

立足同源技术延伸 广日股份掘金智能城市装备

证券时报记者 刘莎莎

四十年历史的老牌电梯企业广日股份转行LED,乍看之下似乎难以理解。其实看似毫无关联的两个行业,内里却有不可分割的紧密联系。广日股份称其为“树干”与“树枝”的关系。

在广日股份的业绩报告中,LED所贡献的收入及利润均被归入了电梯零部件的队列。正如广日股份副总经理吴宾所说:电梯是光机电一体化产品,你如果不把LED作为照明产品来看待,而看做是电梯的电子部件,就很容易理解广日股份踏入LED领域的初衷了。”

在广日股份看来,LED不局限于照明产品,更是电梯整机的一部分。LED照明即是广日股份在老本行电梯业务之外,成功开辟出的新的行业分支,并已成为新的利润增长点。五年前,广日股份开始涉足LED领域,今年LED订单量大增进入收获期;公司预计到2015年,其LED及相关业务贡献的产值有望与电梯配件持平。

广日股份总经理吴裕英表示,之所以开拓LED照明领域,一方面是看中其未来的市场空间;另一方面则是公司向同源技术延伸迈出的第一步。

LED、智能停车设备、地铁屏蔽门、垃圾真空收集系统……这些均已成为广日股份在电梯主业下开拓的相关多元化方向。每一个企业,都有自己的“密码库”。由光电一体化集成制造商走向“智能城市装备解决方案制造商”的广日股份,正以其多年来对电梯同源技术的深入研究,掘金智能城市装备。

电梯为“树干”

以广州金属结构厂起家的广日股份,至今已有五十七年的历史。吴裕英对记者说:成立之初,广日制造的电梯轿厢,就是中国电梯零部件的雏形。追溯广日股份出厂的第一台电梯,是在1973年10月产出的。这样一家拥有四十年电梯整机制造历史的企业,沉淀的正是它在电梯行业的核心技术底蕴。

目前,广日股份的电梯业务已涵盖了从零部件到终端,即零部件制造、配套、整机制造、销售、安装、维修保养及物流等全产业链。据广日股份的运营策略及相关统计数据 displays:作为公司的盈利基础,广日股份的电梯份额不仅不会下滑,自主品牌广日电梯的份额反而会继续上升。其需求来自于新型城镇化、电梯更新和维保需求。”

去年,广日股份子公司日立电梯的战略合作伙伴数量从2011年的28家扩大至32家,战略伙伴的签约量占日立电梯总签约量比重达21.4%,同比增长50%。日立电梯和广日股份电梯产品采取的绑定大客户策略,不仅有利于规模化销售,且提高了抗风险能力。2012年,广日电梯的单项大额订单成交量已占到订单总量20%以上。

2012年,在我国电梯行业16%的增速之下,广日股份及日立电梯的电梯销量均实现了30%-40%左右的增速。预计今年我国电梯行业销量仍将有10%以上的增长。”吴裕英表示。

据预测,2013年中国电梯需求将达58万台,同比增长10%左右。随着城镇化进程的不断推进,除了安居房和城市住宅用房及商业用房外,电梯在城市和城际轨道交通各站点、各类公共设施上的应用也越来越多。此外,广日股份还全方位参与了广州市旧楼加装电梯项目。截至2012年,广日电梯已连续三年荣获政府采购电梯首选绿色环保品牌”。

广日股份今年的销售目标为40亿元,预期同比2012年增长15%-20%,依然高于行业增速。今后,电梯业务仍将是支撑广日股份快速发展的基础。犹如一棵大树的树干,电梯将是广日股份稳步成长的核心产业。同时,作为其他“分枝”得以成长的基础,将为其供给“技术养分”。

广日股份昨日公布的2013年半年报显示,上半年仅重组置入的资产实现营业收入18.43亿元,同比增长20.33%;净利润2.39亿元,同比增长31.63%;每股收益0.35元,同比增长31.63%。其中,公司电梯产品实现收

入4.5亿元,同比增长18.78%;电梯维护和保养2373.11万元,同比增长96.21%;LED业务实现收入2618.72万元,同比增长229.81%。

延伸“树枝”

在整合研发、生产、质量控制、销售、工程、售后服务各部分资源后,广日股份的光电部门积极推动其LED产业的发展。吴宾说:公司所走的是相关多元化道路,而非无相关多元化。在定位同源技术延伸方向的同时,一定会遵循‘三个相关’。那就是‘工艺相关’、‘技术相关’和‘市场相关’。”2008年,广日股份进入LED领域,首先应用的就是电梯轿厢照明和操控指示,并实现与电梯的配套销售。

在最初踏入LED领域的时候,广日股份即坚定了其高端路线。因电梯所处的特殊环境,用于电梯内的LED灯本身就有着更高要求。以此为起点,广日进入LED领域的时候就选择了有着更高要求的矿用、汽车等专业领域。”吴宾解释说,电梯长期处于启动、减速、刹车等动态运动状态,在此情况下,对LED的寿命及稳定性有着特殊要求。”

