安徽凤凰:打响滤清器自主品牌 小部件也能撬动大市场

证券时报记者 叶玲珍

在安徽蚌埠国家级滤清器制造基地中,有着台资背景的安徽凤凰(832000)头顶滤清器行业首家公众公司、“一站式”滤清器超市、专精特新“小巨人”等诸多光环,显得格外引人注目。从贴牌代工到打出自主品牌知名度,再到努力与国际知名企业并肩而立,安徽凤凰用40年的坚守诠释着国产滤清器企业的责任与担当。搭载资本市场东风,公司于2015年挂牌新三板,2020年登陆精选层,而今又拿到了北交所的“入场券”,欲张开双翼振翅高飞。

近日,证券时报北交所“企”明星巡礼报道团走进安徽凤凰,对话公司创始人、董事长巫界树,解析企业成长路径,畅谈行业发展前景。

黄剑波/摄

两岸三地40年初心不改

“不知不觉,迈入汽车滤清器行业已经40年了。”起步于台湾,沉淀于东莞,发展于蚌埠,巫界树的人生轨迹看似丰富,但始终围绕滤清器赛道行进。伴随着中国汽车工业的快速发展,巫界树对自己的选择也愈发笃定。

上世纪七八十年代,正值台湾经济发展的黄金时期,初出象牙塔的巫界树进入一家进出口贸易企业工作,因频繁深入一线市场,敏锐地嗅到了滤清器市场的商机,并毅然决定从贸易领域切入实业生产。1981年,巫界树在台湾注册“凤凰”品牌,开启了漫长的创业生涯。

“其实,创业初期我们主要是做干洗机上的滤清器,进入汽车滤清器市场也是机缘巧合。记得当时日本一家知名的汽车制造厂到工厂来考察,觉得我们的产品品质不错,想把汽车滤清器也交给我们生产。当时,全球汽车工业规模渐起,滤清器需求旺盛,而台湾还没有知名的滤清器企业,我觉得这是个机会,便开始专注于汽车滤清器。”巫界树告诉证券时报记者。

进入90年代,中国改革开放步伐加速推进,海峡两岸经贸往来逐步频繁,一波台商赴大陆的投资潮悄然来袭,巫界树就是在这个时候来到东莞,投建了大陆第一个台资滤清器工厂。基于此前在台湾的外贸经历和市场基础,巫界树在东莞的业务开展得顺风顺水,也形成了安徽凤凰国际业务的雏形。“我很庆幸来到了大陆,选对了投资方向。”巫界树坦言。

不过,伴随着沿海地区产业升级,传统制造产业批量向土地及人力成本更低的内陆迁移,巫界树开始寻找新的战略根据地,并迅速把目光聚焦在了国家级滤清器产业基地之一——安徽蚌埠。2006年,“凤凰”品牌正式落户蚌埠,安徽凤凰由此创立。“因为我们做的滤清器品种繁杂,且主要为出口型业务,对土地仓储面积和专业人才要求很高。”巫界树表示,迁址蚌埠主要有几方面考虑,除了作为当地招商引资项目能够享受相关的土地和税收优惠,最主要的原因是蚌埠聚集了大批国内一流的滤清器研发、生产人才。早在上世纪50年代,蚌埠诞生中国首家车用滤清器企业——蚌埠拖拉机附件厂,孕育了大量汽车滤清器人才,堪称滤清器行业的“黄埔军校”,巫界树的合作伙伴陈登宇早年便供职于此,目前任安徽凤凰副董事长、技术领头人。

落户蚌埠后,在资源和人才双向加持下,安徽凤凰规模持续壮大。目前公司拥有黄山大道、兴中路、怀远工业园三大生产厂区,员工人数已近千人。近3年来,公司业绩稳步增长,2020年营收首破3亿元大关;录得净利润0.47亿元,较2017年几近翻倍。

打造一站式滤清器超市

走进安徽凤凰的企业展厅,展示柜中琳琅满目地陈列着各类车用滤清器,空气滤、空调滤、燃油滤、机油滤,不一而足,像极了一家滤清器超市。

“国产、欧系、美系、日系、韩系,无论是什么样的车型,哪怕是30年前的,都可以在我们这买到适配的滤清器产品。”对于自身的供货能力,巫界树满怀信心,最主要的是,公司产品全部产自自己的工厂,从源头上把控了产品质量,售后服务有保障,客户大可放心购买。“国内能做到一站式自产供货的滤清器企业屈指可数,这也是我们最核心的竞争优势。”

