

6 品牌 Brand

在国产变频器排行榜中,因专业技术与完全自主知识产权广获青睐,人们习惯将四方电气评为一线品牌,但四方电气清醒地认识到:因产品线过于单一,将使企业陷入瓶颈。由此,四方电气将不仅仅局限于变频器研发生产,而正向自动化综合解决方案商迈进。记者获悉,企业在 2014 年下半年,新拓展的三大产品线产品将陆续推向市场。

十年磨剑 二次“蜕变” 四方电气“华丽”转身成长为自动化综合解决方案商

■ 郭机

2014 年是四方电气成立的第十年,然而对于众多竞争者来说,它却依然神秘。这不仅是因为其内部人员的高稳定性,更在于领导人在人才的储备与选择上坚持采取同行业不录用的原则。然而,对于终端用户来说,无论是早期 C 系列、E 系列、M 系列、H 系列、S 系列还是之后推出的中高端产品 V 系列及 A 系列变频器,四方品牌并不陌生。四方电气以其专业技术与完全自主知识产权获得自动化各领域用户青睐。在人们耳熟能详的国产变频器排行榜中,人们习惯将四方电气评为一线品牌。然而,这样的信息依然有所偏颇与滞后——从 2012 年开始,四方电气便着手转型,除开展变频器产品的研发与销售外,四方电气还向 PLC、HMI 与伺服领域进军,一些新产品线已获得市场小批量应用——四方电气已不局限于变频器研发生产,而是向自动化综合解决方案商迈进。

深圳四方电气技术有限公司总经理余功军先生在媒体采访中透露了这一转变,并以归零心态告诉记者朋友,四方电气将告别过去十年荣辱,2014 是再一次创业的元年。这一次,道路将更加艰辛,但四方已然准备好了!

突破“七年之痒”

“在中国做实业是最辛苦的。”余功军先生感慨道,“尤其是这三年。”(这三年是指从 2014 年开始的后面三年)。三年时间,余功军先生与其团队已经为公司规划了更为宽广也更难以描绘的蓝图。这幅蓝图中包括四方电气在 PLC、HMI、伺服电机等领域的愿景与作为,每一项都十分确切与坚定。然而,对于不可预见的市场与行业变化,每一个项目都充满着未知的变数。

“十年来,四方电气经历过这样的几个阶段变化:2004 年做产品,打好生存保卫战;2005 年盈利,产品在市场上有一定知名度与覆盖面;2006 年在市场上已具有广泛的知名度;通过稳扎稳打战略,四方电气实现了第一阶段的成功蜕变;第二个阶段从 2007 年开始。面对日渐成熟的市场体系,四方电气以战略性眼光,对中高端市场进行攻关部署,并引进 ERP 企业管理体系,成为国内变频器行业少数成功上线 EPR 的企业,2008 年跻身非常主流的国产品牌,同年销售突破一个亿;第三个阶段,从 2010 年开始,四方电气向高端市场发起进攻,推出 V 系列、A 系列等产品。当时媒体评价四方电气为从‘草根’到‘贵族’的真正蜕变。”余功军先生如是说。

东风德纳车桥十堰工厂导入“自主研”

■ 孙波 唐胡坤

“要解决好这个问题,我建议添加一个风枪”、“我们建议添加一个翻转机构加光栅”……这番热烈的讨论来自于东风德纳车桥有限公司十堰工厂“自主研”活动现场,讨论双方是来自美国德纳公司的技术专家和来自十堰工厂的中方员工。连日来,4 名德纳公司的技术专家与十堰工厂管理人员、技术人员、一线员工共同参与“自主研”活动,“合力会诊”改善难题,共同为工厂创新创效。

据介绍,“自主研”活动是精益生产方式自主研究会的简称,属于德纳公司管理工具的一种,主要开展方式是在外部专家指导下确定改善方向,项目团队自己开展研究,自主确定改善课题,运用改善方法实施改善,依靠团队自身的力量实现项目目标,是一种在实施改善的同时培育人才的改善方式。十堰工厂是首次导入这一工具来解决生产过程中的难题。本次“自主研”团队分为物流改善组、生产效率改善组、安全/质量改善组,对制约十堰工厂 485 减装线的瓶颈工序进行了全面诊断。各小组成员在现场观察基础上,分别指出

保障用户健康

爱普生推出 OPS 打印合约服务

■ 康夫

近日,爱普生推出了 OPS 打印合约服务,其使用的是商用墨仓式打印机。此举令众多商家用户通过优化打印方式和行为模式,在未來的白热竞争中获取最大优势,同时也给办公室白领们提供了一种新的健康选择。

如今人们熟知的 PM2.5,不仅粒径小,面积大,活性强,还附带有毒、有害物质。而另一方面,当我们把目光投向室内,可曾想过仍然逃脱不了“霾”的魔爪?那些一天要花 8 小时甚至更多时间守候在激光打印机面前的白领们来说,已经完全丧失了身处室内的安全感。



