

高品质以突围 多领域以深耕

华建尼龙：“专利砝码”为企业发展“点睛”

■记者 陈丹丹

在浙江华建尼龙有限公司(以下简称华建尼龙)宽敞明亮的车间里,伴随着一台台先进设备的运转,如芝麻般大小的白色颗粒汨汨而出,偌大车间里,虽鲜见员工身影,但整个生产场面堪称“红红火火”。

“这些白色颗粒就是尼龙6切片,是我们公司的主打产品。”华建尼龙副总经理施志锵告诉记者,处在创新发展中的华建尼龙,始终紧握知识产权的“利器”。也正是依靠着行业领先的专利技术,华建尼龙不仅成功迈入高端产品市场,更是打开了工业应用尼龙领域的“大门”。

从“中高端”迈向“高端” 专利让企业站稳市场

在生产车间内,施志锵顺手抓起一把白色颗粒对记者说:“别看这些尼龙切片‘其貌不扬’,里的科技含量还真不小。”

据了解,虽被冠上了高分子材料的头衔,但尼龙切片却与我们的生活息息相关。它被广泛运用到了服装、包装等各个领域,比如翻开衣服标签,在面料成分中,你如果看到其中一项为“锦纶含量”,就说明这件衣服含有尼龙6切片。

施志锵介绍道,华建尼龙自2002年创立以来,一直定位中高端市场,然而随着市场需求的变化,人们对尼龙产品的物理性能要求越来越高。“如何‘化蛹成蝶’,从中高端迈向高端,成为企业面临的最重要的难题。”

通过不断摸索研发,一种“高性能尼龙6切片添加剂的工艺配方”研发成功,并于2012年获得了国家发明专利。

“这项发明专利不仅令华建尼龙成功迈入高端市场,还让产品附加值提高了5%。”施志锵说,有了这项技术,尼龙6切片的染色率达到98%,可纺性达到99%,这对下游企业来说极大提升了材料使用率。同时,这项发明专利也成功取代了进口尼龙,其优质的高性能成为许多客商的不二选择。

专利使华建尼龙的创新成果得到了有效保证,尤其是一些有核心价值的专利,还给企业带来了极大的经济利益。

“我们的产品在质量缺陷方面,比如纺丝断头等,比其他厂家明显减少,染色的程度更鲜艳,所以增加了产品在市场的竞争能力。”据施志锵介绍,该公司的产品在市场上其他同类产品售价高数百元,但并没有影响销量。



由民用转型到工业领域 专利让产品更加多元化

近年来,华建尼龙在发展上又遇到了新难题——尼龙制造企业慢慢增多,民用尼龙市场份额以及利润空间正在逐步降低。

“与其做困兽之斗,不如主动开拓新的应用领域!”2013年,华建尼龙再次在专利上实现突破,将生产领域延伸到工业领域。

“相对于服装领域的尼龙产品,工业领域对尼龙的强度、韧性、阻燃性能有着更高的要求。”据悉,华建尼龙所研发的电器插件原料,已成功地实现了从民用产品到工业产品的延伸。

目前,华建有3条生产线,每天生产150多吨尼龙产品,而其中有条生产线已着手小批量生产工业用途尼龙,华建尼龙专利电器插件产品的原料月产量达30吨。

对此,施志锵认为,市场经济存在着激烈竞争,企业都希望自己的产品占领市场,要实现这个目标,就要及时申请专利,使自己的发明创造得到国家法律的保护,否则,自己的发明创造谁都可以使用,自己的产品谁都可以仿造,那么就失去了持续占有市场的机会。

截至目前,华建尼龙申请和拥有的自主知识产权的专利数量达20件。包括发明专利5件,实用新型15件,其中8项专利实现了规模化生产。

效率实现倍增,产量大幅提升,用工显著减少……这是华建尼龙重视专利效益所带来的成果。有了专利,发展才更有后劲。这已逐渐成为华建尼龙创新发展的座右铭。正因为对此深刻的认识和挖掘,企业发展才得以优势突出,赢得效益。

拼技术拼服务 竞争优势升级 金龙自控:10余年做成油田服务一条“龙”

