

# 立足多元定位，发力高端市场 打造恒力泰全球压机第一品牌

——专访佛山市恒力泰机械有限公司总经理杨学先

中国陶瓷产业化发展大幕的拉开，永远离不开1978年改革开放号角吹响，自此之后，中国陶瓷迈入了快速发展的通道内，也成就了今天在世界的领先地位。

然而，中国陶瓷产业改革开放后之所以能够取得举世瞩目的成就，永远不能忘记的是改革开放前在计划经济体制下，一批批企业的努力与坚守。

在这其中，作为有着60年发展历程的恒力泰，更是其中的佼佼者。

60年在历史的长河中只是沧海一粟，但对中国建陶产

业而言，60年里中国陶瓷从无到有、从小到大，从辉煌走向了更大的辉煌，这离不开的是全产业链上每一家企业的孜孜努力。

60年里，对中国建陶行业而言，有无数企业诞生，也有无数企业退出，从计划经济到市场经济，从粗放低端到又大又强，无数企业的挥毫泼墨成就了今天中国建陶产业的浓墨重彩，在这个群体当中，恒力泰作为自始至终的见证者与亲历者，对中国建陶产业的促进与推动，从未缺席。

时至今日，恒力泰已经成为了全球性的建陶压机巨头，

设备在国内外的市场占有率更是首屈一指，企业也赢得了无数客户的尊重与认可。

如果说60年来恒力泰有什么成功秘诀的话，那那个秘诀一定是——工匠精神，在设备的研发与制造上，一如既往地坚持高标准、踏踏实实、精益求精，以为客户提供好的设备为己任，始终坚持为客户创造价值。

走过60年辉煌征程，下一个周期里，恒力泰将如何起航？企业的品牌战略又该如何定位？带着这些问题，近日，本报记者对佛山市恒力泰机械有限公司总经理杨学先进行了专访。

■ 本报记者 刘婷

## 恒力泰，与时代同进步

提起恒力泰，不得不提的就是中国国产建陶压砖机的发展史。

1984年，国家建材局正式对陶瓷压砖机立项，并向企业下发该项目，然而咸阳陶瓷研究设计院与华南工学院（现华南理工大学）在与多家陶瓷设备企业接洽后均无功而返，时任佛山市石湾陶瓷机械厂（恒力泰公司前身）厂长的唐廉在得知这一情况后果断作出了接纳这一项目的决定，也在彼时国内建陶企业疯狂高价进口压机的时代背景下，开启了恒力泰进军压机领域的序幕。到1988年恒力泰首台全自动压机YP600型正式诞生，打破了发达国家对压机的市场垄断局面，荣获国家科技进步奖。

1994年，佛陶集团陶机总厂广国兴厂长高瞻远瞩，提出做大压机设备市场份额的战略，1996年企业将主要精力转向压机领域，并在1998年将设备完全聚焦到了压机领域。

1998年3月，在国有企业改制的春风下，“广东佛陶集团股份有限公司陶瓷机械总厂”登记注册变更为“广东佛陶集团力泰陶瓷机械有限公司”，在恒力泰的发展史中首次出现“有限责任公司”的概念，品牌与商标也开始出现，这为恒力泰成就今天全球的品牌地位打下了基础。

2006年5月，“广东佛陶集团力泰机械有限公司”改制为“佛山市恒力泰机械有限公司”，在公司董事长罗明照的带领下，公司决定在佛山三水购置土地建立新厂房，恒力泰公司三水新厂区在2010年初正式投产，2010年7月“佛山市恒力泰机械有限公司三水分公司”也正式注册成立。

2011年12月，科达吸收合并恒力泰，恒力泰成为科达全资子公司，两大陶机巨头的强强联合，在中国建陶行业设备市场日益饱和的大背景下，不仅避免了中国陶机的内耗与恶性竞争，更为中国陶机以更高的姿态迈向全球解决了后顾之忧。

“恒力泰60年的发展史，就是一部中国建陶产业的成长史，可以说恒力泰的进步就是中国建陶行业的进步。”杨学先表示，走过60年发展历程，前30年对恒力泰而言是不断积累、塑造企业性格的关键时期，前30年中国建陶产业与恒力泰虽然还没有进入快速发展的周期内，但却塑造了恒力泰坚韧、创新、精益求精的企业精神；后30年则是恒力泰飞速发展发展的关键时期，在后30年里，恒力泰每次关键的转型或重大决策的抉择，都与中国建陶行业的关键转折点高度契合，可以说恒力泰是一家与时代共同进步的企业。

## 坚持高标准，践行全球化战略

时至今日，中国建陶产业已经取得了举世瞩目的成就，但必须承认的是，中国陶瓷在某些领域与意大利最先进水平仍然存在一定的差距，如在引领设备发展趋势的原创技术上，中国仍处于学习赶超的局面下，缺乏引领世界的创新技术。