然而,在经历过阶段性的发展后,近两年四方电气销售额虽持续增长,但其增长却多是依靠惯性。为了避免这种可能存在的增长滞缓,2011 年四方电气开始着手进行重大调整,其中包括陆续引入 ERP 企业资源管理系统、CRM 客户关系管理系统、PDM 产品生命周期管理系统;2012 年四方电气斥资 800 万建设具有认证级别的 EMC 电磁兼容检测试验室和环境可靠性试验室;2013 年又再次投入 300 万建设系统测试平台。这些调整大多还趋于“内功”的巩固与建设,在一定程度上支撑并维持着企业发展,但并没有使业绩获得质的飞跃。余功军先生总结说:“这便是瓶颈。一个企业在不断的发展过程中,产品红利会逐渐达到临界值。”他深思之,阐述这种瓶



自己所发现的问题,讨论问题存在的原因并现场观察验证,然后共同研究了物料配送新方法、瓶颈工序改善对策、降低关键工序安全

颈主要来自两个方面:一方面是四方的产品线过于单一。在目前情况下,大项目国产变频器企业进入无门,只能在中低端市场鏖战,产品红利已经到了一个极限。另一方面,四方的在销售模式未能及时转变。

“算是对症下药。”余功军先生继续说道,“拓宽产品线,加深对中大型行业的深耕是第一步。四方电气最终想呈现的是一个卓越的综合自动化解决方案提供商形象。这不只是配套的产品销售,还包括配套方案与服务的一站式提供。”

新辟三条产品线

虽然很艰难,但四方电气从 2013 年开始着手对某国内著名同步电机厂家进行资产收购,

这是四方电气向自动化综合解决方案商成功跨出的第一步。收购一事,对于厂家的选择确实出于一种机缘,但收购却是在计划之内。余功军先生透露,市场上生产异步电机的企业不在少数,但真正做得好的较少。该同步电机收购后,主要用以与四方电气驱动器做配套,目标市场是大家所关注的油电注塑行业市场。

同时开展的还有 PLC、HMI 的研发与制造。PLC 将在 2014 年 10 月份投产,触摸屏则预计在 9 月份投产。目前四方电气主要针对一些特殊行业做一些定制化开发。由于这些产品将与变频器做更多的配套使用,所以,PLC、HMI 产品的定位上也偏向中高端市场。

集成之后,这些产品与方案将对包括起重提升、油电注塑、空压机在内的领域进行市场攻坚。对于这几大领域目标市场的着力,余功军先生透露,一方面是因为这几大领域为前期行业,还处于产品与方案极速需求期,市场容量大。另一方面,也由于其技术门槛相对较高,企业可以找到适合自己的生存空间。四方电气在为这些领域提供行业解决方案同时,也不排斥提供单独产品的解决方案。而无论是哪种,四方电气售前与售后人员都将为其提供专业指导,并提供二次性开发服务。

余功军先生同时表示,四方电气已完成从无到有,但要从有到优还需要较长时间来完善。目前可以确定的是,2014 年下半年新拓展的三大产品线将陆续推向市场。

打造综合解决方案卓越提供商

余功军先生说四方电气品牌还没有达到内外的统一,公司目前所困扰的是内部与外部的表现差异。以核心竞争力来说,四方电气在许多行业是少量能与国外厂家竞争并且能提供二次开发能力的企业。在一些行业如机床,四方电气拥有着非常独特的行业经验与技术积累。同时,其知识产权完全为自己独有,相关核心技术有完整体系,并未有外来技术的融合或者介入,是一个非常纯粹的自主知识产权独立高新企业。

2014 年,四方电气已经完成了部分开放计划,包括销售办事处的进一步扩大。同时,四方电气今年将加大市场营销的力度。在向自动化综合解决方案提供商迈进时,他认为也有必要向优秀的华人自动化解决方案商学习。虽然一家企业的成功是无法复制的,但团队的巩固、行业的深入、文化精髓的提炼与贯彻是可以汲取的。最后借他山之石,融入四方电气体系,形成独特的四方。在四方电气的计划表中,所有产品线真正意义上的成功将发生在未来 3-5 年。

专家共同参加物流诊断时,有争论、有碰撞,一轮又一轮的头脑风暴基础上,改善小组形成了 485 减装线物流改善方案(初稿)。经过“自主研”,自己了解了更多国际上的物流新观念,专家们对十堰工厂也有了更多的了解。

就此次“自主研”活动,十堰工厂副厂长张先国说,我们不只看重改善效果,更看中改善背后的“合力”。他说,2011 年 7 月东风商用车有限公司与德纳公司深化战略合作至今,双方合作也步入了新的阶段。以十堰工厂为例,类似于“自主研”这样的合作,不仅能让工厂管理人员、操作人员了解新的管理工具,更重要的是,生产组织全价值链的工作人员成为了新管理工具的导入者、制造者,这既提高了员工的管理水平,也营造了更好的改善氛围。

经过 4 天时间的作业观察、研讨验证,本次“自主研”团队实施改善 28 项,针对下一步工作提出改善建议 6 项。项目组改善目标为“485 减装线 JPH 提高 10%,安全负担降低 20%,减总返修率降低 40%”。一个月后,专家组将再次到十堰工厂来验证改善成效。如果改善有效,该方法也将在该工厂其他生产线水平推广使用。

