商协会副理事长、中华全国工商业联合会新能源商会副会长、中国太阳能热利用专业委员会副理事长……这些都是对他获得成功之后得到的肯定。

以及自家的企业，而是不断地对企业未来和行业前景进行着深刻思考和身体力行的推动。

企业发展 靠职业经理人

独生女儿和女婿在北京事业单位都有很好的发展，所以如何解决好接班人的问题，是王惠余所面临的课题。王惠余说，自己创立日利达15年以来，从没有怠慢过，目前日利达的发展规模他已经竭尽所能。但在他之外，日利达的发展空间是无限大的，因为日利达有幸选中新能源行业，行业发展过程中必然会重新洗牌，但新能源行业永远不会衰败。

他说，日利达的未来不应该寄托在他身上，自己已经年近70，把公司压在他身上，公司的未来不会好。日利达的未来在职业经理人身上，他愿意为年轻优秀的职业经理人提供一个平台，让他们借此丰富自己的人生。

下放权力的工作已经在展开。“今年开始，我身上只有董事长的头衔了，总经理的权力已经下放，包括经营权和分配权，另外一支笔的签署权我也交下去了，也很少出面，总是挡在前面，孩子们会有依赖思想，会被耽误的，现在我就是逼着他们上去。只有企业是自己的才会投入干，才能办好，才能在其位谋

其政。”

太阳能企业上市 不进则退

对于太阳能行业企业的上市，王惠余谈了自己的思考。中国改革开放30多年，资本运作20年，上市企业几千家。中国太阳能热水器行业被国家领导人宣称世界第一，却没有一家上市企业，上市企业几千家却又没有一家做到世界第一，他百思不得其解。但就目前的情况，有上市打算的太阳能企业上市成功还好，一旦上市失败，后果不堪设想。

王惠余谈了他的担心，国家证监会考察的是整个行业可持续盈利、可持续发展的潜力，如果2009年企业抓住机遇上市，成功率非常高，但目前全行业都处在谨慎的时期。

另外，风投与银行相比，回报率要求高，一旦企业无法盈利，风投马上会把企业的股权全部收走，等于公司就没有了。也正因为如此，目前有上市打算的企业对上市事宜还都是在打问号。

日利达曾经也有过上市的打算。2008年日利达被媒体评为中国最具创业板上市的150家中小科技型企业之一，整个太阳能企业有两家入

围，扬州只有日利达一家进入排名，当时券商、投行、政府纷纷前来，扬州、江苏先后多次组织资本运作的培训。

走好每一步最重要

日利达太阳能光热产业部，年生产能力40万台套，提供给一家一户太阳热水的同时，在全国各地广泛安装大型中央热水工程，为部队、机关、学校、宾馆、医院、居民小区等提供大量不消耗常规能源的热水。

技术创新仍然是太阳能企业未来竞争的杀手锏。日利达在业界受到尊敬正是靠技术创新赢得的，1998年公司成立的第二年就在国家专利博览会上获得两项发明金奖；2008年首家提出并建立了太阳能热水器的能效标准；2010年进一步提升为“1:1:1高能效太阳能标准”，“吸热强、导热好、保热久，三项均衡，热水更有保证”……在促进行业产业升级方面始终走在行业前列。

“日利达未来占领市场靠的还是技术创新。如何储能，是未来要解决的新课题，也是太阳能产业新的技术挑战。”王惠余说，谁能够解决储能问题，谁就将占领市场。

刘体斌：五年再造一个新长虹

□ 华雪

近日，四川长虹召开“价值规模双增长，迈向千亿大长虹”媒体沟通会，长虹集团副董事长、四川长虹总经理刘体斌宣称，未来三年，四川长虹控股股东长虹集团将成为千亿企业，即到2013年，力争销售收入突破1000亿元、净资产倍增至400亿元。到2015年，长虹集团整体收入突破1500亿元。据了解，长虹集团90%的业务均为四川长虹所有。

