

标兵企业巡礼

引擎力量·瑞企榜样

瑞安市经济和信息化局

【第6期】

技术创新“开路” 知识产权“护航”
“胜华波”：不断向创新要发展活力

■记者 陈丹丹

这几天，浙江胜华波电器股份有限公司（以下简称“胜华波”）员工都在忙着赶制配套于宝马车系的座椅调角电机生产订单，车间内一派繁忙景象。

作为我市龙头企业之一，“胜华波”不断加大研发投入，依据汽车配套厂家以及市场发展需求，每年都有多款新产品面世。

去年，胜华波投产销售15款新产品。不断提高的创新力不仅让胜华波在复杂多变的市场上站稳了脚跟，作为研发成果的新产品还成为企业拳头产品之一，成为企业新的增长点。

技术创新“开路” 品质是赢得市场的关键

“以质取胜，誉满中华，扬波全球”，这是胜华波公司名称的内涵，也是其一直秉承的理念。多年来，胜华波致力于自主研发以及技术合作相结合的科技创新之路，每年依据汽车配套厂家以及市场发展需求，产品研发项目逐年递增。

“高品质的产品质量是赢得市场的关键，而产品的技术创新是提高产品品质的重要因素。”据“胜华波”副总经理李伟良介绍，胜华波“未来的拳头产品是洗涤器总成，现已与多家国内知名汽车厂合作，预计两年内销售收入将达2亿元，而达成合作最重要的“助推器”，就是“胜华波”对产品质量的严控把关。

“在当今激烈的竞争形势下，如果不对产品进行技术创新，不仅难以取得市场优势，可能连立足的机会都没有。”李伟良举了一个例子：2002年底，美国第三大汽车公司克莱斯勒寻求为scs3车型配备小型化电机的制造商，当时与“胜华波”一起接到试制任务的还有欧洲和韩日等国的汽车零部件制造商。半年后，“胜华波”最早研制成功，检测时，核心部件的性能高出标准3倍以上。此举为“胜华波”赢得了5年高达

4000万美元的巨额订单，并成为克莱斯勒的重要供应商。

除了在硬件设施上花钱外，胜华波还十分重视“软实力”建设，制定了研发人员激励制度，对肯动脑筋、会钻研的科技人员给予奖励。2005年以来，公司技术中心组建了一支优秀的研发队伍，凭借雄厚的科研资源投入，相继被命名为“省级汽车微电机研究院”、“省级企业技术中心”及“胜华波汽车刮水器省级高新技术企业研究开发中心”。

一年获得7个发明专利、50个实用新型专利，预计今年企业总产值增长10%。这是胜华波集团汽车微电机研究院所取得的成绩。据了解，胜华波集团的汽车微电机研究院2011年11月成立，总投资8200万元。企业自建研究院除了场地投入较大外，最重要的是设备和人才的投资。

“公司邀请了专家教授组成顾问团，组合企业内部的技术部、质量部，一起研究开发新品。”李伟良说，“公司对研发人员的奖励措施有着很大的激励作用，我们每年都会得到不少奖励金，还会在福利上给予优待，有奖励当然更有动力。”

知识产权“护航” 促进新产品创新增收

企业斥资对产品技术加以创新，新产品因性能优势得以价值提升，这是技术创新带来的经济效益，但若不采取措施加以保护，这一效益将渐渐消失。为此，“胜华波”成功走出了一条知识产权保护之路，积极为创新技术申请专利。

“专利是企业的重要资产，是企业重要的竞争工具，对企业的发展壮大起着举足轻重的作用。”李伟良告诉记者，如今公司已在知识产权保护方面取得了不少成果。

回忆起专利保护工作创建之初的故事，李伟良颇为感慨：“2001年，胜华波公司还是新坊村一家占地面积仅7亩的小企业，美国通用汽车公司主要供应商——法国佛吉亚公司找上门，让“胜华波”为其生产一批座椅电机。就是这样一个合作项目，为公司开启了知识产权保护工作的大门。”

“洽谈时，对方提供了几款样品，要求“胜华波”参照样品生产，但前提是不能照搬照抄，需要对样品加以改造，且生产的产品要有

自己的专利技术。”李伟良说，“这种大订单当然想接，但当时公司还没有一项专利，这可是个大挑战。”

