



N 青春追梦人

从设备代理商到自主研发的制造商,再跨入智能制造—— 电缆织出制造梦

株洲日报记者 易蓉

“太好了!又申请了两项发明专利、两项实用新型专利!”8月12日,天元区海纳川工业园湖南东洲电气科技有限公司(以下简称东洲电气)董事长办公室,当助理将这一好消息告知柴神洲时,他仍喜不自胜。对他来说,这意味着,离他当初矢志要做好“株洲制造”的“初心”又更进一步了。

截至目前,公司已获得授权专利和软件著作权11项,今年还有7项专利正在申请之中。

从一个小小的电缆电线代理商,到如今拥有自主研发实力的电气设备生产制造企业,柴神洲用了近20年。

“坚守,是从一根电缆电线开始的。”他说。



柴神洲在德国汉诺威工业展上与图尔克总裁合影。受访者供图

20多年前,谁也不知道这个来自湘西大山里的少年郎,未来会怎样。彼时,刚高中毕业的柴神洲带着满腔热血,只想闯出来闯荡江湖。

“我跟着一个亲戚来到了株洲,进了601厂从事销售工作。”柴神洲回忆,当时,国内制造业已经兴起,株洲制造业更是显山露水。走南闯北的销售工作,让这个小伙子保持着敏锐的“嗅觉”,打开了眼界,积累了资源,更看到了制造业的风光无限。

而且,为了多挣一些适者生存的技能傍身,那段时间他工作学习两不误,读夜校、考驾照、自学会计,当时的他也没想到当初那些为求生计的散乱技能,多年后能够“厚积薄发”。

1996年,他辞职下海,自立门户,在石峰区的五金机电市场里开了一个档口,做的是代理分销商的生意。一方面,凭借销售工作期间积攒的人脉,拿下了一家又一家知名品牌的代理权。由于产品质量好,很快受到了市场的欢迎;另一方面,凭着自学的技能,吃苦耐劳、踏实办事的理念,获得了客户的高度认可,并取得了不错的销售收入,自此柴神洲“诚信经营,高效服务”的形象深入客户。

“在信息流通有限的年代,凭着产品代理方式,公司很快取得了不错的成绩。”他说。

“但销售做久了,感觉很空虚,想做个实业试试看,把高品质的产品提供给客户。”柴神洲一直想转型从事设备的研发与生产,做出自己的产品。

其实,早在同行还在埋头代理谋利的时候,他就开始行动了。

2012年,他将公司从河东档口搬迁至河西汽配园,企业的实体制造取得了实质性的突破,并于2014年由株洲东洲实业有限责任公司更名为湖南东洲电气科技有限公司。自此,有了更大的厂房,注册了正规公司。

这一切都是为自主研发做准备。

做“提篮子”生意那几年,柴神洲发现,无论是一根电缆还是其他器件,做得再好也是别人的,利润容易受制于人,附加值也没有自主提升空间。但自己若再做同类产品的研发制造,显然实力不够。但电缆电线、变频器、低压电器等都是自动化系统产品的组成部分,有机组合之后,就是另一种产品了。

株洲制造业基础雄厚,市场广阔,机车需要电气控制柜,风电发电机需要控制系统……于是柴神洲将企业的重心放在了系统的研发上,致力于成为自动化系统集成产品的设计与开发、生产、销售及技术服务“集成商”。

研发需要人才。他“三顾茅庐”将上海西门子的一个技术骨干挖到了株洲,担任公司制造部长;销售市场需要开拓,他从深圳挖来了销售精英,如今成为了公司的副总。“老柴这个人很实在,也懂得分享,很关注员工的成长。”副总郭宏表示。

制造来不得半点马虎。如无事,每天早上,柴神洲总是会去车间转一圈,看看螺丝帽是否拧紧、看看线路开关是否合格,“这些产品都是用于机车头、发动机里面的,细微的差错都可能引起大事故,必须严谨细心。”他常对工人们说。

“做事要细心,创新可胆大。”至今,东洲电气都有一个不变的“传统”,即新入职的员工第一课就是由柴神洲亲自讲课,分享自己初出茅庐、白手起家的创业故事,他希望每

个员工能够在这里获得成长。“这么多年来,技术员工的流动都很少。”郭宏表示,集体智慧的结晶为创造了11项专利和软件著作权,成为东洲电气立足市场的“资本”和“底气”。

