

中国制式,创领全球正当时

——对话广东一鼎科技有限公司董事长冯竞浩

近年来,在广大的发展中国家,建陶行业的“中国制式”被不断学习与复制。中国陶瓷也在经历了设备输入、产品输出两大阶段之后,正式迎来了设备全面输出的发展阶段,一批批创新力强的中国设备企业不断被海外建陶生产企业认可。

本报记者近日走近陶瓷设备企业,与一鼎科技董事长冯竞浩一起畅谈中国本土设备如何更好

地走向国门,迈向更高的国际化。

相较于窑炉、压机这些大宗设备的大气磅礴,一鼎有的只是窑后瓷砖产品深加工和自动化设备的“小家碧玉”,然而依靠团队强大的凝聚力与创新力,常常笑言自己是一鼎家庭大家长的冯竞浩竟然成功将诸多一件件看似不起眼的窑后设备串联起来,将一鼎科技打造成了中国建陶产业窑后整线设备巨头型企业。

在冯竞浩看来,未来摆在中国建陶设备人面前的难题一定是——对过往的“中国制式”进行升级,让全新的“中国制式”,创新引领全球。

“没有什么成功的模式是能够复制的”,这是冯竞浩的座右铭,他也一直带领所有的一鼎人坚持一鼎做独一无二的自己,将创新的道路越走越宽、越走越远,不断为新型“中国制式”创领全球发光发热。

■ 本报记者 刘婷



专注窑后,创造价值

《陶瓷信息》:2013年,一鼎科技迈出了由单机设备向窑后整线工程发展的转型步伐,时至今日,一鼎科技取得了怎样的成就?

冯竞浩:时至今日,一鼎科技的核心产品已经串联起来,大量的创新产品得以“结盟”,朝着自动化、智能化、信息化、稳定、节能、高效的方向发展。

当前,一鼎科技的窑后智能整线工程已经形成了“储刮磨抛、亮检分包”八大原创设备体系,“储”即智能储坯系统;“刮”即刮平定厚设备;“磨”即磨边机,这包括水磨机、干磨机(瓷片干磨、仿古干磨、低吸干磨、抛光干磨、抛釉干磨);“抛”即抛光设备,这包括正抛与反抛设备;“亮”即超洁亮纳米机;“检”即瓷砖的检测设备;“分”即瓷砖等级智能分选设备;“包”即包装设备。

《陶瓷信息》:定位为窑后智能整线工程设备供应商的一鼎科技,其核心竞争力在哪里?冯竞浩:一鼎科技发展战略是——永远坚持创新!

如纳米抛光机、干法磨边机、带包角包装机、反抛机等设备都是一鼎科技的创新成果,更是世界首创,这些设备通过颠覆或改良传统生产模式,在提升瓷砖品质的同时,更减少了生产企业的用水量、耗电量,减少了污染物的排放,大大降低了企业的生产成本和人力需求。

《陶瓷信息》:一鼎科技创新的最大特色是什么,企业创新的灵感来源是什么?

冯竞浩:一鼎科技创新的最大特色毫无疑问就是“中国制式”。

与欧洲设备大部分只能满足小产能需求相比,一鼎的设备对产能的满足可大可小,可以满足中国市场任何客户的各种生产需求,设备灵活性更高。一直以来,欧洲在建陶设备与技术方面

有着全球最先进的发展水平,但其往往在技术上领先,却在设备的运用上变通性略显不足,很多高端设备与中国市场的实际需求有一定的差异性,这给一鼎科技的创新指明了方向。

比如在原料领域,一鼎科技的创新灵感来源之一就是欧洲设备在中国本土市场略显水土不服,欧洲瓷砖生产都有着体系化的标准,而国内的原料并没有标准可言,因此欧洲的连续球磨设备虽然技术领先,但在国内并不适用,这给一鼎科技的创新提供了灵感来源。

同时,一鼎科技以为客户解决生产痛点作为发展宗旨,客户迫切需要什么难题,公司就以此作为创新的方向,这也成为了一鼎创新的灵感来源。

《陶瓷信息》:一鼎科技的愿景是什么?如何实现这一目标?

