



《打造中国企业的“诺贝尔”经典》(上)

“特钢之王”是如何炼成的

——解读天工国际的创业传奇

■ 通讯员 白世国 本报记者 李丙驹



【编者按】

根据瑞典著名化学家诺贝尔遗嘱所设的诺贝尔奖分为物理学、化学、生理学(或医学)、文学、经济学、和平奖六项。从1901年12月10日诺贝尔逝世5周年时首次颁发以来,这些世界公认的最权威的奖项,授予了物理学、化学、生理学(或医学)、文学、和平等五大领域“对人类作出最大贡献的人”。68年后,瑞典银行在1968年又增设了经济学奖,于1969年第一次颁发。于是,经济学奖得主开始登上了世界级最辉煌的殿堂。

经济学能够承袭诺贝尔奖项,在人类社会自有其举足轻重的地位和作用。仅以现代西方经济学最有影响的经济学家之一凯恩斯为例,他创立的宏观经济学与弗洛伊德所创的精神分析法和爱因斯坦发现的相对论一起,并称为二十世纪人类知识界的三大革命。所以,设立诺贝尔经济学奖,完全是势所必至、名至实归。

然而,金无足赤,任何事物都像“人无完人”一样,总有“不可能十全十美”的遗憾或者残缺。在我们看来,诺贝尔奖项的设置也难免有遗憾之憾。比如经济学奖,45年来的获奖理论确实是对世界经济的真知灼见,对世界经济的发展起到了十分重要的作用。不过,作为“经济脊梁”的企业,为什么就不能设一个“诺贝尔企业奖”呢?

这里有必要声明一点:我们不是拿诺贝尔奖说事,也不是苛求诺贝尔经济学奖“冷淡”了企业,而是觉得“如果”能增设一个“诺贝尔企业奖”,该是全世界企业何等欢欣鼓舞的事情。

诚然,生活中没有如果,“诺奖”的增设也不能一厢情愿,更不能恶搞成“山寨”,毕竟“诺奖”是非常严肃的事情,决不允许任何人轻慢亵渎。但是,作为一个美好的追求和目标,并以此来评判如凤毛麟角一般优秀的企业,不仅无可厚非,还应该受到赞许。对于正在奋力实现“中国梦”伟大事业的国人来说,“诺贝尔企业奖”也是一个梦想。在这个问题上,“梦想成真”不是最重要的,重要的是寻找和发现“梦想”中的企业……

“如果”,“诺贝尔企业奖”花落中国,我们将毫不犹豫地把赞成票投给江苏的天工国际有限公司,推荐的理由是——

天工国际经过30多年创业、创新、创富,从一家乡镇作坊成长为“中国孔加工工具大王”、“亚洲行业冠军”及世界领先的工模具新材料和钛合金生产制造企业,其发展历程至少集聚了三大高光亮点:“天工工模具新材料”,让坚硬沉重的钢铁“言听计从”;中国“企业公民”的世界风范;“工模具新材料之王”捷足先登,打造转型创新时代风景线。

有个著名作家说:“钢铁是大山几千年寂寞的结晶,寂寞成全了钢铁,钢铁又打破了大山的寂寞,汇成苍茫澎湃的铁流,布成铁阵,规划着世界。”对天工来说,一股“高速工模具新材料”、“模具新材料”的气势,一片让人眩目的“孔加工工具”景象,把中国和世界特钢行业,以及其他领域的目光吸引住了。

本报刊登的《打造企业的“诺贝尔”经典》,将以上、中、下三个整版的篇幅,对天工国际进行全景式的深度报道,让读者从中领略一家世界强企的风采和领悟这家企业发展经验所带来的启迪。

相信很多人都读过《钢铁是怎样炼成的》,书中主人公保尔·柯察金身残志坚的革命者形象,教育和鼓舞了千千万万读者。天工国际董事局主席朱小坤是一个有着浓烈英雄主义情结的现代企业家,前苏联国内革命战争和今天中国改革开放的风云际会,使两个不同国籍、不同时代的英雄成为意志品质的“神交之友”。翻开天工国际的创业史册,就能清晰地看到两个时代英雄成长进步同中有异的人生和事业的轨迹:“钢铁”和“特钢之王”原来是这样炼成的!

