38年前从打铁作坊起步，38年后成为中国电力装备制造领军企业——

白云电气的三大“拐点”

经济日报·中国经济网记者 喻 剑 张建军

大咖秀 装备制造

对白云电气集团的采访，是从位于广州市白云区神山镇乡间的“胡氏铁铺”开始的。

榕树掩映下的打铁铺简洁清静，打铁炉内盛满木炭，炉旁陈列着大小打铁锤和铁耙等铁制器具，墙上镌刻着记录祖辈艰辛创业史的《打铁志》——“锤打铁具、夜以继日；诚信节俭、务求进取；戒急功近利和浮躁之气”。这里既是胡氏打铁精神之根，亦是白云电气集团发展的起点。

白云电气集团是广州市白云区神山镇土生土长的民营家族企业。从1979年第一代创始人胡师结打铁起步，到1988年第二代创始人胡明森、胡明高、胡明聪、胡明光、胡合意5兄妹开始专注电力装备制造实业，再到目前由第三代继承人、白云电气集团董事长胡德良等扛起发展的大旗，白云电气走过了38年，如今已逐步发展成为拥有16个核心生产基地和超万名员工的电力装备制造领军企业，并跻身中国机械工业百强和中国制造业500强。

在胡德良看来，白云电气的发展共经历了三大“拐点”，每一次“拐点”都让企业在新的时期获得新生。“这种传承，不仅是物质上的积累，更是精神上一以贯之的坚守。”胡德良说。

专注实业 从小到大锐意求变

白云电气的第一个“拐点”得从1984年说起。那时，“胡氏铁铺”已经在第一代创始人的手中做出了名气。第二代传人经过审时度势后，依旧作出了一个重大决定：斥资购买陈旧机床，建石龙五金厂，从事工业生产。

“白云电气能够摆脱作坊式生产，逐鹿实业，都是得益于这一次重大改变。”胡德良说。

1989年，胡家承包神山公社农机站，建成初具规模的电器厂，生产配电三箱类产品，进军电气业；之后，又持续拓展产品线，从生产最初的配电三箱，发展到后来的低压配电柜、中压配电柜等，产品技术含量不断提高；1996年，白云电气集团正式成立。

从乡村到镇、到高压电器工业园，再到在国家级高新区建设集团总部白云电气科技大厦，白云电气一路艰辛一路歌，完成了从无到有、由小到大的蜕变。

如今，在位于高压电器工业园的生产车间，物料在自动化搬运系统上快速传送，进口机械手已经取代了大量熟练技工，制造环节已经基本实现全自动化；在白云电气科技大厦，基于物联网技术的能源管理数据中心串起供给内蒙古电网、广州地铁等大客户的电气产品，并实时在线监测和分析，实现了产品的全生命周期管理。

胡德良深知，核心元器件的技术研发能力和主要部件制造工艺水平，直接关系到白云电气产品的市场口碑，是提升白云电气市场核心竞争力的关键。所以，多年来白云电气始终将技术创新摆在极为重要的位置上，研发投入占销售收入的比例稳定在5%左右。

历经38年的发展，白云电气如今已获科技部“863”计划CIMS应用示范企业和国家创新型企业等多个称号，拥有国家认定的企业技术中心、国家认定检测中心、国际科技合作基地，还形成了“以产学研合作、国际合作、跨企业合作、整合国内优势企业”相补充的立体创新体系。集团主导产品均拥有自主知识产权，核心产品技术水平处于国际、国内领先水平，部分高端技术、产品如直流玻璃绝缘子、玻璃钢干式套管等填补了国际、国内空白。此外，企业还先后参与制定了65项国家及行业标准，拥有307项专利以及最高电压等级的电容器、玻璃绝缘子、复合绝缘子、套管等多项国内外领先的产品，先后获得国家科技进步特等奖、一等奖和二等奖。

走出广州 全线布局致力领跑

白云电气的第二大“拐点”，是走出广州，通过重组并购完成产品线的全线布局。

“上世纪90年代初，我们的业务还集中于广州市，规模也不大，但我们的区域优势已经逐渐成形。”胡德良说，从1996年集团组建成立起，公司就开始向全国市场迈进，先后在北京、南宁、长沙等地建立办事处。具有标志性意义的是1998年，公司成功打入市场门槛非常高的北京供电设备系统，为国家广电总局提供真空负荷开关柜和低压抽屉柜产品。从此，企业迈入快速发展阶段，产品进入电网、钢铁、电厂和机场等多个重点行业，品牌也在市场检验中得到广泛认可。

2002年，胡氏家族第二代创始人开始与东芝集团展开战略合作。双方采取股份对等、中日员工薪酬对等、品牌对等的合作方式，这在当时堪称史无前例。

“白云的收购，不是疾风骤雨式的，而是分层推进、逐步引导，把被收购的企业真正当成事业来做。”胡德良告诉记者，白云电气集团发展至今，按照做强做大主业的思路，已并购11家产业链上下游相关企业，至今没有清算关闭过任何一家。

