

## 技术与模式并重 宝鸡机床 经营传捷报

■ 刀举

2013年,面对复杂严峻的市场环境,陕西宝鸡机床坚持以结构调整和转型升级为根本动力,抢市场、调结构、抓销售、保增长,在激烈的市场竞争中实现了逆势增长。实现销售收入 20.83 亿元,同比增长 8.27%;数控机床产量同比增长 26%,立式车床同比净增 76 台,数控机床产值化率达到 82% 以上,同比提高 6 个百分点;单台机床产值较 2012 年提高 1.31 万元。综合经济效益在行业名列前茅,从而进一步提升了行业骨干地位。

以先进技术为引领,聚集高端产品,是宝鸡机床的根本发展思想。2013 年,宝鸡机床从解放思想、技术创新入手,坚持利用已有技术、产品优势,积极实施产品结构战略性调整,大力发展性能优越、技术密集、附加值高的高端数控机床,有力促进了转型发展。2013 年共完成 16 项新产品开发和 12 项试制任务,尤其是柔性自动加工单元实现了批量化生产,市场一路看好,标志着宝鸡机床在转型升级上实现了“质”的飞跃。同时,宝鸡机床承担的 2010 年国家重大专项两项课题合同也正式签订实施,进一步展示了转型发展的积极成果。

在技术合作方面,除坚持产学研合作外,宝鸡机床还通过与国际知名企业合作,带动高档机床的设计研发。目前公司在整体机床产量同比略有下降的情况下,产品结构得到进一步优化,新产品产值率平均达到 50% 以上。公司 60% 以上的高档数控机床达到国内当代同类产品的先进水平。

创新品牌营销模式,重视整体解决方案,是宝鸡机床实现产品技术商品化的利器。借助有利的产品优势,宝鸡机床强化品牌营销,不断革新求变,建立以代理公司为主的流量型产品销售网络和以销售员为主的高附加值数控机床销售网络,构建销售同盟,形成统一、规范、有序的销售体系。

而在服务模式上,宝鸡机床则以用户工艺整体解决方案的提供为抓手。成立宝鸡机床专卖店,组建区域营销服务中心,向国内外用户提供整机销售、配件供应、维修保养、技术咨询等一系列服务,不断推动销售管理体系的升级,保证了宝鸡机床在市场的满意度和美誉度进一步提升,有力带动了销售。2013 年全功能数控机床销量同比增长 12%,加工中心销量同比增长 47%。

2014 年,宝鸡机床将以产品结构战略性调整和转型升级为强大动力,通过六大产业园区支撑引领,建设名副其实的现代化国有装备制造企业,使企业经济效益和综合实力在全行业再上新台阶,树立现代化国有企业新形象。

## 变革成 2014 主旋律

# 中联重科 6.6 亿元产品发往全球

■ 南新

2月7日,涵盖工程起重机械、混凝土机械、环卫机械、消防机械等业务板块的明星产品车队,从长沙中联重科科技园缓缓驶出,LED 大屏幕也同步直播麓谷、沅江、泉塘、湘潭、渭南等工业园区的发车仪式。

当日,369 台总价值达 6.6 亿元的产品批量发往海内外,交付到全球各地客户手中。这些产品都是中联重科各业务板块坚持科技创新的阶段性成果:

——混凝土机械的“明星”四桥 60 米碳纤维臂架泵车,以行业最新技术实现了泵车最优的稳定性、最高的泵送效率,也实现臂架优势与施工稳定性、场地通过性的最佳匹配。碳纤维复合材料臂架技术,首次将以往仅用于 F1 方程式赛车的碳纤维复合材料,

应用在泵车臂架上,通过材料创新,使泵车臂架自重减少了 40%.,成就全球工程机械基础技术研究领域的杰作。

——工程起重机械类 QAY500 全地面起重机,是运用多年设计制造移动式起重机的技术结晶并结合国际先进技术设计开发的高性能、高可靠性起重机。该起重机是机电液系统高度集中的高科技产品,以卓越的操纵性能、极佳的微动性能、巨大的起重能力和超常的起升高度而活跃于我国建设施工的各个领域。