但要说服市场还需要更大的魄力。

2014年,蛰伏研发多年后,东洲电气以“电气控制系统”产品面向市场,最终获得了国内一龙头企业的200多万元的合同订单,为该公司提供电气传动集成平台装置,但对方公司在应用过程中,出现了一项数据不匹配,而短时间内又无法找到问题的根源。秉承服务客户、优先解决问题的原则,柴神洲先自行投入20多万元进行设备问题整改,第一时间解决了客户的问题。

“不管是因为哪方的责任,先把问题解决好,这是我们作为服务商的宗旨。”柴神洲表示,仅这一台设备就花去了合同金额的百分之十。这笔订单,公司是亏损的。

问题解决了,最终查出是对方公司的责任,对方也对设备花费给予了补偿。“看似吃亏,实际是福。”柴神洲表示,这一次合作为东洲电气赢得了口碑,打开了市场;中车集团的大功率机车专家诊断系统、长沙磁悬浮及昆明3号地铁线供电系统、青岛维修基地变频器试验台等都有“东洲电气”的元素。

近几年,尽管宏观面经济下行压力大,公司依旧保持了20%至30%的增长,凭借系统集成产品,今年的年销售收入将突破5000万元,为新能源、轨道交通等行业提供专业级自动化系统集成方案。

从代理商到自主研发的集成商,柴神洲依旧不满足,当2025年中国制造的“东风”吹来,他又看到另一个“风口”——智能制造。

2018年,湖南维尚科技有限公司(以下简称维尚科技)成立,主要研发、设计、生产、销售粉末冶金设备(自动化烧结炉),其研发生产的炉用设备将彻底实现自动化,全自动控制所有工艺流程,无需人工操控,可应用于硬质合金、注射成型3D打印等行业。

这是柴神洲“株洲制造”版图上的进军智能制造领域的第一步。为了这一步,这一年,他东奔西走,争取到与湖南大学、中南大学等高校的产学研合作,也终于拉到了第一个客户。

如今,维尚科技正申报专利5项,产品开始在市场试水。“公司虽起步于株洲,但收获于全国,目前已获得了国内一大企业的订单,正在试运行。”柴神洲倍感兴奋,“又是一个从零开始的事业。”

“为何要如此坚定地执着于制造业?”记者忍不住问他。

“我可能就是一辈子只能专心做一件事的人吧!”柴神洲打了个比方,差不多从创立公司开始,他就打羽毛球,虽谈不上多大成就,但他一直坚持至今。

“蛰伏于盛夏,藏华于当春。”四季在悄然中轮回,作为“工业自动化”领域的资深“蛰伏者”,已过不惑之年的柴神洲,正坚定地走在洒满阳光的路上。

东洲电气厂房内正在忙着生产订单。



工作人员正在演示通过电视机控制空调。株洲日报记者 刘芳 摄

正在“消失”的电视

株洲日报记者 刘芳

尽管父母在劝说,李珍这次新房装修还是打算买电视机,“电视并不常用,没有必要买,打算买个投影仪来替代。”

和李珍有同样想法的消费者并不少见。近年来,电视逐渐失去其“客厅中心”的地位,越来越多的年轻人将电视排除在家电购置清单外。即便是买电视,也仅仅是因为“感觉客厅应该买台电视”或者“用来做装饰”。

谁还在看电视?谁替代了电视?电视市场如何应对?

从居家必备沦为鸡肋

“我们家没啥值钱的,电视机是最贵的配置了。”龙莉调侃自家的装修,电视从居家必需品逐渐沦为鸡肋。

2012年,龙莉布置结婚新房时,就花了将近2万元买了一台当时最新款三星牌电视机。“当时消费基本上就是看电视、玩电脑,考虑到电视更新换代快,所以就买了台最新款的智能电视。”龙莉向记者介绍电视机的“黑科技”,不仅可以连接wifi看网络电视,还可以手控、声控,使用起来非常方便。

但没想到网络发展如此迅猛,彼时的“黑科技”,现在已是电视界的“标配”,家里的电视很快被手机、ipad取代。

“尤其是近三年,儿子上幼儿园之后,更加少看电视,几年都没有交过电视费了,只是周末偶尔连接网络看一下,毕竟电视的屏幕比手机屏大。”龙莉说,因为很少开机,导致电视屏幕都有点问题了。

有这么多的“前车之鉴”,是否要买电视这个问题,也让正在装修的张红纠结了好几个月。最终因为老公是个足球迷,喜欢看球赛,两人商量买了一台13万的大屏智能高清电视。当然,让她妥协的原因还有,“即便是摆设,客厅里还是需要一台电视机,才有家的感觉。”

当下,互联网发达、智能终端设备层出不穷,到底还有多少人在看电视?

