

# 秦越再论内资变频器品牌发展之路

## 秦越再论内资变频器品牌发展之路

在上一篇《秦越论内资变频器品牌发展之路》中，作者根据自身工作经历和个人观察，将中国内资变频器品牌发展分为三个时期：春秋时期，战国时期，鼎立时期。并分别对每个时期进行分析，描述各个时期的主要特点，简略指出当下所处时期的发展方向。

本文之中，秦越将根据自身观察，列出《十大低压国产变频器之悲情品牌》及《十大低压国产变频器之激情品牌》，并分别作出简短评说。内容有失误之处，还请各位看官横眉冷对，板砖横飞，谢谢！

### 十大低压国产变频器之悲情品牌

花开花落几春风，  
今生昨日终虚幻。

#### 悲情第一名：正泰

正泰作为中国最大的低压电器制造商，以其品牌影响力、产品市场占有率和资金实力，本来最有机会成为变频器行业的龙头老大。可惜其决策层在变频器蓬勃发展的前十多年间，一直默默无闻。如果正泰在第一时间招兵买马，积极进军变频器及自动化领域，奈何有今天的普传系，华为系之争；奈何有今天的遍地开花，诸侯混战的局面。而当初的大好时机已经失之交臂，永远不可能再有，想要重新进军驱动器市场，则要付出更多代价和时间，只能让世人一声叹息！

秦越认为，正泰可通过并购现有变频器品牌和企业，直接进军变频器行业，比自己再组建队伍要划算得多。

#### 悲情第二名：德力西

其情况与正泰类似，虽然最近两年发展势头不错，成立专门的变频器子公司，组建专门的领导班子和研发销售团队，但毕竟没赶上第一波大发展时期，前途命运尚待观察，其他的不再多说。

#### 悲情第三名：佳灵

佳灵品牌及其创始人吴加林，是变频器行业鼻祖级人物。从低压到高压，吴加林始终站在技术变革的第一线，被誉为“中国变频器之父”，其对国产变频器技术的发展，有不可磨灭的贡献。开创了业内众多第一，遥想当年，佳灵叱咤风云，谁与争锋。而如今，“廉颇老矣，尚能饭否？”。

性格决定命运，而企业的性格是由企业负责人的性格直接决定的。佳灵能走多远，谁能说得清。

#### 悲情第四名：普传

这个品牌，让众多业内人士无限纠结。无论是戴正耀，还是张海杰，都是一部传奇。期间的恩恩怨怨，又有几人能说得清楚。但不可否认的是，戴正耀是国产变频器行业的一粒火种，点燃了后来的国产品牌大发展的熊熊烈火。创造了国

产品牌半数以上出自“普传系”的神话。且不说他的人品和做事方式如何，但就对国产变频器技术的发展贡献，居功至伟！

戴正耀创立了普传，而让普传继续发扬光大，血脉传承的却是张海杰。但毕竟经历了太多历史变革，沧海桑田，期间多少人，多少事皆付流水中，让后人去评说。

今天的普传就像一个古老而又年轻城市，能否再现昔日辉煌，扔掉历史包袱，还要看张老大如何力挽狂澜，革故鼎新，开创普传的又一次崭新局面！

秦越认为，2012年之后的三年内，是普传能否再度崛起的关键。

#### **悲情第五名：安邦信**

安邦兴国，诚信天下。我相信，任何一个看到这八个字的中国人，都热血沸腾，感慨万千。安邦信在成立之初，也的确如其名称一样令人鼓舞，是春秋一代霸主。而其后来的发展，让人无限惋惜。眼看着众多后期之秀不断赶超自己，而自己却始终忧心于内部的权力组阁。得道多助失道寡助，得民心者得天下。一个企业的成败，与其主要负责人的性格有直接关系。

秦越认为，2012年之后的三年内，是安邦信生死存亡的关键。

#### **悲情第六名：康沃**

康沃，这个凝聚众多国内变频器行业人士情感的国产品牌，在沈鸿，余功军等业内扛鼎级人物压阵的时候，塑造了当年康沃的辉煌历史。后来随着新兴资本的涌入，也创造了短暂的辉煌，再后来随手就转嫁给了博世力士乐这个德国名企，但随后的发展差强人意，内部权力的角逐如火如荼，走马灯式的将帅更替，有几人把产品研发和市场开拓作为工作目标。前途未卜，英雄落泪，扼腕长叹！

秦越认为，2012年之后的三年内，是康沃这个老品牌生死存亡的关键。

#### **悲情第七名：阿尔法**

毕涛，这个国产变频器的开路先锋，一路走来，几多欢喜几多愁。他在普传的时候，普传火了；在安邦信的时候，安邦信火了，在阿尔法的时候，初期几年，阿尔法也火了，可后来，逐渐冷却了。现在的阿尔法始终不温不火，又经历多次分裂，元气大伤。毕涛自身为研发型人物，可阿尔法的产品始终无法实现革命性突破，难以在市场上占领决胜制高点，前途未卜啊！

