

厚积薄发 联想天工力创民族工控领导品牌

——联想网络(深圳)有限公司万长青总经理专访

2004年联想天工工控全国核心渠道商会议于11月17-18日在深圳举行,会议期间,记者对联想网络(深圳)有限公司总经理万长青先生进行了专访。据介绍,万长青总经理曾担任联想集团硬件研发平台总经理,主持开发计算机主板和其他板卡类产品,是一位具有深厚技术背景和丰富团队管理经验的管理者,2003年获“深圳市全国顾客服务满意明星管理者奖”,被推选为深圳市质量协会会长,2003年起任联想网络(深圳)有限公司总经理。万总经理由于其技术专家背景,给人以儒雅、务实、平和的印象。在谈到作为技术专家,从技术到管理的角色转换时,万总表示,看到许多技术向管理转型不成功的例子,对于前车之鉴体会很深,尽量避免犯同样的错误,从公司发展经营全局考虑,去把握企业的长远发展战略,延伸联想品牌价值。该公司2003年获“深圳市全国顾客服务满意明星企业奖”。据了解,联想集团对公司一年多以来的经营发展情况是满意的,市场对联想天工品牌的认知和认可度在迅速提高,合作渠道的信心也不断增强。



万长青总经理

《工业控制计算机》:我国工业计算机行业从上世纪80年代中期起,经过近20年的发展,目前的国内工控市场格局已基本形成,一线、二线品牌形象也已在用户的心中建立。在2003年开始联想进入工控行业是基于怎样的考虑?

万长青总经理:由于技术和市场的迅速发展,工控技术应用的需求和规模愈来愈大,工控业界需要有领导实力的工控系统厂商的出现。目前的工控标准严重滞后于行业应用和市场需求,如工控系统对一些新的接口标准不支持,机箱、底板互换性差等,这就需要工控计算机系统具有开放性的设计理念,积极采用国际标准,进一步提高系统的开放和兼容性,市场呼唤新的标准。随着工控应用领域的不断扩大,新行业应用不断出现:电信、交通、金融、能源、保安系统等等,为联想进入工控行业提供了机遇。

另一方面,公司从整体战略层面考虑,丰富联想产品线,满足行业客户的产品和技术需求,为客户提供全面的整体解决方案以整合集团在产品、技术和客户资源方面的优势。进入工控领域,也是为集团探索客户个性化产品的运作模式,是集团发展的战略布局。

《工业控制计算机》:作PC品牌,“联想”已是家喻户晓的国际化品牌,而一开始对于工控界来说,“联想天工工控”品牌还不是人人都知道的。联想天工工控正式进入市场的一年多以来,品牌培育和市场运作情况如何?

万长青总经理:联想拥有多年丰富的主板等硬件设计制造经验积累,联想集团对公司发展积极支持,集团选派联想为数不多的最高技术级别的主任工程师加盟天工。联想是从2003年上半年宣布进军工控行业,但最终用户可能不清楚,联想在1996年就开始工控核心产品的技术研究和开发,并为国内外的工业计算机厂ODM、OEM工控主板等产品。经过多年的技术积累和发展,长时间的市场调查和形象策划,2003年上半年正式确立“联想天工工控”品牌,现已形成了八大系列工控产品线。

我们的规划是在3年内发展为国内工控行业的前3名,在

进入2006年后,要迅速扩大市场占有率。联想工控产品列为联想种子业务,即前3年时间是投入期,可以有一定的额度的亏损,以求掌握这个行业的业务运作规律,这个阶段集团各职能部门,尤其是研发会提供强有力的支持。之后3年是成长期,要快速扩大市场份额。进入成熟期之后要为公司贡献利润。联想天工2003年上半年正式进入工控领域一年多时间,目前已开始盈利了,我们会把利润投入到研发新产品和扩大市场份额上去。

在产品定位上,联想工控产品的市场定位是专用计算机产品,以行业为重点。在行业的每一类主流产品中,集中资源推广几款精品,这些产品具有较高技术含量、优质,但价格并不高。依靠我们在研发技术领先的优势,设计制造符合未来市场长期需求的换代产品,如5.25"迅驰主板,以确立联想天工在技术方面的领导地位。推出突破性产品,逐步建立行业新标准是联想进入工控领域的策略。

《工业控制计算机》:从目前来看,联想天工工控的产品线还不是很全,还不能完全满足客户的需求,如近年国内主要工业计算机厂商力推的CompactPCI产品,业界已有IPC向CompactPCI过渡的说法,天工工控目前还没有CompactPCI产品,这方面在今后新产品的研发上是否有所计划?