“天工麻花”让世界感受旋转的魅力

2014年中国中央电视台马年春节联欢晚会,在现场数千观众和电视机前数亿观众见证下,一位名叫小彩旗的小姑娘持续旋转4个多小时,成为央视马年春节的热议话题,被网友戏称为“春晚小陀螺”。著名舞蹈家、小彩旗的姨妈杨丽萍问她:“你怕不怕给外国人演出?”小彩旗响亮地回答说:“有什么好怕的?外国人也是人!我觉得咱们的《云南映象》比他们的《大河之舞》还要美!”

小彩旗像一只不知疲倦的小陀螺,在中国最大的文艺舞台上,旋转出令人心驰神往的美丽……

无独有偶,在中国和世界特钢行业的市场舞台上,天工国际用“麻花钻”旋转出比“小彩旗”还要大气磅礴的景象。不难想象,年产几亿支的天工“麻花钻”,在中国和世界诸多领域旋转,这面印有红五星的“小彩旗”,豪迈地展现出中华民族奋斗不息、雄姿英发的风采。

记者是天工国际的老朋友了,每次到天工,总有一种“探亲访友”的亲切,“采访”的感觉反而不那么强烈。所以,不管是天工国际董事局主席朱小坤,还是集团的其他领导,甚至普通员工,记者都喜欢与他们无拘无束、海阔天空地聊一些大至国内外经济形势、小至家庭柴米油盐的话题,让人真正感受到“常回家看看”以及“酒逢知己千杯少”的惬意与愉悦。

有一次,记者对天工国际的一位领导笑言:当年宋总决定上“麻花钻”,有没有受了“天津麻花”的一些启发?不等领导回答,记者接着说,“天津麻花”和“天工麻花”好有一比。都是驰名中外的名牌,前者是百年老店,后者要做百年天工,纵观横察,异曲同工,两家企业在思维基点、经营理念、品牌战略等方面,都有着惊人的相似之处。关于“天津麻花”无须赘言,只不过想从“天津”与“天工”的一字之差中,引出“麻花”的话题。如果用“抛砖引玉”来形容似有不妥,因为两种“麻花”各有千秋,说不上谁是“砖”谁是“玉”。说到底,都是国人创造的品牌,彰显的都是中华儿女立于世界民族之林的伟大精神和非凡智慧。

“花”开两朵,各表一枝,让我们来看看“天工麻花”吧!

经济社会进程的常识告诉我们,任何企业及其品牌的问世,总能找到它们关联历史与时代的某些要素。1987年天工决定转产工模具麻花钻。这一年,时任冶金工业部部长戚元靖发表了《改革、开放、改造,实现新的推进》的文章。文章指出:1987年,冶金工业要以改革、开放、改造为指针,以搞活大中型企业为重点,围绕提高质量,降低消耗,增加效益实行五个推进。即:推进投入产出和利用外资两项承包任务的落实;推进产品的更新换代;推进横向经济联合;推进矿山开发;推进企业管理水平的不断提高。

还是在这一年,美国人罗伯特·索洛获得诺贝尔经济学奖,表彰他对增长理论做出的贡献。罗伯特·索洛提出“长期的经济增长主要依靠技术进步,而不是依靠资本和劳动力的投入”的理论,对世界经济的发展产生了重大影响。