据介绍,安徽凤凰四大系列汽车滤清器涵盖8000多款产品,广泛应用于各类主流乘用车车型、商用车车型和工程机械,满足了不同国家和地区客户的多样化需求。目前,公司拥有2600万只滤清器产能,新一轮年产2500万只高端滤清器扩产项目也在有条不紊地建设中,规模化优势正加速释放。

安徽凤凰的产品路线,与公司聚焦独立售后市场、以外贸出口为主的市场策略关系密切。

在国内汽车行业零整关系形成之初,为主机配套的国内滤清器厂大多脱胎于国有体制内的零部件企业,市场环境相对封闭。相比于原厂配套,滤清器由于更换频率较高,其实售后市场空间更为广阔:空气滤清器一般要求1万-1.5万公里更换一次;空调滤清器每1万公里需要更换一次;燃油滤清器及机油滤清器则每2万公里、5000公里需要进行更换。

“欧洲、北美等汽车市场起步较早,车后市场更为成熟,独立售后服务也发展更快。基于国内市场的现状和国际需求的旺盛,我们一开始就主攻国外IAM(独立售后服务)市场,主要为国外品牌商提供贴牌代工服务。”巫界树表示,IAM市场具有个性化需求强、产品型号复杂和产品更新快等特点,客户在采购产品时往往采取小批量、多品种、多批次的采购方式,这就决定了我们的产品必须丰富多元,才能更好地满足下游需求。

目前,公司产品已经远销全球30多个国家和地区的汽车后市场,并构建了一批实力雄厚的“朋友圈”,包括德国Bilstein、澳大利亚Wesfil、LKQ欧洲等行业知名企业。

丰富的生产实践练就了安徽凤凰快速响应的能力,随着国内汽车工业发展趋于成熟,这种能力正逐步成为公司叩开国内市场的敲门砖。近几年来,公司境内销售绝对金额及占比逐年提升,2020年已达1.2亿元,占主营业务收入比重为39.7%;今年上半年境内业务录得营收8270万元,占主营收入比重进一步上升为48%,几近半壁江山。

圆自主品牌之梦

通过贴牌代工完成原始资本积累后,安徽凤凰开始攀登另一座高峰——打造自主品牌。

“公司帮很多世界名牌生产滤清器,却不能冠以自己的品牌,我始终觉得不甘心。”巫界树告诉证券时报记者,“我们完全有能力做自己的品牌。”

事实上,不同于传统的委托加工,安徽凤凰在贴牌代工方面有着自己的独特打法,逐步培育了自主品牌的雏形。“贴牌生产切忌成为客户的附庸,我们采取的策略是化被动为主动,充分参与产品前期研发和设计,让客户形成反向依赖。”巫界树表示,安徽凤凰与客户的合作方式也是多样化的,客户可以直接发产品原样,也可以发产品图纸,甚至只需要给个安装尺寸,公司都能够完美匹配需求,进行定制化生产。

目前,国内汽车滤清器生产企业规模普遍较小、行业集中度较低,尚未产生具有绝对市场优势地位的企业,国内汽车滤清器前装市场和高端售后市场均由国际滤清器厂商占据主导地位,这恰恰为安徽凤凰打出差异化竞争优势开辟了路径。

“我们最大的优势在于品种丰富,生产灵活,响应迅速。近年来,在汽车生产成本压力下,整车厂对于零部件的降本需求逐步增强,技术实力强、产品质量硬的国产品牌滤清器快速进入他们的视野,我们的自主品牌战略走得还是比较顺畅的。”巫界树告诉证券时报记者,现阶段公司自主品牌主要以经销方式在国内销售,除售后市场外,还通过了多家整车厂的体系审核,并与东风日产、悦达起亚、三一重工等一些主机集团展开了正式合作。

2016年-2018年,公司自主品牌产品销售额连续突破5000万元、6000万元、7000万元大关,2020年达7729万元,已逐渐成为境内销售的“主力军团”。

需要关注的是,与为国际品牌代工相比,国内自主品牌产品销售往往借助经销商渠道,在推广初期通常需要让利,在一定程度上降低了产品销售价格,从而拉低了整体毛利。不过,随着品牌知名度的逐步提升,安徽凤凰在供应链条中的地位也日渐强势。近年来,公司对国内经销商适时统一上调自主品牌产品旋装式机油滤的销售价格,并取消了部分产品的特价优惠政策,经销模式下的毛利率从2017年的11.82%提升至2020年的18.85%。

