

安徽 财富地理

市场星报

财富影响人生

品读

FORTUNE

A01~A04 · 第312期 · 2015年9月17日 星期四 主编 莫文华 编辑 胡正球 美编 孙好 校对 解正球

保留学籍休学创业
合肥大学生都做啥

A02

隐患仍存缺少量能
后市将还有所反复

A03

□ 记者 董艳芬

中长发、碎花裙、亲切而又甜美的笑容。在合肥国家高新技术产业开发区科希曼电器会议室，记者第一眼见到科希曼电器有限公司执行总裁华青梅时，很难把她和年销售上亿元的热泵企业“掌门人”联系在一起。

事实上，就是这位80后美女老总，通过3年的时间，将科希曼打造成为了“采暖之王”、“行业新秀”。即便是在经济大环境不佳的2015年，科希曼仍交出了不俗的“成绩单”，预计全年销售额，增长50%以上。成功的“秘诀”是什么？

热泵“女王”华青梅 要做就做行业“领跑者”

花3年时间，相中热泵行业

性格决定命运，有些人的性格注定要选择创业，华青梅应该就属于这类人。她深爱自由，不喜欢受到外界的压抑。有冒险精神，勇于尝试。一旦确定目标就会全力以赴。

本科从安大毕业的华青梅学的是法律专业，可以说，如今的科希曼电器与她的专业关联性并不大。为什么要一头扎进空气源热泵行业？这是华青梅花了3年时间做出的选择。

相比欧洲国家，国内的空气源热泵行业起步相对比较晚。但是，华青梅看到了其安全环保、节能健康的优势，预测这种利用空气源采暖制冷产品肯定能引领消费趋势。2009年~2012年，华青梅往返全球各地，对热泵企业进行考察调研。

拥有核心技术，才能走得远

“企业要想走的远，走得久，核心技术是关键。”华青梅很清楚这一点。公司成立之初，华青梅积极寻找国外热泵方面的资源，最终从德国引进技术。德国公司通过技术入股，而中方则是提供资金和厂房，2012年9月，科希曼电器在中国合肥应运而生。

“热泵行业，德国也是行业标准制定者。决心引进德国核心技术，我们从一开始就决定要做国内行业的领军者。”华青梅坚定的说，科希曼从成立之初到现在，技术水平一直领先国内同行。技术层别差是科希曼在行业走得久、走得远的核心基础。

当然，对于一个成熟的企业来说，仅仅拥有技术还不够。把技术转换成消费者认可的产品才是王道。2012年年底，科希曼的形象店、专卖店开始出现在消费者的视线，销售网络遍布江苏、江西、湖北、河北、山东、天津、北京等省市。2013年，科希曼搬到坐落于合肥市高新区南岗科技园湖光西路888号的“新家”。据悉，一期新厂房面积达40000平方米。

一台机器，解决冷暖需求

翻开科希曼的成长“足迹”，记者看到一连串的光荣：“科技小巨人培育企业”、“中国房地产总工优选品牌”、“中国热泵行业十大最具成长力品牌”、“中国消费者满意品牌”……

荣誉的取得源于过硬的产品。说到产品，华青梅自信满满：“无论是技术、品质，还是价格，科希曼都是国内一流的。”目前，在空气源制冷供暖领域，相较于空调、锅炉等制冷供暖设备，科希曼系列产品可节能30%~50%。

对于科希曼而言，市场定位也经历了一个摸索过程：从最开始热泵热水领域到现在专注于冷暖机研究，并最终确定将采暖制冷一体化作为主打。

值得一提的是，选择科希曼，用户只需一台机器就能解决冷暖需求。据介绍，这种名为“地暖空调一体机”的产品以空气源热泵作为冷热源，冬季与辐射地板结合用于采暖，夏季与风机盘管结合，组成户式中央空调。

记者在采访中看到，这种采暖、制冷共用一台主机，装机容量小，无须再多装一台空调，不仅减少了装修初投入，也节省了家庭装修空间。

下一个目标，冲刺新三板

2015年，大的经济环境不是很好，整体经济增速放缓。科希曼仍交出了不俗的“成绩单”，预计全年销售额，增长50%以上。

华青梅介绍说，科希曼与万达、绿地等知名房产开发商合作，承接楼盘的采暖、制冷项目。“楼市不景气，健康、环保的采暖制冷反而会成为楼盘的新卖点。”

华青梅的“野心”，不仅仅是空气源制冷、供暖这么简单。丰富齐全的水净化处理、全家热水系统处理、空气净化及噪音处理、电磁辐射处理产品等各类“健康家电”，科希曼最终想改变的是，消费者整个家居家电的系统性配套。

“目前，公司正在着手准备登陆资本市场，冲刺新三板！”采访的最后，华青梅透露说。