万长青总经理:我们目前的市场重点在满足大的行业对高可靠性的专用计算机需求,联想拥有15年丰富的主板等硬件设计制造经验积累,发挥联想在软硬件方面的创新能力,今后将在原有三大创新技术基础上不断推出新的创新技术。

2004年下半年到2005年上半年是联想天工扩大产品线的一个重要阶段,目前新面世的新款整机TOP IPC、5.25"嵌入式主板、无风扇P4整机,年底的5.25"迅驰嵌入式主板,明年年初推出新机箱、PC104、平板电脑、联想标准整机等产品都计划在2005年上半年内提供给业界用户。5.25"迅驰嵌入式主板、无风扇的P4系统、慧眼技术、含有故障诊断灯的功能875PE主板等,均为联想天工高技术含量的代表,5.25"迅驰嵌入式主板则是业界第一个可以批量上市的迅驰方案主板。

根据我们的产品定位,针对较大规模或有较大发展前景的行业,推出具有竞争力的主导产品,针对视频监控、安防、税控、医疗等行业的产品和方案将在2005年陆续推出。

至于CompactPCI产品,虽然原始设计动机是把计算、通信、控制整合在一个平台上,但现在的应用对通信性能的需求增长极快,CompactPCI从架构上就不能达到这样的要求,带宽太小,先天不足必然制约CompactPCI的应用范围,加上完全没有成本优势,不会是联想天工工控产品的重点,我们不会盲目跟随,对于有高速通信需求的行业用户,联想天工的主营业务——联想天工网络有相应的产品和解决方案可以更好地满足需要。

《工业控制计算机》:“工控品质,PC价格”是联想天工工控在产品性价比上提出的对用户的承诺,而在现阶段产品市场占有率还不是很高的情况下,通过什么方式来实现这种高性价比?

万长青总经理:目前国内工控市场上主流的厂商有一定的品牌知名度,但价格高,还有一些品牌知名度高,但产品的技术

含量不高。在工控行业我们的产品具有成本优势,这主要受益于联想在IT领域的集团采购优势,配合联想大规模的制造能力,将产品成本降下来。公司在管理方面实施了ERP,建立了高效的物流网络,从而进一步降低了成本。有人说我们打低价,我们从来都没有这样的想法,我们的利润率已经很高,再高的部分应该让给系统集成公司和最终客户,要让客户物有所值。

在产品方面,我们依靠10余年主板及计算机系统设计制造的经验,拥有集团的顶尖的技术开发人员,确保产品研发、设计、制造的水平在行业内一流。在产品合作方面,联想与一些国际知名厂商深入合作很多年了,配合默契,交流顺畅,能够不断为用户提供技术先进、性能卓越的工控产品。

在质量管理方面,我们已在业界首批通过2000版ISO9001质量管理体系认证,制造上选用优质的元件,在产品的设计、生产、检测等环节严格把关,建立有8个业界先进的基础技术实验室,产品要通过多种严格的检测才能过关,包括震动实验、跌落实验、高低温湿度实验、盐雾实验、电磁辐射、电磁干扰检测等等,加上15年的制造工艺经验,我们对天工工控产品质量极有信心。

《工业控制计算机》:通过此次全国核心渠道大会,可以感受到渠道对联想品牌和品质的信心。以渠道方式销售,不直接面向最终用户,联想天工怎样把握市场用户的需求,对于销售一个新品牌的渠道,如何确保他们信心的来源?

万长青总经理:联想领先的设计制造技术、品牌优势、产品高性价比,以及联想集团在对天工工控的政策、客户资源、覆盖全国服务体系,联想与渠道合作多年积累的成功经验,是工控渠

道对天工工控信心的保证。在客户资源方面,特别是行业大客户资源,联想会给渠道有力的支持,我们一直在帮助渠道有效地利用这些资源。2005年我们将加强对渠道在解决方案、项目管理、营销策略等方面的培训,还将举办大型的联想新技术新产品的巡展和研讨会,加大市场推广的力度。

工控用户享有与联想PC同样的联想“阳光服务”,这为渠道解决了后顾之忧。“阳光服务”的客户支持遍布全国200个主要城市,有260多家授权服务站和超过3000名认证服务工程师,形成标准统一的区域连锁服务网络。