如今，白云电气已经成长为拥有20多家控股、参股企业，下辖广州、桂林、南京、锦州等16大生产基地，产品范围涵盖高中低压几乎全部等级的发电、输电、变电、配电、用电设备的国内高端电气设备制造领军企业。未来，企业还将借由资本市场的力量实施兼并重组，补齐部分产能缺口，具备名副其实的全产业链发展基础和能力。

2016年，白云电气关联企业白云电器股份在上交所主板上市，公司正式摆脱了家族企业的运转方式，从单纯的装备制造转变为“金融+产业”“需求+技术”双轮驱动的公众企业。

读懂客户 转型电力定制服务

“读懂客户需求很难。就算是同一种类型的电工产品，广东电网和云南电网要求的标准也不一样。”胡德良告诉记者，由于客户需求差异较大，我国电力装备制造行业的产品往往无法大规模量产，所以电力装备制造企业必须将生产的端口前移，提供以电为核心的个性化综合能源解决方案。但在电力能源领域，“互联网+”能源管理新趋势和节能环保提出的新要求，也倒逼电力装备制造企业向能源管理数据平台和高端“智造”转型。

此时的白云电气，进入了发展的第三次“拐点”。

新能源高能效智能微网、城市轨道交通快速充电系统、智能电网低压配电系统解决方案、城市建设选择性解决方案……在新一轮的改革中，白云电气大胆进入轨道交通、核电、石化乃至智慧城市能源管理领域“攻城略地”，重点瞄准110千伏及以下配用电侧的客户需求，分阶段从产品驱动向数据驱动转型，从制造型企业向服务型制造企业升级，围绕电力资产建设、电力能源供给服务等为客户提供涵盖新能源解决方案、发掘一个个新的增长点。

在高压电器工业园，记者看到，一个配电端产品数字化工厂正在拔地而起，并将在明年8月份正式试生产。“从产品生产制造到质量回馈，从顶层营销到供应链管理，都能通过数字化工厂的数据中心实现在线监测；核心物料立体仓、设备生产线和投放产品也将通过数字系统实现全部联通，可为客户提供差异化的维保服务。”胡德良说，基于标准模块化构建的全新生产运营和管理模式，将为白云成为“世界领先的电力能源综合解决方案服务商”提供有力支撑。

如今，白云电气已经立下大志：要做“百年的白云、世界的白云”。胡德良说：“对标ABB等老牌国际知名企业，我们要学其文化，取其管理精髓，形成世界级竞争力。”

名瑞集团携手专家成立中国刺绣艺术研究院——

融入时尚文化产业 打响中国刺绣品牌

本报记者 许红洲

独坐纱窗刺绣迟，紫荆花下啭黄鹂。欲知无限伤春意，尽在停针不语时——这是唐朝诗人朱绛笔下的绣花女形象。

刺绣及刺绣文化，在中国流传数千年，一根针，万条线，一上一下，千变万化。但在传统文化与现代工业碰撞交汇的今天，刺绣产业应该如何传承与创新？

日前，在“首届中国刺绣传统工艺振兴论坛暨中国刺绣艺术研究院成立仪式”上，来自全国各地的刺绣大师以绣会友，共商中国刺绣产业发展大计。

“自古以来，刺绣就被作为国礼输出到世界各地，可以说，它一直都是中华文化一张亮眼的名片。”中国刺绣艺术研究院执行院长、广东名瑞（集团）股份有限公司董事长蔡民强告诉《经济日报》记者，刺绣起源于人类对自身装饰的需要，最早多为实用，之后逐渐向艺术珍赏方面延伸，并随着时代变迁不断形成不同风格和不同流派的刺绣工艺与文化。截至目前，在我国已公布的1372项国家级非物质文化遗产项目中，包括苏、蜀、粤、湘“四大名绣”在内的各种绣艺已经达到30余项。

不过，真正让刺绣走进寻常百姓家的，还是工业化的到来。工业化和自动化在给传统手工业带来巨大冲击的同时，也让许多曾经只有权贵阶层才能享有的刺绣产品，逐步走向大众化，批量生产的机绣产品开始风靡中国。

时至今日，刺绣工艺不断创新，又形成了许多新的刺绣种类，如乱针绣、束绣、双面绣、精微绣、彩锦绣等，各种技艺各具特色，各有成就。

更重要的是，伴随中国经济的腾飞，中国传统刺绣迎来了大融合时代。在交通、通讯高度发达的信息时代，过去受地域环境制约而自然形成的四大名绣及各地刺绣技艺开始融合发展，各种名绣正在“去派别化”，各地刺绣技艺也博采众长、相互交融。“各种技法和针法，已经不是哪个绣种所固有，而是刺绣行业的共同财富。”蔡民强说。

正是意识到这一点，蔡民强和他的老搭档、同为资深刺绣专家的广东名瑞副董事长李春亮一起，大胆尝试打破地域界限，提出“中国刺绣”的大概念。“把各种地方刺绣技艺集结于‘中国刺绣’大旗之下，共同打造‘中国刺绣’国家品牌已是大势所趋。”蔡民强说。