——环卫机械的“蓝色一号”5250TXSE4 水再生利用洗扫车,是国内首台可实现水再生利用大吨位洗扫车,达到国四排放标准,清扫能力最大、作业时间最长的创新型新产品。它的问世,有力地捍卫“中联重科”中国环卫机械市场第一品牌的优势地位,同时也

吹响了中联重科向国际高端市场挺进号角。

——消防机械中堪称“国内之最”的 YT53 云梯消防车,是秉承高效、实用、可靠的设计理念自主研发的新一代产品。其动力储备大,承载能力强,加速性能好,最大救援高度 55 米。通过独立水泵和伸缩水路系统,实现灭火能力,在 53 米的作业高度,可实现 60-70m 距离、35L/s 的灭火喷射流量。作业时可作为云梯车、高喷车、抢险救援车等多种功能型实战车种使用。

2013 年,是中国工程机械行业遇到挑战最大、困难最多的一年。面对前所未有的严峻形势,中联重科适时调整经营策略,严格控制经营风险,深入推进管理变革,有效实施降本增效,加大自主创新力度,稳住了经营质量,夯实了发展基础。

据了解,2013 年前三季度中联重科实现

营业收入 288.97 亿元,实现营业利润 46.90 亿元。在中国工程机械行业中,无论是营业收入、利润规模还是盈利能力,中联重科都是位居前列。另一方面,中联重科创造五大板块齐头并进,国际化发展也取得新成果:农机产业园落户重庆,环境产业公司迎来乔迁之喜,将全球干混砂浆设备的领导者 M-TEC 公司收入麾下。

2014 年,新一轮的大变局迫在眉睫,变革将成为中联重科的主旋律。中联重科董事长詹纯新在经营工作会议上指出:中联重科将坚守诚信、包容、执着、担当的核心价值观,坚持观念、管理、技术、市场的创新理念,以大变革应对大变化,以大变革落实大责任,以大变革助推大战略,聚焦于责权利体系建立,聚焦于经营质量提升,聚焦于可持续发展。

## 中祥创新:创新及服务一个都不能少

■ 纪载

2014 年的战略规划中,将是中祥创新、安徽四通光电两地工厂技术创新和品质服务再上台阶的一年,两地工厂一定要紧紧围绕创新和服务。

近日,在 2013 年年度表彰大会暨 2014 年迎新晚会上以及日前召开的行政例会上,中祥创新总裁钱逢涛指出:2014 年的战略规划中,将是中祥创新、安徽四通光电两地工厂技术创新和品质服务再上台阶的一年,两地工厂一定要紧紧围绕创新和服务,脚踏实地、稳扎稳打,将 LED 显示屏和 LED 照明市场做深做透,实现产品品质与品牌双向发展。同时钱逢涛也对 2014 年提出四点展望:

一是坚持中祥创新、安徽四通光电 LED 显示屏市场不放松。在 2013 年里,海外和国内 LED 显示屏、LED 照明市场一片疲软,整体呈低迷状态,中祥创新另辟蹊径,在欧亚、中东、东南亚以及国内大部地区实现了一轮

又一轮的突围。在俄罗斯、阿塞拜疆、土耳其等国际新兴市场中,中祥创新利用独特的品牌优势成功拿下多个令人瞩目的 LED 显示屏项目,尤其值得关注的 CCTV 中央电视台演播大厅、成都华商会三面单立柱 LED 显示屏、吉林省政府 LED 弧形大屏、陕西省政府双面 LED 大屏震撼业内。在 2014 年里,两地工厂全体人员要刻苦奋进,以品质无缺陷、服务最优质为导向,实现品牌最大化。

二是加大 LED 照明市场拓展力度不放松。2013 年,中祥创新 LED 照明市场一片火热,LED 红外灯管、微波智能系统深受广大客户欢迎,全年实现出货 100 万支,在国内数十座城市诞生了车库改造、商超照明亮化、城市景观做出了贡献。中祥四通 LED 照明产品凭借着良好的品质在国内迅速成为一个极具影响力的品牌,这也给中祥四通在全国各地旗舰店开张提供能量。2014 年春节后,中祥四通照明安徽德州旗舰店将盛大开业。未来几年,中祥四通照明将在中国的旗舰店

