

这位广西柳工历史上最年轻的领导,自 1985 年加入柳工之后,凭借其多元创意、大胆变革,成为柳工现代化进程的强有力推动者。而今,柳工在海外已建立了 10 个国外子公司、10 个配件仓库,在 115 个国家有 380 多个经销商。

曾光安: 打造“世界柳工”



●曾光安
■ 邹锡兰 米丽娟

“我们正面临一个选择题,是做千年龟还是做十年的兔子,也许兔子发力快,但它寿命短;龟虽然速度较慢,但步伐稳健,做事持之以恒。我希望柳工能达到可持续发展,不会因社会灾难、经济动荡及环境变化而消失。”广西柳工有限责任公司(下称“柳工”)副董事长、总裁曾光安表示。

据中国经济周刊消息,2012 年 12 月,在泰国曼谷的第 11 届“亚洲最佳商业领袖奖”大会上,曾光安成为亚洲机械行业精英中唯一获得提名的商业领袖;2012 年 2 月,商务部举办的“2012 年度中国商务杰出企业及风云人物”评选中,曾光安获“2012 中国十大商务风云人物”称号,也是首获此殊荣的工程机械行业领导。

打造“世界柳工”

和大部分上世纪 80 年代走出象牙塔的天之骄子一样,1985 年从大学毕业的曾光安进入了成立于上世纪 50 年代的国有企

业——广西柳工。初进公司,曾光安担任公司信息中心专员。不久,这位对市场敏锐、业务精通的小伙子便在各方面展现了他的才能。1992 年,升任总工程师办公室副主任、1995 年担任副总裁、1999 年即被任命为柳工股份有限公司副董事长及总裁。曾光安成为柳工 40 年历史上最年轻的“领头人”。

2002 年,他开始带领柳工走国际化道路。当年,柳工的产品出口收入就达到 736 万美元,装载机出口位居全国同行首位,创造了当时的行业历史纪录。

在冲刺国际化市场进程中,曾光安敏锐地觉察到,单纯依赖“出口贸易”是企业发展的瓶颈。

曾光安认为:“世界级企业应该是拥有全球性的客户,能够将全球综合资源为我所用。柳工要晋升为世界级企业,就需要走‘三级跳’形式:来自中国的柳工、崛起的柳工和世界的柳工。”

要铺开海外销售网络,第一步是重整柳工外销团队。但对传统制造业而言,进出口销售工作是很困难的,故而大部分员工对打造海外销售团队没有信心。

团队初建,曾光安便带队扎到了市场的最前沿。但作为中国最早涉足海外的民族工程机械品牌,柳工开拓国外市场时也曾遭遇过水土不服的尴尬。埃及等国客户曾毫不留情地批评柳工产品的不足,并将其产品与美国卡特比勒等精密、高端产品相比较,也让曾光安对开拓海外市场曾产生过质疑。

但在西北非洲的摩洛哥,一个工地上的一幕深深震撼了曾光安,并让他坚定了开拓海外市场的决心。

“去海外考察时,在全世界第二大清真寺的围海造陆工程中,我们看到美国卡特彼勒的机器停工维修,但我们柳工的装载机在欢快地轰鸣声中干活。而且同行的当地经销商告诉我们,这里的设备市场需求很大,希望柳工能有更多的出口设备进入,这让我又骄傲又有信心。”曾光安回忆道。

继而,曾光安开始大胆地走进海外市场的宣传和推广。柳工第一次出国门参加著名的巴黎机械展,也成为是该展中唯一一家中国企业,但这次勇敢的迈出打开柳工了



走向国际市场的大门。

同年,曾光安举办了第一届柳工全球经销商年会,来自澳大利亚、摩洛哥、叙利亚、巴基斯坦、新加坡、越南等国的经销商共 180 人参加了这次年会。

这次年会后,柳工国际市场上的品牌形象被大大提升,加上曾光安非常重视对外销售和维修服务队伍的建设,柳工的海外市场销售收入开始逐渐提高。

2006 年 11 月,曾光安又代表广西柳工机械股份有限公司随同国家主席胡锦涛出访印度,在孟买参加中印经济贸易投资峰会及 CEO 论坛并发言,他是中国企业家中唯一用英语演讲的人,他演讲的题目是:合作创造价值。