同时，不管是在设备还是陶瓷制造上，中国近年来虽然取得了明显长足的进步，但与意大利相比，仍然缺乏精益求精的精神，产品的精细化相对不足，缺乏把产品做到极致的精神。

对恒力泰而言，作为中国建陶设备领域的标杆，在引领中国陶瓷精益求精方面责无旁贷，公司也一定会在把产品做到极致方面率先做出表率，塑造中国制造在国际上的良好形象。

60年来，恒力泰历经艰辛与曲折，从最初的佛山石湾五金机械配件厂发展成为今天的全球建陶压机巨头，这段历程中既有辛酸与苦楚，也有鲜花与掌声，回望走过的60年，很值得恒力泰去纪念与总结。

杨学先坦言，今天，恒力泰已经站到了新的历史起点，60年对恒力泰的意义在于——通过总结过去成功的经验，可以让恒力泰更好地面向未来。

当下，不管是国内还是国外，市场形势均发生了翻天覆地的变化，建陶设备领域市场需求与客户心态均提升到了一个全新的高度。

在这样的变化之下，对建陶设备企业而言，不管过去曾经拥有多么的辉煌，在今天都必须坚持“归零心态”，虽然恒力泰在建陶压机领域拥有了全球最高的市场占有率，但在高端领域、客户服务领域公司仍有巨大的提升空间，作为恒力泰人，必须放平心态，以低姿态、高标准来要求自己。

最近以来，“一带一路”高峰论坛在国内外引起了强烈反响，对恒力泰而言，也必须积极响应国家号召，坚持走出去战略，不断进军国际市场，将最高品质的设备输送到全球市场，中国设备企业不仅要有全球化视野，更要有全球化战略。

杨学先强调，当前，中国陶瓷走过30余年产业化大发展，客观而言已经实现了由大到强的转变，未来中国陶瓷要走的路一定是从“大而强”走向“更精更强”，所以60年对恒力泰的意义更多地在于，一定要以更高的标准，将全球化战略坚定执行下去。

## 环保问题将加速设备集中度的提升

近年来，国家在环保问题上的态度越来越坚决，不少陶企反映环保高压下企业经营越来越难，严格来说企业发出如此感慨，根源在于在环保上缺乏自信，具体而言就是企业的生产管理、环保运营能力不强，对环保达标没有信心。

“这是最坏的时代，这也是最好的时代。”在杨学先看来，当前，制造业成本不断攀升，在国家环保高压态势下，企业还得投入巨大的成本进行环保改造，然而实际上，当前的国情下，对企业的环保而言又是最好的时代。

环保改造对企业而言意味着巨大的资金投入，环保成本的消化最忌讳的就是不公平待遇，即有的地域对环保常抓不懈，企业需要长期大量的资金投入，而有的区域则完全逃脱环保整治，这对在环保上作出大量成本投入的企业而言显然是不公平的。

而今天，这种局面得到了彻底改变，如今的环保改造，并非某几个区域的强力推进，而是全国一盘棋，这对国内所有陶企而言都是公平的，每个企业都要承受环保成本，所有企业在环保上都处于同一起跑线，企业的竞争又回归到了产品的竞争、品牌的竞争甚至企业综合实力的竞争。

“对陶瓷企业而言，企业主应当拾起信心，将环保工作做好，解决企业发展的后顾之忧，将自身原本的优势发挥到最大化。”杨学先认为，在中国建陶行业产能过剩的背景下，国家将环保战略提升到全新的高度，无疑再次激活了设备的需求，对设备企业而言，一定要响应国家号召，为企业提供更加节能、环保的设备。

未来，随着陶瓷企业对设备环保要求的不断提升，设备领域两极分化将再次加剧，优秀企业将依靠技术优势、创新优势、渠道优势、品牌优势、服务优势获得更多企业的青睐，没有创新与品牌的企业将被淘汰出局，优秀设备企业的市场占有率将不断提升，中国建陶设备领域未来将出现若干寡头林立的局面。

## 升级“中国制式”

中国陶机设备的发展史，就是一部中国建陶设备人自强不息、艰苦奋斗、勇于创新、锐意进取的成长史，除了创新与不屈的精神之外，中国设备能够取得今天的成就，根源就在于意大利设备严格按照标准化来生产、销售，而中国设备不管是在国内市场还是海外市场，均可以根据不同客户的需求来提供定制化设备，大产能、高性价比、周全的售后服务往往是中国设备优于意大利设备的地方。

