

海伦钢琴力争5年内跻身世界名牌之列

证券时报记者 李小平

位居宁波北仑的海伦钢琴(600329),从生产钢琴配件起家,到贴牌加工整机钢琴生产,最终拥有了自主品牌——HAILUN”和 WENDL&LUNG WIEN”。

在过去的十年,海伦钢琴演绎了一段从小到大、从无到有的神话,完成了从中国制造到中国创造的变身。从宁波北仑走出的海伦钢琴,如今已成为维也纳金色大厅的“永久居民”,成为丹麦王室的御用钢琴。

短短的十年,海伦钢琴的变身魔力何在?其前景又会如何?在日前深交所联合宁波证监局组织的走进上市公司活动中,几十名投资者前往宁波北仑,对海伦钢琴的成长基因一探究竟。

重金打造研发力量

在钢琴的构件中,码克是其中的核心部件之一。海伦钢琴的不断跨越,离不开对码克制造工艺的完美追求。

2001年,掌握丰富的钢琴五金配件生产经验的海伦钢琴,开始组织码克技术攻关。首先,他们买来了世界上一流的码克样品,进行拆解分析,然后又购买了加工过程所需的铁板、钢丝、铜丝、木材等进行反复试验。

码克的弦列分布及有效弦长的设计,是当时最难的一项技术,有害泛音是我们面临的一大难题。”海伦钢琴制造工程技术中心经理郑翠萍称。

当时郑翠萍是一名技术主管,也是当年海伦钢琴码克技术攻关的骨干。她回忆称,为了解决这个问题,他们查阅了大量的物理学及声学的相关资料,并请教了上海音乐学院的教授,经过反复计算推敲,在大量试验的基础上,历时两个多月,终于解决了该问题。

如今的海伦钢琴,在码克设计和生产上保持着国内领先优势,可通过一系列的结构设计,保证有效弦长和共振区域,使得产品稳定性加强,音色更为优美。

海伦钢琴董事长陈海伦称,当我们拥有了先进的加工设备,掌握了钢琴开发的核心技术之后,缺的是整琴组装人才。所幸的是,海伦钢琴的合作伙伴奥地利文德隆公司派出了两位钢琴专家到北仑给予现场技术指导。这也是海伦钢琴迎来的最早的两位外籍专家。

据了解,自2004年下半年以来,海伦钢琴先后聘请了曾效力于世界名琴贝森朵夫、拥有近30年制琴经验的奥地利专家斯宾为整音调音总指导,聘请奥地利钢琴制造大师彼德为总技术顾问,又将具有34年钢琴整琴设计经验的美国高级钢琴设计大师乔治·弗兰克·爱姆森请到公司,并委任其为总设计师。

现在,公司还有好几位聘用的外籍专家,一年费用大概10万—20万美元,这些专家会不定期来公司进行相应的指导工作,算起来每年支付给这些外籍专家的机票费用,都快要超过支付的工资,不过这些付出都是值得的。”陈海伦如是说。

除聘请洋专家外,海伦钢琴还经常从合作伙伴捷克佩卓夫、德国贝希斯坦、奥地利文德隆、日本朝日等钢琴公司邀请专家到公司交流技术。

年报显示,海伦钢琴对技术研发一直很专注,研发费用每年均纳入年度预算,并根据项目实施情况定期进行调整。2008至2012年,公司研发费用的投入从期初的709.43万元上升为去年的1480.37万元,其中2012年的研发费用同比2011年增长39.85%。从研发费用占收入的比例来看,在过去的5年中,该项费用一直稳定在3.5%以上,去年这一比例已经超过4%。

踏入世界艺术殿堂

虽然公司成立到现在不过10余年,但海伦钢琴对品牌和市场的开拓却有自己的认识。

去年,国内钢琴大师赵晓生在全国30余个城市进行巡演音乐会,海伦钢琴就是赵晓生的指定用琴和该活动的赞助商。此举不仅普及和推广了艺术教育,也让更多的消费者真实客观地感受到“海伦”的魅力,增强了公司

品牌的知名度和美誉度。”陈海伦称。

细心的投资者还可以发现,海伦钢琴近年来的品牌建设商业活动结合较为密切,包括冬运会开幕式、希望杯”钢琴音乐节、国际电影节、海伦杯”钢琴大赛、上海国际艺术节等活动,都能找到海伦钢琴身影。

在钢琴行里,想成为大型活动的赞助商容易,但想成为大师的指定用琴却并非易事。不凡的身世,是海伦钢琴绑定大师手指的重要砝码。

2005年1月29日,是海伦钢琴铭记在心的日子。海伦公司与欧洲总代理商合作的“奥地利维也纳—中国海伦钢琴城”开业。当时,500余名来自美国、法国、德国等国的钢琴家试奏的结论是:“海伦钢琴”已达到了“欧洲钢琴的品质”。时任中国驻奥地利大使的卢永华评价说,“中国钢琴打入了欧洲主流市场,这是中国人的骄傲。”