迄今为止,曾光安带领柳工已在全球拥有 24 个制造基地,12 家海外子公司,拥有 130 多位代理商,379 家经销商,覆盖全球 90 多个国家和地区,全球有 2650 个销售网点,同时已拥有国内顶尖、国际市场极具影响力的土石方机械、路面机械、小型机械、起重运输机械等领域 9 大系列、13 条产品线。

“以夷制夷”

在柳工,曾光安“三顾茅庐请大卫·闭同葆”的故事,也被传为佳话。

2003 年,柳工开始“国际化进程”之后,曾光安逐渐认识到:“柳工在国际市场上的成功还取决于其高素质的全球管理及经营人才队伍”。

一次偶然的机会,曾光安结识了时任 CNH 全球建筑设备运营部、亚太地区董事的大卫·闭同葆先生。数次接触之后,曾光安非常钦佩大卫深厚的技术能力,就想邀请他到柳工工作。

邀请发出之后,大卫很吃惊,因为他之前

从没想过会到中国去发展,故而并未给予肯定的答复。求贤若渴的曾光安并不放弃,此后三年中,他每年都会向大卫发出公司的聘任邀请。精诚所至,金石为开,曾光安的执着与真诚终于打动了大卫,大卫在 2007 年终于决定加入柳工。

由于“中国人做事的商业模式与习惯与欧美人存在很大差异”,因此在国内,曾光安奉行引进高端人才管理的策略;在国外,他则严格执行“以夷制夷”的管理模式。

“在欧美等重点市场,柳工聘请当地跨国公司的著名领导人来主管运营经销。这就传递出一种信号,既然有行业内知名人士掌舵,那么客户就容易接受‘柳工’这个外来品牌。品牌的影响力可以相互借用,我们不占地利,可以借用当地人知名人士的形象给予提高。虽然聘用当地人的成本较高,但他们对当地市场的融合与认知度高,客户也容易对品牌建立信任感。如果使用中国人或者无名小卒的话,柳工品牌不可能很快渗透到客户当中。”曾光安阐释道。

柳工海外子公司中的多位外籍经理负责人,均在世界知名工程机械企业担任过副总裁以上的职务。他们的专业能力、行业认知和人脉资源及对国际市场的理解能力让柳工在海外的道路越走越顺。

“如今柳工有 1500 多名海外员工,他们对柳工的发展及远大前程有认同之感,也对柳工有归属感。”曾光安表示。

也正是由于这样一批精通当地商业规则、亲和力强的“柳工人”,柳工的海外业绩近年来不断攀升,即使在金融危机时期依然实现逆市增长。

践行责任

在曾光安的谈话中,他最喜欢提及的词

是“责任”。

2012 年 8 月,柳工和中国海洋局签订极地科考的战略协议。其实在 4 年前,曾光安就已经派出员工跟随科考队开展建设。这位柳工的员工在南极一待就是 545 天,成为南极科考中心最优秀的员工,受到国际极地和海洋局的高度赞扬。

“柳工和极地中心的合作,是没有任何盈利性质的合作,它纯粹是我们柳工人对国家的一种责任。柳工人在这么一个工作中能够把我们的设备、我们的人员输送到极地去,做我们作为一个企业应该为我们国家所做的事情,我想这是柳工人应尽的一份责任。这个责任也是柳工在装载机行业能始终引领行业发展、壮大,并走向全球的原因所在。”曾光安说。

与此同时,在许多人仅追求效益、提高业绩之时,曾光安提出的“修己之责、安人之责、法自然之责”的企业文化显得格外另类。

2008 年汶川地震发生之时,曾光安带领公司同仁第二天就捐赠了 200 万元的装载机和挖掘机投入救灾,这也是工程机械行业第一批到达救灾现场的设备。

随后,他继续调运 100 台装载机、30 台挖掘机前往成都投入救灾,还紧急挑选 100 多名精兵强将,组建了包括装载机、挖掘机操作手和维修服务人员的专业机械救援队,分批奔赴救灾前线,并组织员工和国内外经销商捐款。据统计,柳工当年累计投入救灾的设备价值达 6000 多万元,累计捐赠现金及投入费用 1200 多万元。

面对赞誉,曾光安则淡然视之。“柳工是广西第一家上市公司,也是中国工程界行业的第一家上市的公司,我们需要担负着这两个‘第一’的责任,也不敢忘记中国企业对社会应该践行的责任。”