逐渐增加至 100 家,向全国各地区市场拓展。

三是迎战安徽四通光电品牌升级不放弃。未来的企业发展将是品牌 and 品质双渠道发展,在中祥创新、安徽四通光电过去几年的发展中,企业实力和品牌影响力不断加深。中祥创新、安徽四通光电先后获得国家专利一百余项,同时获得国家级高新技术企业认证,获 LED 显示屏业内十强等品牌殊荣。在 2014 年的发展策略中,安徽四通光电将会通企业转型升级、品牌实力巩固、市场拓展力度等全方位发展,实现安徽四通光电在品牌道路上的决心和信心。

四是深化企业文化落地不动摇。在低迷的 LED 市场环境下,中祥创新并不是没有受到冲击。身处于 LED 行业寒冬之时,中祥创新采取了一些列针对性的措施。所有中祥创新人都秉承“诚信”、“感恩”、“责任”的企业文化,并将其付诸工作的方方面面,2014 年将继续深化企业文化工作,让所有员工利用企业平台实现人生价值。



## 三门峡铝业 转型升级加速

■ 翟翼

2013 年 12 月底,义煤集团同人铝业铝合金铸造及精深加工项目办公楼主体工程封顶,培训中心、专家公寓、室外管网等工程具备交工条件,完成投资 30 亿元。该项目 2013 年 2 月 27 日在河南三门峡产业集聚区正式开工启动。作为全市铝工业精深加工的排头兵,同人铝业的疾驰速度昭示着三门峡铝业发展跃入转型升级的增速“换挡期”。

“该项目所生产的高精度、高性能铝合金板带属于国家新材料,是‘十二五’产品目录中优先扶持的产品。产品定位高端,符合国家产业政策,项目建成后对于改善和优化国内铝产业结构,缓解高、精、尖产品供需矛盾起到积极作用。”在项目评审会上,专家评审组一致认为,该项目将为河南省铝工业转型升级发挥示范作用。同人铝业定位于为目前国内航空航天、轨道交通、汽车、高档包装印刷等重点领域生产急需的高性能中厚板、易拉罐板材、宽幅高档铝箔坯料和 CTP 版基等高、精、尖铝板带产品。其中,部分自主研发产品将填补我国航空航天及军工工业历史空白。

同人铝业项目总投资 250 亿元,是创建“豫晋陕黄河金三角承接产业转移示范区”和“国家新型工业化产业示范基地”高技术骨干项目,力争建成全国最完整的“煤—电—铝土矿—铝铸造—铝深加工”产业链。其中,一期工程 30 万吨/年,投资约 90 亿元,建设期预计 30 个月,计划于 2016 年初建成投产。建成后可实现经营总额 80 亿元、利润超 9 亿元的目标。

目前,项目已完成“1+1”热轧机组、熔保炉、铸造机等 43 项 98 台(套)设备招标采购,招标总价 26.1 亿元。对外合作方面,同中航工业集团、东北大学就合作建设高端铝合金研发中试基地和熔铸生产基地达成合作协议,并同杭州锦江集团合作建设“煤电铝一体化”项目达成初步合作意向;融资工作顺利进展,已完成进出口代理公司 10 亿美元授信金额。

近期,三门峡市将重点实施同人铝业铝合金铸造及深加工,河南鑫荣新材料科技有限公司年产 100 万平方米蜂窝铝板及一体板材,黄河铝业年产 20 万吨铝板,金华科技年产 3 万吨高铝微晶陶瓷滚抛末块,强芯铸造年产 10 万吨高端新型铸造材料,东方希望铝业年产 10 万吨拟薄水铝石和开曼铝业氧化铝清洁生产等示范工程项目,形成铝精深加工项目为龙头,氧化铝、电解铝集约化生产为基础,大型企业集团和产业集聚区为支撑,上中下游配套、竞争优势明显的产业格局。预计到 2017 年,三门峡市铝工业产业集群总销售可达 1292 亿元。

