# 中国联塑:找准方向再发力

经济日报·中国经济网记者 张建军

## 慧眼观企

作为亚洲最大的塑料管材管件企 业,中国联塑集团在过去一年里表现 不俗。2016年,集团收入172.21亿元, 同比增长12.8%。

一个诞生于广东顺德小镇里的企 业,是如何用30年时间成长为中国塑 料管材管件制造品牌龙头的?

### "横向"发力

——进军泛家居产业

1986年,一家名叫"西溪塑料"的 小五金厂在广东省佛山市顺德区偏僻 的龙江小镇成立。

小厂起初并不起眼,直到7年后的 1993年,才正式推出第一款拳头产品 -"西溪"牌PVC难燃电线保护槽及 电线护套管。

小厂第一次真正意义上的启航是 在1995年。那一年,《关于加强我国化 学建材生产和推广应用的若干意见》 发布,明确支持推广应用塑料管道、塑 料门窗等。"我们搭上了这班车,开始 扩大生产,并于1996年正式注册'联 塑商标'。"联塑副总裁兼执行董事赖 志强说。

随着联塑品牌渐趋成熟,联塑的业 务规模也不断扩大。2001年10月18 日,联塑在武汉建立省外第一家子公 司,标志其全国战略正式启动。随后, 集团又相继在西南、华南、华北、华东、 华中、东北、西北等全国七大区域设立 生产基地,建立辐射全国的生产基地和 营销网络。目前,联塑已拥有逾50家 控股子公司和超过22个主要生产基 地,分布于全国16个省份及美国、加拿 大等国家和地区。

"说起联塑,人们的第一反应就是 管道。从PVC到PE再到PP-R,联塑 不断纵向开拓管材产业,但随着市场 份额不断攀升,联塑还是遇到了'天 花板'。"赖志强告诉记者,基于此,联 塑决定转型横向拓展,向泛家居产业

为此,公司先后收购南海益高卫 浴、清远日利门业、安徽凤阳侨裕等多 家装修材料企业,并陆续开发出包括管 道产品、卫浴产品、整体厨房、型材门 窗、装饰板材、消防器材及卫生材料等 在内的全系列产品。

2010年,联塑在香港交易所主板 上市。2012年,联塑重塑品牌发展规 划,启用"母子品牌运营"模式,确立 "LESSO 联塑"和"LESSO 领尚"两大 核心子品牌的地位。

如今,联塑又搭上了"互联网+ 的快车。2015年,联塑五金电气建材 商城项目正式启动,并成功举办了首 届联塑商城展示会。此次展会聚集 了全球300多家顶尖五金电气建材品 牌商及2000多家经销商,努力探索国 内"互联网+家居建材五金+实体连 锁"和海外"家居建材五金全球销售平 台"的全新商业模式。不同于大部分 电商直接面向终端消费者,这一平台 主要面对经销商、房地产商和工程承 包商,为各方提供"采一供一销"的一 体营销模式。

此外,为配合"联塑商城"的运营, 联塑还在物流体系建设上下大力气。 目前,联塑除在总部拥有70万平方米 的五金电气建材仓储总库外,还在全国 16个省区市建有20多个物流配送基 地,帮助供应商、分销商实现以销定产、 接近零库存的高效运作。



联塑集团执行董事兼行政总裁左 满伦说,电子商务的迅猛发展为五金建 材行业创造了新的市场机遇,联塑提前 布局抢占先机,同时也借此将公司发展 模式从重资产向轻资产延伸。

### "全面"发力

### ——加速全球产业布局

"近期,'领尚环球之家'佛山品牌 建材澳大利亚直营中心即将登陆悉尼, 这一家居建材全球 020 销售平台将助 推联塑的海外战略再进一步。"联塑集 团公司秘书袁水先透露。

袁水先告诉记者,联塑首期计划在 阿联酋、泰国、印尼、印度等"一带一路" 沿线国家及美国纽约、洛杉矶,加拿大 多伦多、温哥华,澳大利亚悉尼、墨尔本 等主要发达国家重要城市抢先布局,建 造13个实体商城,随后还将在50个国 家100座城市建立服务网点。