不过，通过加班加点地搞研发，仅半年多时间，公司便成功完成了第一批订单，并把新申请的6个专利技术运用到产品生产中。客户对产品质量和生产效率都十分满意。自此，佛吉亚公司成了“胜华波”的稳定客户，每年“胜华波”为其供应产品的销售额达四五十万美元。

目前，“胜华波”申请和拥有国家专利67项，在同行业知识产权领域处于领先地位。此外，该公司多项产品还被评为市级科技进步奖，并被评定为省高新技术产品，如新研发的“FE-1前刮水器总成”、“FE-2后刮水器总成”产品，含有公司多项实用新型专利技术，产品性能先进，在同类刮水器产品中具有竞争优势，并通过了省级工业新产品鉴定，促进了企业新产品创新增收。



重科研重技术重品牌重市场
“瑞立”扬起迷人“微笑曲线”

■记者 陈丹丹

产业链中，企业常常面对这样一条“微笑曲线”：中间是制造，左边是研发和技术，右边是品牌和市场。在这条形如微笑的曲线中，高附加值取决于左右两端。“企业要实现转型升级，就要加强‘微笑曲线’两端的投入，从低技术、低附加值向高技术、高附加值转变，从而更大程度分享产业链上的价值。”采访中，瑞立集团有限公司（以下简称“瑞立”）董事长张晓平告诉记者，过去的一年，“瑞立”重科研重技术重品牌重市场，经过向“微笑曲线”的两端延伸，展开了迷人的“微笑”。

勾勒“上扬弧线” 与中国北车长客签约“联姻”

继建立省级企业技术中心、省级企业研究院和国家级博士后工作站等一系列转型动作后，“瑞立”开始把目光投向现代电子信息产品技术改造，涉足轨道交通零部件研发与生产制造领域。

2008年2月，瑞立与中国铁道科学研究院

车辆研究所结成战略合作伙伴，开始为高铁、动车、城市轨道交通车辆提供优质的制动系统产品。5年来，瑞立已经先后为中国铁道科学研究院（简称铁科院）、青岛四方研究所开发生产销售120余种产品，其中针对高铁的产品已经通过了国家国产化验证。瑞立

上演“线性变化” 能源“双控”促企业转型

去年年初，“瑞立”定下目标：单位产值（营业额）能耗比上年下降7%（或单位增加能耗比上年下降3.5%），主要产品单位能耗指标不高于浙江省、温州市行业限额标准。那么，这一目标能顺利完成吗？

令人惊喜的是，在能源“双控”工作的强力推进下，瑞立通过推进技改项目，推广节能技术，实施“控”、“节”并举，顺利完成了预

期目标，“微笑曲线”开始呈现喜人的“线性变化”。

几年来，“瑞立”不仅成立了以设备动力部为首的节能推进办公室，还建立了能管员队伍，负责节能新技术和节能新设备的推广应用。

据节能推进办公室负责人介绍，电力方面原本一直依靠人工到各区统计，能源数

据在轨道交通零部件研发生产领域崭露头角，赢得了国内轨道交通领军企业的关注和肯定。去年12月30日，瑞立正式牵手中国动车制造大佬——中国北车长客股份公司。

“此次合作既是瑞立也是温州相关制造

型企业转型升级的一个重要机遇。”张晓平表示，“瑞立”继与上汽集团、铁科院、中航工业集团合作后，此次再进一步在轨道交通领域与央企合作，牵手北车长客，这将进一步加快高速动车组零部件国产化进程，意义非凡。

100多个国家与地区。近年来，出口市场更成为瑞立市场的“亮点”。

1988年10月，汽车里程表直角接头专利的授权，可以说是瑞立“结出”的第一个科技成果。到现在，瑞立已拥有223项国家专利，目前专利产品的销售收入占企业销售收入总额的70%以上。

