

” 食欲少而数,不欲顿多难消,常如饱中饥,饥中饱。
——《养性延命录》

年逾八旬的张巨声,鹤发童颜,精神矍铄,身板硬朗,像当年一样谈笑风生,看不出一点老态龙钟。交谈时,他依然思路敏捷,叙述流利。

从幼年时的艰苦成长到离乡谋职、上军校,在安徽落户,进工厂做工,到机关谋事,继而开发家用冰箱,创下美菱品牌。经历风雨坎坷,一路走来,实属不易。

回顾往事,他感慨不已。这位曾经为安徽经济作出重大贡献的老企业家,给笔者带来的依然是睿智、坚韧、百折不挠、老而弥坚的大家风范。

□ 陈大良



张巨声： 从燕赵乡土中走出的 安徽美菱电器奠基人

1 赴皖南调研 展露才华

上世纪30年代初,张巨声出生在河北赵县一个贫苦农民家里,不到12岁即扶犁耕地,早早地分担着父辈沉重的劳动。

1955年,20出头的张巨声被选派到一所空军预备役学校学习(因国际形势需要开办)。1958年,张巨声与61名同学一起分配到安徽工作,走进了建厂不久的合肥矿山机器厂。从工人做起,后被调入厂部从事统计与秘书工作。

同年10月,安徽省委从企业抽调一线人员进行社会调查,张巨声被抽调并委任为赴休宁县调查组组长。调研结束时,张巨声一篇长达万言的调查报告,一下打动了上级领导。回省城后即被调到合肥市经委机关负责技术改造和全面质量管理工作,一干就是7年。

对于这次人生机遇,张巨声风趣地说,这次华丽转身,对他以后从事企业管理所起到的作用可大了,不经意让自己当上了“企业家”。说罢,爽朗地笑了。

2 攻坚克难 开发电冰箱

1983年,张巨声认准了电冰箱的巨大潜在市场,于是义无反顾地走出机关,来到当时已近乎停产的合肥第二轻工机械厂。

消息很快传开,关心张巨声的领导及同事无不语重心长地说,二轻机转产压力机、农机具一次次地都失败了,你到那个厂,搞大家都陌生的电冰箱项目,必死无疑。

然而,面对来自方方面面的劝说,张巨声就是认定上电冰箱是一个发展方向,就这样,他顶住压力,硬着头皮上马电冰箱。

此后,张巨声便马不停蹄,开始四处打探转产电冰箱所面临的技术问题,并决定带一帮人外出“试水”。

先北上,可北方一家大厂连厂门都不让进。在一筹莫展时,张巨声突然想到在

北京盯项目时,认识了南方一家电冰箱厂厂长,他决定到那里拜师。可是意外的是,好不容易到了该厂后,发现其停产了。

工厂停产,却没有挡住张巨声求技术的脚步。停产了,看不到生产过程,工装现场以及布局等总该能够看到吧。就这样,张巨声一行每天在这家厂里转悠,边看边想边记,回到宾馆大家把所看到的认真回顾总结,经过大家凑合,一些工装、工艺细节便有了更多的了解,摸到了一些眉目。此后,张巨声又多次来到了这家冰箱厂生活区,向厂里的技术员求教……

技术有了,电冰箱的项目批下来了。可是钱呢?分文没有。

于是张巨声又四处奔波,求朋友、找银行、跑部门……就连司机都说,一天跑了多少地方他都记不清了。

谈起往事,张巨声坦言道,没有当时的痴迷、死盯,估计就不会有后来美菱的故事。

3 美菱诞生 创下安徽家电品牌

1984年春节刚过,流水线开始试机,4月份便搞出了样机,到9月份,就建成了一条包括塑化、壳体、喷粉、酸洗磷化和总装在内的年产5万台冰箱的生产线!消息传到轻工部家电局时,人们简直不敢相信!因为建成这样生产能力流水线的速度,在国内同行业中是绝无仅有的!