冯竞浩:做“中国最具创新力的建陶装备企业”就是一鼎科技的愿景,当企业以此作为定位时,一切的工作方向都以创新为主导,以为客户创造价值为核心价值观,而要实现为客户创造价值,最好的方法就是不断创新,为客户解决生产过程中诸如产品稳定性差、生产成本高居不下等最棘手的问题。

更为重要的是,一鼎科技始终牢牢把握行业发展趋势,在原材料价格上涨、人工成本居高不下、环保政策不断收紧的行业背景下,不断创新,为客户提供原材料浪费更少、自动化智能化程度更高、人工需求最低、更加节能减排绿色环保的设备,解决了客户的痛点,设备企业的价值就得到了彰显,设备企业自身的企业目标就可以实现。

《陶瓷信息》:对于当前国内各大建陶设备巨头整厂解决方案的冲击,一鼎科技定位为窑后整线,是否感受到了竞争压力?

冯竞浩:客观而言,当前建陶设备领域内的“整线”概念,根源来自于设备企业对资

源的整合,没有哪一家设备企业可以将建陶生产中全部设备的研发、生产、推广、销售、服务都囊括其中。

不少设备巨头推出整厂解决方案,更多地是一种资源整合的过程,且在有建立新生产线的陶瓷企业之中,需要整厂解决方案的毕竟是少数,一切都要看客户的具体需求,因此竞争对手推出整厂解决方案的做法,其实对一鼎科技并没有带来太大的冲击。

同时,一鼎科技虽然定位为窑后整线,但也具备为客户提供整厂设备解决方案的能力,但一鼎公司更加注重窑后整线的创新研发与资源整合,对于有整厂解决方案需求的客户,一鼎有充分满足客户需求的能力,所以,对于市场中竞争对手推出的整厂解决方案,一鼎仍将坚持自身定位不动摇。

《陶瓷信息》:在您心目中,未来的一鼎科技将会是怎样一幅蓝图?

冯竞浩:做“受全球陶瓷人认可的国际建陶设备品牌”是我心目中未来一鼎科技的美好蓝图。

当前,一鼎科技的设备已经出口到全球30余个国家和地区,一鼎优良的品牌口碑已经传遍全球,只要有建陶生产的大洲,就有一鼎的设备在生产。

时至今日,一鼎科技也积累了大量的销售渠道与客户资源,不管是广州工业展还是意大利陶机展,一鼎科技都频繁高调亮相。未来随着公司在设备上创新的不断推进,对于一鼎成为“受全球陶瓷人认可的国际建陶设备品牌”的这一目标,全公司上下都充满信心。

搭建平台,拓展市场

《陶瓷信息》:随着中国建陶产业告别粗放,越来越多创新力不足的设备企业逐渐退出市场,您对于近年来国内设备领域企业格局的变化体会是怎样的?

冯竞浩:在市场粗放年代,大企业依靠大产能、多渠道、低成本碾压市场,压垮对手,而时至今日,当制造业走向以创新为竞争力的阶段,能否为客户创造价值成为了优秀企业的重要标准,尤其是对以企业为客户的上下游设备制造商而言,更是如此。即便是小企业,即便从事的领域需求有限、产值不高、自身企业规模不大,但只要能为客户创造价值,就是优秀企业。

也正是由于市场环境发生了重大变化,过去依靠价格战赢得客户的设备企业基本都濒临被市场淘汰出局的边缘,创新能力强、能够为客户解决痛点、创造价值的设备企业越来越受到客户的青睐。

优秀企业以创新为客户创造价值,主导市场设备趋势,落后企业逐渐退出市场,这就是设备企业市场格局最为明显的变化。

《陶瓷信息》:当前,国内建陶行业产能日益过剩,新建生产线数量不断减少,那么对于设备制造企业而言,国内的市场该如何开拓?

冯竞浩:走过粗放发展阶段,中国建陶行业的发展日趋理性,从数量上而言,中国建陶企业每年新增生产线不断减少。市场也呈现出两大特征,其一,建陶设备的总需求量日益萎缩;其二,在现有的需求中,客户的要求空前提高。

这意味着,创新力不强,过去依靠粗放竞争手段赢得客户的设备企业市场空间将越来越小,未来的市场将会是创新企业之间的竞争,因此未来设备企业赢得客户的关键就是不断创新,为客户解决痛点,降低客户生产成本,提升客户的产品附加值。

当然,行业里除了没有创新力的设备企业要被淘汰之外,还存在着这样一个群体——它们企业规模小,市场需求小众化,设备品质优秀,自身创新力强,它们本身产品优势突出,也许市场开拓性略显不足,这时候就可以选择与其他企业合作,做配套商、供应商,继续专注自身领域做好创新,与大型设备企业合作,成为行业资源整合中的优秀一环,如此一来创新能力强的大企业与小微企业之间通过合作实现了双赢,这也将成为未来建陶行业设备领域企业格局的真实写照。

未来,一鼎科技将通过资源整合的方式,打造窑后整线设备平台,这个平台之上,对于窑后核心技术,一鼎将把握好创新主动权,而对于小众化、需求量少的设备将依靠与优秀企业合作的方式实现全覆盖,这将使得未来一鼎窑后的设备,任何一个环节都将是行业最优秀的,这是一鼎矢志不移的目标。

《陶瓷信息》:对于中国建陶设备创新环境的改变,您的体会是怎样的?

