

科技创新赋能制造业的美的样本： 51年追梦人的新起点

■ 本报记者 许意强

90后北大博士胡斯特,毕业时被美的集团科技创新理念所感染,放弃进入航空航天科研企业的想法,加盟美的中央研究院从事流体力学的研究。进入美的之后,很快就参与创造了年销售100万台的高速吸尘器,以及将航天对旋技术打造的“将风吹得更远、角度更自由”的东风机。

北理博士郑志伟,在加盟美的后成为中央研究院固体力学研发人员,从事家电的振动噪音研究。郑志伟放弃在北京研究导弹的工作机会不远千里来到广东小镇北滘,通过以导弹潜艇发射的降噪技术为出发点,主导家电微穿孔降噪技术,并应用于今年上市的COLMO煮饭机器人,在一年时间创造一项国际领先技术。

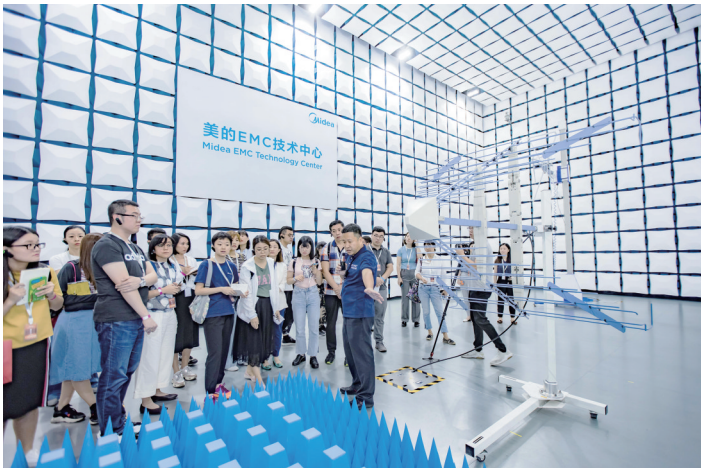
在国际知名的市场研究机构工作14年的冯小平,一年前加盟美的中央研究院成为用户与创新研究所负责人,承担起如何在技术一项科技成果创新之初,就将用户思维、用户体验导入研发体系中,并通过走进用户家中与用户同吃同住建立模型和体系,真正将美的科技创新的初心即满足用户需求落地。

过去70年,中国从“一穷二白”的农业大国迅速成长为世界第一的工业制造强国、科技创新强国,还有一批享誉全球的中国制造和创新企业崛起,他们不但重塑着社会结构、改写居民生活方式,还成为大国制造和创新的新代言。作为其中的杰出代表美的集团,从一个集资5000元创业的塑料厂起家,到主业覆盖消费电器、暖通空调、机器人与自动化系统、智能供应链(物流)的世界500强科技集团,在50多年的创业建业道路上,正是凭借对科技创新的景仰与执著,怀揣着一颗满足人们对于美好生活方式追求的初心,通过一代又一代的美的追梦人的努力付出,成为美好生活方式的缔造者。

从生产组到500强企业的蜕变瞬间

早在20世纪七八十年代,中国第一台洗衣机于1978年诞生于小天鹅,中国第一台全塑风扇于1984年诞生于美的,中国家电产品开始出现在少数家庭,成为人们追求美好生活方式的见证者。

1968年,中国经济踏上向现代工业、现代科学技术等高质量发展的新轨道。正是这一年,仅26岁的何享健出于“生产自救”的简单想法,带领23名农民集资5000元创办生产塑料瓶盖的生产小组,也即美的集团的前身。



美的集团全新投入运行的电磁兼容性(EMC)实验室

1980年,改革开放已在中国东南部率先掀起春潮,美的集团所在的顺德镇也激起阵阵涟漪。这一年11月,美的公司第一台自行研制的40厘米金属台扇诞生,标志着其正式进军家电制造业,第二年“美的”商标正式注册使用,并于4年后推出中国第一台全塑风扇,开启公司发展新篇章。

1985年,“美的空调设备厂”成立,美的成为中国最早生产空调的企业之一。此后,商用空调、电机、微波炉、饮水机、IH电饭煲等产业逐步完善。以此为起点,美的先后收购华凌、小天鹅进入冰洗行业,而小天鹅正是中国洗衣机产业的开创者和引领者,如今则成为美的优化大白电产业版图的重要板块。

如果镜头拉到当下,美的集团旗下已经拥有美的、COLMO、小天鹅、比佛利、华凌、布谷、AEG、威灵、美芝、Eureka等十余个中外知名品牌,产品更是覆盖超过29个品类。目前,全球超过3亿的用户家庭,享受着美的集团提供的产品和服务。每年,全球都有数千万家庭,成为美的用户并享受更美好的生活。

2016年当美的集团成为中国家电唯一跻身世界500强的企业,并连续4年上榜《财富》世界500强,排名一路上涨至2019年的312位;当美的品牌在Brand Finance“2019全球最有价值的100大科技品牌”中位列第27名,居中国同行业之首时,我们不应忘记那段艰苦创业的岁月,当然更值得向着更美好的未来持续奔跑。

科技创新如何赋能产业的行业启迪

1991年美的成为中国第一家引进博士的乡镇企业,时年29岁的马军为美的带来一批新产品和可观经济效益;当年《光明日报》的头版头条《博士马军在乡镇企业“搏”得带劲》,成为那个夏天最受热议的话题。而在此三年前,邓小平提出“科学技术是第一生