"联塑关注的不仅是国内市场,我 们的目标是'卖全球'。"赖志强说。

选择"出海",联塑走得非常谨慎。 赖志强回忆说,早在2005年,联塑就开 始考察北美市场,但直到2009年才开 始试探性地进入。

"其实海外设厂的利润并不高,因 为原材料和人工成本相对较高。"赖志 强说,2014年、2015年,联塑海外业务 销售额都维持在4亿元至5亿元人民币 之间,约占总收入的3%。不过,联塑依 然看好海外市场,"我们预计未来海外 业务占比能提升10%"。

尽管尚未取得巨大商业利益,联 塑"出海"的决心并未动摇。在东非的 乌干达,联塑已经与一家中资企业达 成合作意向,该公司打井使用的管道 就来自联塑。

"非洲多数管道都是从中国购买再 运输出境的,运费非常贵。"赖志强说, "如今的非洲正处于卖方市场阶段,我 们计划,第一步先合作建厂,运作成功 后可能会选择通过并购当地工厂,把业 务从乌干达延伸至坦桑尼亚,逐步覆盖

即将登陆澳大利亚的"领尚环球 之家"是联塑"出海"的又一重点。 2015年12月20日,中澳自贸区协定 正式生效,澳大利亚将在5年内对全 部中国原产货物实行零关税,联塑决 定抓住这一机遇。

"我们希望让更多中国泛家居企业 通过'领尚环球之家'抱团'走出去'。" 袁水先坦言,在不少国外城市里,"中国 制造"的家居、建材、五金产品已经占据 了当地市场的半壁江山,但却更多扮演 着"为他人作嫁衣裳"的角色,而联塑正 在努力改变这一格局。

联塑本身有泛家居业务,为何还要 建共享平台?"一家企业'走出去',形成 的品牌影响力是有限的。只有让国内 泛家居建材企业,尤其是中小企业共享 利润,才能让国外消费者认识'中国智 造'的魅力。"袁水先说。

### "单点"发力

### ——打造生态环保产业链

走进联塑集团总部,人工湖上蜻蜓 飞舞,一个欧式风情的小亭子在湖面上 漂浮着。"这是我们公司开发的水上休 闲项目,亭子用联塑的特殊管材搭建, 可以漂浮在水面,坚固耐用。"袁水先向 记者介绍说。

没走多远,水下渔网又引起了记者 的注意。"海洋养殖网箱也是我们的重 点项目。这种材质环保无污染,可以承 受海水的侵蚀,还能较好地抗击台风。"

袁水先告诉记者,性能优越仅仅是 联塑新产品的共同点之一,另一个共同 点则体现在环保方面。

中维化纤:赋予化纤产品环保新使命

本报记者 许红洲

向环保领域进军,联塑早已开始 行动。

在今年年初举行的广东省创新大 会上,联塑集团《建筑排水用无铅硬聚 氯乙烯(PVC-U)管材管件的技术研发 及产业化》项目斩获2016年度广东省 科学技术奖二等奖。据联塑集团品质 管理中心总监宋科明介绍,PVC管材 主要用于给水和排水系统,该系统管道 的生产需要加入稳定剂。传统生产工 艺加入的是成本低、稳定效果好的铅系 稳定剂,但有析出重金属铅的危险,对

"目前,国内在给水系统上已经明 令禁止使用铅系稳定剂,但对排水管道 没有相关要求。"宋科明告诉记者,基于 这样的背景,集团于2011年开始了排 水管道无铅化相关技术的研究。该项 目历时5年,研发投入超过1亿元,最终 突破了大口径PVC-U管材管件无铅 化的技术难题,并实现规模化生产,联 塑集团也由此在国内率先实现全系列 PVC-U排水管材管件无铅化。

2016年4月份,联塑集团成功并购 广州市环境保护工程设计院有限公司, 这标志着中国联塑的战略布局正式延 伸至环保领域。

资料显示,广州环保设计院是一家 集环保工程咨询、设计、施工、管理,环 境污染监测、治理,环保技术研究、服 务、推广、转让等服务为一体的公司,可 为客户提供项目可行性研究报告、环境 影响评价、技术工艺与工程咨询、设计、 施工、调试、运营、监测、安全评价等全 流程的专业服务。

"联塑现有的产品系列和生产设 备,已经能为污水处理、城市综合管廊 建设、'海绵城市'建设等提供一体化解 决方案。未来,我们将努力打造一条集 环保项目咨询、环境检测、环保方案设 计、施工运营服务和融资支持于一身的 生态环保产业链。"左满伦说。

当阅读方式发生重大变化,传 统出版行业该如何转型? 吉林东北 亚出版传媒集团(简称吉版)给出了 自己的答案:在传统出版上做"精" 与技术融合出"新",通过跨界营销 搞"活"