12年产值翻30余倍

■记者 张苡铭

从生产阀门到生产采油地面成套设备,从最初586万元到去年的1.81亿元,12年产值翻了30余倍……这些变化,让浙江金龙自控设备有限公司(以下简称“金龙自控”)连续两年稳坐瑞安工业50强企业宝座。

技术领先、服务到位,是记者走访金龙自控时的最大感触,并步步累积成为企业的核心竞争优势。目前,公司产品已是大庆、胜利、新疆等全国各大油田眼中的“香饽饽”,在行业中享有很高声誉。



日前,在占地仅18亩的金龙自控厂区内,有巨型储水罐、污水处理罐、注水泵、过滤器等零部件组成的多台成套设备整装待发,运往各大油田。

金龙自控创立已有12年,是一家致力于为油田转型升级服务的企业。

在公司创立之前,1993年至2003年之间,总经理余金海一直从事阀门生产,可以算得上是一名“老阀门”。

“当时产值规模最大达到2000万元,但因产品

2014年研发投入776万多元

年递增,近3年来累计投入1983万元,其中2014年投入776万多元,占年度销售收入4.27%。

除依靠内部技术研发外,公司还积极从外引进新技术,与中国石油大学、华东师范大学、杭州电子科技大学等高等院校进行技术研发合作。

“油田深井智能通井系统”项目就是由金龙自控与杭州电子科技大学强强联手合作的,该项目产品基

于深井数字信号传输技术,实现电动智能通井,大大缩短通井作业时间,提高作业成功率,减少作业时间及费用,深受采油公司欢迎。

一条龙服务赢商机

这样的露天环境下,会缩短使用寿命。而将成套设备安装在集装箱内,显然更符合油田使用环境与快速安装要求,还能实现远程控制,达到无人值守、机器换人、减员增效的目的。

据介绍,公司还组建了一支30余人的专业服务队伍,为客户提供优质的设备安装、运行及中间故障维修一条龙服务。像这样周到细致的服务已经成为金龙自控抢占商机的法宝,让其在激烈的市场竞争中领先一步。

“我们把采油泵的零部件在公司里组装好,再发货,这样省去了到油田现场组装的麻烦。”余金海说,油田一般在人烟稀少、环境恶劣的地方,将设备放在

演绎“一条道走到底”的坚守

稳达减振器:专注内功修炼,向德国制造看齐

■记者 张苡铭/文 王志/图

坚守是一种力量。一辈子坚持只做一件事的人,一定会成功,并且会成为一个强者。

浙江稳达减振器有限公司(以下简称“稳达”)就是这样的强者。创立近20年来,稳达一直专注汽车减振器的设计、研发、制造和销售,以“一条道走到底”的坚守,不断推陈出新,升级发展;不求做大,但求做强、做精、做稳。近日,记者走进稳达,一探这家企业平稳发展的内生动力。



德国制造贵在练好“内功”

走进稳达行政楼,十几个金色大字让记者为之眼前一亮:“德国人能做到的,我们为什么不能?”敢于向德国制造看齐,甚至叫板,这需要何等的魄力?

其实,从稳达身上,我们已然能够看到一种坚守钻研的精神。从1996年创立开始,稳达就一直专注于汽车减振器制造,未有偏离,20年的心无旁骛让人钦佩!

不过,在公司执行董事兼总经理岑康康看来,这还远远不够,“之所以全世界公认最好的机器是德国制造,是因为德国人能够两三百年人专心地做一件产品,这种务实精神最值得我们民营企业学习,墙上的这句话也早已成为全公司奉行的座右铭。”

向德国制造看齐,这在稳达已不是一句简单的口号,而是化为切实的行动。

且不说公司已通过ISO/TS16949:2008国际质量体系认证,凭借优异的产品质量,成功将稳达减振器推向国际市场,而且公司计划今年投入2000万元引进自动化设备,进一步夯实企业发展的内功,打造技术更强、性能更好、质量更优的减振器产品。用岑康康的话说,“质量,质量,就是永远把质放在第一位。”

“以质量为首”这句话在记者参观稳达生产车间时,也是深有感触。每个车间的墙壁和柱子上都挂着“质量意识在我心中,产品质量在我手中”等生产标语,时刻提醒着稳达人产品质量上不容有丝毫马虎。这也难怪,稳达从成立至今,从未发生过因产品质量而导致的合同纠纷和客户索赔事件。

