



▲伊莱特注塑厂生产车间。

家电产业“北融”“腰部”企业发力

高成长性企业成为“北融”的中坚力量,中山正着力培育和做强“腰部”

“我们刚去黄圃的时候,那里还是远离中心的荒地,经过近20年的发展,如今,片区家电产业链企业聚集,其中不乏颇具实力的研发型企业或者单品口碑企业。”6月14日上午,在格兰仕顺德总部,格兰仕集团副总裁邹能基回忆起当年和团队一起去黄圃镇“开荒”的经历不无感慨,在他眼中,这些年成长起来的家电企业,有一些虽然规模并不特别大,但正在成为两地智能家电产业集群的中坚力量。

而在顺德参与多家家电企业投资经营的广东昊森热能设备有限公司董事长吴效峰则明确表示,年产值1亿元-5亿元的“腰部”家电企业正在成为中山顺德家电产业集群的生力军,“培育好‘腰部’企业,对产业集群的发展壮大和转型升级意义重大,对于龙头企业和品牌企业相对较少的中山来说,尤其如此。”

6月13日至16日,本报高质量调研行小组深入顺德和中山北部镇街探访两地万亿智能家电产业集群发展进程,发现“腰部”企业成为企业家最常提及和最为关注的“高频词”之一。

总策划/伍学标 策划/程明盛 吴森林 统筹/黄启艳
采写/本报记者 李红 黄启艳 摄影/本报记者 杨彦华 赖彤瑶

●顺德打工人中山开厂“一步一个脚印”壮大

2006年,28岁的黄龙辞去外贸销售工作,从顺德来到中山东风创办了广东美尼亚科技有限公司。那个时候,除了五年的外贸经验和并不丰厚的积蓄外,黄龙并没有太多依仗,唯一让他感到安心的是,有个法国客户支持他做一个国内崭新的电器品类——红酒柜。这种核心技术在于恒温恒湿的电器,挖技术人员来做出产品并不难,难的是保持质量稳定。

刚开厂时,黄龙雄心勃勃,像周边很多企业那样,用低价跑量的方式经营,公司在2008年到达一个高点。“那一年金融危机,我们美国一个促销大单因为质量问题收不到货款,然后法国客户也破产了,一下子600万元收不回来。”黄龙说,开厂的启动资金是6个合伙人凑的100万元,忽然遇此大坎,他整个人陷入失眠焦虑状态。在低谷期,黄龙反思了自己的经营路线,“不能再靠低价卖货了,非常辛苦,企业也没有出路,要提升技术含量,把产品做精做好,附加值提上来,从追求销售额转到追求产品品质和利润率上来。”

同时期,黄龙推翻从前对“贴牌”和“出口”依赖,他想建立国内线下品牌网络。当时是2010年,产品转型提升后在传统外贸渠道表现还不错,但是销售转型却陷入停滞。正在黄龙想尽办法开拓国内市场时,当时流行的国内电商代运营找上了门,他愿意一试。“没想到,试了一年,效果还真不

错。第二年,我们自己接手后,当年的‘双十一’就卖到了天猫单品第一。”后期国内电商的爆发式增长,更为黄龙实现了打品牌的夙愿,“坚持了五年后,国内电商销售额已有5000万元,要知道,那时候多数外贸企业的国内销售基本为零。”

与此同时,黄龙嗅到跨境电商的机会,果断带领团队投入进去。继国内电商之后,跨境电商在2017年前后也进入高速增长期,黄龙和团队再次踩中节奏,到了2022年年底,公司产值规模已经增长到接近2亿元。他在红酒柜之外,又开辟了雪茄柜、茶叶柜和化妆柜新品类,每个品类都有自己的品牌,用品牌和代工的方式同步推向国内外市场。

销售一路增长之下,2019年年底,黄龙的企业也终于成功拿到了15亩土地,2022年年中建成2栋35000平方米厂房并投产。

为了更好地经营国内外电商渠道,黄龙特地在顺德电商集聚区安置了一支专业电商团队,他认为相比顺德家电行业专业的品牌打造和销售平台,中山家电行业的竞争力始终集中在制造上。“其实,我们中山企业也可以多向终端市场靠拢,提高对终端市场的把控和快速反应能力。希望大家都一步一个台阶慢慢壮大,包括美尼亚在内。”这是黄龙和他的团队最真诚的心声。

●5分钟车程内,有“龙头”也有“腰部”

20公里之外,在美尼亚拿地三年多之后,主要生产壁挂炉的广东昊森热能设备有限公司(以下简称“昊森公司”)也通过中山“工改”率先拿下中山黄圃大岑千亩连片产业园的第一宗土地,即将实现企业的蝶变。