广日股份的系列化大功率LED路灯、工矿灯、巷道灯、室内照明灯具等绿色节能照明产品,均取得CCC认证,已被列入节能产品政府采购清单,矿用照明灯具取得煤安认证进入矿用产品市场,并着力开发汽车等特殊行业照明市场。广日股份LED产品还同时取得美国、日本、欧洲、澳洲等国家和地区的产品强制认证,积极拓展国际市场。吴裕英说:公司的LED订单今年将进入收获期,节能低碳产品销售呈跳跃性增长。”

据了解,广日股份已成功大规模推广大功率LED路灯、巷道灯、室内照明灯具等绿色节能照明产品。去年,已陆续接到江苏昆山、广西梧州、广东海陵岛、湖南武冈等城市LED照明项目;今年的阳江、六盘水、高速公路等项目,也将促使广日股份逐步从单一的照明设备供应进入城市照明和景观整体方案市场。

根据二十年的电气产品研发生产经验,广日股份认为:LED产品与其他电气部件在工艺和技术以及设备上都具有协同性和互补性,而LED产品仅是公司对同源技术进行延伸迈出的第一步。”

吴宾说:广日股份在不断储备前瞻性研发产品,并对制造过程进行模块化和参数化建设。针对电梯产品,除了提升智能化功能外,还将在一些细节上进行变革。例如自动扶梯使用行星齿轮永磁同步驱动技术,这将免除链条驱动,从根本上消除类似去年国内发生扶梯事故的隐患。另外,我们也在研究钢带驱动技术,提高电梯使用寿命。电梯作为一种机电产品,定位于安全和节能,并找准技术发展方向,为此做好充分的准备,才能在市场到来的时候抓住机会。”

智能停车设备、地铁屏蔽门、垃圾真空收集系统,这些在吴宾看来都是与电梯的工艺有着极大共通性的延展设备。从过往的发展经历来看,广日股份通过与日立电梯的合作,不断消化吸收国外技术并成功实现二次创新。在同源技术的延伸方面,我们也将与各个领域的世界顶级企业开展多种形式的合作,布局相关产业的同时,不断学习其技术、管理和经营理念,从而形成自己的品牌及竞争地位。”吴宾说。

目前,广日股份在电梯产品的股权合作方为日立电梯,电梯导轨方面的股权合作方为西班牙塞维拉,LED照明的技术合作方为德国欧司朗,机械式停车设备的技术合作方为日本新明和、德国威尔,地铁屏蔽门的股权合作方为德国克诺尔,垃圾收集系统的股权合作方为瑞典恩华特。吴宾说:“我们公司内部也鼓励自我创新,对于团队创新奖励及创新企业文化的建设一直在延续。”

布局与集合

早已完成全国布局的日立电梯,现已在全国设立近70家营销分公司,覆盖了全国主要城市,形成了行业内最为完善的营销服务网络。作为广日



电梯制造企业将垄断维保市场

证券时报记者 刘莎莎

目前,广州市平均一个月的电梯维保金额仅为300元,而香港每个月的维保额则为5000-6000港元,相比国外的差距更大。”吴宾说,这就是目前国内维保市场的现状。

广日股份副总经理吴宾告诉记者:电梯行业的自保率不足20%,更多的电梯使用单位选择了价格更低廉的第三方维保企业。”

频频发生的电梯事故,让模糊不清的事故责任陷入困局。2012年,广东进行维保政策改革试点,最主要内容就是明确事故责任。从试点结果看,责任明确后,物业等管理方倾向于选择具有技术实力的电梯制造企业做维保。业内预计,制造企业在维保市场的份额将从10%上升到80%。

今年的6月29日,《中华人民共和国特种设备安全法》得以通过,并将于2014年1月开始实施。目前,法规大纲予以公布,但具体的实施细则尚未最终明确。特种设备安全法突出了特种设备生产、经营、使用单位的安全主体责任,明确规定:在生产环节,生产企业对特种设备的质量负责;在经营环节,出租人负有对特种设备使用安全管理和维护保养的义务;在事故多发的使用环节,使用单位对特种设备使用安全负责,并负有对特种设备的报废义务。

据电梯行业年鉴的数据显示,若严格按照电梯15年使用寿命来估算更新需求,2013-2015年每年更新需求约为3-3.5万台,未来10年总共约有85-90万台更新需求,10年后的年更新需求可能超过20万台。以2012年240万台的中国电梯保有量、每年每台约1万元的电梯维保费用来估算,电梯维保市场规模约为240亿。

伴随着国家质检局对制造单位在公

共交通领域电梯质量和安全性能负责制度的明确,行业内的小型加工型企业与单一电梯维保业务的企业将面临洗牌。而对于拥有技术和资金实力的电梯制造企业而言,迎来的将是更大的市场机遇,但同时,在专业人才的储备及网络布局方面也面临着考验。吴宾坦言:对于改革,我们要做好准备,机遇来了,挑战也随之而来,我们将从技术和网络上做好准备,以足够的实力去面对目前的存量市场。”

