

创新能力提升 中国企业续写“全球圣诞订单汇集地”新篇

■ 王攀 孙飞 霍思颖

总部位于中国南部省份福建的泉州顺美集团有限公司一直以生产圣诞老人主题水晶球而知名。在经历了多年的劳动力成本上涨痛苦后,这家企业从去年底开始运用3D打印技术进行生产,这一举动不仅让他们减轻了用工压力,还让以往需要费时四到五天的雕塑流程缩减到了不足一天。

技术创新提升竞争力

顺美公司出口部经理何志英介绍,虽然整个国际市场难以用景气来形容,但企业今年的“圣诞订单”仍然保持了30%的增长。

“新技术的特点就是精度很高,这让我们竞争力有了提高。现在我们是欧美很多500强企业的供货商,不论是造型还是色彩,客户都很满意。”何志英说。

有着近25000家中国企业参展的广交会目前已经开始第二期展览,以玩具、礼品、日用陶瓷为主的劳动密集型产品占据了主角位置,从圣诞老人、圣诞树到复活节兔子、铁皮车模,在这里都可以找到大批的中国生产企业。

在这个被视为中国贸易晴雨表和风向标的大会上,人们多少有些意外的发现这些被认为正在丧失竞争力的行业与企业眼下仍然在散发活力,文化内涵的开拓、新型生产技术的引入和营销策略的改变,让中国仍然有望在未来一段时间继续保持其全球圣诞订单汇集地的市场地位。

豫光集团： 将底吹熔池熔炼技术创新进行到底

■ 屈连西 杨明

“豫光之所以改变了外界对冶炼企业的看法,就是因为公司多年来坚持技术创新,首家在国内将底吹熔池熔炼技术应用用于铅、金、银、铜、铋等多个领域。”河南豫光金铅集团有限责任公司设计院院长李卫锋接受采访时说。

早在1998年,富氧底吹氧化-鼓风炉还原铅冶炼烟(尘)综合治理技术还在论证阶段,豫光董事长杨安国便愿作“第一个吃螃蟹的人”,决定上马富氧底吹氧化-鼓风炉还原铅冶炼综合治理项目。

1999年初,项目通过了国家有关科研机构的论证,迅速开展工程设计、建设。2002年5月,铅冶炼烟(尘)综合治理技改工程建成投产。豫光成为首家在国内采用富氧底吹氧化-鼓风炉还原炼铅技术的企业。

豫光技术人员在实践中发现,底吹熔池熔炼技术的原料适用性广,特别适用于处理再生铅料。2009年起,豫光在国内首家运用该技术和从意大利引进的废旧蓄电池CX集成预处理技术,先后建成了两条废旧铅酸蓄电池处理生产线,年回收处理废旧铅酸蓄电池36万吨,成为目前世界上废旧蓄电池处理能力最大的企业,并被国家列为首批循环经济试点单位。

豫光成功将富氧底吹氧化-鼓风炉还原熔炼技术应用于铅冶炼行业,实现了高效、绿色环保冶炼。但在生产过程中,富铅渣需要铸块、冷却后才能投入下一道工序重新加热熔化,消耗了大量的能源。针对这一问题,该公司技术人员展开了数年的科技攻关,开发了液态高铅渣直接还原炼铅新技术——豫光炼铅法(YGL)。

2008年8月,该公司将豫光炼铅法成功应用于工业化生产。用煤替代焦炭,达到了清洁生产和低碳排放的目标,实现了真正意义上的绿色冶炼和低碳经济。

2010年,该项技术荣获中国有色金属工业科学技术一等奖。以液态高铅渣直接还原炼铅技术为核心内容的“铅高效清洁冶炼及资源循环利用关键技术产业化”荣获2011年度国家科技进步二等奖。

2009年8月,豫光完成了采用底吹炉处理除铜渣,产出粗铅产品与铅冰铜,对铅冰铜进行吹炼产出粗铜产品的全程工艺路线探索。

2012年5月,公司联合北京恩菲公司等单位,开展了“铜钼富氧底吹连续吹炼工艺半工业化试验”,取得了铜冰铜连续吹炼试验的成功,与已付诸工业化应用的富氧底吹造钼捕金熔炼技术集成,形成了铜精矿双底吹连续炼铜技术。