在证券市场上，四川长虹即将面临573亿份长虹认股权证行权，在此背景下，四川长虹高管及七大产业集团董事长齐齐亮相，重新理清四川长虹的产业战略定位及长虹未来的走向显得尤为必要。

长虹的智能战略

作为智能化技术与内容服务的提供者，长虹将凭借自主研发的国家“十一五重大科技专项”的“智能轩辕技术软件平台”、国家“核高基”重大科技专项的智能电视驱动芯片及系统级（SOC）智能芯片，打造开放式的自主技术创新体系，致力于智能平台、智能应用、智能操控三大体系建设，并在此基础上，大力推进以智能电视为中心的智能家居，以智能手机等为主的移动智能终端，满足消费者人机对话、自动操控等应用需求，为消费者创造自在快乐的生活空间。刘体斌称，这便是长虹基于当前产业环境、时代背景下对“智能战略”的思考。

同时，长虹将在拥有工业设计、嵌入式软件、IC设计、工程技术、可靠性技术和变频技术等六大核心能力的基础上，进一步加大自主创新力度，提升综合竞争力与盈利能力。

长虹的三个转型

据悉，长虹未来将实现三个方面的转型。

一是从**装配型制造业向高端制造业转型**。持续推进等离子显示板（PDP）、液晶显示器（LCD）、有机发光二极管（OLED）等核心智能显示器件和智能压缩机项目的建设和合作，提升产业链关键资源的拥有权。

二是从**纯制造业向以制造业为基础的服务业转型**。通过整合内部优势资源，围绕电子商务和专卖店两大渠道建设，建立起基于制造基础的服务产业化的长虹佳华IT数码分销业务、长虹民生物流公司、承担家电售后服务的快益点公司、以信息化咨询与软件开发为主的虹信软件公司、覆盖三四级市场（县乡镇）家电连锁专卖渠道的家乐易公司及废旧家电回收和深加工处理的格润公司，为内外部客户提供完整、独特、高附加值的整体解决方案。特别需要强调的是，进一步强化三四级市场的终端渠道建设，建立长虹自己的连锁经营店，2011年的目标是3000家，2013年10000家。

三是从**本土企业向国际化企业转型**。以海外分公司为战略根据地，重点巩固欧洲市场，突破北美市场，有计划实施自主品牌业务推广，力争用3到5年的时间，海外销售收入占比由目前的10%提高到20%以上。

五年再造一个长虹

刘体斌说，长虹的目标是，在全球成为受人尊重和信赖的企业，是中国的长虹，也是世界的长虹。到2013年，电视市场占有率实现全国第一，冰箱压缩机产销规模突破3000万台，市场占有率实现全球第一，稳固多媒体产业集群及白电产业集群在国内的领导地位，重塑行业龙头形象，长虹总体销售收入达到1000亿元。到2015年，公司计划整体收入将达到1500亿元，再造一个长虹。

四川长虹投资总监杨军称，为实现集团公司的千亿目标，长虹将产业经营和资本经营并重，用资本运作来拓展未来白电和黑电的产业空间，也会通过资本手段实现资本增值。近期集团增持四川长虹股权，说明经过这么长时间的调整，长虹已经开始走上坡路。

“洋动画”看好中国市场

□ 刘巍巍

在7月9日于江苏省苏州市举行的“2011苏州影视动漫创意投资大会”上，国外动漫厂商一致看好中国巨大的消费潜力。加强与本土企业合作，共同开发中国市场成为与会“洋动画”的共同心声。

此次苏州影视动漫创意投资大会上，有来自加拿大、美国、澳大利亚和韩国等多个国家的知名动画制作公司出席并发表主题演讲。他们在演讲中几乎都表达了一个相同的意愿，即加强同中国动画企业的合作。

“我们希望的模式是，通过和与中国企业合作，使我们共同制作的动画片在两国都能有黄金时段的播出保证，这样不仅能够降低制作的成本，也能降低影片制作的投资风险。”加拿大康力斯娱乐公司亚太地区联合制作发展项目总监德克利里夫斯为中加企业合作制作动画片描绘了一个双赢的未来。

