

“只有将工业设计作为提升企业核心竞争力的重要途径,‘广东制造’乃至‘中国制造’才能加快实现产业转型和升级”

工业设计:重视这个“以小博大”的行业

INC. 复苏寻踪

■本报记者 蒋蕊

“我们去年的13个亿,帮助了中国和海外很多大企业实现了300亿元的产值。”7月15日,一身红白相间中式衬衣的广州毅昌科技公司董事长沈熙在接受本报记者专访时自豪地说,今年公司的目标是实现销售收入18亿元。

“我们从事的工作,就是通过设计创新将原本卖3000元的产品卖到4000元。”曾经担任最佳设计师的沈熙,1998年创立毅昌,专注家电、汽车等产品的外型设计、研发与制造,连年飞速发展,现已成为年销售额近13亿元、累计突破50亿元的企业集团,也是工业设计这个“以小博大”的行业内不折不扣的隐形冠军。

去年以来来势汹汹的国际金融危机中,毅昌逆势而上,开发项目数量增加了40%到50%。“危机时期正是工业设计的上升期,因为通过工业设计来增加产品附加值,可以较低成本获得更高的收益。”沈熙说,“只有将工业设计作为提升企业核心竞争力的重要途径,‘广东制造’乃至‘中国制造’才能加快实现产业转型和升级。”

危机凸显“设计的力量”

“只有金融危机,才能考验企业真正的



本报记者 蒋蕊 摄

【采访手记】 莫忽视“中国设计”这个抓手

7月11日的珠三角经济发展高层论坛上,沈熙的演讲得到了全场最热烈的反响,也正是这次充满激情的演讲,让记者对工业设计这个领域产生了浓厚的兴趣。而对于这个“以小博大”的行业,很多人的了解都跟记者一样少之又少。

与那些日夜为企业生存殚精竭虑的老闆们不同,多年来沈熙多方奔走为宣传工业设计而大声疾呼。在这位工业设计的“布道家”看来,只有大力加强全社会对工业设计的认识,才能使这个行业得到应有的重视并加快发展。

资料显示,我国工业设计专业每年毕业的学生达1万余人,从数量上来看,能基本满足国民经济发展的要求,但实际上,每年都有一大半的毕业生流向包装、装潢、广告或是网页设计,业内人士称,改行的原因并非市场饱和,而是国内许多企业对工业设计的重要性不甚了解,更谈不上重视。

在毅昌,竖立着一块巨大的牌子——“科

在多个场合,沈熙都会引用韩国三星集团凭借工业设计在亚洲金融危机后快速崛起的例子。三星在10年之间连续获得48个美国IDEA奖、56个德国IF奖、41个日本G-MARK奖等国际顶级工业设计奖项,一举奠定了高端电子供应商地位。这期间三星的销售额增长3.4倍,利润更是“爆炸式”地增长了28倍。

同样,1997年在亚洲金融危机中潦倒不堪的韩国商人金俊一,凭借一只只塑料盒实现了奇迹般的崛起。原先,他经营的塑料制品公司只不过卖一些饭盒、水桶等日用百货,几块钱一个,利润微薄。而通过工业设计,采用优质耐热材料,增加了密封性,设计了双重锁定盖,再制作成尺寸规范的系列化产品,就一夜间变成了厨房“显贵”。

“对于成千上万在这一轮金融危机中生存艰难的中国中小企业而言,这不正是一条可资借鉴的升级路径?”沈熙说。

“危机也许会倒逼着中国企业重新认识工业设计的战略价值。”中国工业设计协会理事长朱杰也表示,工业设计将是本土制造企业走出困境的“催化剂”和“助推器”。

事实上,即便没有遇到金融危机,不少敏锐的中国本土企业也已经认识到“设计的力量”。而国很早就建立工业设计专门公司,为其“一体化家电解决方案”提供设计支持;联想集团在国际化后,加大了产品设计力度,并成立了专业设计团队。

从红海走向蓝海

毅昌的设计项目涉及家电、汽车、手机等八大行业,是中国最大的壳体生产基地。“在

技立国,设计兴国”。而在沈熙的言谈中,对于工业设计提升中国制造业竞争力的拳拳之心溢于言表。尽管可能有某种“身处其中”的局限性,但这个一度被忽视的行业,的确有受重视的必要。