2014年,豫光自主研发设计、建成除铜渣底吹熔炼分离铅-底吹吹炼粗铜工业化生产线,在国内外首次实现规模生产。

有着近25000家中国企业参展的第116届广交会目前已经开始第二期展览,以玩具、礼品、日用陶瓷为主的劳动密集型产品占据了主角位置,从圣诞老人、圣诞树到复活节兔子、铁皮车模,在这里都可以找到大批的中国生产企业。



市场调整中赢得新空间

来自中国海关的统计数据显示,今年前三季度,和机电产品出口增幅为0.4%相比,占中国外贸出口总额20%的服装、纺织品、鞋类、家具、塑料制品、箱包和玩具等七大类劳动密集型产品合计出口2.21万亿,增长了4.9%,也超出了外贸出口的总体增幅。

“随着国内生产要素成本的变化和国际产业布局的调整,一些企业和行业的部分产能确实是从中国向全球其他地区转移,但这并不意味着中国已经丧失了这些产业的竞争能力,恰恰相反,一些企业正在这种调整中赢得

新的空间。”中国轻工商会副会长李文锋说。

从事玩具制造的浙江同硕科技有限公司销售经理周光华说,这家以欧美为主要市场的出口企业今年有望销售突破1亿美元。在工厂人数达到1200人的顶峰之后,企业的“扩张”重心已经从生产线转移到研发队伍之上。现在这家企业在美国拥有软件设计工作室,每年投入的研发经费超过1000万元人民币。

“对于中国玩具行业来说,依靠低成本竞争已经是不可能。把销售额的3%到5%用于研发,也已经是一个不成文的行业通则。”他说。

“微利时代”中国黄金企业寻求转型

■ 毛振华 邵香云

记者23日从正在天津举行的2014中国国际矿业大会上获悉,面对国际金价持续下跌以及“中国大妈”被深度套牢,中国黄金企业也从中感受到压力。粗放经营难以为继,行业进入“微利时代”后,中国黄金企业正谋求降低财务成本,保持良好的现金流等方式,在转型中寻求新的发展“红利”。

本次大会由国土资源部、天津市政府与中国矿业联合会共同主办。大会主题是“创新驱动、持续发展”,旨在通过增强矿业创新驱动发展能力,加强矿业国际合作,推动矿业转型和持续发展。

在2013年,中国黄金产量达到428.16吨,连续七年达到全球第一,黄金消费量达到1176.4吨,首次超过印度成为全球最大黄金消费国。全行业集中度不断提高,全国十大黄金集团的黄金产量实现利润已达到全行业总量的50%左右。

不过,在中国黄金集团公司总经理宋鑫看来,当前中国黄金企业生产成本持续上涨,致使黄金行业勘探和开发成本进一步增加。目前,黄金价格在每盎司1200美元上下震荡,黄金企业盈利空间被极大压缩。

“中国作为第一产金大国的背后是大而不强,可以说是一篮子土豆。”山东招金集团

有限公司董事长路东尚认为,中国黄金生产企业近700多家,产量低于0.5吨的企业大约占到70%。以浪费资源和破坏环境为代价的可持续发展模式不会再持续,在微利时代,市场倒逼转型升级,矿业企业进入了新一轮的洗牌期。

从国家政策层面来看,中国已经颁布了新的黄金资源税政策、营业税改增值税、环境保护费改税等财政政策也将实施,这必将对国内黄金企业形成一定的冲击,同时企业的融资成本各方面也受到了一定的影响。

在这一形势下,破解发展的困境,实现黄金行业和企业的可持续发展,成为黄金业界共同关注的焦点。中国黄金资源复杂,技术难题长期没有得到根本解决,未来黄金矿业依靠科技创新、培育新的增长点的关键所在,选矿、尾矿的有色金属和非金属的相关问题也迫切需要解决,真正实现产业链、产品链的延伸,进一步挖掘新的经济增长点。

路东尚说,作为国家资源综合利用的示范基地,针对当地严峻形势,近几年,山东招金集团集中力量对甘肃区域的金矿展开科技攻关,取得了良好的效果,选矿回收率提高了十个百分点,一年来带来直接的经济效益将超过8000万元。

