

二零零九年，中國金屬再生資源（控股）有限公司（「中金再生」）於香港聯交所主板上市（股份編號：773.HK）。在中金再生主席兼行政總裁秦志威的帶領下，中金再生漸行漸強，已發展成為中國再生金屬行業的佼佼者，隨着中國對綠色經濟的日益重視，內地市場亦將為中金再生帶來前所未有的巨大商機。



■ 中金再生主席兼行政總裁秦志威

# 中金再生 翹楚中國



■ 秦志威與管理層出席上市一周年暨中國區總部開幕慶祝晚宴

## 真知灼見 善發掘被輕視行業

秦志威對於廢金屬加工行業的了解使他得以穩握該行業的商業機會，他曾說：「以往不少從事廢金屬加工行業的公司大多是家庭式，規模細小，設備落後。甚至於到目前，內地有關行業的發展依然緩慢，潛藏着很大的發展機會。」

秦志威說到了，也做到了，他於二零零零年率先於中國市場引入金屬回收及循環再造業務，集團回收廢鋼及其它廢金屬後，利用先進設備加工生產優質循環再造廢金屬，然後售給不同鋼鐵製造地區（主要是位於中國的客戶）。金屬製造商利用集團產品製造粗鋼及其它有色金屬，繼而用作生產多種終端產品，包括建築材料、重型設備、汽車、飛機、船隻及家庭電器等。憑着具競爭力的業務運作，集團已建立穩固和優質的客戶基礎，當中包括廣東省四大製鋼公司的其中三家，並迅速奠定其市場領導地位。

根據中國鋼鐵應用協會數據顯示，中金再生現已發展為中國最大的再生金屬企業，二零零九年收益高達90億港元，比去年增加38.9%。面對成功，秦先生曾經總結道：「中金再生的成功在於集團擁有龐大的營運規模、全國性生產及運輸網絡、優質的客戶基礎及廣泛的採購網絡，令集團於短短十年間不斷壯大。」

隨着市場越做越大，對廢金屬再生行業的眼界也日益寬廣，秦志威開始從全國的範圍內來佈局謀略，以點帶面，全面開花。中金再生自成立以來，先在華南地區建立據點，後擴展至華東、華北及華中地區，設計產能將於二零一零年提升至約410萬公噸。預期在未來3至5年，集團年銷量將提升至500萬噸，並於未來10年，集團計劃將銷量提升至1,000萬噸，力爭成為全球最大的廢舊金屬回收企業之一。

## 行業前景秀麗 擁先行優勢

今年十月，國務院公佈《國務院關於加快培育和發展戰略性新興產業的決定》，為七大產業訂立發展目標。歸列為七大產業之一節環保行業中的中金再生，自然受惠於內地重點推進行業相關政策。

借力於國家政策，更能順風趨勢，秦志威對此亦有見解：「中央政府推出家電以舊換新方案，不但為家電回收企業創造商機，亦配合加快建立以先進技術為核心的廢舊商品回收系統的政策。預計政府會於行業法規上進行調整，例如設定環保條件，以及行業規模化及機械化的措施。當每個城市的廢金屬加工行業成功規範化，同時集中處理廢金屬以後，在廢金屬加工過程中，產生二度污染的機會將會減少，而這將有利政府對廢金屬行業進行監管。」

## 高效率的回收業務

中金再生之所以取得成功，與其改善生產效益的能力密不可分。秦志威似早已深明：集團要在行業中突圍而出，必須要投資先進的大型機器和設備。二零零三年，他作出一項重大資本投資，為集團引進大型自動化破碎機和可分離有色金屬與非金屬材料的渦流分離器，此舉充分反映他對發展業務和推動行業發展的決心。以往，分離金屬是以人手進行，引入破碎機和金屬分離系統，無疑將帶領中國進入高效率的大量廢金屬加工和分離有色金屬時代。這一步走出之時，意味着秦志威已為中國金屬再生資源從量能的發展作好了硬件的準備。

## 據點主產鋼地區 握交通區位優勢

中金再生的另一致勝關鍵是建立策略性的生產地點。自在廣州興建中金再生的首間生產廠房起，秦志威便着力在回收廢金屬高需求的主要鋼鐵生產地區興建設施。由於設施位置與客戶鄰近，集團得以迅速且以較低運輸成本把產品付運予客戶。中金再生各個生產設施連接水路交通，能快捷及以低成本運送原材料及再生產廢鋼。目前，集團已經在廣東、江蘇擁有3個碼頭，船運成本非常低。同時，集團依托該3個區域建廠布點，形成了龐大的回收網絡，保證了廢舊金屬的供給。

成功的策略是可以複製的，有了先前的經驗做支撐，集團將所有生產設施均設於高需求及增長潛力龐大的地區。由於業務網絡遍佈中國主要鋼鐵生產地區，中國金屬再生資源便能有效地調配資源，並在不同地區之間採購原材料及出售再生金屬產品時取得最佳價格。

近日，中金再生再出喜訊，該公司不僅於天津成立預計總投資達9億元人民幣的合營企業，遷於華北地區打造了一個500萬噸的再生金屬加工配送中心，該中心將成為華北地區最大再生資源平台，既可滿足華北地區36%的需求，還能大大提高集團在華北地區的議價及管理力。