冯竞浩:在中国各项社会资源极度匮乏的年代,任何商品不管是否具有创新性都能受到市场的追捧,这也催生了市场中企业追求量,忽略质的生产意识,企业的创新意识极度低下,创新的土壤极度匮乏,在不创新也能发展的年代,创新者往往会被投以异样的眼光。

中国经济进入“新常态”之后,所有行业人都意识到中国陶瓷产业粗放发展的时代已经一去不复返,环境的变化也让创新受到的尊重越来越高。

今天的建陶行业,已不缺产品,产能的极度丰富让消费者越来越注重产品的选择,对设备企业而言,为客户提供更优技术的设备才能生产出更让消费者认可的瓷砖,终端市场将不断倒逼陶瓷企业重视先进、创新力强的设备,尊重创新、认可创新的风气也将越加浓厚。

《陶瓷信息》:中国建陶设备创新的土壤已经形成,那么制约企业创新的瓶颈有哪些?

冯竞浩:当前,中国已经形成了万众创新的热潮,但就中国建陶行业的现状而言,影响创新的因素有人才与工业体系。

不同的企业拥有不同的特色与文化,这使得人才需求往往内部培养的效果要好于外部竞聘,但内部培养又面临着时间的紧迫性,这是摆在创新企业面前的难题。

同时,过去长期以来,国内诚信体系不全,不少企业缺乏商业道德,这也是制约创新的因素之一。

创新要转化为实际的成果,需要通过产业配套甚至国家工业基础来实现,不可否认佛山拥有全球优秀的建陶产业配套体系,但与意大利相比,佛山的工业基础是与之存在一定差距的,即使是同样的人才、同样的图纸,中国也难以呈现出意大利的效果,这就是工业基础的瓶颈所在。

要突破这些瓶颈,并非一朝一夕可以完成,对本土设备企业而言,最好的战略就是扬长避短,切忌以己之短pk他人之长,自身的优势要不断发扬,自身的不足不断弥补。

当然,人才与工业基础是硬件上的,在软件上,优化企业创新机制,对创新者进行激励,也是激发设备创新力的重要手段。

“中国制式”,创变突围

《陶瓷信息》:当前,海外市场在窑后设备的竞争格局是怎样的?

冯竞浩:当前,在印度、越南等发展中国家,中国设备的市场占有率要远高于意大利设备,这反映出的是“中国制式”在这些发展中国家受到的认可。

发展中国家人口众多,建陶工业还处于起步阶段,陶瓷生产企业往往对生产线产能有着一定的要求,这也给广大的中国设备企业提供了商机,而意大利设备相对而言更加注重精品制造,对大产量、多色号以及物流模式等适应性不强,不少陶企生产过程中需要的性能,意大利设备无法提供,而中国设备则可以完美地解决客户的需求,这也使得意大利设备在发展中国家相对受欢迎程度不如中国设备。

从成本层面而言,欧洲国家早已完成工业化,人工成本相对较高,其设备不管是生产成本,还是售后成本都要远高于中国企业,即使同等技术与品质的设备,意大利设备成本与售价也会远高于中国设备,因此中国设备的性价比是吸引发展中国家陶企的重要卖点。

《陶瓷信息》:多年来,中国设备一直扮演着追赶意大利的角色,时至今日您觉得中国设备与意大利还存在差距吗?