为推动企业品牌建设，“瑞立”注重企业规模建设，通过打造先进的制造业基地，建设国家汽车零部件出口基地，以规模凸显品

牌效应。

目前，“瑞立”SORL品牌是中国名牌、中国汽配行业十大知名品牌、中国机电产品推荐出口品牌，还是瑞立在美国纳斯达克上市的股票代码。瑞立商标是中国驰名商标，瑞立商号是浙江省知名商号，公司还在境外注册了商标。向“微笑曲线”的两端要效益，让“瑞立”发展呈现出更多“笑脸”。

稳步提升 内外兼修
“瑞标”品牌建设为发展“点睛”

■记者 陈丹丹

品牌是企业竞争力的综合体现，企业的品牌建设不仅需要公司决策者的高瞻远瞩，更需要有科学、长远的战略品牌规划。2013年，面对激烈的市场竞争，瑞标集团有限公司（以下简称瑞标）着力了解市场动态和趋势，有针对性地进行品牌形象塑造，内外兼修，积极实施品牌定位，将品牌建设上升到了企业战略发展的高度。

“企业只有重视品牌建设，大力实施品牌优势经营战略，才能创造出独具特色的发展模式，才是企业‘经久不衰’的保障。”在提及企业发展理念时，瑞标负责人如是说。

自主创新、科技改造是品牌的根基

瑞标创办于1984年，是专业生产汽配紧固件的大型企业，有瑞安总部和重庆两大生产基地，厂房总计占地面积达18万平方米，建筑面积达19万平方米，总产值共6.3亿。

经过近30年的风雨磨砺，瑞标已发展成为全国汽配紧固件的龙头企业，位居全国汽配标准件行业第一名，拥有国内外高新技术设备，生产各类轿车、商务车、微型车的整车及发动机紧固件等零部件系列4000多种产品，其中不少都是企业自主创新成果。

自主创新，标志着企业开始建立创新体系，拥有自主创新的能力。在瑞标的发展过程中，没有什么捷径与秘诀，有的只是对于汽配行业的持续专注，不断立足产品科技创新，紧贴本土市场和消费需求，把握住产品升级换代方向。

正是基于这一定位，近年来，瑞标积极推动

企业自主性创新发展，通过一系列具有前瞻性、代表性的新技术新产品，从而在引领消费趋势的轨道中完成发展速度和行业地位的确立。

1998年起至2003年，瑞标累计投入5000多万元，进行了3次技术改造。通过自身的科技创新和产品结构调整，开创了技术装备上水平、产品上档次、企业管理上台阶的新局面，也促进了企业更快、更稳、更好地发展。

2012年，公司投入近2618万元用于新产品开发与引进高、精、尖等自动化设备，技术进步使产品科技含量不断提升，2013年，公司又投资购进在线检测系统、零件成型机、自动焊机等设备。

从严把关，保质保量，通过保证产品质量，提升技术水平，瑞标用行动确保了公司产品的竞争优势，从而加深客户对企业品牌的认可。

科学定位、合理发展是品牌的保证

企业品牌的建设是一个系统工程，不但需要企业内部的规划与领导，管理与实施，更需要企业外部力量的支持与认可。

如果说品牌是企业最有价值的无形资产，科学定位、合理发展就是瑞标品牌建设的基础和生命，是企业可持续发展的支撑。

“企业信誉的好坏本质取决于产品质量，这也是客户最为关切的问题。”近年来，瑞标明确定位，一直将“视产品质量为企业的生命”作为促进企业自身发展的重中之重来抓，更加注重产品的质量，持续改进质量管理体系，严格规定企业生产围绕质量管理体系认证的具体要求规范实行。

为打造和谐企业典范，瑞标格外注重人才的吸纳和培养，目前员工1100多人，其中工程技术

管理人员180人，这一批在紧固件制造领域具有影响力的专业工程师和技术人员，有效减少了技术摸索过程中的弯路，缩短了产品开发周期，保证企业具备较强的新产品研发能力，为推动公司产品结构优化升级、建立核心竞争优势奠定了坚实的基础。

在不断追求卓越品质的同时，企业的发展更关注的是企业与环境和谐。2011年初，公司全面提升电镀车间，配置两套废水处理设备和回收设备，日处理能力达到500多吨，电镀废水处理达标排放。2013年，公司又完成了电镀车间废水废气改造，从而实现企业环境的和谐发展，达到企业的优化升级。

