



野马第二代全自动数字化生产线。

野马电池： 做电池行业的 “代工大厂”

记者 史旻



核心提示

纵横意有得，野马御风快。4月12日，浙江野马电池股份有限公司（野马电池）登陆沪市。直到这一天，或许不少人才恍然发现，原来，在国内电池行业，除南孚、双鹿这些耳熟能详品牌外，还有一匹闷声发财的“野马”。

据野马电池招股说明书显示，野马生产的电池主要以出口为主，重要客户有家乐福、乐购、松下、飞利浦等国际知名企业，并以贴牌方式生产和销售。

凭借这个看似“不占便宜”生意，野马电池目前拥有了各种规格型号锌锰电池、碱锰电池生产线20多条，年生产能力达20多亿只，成为我国大规模碱性电池生产企业之一。

跑上国际舞台的“野马”

野马电池成立于1996年，其主营的碱性电池几乎是伴随着“一代神器”BP机（寻呼机）而发展起来的。之后，随着家用电器、电动玩具等各种日用品、娱乐用品百花齐放，碱性电池也乘上了扩张大潮。

在这条赛道上，野马电池是一个比较特殊的参赛者，属于最早一批尝试外销的制造业企业。

“野马的发展赶上了宁波外贸行业发展的蓬勃大潮，是‘走出去’战略的深度参与者之一。”野马电池总经理余谷峰说，如今，中国制造已成为全球供应链不可割舍的一部分。目前，野马电池出口销售额占主营收入的比例基本在85%以上。

不过，也有人表示，野马电池对于海外市场过度依赖。对此，余谷峰称：“我们很早就已经瞄准国外市场了，多年来在渠道等许多方面积累了大量优势。在海外市场，电池使用场景更为丰富，比如每家每户必备的烟雾报警器，里面就需要用到电池。”

余谷峰表示，电池作为一种刚需产品，价格虽然不高，但需求量巨大，受外部不确定因素影响也不大。目前，碱性电池还未到完全饱和状态，公司以海外市场为主的战略短期内不会调整。

今年预计有20亿节电池从野马工厂里流向世界各地的货架，进入千家万户。不仅如此，根据订单饱和程度及未来发展规划，野马电池的生产线还在热火朝天地建设之中。

做电池行业的“代工大厂”

对外贸易、资本流动、技术转移……对于身处时代洪流中的企业来说，面对的是更加直接的竞争和激烈的思想碰撞，因此难免会有迷茫和彷徨的声音，尤其是对贴牌代工模式的争议层出不穷。

“20年前，我们还没有进入全球竞争序列当中，大家对于欧美制造体系还处于懵懂阶段，甚至还不存在‘竞争’这个概念。现在，中国制造已经进入全球顶级序列，这背后代表的已经不是简单的‘复制’能力，而是资源整合能力和产能接收能力。”在沉浮中，余谷峰的执舵思路十分坚定：“当下，我们就是要做电池行业的‘代工大厂’。”

在宁波，不乏把“蚊子腿”吃出“满汉全席”的故事，位于北仑的申洲集团就是其中的代表。背靠耐克、阿迪达斯、优衣库等大客户，申洲国际抓住纺织业转移的时代红利，不断凭借高毛利率刷新外界对于“代工”的认知。

那么，要将代工发挥到这种极致，企业需要哪些硬核实力呢？余谷峰将其归结为两点——专业的人做专业的事；不断强化成本优势。

复杂的国际形势叠加疫情影响，不少企业选择转向“拆减法”，即将产品的生产环节尽可能由自己掌控，以此减少外包成本。

余谷峰对此不置可否：“一节电池，看上去其貌不扬，但其中包含几十个生产环节，品质要不断提升，对配件精度的要求也会越来越高，如果盲目收纳上游环节，在缺乏资金和人才支撑下，产品品质无法保证。”

值得注意的是，在不少同行勒紧“裤腰带”的时候，近些年，野马电池在智能化上持续加码——2018年，野马“年产2亿只碱性锌锰电池自动化生产线技改项目”入选宁波市数字化车间示范项目；2020年，“野马电池智能工厂”项目入选省级智能工厂名单；2021年，野马电池入选市级未来工厂名单。

在野马上市募资用途中，智能化、信息化建设占了比较重要地位，余谷峰形象地将这些投入视为强化成本优势的“迂回战术”。

当然，如今，新能源风头甚嚣尘上，各种新技术、新概念层出不穷，野马作为电池行业资深玩家，也被投资者寄予厚望。

对于未来规划，余谷峰首先肯定的是，近年公司业务不会偏离主航道，通过上市募集的5亿余元资金主要是为产能扩建做筹备，新厂房预计会在今年年底动工，期望通过产能扩张，让野马电池的名号在资本市场打得更响亮一些。

“碱性电池行业将会逐步进入一个低速增长阶段，到时也自然到了尝试一些新方向的时候。”余谷峰强调，届时，公司或将考虑资本运作的方式，稳中求变，以此扩大自己的版图。