另外,人才是企业的根本,企业内功的提高也离不开人的修炼。一方面,稳达通过思想意识、基本技能、专业知识化等培训,加强员工各方面素质的培养;另一方面,公司正在与浙江工贸职业技术学院、温州职业技术学院、瑞安市第二高级职业中学等院校洽谈成立稳达基金,并提供实习岗位,既为学生提供拓展人生的舞台,也为培养专业技术性人才打下基础,该项计划将于今年年内或明年初实施。

顺势而行才能有所为 环球鞋业:让产品成为市场开拓的“金钥匙”

核心技术产品赢市场

时下正是酷夏,走入环球鞋业生产车间,工人们正在为生产新一季的胶鞋产品紧张忙碌着。

“用色大胆,面料舒适,整体设计人性化。”在生产车间里,相关负责人向记者一一介绍起环球鞋业的产品风格。

1988年,环球鞋业落户仙降街道工业园区。其生产的“环球”牌布面胶鞋分为运动、休闲两大类系列100多个品种,畅销全国各地,并远销北美、欧洲等国家和地区。

该负责人告诉记者,随着人们生活水平的提高,胶鞋消费由物质层面的功能消费开始转向精神层面的审美消费,特别是女鞋和儿童鞋,对时尚穿着有着更高品质需求,不少企业看好这个市场,纷纷入市,这使得胶鞋



工业强市 50P

市场一度出现品牌泛滥和产品同质化的竞争态势。

“品牌要赢得生存和发展,必须要有自己的核心技术产品。”经过细分市场,环球鞋业把核心技术锁定在市场潜力最大的儿童鞋上。

“在我们的产品体系中,儿童鞋占了近50%的份额。”据介绍,环球鞋业还一直在核心技术产品上推陈出新,在颜色和面料上不断汲取最新时尚元素,产品推出后市场反响良好。

借助销售渠道的完善,环球鞋业快速成为胶鞋行业的佼佼者,年生产能力超过1000万双。并形成了高、中、低档产品齐全,热贴合、冷粘、注塑工艺并举的生产格局,各项经济技术指标位居国内胶鞋行业前列,具有一定的知名度。

顺应时变赢得发展时机

当一个企业发展到一定程度,新的目标怎么定,怎么走才能更加健康持续是每个鞋企必须冷静思考的问题。

显然,在资源紧张、品质竞争的今天,鞋企更多的是需要重新洗牌,应该从企业经营模式、效率、产品质量上下功夫,而不是仅仅停留在价格战、资源战上。

环球鞋业认识到,在激烈的市场竞争形式下,以品牌价值来赢得市场是个不错的选择。因此,环球鞋业通过不断努力,实现从“数量经济”向“品牌经济”转变,公司的品牌建设经历了“质量立企”和“品牌兴企”两个阶段,连续实现中国橡胶工业协会质量授信产品、浙江省名牌产品、浙江省著名商标的品牌战略目标。产品品由国家化学工业胶鞋质量监督检验中心常年跟踪,国家质量监督抽查连年合格,被中国质量报、中国质量信息网列入胶鞋质量红榜。

“此外,企业必须对消费者的需求变化高度敏感,并在企业产品中作出快速反应,才能适应这一市场形势。”如今的市场,消费者需求更多样、个性化,并对何为好产品有自己的判断力;且电商、商业综合体等新渠道分流了客流,重构了渠道结构……

“市场竞争很激烈,曾经风光无限的连锁专卖模式高库存、高风险弊端逐渐彰显,渠道模式的革新势在必行。”为此,环球鞋业开始布局电商,在巩固提升现有的连锁专卖销售网络的同时,加强布局电子商务,以其更加科学地架构营销网络、抢占更多市场销售份额。

“变化随时都在发生,尤其是鞋这种和时尚亲密接触的行业,只有关注时代的变化,顺势而有所为,才能生存发展。”据悉,目前环球鞋业已在天猫、京东等主流网站上开辟了另一方“销售天地”,每天可卖出5000多双胶鞋。