

聚焦兩會 關注中國 ——改革新亮點



3月5日，國務院總理李克強在第十二屆全國人大二次會議《政府工作報告》中指出：「引導加工貿易轉型升級，支持企業打造自主品牌和國際營銷網絡，發展服務貿易和服務外包，提升中國製造在國際分工中的地位。鼓勵通信、鐵路、電站等大型成套設備出口，讓中國裝備享譽全球。」這顯示了新一屆政府對提升中國裝備製造業質量與出口佔比的迫切心情，也與當前「中國製造」整體定位偏低，出口增速趨緩的背景密不可分。

作為裝備製造的主要分類之一，以中聯重科等為代表的中國工程機械企業早在數年前即已邁開國際化步伐，加入激烈的全球市場競爭並逐步發展壯大，成為打響中國裝備製造品牌的領軍企業。

■香港文匯報記者 譚錦屏、董曉楠、李青霞

中聯重科：

建世界級企業 讓中國裝備享譽全球



■全國人大代表、中聯重科董事長、CEO 詹純新在全國兩會期間，建議用市場推動裝備製造業的轉型升級，實現中國裝備享譽全球。

自改革開放以來，中國從封閉經濟融入以西方為中心的經濟全球化分工體系中，並憑藉東南沿海的區位優勢，親商政府的大力推動，大量廉價土地和勞動力等資源，迅速抓住世界特別是東亞產業轉移的機會。經過短短20餘年發展，以日用消費品為主的「中國製造」產品風靡全球。

然而，中國製造繁榮的脆弱基礎近年來逐步顯現。高端製造業回流發達國家、低端產品製造轉移至成本更低的東南亞等地，「中國製造」面臨兩面擠壓，正在失去原有的比較優勢。

近年來，國務院總理李克強在出訪期間，不遺餘力地推銷中國的高鐵、通信設備與技術，加之新一年的《政府工作報告》中，明確提出「鼓勵大型成套設備出口，讓中國裝備享譽全球」，提升中國裝備製造業國際地位、增強中國企業全球競爭力已成國家戰略和經濟界的共識。

全國人大代表、中聯重科董事長、CEO 詹純新在受訪時表示，在當前國內外形勢下，中聯重科將瞄準「世界級企業」，堅持國際化道路，以創新驅動加快轉型升級，打造全球裝備製造的領軍品牌。

國際化道路

近些年，中國企業「走出去」的機遇在不斷增加，海外投資的步伐大大加快。事實上，作為中國工程機械行業的「國際化樣本」，中聯重科也在不斷調動全球資源，穩步推進自身的國際化進程，以常人無法想像的效率，有計劃、有重點地快速實現了海外戰略佈局。

2001年，中聯重科併購英國保路捷。又於2008年收購當時全球第三大混凝土機械製造商意大利CIFA。2013年末，又將世界乾混砂漿領域的第一品牌德國M-TEC公司收於麾下。

除了並購，跨國技術合作也是中聯重科實現國際化的又一手段。繼買斷德國JOST相關技術、與印度EM公司合資建廠之後，中聯重科又與全球知名意大利RIBA公司簽署協議合資建立高碳材料公司。

如果說，此前中聯收購CIFA、買斷德國JOST技術是為了獲取進入歐美高端市場的許可證、成熟的管理模式、技術優勢和得天獨厚的資源條件的話，那麼中聯重科與RIBA的投資合作，將跨國合作的目標直指上游的原材料高科技研究及生產領域。而由此帶來的衍生價值就是利用高新技術材料「升級」國內製造業裝備水平，提升整個工程機械行業碳纖維材料應用的規模化。

本地化戰略

詹純新認為，中國企業要實現真正的國際化，就是要不斷的本地化。除了本地化的產品，還要有本地化的營銷網絡、服務體系以及本地化的人才、資源等。

中聯重科副總裁孫昌軍這樣表述，「要充分利用國內國際兩大資本平台，用『兩條腿』走路。一方面通

過並購，在全球範圍內進一步整合資源。另一方面，通過自建海外研發平台、裝配基地、合資工廠、市場渠道，完善跨國運營體系。」借他山之石以攻玉，中聯重科海外佈局的目標明確和清晰，可見一斑。

在剛剛過去的2013年，中聯重科首個海外自建生產基地——中聯重科混凝土機械公司巴西子公司正式投產，預計未來將有60%以上的元器件實現本地化生產。

而在3月4日開幕的世界三大工程機械展之一——2014Conexpo展上，中聯重科以「本地化」的產品贏得參展觀眾的高度關注，在展會現場與經銷商簽訂了一筆價值2000萬美金的起重機設備銷售大單。據中聯重科介紹，中聯重科的參展產品基本都是針對美洲市場研發設計，尤其是一直深受美洲市場的歡迎的工程起重系列產品。