业内人士分析,电梯行业的竞争格局变化与电梯企业的技术和管理的变化息息相关。近些年,内资电梯品牌的市场份额已由2000年的20%左右缓慢增加到目前的35%。该变化一方面内资企业在技术和管理方面不断向外资品牌学习,逐步提升零部件配套能力和集成水平;另一方面则是房地产企业在资金、盈利水平、政策环境等因素的影响下,对电梯性价比的关注度越来越高。

吴裕英说:“我们做了40年的电梯,我们擅长的就是站在巨人的肩膀上远眺,不断实现着二次创新。智慧城市的到来,更加考验的是一个企业的集成能力。我们目前正在努力推进的‘研发序列化’、‘设计模块化’以及‘系统参数化’,便是我们为提升集成能力而做出的努力。”

吴裕英说:“我们做了40年的电梯,我们擅长的就是站在巨人的肩膀上远眺,不断实现着二次创新。智慧城市的到来,更加考验的是一个企业的集成能力。我们目前正在努力推进的‘研发序列化’、‘设计模块化’以及‘系统参数化’,便是我们为提升集成能力而做出的努力。”

吴裕英说:“我们做了40年的电梯,我们擅长的就是站在巨人的肩膀上远眺,不断实现着二次创新。智慧城市的到来,更加考验的是一个企业的集成能力。我们目前正在努力推进的‘研发序列化’、‘设计模块化’以及‘系统参数化’,便是我们为提升集成能力而做出的努力。”

吴裕英说:“我们做了40年的电梯,我们擅长的就是站在巨人的肩膀上远眺,不断实现着二次创新。智慧城市的到来,更加考验的是一个企业的集成能力。我们目前正在努力推进的‘研发序列化’、‘设计模块化’以及‘系统参数化’,便是我们为提升集成能力而做出的努力。”

吴裕英说:“我们做了40年的电梯,我们擅长的就是站在巨人的肩膀上远眺,不断实现着二次创新。智慧城市的到来,更加考验的是一个企业的集成能力。我们目前正在努力推进的‘研发序列化’、‘设计模块化’以及‘系统参数化’,便是我们为提升集成能力而做出的努力。”

弄潮城市智慧化

证券时报记者 刘莎莎

“智慧城市”成为当下频频闯入大众视野的热门辞令。

何能让城市智慧化?这融合了人脑智慧、电脑网络及物理设备三位一体。”广日股份总经理吴裕英告诉记者,“智慧城市将是对城市管理和运行体制的一次大变革,城市功能全面实现信息化,从而更好地促进城市人居环境的改善。”

1995年,比尔·盖茨在《未来之路》中最早提及物联网的概念。十年后,在突尼斯的信息社会世界峰会(WISIS)上,国际电信联盟发布了《ITU互联网报告2005:物联网》,正式提出物联网概念。此后,“智慧地球”、物联网受到广泛关注。从推动经济发展角度来看物联网已成为计算机、互联网、移动通信后的又一次信息化产业浪潮。

从城市智慧化的结果来看,其本质终极目标应该是提供环保、便捷和高效服务,使用户终端或者用户环境变得越来越人性化和单纯化。广日股

份曾调研多个国家、多个城市的智慧城市项目,最终总结出四种发展模式,并在其中寻找契合中国国情,且迎合广日股份发展需要的路径模式,创立出以利用节能环保、智能化等先进科技,统筹和集成与其工艺、技术相关的光机电一体化智慧城市装备制造解决方案的供应商。

“目前,各国的智慧城市均处于发展中阶段,其中欧洲和亚洲是智慧城市开展较为积极的地区。从调研资料分析,大概可以归纳为四种模式:‘新加坡模式’、‘德国模式’、‘美国模式’以及‘日本模式’。”吴裕英说。

新加坡所构建的智慧城市蓝图,是以资讯通信驱动的智能体。近些年,新加坡政府在智慧城市方面的投入集中在软件及信息化。而“美国模式”,是将智能电网项目作为其绿色经济振兴计划的关键性支柱之一,同时对工业制造过程进行智能化,如机器人等。“德国模式”与“美国模式”类似,将机械制造智能化,进一步发挥其在工业制造方面的优势。“日本模式”则是在加强信息化建设的同时,提高城市设备的智能化程度。

目前,广日股份给自己的定位是面向智能城市装备,包括智能电梯、智能停车设备、垃圾真空收集系统、地铁月台屏蔽门等,实现从“光机电一体化集成制造商”走向“智能城市装备解决方案提供商”的转变。就如广日股份喊出的口号那样,他们正在致力于做“城市优质生活的维护者”、“城市现代生活与管理模式的引领者”以及“城市建设与管理设备的提供者”。

同时,广日股份也清楚地认识到,在智慧城市的发展进程中,随着互联网的广泛应用,今后的市场将不断复合新的技术,对于方案解决商来说面临的将是更大的挑战。广日股份副总经理吴宾告诉记者:“我们做了40年的电梯,若追溯到最初的广州金属结构厂已有57年的历史了,从过去的发展经历来看,我们擅长的是站在巨人的肩膀上远眺,不断实现着二次创新。智慧城市的到来,更加考验的是一个企业的集成能力。我们目前正在努力推进的‘研发序列化’、‘设计模块化’以及‘系统参数化’,便是我们为提升集成能力而做出的努力。”