

专注浓缩机练就隐形冠军

本报记者 梁睿



中芬矿机自2018年以来

在浓缩机市场上
一直保持着

四成以上
的市场占有率

2021年

中芬矿机产值将突破 3亿元

北京首钢首云矿业尾矿处理项目使用了中芬矿机研发的nxz-53米浓缩机。

(资料图片)

走近“小巨人”

今年上半年,淮北中芬矿山机器有限责任公司可谓双喜临门:销售收入10212万元,产值10435万元,税收近400万元,创企业历史同期最好成绩;最近又自主研发了更加先进高效的逆流洗涤浓缩机。作为一家“小巨人”企业,中芬矿机是如何成长的?

记者日前来到坐落于安徽省淮北市杜集经济开发区的中芬矿机一探究竟。走进该公司生产车间,机器轰鸣,焊花四溅,运转设备的大型运输车辆进进出出,一派热火朝天的生产景象。“手上的订单已经排到了年底。”董事长周瑜告诉记者,“今年产值有望比去年翻一番。”

中芬矿机的主打产品工矿用浓缩机是一种连续工作的矿浆浓缩和水质澄清设备,主要用于湿式选矿作业精矿、尾矿浆的脱水,也用于煤炭、钢铁、化工、水源等行业中含固料浆的浓缩和净化,对提高回水利用率以及保护环境具有重要意义。

“从1995年企业创立开始,我们就始终致力于研发和生产大型浓缩机,将先进技术的引进、消化、吸收和利用作为引领企业发展壮大的内生动力。”周瑜告诉记者,秉承着“人无我有,人有我优,人优我新,人新我精”的经营理念,公司从零起步,目前技术和产品始终保持行业领先地位。自2018年以来,在浓缩机市场上一直保持着四成以上的市场占有率。

精耕细分市场

周瑜把企业保持领先的秘诀归因于两

个字:专注。选定浓缩机不动摇,聚焦这个“小众”市场一干就20多年。

1995年,在国有企业淮北矿业集团从事销售工作的周瑜,看到设备市场竞争不断加剧,企业效益不佳,为了谋求出路,他带着七八个下岗职工创办了中芬矿机,开启了创业之路。

万事开头难。中芬矿机刚成立时,一缺技术,二少产品,连厂房的租金都欠了3个月。出路到底在哪里?从事矿山设备销售多年的周瑜发现了洗煤企业一个痛点:当时国内洗煤企业用的都是上世纪50年代苏联设计的工矿用浓缩机。这些浓缩机最大的问题是,机器都使用钢球来支持滚动部件,由于生产负荷和应力的变化,钢球往往会往外掉,一掉就得停机检修,还得靠人工清理像游泳池那么大的浓缩池。既影响生产,又浪费人力,各家用户苦不堪言。

从事煤炭机械行业多年的周瑜灵机一动,能不能设计一个不靠钢球就能转动的浓缩机主机,这样企业不就找到自己的生存空间了吗?说干就干,凭借多年销售工作积累的客户资源,周瑜找到一家愿意合作的洗煤企业,并带领技术人员对旧设备进行改造,用导轮和导轨替代了钢球,改造后的浓缩机取消了钢球部件,解决了困扰行业多年的掉钢球毛病,也让中芬矿机淘到了第一桶金。

从此,周瑜认准了浓缩机市场。他告诉记者,这个产品市场不大,但有一些技术含量,大企业不愿花力气做,小企业又做不好。“尽管当时煤炭行情转暖,各地纷纷新建生产线,不少人劝我把产品扩展到矿车、皮带机等采煤设备,但这些产品体现不出我们的竞争力来,而且就我们的能力而言,能把浓缩机这个产品做好就已经很了不得了。”

周瑜告诉记者,面对红火的市場,中芬矿机不为短期利益所动,聚精会神做好浓缩机产品,在帮助洗煤企业技改的同时,也推出了自己开发的第一代产品。

迈向一流企业

然而,随着市场的开放,国外浓缩机设备纷纷进入中国市场,这其中有不少是经营了几十年上百年的老品牌,初出茅庐的中芬矿机面临新挑战。“国外同行的到来也给了我们学习的机会,比如美国设备采用了液压传动,这样启动时会更稳定;而英国设备应用了自动提把技术,能够有效应对工作负荷的突然变化,减少停机事故。”周瑜说,“我们就花时间学,不断试验,博采众长,在消化吸收先进技术后再创新,推出了同时应用液压传动和自动提把技术的新一代浓缩机,受到用户欢迎。”