可以预见,全球矿业企业在新形势下将加快行业整合和企业的重组,而资本运作将

从订单变化中把脉市场信号

在广交会现场可以看到,即使是最传统的圣诞树和人物造像、圣诞袜子,也在中国企业的手中展现新意。杭州曼诺休闲用品有限公司副总经理项加洲说,除了设备更新外,这家企业还将新材料运用在娱乐用具和小礼品生产上,这使得企业能够向市场提供更加轻便、耐火和耐摔的圣诞装饰用品,“今年预计增幅在百分之十几左右”。

中国轻工商会相关人士此前曾表示,轻工外贸行业对拉动中国国民经济增长、满足国内外市场需求和解决国内劳动力就业仍具有重要作用,商协会在引导中国轻工产业优先向中西部地区转移的同时,还采取多种方式加强中国品牌海外宣传力。一些企业则认为,利用转型期带来的国际市场空间谋求更均衡、长远的发展路径,是圣诞订单变化历程给中国制造业带来的最重要的市场信号。在广交会现场,江苏弘业永为国际贸易有限公司总经理黄林涛说,企业一方面在柬埔寨、孟加拉建设工厂承担低端产能,一方面在国内研发、生产高档产品,最新设计的贴片柳条编制制品就成功打入德国市场,赢得了新的市场空间。同时,这家企业还在不断扩大进口贸易比重,将更多的国际高端生活用品引入中国市场。

“中国制造业仍然有熟练工人队伍,有比较完善的产业链条和生产流程,现有的优势仍然能保持一段时间,但这并不意味着我们永远都是圣诞订单的聚集地,正视这一点,重视国内市场的培育和进口贸易的扩展,才是我们下一步的工作重点所在。”他说。

在这一新的历史性变化中扮演日益重要的角色。未来,中国内地和香港资本市场都将为中国矿业企业资本运作和转型升级提供更广阔的发展空间。

在产融结合方面,专家建议黄金企业通过打造矿业基金、财务公司、期货公司等金融平台,发行基金产品、理财产品。

中银国际控股有限公司首席执行官兼执行总裁李彤说,产业链重组和并购复杂性的增加将进一步刺激资本运作的专业化分工,投资银行的作用更是日益凸现。投资银行主导的资本市场创新使矿业企业有效管理市场风险,相对低成本的重组产业链和推动生产方式变革成为可能。

专家认为,金价下跌对于黄金矿业来说既是挑战,也是兼并重组和资源整合的难得机遇。当前首先要关注国外资源并购,目前国外的资源价格大约下降了30%以上,比国内便宜。国际黄金矿业公司的股票有的下跌超过70%,市值严重低估,国内公司可以适当股权投资。专家建议可从国家宏观战略层面出台一些鼓励政策,鼓励黄金企业走出去,获取优质的资源。同时,建议加快黄金企业战略联盟的发展速度,应该合作推进包括但不限物资设备采购、工程施工、科研创新、收购兼并、海外扩张等领域合作,实现抱团取暖、组团出海、规避风险、共赢发展。



■ 沈洋 张卉

“参加景德镇国际陶瓷博览会之前,公司没有品牌推广意识,到外地参加展销活动,经常被人误以为是台湾的企业。”景德镇陶瓷企业宝瓷林公司总经理周剑峰说,参加“瓷博会”最大的收获就是增强了品牌意识。

宝瓷林已经连续4年参加景德镇国际陶瓷博览会,在与中外知名陶瓷品牌同台竞争中,宝瓷林品牌知名度不断提升,企业已经由一家不知名的小作坊,发展成为当地小有名气日用陶瓷生产企业。

景德镇国际陶瓷博览会由商务部、中国轻工业联合会、中国国际贸易促进委员会和

江西省政府共同主办,是集陶瓷精品展示、陶瓷文化交流、陶瓷产品交易为一体的国际化陶瓷专业博览会。

自2004年起,景德镇国际陶瓷博览会连续举办了11届。2014年瓷博会吸引35个国家和地区的800多家陶瓷企业参展,现场成交额达到5000万元人民币,外贸订单约1.69亿美元。

