

今年3月,吉利收购沃尔沃尘埃落定时,宁波音王的上海团队正在世博会日夜赶工。相比吉利出海的轰动效应,去年音王收购英国三大知名音响品牌Studiomaster、Cadac和Carlsbro的战役似乎波澜不惊。

从籍籍无名的小作坊到中国音响第一品牌,从销售零部件到提供整体解决方案,从建立自有品牌到出海购买国际品牌。音王的20年,充满了奋斗的艰辛与成功的喜悦。除了行业体量和规模不同,在专业音响领域,音王同样经历了一次次的蜕变最终羽化成蝶,走出了民营企业的成功之路。

那么,宁波音王集团究竟是如何成功走上发展的快车道的?他们的生产工艺、质量控制究竟做得如何?在国际化道路上,他们究竟如何考虑的?带着这些疑问,丹麦音响企业代表团的成员们迫不及待地想要走进这家“传说中”的企业。

2010年10月20日,丹麦音响企业代表团拜访了宁波音王集团。访问时间虽然很紧张,但内容丰富。参访的丹麦音响企业家和专家教授们对宁波音王集团的飞速发展表示赞叹不已,并期待着双方更进一步的交流和合作。

中国电子音响工业协会黄桅副秘书长一同参加了访问。

音王集团现拥有员工2000多人,企业秉承自主创新精神,吸收国际先进技术,产品涵盖8大种类共4000余种,不仅在国内声名远播,而且远销70多个国家和地区。企业不仅获得了“中国驰名商标”等众多荣誉称号,并且在北京奥运、上海世博会等大型活动中成为音箱电缆产品指定供应商。

在参观活动中,丹麦音响企业家和专家教授们详细考察了宁波音王集团的消声室、质检室、可靠性检验室等,对音王集团的质检过程、检验设备、消声室情况等做了详细的询问,并对音王



代表们详细询问检验情况

丹麦音响企业代表团拜访宁波音王集团

赞叹音王飞跃发展 期待双方加强交流



丹麦音响企业代表团成员和我协会黄桅副秘书长(右二)、音王董事长王祥贵(左四)、黄总工程师(右一)

听室和企业篮球馆分别对音王集团生产的HIFI级音响和可调指向性同轴音箱进行了试听。尤其在篮球馆,当动感十足的歌曲从音王集团自主开发的可调指向性同轴音箱中迸发出来的时候,丹麦音响企业家和专家教授们坐不住了,纷纷在篮球馆四处走动,对音场内各个点的声效进行感受。

自由交流的环节中,丹麦音响企业的代表们对音王集团和上海世博会的合作表现出了浓厚兴趣。对此,音王集团的黄总工程师解释道:“此前音王也参与了北京奥运会、国家大剧院等多个重大项目,但都是线材、音响等部分产品的进入。这一次,音王却是全系列2000多种产品全面进入,包括中国馆、主题馆的城市人馆、城市生命馆、城市星球馆、城市未来馆、10多个主秀场以及数十个展项。同时,音王不仅仅是提供整套音响设备、各种插件,而是从方案设计伊始就参与到意见与设计的过程中,提供整体技术方案。”

黄总工程师介绍,光是专供世博会的器材整体就超过2000件。和普通的音响厂家只是提供产品不同,世博会每个馆甚至每个区都有自己的设计理念,音王的团队首先是要和来自各个国家的顶级设计师们对接,理解他们的设计理念,弄懂他们要的是什么,再为之提供一套解决方案。

这个对接过程是整个世博会项目中难度最大的,6个月中,12个音王世博项目组的工作人员常常要和世博会的不同部门,特别是各个馆的专家和设计师们接洽开会直到深夜,为他们实现每一个设计理念或者修正每一个细节而重新调整解决方案,给出新的技术支持,一点点将艺术家的梦想照进世博会的现实。

黄总工程师透露,世博会的项目现在已经接近尾声,音王却已经开始筹备参与伦敦奥运会的竞标。

在音王企业发展成就馆,黄总工程师指着一间小平房说,1988年,王祥贵和王明晨夫妇用积蓄的两万元,组织了十多个员工,在租用的60平米的厂房里建起了东钱湖音响器材厂。

到1995年,音王仍然在生产电线、线缆、焊线、注塑插头之类的低技术含量产品。和当时大部分的劳动密集型企业一样,依靠廉价的劳动力,音王的产品获得了广泛的市场,甚至销往海外。随着资金和实力的雄厚与中国社会经济文化生活的变化,

音响的应用越来越广泛,2000年,音王终于换了个当时比较洋派的称呼,正式更名为音王电子有限公司,并且搬入新厂房。从此音王开始以“SOUNDKING”的品牌扩展生产专业音箱、功放、电子管麦克风、大型灯光支架和舞台桌、AJ系列工程盒等。

2008年,金融风暴席卷全球,却为音王带来了千载难逢的机遇。世界顶级调音台品牌Cadac由于其研发方面的投资失误,研发周期又过长,在金融危机打击下濒临破产。这家创始于1966年的知名音响企业是英国皇家指定使用品牌,同时产品还被全球70%的歌剧院和电视台

所采用。王祥贵果断出手,一举收购Cadac,包括其位于英国的研究中心和工厂。用同样的策略,音王将Studiomaster(录音大师)和Carlsbro(嘉士博)两个品牌纳入旗下。三次大手笔的收购共耗资4500万,全部来自音王的自有资金。这三笔收购对于音王意义重大,黄总工程师说,不少民营企业在很多方面很像音王:具备加工能力,具备生产管理能力和技术能力……最缺乏的实际上是核心技术和品牌。毫无疑问,王祥贵在海外的三次出手相当划算,不仅拿到了国际品牌,还兼并了核心技术和研发团队。



丹麦音响专家对音王的音箱充满兴趣



Flemming Madsen教授(上图)和Peter Larson教授(左图)各展所长