中芬矿机总工程师陈文豪介绍,公司始终重视产品的研发迭代,每年研发投入占年销售额的9%左右。经过20多年的发展及技术研究,目前中芬矿机已拥有10多个国家专利,开发的多系列高效智能化浓缩机整机及配套设备产品在性能、技术水平方面达到国际先进水平。公司研发生产的可编程控制的周边液压驱动、液压自动提把高效智能化浓缩机直径已达100米,目前正在开发直径达125米的产品,在行业内处于领先地位。

中芬矿机还加快传统制造业与互联网技术的融合。2020年,受疫情影响,中芬矿机创新开展了互联网远程在线服务,为国内外客户提供运维服务,尽最大努力减少因疫情造成的影响。周瑜表示,下一步,企业将继续加大技术创新投入力度,拓展产品服务

行业领域,有针对性地满足客户的需求。

周瑜告诉记者:“目前我们的产品已经走出国门,远销俄罗斯、沙特、巴西、印尼等30多个国家;行业应用也从煤炭扩展到钢铁、贵金属及有色金属采选、化工、稀土矿山等。今年中芬矿机的产值将突破3亿元,我们将朝着智能化、数字化、网络化的方向稳步迈进,争取将企业打造成为国内外一流的大型智能化工业洗选设备研发生产基地。”

政策助力发展

企业的发展离不开良好的政策环境。记者从淮北市经济和信息化局了解到,当地积极实施创新驱动发展战略,提高自主创新能力,持续实施专精特新中小企业培育工程,遵循“小微企业—专精特新企业—专精特新冠军企业—国家级‘小巨人’企业”梯次培育机制,坚持走绿色发展、低碳发展之路,现已培育省级专精特新中小企业100家,包括中芬矿机在内的国家专精特新“小巨人”企业7家。

据介绍,当地建立了市、县区专精特新中小企业培育库,每年设立1亿元中小企业发展专项资金,出台《关于进一步激发民营企业创业热情成就企业家创新创业创造推进民营经济高质量发展的实施细则》“30条”和称号类项目“即报即审即兑”政策,中芬矿机等3家专精特新“小巨人”企业获得重点支持资金586.6万元。

为了进一步畅通中芬矿机等企业的融资渠道,淮北市经信局还与建行、中行等签订合作协议,建立专精特新及“小巨人”企业融资推介目录。上半年,银企对接签约2.27亿元,延期还本8.87亿元,发放普惠贷款达10.91亿元。

企业漫谈

恒大冰泉近日传出上市的消息,而数月前,中国恒大就曾在其业绩会上表示,已买回恒大冰泉49%的股权。

回顾恒大冰泉的发展,从最初的高调亮相到亏损降价,再到卖掉又重新收回,其发展历程波折又坎坷。恒大冰泉于2013年强势出道,为快速打开市场,仅广告投资就花费了60亿元。虽然宣传攻势很强大,但市场并没有青睐这个高调的新人。上市当年,恒大冰泉卖出10.9亿元,与其当时打出的1年100亿元目标有差距。此后非但没有实现发展目标,还在3年时间里亏了40亿元。最后在2016年以18亿元的价格被售出。

恒大冰泉为何没有经营好这瓶水?众说纷纭,莫衷一是。比如,盲目烧钱求流量、缺乏独特的卖点、渠道不匹配、区域错位、自身定位不合理等。一系列的原因,表面看是发展策略失误。而深层问题是恒大冰泉的跨界困境,这也是企业跨界面临的共性问题。随着企业发展,通过跨界开拓新赛道,业务扩展到新领域,但是不同领域在商业运作、渠道营销等方面存在很大差别。俗话说,隔行如隔山。对于企业来说,进入一个新领域,从不懂到熟悉需要一个过程。

如何跨界而不踩空,需要打破思维壁垒,掌握新领域的运作规律,更需要定力和耐力。在未掌握新领域运作规律的前提下,急躁反而会适得其反。快速快出、制定高目标、大手笔营销造势……恒大冰泉当年的营销模式沿用了恒大“原来的配方”,却有了“淮橘为枳”的味道。比如,恒大冰泉在上市之初就打出了“一年100亿,三年300亿”的口号。当时瓶装水市场规模有限,恒大冰泉要在短短三年里取得几家行业巨头几十年积累的成绩,显然是不切实际的,结果是赚了眼球,输了市场。

恒大冰泉能否有机会再掀风浪?