10年来,景德镇国际陶瓷博览会吸引了英国、荷兰、日本、韩国等40多个国家和地区的陶瓷企业前来参展,其中不乏威基伍德、皇家道尔顿、皇家代尔夫特等世界知名陶瓷品牌企业。

景德镇陶瓷学院毕业生刘捷,5年前创

立自己的陶瓷品牌弥云斋,此后每届瓷博会都没缺席过,展位面积也逐年扩大。

“展会的价值不仅仅在于现场达成多少交易,还在于能提升品牌的知名度,以及背后潜在的价值。”刘捷说,通过景德镇“瓷博会”向世界知名陶瓷品牌学习,弥云斋品牌不断成长。

景德镇国际陶瓷博览会是一个窗口,让业内人士了解代当今世界陶瓷最高水平的新技术、新工艺、新材料。在与世界知名陶瓷企业的交流、碰撞中,中国陶瓷企业的品牌意识不断提升。

“2004年以前,景德镇陶瓷企业注册商标不到50件,现在拥有陶瓷品牌600多件。”景德镇瓷局局长唐良说。



雷军： 打造智能硬件生态链

■ 马意翀 陆立军 阮润生

“互联网将帮助传统企业转型升级,未来10年将出现一大批来自中国的世界品牌和企业。”10月24日于郑州举行的2014中国计算机大会上,小米董事长雷军表示,小米将着力打造智能硬件生态链。

硬件打造平台 软件和服务是制高点

作为一家专注于智能手机自主研发的移动互联网公司,小米一直保持每年约150%的高速增长。预计今年手机销量将达到6000万-7000万部,“这个成绩在中国市场遥遥领先”。

雷军透露,短时间内,小米能够在竞争异常激烈的市场中得以快速崛起,最大的秘诀在于整个组织形式和战略都是按一个互联网公司的角度来思考的,即“用互联网思维来做传统工业。”

雷军有一个很重要的理念:用硬件打



造平台。当智能手机的销售量足够大以后,平台就基本构建完成了,最核心的还是操作系统、软件和服务。”试想未来5-10年,小米售出5亿部手机,每部手机用两年,这就能构建起一个10亿用户的平台。”雷军说,在这一理念指导下,小米不仅在大陆、中国台湾、中国香港市场取得了巨大的成功,也开拓了新加坡、马来西亚等海外市场,并把目标瞄准印度。

为降低成本,小米采用电商直销模式,不通过京东、淘宝等平台,而是自行构建起一个电商平台。“能把自己的电商平台铺到全球范围,通过硬件搭平台,通过软件找客户,最终把流量变成钱。”雷军说。

随着小米国际化的深入,雷军更希望把这些产品推广到各个国家和地区,让世界上的每个人都能享受来自中国科技创新的乐趣。

智能硬件生态链涵盖手机、穿戴设备、办公家用电子设备等多终端的生态链,并通过互联网服务整合,由电商平台全部打通。

让互联网帮助传统企业 转型升级

雷军提出了“小米智能硬件生态链”计划,希望将小米模式复制到100家企业,迄今已与20多家企业合作,研发出小米手环、移动电源等多款创意产品。小米模式和智能硬件平台等将带动更多的创业公司与小米公司合作。

记者问到小米模式能否复制时,雷军认为“小米模式很容易复制”。但一定要在观念上接受互联网思维。他表示,整个小米模式核心,就是把智能硬件产品做的足够好,跟智能手机更加紧密有效地整合在一起。

“互联网将帮助传统企业转型升级,未来10年将出现一大批来自中国的世界品牌和企业。”雷军坚信,中国有强大的制造与研发设计能力,关键是改变观念,加大投入。“中国有把产品做好的大环境,过去许多人投资硬件热情不高,但是引入小米模式后,获得大量资本支持,就可以一步步把产品做好。”

在谈到2013年曾与董明珠的10亿赌局时,雷军显得很有信心:“5年内小米的营业额超过格力的可能性是99.99%。”

在雷军看来,格力是工业时代的骄傲,小米则代表了互联网时代的竞争力。“用互联网思维武装传统行业,将会极大地推动经济转型升级,会提高运作效率,会进一步增强我国全球化竞争力。”他说。