“公司2014年11月落户黄圃,是生产燃气壁挂炉、商用锅炉等供暖设备的高新技术企业,也是国家燃气供热专业委员会G20核心企业,掌握了自适应全预混冷凝锅炉核心技术。”站在位于顺德容桂的昊森上游电控线路板供应商、也是自己持股企业希骏(澳骏)电子有限公司(以下简称“希骏公司”)的生产车间,昊森公司董事长吴效峰坚定地说,自己的企业就是中山顺德智能家电产业集群中的优质企业。

昊森公司目前在中山有3间工厂,年产值接近3亿元。“1亿元-5亿元的‘腰部’企业,我认为就是家电产业集群中的优质企业,而且我们的单项技术和销售在国内都处于领先地位,单项企业的评价要多从行业维度来进行,而不能仅仅看产值。”吴效峰认为,“腰部”企业已经成为家电集群最坚实的力量,也是未来最有潜力发展壮大的,培育“腰部企业”对于缺少大企业和大品牌的中山来说,尤为重要。政府可以从土地、数字化改造、公共服务平台等多方面进行有针对性的扶持,从如何进行产业转换升级、如何通过企业形象塑造而提高企业竞争力、如何享受政策补贴等方面进行专业化引导。”

昊森配件供应商希骏公司同样在单项上有自己的技术优势,眼下企业年产值

达到2亿元,同样位于智能家电产业集群“腰部”位置。在其创始人胡志恒看来,希骏公司是产业生态链上不可或缺的一环,“如果市场形势好和政府适当扶持的话,我相信我们是很有潜力发展壮大的。”

距离希骏公司不远,国内家电业巨头格兰仕早已迈入百亿企业“俱乐部”,也是中山、顺德两地的明星企业。进入中山近20年后,其全品类三分之二整机产能布于中山,中山供应商数量庞大。站在顺德细滘河边,面向格兰仕总部工业4.0数字化生产车间,邹能基介绍,格兰仕推进的工业互联网平台,对接上下游供应商的生产、库存、物流等数据,通过数字产业链,带动上下游企业加快数字化转型。“过去,上游供应商与格兰仕合作,需要人员专门对接,从订单、生产到送货,都很繁杂。接入供应链数字化平台后,对接工作精准高效。”虽然不提倡一蹴而就,但格兰仕乐见供应商具备稳定的质量管控能力。邹能基认为,供应商转型升级,发展壮大,最终实现的是合作双方“共赢”,提升的是整个智能家电产业集群的竞争力。

从美尼亚出来驱车仅5分钟就到达了中山东风家电业人士熟悉的“伊莱特”。广东伊莱特电器有限公司(以下简称“伊莱特”)已是国内电饭煲代工业隐形冠军,近年跻身20亿元链主企业之列。伊莱特副总经理李成武认同“腰部”力量和优质单品潜力,他认为如今的家电行业难以培养出像美的、格兰仕这样的巨头,但任何一个细分市场都有很大的空间,“腰部企业”可以在自己的优势领域找到发展壮大的机会,共同在产业集群内形成可以抵挡风雨的“竹海”。

●“100个亿元级项目和1个百亿级项目同样重要”

众多的美尼亚和昊森组成了中山顺德万亿智能家电产业集群的“腰部”肌肉群,如今,肌肉群日益强健。

据中国轻工业联合会统计,中山市家电主营业务收入超过2000亿元,占粤港澳大湾区家电产业集群收入近30%,占家电全行业的13.5%。而中山北部三镇,产值加起来已超过1200亿元,是中山千亿家电产业集群的“主引擎”。今年2月数据显示,中山北部三镇中的东凤镇有301家规上企业、51家亿元企业,其中小家电类企业占比超过80%。

加强“腰部”肌肉力量也是中山政府正在推进的重要工作。中山市委书记郭文海强调,要坚持“抓大不放小”,“100个亿

元级项目和1个百亿级项目同样重要,甚至更有爆发力。”中山2023年《政府工作报告》明确将“完善优质企业梯度培育体系”:将深入实施领军企业和龙头骨干企业“双培育”计划,“一企一策”扶持重点企业发展,培育壮大一批链主企业;将用好企业上市和总部经济支持政策,充分利用资本市场和总部集聚效应,推动本土企业扎根发展、做大做强,聚力支持高成长性企业发展。

“中山的家电制造业基础扎实,优质‘腰部企业’数量庞大,这些企业通过万亿智能家电产业集群同步发展壮大的机会非常大。”伊莱特李成武的看法得到中山、顺德两地多位从业者和观察人士的认同。