中国制造业品牌特别报道

如何塑造“中国制造”金字招牌

刮目相看中国造

何以创新 唯有专注

祝惠春

企业创新首先需要的是去掉浮躁之心，回归实体经济。其次，要搞好创新必须专注所在领域，集中力量重点突破。此外，企业家还需要有全球视野，始终站在行业前沿。惟其如此，企业才能保持长久的活力

通用电气公司（下称GE）的转型故事，对于中国制造业的创新，是一个很好的启示。

作为世界上最大的多元化服务性公司，最近GE让全球大吃一惊：宣布战略转型，断臂金融，回归工业本质，专注高端制造业。在中国一些制造企业纷纷多元化，争先恐后置备金融板块业务的今天，GE的选择似乎让人费解。

GE涉足金融业务，最早是服务于工业的，但之后却越来越背离初衷，乃至到后来本末倒置，挤压了工业发展空间。这家由爱迪生创立、有着悠久发明创造传统的公司，在外界眼中越来越像是一家金融公司，而在GE内部，科学家和工程师越来越感到自己的地位不如资本部门的同事高。现任总裁伊梅尔特长久以来对于GE过于依赖金融业务获得大块利润而感到怀疑和不安。2008年国际金融危机的爆发，结结实实给了GE当头一棒。经历重创的GE认识到扭转方向盘的时候到了。脱离金融业务，专注高端制造业的发展思路公布后，GE股价应声上涨。

这个美国制造巨头螺旋式发展的故事，令人联想到当前的中国制造业。中国制造业，该是去掉浮躁心，回归实体经济的时候了。

一位老企业家曾告诉笔者，时下不少商学院纷纷聚拢企业家，然而，让他们学的不是如何做企业，而是如何玩金融、赚快钱。于是，一些企业家回到企业，心已经散了，天天想的是资本运作，投资暴富，哪有什么心思做实业！须知，实业与金融，是皮与毛的关系。金融发展的根基在实体经济。离开了实体经济，金融就是无源之水、无本之木。

经过30多年的发展，中国制造生产能力世界第一，但是同构竞争、同质竞争激烈，主要处于配套、组装等中低端环节，缺少关键技术、关键设备，在核心技术上受制于人，缺乏核心竞争力和世界著名品牌。这个瓶颈，极大制约着我国产业水平和竞争力的提高，也使中国制造处于发达国家高技术和发展中国家低成本的双重竞争压力之下。若要突围，只能是直面困难，加强创新，实现自我提升，走向中高端。而企业如何创新？首先就需要企业家们去掉浮躁心，不畏爬坡过坎，回归实体经济。

其次，企业愿意搞创新了，还要会创新。创新很难，唯有专注。这是现实的战略选择。要提高在国际市场上的价值链控制力和影响力，就必须通过掌握核心技术增强核心竞争力。而做到这一点，在资源条件有限的情况下，全面开花不现实，聚焦一点，进行重点突破，却是可行。康斯特是一家埋头十年，专注于压力检测表制造的“小个子”，却做到行业里全球细分产品的“隐形冠军”。靠的是技术创新，而创新搞得好，就是靠一直在细分行业里头做专、做精。仪器仪表的发展趋势是手持化、现场化。他们就主攻把产品做小，将产品网络化、自动化、信息化，帮助用户节约大量时间，解决用户的痛点。企业负责人说，转型很难，唯有专注。否则，四面出击，只有失败。