近日,记者随机采访了20位市民。其中12人表示基本不看电视,电视机成为家中的摆设;3人表示会因屏幕大、显示率高,用电视机看网络电视;2人表示家中的老人偶尔看电视,打发时间;3人表示周末时,家中小孩看电视。看电视,正离我们渐行渐远。

电视开机率只有30%

与之相对的,是电视日均开机率持续大幅下降,每日开机时间大大缩短。TCL发布数据显示,受智能手机及平板电脑等移动终端的影响,电视机的日均开机率已经由3年前的70%下降到了30%,40岁以上的人成为收看电视的主流人群。

“随着近年移动互联网的发展,手机、平板等移动终端带来多元化的娱乐方式,移动端设备使用更灵活,内容更丰富,电视用户的时间逐渐被分流。”创维集团湖南分公司株洲办事处业务经理李智勇表示,此外,电视品牌越来越多,销售渠道也增多,导致电视机的销售量连年下滑,今年创维株洲地区的销售量下滑了20%-30%。

此现象不仅出现在株洲。从奥维云网的数据显示可知,随着彩电市场需求不断饱和,2019年上半年虽然彩电均价同比下降9.4%,但市场规模并没有实现增长。2019年上半年中国彩电市场零售量2200万台,同比下降2.7%,零售规模为640亿元,同比下降11.8%。

技术升级“挽留”电视市场

年轻人不看电视,电视机市场怎么办? “技术升级”,这几乎是所有品牌选择的“复兴之路”。

“近年来,不止老电视品牌做电视,还不断有网络新军加入电视行业,导致电视行业竞争大,且价格混乱。”李智勇说,唯有技术创新才是取胜的硬道理。

李智勇介绍,谈电视无非是谈外观和显示屏技术,从外观上来看,电视机越来越薄、屏幕越来越大,而显示屏技术从早年的LCD升级为LED,2013年创维又开始做OLED。“今年,已建立了OLED的生产流水线,面板技术成熟、供应充足,将大批量上市。”

实际上,为了吸引更多年轻人,电视厂商不断赋予电视属性,3D、HDR、4K、8K等概念不断涌出,而随着电视技术水平的更新换代,大屏、超高清显示、人工智能等技术产品逐渐成为市场的主流。

记者从株洲百货大楼家电事业部了解到,创维、海信、三星一直是销售前三甲。创维电视销售顾问周艳介绍,如今,市场上最小屏幕电视都有50寸,比较受欢迎的有70寸、75寸,还有百寸以上的。而电视基本上都能实现连接网络、语音控制、搜索等功能。

而海尔还推出了“物联网”概念电视,通过电视机终端,可以控制家里的冰箱、空调等智能家居。

在海信电视销售区,一些顾客正在体验激光电视。“与传统电视机不一样,激光电视的配置更高,画质更清晰,对视力的影响更小。”该品牌销售顾问文玲介绍,“而且这款激光电视能连接5G数据。”

智能投影站在下一个“风口”

“请帮我打开黄色壁灯,拉上窗帘,播放私人影院。”李维坐在沙发上打开手机微信,发送语音指令,1秒钟后,窗帘和壁灯像“装上了一个大脑”一样,自动执行“主人”发送的指令,私人影院也自动打开。

电视的革新从未停止,而在泛智能家居领域,智能投影产品也在不断升温。

“智能投影、激光电视,正在以‘一面全新的屏幕’形象进入家庭市场,凭借其大‘屏’优势与电视争宠。”黄河路上一家智能家居老板王文果介绍,几年前,市场上就陆续有投影机、

激光电视出现,如今这些设备从最初的家庭影院、3D游戏等功能,发展得更完善,也有色度更高、画面高清、护眼等特点,还能接入5G技术。

王文果表示,如今选择投影机、激光电视的家庭,基本上都是智能家居的配套,这也是未来的智能家居的发展趋势。

奥维云网(AVC)数据显示,仅2018年智能投影市场零售已超过200万台,与2017年相比同比增长超过102%,预计到2019年,智能投影销量将达到400万台,同比增长近200%。