中国工业设计协会理事长朱杰说过,中国的自主创新战略有“两个翅膀”,一个是技术创新,另一个是设计创新,后者往往被忽视。韩国“设计立国”的路径,或许可以成为“广东制造”乃至“中国制造”转型升级可资借鉴的路径。正如朱杰所言:从“中国制造”走向“中国创造”,中间缺少一个“抓手”,就是“中国设计”。

每个行业内,真正说到产品的内核是差不多的。例如苹果的电脑,为什么它能卖得那么贵?因为苹果的企业文化格外推崇设计为先,不仅仅注重外观的漂亮,还通过界面、人机交互等方面的集成创新形成独特的时尚感和强大的竞争力。因此在金融危机股市暴跌时,它仍是股价相对坚挺的制造企业。”沈熙说。

走在公司的宣传册上,沈熙向记者解说了某知名汽车品牌的例子。这家汽车企业最知名的车型对1999年投产,8年经过8次改款,每次改款,零售价都会从低点调升6万~7万元,至今仍维持着中高档车价位。“只要仔细拆解这款车,就会发现,所谓升级换代,主要是通过低成本的设计,对车灯、前后保险杠、内外装饰等外观加以简单改进,使产品更具现代气息,从而迎合消费者求新求变的心理,真正的技术革新很少。”

这一道理,同样适用于冰箱、空调、电视、电脑、手机等领域。“很多空调,手机厂商每年推出新品时都会用一些新概念来吸引顾客,其实未必是有什么突破性的技术创新,而是通过工业设计让产品改头换面了。”

“LV手袋卖价1万元,奔驰可以卖到一两百万,并不是因为其中有多么高的科技含量,而是通过设计增加了产品的内涵。”沈熙说。

“中国改革开放30年,我们一直是通过‘中国制造’在红海里缓慢遨游,其实完全可以透过大力发展工业设计,在更广阔的蓝海中游荡。”

“发展工业设计应成为国家战略”

在毅昌,人们不仅可以看到一个个埋头

忙碌的设计师,还可以看到一个漂亮的电视外壳是怎么做出来的。“最初我们只做设计,后来为了把企业做大,一咬牙花300万元买了设备,开始提供‘设计+制造’一条龙服务。”沈熙说。

现在,毅昌将涉及产品外观设计制造的整个产业链条进行优化,从工业设计、结构设计、模具设计、模具制造、塑料研究、注塑、喷涂、装配、钣金到工艺改善的各个环节进行了产业组合与升级。依靠分布全国的八个基地,毅昌已形成年产1200万套机壳的能力。“产业化的好处还在于,我们一条生产线上可以同时生产出几个客户的不同产品,实现了较高的投入产出比。”

沈熙的野心显然不止于此,毅昌已经递交了上市申请材料,他希望政府鼓励有实力的工业设计产业示范企业上市,加速发展引领产业升级。与此同时,他正在大力呼吁有关方面尽快建立国家级工业设计产业示范基地、博物院、孵化器、“两化”融合示范基地。

“从政策扶持来说,工业设计界一直是悲哀的,无论是国家还是地方,直到今天都没有提出明确的产业扶持政策。”他说,早期国家提出的软件扶持政策,实际上对软件的发展起到了非常好的助推作用。

沈熙认为我国可以借鉴韩国的经验发展工业设计。早在1970年,韩国政府专门成立了韩国设计振兴院,每年拨出相当于3亿元人民币的资金用于工业设计的支持、交流和评选等活动;对设立创作研究所的企业给予税费优惠,年减免额达280亿美元。

据了解,除了韩国之外,英国设有专门的“国家设计委员会”;日本通产省有“设计政策办公室”,还有各类分支机构;印度也成立了国家设计学院,要将“印度设计”打造成世界品牌。

对此,中国工业设计协会秘书长黄武秀也曾表示,“中国设计”崛起的一大瓶颈,就是政府支持力度不够。“发展工业设计成为国家战略,尤其是后发工业国,如想赶超发达国家,仅仅靠‘市场的自觉’完全不够。”

好在,今天的沈熙已经看到了一丝曙光。“前一阶段广东省第一次由政府认可评定了第一批工业设计师,得到政府的认可后,相信后面各类的政策会陆续出台。”

同样会给我国物流业发展带来一个非常重要的契机,特别是我国出台包括物流业在内的产业振兴规划,将在很大程度上促进我国物流业的发展。”

王薇分析认为,当前物流需求规模下降,对于很多物流企业来说,可能面临生死考验,“必然淘汰部分企业,但有一些企业也许会更好地生存下去。”

