

华青梅

我们虽不是救世主
但会成为领先者

2012年11月8日,科希曼电器有限公司成立仪式在合肥市大杨产业园隆重举行,这也正式标志着中国热泵市场诞生了一位“希望之星”。经过两年的努力,科希曼已经在热泵行业形成了良好的口碑,并具备相当的品牌影响力。

随着科希曼的茁壮成长,其总经理华青梅也越发自信和从容。从大学时代的创业梦,到自己做营销代理的艰辛和打击,到如今信心满满地投入热泵行业,华青梅说:“有人说我们是环境的救世主,这太夸张了。但我们会踏踏实实努力下去,做行业内的领先者,做皖企的骄傲。”

如今,科希曼已搬到坐落于合肥市高新区南岗科技园长宁大道与湖光西路交叉口的新家。新厂房面积达40000平方米,总投资5亿元。

■ 星级记者 张华玮

终于找到“心仪”的行业

华青梅不习惯别人叫她“女强人”,“创业,从大学时代开始,就一直是我的理想,我也一直在践行自己的理想。”华青梅告诉记者,从大学毕业后做电子产品代理商,到安徽鑫阳能源开发有限公司总经理,她觉得自己一直在寻找自己事业的方向。

“做代理商,是在帮别人打工;做鑫阳能源那会,我们是海尔、美的等大型企业的配件商,那会我们就在做节能配件,但即便做到占市场份额的50%,也没多少,还要看别人的脸色。”华青梅回忆道,“另外,容易被模仿,当年我们一个骨干工程师走了之后,自己创立企业,走我们一样的营销渠道,对我触动很大。”

一次偶然的的机会,华青梅在一篇报道中看到了对于国内空气源热泵产品的报道,有几个关键点深深吸引了她。“一方面空气源热泵产品具有安全环保、节能优势明显的特性,国内发展迅速,并且除了美的和格力等家电系品牌具有较高知名度之外,其他厂家的品牌概念还没有形成,这是很好的机会。”

要做就做行业内的领军者

进军热泵行业,自然要对行业有全面了解。经过对全国各地热泵企业的考察,华青梅发现不少问题,“一方面,我国热泵行业整体技术水平落后,行业中鱼龙混杂,价格战成为整个热泵市场竞争的主旋律;另一方面,与国外该行业市场广阔不同,目前国内消费市场的认知度还很低。”

有问题,既是挑战,也是机遇。华青梅团队针对问题,一方面积极联系国内知名高校,商讨未来在技术与产品研发方面的框架性合作;另一方面,积极寻找国外热泵资源。因为原先光伏业务中就有数名早先在德国工作的技术专家,对于德国市场非常了解,他们就向华青梅团队推荐了德国DHW公司。

在德国作为专业的热泵企业,DHW公司也非常希望在中国寻求一个合适的平台,将他们的技术引入中国市场。正是在这样的双方共同需求下,科希曼电器在中国应运而生。德国DHW公司技术入股,中方提供资金和厂房。通过2年时间的调研与规划,华青梅团队最终将科希曼引入中国,“德国的家电技术,国内消费者非常认可,事实上在热泵行业,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。”

坚定信心做皖企的“骄傲”

对于产品,华青梅是非常自豪的,无论是技术、品质,还是价格,“科希曼都是国内一流。”华青梅向记者介绍道,“别的企业可能把热泵这块作为自己事业的一部分,而科希曼是作为完全的事业来做。我们的产品,连接和操作模式都非常简单,堪称‘傻瓜’用品。空气源制冷供暖,相较于空调、锅炉等制冷供暖设备,科希曼节能30%~50%。”

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。“有人刚安装时觉得贵,但两三年节省下来的能耗,不仅在消费付出方面弥补了回来,更保护了环境。实际上,整个家庭安装一套设备,比起各个房间安装空调的费用,并不会多出多少。”

今年上半年,科希曼应邀参加中国廊坊国际经贸洽谈会,会上受到河北省政府各级领导高度肯定。“你能感觉到那是由衷的感谢,我们不仅解决了环境污染问题,也解决了能耗问题,在河北省领导和众多消费者眼中,我们就像是‘救世主’,这更坚定了我们的信心。”