当然,以渠道方式的销售不直接面向最终用户,这仅仅是在客户关系和商务操作上,工控的需求差异很大,渠道的优势就在于能够把握客户的个性化需求。我们在产品需求上既会听取渠道的意见,也会对典型客户做深入剖析,对于重要的项目,我们的行业方案部门会和渠道一起设计技术方案结合用户需求。即便是我们直接做下来的重大项目,也会通过渠道提供供货和工程服务,这是出于我们扶植渠道、维持长期互信的合作关系的战略考虑。工控需求的多样化使任何一个企业没有能力覆盖这样的需求,我们选择了发展各行各业的渠道来满足各种不同的需求。但我们不会远离客户,除了商务以外,我们在产品设计、技术交流、行业方案设计、典型客户跟踪、售后服务等环节上都会充分与最终用户沟通,以把握客户深层次的需求。

2005年计划由联想认证工程师在全国各个区域的销售平台上支持渠道的销售,并在各地扶植一批骨干渠道,在多个层面上向渠道提供资源,以求共同提高,共同发展。

2004年联想天工工控全国核心渠道商会议在深圳召开

11月17日-18日,2004年联想天工工控全国核心渠道商会议在深圳桃花源别墅山庄举行。来自全国20余位核心渠道商的负责人参加了会议,会议代表就渠道策略及市场发展策略进行了深入的交流和探讨。

11月17日上午桃花源别墅山庄会议大厅,在“联想之歌”的旋律中,会议拉开了序幕,会议由联想工控业务总监黄熙华主持。首先联想网络万长青总经理致辞欢迎各位渠道商的到来,并作了题为“联想天工工控发展前景和战略”的主题报告。报告分析了目前工控界的形势,阐明联想天工工控的市场机遇和公司的发展战略。随后工控业务总监黄熙华先生向与会渠道商报告了联想天工工控“2005年度工控业务规划”,并重点阐述了2005年联想天工工控的市场发展策略和计划,以及新品研发设计和推出进度。

会议中间,万长青总经理向2004年在渠道销售和市场拓展方面表现突出的渠道商分别颁发了“市场先锋奖”、“整机推广奖”、“协作支持奖”,万总高兴地与获奖公司的负责人合影留念。

随后,主任工程师张建辉向与会者介绍了天工工控新近推出的产品,详细通报讲解了产品的技术应用和研发情况,特别是张建辉先生介绍的采用特殊散热设计的联想无风扇工控整机,以及迅驰方案主板——5.25"迅驰嵌入式主板,引起与会者的极大兴趣。在会议休息期间,渠道伙伴参观了天工工控产品展台,联想天工工控的技术人员对产品技术特性及功能参数进行详细的介绍。

下午,联想组织了资深的技术专家进行技术讲座,Intel技术专家徐民主讲“嵌入式产品的发展趋势”,联想资深工程师安岩主讲的题目是“主板架构与原理及发展趋势”,联想BIOS专家



万总给优秀渠道商颁奖

张建辉主讲了“BIOS原理及一般疑难问题”。

随后的会议中,联想天工工控渠道经理何文友向与会渠道商介绍了2005年度的渠道政策,市场负责人与渠道合作伙伴就渠道政策、价格政策等进行了深入讨论,各渠道合作伙伴畅所欲言,提出许多具有创建性的意见和建议,联想天工工控的负责人黄熙华先生和市场推广经理郭芳芳小姐充分肯定了大家的积极态度,对合作伙伴的支持表示感谢。

通过全面商议交流,增强了联想天工工控与渠道伙伴以及各渠道商之间的相互理解,对2005年共同打造更加辉煌的市场业绩,坚定了信心。

按照会议的安排,联想天工工控组织渠道合作伙伴参观了联想位于惠州的主板制造厂、计算机制造厂和以及联想深圳研发中心。拥有十条业界最先进的SMT和插装自动化生产线,以及先进完善的检测设备的制造厂,给参观者留下了深刻的印象,让人真正体会到“优质的主板是如何制造出来的”。

根据会议的“2005年度联想天工工控业务规划”报告,记者获悉,联想天工工控确立了远、中、近期三个阶段的规划,其中近期规划是2005年实现8000万元人民币的销售量。明年将是联想天工工控市场拓展的重要的一年,产品线将进一步扩大,此次会议推出TOP IPC整机就是2005年市场的一个重要产品。TOP即为“国际奥委会全球合作伙伴”英文“The Olympic Program”的缩写,是联想天工工控旨在用“计算机专家的完美力作”,以“奥运产品,国际品质”的形象出现在工控界。经过一年多的运作,联想天工工控引起了工控界的广泛关注,对于2005年、2006年联想天工工控的表现,业界将拭目以待。