秦越认为，2012年之后的三年内，是阿尔法兴衰成败的关键时期。

#### **悲情第八名：海利普**

海利普在2005年被丹佛斯收购之前，一直叫“海利”，成立于2001年，是国内比较早的品牌。也是江浙一带做得比较成功的变频器厂商，而且早期发展也比较顺利。这个就像个小脚女人，活干得不怎么平整，但人长得秀气。虽然早已经远嫁欧洲做了偏房姨太太，但很少被大掌柜的多看两眼。而后来干脆做个小孩，一直靠着东家的奶水活着，没有太像样的成长。或许是丹佛斯迟迟不肯将其关键技术引入海利普，造成其青黄不接的局面。在当今诸侯并起，群雄逐鹿的时代，海利普能否笑到最后，尚待观察。

#### **悲情第九名：森兰**

想当初，横刀立马谁与争锋；而如今，大梦初醒已千年，韶华迟暮，更有谁人与我策马扬鞭？

在2004~2007年，国内其他品牌蓬勃发展的黄金时代，森兰却裹步不前，错失良机，实在让人遗憾。好在现今已经清醒，重整旗鼓，未来的路怎么走，还有待观察。

秦越认为，2012年之后的三年内，是森兰能否再度雄起的关键。

### 悲情第十名：蓝海华腾

邱文渊，当年的艾默生三剑客之一。在蓝海华腾产品问世之初，可谓一匹黑马，风卷云涌，地动山摇，其 V5, V6 系列产品一经推出，就受到用户好评，国内诸多厂家纷纷买来测试研究，作为产品开发的参考对象。但其销售策略始终摇摆不定，缺乏关键性市场攻坚人物，市场份额没有像产品自身那样成逐年大幅增长，而在 2009 年前后，逐渐处于发展停滞状态，且在某些行业被其他品牌挤压和挑战。

秦越认为，2012 年之后的三年内，是蓝海华腾的关键转型时期，直接影响着其未来的发展趋势和命运。寻求被收购也不失为其一个很好归宿。

## 十大低压国产变频器之激情品牌

风生水起才知天高云淡，

沧海横流方显英雄本色。

### 激情第一名：英威腾

2010 年之前，英威腾奇迹般的发展速度，是业内其他任何品牌不具有的，当之无愧的第一名。但从 2011 年之后，由于子公司的业绩尚处于培育期和管理成本的居高不下，大大放缓了英威腾继续创造神话的步伐。

英威腾是国产品牌之中，融合“普传系“和”华为系“人才最成功的一家，且融合后的团队，显示了强大的生命力和创造力，为英威腾的持续发展奠定了基础。

英威腾能够利用的优势资源有：强大的研发团队，丰富的产品线，较大的品牌知名度，较好的品牌形象和客户信赖度以及充足的资金。要想发挥这些优势，需要强有力的资源整合。产品研发进一步贴近用户，加强行业专用型产品的研发。整合多个产品线，进行打包销售，如伺服，PLC，HMI，中高低压变频器，光伏产品等等。为客户提供完成的、系统的一体化解决方案。

秦越认为，2012 年之后的三年是英威腾能否保持高速增长的关键时期，直接决定着其在未来十几年间的市场格局。

### 激情第二名：汇川

汇川在朱兴明的领导下，一直稳步前进，以其特有的技术研发优势，一直引领者国产变频器的时代潮流。尤其在上市之后，资金充足，且多个产品线同时进发，伺服，PLC，电梯一体化控制器，起重一体化控制器，注塑一体化机等等均有较好发展，各个产品线相互配合，相得益彰；且其对用户及市场的控制力也比较牢固。从 2011 年开始，汇川逐渐凸显其强劲增长力，将逐渐加大与其他品牌的差距。尤其将业务重心移往苏州之后，加强华东区市场，整个产品及市场前景一路看涨。紫气东来，王者之气也。

### 激情第三名：欧瑞

从昔日的惠丰，华丽转身，成为今天的欧瑞，已经走过 20 个年头。欧瑞就像一个山东大汉，十多年如一日，一直埋头耕作，孜孜以求。欧瑞的产品和市场也在稳定攀升，其产品也越来越有国际范儿，稳定性也在不断提升。并且加强在诸多行业的应用业绩，具有较强市场竞争力。

秦越认为，从2012年之后的三年内，是欧瑞上市的关键时期，能否百尺竿头更进一步，就看欧瑞高管们能否运筹帷幄，决胜千里了。

#### **激情第四名：正弦**

正弦，这个品牌在涂从欢的领导下，一步一个脚印，走得铿锵有力，走得潇洒自如。成立于2003年4月，到今天也走过近10个年头，而这10年间正是国产变频器行业发展巨变的十年。从2005前后的脑门一热，就蹦出一个品牌。到今天的群雄逐鹿，问鼎中原。正弦始终是主角之一，无论从其技术创新性，还是市场拓展性上，正弦都做得风生水起，有声有色。正弦也是国内积极开发行业专用型产品较早且较全面的品牌，而行业专用型比较符合当前及未来发展趋势，如果能持续保持旺盛增长力，实现上市融资，将为其发展扫清的资金障碍，为进一步拓展产品线，提供强大资金支持。

