



开栏的话:

出海,走出国门,融入全球。

那里,有更广阔的市场,更前沿的技术,更美好的未来。出海,需要有更勇敢的开拓,更高的目标,更坚定的信心。

出海,有荆棘,有鲜花,有坎坷,有掌声。大开放,带来大发展,新时代的滨州企业,正站在全球地图旁,加快融入国内国际双循环,新格局下的滨州企业,将在全球大背景下,“好伙伴”越来越多,“朋友圈”越来越广,“国际范”越来越足!

讲海外创业故事 助开放品质更活,中共滨州市委办公室联合滨州市新闻传媒中心(集团)、滨州市企业家协会,推出全新栏目《滨企创世界》,这里有经验,有教训;有喜悦,有深思;有故事,有未来。

哪里有内燃动力,哪里就有渤海活塞。这不仅是一句口号,更是一种底气。从1986年至今,渤海活塞连续38年雄居国内行业领军地位。

不居第一不罢休,位居第一不止步。凭借深耕国内市场打下的基础和优势,渤海活塞踏上开拓海外市场的新征程。

国内市场寸土必争,国外市场得寸进尺,从配套上汽、一汽、东风、潍柴、重汽、玉柴,到大众、福特、康明斯、卡特彼勒、斯堪尼亚、曼、约翰迪尔、洋马,渤海活塞逐步赶超国际知名企业,综合实力挺进全球活塞行业前三强。

本期“滨企创世界”,一起走进渤海活塞。

渤海活塞 从“全国领军”到“世界前三”

□晚报记者 张卫建 刘飞 通讯员 李雅芹 寇慧超

全国冠军 让走出去有了底气

一般意义上讲,汽车配件产业与汽车整车生产相辅相成,配件生产企业围绕整车生产布局。因此,无论是在世界范围内还是国内,知名汽车配件企业普遍分布在整车生产基地周边,比如国内的长春、上海、北京、武汉等城市。

渤海活塞,是个特例。

她诞生于新中国成立初期,在滨州大地土生土长,远离大型整车生产企业,半路出家开始生产活塞,但早在1986年,就一举成为国内最大活塞生产企业,综合实力多年来一直保持国内领先。

“如果说发动机是汽车的‘心脏’,那活塞就是发动机的‘核心动力’。”滨州渤海活塞有限公司副总经理、销售公司总经理洪务礼介绍,“因为要承受交变的机械负荷和热负荷,活塞是发动机中工作条件最恶劣的关键零部件之一,这样的精密机械部件,对企业研发创新能力、技术工艺和制造能力的要求是严格甚至苛刻的。”

从1963年开始定点生产活塞至今,渤海活塞已经成长为行业内研发、制造国内领军、世界一流的龙头企业,综合实力位居全球活塞行业前三。

从中国活塞第一品牌到国际一流生产企业,是渤海活塞勇敢走出去,在学习中成长,在激流中搏击,直面全



球化竞争的最佳褒奖。

渤海活塞的出海之路,最早始于上世纪八十年代。

“1986年,我们取得国内活塞行业产销量冠军,国内市场遍地开花,从那个时候,我们已经开始酝酿让产品出海。”渤海活塞国际业务部部长王冬梅说,“最初,公司部分产品随着整机、整车销售到国外,1993年我们拿到了自营出口权,开始直接面向海外客户供货。”

产品走出国门,需要勇气,更需要底气。

“产品质量是企业发展的前提,早在改革开放初期,渤海活塞就高瞻远瞩制定了企业发展规划,超前大胆引进了一系列国外先进生产设备,同时推动企业产品质量和生产管理不断提升,1989年,渤海活塞被当时的机电部确认为优质产品,部分新产品达到了国际先进水平,正是因为如此,我们才有了闯世界的勇气。”洪务礼说。

“上世纪九十年代,国产单缸柴油机在巴基斯坦市场热销,其中多数装配的就是

渤海活塞。在这种背景下,我们外派销售人员到巴基斯坦,走到市场最前沿,直接与客户沟通,拿到客户第一手信息,虽然当年开发了零星几家客户,年销售收入也不过十几万美元,但这却是渤海活塞第一次走到海外市场的最前沿,看到了公司发展的未来。”王冬梅说。

而这些,都只是渤海活塞正式出海前的热身,进入新世纪,渤海活塞深度融入世界的序曲开始徐徐奏响。

打破垄断 挤进全球市场体系

2000年,中国家庭轿车元年。

从这一年,轿车开始进入中国寻常百姓家庭;这一年,大量外资品牌汽车开始进入中国。原来被视为高不可攀奢侈品的汽车,逐渐成为国人的生活必需品。

但当时的实际情况是,虽然大批合资品牌汽车已经上市,但无论是整车还是配件,技术却掌握在外资手中。

与此同时,国内多家知名汽车配件生产企业陆续被国外企业收购,走出去,不再是个选择题,而实实在在地成了一道必做题。

“如果局限在国内,不仅进入不了国际高端、中高端市场,未来能不能守住当时的市场份额也会是一个大大的疑问,久而久之,国内市场必然失守。要想活,要想活得好,必须走出去,不到大海中游泳,不会乘风破浪,永远不会有抗击风浪的能力。”洪务礼说。