统计显示,截至目前,吉版已连 续8年保持出版图书零售市场占有 率全国第二的好成绩。仅2016年, 集团就有43个项目、近200种图书 荣获国家级奖项或入选国家重点图 书、重大项目,年营业收入18.9亿 元,成为行业佼佼者。

"精"字诀

### 本报记者



部

走进位于长春市人民大街的出 版大厦,各种"新、奇、特"的出版产 品让人眼花缭乱:女性读物《悦读时 光》甄选了大量女性文学中的精品, 并为广大女同胞集纳大量生活小窍 门;儿童文学原创读物《龙与猫之 国》不仅收纳了大量新作,还穿插益 智谜题,为小朋友们的课余生活增 姿添彩;《做最好的自己》等励志作 品,瞄准年轻人初入职场的各种困 扰,有针对性地提出建议……这些

"目前,出版市场正在从大众化 走向分众化,这要求出版企业从数 量增长向提质增效转变,从规模效 益向单品种效益转变。我们要相信

作品均收到了良好的市场反响,在

各自领域表现不俗。

市场对正能量图书的刚需,通过供给侧结构性改革,实现社 会效益与经济效益的双赢。"吉版集团党委书记、董事长成 与华告诉记者,2016年,集团年销售10万册以上的畅销书 达13种,年销售5万册以上的热销书也有25种,"这样的好 成绩坚定了我们做精品的决心"。

同时,精品的畅销也坚定了吉版走出国门,实现文化 "走出去"的信心。2015年,集团输出版权153项;2016 年,输出版权146项,海外市场涉及美国、韩国、俄罗斯、澳 大利亚等30多个国家和地区。尤其值得一提的是,《铁证 如山——吉林省档案馆馆藏日本侵华档案研究》系列图 书已完成中文、英文、日文、俄文、韩文5个语种的翻译工 作,版权已输出到韩国、英国、法国和俄罗斯,并接连亮相 法兰克福书展、美国书展等国际顶级图书展会,引起巨大 海外反响。

在出版大厦新媒体展示大厅,记者亲身体验到"VR/ AR+图书"的魅力。通过AR技术,儿童图书《小宝动物 园》中的动物呈现出三维动态图像,可以跑、跳、飞、叫,大 大增强了儿童读物的趣味性;图书《进入恐龙公园》运用 VR增强现实技术,模拟恐龙的生活环境、捕食场景,读者 只要戴上随书赠送的"身临其境"眼镜,便可进入"真实" 的恐龙世界。

吉版集团出版物管理部副部长安静告诉记者,吉版开 发的"VR/AR+图书"技术彻底改变了传统的二维平面阅读 模式,将阅读变成三维立体、动感十足的新体验。目前,集 团已有8个新媒体项目入选国家新闻出版改革发展项目 库,集团资源库也上传了1.33万余种数字资源。以此为基 础,集团将进一步在数字出版产品方面发力,努力开拓出版

"当今是融合的时代,出版产业要转型升级,必须契合 融合发展的大趋势,寻求跨界。"成与华告诉记者,吉版对于 出版发行与其他行业的跨界联手一直是非常看好的,目前, 集团正支持旗下媒体开展相关探索,延伸产业链。其中,卓 信医学传媒集团就是一个成功案例。

卓信传媒原是一家拥有《中国医院院长》杂志、《中国社 区医师》杂志和《医师报》的传统媒体。"我们的发行对象范 围有限,最惨的时候只有5万册的销量,要生存发展只能跨 界转型。"卓信传媒负责人王雁鹏说。

基于这一思路,卓信传媒整合医院、医生、医疗器械和 药品等相关单位资源,努力打造"中国医院院长年会"等专 业会议。目前,该年会已成功举办10届,被业界公认为中 国医疗健康产业层次最高、规模最大的品牌盛会。仅此一 项探索,卓信传媒就成功摆脱了生存困境,成为吉版旗下的 创收能手。

"卓信传媒的成功探索不仅为自己赢得了更加宽广的 发展空间,也为国内同行业的转型升级提供了示范。"成与 华表示,未来吉版还将继续支持跨界创新,实现成功经验的 批量复制,为整个集团的发展提供新动能。