记者了解到，目前中国与加拿大、澳大利亚等国家尚未签订电视剧制作方面的合作协议，对此澳大利亚亚顶图片私人有限公司总裁唐娜·安德鲁斯认为可以通过其他方式来实现中澳企业的合作。“比如双方通过与中国香港的企业进行合作。”

美国动漫人、电视剧《功夫熊猫》动画制作总监兰迪·多尔芒则希望中国能够开放更多的市场让国外动画进入。

对于国外同行急欲与中国本土动画企业合作的愿望，与会的中国企业则选择审慎对待。“中国动画近年来取得了长足发展，不少动画片闯入国际市场，动画制作水平不断提高。”北京优扬文化传媒有限公司、动画内容发展中心总经理张翼明说，能够和国外企业合作，对于中国动漫产业壮大不无益处。

“然而，国外企业与我们合作，更多的是看中了中国庞大的市场和相对低廉的制作成本。”苏州第九街良子动漫设计有限公司董事长梁红梅说，前不久她在国外参加展会时，有很多国外制作商找她洽谈合作事宜，“虽然对方开出的条件很优厚，但是他们要的并不是我们的创意和内容，我们仍然是在做一些技术性的东西。只有我们制作的东西真正在内容上达到了国际水平，才能在国际舞台上占有一席之地。”梁红梅说。

振华重工：撰写“中国制造”新突破

□ 冯中豪

在国外，人们经常能从一些便宜的玩具、廉价的T恤和简单的电子设备零件上发现“Made in China”（中国制造）的字样。而不久，美国著名的地标建筑，世界上跨度最大的桥梁之一——旧金山-奥克兰海湾大桥，也将同样烙上“中国制造”的印记。

自19世纪40年代，人们在旧金山发现黄金开始，众多华人怀揣着淘金梦到此，但他们是作为廉价劳动力而来，挖金矿，修铁路，备尝艰辛。160多年后，中国人再次来到了这里，不过，身份已经迥异，不再是廉价苦力，而是大型项目制造商。

为美国造大桥 “中国制造”新突破

72亿美元的投资，让旧金山-奥克兰海湾大桥改造重建工程成为加州史上最昂贵的工程之一。重建后的新大桥将成为美国又一新地标。而

尤为引人注目的是，这座新大桥的东段为“中国制造”。

中国为美国造大桥，被媒体称为“中国制造业首次进军世界大型钢结构市场”。

1989年，6.9级大地震袭击了旧金山，海湾大桥东段部分桥梁被损坏。加州随即进行了维修，但地震安全测试结果显示，大桥大部分需改造，并要增强抗震能力。2002年，加州交通局同意改造大桥西段，并重建东部跨度3.5公里的桥段。

2006年初，加州政府就东桥重建对外招标，美国桥梁和弗卢尔公司组成合资公司（ABF公司）获得了大桥重建工程的合同。但公司项目经理布莱尔·彼得森认为，没有一家美国制造公司能单独承担这么大的工程。为了找到适合的钢材建造商，美方在全球进行招标，寻找分包商。

众多日本、韩国和中国企业参加了竞争。其中日本企业竞争力最强，他们在世界桥梁建造上早已声名在外，众多的成功案例，为他们

累积了很大名气。“最终，在2006年6月，振华重工正式与美方签署大桥全部钢结构合同。”振华重工的常务副总裁戴文凯告诉记者。

这个项目为何“花落中国”？加州政府官员在接受媒体采访时称，中国公司拥有足够规模的钢预制件设备，财务状况稳健，更为重要的是，他们拥有自己的港口和船舶，能解决运输问题。经过美方计算，将项目分包给中国，美国节约了4亿美元。

中国人造出大桥 美国人负责组装

如今，5年已经过去，在上海振华重工巨大的制造基地里，为了能在7月底之前完成大桥组装件的建造，数百位中国工人正在埋头苦干。

旧金山海湾大桥是一座单塔、自锚式的抗震悬索钢桥，在设计和建造方面，创造了很多世界第一。

俞渝：当当的目标是“网上沃尔玛”