在中国刺绣艺术研究院院长、清华美院前院长李当岐看来，中国刺绣艺术研究院成立并落户于名瑞集团是水到渠成。

名瑞集团的前身是成立于1955年的潮州市潮绣厂。如今，它已成为一家集生产、设计、销售于一体的专业婚纱礼服和刺绣产品生产企业，也是全国唯一同时拥有“中国名牌”和“中国出口名牌”两大殊荣的婚纱晚礼服品牌。

作为资深刺绣专家，40年来，蔡民强对刺绣钻研不辍，并携手李春亮，开创性地提出“现代中国刺绣艺术”的新概念。

“中国刺绣技艺虽然巧夺天工，却没有多少惊世之作留存，且绣不精、工不细的现象比比皆是。”蔡民强认为，以后能够留存下来并且走向世界的，不是某一地的绣种，而是中国刺绣的集大成者。

为此，从2012年起，蔡民强和李春亮开始了对各类刺绣的专心研究、制作、收集和展示等实践。他们从各绣区数百个手工刺绣坊中，挑选出几十位有想法、悟性高的巧手绣匠，亲力亲为出题材、制画稿、组材料、定绣色、提针法，共同切磋，一起绣制，并创作出100多幅全新风格的高精绣品。

在连续两年轰动北京国际时装周后，2016年6月份，在文化部中外文化交流中心的组织和斡旋下，名瑞集团代表中国在巴黎成功举办了中国精品刺绣艺术展，包括《阿房宫》在内的35幅不同风格、不同内容的刺绣精品惊艳巴黎，让许多海外观众深切感知“中国刺绣”的独特魅力。

未来的“中国刺绣”该如何继续提升品牌价值？

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲认为，依托中国刺绣艺术研究院的综合实力，未来，“中国刺绣”需要在三个方向展开探索：一是开展兼具技艺本真性与当代性的产品创新研发；二是提升蕴藏附加值与文化自信的品牌经营；三是实现“条件化筛选”且保有特色的规模化发展。

当前，国家大力倡导振兴传统技艺，让非遗走进现代生活。因此，中国刺绣技艺也要努力与现代时尚产业和文化产业加快融合，提取出刺绣中的时尚因子，与大众消费柔性对接，使得刺绣产品“既走得了秀场，也进得了市场”。

同时，为适应追求个性化和艺术品位的现代生活和消费方式，中国刺绣产品还应突出精工细作、彰显个性的特点。“用工业化生产无法替代的传统手工技艺，赋予产品个性化、小众化、稀缺性、唯一性。未来，中国刺绣还应在个性化、品牌化和高级定制方面下功夫。”李当岐说。

岁岁峥嵘最“争荣”

本报记者 李景录摄

作为调味品行业中为数不多的中华老字号，“争荣”一如其名——争取荣誉。

“争荣”以前不叫这个名字。那是清光绪八年（1882年），河北霸县城东的济悯庄村里建起了一家醋酱坊，名曰“德泉永”。懂得酿造的人都知道，自古以来，酿酒制醋不分家。“德泉永”也是如此。通过“先阶段产酒，后阶段产醋”的酒醋共酿工艺，这家不大的作坊里酿出了大批量味道醇厚的酒醋产品，十里八乡的乡亲们闻香而来，“德泉永”出名了。

“德泉永”更名“争荣”，是新中国建立以后的事了。那时，“德泉永”已经公私合营为“霸县合作社灰煤醋酱厂”。有一次，醋酱厂的厂长被推举为县劳动模范，当他胸前佩戴大红花站到领奖台上时，激动万分：“我们一定要争取更大的荣誉，为老百姓做好的酱油和醋。”到了1965年，随着销量的扩大，“争荣”这个“新”品牌伴着代表劳模的红花标识便出现在产品上。

经过蜕变发展，今天的“争荣”已经完成了企业改制，公司更名为河北争荣生物科技股份有限公司。作为“河北省著名商标”“河北省名牌产品”“河北省重点龙头企业”等荣誉的获得者，“争荣”深知，古法酿造工艺的传承不能丢，百余年前那份朴实的味道不能变。除此以外，结合当今社会对食品品质与安全的要求，实现科学、规范、标准化的生产同样重要。

“争荣”再次用行动践行了自己“争取荣誉”的誓言。产品先后通过ISO9001－2008质量管理体系认证和ISO22000食品安全管理体系认证，生产规模、安全标准和经济效益在调味品行业名列前茅；成立研发检验中心，扩大研发队伍，一系列新产品陆续推向市场；近期，“争荣”还将在河北霸州市农产品深加工产业集聚区南孟镇开工建设年产6万吨复合调味品的生产基地项目，使公司产品结构更加多元……

文/韩 叙

图① 河北争荣生物科技股份有限公司董事长滑振富正在生产车间抽查产品质量。

图② 顾客在北京一家超市选购“争荣”牌调味品。

图③ 酿造专家张冠军（左一）在争荣博物馆门前为工作人员答疑解惑。

图④ 化验员李金朋（左一）、宋新月正在对调味品进行检测。

本版编辑 韩 叙
美 编 吴 迪
本版邮箱 jjrbqyb@163.com