

15 年来,福田雷沃重工却凭借自身的实干努力,连续多年保持高速增长,取得了一次次的突破。预计今年全年销售收入将突破 200 亿元。

福田雷沃重工成农机行业领军者



■ 陈慧

2013 年,福田雷沃重工成立 15 周年。15 年,对于中国农机行业来说并不长,然而福田雷沃重工却凭借自身的实干努力,连续多年保持高速增长,取得了一次次的突破。据了解,2008 年,福田雷沃重工 10 周年的时候,其总资产 60 亿元,销售收入突破 100 亿元大关,达到 116 亿元;而仅 5 年之后,福田雷沃重工又给出了一份新的答卷:2013 年公司上半年销售收入突破 100 亿元,达到 108 亿元,同比增长 27.75%; 产销各类产品 37.9 万台,同比增长 16.56%,预计全年销售收入将突破 200 亿元。

调结构,彰显技术力量

来自世界品牌实验室(WBL)的消息,在一份基于企业财务分析、消费者行为分析和品牌强度分析而获得的中国品牌国家队阵容中,“雷沃”品牌价值一直以跨越式的速度增长,从 2008 年的 70.15 亿元到 2013 年的品牌价值 215.58 亿元,5 年增长 3 倍,使“雷沃”成为近年来国内品牌价值增长最快的品牌之一。与此同时,福田雷沃重工主导产品“雷沃谷神”联合收割机销量更是连续 12 年居行业首位,雷沃大中型拖拉机也连续 9 年市场占

大军中,小麦收割机的喂入量已悄然上延,以雷沃谷神 GE50 小麦收割机为例,与以往主流机型相比,不仅作业更加高效,还在喂入、脱粒和清选三大方面凭借全方位的技术升级,有着优异的表现,这也标志着中国的收获机械行业一举跨入了大中型喂入量高端产品的新时代。

福田雷沃重工总经理助理兼农业装备营销公司总经理王宾给出了记者这样一组数据,更能直接证明技术的力量。截至 8 月中旬,雷沃谷神玉米收割机提机、订机数量已超过 7000 台,迎来又一个销售旺季,继续领跑行业,呈现出良好的发展态势;雷沃谷神履带式收割机推出了三大更新换代产品,拥有专利超过 50 个,后期市场十分乐观。

信息化,给服务插上翅膀

15 年前,当第一辆雷沃谷神收割机缓缓驶下生产线的时候,全国各地类似的农业机械化工厂有不少,不同品牌、不同技术的产品也很多,但众多农机企业只是“卖出厂里的产品”,售后服务对于农机产品而言,往往只存在于理论上。

在福田雷沃重工切入收获机械业务的最初阶段,国内农机行业格局分散,农机服务与农业生产的实际需求脱节,农民买到机器难以得到有效的售后服务,整个行业的服务更无模式可言。福田雷沃重工内部人员打了个很形象的比喻:“犹如硬币的两个面,产品和服务理应相伴而生,但在当时,如果说产品的一面是‘字’,那么服务作为‘花’的一面却仍然是空白。”

在这种形势下,福田雷沃重工牢牢抓住机遇,不惜花费大量的人力、物力、财力,在服务上大胆创新,推出“差异化服务”的新模式,并利用信息化手段给用户提供更加高效的服务,树立了新的行业服务标准。

2003 年福田雷沃重工信息服务中心成立,开始为全国“三夏”跨区机手提供全方位信息服务。2006 年起,公司又与农业部合作,建立了行业唯一的全国“三夏”信息服务中心,开始面向全国开通 24 小时服务热线,除

了为全国用户提供包括农业、农机、气象、交通、卫生、公安、油料供应、技术监督、工商及综合新闻等先进的信息化服务,该信息中心还承担起了全国“三夏”跨区作业信息服务和调度的职能。

福田雷沃重工的信息化工作逐步走在了行业前列,这也是到目前为止,农机行业唯一的一个可以称之为“信息化”的实物,像给服务插上了一双“翅膀”一样,不仅提高了服务效率,为用户提供更快捷、更贴心的服务,还在不知不觉悄然改变了农机行业的营销服务理念。

公益心,让商业有信仰

福田雷沃重工不是第一家做公益的农机企业,但却是为数不多的把公益当做一件“大事”来做企业,有一整套的思路,利用独到的行业环境和行业地位,扎实履行农机企业的社会责任。

“企业是社会公民,企业做大了更是属于社会的,我们会尽自己的一份力量去积极回馈社会!”2011 年 10 月,全国农机展上,福田雷沃重工正式启动了“雷沃公益·关爱留守儿童”公益活动,公司董事长王桂民的讲话让人记忆犹新。