我们当然不会牵强附会地说什么朱小坤搞“麻花钻”,是“高瞻远瞩”地看准了当时钢铁行业的发展大势,“天才”地预见到“五个推进”,抑或是受了罗伯特·索洛理论的“点拨”。恰恰相反,一贯低调行事的朱小坤说,当时他敢于拍板,并不是他有先知先觉。如果有,天工也不会在塑料拉手、电视天线、电子琴等产品上折腾了近十年头。这位很有自知之明的企业家常说,一个人不能只谈“过五关斩六将”而不谈“走麦城”,世上没有常胜将军,只有永不言败、知耻后勇的斗士。在他看来,搞“麻花钻”是他们从失败的阵痛中寻找的一条出路,这种生死抉择无异于“刮骨疗伤”,其疼痛的程度是局外人不可想象、甚至是可想而知的,因为无论怎样想象都不为过。

描述企业从小到大、由弱变强的历程,有一个使用频率很高的成语叫“艰难困苦,玉汝于成”。天工国际从塑料拉手、电视天线、电子琴等转产工模具麻花钻,经历了一段刻骨铭心的阵痛。正是在“市场经济不相信眼泪”的冷峻法则之下,天工人“流血流汗不流泪”,以中国农民特有的坚韧执着和忠诚勤勉,硬是在穷乡僻壤的土地上,开辟出一条脱贫致富、繁花似锦的康庄大道。事

实证明,搞“麻花钻”是天工和市场“双向选择”的结果。这种结果不是孤注一掷的赌博,而是历史与时代的要素,垂顾了殚精竭虑的天工人;改革开放大潮的激荡和洗礼,使他们转产“麻花钻”一开始就站在“振兴民族产业”的起跑线上,彰显出以朱小坤为代表的天工人高人一筹的胆识和睿智。这,或许就是“双向选择”的真正涵义。

“天工麻花”投放市场以后,两三年就进入了快速发展的轨道。从20多年前问世至今,天工麻花钻已日产超过130万支,年总产量达4亿多支。现在,已经成为国际工具市场知名品牌的工模具麻花钻声名远播,其影响力和美誉度大大超过国内,实可谓“墙内开花,墙外更香”。

朱小坤深深地表示,天工国际站在振兴民族产业的层面上生产工模具麻花钻,高蹈远足一路走来,步履坚实而稳健。但是,“欲穷千里目”,必须“更上一层楼”。天工国际人的内心始终燃烧着开拓进取的火焰,他们把走俏国内当成万里长征走完了第一步,踏上世界的雄关漫道,需要“而今迈步从头越”,因为民族传统产业升级的最重要标志是世界的认可,“天工麻花”一开始就脚踏实地,更志存高远,所以能够一步步登上世界行业的高峰。

然而,内心燃烧的天工国际人更令人敬佩的品质,是他们在胜利面前异乎寻常的冷静。人们欣慰地看到,领跑国内工具行业的天工国际,虽然他们摘取了世界行业“单打冠军”的桂冠,但他们却清醒地看到,国内行业的整体水平与世界发达国家相比,仍有较大的差距。朱小坤曾说,即使到了“天下无处不天工”的程度,但仅有天工国际的产品还是远远不够的。常言道:“花独放不是春,百花齐放春满园。我们希望不久的将来,“天下无处不天工”的场景,不仅是天工国际的产品,而是天工国际似的企业!正是在这种意义上,我们才可以自豪地宣告:中华民族传统的工模具产业实现了举世公认的振兴!只有这样,才能让更多的消费者感受到“天工麻花”旋转的魅力……

不做“跛脚巨人” 天工“双管齐下”

在古希腊的神话中,阿喀琉斯是一位伟大的英雄,有着超乎常人的神力,被誉为希腊第一武士。当他还是婴儿的时候,他的母亲——海洋女神忒提斯,曾握着他的右脚后跟,把他浸在神奇的斯提克斯河中,被河水浸过的身体从此刀枪不入。可是被母亲握着的右脚后跟,由于浸不到水,成了阿喀琉斯的软肋。阿喀琉斯在战争中无往而不胜,取得了赫赫战功。但是,在特洛伊战争中,阿喀琉斯却被冷箭射中右脚后跟而死。于是,“巨人”的“软肋”成为很多人引用的典故。