□ 史燕君 胡哲

随着国内越来越多的传统企业介入B2C，作为第三方B2C的当当网正率先加大力度拓展新的销售领域。日前，在“2011年当当网自营百货采购洽谈会”上海站活动上，当当网联合创始人、执行主席俞渝对记者表示，随着服装事业部、3C事业部、美妆事业部、婴童事业部的陆续成立，加上传统优势的图书事业部，当当网的事业部转型基本完成。“当当网百货化是一项漫长稳健的战略，今年第一季度百货同比增长161.6%，经过上

市后半年的资源整理，当当网事业部转型水到渠成。”

俞渝介绍，服装类品种将成为百货化的重点。当当网抢滩服装业务，无疑给此前涉足服装零售的垂直B2C平台如凡客、麦网构成冲击，这将改变现有市场格局。

值得一提的是，在百货化进程中，当当网还特别启用了买手制。俞渝透露，当当网正着手在沪、穗两地建立专门的“日用百货采购运营中心”，并大力组建区域的买手团队，“买手团队就是为了当当的自营做采购，涉及到各个品类。因为这两个区

域的商品生产很活跃，需要更近距离和更快的反应速度。”她估计，采购运营中心建成后，单地买手将达数百人的规模。

据了解，现在当当百货的模式分为自营和联营，联营中又分为入库和非入库式的联营，而此次广州和上海的招商，预计当当将新增300到400家的供应商，新一轮的采购规模将不低于4亿元。在“图书馆”向“大超市”转变过程中，当当自然要巩固其原有的优势。俞渝表示，即将在Q4推出当当网自己的电子书，不排除采用代工贴牌，预计会有几万册电子书上线



供用户选择，且强调不会用旧书充数。

此外，对于在数字阅读方面与汉王“谈崩”的传闻，俞渝不予置评。关于做电子书，最大的问题莫过于网络时代的版权问题。对此，京东商城近期提出“作者版权补贴计划”来保护作者的合法权益。

创新思维狠抓变革 持续改进精益生产 “鸿鹤”迈入上升通道

□ 本报记者 何沙洲 通讯员 吴玲 文迪佳

记者从刚刚公布的昊华鸿鹤公司今年上半年经营数据获悉：1—6月份，该公司实现工业总产值（现价）1294亿元，同比上升37.51%；实现工业增加值401亿元，同比上升52.24%；实现主营业务收入1030亿元，同比上升35.59%；出口创汇111633万美元，同比上升15.44%；实现利润69908万元。从连续几个

月经营数据进行分析，令人欣喜的是：昊华鸿鹤公司的止跌回升是“内功”显现。

金融危机以来，昊华鸿鹤公司就因原材料涨价和外供能源的紧缺，产品市场低迷，生产经营一度处于被动局面。2月11日，昊华鸿鹤公司新班子上任以来，在董事长、总经理谢学端的带领下，勾画了“百年鸿鹤，百亿鸿鹤”的宏伟蓝图，面对电价飙升，天然气短缺，成本突增的经营压力，毅然在工作中

“树正气、讲奉献”，倡导“新思维、新理念”，科学引入了“世界级制造、卓越运营、麦肯锡诊断方案、持续改进、管理变革、财务集中、采购变革、营销整合”等先进管理理念和工具。同时，狠抓持续改进、结构调整、管理变革、节能减排、挖潜降耗、减员增效等重要环节，充分利用国家及行业的有关政策法规，以世界级的科学管理和精益生产，千方百计消化各种减利因素，通过推进运营改善项目、优化装置

运行、推动采购变革、践行科学营销、优化人力资源、财务集中管理、开展效益预测等有效措施，使全公司员工转变了观念、更新了思维、改进了工作方法，效率和效益在经营管理实践中逐渐凸显。

据了解，目前中国化工昊华自贡产业基地筹建正按计划有效推进，迁建项目的各项前期准备工作已全面启动，这也必将促使昊华鸿鹤公司从减负脱困到持续盈利进行实质性转变。