当然,安徽凤凰的自主品牌之路绝不止于国内。“我们有外销的经验,品种又丰富,自主品牌在国内市场形成口碑以后,必然要走出国门。”巫界树表示,初期可能不会选择欧美等发达地区,更倾向于布局东南亚、中欧等汽车工业较为薄弱的地区。“近期受疫情影响,参展推广的机会不是很多,但后续一定会加码投入,打响凤凰品牌在国际市场的知名度。”

以创新研发安身立命

对自主品牌的强烈自信,源自于公司深厚的创新研发底蕴。

虽身处传统产业,安徽凤凰在研发投入上却毫不吝啬。2018-2020年,公司研发费用分别为1131万元、1308万元、1205万元,占营业收入的比重分别为4.15%、4.47%、3.99%,投入强度常年位居国内滤清器行业前列。

“没有研发就没有发展。”巫界树坦言,公司每个月要开发几十套模具,一套模具开发费用就要十几万,而一个过滤器的价格才几十块,且后续量产通常具有不确定性,在很多人看来这种投入性价比很低。但巫界树认为,基于公司打造一站式滤清器超市的定位,这种前期研发不仅必要,而且紧要。“短期利润和长远发展,我宁愿选择后者。”

截至目前,安徽凤凰拥有专利总数为148项,其中66项为发明专利,2014-2020年连续登陆“安徽省发明专利百强排行榜”;与此同时,公司还参与制定了多项标准,包括1项国家标准,9项行业标准,7项团体标准。

“很多技术现在没有普及,但不代表未来用不到。”巫界树以滤清器的分解回收问题举例,目前市面上滤清器一般只回收铁和橡胶,但滤纸上存留有大量的铁元素,由于无法被分离,只能随滤纸白白丢弃;而公司当前正在研究铁、塑料的替代材料,以热压成型的方式,让滤清器可以整体用于回收处理,既经济又环保。

除却滤清器设计层面的研发外,安徽凤凰积极向产业链上游延伸,定向开发无纺布过滤材料,并在蚌埠市怀远县开设滤材厂用以保障原材料供应。“市面上的滤清器厂,大部分都是在外面采买原料,这种模式虽然减少了上游设备投入,但没办法对产品进行溯源管理。”巫界树表示,公司面向的大多为国际客户,他们不仅关注价格,更关注产品品质。有了滤材厂做支撑,不仅可以把控产品质量,还能与客户进行协同开发,甚至根据产品性能反向研发滤材。目前,公司的无纺布滤材除了满足自供外,已经向汽车滤清器以外的行业领域拓展应用。

“产品好不是用嘴巴说的,是要用数据来丈量的。”谈及公司的产品检测能力,巫界树满怀信心,“我们投建了目前国内最先进的滤清器检测实验室,油水分离的检测设备全世界只有三台,其中一台就在这里。”此前滤清器是简单粗暴地按照过滤物的克重计算过滤效率,而公司的检测台采用的粒子计数法,对过滤物成分进行细分,并以镭射技术读取,实现了从定性到定量的分析,让检测结果更为精确可信。目前我们的实验室已经承担了很多客户样品检测工作,下一步我们会争取把实验室建成第三方认证机构,用标准构筑更为牢固的护城河。”

拥抱汽车产业变局

历经三十余年的高速发展,中国汽车工业从增量时代迈入存量时代,车后市场蛋糕变大的同时,竞争格局也在悄然生变;而在技术层面,电动化、智能化成为新的发展趋势,传统汽车零部件企业正面临一波前所未有的洗礼。

谈及未来滤清器的市场容量,巫界树给记者算了一笔账,按照全球机动车保有量约13亿-14亿辆,每辆车每年至少更换2个机油滤清器、1个空气滤清器、1个燃油滤清器测算,保守估计全球滤清器售后市场规模达500亿-600亿元,而目前公司营收水平在3亿元左右,未来待开拓的市场空间还是十分可观的。与此同时,随着国内车后市场的逐步成熟,以途虎为代表的独立售后市场呈现快速增长,给深谙该细分领域的安徽凤凰带来了新的商机。