据了解,活动启动以来,“雷沃公益·关爱留守儿童计划”已经走进了河南、安徽、甘肃、宁夏四省,爱心旅程两万多公里,出动雷沃公益志愿者 200 余人次,资助留守儿童 1 731 名。这些孩子不单每年会收到福田雷沃重工提供的爱心助学金 500 元人,而且还会得到雷沃爱心志愿者、雷沃爱心家庭的精神层面的交流互动和关爱。雷沃公益正由星星之火向燎原之势发展。

公司党委书记梁启荣介绍,在活动最初规划设计时,他们就做了相应安排,首先企业先做起来,在活动具备一定规模和影响力之时,将号召和吸纳我们的经销商乃至供应商的加入,通过链动上下游的战略合作伙伴,能让更多农村留守儿童得到关爱,未来在时机成熟时,他们还会进一步号召同行业企业的加入。

坚持技术创新 华锐风电 每年投入 3 亿

■ 李楠

中国风电行业,风光过,也黯然过。顶着装机容量世界第一的桂冠,也面临弃风窝电并网难,以及产能过剩的困扰。在中国经济转型升级的当下,风电企业如何筑梦未来,打造中国绿色力量?

9 月 9 日,华锐风电副董事长、副总裁陶刚就风电未来发展与笔者交流。“我们知道自主创新是新能源行业最具竞争力的方面,那华锐风电每年在创新这块的投入大概是多少?在提升科技含量这块将会有哪些方面的工作呢?”

陶刚表示,在过去几年,华锐风电每年在技术创新大概投入都是在几百人民币的规模,“当然因为我们这是一个长线投入,所以每年会有一些起伏,一般是在三个亿左右。应该能够占到我们销售收入的大概三到五个点,因为我们也是国家高新技术企业,华锐从创立之初技术创新和研发投入一直都是企业的根本。刚才提到我们除了第一家引进 1.5 兆瓦,同时现在中国第一台 3 兆瓦、5 兆瓦、6 兆瓦第一个大型海上风电厂都是出自华锐,同时我们有数百项专利这几年申请在中,包括十多项发明专利,这在中国企业当中都是排在前列的。”在风电研发方面,华锐一直处在中国的领先地位,包括现在拥有中国唯一一家国家发改委和国家能源局命名的国家海上风电装备研发中心,这是中国唯一一家专门从事海上风电设备大型设备的国家级研发中心,这都体现了华锐对研发的投入。

陶刚表示,现在回过头来看研发的确是长期的投入,比如早期投入 1.5 兆瓦的装机,带来了很好的回报,这个比较好的回报是它的回报周期比较短,随后投入 5 兆瓦、6 兆瓦装机。后来回报比较慢,因为都是大型设备,但是这比行业预期要慢很多,但是这种回报仍然是必须的。陶刚说:“你要看到全球来说,因为现在在欧洲不管是法国还是英国,现在做海上风电都是 5、6 兆瓦风机作为起步,所以华锐认为在这方面进行大规模投入或者样机的安装和运行积累经验,应该是中国在今后全球市场竞争包括海上风电市场竞争都有很大的帮助。”

斩获今年外贸最大单 江麓塔机 批量出征尼日利亚

■ 江麓 刘杰

近日,中国兵器工业集团江麓机电集团有限公司生产的塔式起重机,再次批量出征尼日利亚,完成今年公司外贸最大一单。

近几年来,江麓公司生产的塔式起重机多批次地发往非洲,为非洲的经济建设服务,其优质的品质、一流的售后服务,得到了非洲各国的肯定和认可。此批发往尼日利亚的产品对运输包装也有很高的要求,除工艺所专门设计了机舱、电控箱等零部件包装箱,所有包装箱均进行了检疫检测,加盖了检疫公章;购买方对产品入箱过程也要求不得有丝毫刮擦、碰撞。通过江麓公司精心组织,相继盛装奔赴海外。

奇瑞重工用“绿色、科技”诠释现代农业 2013 中国安徽农业产业化交易会奇瑞重工农机产品受欢迎

■ 罗洁

9 月 13 日,2013 中国安徽(合肥)农业产业化交易会在安徽国际会展中心盛大开幕,展会以“展示成就,扩大开放,创新发展,合作共赢”为宗旨,坚持“政府引导、企业主体”,以展示展销、项目合作、要素对接为主体,提升农交会国际化水平,扩大对外开放与合作,促进龙头企业加快发展,提升农业产业化水平,充分发挥交易会的载体和平台作用。展会中,来自国内外近 1300 家企业参加展览,安徽省龙头企业奇瑞重工携农业生产全程机械化产品闪耀亮相。

安徽省委副书记、省长王学军等领导一行来到奇瑞重工展区,观摩谷王收获机械、耕王拖拉机、谷王高速插秧机等奇瑞重工农业

装备产品。

王学军省长表示,奇瑞重工要坚持自主创新,充分融合农机农艺,抓住农业生产全面机械化、粮食生产全程机械化发展的机会,推动农业装备制造水平和产业科技水平的提升。

本次合肥农交会上,来自全国各地的种粮大户、家庭农场及农机用户也聚集到奇瑞重工现场展台,观摩产品、询问产品信息。

在谷王 8000A 联合收割机前,来自新疆的农机用户李孝全非常兴奋:“这款大喂入量收割机技术先进,可实现一机多用,十分适合西北大地块作物收获,我们就需要这样的产品。”