我们可以通过一项对比试验来看。一台激光打印机和一台爱普生商用墨仓式打印机,分别用亚克力罩罩住打印机,初始 PM2.5 值为 8 和 6,各打印完 150 张 A4 纸后,激光打印机 PM2.5 时均值达到 278,而的高峰值更是飙升至 960,而爱普生 PM2.5 值仅为 8,相差将近 100 倍。

此外,激光打印机的温度和湿度都有明显升高,而爱普生商用墨仓式打印机的温度和湿度升高都不明显。在以健康为前提的打印工作中,一切变得更加安全顺畅。

一季度石煤机销售稳步增长

■ 庄士

今年一季度,在煤炭市场持续低迷的情况下,冀中装备集团石煤机公司积极采取措施,调整产品结构应对复杂严峻的市场形势,销售回款同比增长 105.1%,保持了企业在困境中的稳步发展。

今年石煤机公司依据市场形势变化,调整产品结构重心,加大随车起重机产品、工程钻探产品的研发、推广力度,从人员、资金、设备等方面给予重点支持,大幅度增加了这两类产品的投入产出数量。针对随车起重机产品,石煤机公司建立了以网点销售为主的营销模式,加强了与底盘生产厂家及改装厂的战略合作,在一季度实现了首次逆向出口韩国,批量出口泰国的良好业绩,回款金额和销售台数等主要指标同比增长 133%,创历史新高。

“我们采取‘有中生新、有中生优’的措施,本着开发一个、成熟一个、做精一个的研发原则,力争在产品的质量和性能方面取得突破,增强产品的市场竞争砝码。”研发人员告诉记者。

在市场开发方面,石煤机公司销售人员则发扬“抢、盯、争”的精神,与公司技术部门、售后服务部门密切配合、协同作战,在产品销售过程中加大了技术支持和售前、售后服务力度,从各个方面满足了用户需求。此外,产品研发设计人员也不断进入煤矿井下进行调研,结合用户实际需求,在保证产品性能的情况下从设计源头进一步降低产品的生产成本和使用成本,在激烈的市场竞争中加大了产品的性价比,增加了产品中标几率。



理念创新 卫浴品牌“潜水”冠军 意中陶浮出水面

■ 童美

去年年底,德国部分厂家向欧委会提交起诉书,申请对从中国进口的卫浴洁具产品立案反倾销。如果立案成立,本次反倾销事件将是近年来欧盟首次特别针对中国卫浴企业进行反倾销立案调查。正是这则让中国卫浴界沸腾反倾销诉讼将意中陶(IMEX)的名字带入国内公众的视野。在 2013 年,意中陶卫浴名列中国卫浴出口欧盟销量的第一名,是国内卫浴行业的“隐形冠军”。

“隐形冠军”的称号源于著名管理大师赫尔曼·西蒙的著作《隐形冠军:谁是最优秀的公司》,是指在国内或国际市场上占据绝大部分份额但社会知名度不高的企业。那么推动意中陶(IMEX)成为隐形冠军的原因究竟是什么?以下是意中陶分享的七个企业理念:

理念一:志存高远。人类因梦想而伟大,国家如此,企业亦如此。20 年前,意中陶出道时,尚无“中国梦”一说,企业的创业团队只有一个简单的愿望,不做企业则已,要做,就要走出国门,让世界看到唐山乃至中国最好的洁具产品。

理念二:专注。国内企业大部分是利润引导性企业,哪儿有赚钱的机会便往哪里跑,今天搞能源、明天搞教育……而意中陶(IMEX)专注卫浴 20 年,求得就是厚积薄发。

理念三:全球化战略。早在 2010 年前后,意中陶(IMEX)就已经创了一个惊人的记录:产品出口国数量居中国卫浴企业之首,高达 132 个国家。不“走出去”就有可能丧失历史机遇,被全球化和新一轮工业革命所淘汰。大国与大企业的崛起,无一不经历“走出去”的过程,只有经历了欧美发达国家市场和技术门槛考验的品牌才称得上硬品牌。

理念四:创新再创新。想要成为冠军,靠模仿不行,要靠创新。创新的第一步是对研发的投入。

理念五:零距离的客户关系管理。这个家家企业都想有,但还是得建立在价值而非价格的驱动上。

理念六:忠诚而富凝聚力的团队。适度的员工流动能促进新陈代谢的良性发展,为企业带来新的活力,但是,如果员工流动超过适当的比例,过度的人才流动将会带来知识和技术资源的严重损失,对企业的日常业务造成不良后果。

理念七:企业家精神。在创业之初面临大量不明朗因素时,意中陶的领导表现出了非凡的胆略和学而不辍的精神,这种“精神力量”又和强烈的为国争光情怀缠绕在一起,成为意中陶极力弘扬的精工精神的源泉。

一桩突如其来的欧盟卫浴反倾销新闻,让一个资深的“潜水”品牌浮出水面,从隐形走向显形,然而 132 个国家的“传奇”仍会延续。而今,庞大的国内市场正摇曳着橄榄枝,意中陶(IMEX)在国内上开拓市场近 20 年的精工精神,将继续在国内市场弘扬。