“经过金融危机调整之后,我国会出现一些比较好的或者规模更大的物流企业,这将是我国物流业再发展的基础。当然,物流业能否得到大的发展,关键还取决于物流企业自身在竞争和调整过程中的努力。”

而开滦物流的逆势发展,似乎在佐证着王薇的看法。

“目前,古冶仓储加工配送、生产资料交易物流园区;唐港服务临港经济、焦炭及煤化工产品转运物流园区;曹妃甸国家煤炭储备及加工配煤基地物流园区——开滦物流三大物流园区整体规划,已通过评审,纳入省、市物流规划。”据张文学介绍,“今年将投资1.9亿元,使开滦物流向高水平发展。”

“2009年,物流产业收入将实现200亿元,2012年将超过500亿元。”张文学告诉记者,200亿元的目标原本是开滦物流明年的安排,但现在看起来要提前实现了。



突如其来的金融危机和国家物流业振兴规划的出台,使物流行业面临突出矛盾,也带来了非常重要的转机

“物流发展也许会使一些企业更好地生存下去”

INC. 观察

■本报记者 张世斌 刘静 通讯员 董泽民

“当前物流行业面临突出矛盾。但在这次金融危机调整过程中,我国物流业也面临非常重要的转机,特别是国家最近出台的产业振兴规划给物流业带来了机会。”国务院发展研究中心市场研究所副所长王薇日前表示。

物流产业,是世界经济发展的热点之一。近年来,我国物流业飞速发展,已经成为国民经济新的增长点和重要的支柱产业。

作为煤炭行业首家“国家5A级综合服务型物流企业”和“中国物流实验基地”,开滦物流的发展,是我国物流业飞速发展的缩影。河北省物流协会副会长、开滦集团公司副总经理李敬认为:“现在是我国物流业发展最关键的时期,是政策扶持力度最大的时候。特别是国家物流业振兴规划的出台,将会推进我国物流业的迅猛发展,开滦物流也会借此机会强力推进。”

产业政策提供难得发展机遇

“现代物流起源于美国,发展于日本,成熟于欧洲,拓展于中国”——这是公认的世界物流发展轨迹。

据了解,现代物流属于第三产业,属于产业优化升级的产物,是一个新的经济增长点,是现代经济的重要组成部分。

“物流业在我国是一个新兴的产业,但它对国民经济的发展非常重要。”李敬告诉记者,物流业是融合运输业、仓储业、货代业和信息业等的复合型服务产业,是国民经济的重要组成部分,涉及领域广,吸纳就业人数多,促进生产、拉动消费作用大,在促进产业结构调整、转变经济发展方式和增强国际竞争力等方面发挥着重要作用。

目前,全球跨国公司约4.5万家,其生产和贸易总值约占全球贸易总量的50%,它们伸向全球的触角就是现代物流业。美国物流产业的规模约为9000亿美元,几乎为高技术产业的2倍之多,占美国国内生产总值的10%以上。全球物流产业规模约为3.43万亿美元。

而据国家公布的《物流业调整和振兴规

划》披露,2008年,我国社会物流总额达89.9万亿元,比2000年增长4.2倍,年均增长23%。2008年,物流业增加值占全部服务业增加值的比重为16.5%,占GDP的比重为6.6%。

“发达国家物流业成本也就是10%左右,我国在20%-25%,差距是比较大的。”李敬表示,由于我国物流业起步较晚,与发达国家相比还存在明显差距。

而国家产业政策的出台,为物流产业的发展提供了难得的机遇。

2006年,全国十届人大四次会议通过的《国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》中,“大力发展现代物流业”的描述,标志着现代物流的产业地位在国家规划层面第一次得以确立。随后,国家《关于促进服务业加快发展的若干意见》,也将物流业发展列入重点发展领域。

2009年2月25日,国务院常务会议审议并原则通过的“物流业调整振兴规划”,正式将“物流业”列入国家十大振兴产业之一。

“国家产业振兴规划为我国物流业发展创造了很多新的机遇,包括一些重要商品的物流规划,怎样实现制造业和物流业联动等等,更重要的意义在于,国家产业振兴规划提升了物流业的地位,为物流业发展创造了一个比较好的环境。”王薇认为。