时至今日，以压机、窑炉为代表的中国陶机已经取得了国内市场占有率超过95%、海外市场占有率超过50%的辉煌成绩，尤其是在越南、印度等与中国毗邻的发展中国家，中国设备的市场占有率更是超过了80%以上，可以说，发展中国家的陶瓷发展路线，完全吸收的是“中国制式”的模式。

当前，中国陶瓷在“中国制式”的发展模式下，已经取得了举世瞩目的成就，但成就的背后也带来了产能过剩、环保问题突出、瓷砖品质有待提升等一系列问题。

“在建陶产业发展初期，粗放式‘中国制式’以其大产能、低成本、为陶企提供定制化设备的特点获得了中国市场的高度认可，也获得了发展中国家的认可。但在目前的全球建陶环境之下，国内外建陶行业产能急剧扩张，陶瓷行业继续走大产能、低成本的粗放模式显然已经行不通，未来中国设备人亟需对‘中国制式’进行升级。”在杨学先看来，目前中国设备企业不应当对粗放式的“中国制式”向海内外市场100%的输出，而是应当摒弃盲目追求大产能、不顾环保的粗放模式，留下自动化、智能化、设备定制化、生产低成本、绿色环保等这些“中国制式”的精华，在生产线上产能把控上，坚持适度原则，既不盲目追求5万平米以上日产能，又不盲目学习意大利1万平米以下日产能的模式，找到产品生产低成本与瓷砖品质高标准之间的平衡点，将生产线日产能控制在2-3万平米左右。

同时杨学先强调，中国作为瓷砖消费日益多元化的市场，并不排除未来中国陶企走意大利将产品做到极致的模式，瓷砖日产能控制在1万平米以内，当然中国市场也需要将产品做到极致的陶企出现，但这不会成为主流，这也不是中国制式的核心所在；也不排除有少数企业继续走大产能、低成本的模式，毕竟广大的中低端市场仍存在着低价格的瓷砖需求，但这同样不会成为未来中国制式的主流，更为重要的是该类型的陶企在当下的市场环境下，生存状况将持续恶化。

## 进军高端、定位多元，做全球压机第一品牌

当下中国建陶行业的局面是，产能严重过剩，大量企业生存日益艰难，2014-2016年企业倒闭的新闻更是纷纷见诸报端，但恒力泰在这三年里却仍保持了稳健的发展势头，根源就在于企业对产品战略与市场战略作出了调整。

“在压机领域，萨克米无疑代表了全球高端的技术，



但就企业定位而言，恒力泰的定位相对更有意义，毕竟制造业是需要一定体量支撑的。”杨学先强调，对恒力泰而言，公司既要学习萨克米在技术创新上的模式，又要保持自身的定位，坚持压机多元化战略，既有高端设备，又有大众化设备，做在全球范围内技术领先、市场占有率最高、设备性价比最好的压机第一品牌。

在产品战略上，恒力泰依托不断创新，让设备的稳定性、环保性以及生产效率都取得了较大提升，设备的性价比也更高，客户的认可度更是不断攀升，更为重要的是公司将进军高端压机领域，将设备的技术与价格、服务均定位为全球最高端，打破意大利企业在该领域的垄断地位，未来该系列将被命名为“LT”系列，目前LT4000压机已经推出，未来将根据市场需求适时推出LT4200、LT4600、LT5000、LT5600、LT7000等。

在产品系列上，恒力泰不断扩大压机家族成员，除了常规吨位压机，恒力泰万吨压机、16800吨压机、2万吨压机都已经推出，3万吨压机正处于研发之中，这些大吨位压机的推出与研发，都极大提升了恒力泰的市场竞争力。恒力泰专注瓷砖压机设备领域30年以来，在前20年往往处于学习与赶超意大利的发展阶段，近10年来恒力泰完全进入了设备自主研发的发展阶段，尤其是近5年来更是走出了一条具有中国特色与恒力泰自主路线的压机创新发展之路。

当前，在柔性化定制与拓展瓷砖使用范围的大背景之下，大规格瓷砖已经成为建陶行业一大趋势，大吨位压机也成为了最为炙手可热的设备。在国外，大吨位压机主要集中在3万吨以上，萨克米采用的是辊压技术模式，西斯特姆采用的是无模具皮带顶压模式，西蒂B&T采用的是移动模具的皮带压制模式。

相比国外的西斯特姆、萨克米等3万吨压机，恒力泰的3万吨压机目前处于紧张研发中，预计2017年底有望面世，压机更适合中国陶瓷行业。

相对于3万吨以上压机意大利设备企业已经取得了不俗的成就，3万吨以下吨位的大吨位压机则成为了中国设备的天下。

2015年12月，恒力泰万吨压机YPI0000型正式投放市场，并于2016年2月底在蒙娜丽莎集团股份有限公司成功投产，首创干压2400×1200×5.5mm超大规模陶瓷薄板。