## 沃尔华 2014 年首批轮式挖掘机发车

■ 丛文

日前,山东沃尔华集团有限公司厂区内一片忙碌,一批轮式挖掘机在紧张装车,准备发运客户。据了解,这是沃尔华进入 2014 年交付的首批订单,推动公司向“两年(2013 年和 2014 年)翻两番,突破 50 亿”的目标迈出了坚实的一步。

山东沃尔华集团有限公司是从事机械

制造业、加工业、高新技术研发的综合性企业,核心业务为工程机械的制造,液压件、零部件的生产,矿山机械的制造。2013 年,在行业低迷的大背景下,作为“草根”民企,沃尔华成功实现“逆袭”,呈现产销两旺、逆势增长的强劲态势。据了解,仅 2013 年前 6 月公司便销售各类挖掘机 1300 台套,超过 2012 年全年销售量。

优秀成绩的取得要归功于沃尔华准确

的市场定位。为避免与国内大中型实力企业进行残酷的正面竞争,沃尔华走出履带式挖掘机领域,转而生产小型轮式挖掘机,并最终以其机动灵活、费用较小的优势获得了客户认可。同时,沃尔华及时跟进客户需求,对轮式挖掘机产品进行技术升级,相继研制出挖树器、抓木器、抓棉器、打眼器、夯实锤等十几种机械属具,在推向市场后受欢迎。

## 炬华科技:用自主品牌战略提升业绩



等国内电力用户和非电力用户,涵盖电能表和用电信息采集系统产品。

不过,炬华科技在成立之初并没有打造自主品牌,而是以 ODM 代工的方式为国内厂商提供电能表的模块和半成品。招股书显示,随着产品被广泛推广和应用,公司自身技术优势日益凸显,目前公司拥有多项专利,并参与了多项电能计量仪表标准的起草和修订工作。2006 年,炬华科技开始创立自主品牌。

炬华科技招股书显示,公司所处行业属于“节能环保产业”战略中“市场化节能环保服务体系建设”的重要部分,同时也是“新一代信息技术产业”中“重要基础设施智能化改造”的组成部分,是国家今后实现快速健康发展的重点领域。

根据电力行业“十二五”发展规划,预计到 2015 年,全国发电装机容量达到 14.37 亿千瓦左右。随着全球智能电网建设及电网改造的全面推进,国际国内智能电表市场面临巨大的发展潜力。

资料显示,2009 年下半年开始,占据国内供电服务市场绝对优势地位的国家电网公司改变了电能表采购模式,由原各网省公司独立招标变为国家电网公司集中招标,同时对参与投标企业资质提出了明确要求。天相投顾研报指出,分散招标导致各地对智能电表的需求自成体系,差异化明显,同时采购规模较小,价格波动大,因而全国性的品牌企业难以及时响应需求的变化,规模优势难以显现;而统一招标有效地统一了标准,有利于优势企业的发展。

伴随着产品中标规模不断扩大,炬华科技

自主品牌的影响力逐渐显现。数据显示,2010 年炬华科技自主品牌和 ODM 分别占公司营业收入的 48.34% 和 51.66%,而到了 2012 年,自主品牌比例逆转达到 63.98%,占据主导地位;2013 年中期自主品牌所占比例为 66.36%。

### 市场份额有待提高

一位电力设备行业专业人士近日告诉记者,智能电表总体上分为单相智能电表和三相智能电表。单相电表只对单相电压电流进行采样和计量,目前在国内主要用于家庭住宅类,属于民用电表;而三相电表对多相电压电流进行采样和计量,并有计量无功电量、监测电流平衡率、断相记录,完善的负荷记录等功能,目前主要用于工业方面,其技术含量更高,价格和毛利率水平也比单相电表高。

炬华科技招股书显示,2013 年 1-6 月公司三相智能电表的平均销售价格为 349 元/台,远高于单相智能电表的 128.74 元/台;而三相智能电表 37.57% 的毛利率也高于单相智能电表的 31.19%。2009-2011 年,公司主导产品三相智能电表中标数量分别为 2.11 万台、32.97 万台和 30.97 万台。