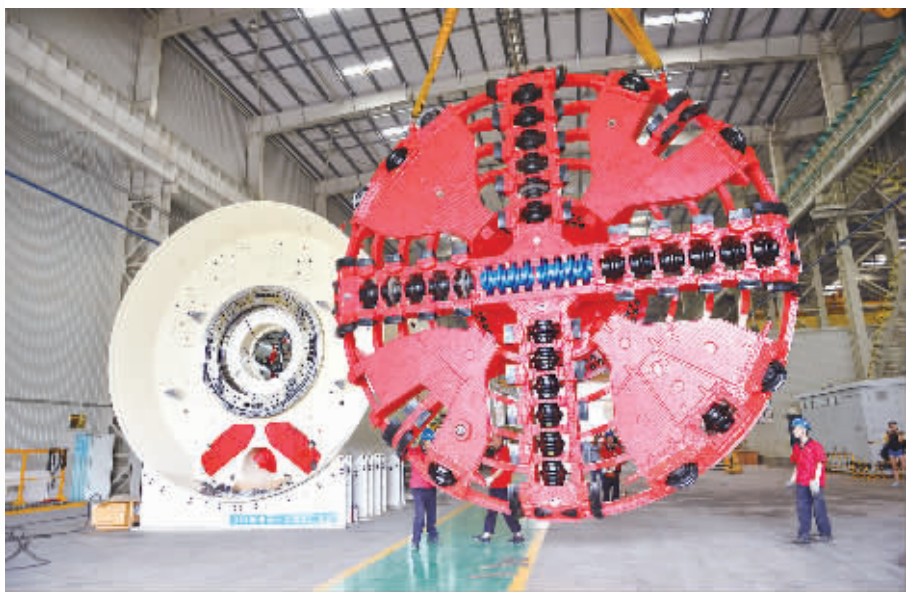
专注，还是一种方法选择。人人都说乔布斯是互联网经济的标杆，但是乔布斯更是制造业的标杆。乔布斯提出，在行业里头，把产品做成世界最好的产品，打造“爆品”。这揭示了创新的一个基本方法：单点突破，然后再从点到面，走向高端，成为市场的领导者而不是跟随者。

创新，还需要全球视野。笔者采访一位企业家，他有一个创新的观点让人印象深刻，叫做“去硅谷”。他们公司把硅谷当成办事处，派员工去定居，然后不断接触最新鲜的技术，始终保持对新事物的敏感性。从战略上，锁定全球最活跃的技术点，企业技术的敏感性就一定会强。在这位企业家看来，中国和美国从某种意义上是在同一个跑道上。因此，用全球视野来配置创新资源，美国公司能用的，中国公司一样也可以利用。随着互联网技术的发展，世界已经成了越来越小的地球村，企业家如能以全球视野站在技术制高点上，自然可以傲视群雄，无往不胜。

本版编辑 于 泳 李 景

铁建重工：让中国盾构机走向世界

本报记者 刘 麟 通讯员 向奇志



图为铁建重工为武汉地铁项目建设研制的土压平衡盾构机。 本报记者 刘 麟摄

近日，由中国铁建重工首创的长距离大坡度煤矿斜井TBM从内蒙古补连塔煤矿斜井缓缓露脸。这是我国大型高端装备制造从设计、制造到施工领域，进行协同创新的重大突破，它改变了世界煤矿矿井的建设模式，是煤矿建井模式的革命性变革，标志着我国现代化隧道施工装备已经达到世界最高水平。

从零起步，铁建重工短短8年时间迅速成为中国高速道岔、盾构机两大领域的领先者。铁建重工董事长、党委书记刘飞香告诉《经济日报》记者：“铁建重工凭借的是坚持自主创新的发展原则，始终瞄准‘世界一流、国内领先’的目标，通过‘原始创新、集成创新、协同创新和持续创新’的自主创新模式，成为国内特种工程机械装备行业的领军者，并借力‘一带一路’国家战略，将中国高端地下装备投射到世界各地，努力创造出一个有国际影响力的中国品牌。”

盾构被称为皇冠上的“明珠”。目前国内城市纷纷启动地铁规划建设，盾构机年销量达到200台以上。而国外高端装备企业从中国第一条地铁开建，就已有占领我国市场之势。铁建重工迎头赶上，2013年研制的全球首台煤矿斜井TBM下线，开创了盾构机在煤矿领域的应用；同年研制的国内首台敞开式全断面隧道硬岩掘进机，为吉林引松供水工程提供重大装备支持；2014年研制出国内首台超大直径泥水平衡盾构机，市场占有率保持领先……

随着铁建重工的产品系列不断成型，国内市场逐步取得成绩后，其目光也逐渐转向海外市场。2015年9月，伊朗客户指定的第三方检验机构在铁建重工长沙工厂顺利完成DZ130盾构机工厂验收。这是铁建重工第一台销往海外市场的盾构机产品，标志着集团产品受到了国外市场认可。