2012年,在渤海活塞70余年发展历程中有着特殊意义,在这一年,渤海活塞一举进入全球两大著名汽车供应体系。

“众所周知,大众汽车是世界著名汽车生产商,最初我们想从上海大众突破,进入大众的供应体系,但上海大众只认可德国大众供应商,并没有因为我们是国内活塞行业龙头企业而敞开大门。经过深思熟虑,我们决定走‘曲线救国’之路——先给德国大众供货,再转战国内大众品牌。”洪务礼说。

但是,理想很丰满,现实很骨感。

没人懂德语,渤海活塞就招聘德语专业人才;与大众要求的加工精度有差距,渤海活塞就加大设备投入,购置两条高端全自动大众专线;技术要求达不到标准,渤海活塞成立20人的项目攻坚小组,不分黑白,夜以继日,就这样如履薄冰、战战兢兢近半年时间,终于达到德国大众技术要求。

真金不怕火炼。从样件交付开始,渤海活塞就比国际大牌竞争产品在机油耗和漏气量上优势明显,顺利通过了大众体系严苛审核。

“从那时开始,德国大众对我们刮目相看。从此以后,渤海活塞在大众供货体系中亮点频出。2014年,大众在众多优秀供应商中选取渤海活塞作为典型工厂开展项目实施,从进入大

永不止步 世界前三并非最终目标

企业发展,创新者胜。创新是企业发展的不竭动力,没有创新,企业发展无从谈起,多年来,正是依靠各种创新,渤海活塞才在激烈的市场竞争中立于不败之地。

说到渤海活塞的创新,就不得不提钢活塞。

锻钢活塞是目前装配高档柴油机市场主流产品,与传统铝活塞相比,锻钢活塞机械强度高,耐热性、耐蚀性以及耐磨性均优于铝活塞,具有高弹性模量,优良而稳定的高温性能和比较低的线膨胀系数等优点,能有效提高发动机功率,降低排放,适应当前低碳经济的发展要求。

2002年,时任渤海活塞总经理的林风华到美国考察,在一研发中心,当看到实验室刚刚拆机的活塞试验品时,他眼前一亮,停下脚步观察了十多秒钟。凭借敏锐的专业眼光,林风华看出来这是一种钢活塞,并断定其将引领未来活塞行业发展方向。

回国后,渤海活塞立刻组织精兵强将,成立研发团队,从各种渠道搜集

2001年,中国加入世界贸易组织,在经济全球化的巨大推动下,渤海活塞秉承“国内市场寸土必争,国外市场得寸进尺”的市场战略,凭借国内多年积累的人力资源、市场、产品和完备的产业链优势,渤海活塞采取积极国际销售策略,主动参加国际汽配展会,到国外拜访客户,举办技术推介会,转战国际主机市场。主动而有效的作为赢得了丰硕的回报:2002年开始给美国川崎重工公司供货;2004年为韩国大宇供货;同年与全球知名发动机制造商美国康明斯和有着“工程机械中的奔驰”之称的美国卡特彼勒公司开始接触,并分别在2005年和2006年实现批量供货。

阻道且长,行则将至。

从新产品试制,到小批量供货,再到大批量供货,渤海活塞一点点挤进了全球汽车零部件市场体系。

众供应链体系到成为大众最优供应商,渤海活塞用实力赢得了认可。”洪务礼说。

进入大众供应链,成为渤海活塞出海路上的里程碑。“借助客户的高标准,高要求推动企业技术研发、质量保证、客户服务等方面全面提升,以国际化战略拉动转型,推动出口进入了快车道。”洪务礼说。

说到德国戴姆勒,可能很多人会摇头,但说到奔驰,可能就无人不晓了。德国戴姆勒是全球领先商用车制造商之一,而奔驰是戴姆勒旗下的一个重要品牌。

“戴姆勒商用车的基本要求是5万公里换机油,110万公里无大修,这就需要发动机活塞具有超强劲力、可靠性和耐久性,渤海活塞能够成为戴姆勒的供应商,同样是经过了层层考验。”王冬梅介绍。

戴姆勒对供应商的评选要求极为严苛,经过前期近半年的商务和技术沟通交流,2012年12月3日,由11位戴姆勒资深专家组成的审核团队,对渤海活塞开展为期两天的供应商审核,包括公司管理、项目管理、技术研发等7大方面共90多项条款,每一条都是否决项。