### 葛洲坝牵手展慈金属

### 打造再生资源高端企业

本报讯 记者杨阳腾报道:中国葛洲坝集团子公司 -中国葛洲坝集团绿园科技有限公司日前牵手再生有色 金属领域的知名企业——宁波展慈金属工业有限公司,双 方在浙江慈溪市合资设立葛洲坝展慈(宁波)金属工业有限 公司,主营业务为再生有色金属深加工。

据了解,葛洲坝绿园科技公司成立两年多来,依托重 组后的葛洲坝环嘉公司、葛洲坝兴业公司,在全国设立9 家三级公司,初步形成了涵盖再生资源回收利用全领域 的业务网络。

中国葛洲坝集团股份公司副总经理、葛洲坝绿园科技 公司董事长郭成洲表示,2017年,中国葛洲坝集团提出"提 升发展质量、加快升级步伐"的发展思路,公司涉足再生资 源深加工领域是顺应集团发展的战略需要。目前,再生资 源行业经过长足发展,已基本实现从"收进来、卖出去"向 "深加工、再利用"的转变。 葛洲坝绿园科技公司的切入旨 在建立涵盖资源回收、初加工和深加工等在内的再生资源 全产业链条,打造再生资源高端产业。

"我们的目标是打造中国最大、最高端、最具影响力的 综合性环保企业,做环保行业的标杆。"郭成洲说。

编高妍

在产品研发过程中,中维化纤对每 思考后的决定。"虽然汽车早已进入 普通家庭,但消费升级仍在继续。随 着全社会安全意识的提高,国内外市 场均急需大量气囊丝用于汽车安全

气囊生产。在我国,汽车企业普遍从 两家企业采购气囊丝,一家是美国独 资企业,另一家是中德合资企业,采用 的是德国技术。我们就是要联合行业 优秀资源,打破国外技术垄断。"陈海

陈海涛还透露,今年2月份,高铁 专用改性工程塑料产品已经在北京上 造'这个大理想,我们一直在努力。"陈 海涛说。

在日前举办的第14届中国国际纺 织纱线(春夏)展览会上,中维化纤股份 有限公司的展台吸引了诸多海内外参 展商驻足。

作为第一次参展的企业,中维化纤 的展台很小,布置也简单,但表现堪称 惊艳。"还是产品过硬。"中国纺织工业 联合会副会长孙淮滨表示,中维化纤虽 是化纤行业的新兵,但起点高,理念新, 市场前景可期。

中维化纤成立于2015年,由上海 摩资投资有限公司控股,生产基地位于 中原腹地河南省鹤壁市淇县,是国内第 一家、也是唯一一家专注研发生产"尼 龙66汽车安全气囊丝"的本土企业。

"我们这次参展带来的是尼龙66 '色纱'、汽车安全气囊丝和高强度'半

消光长丝',这些产品都填补了国内市 场空白。"在中维化纤展台,公司创始人 陈海涛告诉《经济日报》记者,经过技术 攻关,该产品在生产过程中实现着色零 用水,客户在生产有色产品时可直接使 用,减少了染整工序,真正实现了节能 减排、绿色生产。

"目前,传统纺织印染业普遍存在 生产技术水平低下,生产工艺和设备落 后,高耗能低产出的现象,极易造成废 水、废气和噪声等方面的环境污染。要 改变这一现状,必须依靠技术创新,改 变生产工艺。"陈海涛告诉记者,为此, 中维化纤联合中国科学院化学研究所, 共同成立聚酰胺纤维工程技术研发中 心。"我们希望通过技术攻关,赋予化纤 产品节能环保的新使命。"

个环节都不放松:在设备创新上,率先 研发出尼龙66纺丝技术中的8头纺丝 技术,破解了此前一直困扰业界的产量 低、周期长、成本高等难题;在生产工艺 上,通过自主创新,克服了生产过程中 丝条容易被氧化的问题,保证了产品的 白度、染色性、收缩性和强力等特性。 尤其值得一提的是,中维化纤充分发挥 后起优势,加大信息化、互联网等新技 术的融合应用。"我们在原材料投用和 产品下线前都严把物检化验关卡,所有 产品采用'一筒一码'。"陈海涛说,给产 品加载的二维码就好比身份证,能实现 全程可追溯。

选择尼龙66安全气囊丝切入化 纤行业,也是陈海涛和团队反复调研

车试验成功,各项性能指标优越,预计 年底正式投产。"这是中维化纤这个化 纤新兵的又一重大突破。为了'中国智

本版编辑

本版邮箱 jjrbqyb@163.com