产力”,但是如何以科技带动企业发展,整个中国企业界乃至制造业都没有经验可循。

“栽好梧桐树,引得凤凰来”。当27岁的马军博士放弃留校机会和优厚的待遇,来到人生地不熟的顺德走进美的公司大门,成为顺德乡镇企业第一个“博士打工仔”时,可以说当时的美的公司迈出了探索科技赋能产业的一步,更是中国制造业实践“科学技术是第一生产力”的一大步。

从建厂伊始,美的集团就一直坚守“人才为先”的发展路子,从何享健“宁愿放弃100万元销售收入,绝不放过一个有用之才”的话中就可可见一斑。时钟如果回拨到1969年,创业第二年的美的即引入生产组第一位中专毕业技术人员;1985年,美的引进第一对外地专业技术人才周榕波、张素霞夫妇;而马军博士更是3个月后就设计出国内一流的高效节能空调器样机,带来订单突破1亿元。

“60年代用北滘人,70年代用顺德人,80年代用广东人,90年代用中国人,21世纪用全世界的人才”的人才观,配上百万年薪、3年快速晋升机制、“美的星”计划、“科技月”;从2013年开始五年内,研发累计投入近300亿元,仅2018年就高达100亿元人民币;截止到2019年6月30日,累计专利申请量突破10万件,授权维持量超过5.2万件,连续四年家电行业全球第一……正像中国对科技创新的重视,人才引进和科研投入机制早已融入美的集团血液,让其每一次都抢先踏准时代的科技脉搏。目前,美的在全球布局了28个研发中心,研发人员占比超50%,博士和资深专家超过500人,而AI工程师就高达近百人。

如果有机会参观位于广州的美的空调南沙工厂,会在这里看到诸如科幻电影中的场景:酷感十足的智能眼镜,随时可见生产实时大数据;生产设备只需一声指令就能自动生产产品;无人驾驶小车穿梭车间……这正是美的

全新工业互联网平台Midea M.IoT呈现的制造业新貌。

美的集团在中国首家自主打造“制造业知识、软件、硬件”三位一体的工业互联网平台Midea M.IoT。而这一平台的应用,不但让美的集团成为从传统制造转型智能制造的领头羊,更是通过向其它企业输出数字化整体解决方案,目前已经在20多个行业的200多家大中型企业落地应用,助推整个制造业迈上转型升级的新台阶。

可以说,从马博士、胡博士、郑博士到Midea M.IoT,美的集团已然趟出了一条以人才的科技创新赋能产业的新路,值得更多的中国企业借鉴和学习。

广东小镇走出的中国创新世界代言人

千禧年刚过,经过多轮谈判后中国正式加入世界贸易组织。对外政策不断加码,中国制造的全球化之旅也随即踏上新征程。2007年,美的在越南的生产基地建立,开启中国家电制造从“中国出口”向“本地运营”的全球化征程。

如今,白俄罗斯、埃及、巴西、阿根廷、印度……伴随着遍布15个国家的海外生产基地,以及24个全球销售运营机构,美的产品远销超过200个国家及地区,海外营收占到43%。加上美国、意大利、德国、印度、新加坡等9个国家28个全球研发中心,以“全球化创新、制造、运营”满足全球用户需求为核心,美的不断释放中国品牌的全球影响力。

对美的集团而言,从一个广东小镇的民营企业到走向世界舞台实际上并不意外。早在上世纪90年代,为了摆脱旧体制束缚,释放企业新活力,美的大刀阔斧地进行制度和产权改革,并在1993年成为中国第一家上市的股份制乡镇企业。2012年,何享健交棒方洪波,开创千亿民营企业“职业经理人制”先河,如今更是借助“事业合伙人”计划,推

动全员共创共享的新型激励机制。

可以看到,在新中国发展的70年中,坚定不移地以经济发展为核心,不断推进诸多改革。而在美的集团51年的发展历程中,虽变革不断,但围绕的“用户和市场”为核心主旋律却一直未变。1997年,美的实施事业部制改革,从“生产型企业”转变为“市场型企业”,产品为核心推进企业专业化规模化发展;2010年在营收过千亿之后,主动以“壮士断腕的勇气”改革粗放式经营模式,启动企业向高端高效转型。

2016年中央召开的经济形势专家座谈会上,美的集团董事长方洪波作为家电制造板块的唯一代表参会并做了主题发言。

以更适合中国国情,可满足不同米饭烹饪需求鼎釜IH电饭煲为例,是扎根美的公司12年的“煮饭哥”黄兵,以“两年内煮完两吨米”的工匠精神,破壁传统电饭煲领域气流控制技术、内胆加热双段IH技术等难题的成果。这仅仅是美的实施“产品领先、效率驱动、全球经营”三大战略践行中央提出的“供给侧”结构性改革的一个缩影。

美的创始人何享健曾感慨:“美的能有今天,要感恩国家的繁荣富强,感恩党与时俱进的正确领导。”2018年,美的以“科技尽善,生活尽美”为愿景,从科技创新、全球经营、工业互联网等全维度,开启新一轮以“用户为中心”的转型升级。当年实现营业收入2618.20亿元,归母净利润同比增长17.05%。2019年前三季度,美的集团实现营业收入2209.18亿元,同比增长7.37%;归属上市公司股东的净利润213.16亿元,同比增长19.08%,再次释放科技驱动下的高质量发展势头。

回首追梦路漫漫,幸得美的人一路坚守,终得遍地花开。伴随共和国一路成长,美的集团本身的奋斗史也将化为中国历史长卷中耀眼夺目的一部分,并持续为中国制造和中国创新开创全新的赛道和未来。



美的新一代AI节能热水器