提升技术地位 增强核心竞争力

江麓机电获新兴产业科技攻关项目专项引导资金

■ 钢联

近日,中国兵器工业集团公司江麓机电集团有限公司承担的工程装备新型高效节能电力驱动及伺服控制系统关键共性技术研究项目,被列入 2012 年度湖南省战略性新兴产业科技攻关项目,获得专项引导资金 400 万元。

湖南省战略性新兴产业科技攻关项目是根据省科技厅根据《湖南省加快培育和发展战略性新兴产业总体规划纲要》和《湖南省加快培育和发展战略性新兴产业专项规划》,按照“统筹规划、系统布局,明确发展顺序,促进协调发展”的思路,提出重点突破领域以及需攻克的关键核心技术,结合年度经费预算规模,由省科技厅、省经信委、省财政

厅共同确定的项目,实施周期为 3 年。

江麓公司承担的工程装备新型高效节能电力驱动及伺服控制系统关键共性技术研究项目,属于《国家中长期科学和技术发展规划纲要(2006—2020)》中工业节能(机电产品节能)、基础件和通用部件的重点支持领域,符合《湖南省加快培育和发展战略性新兴产业总体规划纲要》先进装备制造产业中高端工程机械装备重点发展领域。该项目研制成功后,可以部分或全部代替目前工程装备普遍使用的传统机械传动和液压传动系统,促进工程机械向绿色、环保、节能方向进行结构调整,提升公司在工程机械行业的技术地位,增强工程机械行业整体技术水平和核心竞争力,实现我国由工程机械制造大国向制造强国的转变具有重大的意义。

万讯智能阀门定位器拓展新市场

■ 工控

和传统的机械式定位器不同,智能阀门定位器是机械、电子、软件、控制算法、流体力学等多学科相结合的高新技术产品。因为多学科的技术门槛,尽管中国自动化行业的国产机械式定位器早已形成产业化规模,但智能定位器的市场份额,还是被少数国际品牌产品牢牢占据。

以“成为自动化仪表行业里受人尊敬的世界级企业”为企业愿景的万讯自控,从 2005 年开始研发智能阀门定位器。研发立项开始,就采用“万讯研发,世界创造的全球化研发战略”,在产品研发的 8 大实现路径上,整合世界范围内的领先科技资源,通过全球化的设计与创造,最终打造出万讯研发,世界创造的卓越产品。

万讯 MVP 智能阀门定位器从 2007 年进入市场以来,已先后在包括世界最大规模的二甲醚、亚洲最大的乙基胺、世界最大规模的甜菊糖、亚洲最大的有机硅等 26 个中国最大产能的生产装置上,得到成功应用。

2010 年,成立于 1960 年的欧洲某企

业,在全球范围内寻找新的定位器配套企业。万讯作为中国唯一候选品牌,与众多国际大牌产品同台竞争,先后通过了德国、意大利的第三方实验室的控制品质和极限参数的测试,在恶劣工况下半年多的现场测试后,万讯 MVP 智能阀门定位器,最终赢得了该企业的青睐。

通过前期多批次小额订单的成功使用验证,2012 年年底,该欧洲企业和万讯自控签署了单一合同 3000 台的最大出口订单。这是中国品牌第一次大批量的出口到工业领先国家,是中国智能阀门定位器产业发展历史上的一次里程碑。日前,该订单产品已陆续发货到欧洲。自去年合作以来,该企业已累计采购万讯 MVP 数量超过 5000 台。

作为智能阀门定位器中国国家标准起草单位,万讯一直处于国产智能阀门定位器的龙头地位。此次与国外顶尖企业的合作,更是证明了 MVP 阀门定位器已经完全达到国外同类产品的技术水平。秉承“提供具有国际标准的优质产品和卓越的服务”的企业使命,万讯自控必将走得更远。

南通金驰机电:专业降耗技术的推广者

■ 忠芳

近年来,南通金驰机电有限公司致力于对纺纱厂最为耗电的细纱机进行综合节能改造,取得了显著成效。公司先后为江苏华芳集团、山东岱银集团等众多纺纱企业进行了改造。这些企业普遍反映既降低了纺纱成本,又提高了纺纱产量。

金驰细纱机综合节能改造由三个步骤组成,首先,采用细纱机专用超高效永磁同步电动机替代原双速三相异步电动机,综

合节电率大于等于 12%;其次,采用细纱机专用变频器控制提高了产能 10%左右;最后,在细纱机上采用高效吸棉专用风机,电机为 1.1KW 替代原细纱机 2.2KW 吸棉风机组件箱体,减少了压力损失,提高了风机性能,节电率高达 40%以上。