从市场的角度来看,矿泉水赛道竞争对手越来越多,但随着人们消费水平的提高,对饮水健康的重视,对矿泉水的需求也在不断扩大。根据调研报告,2014年至2019年,天然水及天然矿泉水的复合年增长率分别在24.8%、18.4%左右。机构认为这一趋势还将延续,2019年至2024年,预计天然水及天然矿泉水的复合年增长率在15.4%和14.2%左右。也就是说,瓶装水行业仍处在不断扩容的状态,消费市场潜力很大,类似恒大冰泉等企业仍然是有市场的。更何况,易主的恒大冰泉并没有在市场上销声匿迹。近几年,恒大冰泉也在矿泉水领域建立了从2元水、3元水到高端水的完整产品结构,已经拥有了较强的知名度,具备了一定品牌影响力。

值得注意的是,瓶装水行业是一个充分竞争的行业,也是一个需要慢工出细活的领域,需要长时间的精耕细作。比如,水的质量、销售渠道、品牌甚至包装的颜值等,都会决定品牌的胜负。虽然尚不知恒大冰泉接下来会如何发展,但如果改变此前快速快出的打法,愿意投入精力分析瓶装水行业特点,据此开拓合适的销售渠道,进行长时间的品牌沉淀,并给予更多资源上的倾斜,仍然有机会与其他品牌一较高下。期待恒大冰泉沉下心来建立起核心竞争力,找到适合自己的发展模式。

本版编辑 辛自强 张苇杭 美编 高妍

华为：“有质量地活下来”

本报记者 黄鑫

2021年上半年

华为实现销售收入 3204亿元

净利润率 9.8%

相比去年上半年提高了0.6个百分点

其中 1369亿元
运营业务收入

429亿元
企业业务收入

1357亿元
消费者业务收入

根据最新一期《财富》世界500强排名

华为排名 44位 比去年上升5位

华为刚刚发布了2021年上半年经营业绩,在众所周知的艰难环境下,整体经营成果来之不易。

数据显示,2021年上半年,华为实现销售收入3204亿元人民币,净利润率为9.8%,相比去年上半年提高了0.6个百分点。其中,运营业务收入为1369亿元人民币,企业业务收入为429亿元人民币,消费者业务收入为1357亿元人民币。值得注意的是,出售荣耀的获利未计入此次财报。根据最新一期《财富》世界500强排名,华为排名44位,比去年上升5位。

华为回应经济日报记者说,“我们对企业业务的年度目标达成充满信心,预计2021年企业业务仍将是华为最具潜力的增长引擎,保持稳步增长;预计2021年运营业务将保持稳健发展,总体上会略有增长。”

业内专家认为,华为企业业务虽然现在绝对值不高,却是华为未来发展的重点。华为在智能网联汽车领域布局已久,已有了成熟的“激光雷达+视觉算法”系统,而智能网联汽车产业将是万亿元级的市场。

华为在智能网联汽车领域进展迅速。中信证券研究认为,目前华为已推出30多款智能汽车软硬件产品,覆盖激光雷达、车载芯片、鸿蒙OS车机系统、自动驾驶软件等。华为赋能的相关车企,在中国市场有望拿到20%至30%市场份额。

据了解,目前,华为与车企的合作方式主

要有3种:定位为智能化零部件供应商,直接向车企提供智能汽车软硬件智能化产品;定位为车企平台化产品及服务提供商,向车企提供多款智能汽车软硬件产品组合,比如赛力斯华为智选SF5汽车;定位为智能汽车全栈式解决方案提供商,向车企提供华为Inside,比如与北汽极狐ARCFOX阿尔法S汽车开展合作。未来还有更多可能。

专家分析说,运营业务是华为的老阵地,华为在5G领域已经具备领先优势,加上新基建政策和5G建设浪潮,仍将保持比较稳定的发展。

华为轮值董事长徐直军表示:“我们明确了公司未来5年的战略目标,即通过为客户及伙伴创造价值,活下来,有质量地活下来。展望全年,尽管消费者业务因为受到外部影响收入下降,但我们有信心,运营业务和企业业务仍将实现稳健增长。”

华为多年来一直坚持对研发领域的投

入,过去3年,基本上把每年近15%的收入投入到研发领域。今年还会继续加大研发投入。徐直军表示:“面对挑战,全体华为员工都展现了非凡的勇气和力量,感谢他们的付出。华为依然坚信数字技术的创新,可以为人类社会面临的新问题带来新的解决方案,通过产品和服务和技术创新,帮助推动低碳社会、智能社会的到来。”