据悉，铁建重工于2013年6月开始和众多国际品牌一道参与伊朗德黑兰排污隧道挖掘项目的投标工作。最终，铁建重工凭借扎实的技术能力、优良的盾构机业绩和高质量的售后服务保障能力，在众多国际品牌中脱颖而出，一举中标。

长期以来，盾构机市场一直被少数国际品牌所垄断。刘飞香认为铁建重工盾构机产品相对国外老牌产品有很多优势。首先是产品性价比高，其次是服务质量高，最后是业务有特色。铁建重工将国内市场的成功经验移植到海外客户身上，从客户的需求出发，根据客户的个性化需求，提供个性化的定制解决方案，为客户提供全方位和全生命周期的服务，获得了海外客户的普遍好感。今年以来，铁建重工已经在12个国家和地区建立了办事处，业务进展情况顺利。

而“一带一路”战略对铁建重工来说也是一大利好。2015年6月，铁建重工高端装备基地落户新疆。刘飞香表示，新疆是丝绸之路的起点，新疆基地可以辐射到中亚、西亚甚至南亚，集团投资10多亿元兴建的高端装备生产基地，将是集团未来的战略发展重点。同时，在“十三五”期间，国家将加大水利输水管网、市政电力、排水管网等基础设施建设力度，铁建重工瞄准这一潜力巨大的市场，加速研发自主创新的“中国制造”装备。目前，其研发的小型盾构机正在武汉等城市稳步掘进。

长城汽车：以创新提升产品竞争力

本报记者 雷汉发

日前，全国乘用车市场信息联席会公布了11月国内SUV销量排行，哈弗H6销量首破4万辆稳居榜首，并创造了SUV车型最高销量纪录。哈弗H2月销1.81万辆，创上市以来最好成绩，并稳居销量前十。在两款热销车型带动下，1至11月哈弗品牌累计销售58.35万辆，同比增长高达56.25%。在车市整体低迷的大环境下，长城哈弗作为一款纯民众自主品牌车型，在激烈的竞争中取得逆势而上的成绩确实难能可贵。

长城的秘密在哪里？该公司董事长魏建军的一番话颇耐人寻味：“汽车市场如果总是高速发展，中国品牌就不会重视核心技术研发，也就无所谓优胜劣汰，长城汽车需要的是在环境最低迷的时候，还能生存得很好。”

今年11月12日，第100万辆哈弗H6从长城汽车天津工厂生产线上缓缓驶出，作为中国品牌第一款产量过百万的SUV车型，这一时刻对整个中国品牌SUV汽车来说都值得铭记。国家信息中心信息资源开发部主任徐长明表示，哈弗H6不仅凭借出色的品质赢得了市场的高度认可，在推动中国自主品牌汽车的快速发展方面也是功不可没。

销售持续增长的背后，无疑是消费者对长城汽车品牌的认同。而品牌认同的最大支撑则是长城汽车科技含量及质量品质的提升。据资料显示，长城公司为打造出真正属于自己的核心竞争力，仅在“十二五”期间就累计投入研发资金近百亿元，目前已拥有规模、技术等方面均处国内前沿的汽车综合试验场，包含研发、试制、试验、造型、数据功能的哈弗技术中心也已投入使用，技术开发触角涉及动力总成、新能源、新材料、电子电气、工艺技术等多个领域。到今年年底，长城汽车工程技术人员总数已达万人规模，专家级人员达1000余人，具备10款整车同时进行设计开发的能力。仅围绕作为汽车心脏的发动机，长城已开发出包括1.5L、2.0L、3.0L等不同排量，采用电控增压和废气涡轮增压等多种主流技术。

长城轿车生产装配车间。 本报记者 雷汉发摄

今天的长城，已经站在了与世界顶级汽车配套企业平等合作、相互促进的平台上。在其规划建设的国际汽车零部件产业园中，博世、奥托立夫、邦迪、福耀等知名企业都将入驻，LG化学、上海纳铁福、韦马斯特、科世达等9家知名配套商也已完成签约。“外聘专家、内构团队、持续提升”的发展战略，已经让长城产品的发展脉搏与世界紧紧地联系在一起。