如果不是内行,也许很少有人知道,中国每出口3支麻花钻,就有一支出自天工。现在,天工年产工模具麻花钻4亿多支,其中90%用于出口,畅销欧美等50多个国家和地区,民族传统产业的振兴之势气贯长虹。小小“麻花钻”变成了“巨人”,大有“君临天下”的气概。

不过,对于笑傲钢铁江湖的天工国际人而言,他们看到的不是“巨人”的风光无限,更看到了“巨人”的“软肋”,那就是如何解除“麻花钻”无米之炊的危险?专家支招:上马高速钢。“麻花钻”立马付诸行动,展开“双管齐下”奋飞的翅膀……

1992年,也就是天工的麻花钻进入快速发展的时期。从1987年转产至1992年,“天工麻花”以五年的时间,就改写了“十年磨一剑”的传统识见。但是,一路领跑的“巨人”开始发现自己的“软肋”,如果不及时补齐这块“短板”,后果是不言而喻的。当时,日产麻花钻10万支的天工,年需原料工模具600多吨。时值工模具市场非常紧俏,有时一斤难求的局面与600多吨的需要之间,这种巨大的缺口意味着什么,天工人心如明镜般清楚。为此,他们群策群力,专程拜访专家权威,请他们惠赐锦囊妙计。中国科学院李正邦院士支招:结合天工的实际,如果钨矿作为资源出口的性价比是1,那么加工成高速钢的附加值就变成3,再加工成麻花钻等刀具则变为21。此等好事,何乐不为?这一被朱小坤称为“神机妙算”的专家建议,一下子给天工人拓展出一片云霞灿烂的发展天地。

遵照专家的建议,为了赢得主动,让麻花钻不成为“跛脚巨人”,天工决定自建高速钢生产线,迈开了工具与专用原料工模具“双管齐下”的步伐。从此,天工“高速钢与麻花钻”并肩携手,转战市场,向国内外用户展现出更加强健的天工国际形象。“特钢之王”,再次以敏锐而果敢的洞察力,显示出“该出手时就出手”的王者风范。

工模具钢棒线材生产等一系列技术指标先进的工模具钢生产设备,从而使天工迅速成为国内专业化生产工模具钢工艺装备最为齐全的公司之一。即使在经济危机前后,天工也未停止技术投资,一些进口设备是国内大型钢厂都不具备的。

在模具扁钢方面,天工通过上马先进的850扁钢生产线,生产出我国最宽的模具扁钢,宽度由以前国内最宽的600mm提高到822mm。与此同时,天工还投入5亿元从德国引进了一条1300吨精锻机生产线,是目前国内第二台高端精锻机,此设备可将钢锭打到16米长,远远超过此前我国一些大型钢厂最多只能打到12米长的纪录,且一次性成材率超过80%,较以往提高10%,经济效益则上升5%。其生产的产品替代国外进口,实现我国特钢行业的一次飞跃。目前,天工正致力于扩大高品质各种汽车刀具、航空航天刀具等的生产。近期还将从美国进口近2000万美元的先进工模具制造设备,满足国内精密机床的刀具需求,为天工抢占更为广阔的国内市场奠定基础。

天工国际仅用15年时间,就摘取了麻花钻和高速钢世界冠军,令国内外行业刮目相看。让人“刮目相看”的业绩是名不虚传的。不管顺境逆境,天工都能健步而行,化“危”为“机”。最新统计资料显示,金融危机以来,2010年,该企业产品销量同比增长100%;2011年同比增长70%;2012年同比增长30%,利润超过5亿元;2013年,产品销量连续增长30%以上。迄今为止,多年高速钢产量稳居世界第一的天工国际,连续12年成为世界高速钢产量最大的生产企业。今日的天工有员工近4000名,拥有特钢、工模具两大主业先进的生产装备和技术及大规模生产设施、纵向一体化的业务模式,拥有近100项科研成果获得国家专利权。