秦越认为，2012年之后的三年内，是正弦实现上市的关键时期。

#### **激情第五名：四方**

每次看到这个品牌，我就想起一句歌词：“堂堂中国让四方来贺”。但余功军是个很务实的人，翻开其档案，几乎每走一步都见证着中国变频器的发展脉络。这个毕业于西安理工大学（中国变频器人才摇篮之一的名校）的工学博士，真正的业内科班出身的高材生。可以说从上大学开始到今天的二十多年间，一直与变频器技术开发打交道，一手铸就了康沃当年的辉煌，留下了浓墨重彩的一笔。

在当今这个靠产品说话的时期，四方在余功军的领导下，一直保持着较强产品研发实力，并且积极开拓海外市场。

当今纷乱复杂的变频器市场上，四方电气自2004年成立以来，稳扎稳打，无论是产品性能，还是市场占有率，都有不同程度的增长，且没有出现较大波动，发展前景比较乐观。

秦越认为，自2012年之后的三年内，是四方实现突破性发展的关键，能否上市融资，就在这几年了。但这对于四方来说，还需要一定时间，再用一句歌词吧：“走四方路迢迢水长长……”。

#### **激情第六名：新时达**

新时达，似乎兵从天降，其公司组成，技术来源等等，到现在我依然有点懵懂。2010年，其变频器崭露头角即赢得市场肯定，2011年是其收获颇丰的一年，其对电梯行业情有独钟，也颇具实力。并陆续推出多款电梯，起重专用型变频器，但随着汇川，索肯和平，索德，海浦蒙特等品牌积极进军这一行业，新时达能否笑傲江湖到最后，还有待观察。

秦越认为，从2012年之后的三年内，是电梯，起重行业变频器品牌市场格局重组的时期，这对新时达是机遇也是挑战。

#### **激情第七名：富凌**

富凌在钟氏二兄弟的排除万难，艰苦奋斗的过程中，不断创造奇迹，奠定了今天在变频器行业的不可或缺的地位，成为浙江第一变频器品牌。在过去的十多年间，一直维持较好的销售成绩。在企业初创时期，由于是二兄弟并肩作战，所以其在各种策略上较容易形成统一，达成共识。这也是过去的若干年内，一直比较稳定的主要原因。但随着竞争的不断加剧，富凌的技术研发能力也同样受到考验，关键性人才能否正确引入，也是富凌未来要面临的问题。

秦越认为，2012年之后的三年，是富凌能否继续保持市场优势的关键时期。

#### **激情第八名：伟创**

伟创，这个品牌似乎和它的老板胡智勇一样有点神秘，看似不动声色，实在已经早有谋划。自 2005 年成立以来，是普传系里分化出来比较晚的品牌，一直以销售见长，有点昔日英威腾的影子，其产品做得还过得去，有一定的用户群，市场口碑也还可以。但在当前战国争雄的年代，能否继续扮演一名好汉，还有待观察。

秦越认为，自 2012 年之后的三年，是伟创能否继续保持市场优势的关键时期。或许其寻求被收购也是很不错的出路之一。

### **激情第九名：微能**

微能自 2004 年创立开始，低压变频器做得还算过得去，虽然没有像英威腾那样跳跃式发展，但也一直处于不败的地位，在本来就很拥挤的低压市场里一直保持着一定的增长力。且刘成勇在吸纳人才方面还算成功。

微能的高压变频器，可谓剑走偏锋，独树一帜，在本来就不大的市场容量，且有多家龙头企业当道的情况下，能够占据一席之地实属不易。

而在刘成勇卸甲归田后，微能进入第二个发展阶段，朱颖毅能否创造微能神话，还需持续观察。

### **激情第十名：三晶**

大概是从 2009 年开始，三晶成为网络红品，似乎在 2011 年发展到顶峰。无论搜索什么品牌，都会出现“好变频，三晶造”。可谓抢足了眼球，博得了青睐，其品牌推广人员的工作力度可见一斑。其产品也一直以物美价廉作为宣传口号，其销售人员也是四处出击，且都有不少斩获。但其产品研发实力一直是比较大的短板。而在当下的靠产品说话的年代，这个短板几乎是致命的。而在 2012 年初，其公司甚至打出“百万年薪，招聘研发精英”的招兵简章。重金之下，必有英才。未来三晶产品品质如何，尚有待观察。

秦越认为，2012 年后的三年间，是三晶能否成长为真正的让客户信赖的大品牌的关键时期。

——本篇完——

附：国产低压主要变频器品牌族谱