凭借着大师们的口碑,海伦钢琴顺利进入世界艺术殿堂。2005年8月,一架标有“海伦—宁波”的海伦钢琴进入维也纳金色大厅,供音乐大师演奏,这也是第一架进入维也纳金色大厅的亚洲钢琴。次年,海伦钢琴生产的这架钢琴,凭借完美的音色,成为继世界名琴“施坦威”、贝森朵夫”之后,又一个维也纳金色大厅的“永久居民”。2006年2月,海伦钢琴又进入丹麦王室,成为王室御用钢琴。

欧洲是钢琴的起源地,特别是维也纳,只有具备世界一流技术的钢琴,才有生存下去的理由。”陈海伦称,维也纳有“音乐之都”的美誉,莫扎特、贝多芬、舒伯特、约翰·施特劳斯父子等殿堂级的音乐大师,都曾在维也纳接受艺术熏陶,海伦钢琴就是冲着维也纳“音乐之都”的牌子去的。

三步走向世界名牌

重金打造的研发队伍,让海伦钢琴收获颇丰。从研究成果来看,目前海伦钢琴共拥有专利技术37项、非专利技术成果3项,专利群初见规模。

在海伦钢琴陈列室的墙上,挂着一块块金灿灿的奖牌:2006年,“HAILUN”牌钢琴被国家质量监督检验检疫总局授予“中国名牌产品”证书;2008年,“HAILUN”牌钢琴在法国钢琴类“金音叉”活动上,被评为音乐品质、声音、手感、感情色彩、踏板、外观6颗星(国际最高级别奖项);2011年初,“HAILUN”牌钢琴被美国《The Piano Book》列入世界钢琴质量排名消费级钢琴品牌最高级别。

虽说上述成就足以让同行眼红,但海伦钢琴却还没有满足。陈海伦表示,在未来3—5年时间内,将努力使海伦钢琴跻身世界级演奏钢琴的第一阵营。

海伦钢琴的发展目标,与其制定的三步走规划密切相关。自进入钢琴生产领域之初,海伦钢琴就确定了钢琴产品发展的“三步走”规划:即系列钢琴、精品钢琴、智能钢琴三个发展阶段,计划用10至15年左右时间完成。从2003年开始研发试制第一个型号钢琴HL121立式钢琴,到2008年完成了立式钢琴系列化的研发和生产,海伦钢琴实现了从无到有、从小

到大。

海伦钢琴的精品钢琴发展阶段始于2008年,其开发的CF168和CF180两种型号产品,尚未正式投产即已收到较多意向订购。按照规划,第二阶段的精品钢琴系列研发完成后,将大幅度提高海伦钢琴在国内外市场的产品档次和品牌影响力。

尽管第二阶段尚未收官,但海伦钢琴目前已经着手智能钢琴的研发筹划,并预计于2013年底前研制出样品琴。在根据市场反馈信息逐步完善产品各项性能指标并具备批量化生产条件后,公司将筹措资金对智能钢琴进行工业化生产。

据悉,智能钢琴不同于电子琴和电钢琴,是一个全新的乐器领域。随着高新技术在现代音乐中的不断应用,智能钢琴将成为钢琴行业乃至乐器行业的主导产品,将会引领世界钢琴行业的潮流。

用陈海伦的话来说,在完成上述三个阶段的产品发展战略以后,海伦钢琴将会以规格完整、技术先进、品质优良的产品系列,跻身世界名牌钢琴之列。



李小平/摄 彭春霞/制图

募投项目投产 产能瓶颈一举突破

证券时报记者 李小平

从去年8月到今年5月,可以说是最痛苦的时间,市场供不应求,但产量却提升不了。”对着到访的数十位投资者,海伦钢琴董事长陈海伦如是说。

在陈海伦的痛苦期,海伦钢琴出现了产量大于产能、销量大于产量的奇特现象。数据显示,2012年,海伦钢琴的产能为2万台/年,但2012年的生产量为2.28万台,销售量更是达到了2.35万台。而这种奇怪现象主要系生产外包等因素所致。

面对着火热的供销现状,海伦钢琴不得不改变原有的经营策略。以钢

琴的核心部件“码克”为例,2012年,海伦钢琴的外售码克为3903台,同比下降45.23%。外售码克销量下降并非销售遇阻,而是不得不用于自身钢琴生产的需求。2012年,海伦钢琴生产领用码克数量增长了13.12%,达到了2.35万台。

这一切对于陈海伦来说,似乎并不意外。自维也纳获得成功,海伦钢琴的市场开拓就多了一把利器。在海伦钢琴进入国内市场时,各地要求加盟的经销商不请自来。数据显示,2005年,海伦钢琴的国内销量为1340台,到了2010年,数据达到了1.43万台。换言之,2005年—2010年,海伦钢琴的国内销量增长了超过

大师巧手撬开市场销售 ——海伦钢琴高管答投资者问

证券时报记者 李小平

在国际钢琴领域,一般知名钢琴企业少则需要30—50年沉淀,多则上百。然而,这种行规却正在遭到海伦钢琴的颠覆。在过去十年间,海伦钢琴实现了从无到有、从小到大的跨越。

梳理海伦钢琴的发展路径可以发现,其对国际和国内两个市场的认识集中体现在,借助海外工程师与钢琴大师的力量,撬开产品品质与销售市场的大门。这一点,从投资者对话上市公司高层中便可以得到体现。

海伦PK珠江

投资者:在钢琴行业中,目前国内外的钢琴企业品牌现状是怎样?海伦钢琴的地位如何?