在此之前,渤海活塞早在2006年实现了行业体系认证大满贯,并于2010年获得“全国质量奖”。但对这次

相关资料和数据,全力投入到新项目攻关中。历时三年,2005年,由渤海活塞自主研发的中国第一例钢活塞试制成功,当即申请了国家实用新型专利;2011年,获得国家发明专利,成为我国活塞行业的一个里程碑,并抢先一步,在美国申请发明专利,成为全世界第一家提出激光焊接钢活塞发明专利申请的企业,震惊了世界同行。

日新月异,朝暮轮转。渤海活塞把握行业变革和国际市场机遇,借助客户的高标准、高要求推动企业技术研发、质量保证、客户服务等方面进一步全面提升,以国际化战略拉动转型,推动出口进入快车道,实现公司高质量发展。2020年,渤海活塞刷新纪录,全球行业综合实力位次再度攀升,进入世界活塞行业前三强。

“目前,渤海活塞已经进入全球一流汽车零部件供应链制造商阵营,先后获得大众公司‘项目合作金奖’、美国通用公司‘优秀供应商’、美国科勒公司全球年度唯一‘优秀供应商奖’、康明斯最佳质量奖等奖项;是德国MAN集



“通过与国际大客户接触和前期项目开发,主动与客户对标与提升,进一步开阔了我们的思维和视野,同时,也推动着我们在产品质量、管理能力、

设备装备等多方面有了全方位提高。”王冬梅表示。



审核,渤海活塞不敢怠慢,提前三个月按照90多项内容逐条完善提升,力保万无一失。

审核真正开始后,德国人刻在骨子里的严谨,让渤海活塞每一名工作人员都感受到了压力。在审核铸造精炼工序时,一名德国质量专家发现一台检测仪器的年检标签脱落。

“他拿起标签,严肃地表示年检标签是设备在有效期内使用的标志,为什么会脱落?他面色冷峻地说,一枚小小的标签有可能阻断渤海活塞戴姆勒供货之路。”王冬梅说。

虽然这个小插曲并没有最终影响

渤海活塞以89分的高分通过审核,并进入戴姆勒商用车供应链体系。但一枚小小的标签却让渤海活塞感受到了国际顶尖客户的高标准、严要求,“小标签,大分量,这件事深深刻在了每名渤海活塞人心中,无时无刻不在提醒我们生产过程中一定要高度关注细节问题,细节决定成败。”王冬梅说。

“一个小小的标签,背后黏住的是对工作的细致和追求,关乎严肃认真、关乎孜孜以求、关乎永不满足、关乎打造国际一流企业的竞争力。”洪务礼表示。

团发动机核心零部件供应链中唯一一家来自亚洲的供应商。”王冬梅说。

放眼未来,渤海活塞对国内、国际市场做了详细规划和布局,“目前渤海活塞正在逐步追赶马勒、KS等百年世界企业,与他们的差距逐渐减小,在某些方面已经实现超越。”洪务礼表示,“今年,我们将着力提升企业国际化程度,全面创建世界一流企业,并提出了五年出口翻番、三年TTO(新项目生命周期订单金额)达到6亿美元的市场目标,力争在2030年打造成具有世界竞争力的小巨人企业。”

作为一份在国际市场拼杀了多年的中国企业,对滨州和国内有意向出海的企业,洪务礼给出了自己的意见和建议。

“首先要有过硬的产品,国外工业发展早,对质量要求格外严格,来不得半点投机取巧,只有保证长期质量过关,才能使出海顺利。我们早在上世纪八十年代就提出了‘渤海生命与质量共存亡’的质量方针。在渤海活塞,产品生产一代、研发一代、储备一代是

常态。我们销售的每一款产品,都是从十年前就开始谋划、准备、研发,是真正的‘十年磨一剑’。”洪务礼表示。

“其次,要认真学习国外管理体系,质量关不仅是产品,更体现在生产、管理的全过程。要有精益求精的精神,推动生产、管理各方面全面提升。”洪务礼说,“很重要的一点,是一定要熟悉国际标准、国际质量要求,懂国际市场开发、国际贸易全流程,了解国外企业文化,熟悉国外市场种种方面,做到知己知彼,要长期关注国外市场,充分利用自己的优势,抢抓机遇。这些,是企业出海的基本要求。”

1951年建厂,70余载风华,从中国活塞第一品牌,到国际一流活塞生产企业,渤海活塞脚踏实地,书写着属于自己的传奇。

“奋斗者只争朝夕。随着今年国际市场订单全面启动,渤海活塞将持续实施技术创新、管理改进,走向更灿烂的明天。”洪务礼说。