由企业物流走向物流企业

“发展物流产业,开滦的优势得天独厚。”开滦集团公司董事长张文学表示。

开滦地处唐山境内,毗邻京津大城市群,处于环渤海经济开发腹地;京沈、通坨、大秦和坨港四条铁路干线,京沈、唐津、唐港三条高速公路纵横其中;距秦皇岛港、塘沽港均在百公里左右,京唐港建有开滦业主码头,煤炭可直抵华东、华南市场,曹妃甸港及区域工业项目的开发建设如火如荼;作为一个已有130年历史的知名企业,在华北、华东、华南等地区拥有广阔的供销渠道,与鞍钢、首钢、宝钢、本钢、唐钢等各大钢铁企业有着稳定的客户关系,具有极高的美誉度、忠诚度;此外,还有良好的基础设施和场地。

2008年,开滦集团根据发展的需要,调整了企业发展战略,把传统的物流企业打造成现代的物流企业并使之成为开滦集团支柱产业,成为企业经济转型的主要途径之一。

在这样的大背景下,以产业姿态出现的开滦物流,开始了“内外兼修”——对内,必须保障开滦集团的生产经营需要;对外,提供物流服务,实现物流与贸易规模扩张。

据李敬介绍,开滦物流秉承“安全、准时、快捷、经济”的服务理念和“为客户创造价值,实现企业资源价值最大化”的经营宗旨,把专业市场建设作为突破口,为客户提供煤炭销售、物资采购及贸易、港口储运、中转、铁路和公路运输、仓储配送、配煤产品加工等贸

易及物流服务业务。

几年来,开滦物流建立了战略采购、招标采购、超市采购三位一体的集中采购模式,优化了供货商结构,采购集中度达到了80%以上。对销售物流,调整市场结构,形成以资本为纽带的战略合作层,以区域经济发展为目标,以区域经济发展为目标,以资源为纽带的中长期联合合作层,同时以用户需求为目标发展配煤加工物流,销售客户与供应商共同形成了统一闭合的供应链管理体系。

经过几年的发展,开滦物流现已初步形成了以“煤路港航”为特色的综合服务型物流体系,通过了ISO9001:2000质量管理体系认证。物流运营和对外贸易收入实现了年年增长,物流经营收入由2004年的18.5亿元增加到了2007年的32.6亿元;2008年达到了103亿元;2009年上半年,达到了105亿元,超过了2008年的总和。

“由企业物流走向物流企业,由第三利润源走向直接创造价值,创造效益,开滦物流正在大踏步地朝着既定的方向迈进。”张文学自豪地说。

今年3月18日,河北省省委常委、副省长杨崇勇视察开滦时也指出:“开滦集团在物流产业发展上率先突破,理念非常先进,运作能力在河北已经达到了很高的水平,成为了河北现代物流的领军企业。”

根据开滦集团2008年至2010年及“十二五”发展战略调整意见,物流产业已经被确定为开滦的支柱性产业之一。开滦物流要成为冀中地区煤炭发运配煤的龙头和京津冀大物流系统中的—一个重要节点,年营业收入要达到200亿元以上,并朝着“中国物流示范基地”的目标迈进。依照这个目标,以发展第三方物流为重点,开滦物流的蓝图已经铺开。

新战略、新品牌、新车型,打造中国自主汽车新形象

帝豪下线 吉利升级

本报7月28日宁波电(记者姜文良)今天上午10点,一辆帝豪EC718从吉利宁波波城总装厂驶下下线。作为公司新战略的又一标志性成果,这是吉利汽车首款以出口欧美市场为目标打造的全球车型。浙江吉利控股集团董事长李书福称:“帝豪承载着提升吉利品牌价值与形象的重任,自主造车,打造中国汽车新形象则是我们吉利汽车的神圣使命。”

此次同时下线的还有帝豪三厢版EC718和两厢版EC718-RV。据悉,这两款车将于两周后在全国上市,预计售价8万~11万元。这是一款国际标准的B级车,轴距2650mm,车

身兼具来自日本富士公司、德国西门子提供整车电子系统,荷兰PDE公司调校底盘,控制模块采用德国博世M7.8系统,首批搭载吉利自主研发的功率率达57.2千瓦的1.8升CVVT发动机。主管技术研发的赵福全副总裁告诉记者:“我们后续还将配置D-CVVT发动机,升级后可满足欧五排放标准;明年还将搭载DSI变速箱。”

帝豪品牌发布和帝豪新车下线,标志着吉利汽车新战略规划的三大全新子品牌全球鹰、帝豪、上海英伦已全部正式投入运营。全球鹰与上海英伦品牌已分别于去年底和上个月面世,三太子品牌涵盖了低中高挡全系列轿车和