海伦钢琴:近年来,全世界钢琴市场年销量约在40万—50万架,中国以外市场约占其中的一半。

欧美是钢琴的发源地,并培育了包括施坦威、贝森朵夫、博兰斯勒、贝希斯坦等世界知名品牌,这些企业经过上百年的传承和维护,受到全球消费者的尊崇,在品牌影响力上具有很强的竞争优势。20世纪中后期开始,日本的雅马哈、卡瓦依等钢琴品牌逐渐为越来越多的消费者熟知,在市场竞争中也表现出了较强的竞争优势。

近些年,以珠江钢琴、海伦钢琴为代表的国内知名钢琴生产企业,借鉴日本企业的加工制造经验,极大地提升了生产能力和产品品质。海伦钢琴在积极寻求传统手工艺与日本先进的加工手段完美结合的同时,逐步形成了独特的制造工艺技术,取得了专利知识产权,并得到了德国贝希斯坦、捷克佩卓夫等多家国际知名钢琴厂商的认可。

从市场份额来说,在国际市场上的出口,目前海伦钢琴应该是排在国内第二位;在国内的销售大概是2万台/年,国内市场占有率约6%。

投资者:海伦钢琴和珠江钢琴怎么比较?

海伦钢琴:我们觉得,这跟市场定位有区别,海伦钢琴定位在中高端市场,产品音色、手感均处于亚洲领先水平,并达到欧洲水平。与同行国外品牌的主要竞争对手相比,公司钢琴产品国内市场零售价格整体处于行业中等偏上水平。珠江钢琴是全球钢琴制造业生产规模最大的厂商,而我们海伦钢琴是全球钢琴制造业发展速度最快的企业。

投资者:从销售渠道来说,珠江钢琴的销售门店是不是比海伦钢琴多?

海伦钢琴:目前,海伦钢琴的销售网络已经覆盖了全部一线城市、大部分二线城市,在未来几年内,公司将进一步完善二线城市销售网络,加大三线城市(县城)销售网络的建设。

从销售模式来看,通过琴行经销商销售,是目前全球钢琴行业普遍采取的主要经营模式。包括海伦钢琴、珠江钢琴和星海钢琴在内的国内品牌,

均主要通过经销商买断方式销售钢琴产品。与珠江钢琴不同的是,海伦品牌不做批发。

投资者:刚才听你介绍的销售模式,不知道电子商务是不是适合钢琴销售?

海伦钢琴:公司正在摸索这个事情,正在考虑这个问题,已与国内某电子商务运营商商谈了好几次,但钢琴产品做电商的话,突破传统的销售模式可能存在一定的难度。所以说,电商的事情对于我们来说,目前还没有开始做,但我们也正在考虑到今后怎么做网上销售,我们觉得可能只有最主要的几款比较适合。

户均拥有量提升空间大

投资者:最近两月来,股东宁波睿勇投资有限公司对公司股票进行了减持,能解释一下这是怎么回事吗?

海伦钢琴:公司在准备上市的过程中,因为是中外合资企业,规定一定要有法人公司持股,法人公司持股以后,税收就很高。你买了股票以后,企业所得税是25%,个人的所得税是20%。也就是说你赚100万,首先要交25万的企业所得税,留下75万分到个人时,还要交15万的个人所得税,加起来就是40万。前段时间,股东跟我们沟通,说这项税收实在太高了,如果换种持股方式压力要轻很多了,也就是先把股票卖掉,看好的时候,再到二级市场买进。

投资者:钢琴行业的前景如何?市场空间有多大?

海伦钢琴:根据《中国统计年鉴2011》,2000年,城镇居民家庭平均每百户拥有钢琴量为1.26架,而2010年每百户钢琴拥有量已达2.62架,十年间翻了一番多,美国、日本、欧洲等发达国家每百户钢琴拥有量在2003年即已达到20—25架,我国城镇居民家庭拥有钢琴的数量仍相去甚远。

目前,国内经济发达的北京、上海、深圳等地的百户钢琴的拥有比例是6%—7%。如果国内每百户钢琴拥有比例为10%,钢琴市场的春天将会异常温暖。因此,随着中国居民收入水平的快速提升,户均钢琴拥有量依然存在着很大的提升空间。

投资者:在品牌建设上,海伦钢琴下一步有什么打算?

海伦钢琴:近年来,中国钢琴演奏行业涌现出像朗朗、李云迪等少年天才艺术家,榜样的力量使得越来越多的中国家长推动自己的子女投身到钢琴学习中来。

在今后的品牌建设上,公司会继续注重文化品牌概念宣传,通过举办钢琴比赛、音乐大师班和音乐家专场演奏会进行品牌推介。同时,也会注重在各类重大社会事件中寻找合适的市场营销机会。

海伦的品牌没有像珠江将近60年历史,也没有像雅马哈100多年历史,但我们还在努力,努力把海伦打造成世界级的中国品牌。