目前，长城公司已经组建起专业团队，自主研发的多传感器融合技术，可取代驾驶员的无人驾驶系统，有望在2020年推出能够在高速公路上自动驾驶的长城汽车。同时，车联网、主动夜视、自适应巡航、自动泊车、智能识别和智能娱乐等前沿功能，长城公司技术人员也在全面开发当中。除现有车型外，长城明年还将推出首款高质量纯电动轿车，预计于2017年会推出首款插电式混合动力智能电动四驱SUV车型……

据长城汽车内部人士透露，到2020年，长城规划投入200亿元进行新产品、新能源、智能汽车的研发及新技术中心建设。魏建军更是一再强调长城要有造血功能，要拥有世界领先级的研发组织、体系和人才。“在技术方面，只要是有利于未来的发展，任何阻力我们都能够克服。”魏建军说。

长客股份：抓住细节满足用户需求

本报记者 李己平

近一时期，中国中车生产的高铁列车成为“一带一路”战略沿线国家的抢手货。作为中国中车的主力企业，长春客车股份公司生产的高铁和动车组，先后出口到美国、澳大利亚、巴西、阿根廷、伊朗等19个国家和地区，累计出口产品5000多辆，出口数量稳居全国同行业之首。

长客能够角逐国际高铁市场靠的不是价格优势，而是以创新技术解决用户的难题，满足用户最大需求。简而言之：质量上乘，运行可靠。进入长客高速动车组制造中心，正门内“严、细、精、实”四个隶书体大字镌刻在企业理念石上。长客党委宣传部部长鲍志全介绍说，这四字理念源于1997年3月26日在长春客车厂党委扩大会上通过的企业精神和长客厂风，是“管理求严、工作求细、产品求精、作风求实”十六字长客厂风的简写。

12月11日、15日、17日，《经济日报》记者三入长客车间，发现该公司提升产品质量的细节无处不在，择其四点管中窥豹。

一说“不打嗝”。以焊接为例，目前绝大多数部件的焊接都可以用机械手完成，既有效率又能保证质量。然而还有一些部件的焊接，机械手难以企及。12月15日，记者在转向架制造中心焊接一车间见到焊工师傅李万君。李万君正和同事研究即将开工的美国波士顿地铁焊接规范，进行焊丝模拟试验。李万君告诉记者，焊接的接口越多，毛病就越多。“比如环形焊，因为有曲线部分，机械手完成有难度。如果人工焊接一气呵成，质量上不输机械手。为了这口气，我们夏天也不喝碳酸饮料，否则打一个嗝，质量就差一大截。”李万君说。

二说“不化妆”。12月11日，在高速动车组装配车间，来自全国各地的车迷们发现，在黏接区女工全部“素面朝天”。原来硅树脂表面张力小，很容易分散到其他表面，落到基材表面不易清除，会削弱黏结力。因此口红、手霜等含硅树脂的护肤品在这个车间是绝对禁止使用的。

三说“实名制”。记者在总装配车间看到每个组装部位都有一个标签，注明是哪位装配。高铁产品平均每辆车428道工序，其中涉及行车安全的79道工序均采用了实名制作业，进行有效管理。据高速列车制造中心党委书记孙书慧介绍，实名制是公司在保证产品质量时的特色做法之一，每一个号码都是一位职工的档案编号。从2009年至今，累计出厂的高铁，因制造原因导致的质量问题每百万公里低于0.1起。

四说“一口清”。为了保障产品实物质量，培养职工能够专心致志，心如止水地工作，高铁制造中心党组织开展了“工艺文件一口清、行为规范一口清、安全操规一口清”活动。通过培养训练，工作流程、安全规范逐步在职工队伍中实现了入耳、入脑、入心。起到了外化于行，内化于心的管理效果。目前从事高铁制造的2799名一线操作者全部实现一口清达标。违反工艺纪律、违章作业的现象由2009年的3‰（每1000个工序3起），下降到目前的不足1‰。

在长客总装车间内，一台台地铁车辆正在等待装配。 本报记者 李己平摄