由此展开大规模的公司战略转型:由单纯成本领先为导向,转向以技术与品质领先为导向,以新品牌、新车型提升国际竞争力。为此,吉利聘请了高级管理人才,寻找融资伙伴,将更多资金投入研发,加强技术和制造能力。李书福的战略要旨是引领吉利成长为一个国际化的竞争对手。

帝豪品牌发布和帝豪新车下线,标志着吉利汽车新战略规划的三大全新子品牌全球鹰、帝豪、上海英伦已全部正式投入运营。全球鹰与上海英伦品牌已分别于去年底和上个月面世,三太子品牌涵盖了低中高挡全系列轿车和

INC. 一周速览

(7月22日~7月28日)

◆数字:

中移动、神华、一汽名列央企绩效考核前三名

中国国务院国资委23日公布了2008年度中央企业业绩考核A级的32家企业名单,中国移动通信集团公司、神华集团有限责任公司和中国第一汽车集团公司位列前三名。据了解,在去年145家纳入国资委考核(或测试评价)的中央企业中,32家考核为最佳的A级,占22.07%,一汽集团、国机集团、中国建材、中国铁建和中煤科工首次进入A级。(新华社)

国土资源部:地价占房价比平均23.2%

记者7月26日从国土资源部相关研究机构获悉,自今年5月底国土资源部组织开展了房地产项目用地地价专项调查,其结果是地价占房价比最低为5.3%,最高为58.6%,平均为23.2%,其中,东部地区平均为27%,高于其它区域。(上海证券报)

国土资源部:620个楼盘土地成本

7月24日,该部将全国620个调查项目的数据悉数发布,其中北京的21个项目中,地价最高占房价的比例为51.36%,最低为14.33%。据公布的数据计算,北京21个项目平均地价与房价的比例约为25%。(新京报)

二季度海外资金流入我国股市规模创新高

随着中国经济复苏进程日益明确和国内股市的持续反弹,二季度海外资金也呈现出加速流入中国市场的态势。来自美国基金研究机构EPFR的统计显示,二季度QFII净流入中国股市资金规模创历史新高,主流QFII合计净流入36亿美元。此外,据联合证券测算,包含QFII在内,二季度约有超过1200亿美元热钱涌入中国,超过了2007年一季度732亿美元的历史高点。(上海证券报)

上半年全国消协组织共受理投诉28.39万件

中国消费者协会22日发布的信息显示,2009年上半年全国消费者协会各级组织共受理消费者投诉28392件,解决26569件,为消费者挽回经济损失30,606万元。(新华社)

6月全国发电量增5.2%

据国家发展和改革委员会22日发布的数据,今年上半年,全国发电量16442亿千瓦时,同比下降1.7%,去年同期增长12.9%,6月份增长5.2%,扭转了连续8个月负增长的局面(扣除春节因素)。(新华社)

◆事件:

央企负责人薪酬指导意见将于近期公布实施

人力资源社会保障部新闻发言人尹成基24日说,进一步规范中央企业负责人薪酬管理指导意见的研究起草工作已基本完成,将于近期公布实施。(新华社)

电监会:我国风电场普遍经营困难

7月22日,国家电监会公布《我国风电发展情况调研报告》,由于风电送出难等原因,目前,风电场普遍经营困难,甚至亏损。(京华时报)

(本栏均为文青辑)

SUV、皮卡等多领域。李书福雄心勃勃的目标是,到2015年,吉利要形成5大技术平台,并以此为基础,打造15个产品平台,延伸出40余款新车型,实现200万辆的产销目标,其中2/3外销。

受国际金融危机的冲击,全球汽车业陷入困境,为吉利加快推进新战略提供了良机。7月15日,吉利全资收购澳大利亚汽车自动变速器公司DSI的交接仪式在墨尔本完成。在得知全球排名第三的汽车自动变速器独立生产商DSI破产消息后,吉利汽车果断提出收购计划,最终在15个买家中脱颖而出,在面向银行举债的情况下仅用4个月在海外完成融资。

今年上半年,吉利全国销量为14.7万辆,同比增长21%。比起全国的数据,这一成绩并不理想。对此,吉利集团总裁李书福表示:“吉利今年将完成至少500个县级销售网络的布局。承接国家出台鼓励汽车下乡政策,吉利销售网络布满全国县市的时间力争不会超过3年。”