来自本地肥东的农机用户张德利则告诉记者,通过土地流转,他承包的 1000 多亩地



来自全国各地的种粮户对奇瑞重工推出的新品格外关注。

明年春天将全部投入生产。在谷王 2ZCQ-6 型高速插秧机前,他将全部配置和技术参数看了个仔仔细细,淡定购买这台样机。

交易会期间,来自克罗地亚、匈牙利、拉脱维亚、罗马尼亚等中东欧国家与会代表,也专程前往展区参观奇瑞重工农业装备产品。

亚萨合莱集团助力中国智能门窗五金系统发展



图右为亚萨合莱自动门系统(上海)有限公司总经理江陆,图左为北京宇安智库建筑咨询有限公司总经理姜峰。

■ 林依晨

智能门窗五金系统是指由门窗锁具、闭门器、地弹簧、逃生推杆锁、总钥匙管理锁芯、小五金、自动门、自动开窗器等机械及电子智能系列产品组成的控制建筑门窗开启与关闭的系统,直接关系到建筑使用者的生命安全和财产安全。该行业作为建筑业新兴产品领域在我国的发展只有十几年时间,我国的自主产品标准还在逐步建立过程中,而直接关系到行业应用水平及专业人才培养的国家级实训基地尚处于空白。为了填补我国建筑门窗五金行业职业技能培训和鉴定的空白,全面、系统、科学地培养各级行业专业人才,为开发商、设计师、门厂及全社会提供具有国际先进水平的专业服务,全面提升我国门窗五金系统研发、制造、应用水平,实现与欧美国家行业的接轨,同时也为各地建设主管部门实施持证上岗提供依据,为专业人士提供良好职业发展的平台和机遇,北京宇安智库建筑咨询有限公司与贵州省建设学校于 2013 年 7 月达成战略合作,共同创立了建材行业智能门窗五金系统贵州省培训中心。由我国建筑门窗五金行业资深专家团队为学员全面解析建筑门窗五金系统的基础原理、产品及应用知识。培训中心的实训基地具有国际一流水平,是我国目前第二所大型建筑门窗

五金系统实训基地,模拟各种典型应用,汇集行业最齐全的实物样品,体现了未来我国行业发展的趋势。

亚萨合莱集团(必盛)作为全球门开整体解决方案的领导者,致力于满足用户对智能门窗五金产品安全、安保和使用便捷的需求。为了更好的帮助中国建材行业智能门窗五金系统建立规范的制度,培养更专业的人才,亚萨合莱集团旗下自动门品牌“必盛”向智能门窗五金系统贵州省培训中心捐赠了一批“必盛”自动门产品,希望能为中国市场带来国际品质的自动门产品典范,助力中国智能门窗五金系统更好地发展,早日实现与国际先进水平接轨。

亚萨合莱自动门系统(上海)有限公司总经理江陆说:“近年来,中国经济有了长足的进步,被世人所瞩目;建筑业在此次经济增长浪潮里,蓬勃发展。但是,在自动门控行业与世界领先水平存在很大的差距。作为自动门行业世界的领导公司,亚萨合莱自动门公司在中国着力推动这一市场的完善和发展。‘授之以鱼,不如授之以渔’。因而,我们有幸可以与北京宇安智库建筑咨询有限公司姜总以及贵州省建设学校一起,参与和建设了智能门窗五金系统贵州省培训中心,希望可以给自动门行业培养更多的人才。鉴

于各大高等院校和高职院校均未开展相关专业,市场人才紧缺,我们还商定在近期在本校建立相关的贡献!”

必盛品牌源自欧洲,专注于自动门领域已有五十多年历史。自 1962 年在瑞典成立以来,必盛一直致力于自动门的研发、生产、维保服务等,拥有一批具有丰富经验的资深专家,具备强大的研发实力和技术支持。必盛的产品一直处于自动门的研发领先地位,是高品质保证,在全球医疗、商场、零售、办公楼、机场、酒店等场所得到了广泛的应用,为人们的出行带来了安全和便利。

瑞典必盛进入中国市场已有十几年,并在苏州建立了生产基地。经过多年的积累和沉淀,必盛已在中國拥有大批客户。依托于其母公司强大的科研和技术支持,必盛自动门产品为中国消费者带来了更好的品质体验,得到了中国客户的一致认可和好评,成为了高品质的标志。

必盛自动门将秉承“放眼世界,立足本地”的理念,与建材行业智能门窗五金系统贵州省培训中心紧密合作,继续为中国智能门窗五金系统带来最先进的国际理念,为中国市场的广大客户带来国际一流品质的自动门产品和服务。