中國目前正處於現代化和城市化進程中的加速階段，對各類金屬的需求正不斷增加。中金再生除了將處理廢金屬視為極具發展潛力的行業外，同時亦肩負着資源循環再用，防止環境污染的使命，為中國可持續發展作貢獻，成為環保的先行者。

# 東方電氣：「多電並舉」鑄百年品牌

中國東方電氣集團有限公司（以下簡稱：東方電氣集團）始建於1958年，經過半個世紀的艱苦奮鬥、不懈進取和銳意創新，東方電氣集團已成長為中國最大的發電設備製造和電站工程承包特大型企業之一。所屬子企業分佈於四川、廣東等七省一市，並在印度設立了子企業。

■ 王建鋒



■ 企業全貌



■ 總經理斯澤夫

東方電氣集團以大型發電設備、電站工程承包、電站服務以及電控設備、環保節能設備等為主業，同時作為國家重大技術裝備國產化基地、國家級企業技術中心，擁有中國發電設備製造行業中一流的綜合技術開發能力和自主知識產權的重大技術裝備產品；具備了大型水電、火電、核電、風電、燃機等發電設備的開發、設計、製造、銷售、設備供應及電站工程總承包能力，形成了「多電並舉」的產品格局。

東方電氣集團業務的國際化程度穩步提高，2009年東方電氣集團首次較大型規模進入沙特、巴西和博茨瓦納等國電力市場，並再次在鐵路機車車輛領域獲得新的訂單，產品覆蓋亞、非、歐、美等地區。2009年，東方電氣集團發電設備產量31331.6MW，連續6年居世界第一。

東方電氣集團具有強烈的品



■ 生產線

牌意識，「東方」品牌源於上世紀六十年代，於1985年獲得商標註冊，「DEC及圖」商標於1986年註冊。2004年確定「DEC」、「東方電氣」和「DONGFANG ELECTRIC」為統一企業標識和形象，並在全集團推廣使用，實現了商標的全面覆蓋和形象的統一。

### 強化品牌管理

質量鑄造品牌，隨着經濟全球化的加劇，國內外競爭愈加激烈，作為非資源壟斷型企業，東方電氣集團秉承「持續改進」的質量理念，建立起規範化、制度化的質量誠信體系，開展了「質量萬里行」活動，開發了質量信息系統，確立了以商標資源為依托，以質量為保證，以創新為動力打造世界知名品牌的戰略方向。近年連續獲得中國「2007年最具影響力企業」、「2009全球最大225家國際承包商第80位」、中國「2009年裝備製造業年度大獎特別貢獻獎」、「2009中國企業500強」等榮譽。

### 創新強化品牌

2009年，東方電氣集團每年用於創新的投入達12億元，佔營業收入的3.1%。完成新產品新技術新工藝開發項目197項，通過國家和國際組織認證的實驗室6個。專利擁有量達361項，其中發明專利105項。創新是一個企業發展的不竭動力。東方電氣集團從1959年研製成功第一台產品，到新世紀自主研發成功用於三峽工程全部右岸機組並達到世界先進水平的轉輪，再到今日國內首台百萬千瓦級反應堆壓力容器在東方電氣的下線，都彰顯了東方電氣集團以創新強化品牌的理念。

## 經營管理創新

為打造「東方電氣」品牌，東方電氣結合國際國內經濟發展環境的變化以及自身快速發展的內在需求，堅持不懈地創新管理和發展模式。

東方電氣集團的主業資產主要由東方電機、東方汽輪機和東方鍋爐三家發電設備製造企業構成。為整合集團公司資源，2006年底，東方電氣集團啟動了主業資產整體上市項目，以東方電機為平台，收購東方鍋爐和東方汽輪機。至2007年11月，東方電氣集團所屬主業資產成功整體上市，因該整體上市方案融合了東方鍋爐股改、以上市公司證券為對價要約收購東方鍋爐等創新方案，在證券業內被譽為「東電模式」，在證券市場上也獲得了廣大投資者的認可。

2009年，東方電氣集團被國務院國資委批准為「董事會試點」單位。通過實施「董事會試點」，東方電氣集團的管理模式、管理水平和效果得到了進一步提升。

2009年度，東方電氣集團名列《福布斯》雜誌全球上市公司2000強榜單，獲得「第七屆中國財經風雲榜年度中國最佳投資者關係上市公司」、「中國企業500強」第181位，「中國機械工業500強年度最佳表現單位」，「四川省上市公司治理工作優秀企業」等榮譽。

東方電氣集團在產品質量、技術創新、經營管理等要素塑造品牌的同時，還以社會責任為己任。在產品方面，節能減排、高效環保；在人才方面，為十所高校提供實習條件並在清華大學等高校設立「東方電氣獎學金」；在社會捐助方面，2009年捐款總計達6621100元。

對企業而言，商標使其得以知名，質量使其贏得信譽，創新使其煥發生命，社會責任使其深入人心，這些要素有機地結合，才能共同鑄就「百年品牌」。東方電氣集團以科學發展觀為指導，糅和了這些要素，成就了今日東方電氣之品牌，並且將開拓出更加輝煌的未來！