当第一台“美菱”牌电冰箱从生产线上下来时,张巨声心潮起伏,深情地抚摸着它,眼中不禁盈动着泪花。

1985年1月,经过千难万险制造出来的冰箱生产流水线开始运转,正式投产了!张巨声和职工们迎接着一台台光亮绿色外壳的电冰箱走下生产线送往合肥各大商场,当年实现产值1549万元,利润300多万元,分别是转产前的8倍和15倍。

张巨声专门召开会议,请大家给“初生儿”起个名字。大家七嘴八舌,各抒己见。张巨声也突然来了灵感,日本有个电器叫

“三菱”,号称世界上最好的,我们要超越它、美过它,就叫“美菱”吧!张巨声一言即出,立即博得大家的齐声称赞,就这样“美菱”诞生了。

美菱,出生时正是冰箱销售最好的时节。可是令张巨声没有想到的是,送到合肥各大商场的冰箱很少有人问津。张巨声决定打一场艰巨的销售仗。

他的第一仗便是“战上海”,经过运作,“美菱”一周岁时,进了上海滩。很快,“美菱”就以其超高的性价比在上海站稳了脚跟,一时间产品在上海市场出现了供不应求局面。合肥人看到上海人如此青睐“美菱”,对家门口的产品突然刮目相看起来。于是纷纷效仿,接着,南京市场供货告急,福建市场供货告急,杭州市场供货告急!中国东部几个省区的市场一下火爆起来。

正在南方市场火爆的时候,北方市场仍然是一派冷清。此时,张巨声认定,北方市场也必须效仿在上海的做法。不久,美菱大大方方走进了首都市场,王府井东安商场、西单商场等相继出现争购美菱的火热场面……

4 家电疲软 美菱掀起风暴

炎炎的夏日本是冰箱销售的旺季,谁知1989年的夏季,冰箱市场一夜间出现逆转,各地市场由热变冷,旺销—平销—滞销,一台都走不动。

市场饱和了吗?没有!

“冰箱这玩意很微妙,一个箱体里有冷藏也有冷冻,我们是否可以转变一下思维,把冷冻与冷藏换个位置,让他们十分听话地服务消费者。”经过市场调研后,张巨声对工程师们说。“十分听话?”工程师们一听,立即兴奋起来:“张总,你这不是要我们设计一款大冷冻的新款冰箱吗?”张巨声高兴地笑了:“对,我正是这个意思!”

几天之后,一张张设计图,展示在张巨声的面前。就这样很快拿出了“美菱·阿里斯顿181”新样品。

1989年11月,“181”样机成功下线!从根本上颠覆了有史以来小冷冻大冷藏电冰箱的传统格局,揭开了电冰箱革命的辉煌一页。由此,张巨声成为世界历史上第一位电冰箱革命的领航者,被世人称之为电冰箱革命之父。

一石激起千层浪。“181”大冷冻室冰箱投放市场,广受消费者、特别是北方消费者欢迎。正当别的厂家经济跌入低谷,一派叫冷声时,美菱却像冬天里的一把火,燃烧了起来,立刻震惊了全国市场。

5 美菱上市 安徽第一家

美菱虽然在业界、在省市取得了骄人的业绩,然而山外有山,此时省内出现企业上市大战,不少有实力有影响的企业纷纷争取融资机会。不甘示弱的张巨声得此信息,当仁不让。

作为美菱的创始人,张巨声的目光是超前的。在张巨声的精心布局筹划下,美菱又在着手考虑企业上市事宜,为企业赢得雄厚的资本市场。

1992年,美菱率先在省内创办第一家股份制企业,企业内部改革也接踵而至。与以往有所不同的是,此次改革是完全按市场机制运作。

1997年,企业减员增效,进行股份制改造,完成了企业上市以来更大的一次改革。

改制后的美菱,首先全面推行相应的财务管理、会计核算和劳动人事制度,严格按照国家颁布的规范标准运作,使美菱的管理标准、技术标准、产品标准和各项规章制度逐步向国际标准靠拢,为美菱迈入国际市场铺平了道路。

股份制推进不到一年,美菱就取得了累累硕果。年量、产值、利税、股本分红率实现了跳跃式的大跨步提升,企业以每年净增5亿元的速度向上递增。

美菱继成功发行A股后,张巨声自然把目光放到了海外。

1995年底,公司开始积极筹划把美菱股票投向海外市场。1996年8月,美菱1亿股B股在新加坡、香港等地发行推介,因其具有“绩优利丰”和“高速增长点”双重特点,来自世界多地的100余名证券投资商反应踊跃。仅仅4天,超额认购即达10倍以上。随后,美菱B股在深圳挂牌上市。