全球化平台

業內人士指出，通過一系列的並購、合作，中聯重科海外戰略佈局「圖譜」逐漸清晰，競爭優勢也越發突顯。

目前，中聯重科已成為全球最大的混凝土機械製造商，全球最大的起重機械製造商、全球最大的環衛機械製造商，已初步形成全球供應體系、全球營銷網絡，資源的全球配置也已初步實現。

數據顯示，中聯重科將建立5家海外研發中心、5家全球備件中心、6家海外製造中心、12家國際形象店、8家全球物流中心並已在近80個國家建立了銷售和服務平台，在40多個國家建有分公司，覆蓋五大洲，囊括印度、澳大利亞、阿爾及利亞、俄羅斯、阿聯酋、美國、荷蘭、英國、白俄羅斯、韓國、巴西、利比亞、埃及等在內的全球重點市場

國務院發展研究中心對外經濟研究部部長隆國強曾表示，中聯重科由一個內地企業發展為全球最大的混凝土機械製造商，並成為全球產品鏈最為完整的工程機械企業，連續的國內外並購功不可沒。

著名的企業國際化戰略研究專家、波士頓諮詢公司全球副總裁麥維德也曾表示，中國企業向世界舞台邁進，需要更多的自主創新和知識產權。但如果沒有更多的全球並購，就不太可能去實現這兩個目標。

詹純新認為，面對當前國內工程機械行業產能過剩，由內轉外「走出去」會是好的路徑。隨着全球競爭時代的來臨，不能再採取以往中國企業以自身優勢決戰全球市場的傳統思維，而必須參與國際背景下的資源配置以及戰略佈局。

有專家預測，借助海外並購整合全球資源，中聯重科實現了與發達市場的資金、技術、管理、人才的對接，並產生了革命性的競爭優勢，這種優勢有可能主導未來十年、二十年的全球市場。



■中聯重科亮相國際bauma展。



■中聯重科產品運銷全球。

「中國創造」撑起中國裝備脊梁

在2013年度國家科學技術獎勵大會上，國務院總理李克強指出，中國經濟增長已進入從高速到中高速的「換擋期」，也到了必須更多依靠科技創新引領、支撐經濟發展和社會進步的新階段。

作為行業翹楚，中聯重科通過科技創新，在國際市場上攻城掠地，從中國質量領域的最高榮譽「中國質量獎」，到舉國矚目的「國家科技進步獎」，屢有斬獲，也為中國工程機械行業的提质增效探索出了一條成功路徑。



■中聯重科科技園。

「中國智慧」搶佔行業高地

從創造吉尼斯世界紀錄的101米的混凝土臂架泵車在武漢實現首次商用，到推動產業綠色轉型升級的連續級配式混凝土攪拌樓項目在貴州建成投產；從113米全球最高登高平台消防車，到全球首創再生水洗掃車的批量下線……不經意間，中聯重科在過去一年中創造出了一系列的「全球之最」。

借助「超大型塔式起重機關鍵技術及應用」，打破國外技術壟斷，讓中國塔機實現由「中國製造」

向「中國創造」跨越，不但實現向十餘個國家批量出口，近五年還成功在全球塔機市場上保住第一，海外銷售同比增長近60%。中聯重科的突破無疑是中國經濟提质增效的一個鮮活微觀案例。

中聯重科旗下有13大類、86個系列，近800種產品，擁有核心技術和知識產權，並且擁有着令人驚詫的新產品、新技術推出速度，發明專利佔比始終保持在30%以上，發明專利授權比例保持在80%以上，並有80%以上的專利技術實現產業化。

厚積薄發構建創新力量



■中聯重科在世界三大工程機械展之一——2014Conexpo展上簽署2000萬美元設備銷售合同，右一為中聯重科高級總裁、海外公司總經理張建國。

中聯重科中央研究院院長付玲曾表示，這源於中聯重科不斷努力後的厚積薄發。「公司每年把5%左右的銷售收入投入技術研發和高級人才的引進培養，形成科研促進產業、產業反哺科研的良性循環。」

在去年11月，「流動式起重機技術國家地方聯合工程研究中心」落戶中聯重科。至此，覆蓋了先進及關鍵技術研究、重大裝備研製與驗證、產業鏈與服務能力構建等三大創新模塊齊聚中聯重科。

此外，中聯重科還構建了國家重點實驗室、技術中心、研究中心、技術研究院、博士後工作站五位一體的國家級創新平台。如此持續運轉，不斷凝聚、強化，釋放出中聯重科的創新力量。

詹純新表示，中聯重科近年來在材料、產品結構、能源動力等領域的技術突破已在引領行業的技術革新，公司正逐步以創新之履踏出產能過剩的泥潭，成為撐起中國製造業的脊梁。