截至目前,天工国际的高速工模具已由昔日的配角变成主角,其销售和利润已经雄踞天工的半壁江山。更令人欣喜的是,国内许多钢铁企业举步维艰之时,天工的高速钢不仅自给自足,还以其精和特的优势,走俏国内外行业市场。

关于上马高速钢问题,记者问道:“当时钻头行业竞争激烈,钢铁行业产能过剩,天工为什么敢于逆势而行?凭借什么脱颖而出,并赢得了强劲的国际竞争力?”

朱小坤“实话实说”:“首先,我们没有刻舟求剑,墨守成规,躺在以往的成绩上自我陶醉。我们从从来认为,到中流击水纵然不怕浪遏飞舟,但善于‘见风使舵’,避开暗礁和险滩,却是必须做到的,这是考验船长和水手的试金石。上马高速钢,我们是举着‘专、精、特’的武器参与竞争的,打的是有准备、有把握之仗。胜利,也就在情理之中。”朱小坤认为,天工高速钢在国内外钢铁市场的果敢亮剑,不仅成为了麻花钻这个民族产业振兴的坚强后盾,更为做大做强中国工模具制造业、进军世界先进行列增添了一个重量十足的砝码。

事实正如朱总所说的那样,天工的“双管齐下”,瞄准的是两个世界。在麻花钻主攻世界行业高峰的同时,高速钢也向世界行业高峰发起了冲击。在这场攻坚战中,天工特钢攻克了一系列技术难关,使技术装备和生产工艺达到和超过了国内领先水平,成为天工国际又一个主导产品、支柱产业。

“国内的高速钢市场我要全部拿到,国际的至少拿到50%。凡是能用到高速钢、模具钢以及切削工具和钛合金产品的领域和地方,都要有我们的产品,真正实现‘天下无处不天工’!”

这是2013年3月9日,朱小坤接受《中国冶金报》记者采访时说的一句话。

走进“特钢之王”的理念金库

恩格斯说,一个民族想要站在科学的最高峰,一刻也不能没有理论思维。列宁说,没有革命的理论,就不会有革命的运动。

毛泽东说,真正的理论在世界上只有一种,就是从客观实际抽出来又在客观实际中得到了证明的理论。

达·芬奇说,理论是军官,实践是士兵。引用几个伟人关于理论与实践的名言,是想探寻天工国际这个“特钢之王”的头脑里究竟蕴藏着多么丰富的理论宝库。因为,任何企业的成功,最终都是决策者思想理念的胜利。作为特钢领域的一位王者,天工国际所取得的成就,无不闪烁着朱小坤理念金库的光彩。

而且不输行业的世界列强。

在记者与朱小坤和天工人的接触中,总能鲜明地感觉到他们身上自然而然地流露出来的“王气”。朱小坤酷爱毛主席诗词,特别尊崇老人家的这种“王者之气”。“可上九天揽月,可下五洋捉鳖,谈笑凯歌还。世上无难事,只要肯登攀。”朱小坤满怀激情地朗诵之后接着说,主席的王者风范气贯长虹,可谓前无古人。在这位“特钢之王”看来,“王气”就是王者之气。就是要以革命的、人民的、正义的气势压倒自己的对手,使其甘拜下风。而这种“王气”的核心,就是以品牌的质量和道德的力量让人心悦诚服。他认为的王者风范应该是有霸气,有顽强的斗志和永不屈服的精神,勇于承担责任以及拥有高尚的人格。只有这样的人,才是一个好的企业当家人,才能成为员工的精神领袖。

在谈到天工国际的奋斗目标时,朱小坤表示天工要做中国的“山特维克”,这家总部坐落在瑞典的世界特钢名企,使朱小坤马上联想到其“故乡”诺贝尔。名企和伟人的天作之合,令朱小坤肃然起敬。深沉的表情传达给记者的印象,是他“理念金库”热烈而绚丽的光彩。