冯竞浩:对于中国设备与意大利之间的对比,客观而言,可以用“各有千秋”来形容。近年来,中国建陶行业逐渐走过粗放发展模式,大量的设备企业开始专注创新,中国设备品牌在全球的底气与信心也越来越足,这一切都源于企业的创新与市场的认可。

不可否认,意大利设备品质更加稳定、耐用性更高,在诸多领域有着最先进的技术,但大量的设备与技术在中国的瓷砖生产模式下并不能得以运用,许多中国陶瓷企业亟需解决的问题依靠意大利设备无法解决,中国设备企业则更好地扮演了“救火队”的角色,可以说中国设备为中国陶企解决的生产痛点更多。

以一鼎为例,颠覆传统生产模式的反抛

机,极大地降低了瓷砖抛光过程中的用水量,更降低了陶企的废水排放量,实现了节能减排、绿色生产,极大地降低了企业的生产成本,且该设备是一鼎原创产品,意大利企业都没有此类设备,这就是中国设备的优势之处。

从营销角度而言,这被称为“差异化营销”,意大利与中国企业,各自在优秀的领域发力,各自都有自身的优势之处。

《陶瓷信息》:中国设备与意大利存在差距,但“中国制式”又备受发展中国家认可,在这背景下,中国设备的海外市场空间怎样挖掘?

冯竞浩:近年来,中国瓷砖出口量不断减少,根本原因就在于中国瓷砖出口国家大部分都是发展中国家,近年来这些国家发展陶瓷工业的意识不断觉醒,纷纷开始自建建设瓷砖生产线,这使得中国瓷砖出口形势一定将更加严峻,但对中国设备而言,这无疑是个利好消息,这意味着中国设备的市场空间是无限的,未来中国设备企业要做的就是再创新,不断为客户解决问题、降低成本、创造价值,将中国设备的优势继续扩大化。

《陶瓷信息》:中国设备在广大发展中国家大受欢迎,很大一部分原因在于这些地区对“中国制式”的认可,而“中国制式”的一大特点就是追求大产量,未来您觉得发展中国家对“中国制式”的追捧是长久之计吗?

冯竞浩:中国设备在发展中国家受欢迎确实得益于该地区对“中国制式”的认可,但需要强调的是,如今的发展中国家,在吸纳了“中国制式”优点的同时,摒弃了该模式的弊病,即学习中国建陶生产大产量低成本、产品多色号多等级的优点,摒弃盲目追求大产量、不注重品质、不注重环保的缺点。

当前,中国建陶的生产模式正在不断提升,更加注重环保、智能、高效化生产,海外市场的建陶生产也在不断提升,因此可以说广大的发展中国家对“中国制式”的认可,更多地是对“升级版中国制式”的认可,因此可以肯定地说,“升级版中国制式”在发展中国家完全具备长远发展的空间,这对中国设备而言,是机遇,更是不断创新的动力,“中国制式”也只有不断在创新中,才能实现突围。

中国制造,创领全球

《陶瓷信息》:近年来,国内环保政策不断收紧,您觉得这对中国设备将产生怎样的影响?

冯竞浩:过去长期以来,陶企粗放式发展,环保意识薄弱,上游设备企业的创新由于成本高,在这样的时代背景下,创新者往往不如投机者发展良好。

而今天,当国家环保政策不断收紧,对企业而言,每个企业的环保要求是一致的,环保成本的提升也是一致的,企业间的竞争格局并不会受环保政策的影响,广大建陶生产企业不得不对环保生产重视起来,不断向创新力强的设备企业采购优秀生产设备成为了陶企的正确选择,这也极大地提升了设备企业的创新热情,以创新引领市场成为了设备企业的共识。

在当前的行业背景下,对创新力强的设备企业而言,以环保为创新方向,一定能够获得更好的市场回报。

对一鼎而言,环保政策不断收紧更是个利好消息,因为一鼎科技的使命就是为客户提供节能环保、自动化水平高的设备,一鼎科技也可以依托这一优势,获得更大的发展机会。

《陶瓷信息》:2013年德国政府正式推出“工业4.0”战略,而中国于2015年提出了“中国制造2025”战略,两者的核心都在于制造业的自动化、智能化与信息化,对于中国建陶设备朝这些方向的发展,您如何看待?

冯竞浩:过去建陶行业的转型升级更多地停留在企业层面与口号层面,而随着“中国制造2025”战略的提出,中国制造业告别粗放式发展,由资源消耗、牺牲环境转型为有技术含量、具备国际竞争力的发展模式已经提到了国家层面。

对中国建陶设备而言,未来创新力的提升将不再是企业行为,而是国家行为,在国家“2025年迈入制造强国行列”的战略下,任何企业都必须行动起来,积极响应国家号召,提升创新与技术含量,让中国制造,以创新引领全球,使中国的设备在海外市场的输出中,既赢得市场,又赢得口碑与尊重。