南通金驰机电有限公司研发生产的细纱机专用超高效稀土永磁同步电动机功率因素高达 0.99,相同负载下,电机运行电流比普通电机小 20%以上,万锭细纱每年可节电 17 万度左右。该细纱专用超高效永磁

同步电动机替代原三相异步电动机后,由于电机损耗明显下降,可减少冷却风扇直径和相应风磨损耗。

金驰机电有限公司采用 1.1KW 高效吸棉风机替代原 2.2KW 吸棉风机,用离心式风机替代原轴流风机。该风机叶轮采用铝合金整体浇铸或压铸,外置蜗壳,减少了压力损失;风机具有良好的气动性能,结构简单,高效低噪,运行可靠,便于安装,具有良好的防爆性能,与原 2.2KW 吸棉风机相比节电可达 40%以上,每小时节电达 0.8 度左右。

晋亿实业:向制造服务业进军

■ 黄云灵

3 月 18 日,晋亿实业发布公告,公司非公开发行股票申请获证监会审核通过。

根据公告,此次拟募集的资金将用于浙江嘉善晋亿五金销售物流体系建设项目、辽宁沈阳晋亿五金销售物流体系建设项目、福建泉州晋亿五金销售物流体系建设项目、湖北武汉晋亿五金销售配送中心项目、收购晋正自动化工程(浙江)有限公司 100%的股权及补充公司流动资金。

物流项目是否与公司主业无关?耗巨资打造的募投项目又是否会导致晋亿实业经营模式变化?公司董秘涂志清表示,五金销售物流体系建设的实质是建设工业品连锁超市,使晋亿实业在做强制造业的基础上发展制造服务业。

未执行合同金额超 11 亿

“今年的情况比 2012 年会有所好转,但依旧困难,”涂志清告诉记者,“一方面,一般紧固件市场自 2008 年以来发展缓慢,加上国际经济环境始终难以明显好转,公司面临的市场竞争形势十分严峻;另一方面,我国铁路建设进入调整期,建设步伐明显放缓,建设资金也十分紧张,公司高铁扣配件业务收入与前几年相比下降较快。”

晋亿实业 2012 年年报显示,公司全年

实现合并营业总收入 25.96 亿元,比上年同期下降 3.96%;归属于上市公司股东的净利润亏损 1180.75 万元。不过,年报也显示,截至 2012 年 12 月 31 日,公司尚未执行的合同金额共计 8.87 亿元。

同时,晋亿实业于 2013 年 4 月 9 日接到贵广铁路有限责任公司《中标通知书》,在新建铁路贵阳至广州线工程管甲供物资中,被确定为中标人,中标金额为人民币 3.3 亿元。

拟构建全国五金销售物流体系

据涂志清透露,在公司非公开发行方案上会时,发审委有过这样的疑惑:募投项目物流体系与公司主业分属两种经营模式,一为制造业,一为服务业,看似并无直接关系。“其实是概念理解的问题,”涂志清笑称,“我们并非转型服务业,而是计划建造一个紧固件和五金制品的连锁超市,未来在立足紧固件主业的基础上带动紧固件制造能力的提升。”

涂志清向记者解释道:“首先,这个体系能够促进紧固件和五金制品的快速流通,进而降低紧固件和五金制品的流通成本,降低终端需求客户的采购成本,提高中间和终端需求客户在国内外的产品市场竞争力,已经成为所有生产制造企业和流通企业共同关注的问题,企业采取集中采购、



●晋亿实业拟建设的五金销售物流体系项目

集团采购、联合采购以及一揽子采购已经并且正在成为市场发展的潮流。”

“其次,根据公司的分析,未来紧固件行业(包括五金制品行业)市场竞争比的不是生产制造能力,而是供货的服务能力,具体包括销售、仓储配送以及一站式服务能力,谁拥有覆盖面广的销售服务网络,高效及时的仓储配送能力、全方位的一站式服务能力,谁就能在未来的市场竞争中赢得主动。”

“同时,在行业增速放缓,新增需求不断下降的形势下,建设一个紧固件和五金制品连锁超市还是公司延伸产业链、丰富产品结构、增强公司盈利能力的必由之路。”