朱小坤曾不止一次表示,要立足世界,面向未来。天工未来的发展目标和理念是:不断做强、做精、做优、做专主业,“十年磨一剑”,打造一个全新强盛的世界级品牌公司。

王道,是儒家提出的一种以仁义治天下的主张,讲究仁义、诚信、合作、共赢。朱小坤有雄视全球的决心,有让天工产品行销世界的霸气,但是其达到目标的手段确是行“王道”。

销售额从1981年的8万元到2012年的136亿元的飞跃,天工国际取得了令人羡慕的业绩,“天工模式”得到了同行的认可和学习。

如何做到这一点?就是行王道,讲诚信。几则故事,使“天工诚信”在业界传为佳话,有口皆碑——

韩国有一家销售高速钢的小企业,朱小坤说:“咱们三七开,重组一家新的高速钢销售公司,资金全我出,你负责销售和管理,经销天工的产品”。对方简直不敢相信不用出钱还能占三成股份的这样天下掉馅饼的好事,积极性很高。于是仅仅两年时间,天工的产品就占领了韩国的绝大部分高速钢、工模具市场。

美国格伦菲尔公司每年从当时世界最大的高速钢生产商之一的法国埃赫曼特钢公司购进大约3000吨钢材,但是从2001年起,这个数字下降到了2500吨。谁动了法国埃赫曼公司多年的蛋糕?正是天工。

所谓不打不相识。经过两年的交往,天工与法国埃赫曼公司交流探讨,并建立了“天工爱和特钢有限公司”,以国际一流的工艺、技术和装备,生产国际一流的特种高速工模具及模具、扁钢等产品。使得天工一跃成为全球最大的特钢生产企业,坐稳了高速钢产量全球第一的霸主地位。

俄罗斯是传统的高速钢强国,每年的市场份额是8000吨。但是朱小坤通过与一位高速钢销售人才的合作,使天工得到了3000吨的市场,并在俄罗斯成立了属于天工自己的销售分公司。

天工公司是美国工具行业的五巨头之一,在一次广交会上,天工攀上了这门高亲。由于是第一次合作,钜威公司对天工了解不多,比较谨慎,只给了9万只麻花钻的订单。由于经办人的疏忽,少写了一个零,厂里只安排生产了9000只这样规格的钻头。一直等到钻头生产出来,包装好运往港口码头的时候,才发现出了这样大的纰漏。在这种情况下,即使是加班加点生产,也无法按照合同时间运到美国。

第一次接订单就爽约,非仁义之师!朱小坤得知此事后,一面布置生产,一面紧急联系空运。业务员提醒说:“空运贵上十倍,亏大了”。朱小坤斩钉截铁:“天工再亏,也不能失信!”当钜威公司接到提货通知时,感到十分意外,为什么不是码头提货,而是机场提货?得知这件事情的来龙去脉后,钜威公司深深地被天工“三杯吐然诺,五岳倒为轻”的诚信感动了。很快,他们就下达了长达5年的订单,每年从天工进口至少1000万美元的钻头。

诚信之师,所向披靡。相关资料显示:美国市场,天工独占7000多吨,打跑了韩国的浦项;台湾市场,7000吨,基本独占;印度市场,1500吨,未来,全球将有50个天工的销售公司,至少50%的高速钢市场归天工。

从1981年借债2000元起家,到2007年7月26日香港上市,从1987年的“天工麻花”,到现在的世界特钢强企,“特钢之王”创业、创新、创富的历程,简直就是一部振兴民族产业的传奇史诗。作为这首诗的“主笔”,朱小坤从前面四个伟人的名言里,找到了创作的灵感和源泉。他说,这些导师的思想,就是天工国际的指路明灯,就是“特钢之王”的“理念金库”。

朱小坤满怀诗人的激情说:只有思想的绽放,才有海阔天空的奋飞……