2017年3月2日，恒力泰YPI6800型陶瓷板压机再次在蒙娜丽莎正式上线投产，标志着中国陶瓷成型装备成功跨入超万吨时代。

恒力泰YPI6800型压机可生产压制900×1800mm、1000×2000mm、1500×1500mm、1200×2400mm、1300×2700mm等多种规格的瓷砖及陶瓷板产品，日产量可达15万平米，压制厚度在3-30mm的陶瓷板（砖）均能应付自如。

2017年3月28日，恒力泰与祥达创展举行战略联盟签约仪式，恒力泰最大吨位2万吨陶瓷板压机将上线祥达创展，助力企业迈进“大”时代。

据介绍，恒力泰公司研发的2万吨压机可压900×1800mm、1300×2700mm、1500×3000mm、2000×2000mm等多种规格、厚度在3-30mm的陶瓷砖（板）。

“18米以上、3米以下规格的大吨位压机领域，恒力泰的模式一定是引领世界潮流的模式。”杨学先表示，恒力泰该类型大吨位压机设计初衷就是尽可能保持与传统陶瓷压机的“一致性”和“兼容性”，让大吨位压机在现有生产线中可以无缝对接，“即插即用”。

## 打造建陶设备整线平台

在中国建陶行业，企业的定位无外乎第一大而全，第二聚焦某个领域做到专业与专注。

不管是瓷砖领域还是设备领域，大而全与专业聚焦两种类型均有获得巨大成功的典范企业，因此对企业的发展战略总体而言，只有适合与否，并没有对错之分。

对恒力泰而言，自从1988年第一台国产压砖机YP600型诞生到10年后1998年恒力泰作出战略调整，将设备完全聚焦在压机领域，近30年的压机研发与20年的压机聚焦战略，让恒力泰获得了今天建陶压机全球市场占有率第一的品牌地位，更得到了来自全球的认可与赞许，可以说恒力泰在聚焦压机战略上，已经收获了属于全行业最高的荣誉。

过去30年，是中国建陶产业飞速发展的30年，30年成就了无数企业。杨学先坦言，如果30年前恒力泰立足大而全战略，业务向全建陶设备领域延伸，或促今天的恒力泰将成为规模更大、影响力更高的建陶设备航母，甚至成为中国的“萨克米”。

有得必有失，一切只是停留在可能阶段，对今天及未来的恒力泰而言，未来的战略是继续聚焦压机领域，不断整合国际优质资源，学习国际先进技术，不断提升恒力泰技术，积极进军高端压机市场，将中国压机做到极致。

与此同时，恒力泰作为在全球具有影响力的建陶设备品牌，公司并没有故步自封，而是希望借助恒力泰的平台效益，打造具有中国特色的“力泰家族”。

早在2014年5月，恒力泰就成功控股佛山市卓达豪机械有限公司，迈出了陶机集团化战略的第一步。从此恒力泰在市场开拓上，不再仅仅依靠压机产品，而是迈出了为客户提供整厂设备解决方案的步伐；2016年5月，恒力泰的烧成设备公司——佛山市德力泰科技有限公司正式成立，恒力泰整厂设备供应体系的架构基本搭建完成，极大地提升了恒力泰的国际市场竞争力。

在窑后设备的供应上，恒力泰目前仍没有涉足该领域的计划，但可以依托恒力泰强大的品牌平台，以资源整合的形式将其他品牌的设备整合进来，为客户提供优质的整厂设备解决方案。

在市场战略上，在国内建陶产能不断扩张的局面下，国内陶机市场空间日益萎缩，恒力泰正是依托不断创新的设备与整厂化的设备解决方案，使恒力泰在国内的市场占有率进一步提升。

而在国际市场，中国市场的日益饱和，不断倒逼着恒力泰加快海外市场布局的步伐，这也使得恒力泰近三年来，海外市场业务增速年均超过20%以上，到2016年恒力泰海外市场业务收入首次超过了国内市场，压机在国际市场的占有率更是提升到了全新的高度，极大地压缩了其他品牌的市场份额，公司的国际化战略取得了巨大成功。

对于未来的企业战略，杨学先表示，走过60年辉煌，下一个10年对恒力泰而言，整线工程一定是公司未来的战略。早在数年前，科达集团就制定战略，科达集团将在陶机领域打造科达与恒力泰两大整线工程航母，而对恒力泰而言，公司要打造的就是“力泰家族”，在这个家族里，恒力泰、德力泰以及即将更名为“卓力泰”的卓达豪将成为陶瓷整厂设备解决方案的重要设备制造商，为中国设备企业搏击海外市场注入更强劲动力，为做强做大中国陶机装备产业作出更大贡献。