“国内滤清器市场呈现金字塔结构,底层盘踞着大量品质不高、低价营销的企业,但真正到了中高端,能够排得上号的也就30-50家。”巫界树表示,随着排放标准的不断提升,未来的滤清器行业将面临一轮大洗牌,没有配套技术实力和研发能力的企业会被顺势淘汰,胜出的“行业精兵”不仅会迎来市占率的提升,更将迎来利润水平的飞跃。

对于新能源汽车给滤清器市场带来的冲击,巫界树并不讳言:“不可否认,新能源汽车是新的发展方向,但完成从燃油车到电动车的全面切换尚需时日,至少在20年内,公司发展无虞;另一方面,滤清器并不是一个封闭品种,在新能源汽车领域,它依然有应用价值。”

2019年,安徽凤凰与合肥工业大学联合启动了“高效低成本燃料电池汽车空气滤清器的开发与应用”项目,针对氢燃料电池过滤系统进行基础性研究,目前研发工作正在加快进行。“氢燃料电池的过滤系统除了要滤掉空气中的颗粒物外,还需要对酸性气体、碱性气体进行分离,进气过滤组件比目前的内燃机要复杂很多,单位价值会比燃油车时代更高。”巫界树表示,后续将加速研发进程,并力推研发成果产业化,打造公司新的增长极。

安徽凤凰 发展历程

2006年	安徽凤凰成立
2009年	黄山大道厂区投产,形成1200万只滤清器产能
2010年	通过高新技术企业认定
2012年	通过“安徽省省级技术中心”认证
2013年	兴中路厂区投产,产能扩大至2000万只
2014年	完成股份制改造
2015年	挂牌新三板,产能扩大至2600万只
2016年	自主品牌销售额破5000万元
2017年	安徽蚌埠怀远县无纺布过滤材料厂纳入公司主体
2018年	启动年产2500万只高端滤清器项目建设
2019年	商用车售后市场启动,荣获国家级两化融合贯标企业
2020年	晋层精选层,荣获国家级“专精特新”小巨人企业
2021年	登陆北交所,年产2500万只高端滤清器项目逐步投产

坚守品质服务 不做“差不多先生”

证券时报记者 叶玲珍

滤清器,在普通人眼中小到不起眼的汽车零部件,承载的却是安徽凤凰生产经营的大智慧。

从业四十年,任凭行业竞争环境如何演变,巫界树的宗旨始终如一:保证质量,不赚快钱。“中国有句古话叫失之毫厘,谬以千里,放在滤清器的生产、服务领域也是一样,我们绝不做‘差不多先生’。”

从坚持自主生产到打造自主品牌,再到把控上游原材料,安徽凤凰每一次战略升级的背后都是对品质的坚持。

在汽车维养市场,大多数车主对于自身确切需要的产品或项目并不清晰,对产品性能指标也知之甚少。客户在进行滤清器更换时,一般由保养机构推荐,很少会主动选择具体型号,这在一定程度上造成了滤清器市场的鱼龙混杂。

“滤清器价值不高,但与车主的用车体验高度相关。以空气滤清器为例,假若质量不过关,汽油燃烧不完全,除了影响环境外,无形中就会增加油耗,折算下来浪费的油钱可能是滤清器价格的几十倍甚至上百倍了。”巫界树告诉证券时报记者,车主不会算这笔账,厂家需要引导保养机构帮助车主做出正确抉择,这也是我们自主品牌需要完成的使命。

目前,安徽凤凰已经拥有上百家合作紧密的经销商,销售网络遍布全国大部分省、区、市。“经销商培训一直是我们主抓的工作,培训内容不仅包括产品性能,还涵盖安装方法。”巫界树以滤清器安装为例,向记者道明个中奥妙,“滤清器是有固定扭力的,如果锁得太紧,引擎发动的时候,产生的瞬时压力会让滤清器变形,从而影响过滤效果;正确的安装方法应该是扣上后,旋转到3/4圈的位置,而这些市面上很多修理厂未必知道。”

在巫界树看来,车后市场要树品牌,更要重服务。“事实上,服务也是品牌价值的一部分。滤清器不同于一般的日常消费品,无论购自哪里,最终还是要回到线下安装。目前我们已经依托经销商网络,逐步建立线下服务系统,帮助修理厂解决更多的安装和售后问题,形成客户粘性,这无形中也是一种口碑塑造。”

零售价:RMB 4元 HKD 5元 北京 长春 济南 西安 杭州 上海 无锡 长沙 成都 深圳 福州同时印刷 本报地址:深圳市福田区皇岗路5001号深业上城T1写字楼57-59楼 邮编:518038