虽然近年来三相智能电表的中标数量增速明显,不过与竞争对手相比,炬华科技的行业地位仍需提高。安信证券研报统计显示,在 2011 年第二至第五批次的国网招标中,1 级三相智能电表中标前 5 名分别是林洋电子、威盛集团、华立仪表、炬华科技和三星电气;而 2012 年中标前 5 名则变成了林洋电子、威盛集团、三星电气、华立仪表和海兴电力,炬华科技榜上无名。

记者以投资者身份致电林洋电子,工作人员表示,目前智能电表市场竞争较为激烈,公司虽然排名居前,但前几名的总体份额有所回落。不过公司从技术到经营上都比较成熟,并不担心市场地位问题。一位不愿具名的分析师表示,林洋电子和三星电气都处于行业龙头地位,不过智能电表市场很分散,不会出现一家独大的情况,排名前五的企业各自所占份额也就在 8% 左右。

### 行业需求将平稳过渡

上述电力设备行业人士表示,随着普通居民对用电设备的需求不断增加,未来单相供电可能难以满足用户需求,三相电能表将从工业应用为主逐步扩展到民用领域。但这一趋势并非短时间内能够实现的,至少从目前国家电网招标情况来看,还是集中在单相智能电表上。

国家电网招标数据显示,2010-2012 年 2 级单相智能表的招标量分别为 4149 万台、5438 万台和 7004 万台,占当年智能电表招标总量的 91.4%、90.9% 和 92.1%。

国家电网制定的《智能电网“十二五”规划》显示,“十二五”期间,国内智能电表的安装总量约为 2.3 亿只;2010 年至 2014 年智能电表覆盖率进度分别为 15%、35%、65%、90% 和 100%。这个进度是否意味着智能电表的市场空间将在 2015 年出现大幅萎缩,相关企业的业绩会不会受到严重影响?

“应该说整体数量会有一定下降,但幅度不会很大。”林洋电子相关人士表示,因为存在一个更换的需求量。

安信证券分析师苏旺兴也在研报中持相同看法,他认为智能电表的精密度要求较高,所以 5 年左右是其合理的使用期限。2010 年开始大范围推广的第一批智能电表,到 2015 年将面临更换的需求,并且更换量与之前安装的量成正比,所以市场需求仍然存在。

除了更换需求,还有农网改造的需求。“当时制定计划的时间较早,主要针对的是城网建设。2013 年初,农网的招标计划是在未来 3 年内招标 2.3 亿~2.5 亿只,目前这个需求量仍在,所以智能电表市场需求不会出现大规模下滑,但是以后每年的招标规模可能也不会有太大增长。”

值得注意的是,炬华科技的竞争对手林洋电子的募投项目“智能电表建设”达产后单相智能表年产能 770 万台,三相智能表年产能 80 万台,而三星电气募投项目也将新增 600 万台单相智能表和 50 万台三相智能表的年产能。



在成立之初以 ODM 代工方式切入电能表市场的杭州炬华科技,不断通过技术研发使得自身实力得到了快速提升。2006 年,炬华科技开始创立自主品牌。随着国家电网集中采购模式的施行,具备技术和产品影响力的炬华科技产品也迅速进入国家电网招标项目。时至今日,炬华科技自主品牌所占营收比重已远远超过 ODM 业务,实现了华丽转身。

■ 梅程

近年来,国家电网招标对于智能电表行业的推动作用显而易见,不过随着 2014 年全覆盖计划的完成,未来市场的增长点成为投资者关心的焦点。对此,业内人士向记者指出,随着智能电表更新时点的临近,加上农网改造,智能电表市场需求不会出现快速下滑,将会实现平稳过渡。

招股书显示,炬华科技此次 IPO 拟募资约 2.08 亿元,主要投向年产 600 万台智能电表及用电信息采集系统产品及其技术研发中心升级项目。上述项目全面达产后,公司智能电表和用电信息采集系统产品总产能将达到 600 万台,相比目前 280 万台的年产能,提高一倍以上。

### 从 ODM 到自主品牌华丽转身

位于杭州市余杭区的炬华科技,是一家专业从事电能计量仪表及用电信息采集系统产品研发、生产和销售业务的企业。其产品主要服务于国家电网、南方电网及各省网公司