

健力 一根粘扣带的赢利密码

■记者 陈丹丹

当穿上鞋扣上粘扣,或是打开书包解开粘扣的时候,有谁曾想到,位于塘下镇的健力粘扣带有限公司(以下简称健力),通过生产这小小的粘扣带,竟实现年产值数亿元。不仅如此,近年来该公司规模迅速扩张,每年都能在“瑞安工业50强”中占领一席之地,在节能减排领域也有不错的成绩。

产值要增加,能耗要降低,如何实现“鱼与熊掌”兼得?“价格保持相对低廉的同时,还能保证产品质量,且花样不断推陈出新,这让健力粘扣带在与对手的竞争中占据优势,从而牢牢地守住了阵地。”公司董事长余建平一段话道出了其中的秘诀。



打好科技兴企“组合牌”

在网络搜索引擎上尝试输入“粘扣带”三个字,“健力”品牌很快映入眼帘,这正折射出公司在整个行业中的地位。

“在市场竞争日益激烈的今天,谁占据了科技最前沿,谁就将拥有发展优势。”为此,健力公司确立了“科技兴企”的发展战略,始终坚持把创新放在各项工作的首位,以提高产品技术含量,形成企业的核心竞争力。

在健力车间采访时,记者看到,一根小小的粘扣带,被分成了若干流程,每一个环节都有精密的仪器进行测量,从原料到成品,从成品到染色,复杂的工序保证了产品的精良。健力公司的产品均无毒不含重金属,色牢度和紫外线达到四级以上,健力产品广泛用于服装、鞋帽、箱包、沙发、窗帘、玩具、帐篷、手套、运动器材、医疗器械、电子塑料及各类军工等,产品畅销全球。

“在粘扣带行业,抢占商机,就意味着在商战中掌握了主动权,胜算更多,甚至抢占独门生意。先入为主是亘古不变的真理,领先一步才能抢占先机。”余建平认为,发现商机后合理运用一切机会,追求效率,提高投入产出比,这或许就是健力商业经营成功的真谛。

此外,诚信理念也为健力的发展起到了重要作用。

为了打造诚信企业形象,健力建立了《客户满意度调查制度》,时常与新老客户沟通联系,随时了解市场和客户的需求。同时,健力通过市场调研、客户反馈等手段,对企业诚信经营进行评审,发现问题及时整改。因此,健力赢得了广大客户的尊重和信任,产品市场占有率逐年提高,不仅畅销全国,还远销东南亚、中东、欧美等50多个国家和地区。

打开节能减排“突破口”

近年来,健力苦练技术“外功”,不断提高自主创新能力,并将其用于节能减排,推动企业实现“绿色”转身。

2006年,该公司导入清洁生产模式,制定了19个清洁生产方案,共投入106.9万元,如对锅炉风机频率的改造,通过提高效率,一年可节电16万度。当年,该公司就通过了清洁生产第一阶段的验收审核,并于2011年获得“节能标兵企业”称号。

2013年,健力在保证质量的前提下,改变功率,将原先2.2千瓦的电机改装为1.5千瓦,300多台机器更新换面,一年合计节电140万度,节省电费120万元。压缩成本、减少污染后,技术人员又转攻电机质量,经过一次次的调试,在改造电机功率的同时,也促进了质量的提升。

在废水处理方面,健力也下足工夫。去年,该公司投入380万元翻新废水处理系统,从过去日处理废水700多吨增加到1000多吨,并增加中水回用设施,污水处理后,一半用于循环利用。

“过去处理后的水会全部排放,政府的指导工作给了好思路,我们把一半的废水用来浇花、冲马桶等,节省了不少开支。”该公司行政部主任谢开连说。去年9月,该公司还主动接受环保部门的24小时在线监控,对其每天排放的废气、废水加以检测。

“这种方式与其说是监督,不如说是在帮助我们不断提高节能减排的能力。”有关负责人如是说。

瑞星 一场内外兼修的精益“革命”

■记者 陈丹丹

刚接触瑞星化油器制造有限公司的人,很难将这个场地狭小、厂房老旧的企业和“瑞安工业50强”联系起来。

1983年,刚创立的浙江瑞星化油器制造有限公司(以下简称瑞星)还只是一个仅有3间厂房的小企业,以生产面向维修市场的化油器为主。经过30多年的发展,瑞星已进军配套化油器市场,生产通用汽油机的化油器。由于注重品质,瑞星的产品很快获得客户的青睐,成为国内化油器行业的最大供应商。

虽然“战功赫赫”,但瑞星并不满足。近年来,企业又开始全力推行精益生产模式。

精益生产“挤”利润

多年来,瑞星陆续和本田、雅马哈等著名公司开展了合作关系,全球发动机前10大企业已有9大企业由瑞星供货。

随着业务的展开,如何从中“挤”出更多利润,成为公司急需解决的问题。

瑞星从2011年开始导入精益生产,去年9月,该公司请来浙江瑞铃企业管理股份有限公司精益生产专业团队,长期“驻扎”公司指导,对公司全体员工开展精益生产培训,并成立了精益生产小组监督改进。

“精益生产的思路是从各种细节

处降低成本,提高效率。”据介绍,为顺利推进精益生产,瑞星首先从工艺和机器上的小毛病抓起。

现在,走进瑞星的车间,你会发现里面摆放着不少工艺改进看板,上面清晰展示着改善前与改善后的对比图和分析表。“对公司的不少工艺和机器进行了‘微调’后,效率得到明显提升。”有关负责人说。

“看,这是我们泵油工序小型化的改进。”该负责人指着眼前的机器说,原先的机器属于单机双模,采用批量流的作业模式,操作面积50平方米,需要3名工人,经改良后,搬

“走出去”站上国际舞台

入了工作台,实行单模化,操作面积减少到15平方厘米,所需工人缩至2名,减少占地面积和人员的同时实现了效率的提升。

诸如此类的细节改动还有许多,比如原先的打压机启动按钮需一个指头按压,若按钮的位置不合适,员工手指易疲劳,将其改进为拍打式按钮并调整了位置后,减少了动作距离,提高了效率,员工的疲劳度也减轻了。原先的供料架平摊摆放,容量小,供料频次高,现在改成双层供料架,解决了之前存在的问题,员工们都说方便了。

“走出去”战略。

抱着提升企业实力和迎合高端市场的想法,瑞星开始积极与国际市场接轨。多年来,瑞星和B&S、科勒、TTI、康明斯、本田、雅马哈等著名公司陆续开展了合作关系。

同时,研发也不能闭门造车,不仅要“引进来”,还得“走出去”。

“想要产品站稳国际市场,首先质量要过硬,研发脚步要跟上!”走进瑞星公司偌大的研究开发中心,一派忙碌的景象呈现眼前:发电机实验室里一名员工在进行发电测试,开发实

验室中几名员工在设计图纸,高低温实验室中一名员工在进行温度测试……

为增进技术交流,公司不仅加入了天津内燃机研究所协会,还在美国设立了办事处,定期派技术人员前去交流学习,这样不仅有利于开拓国外市场,还能更直接地收集客户对公司产品的意见,促进产品质量的提升。

除此之外,瑞星相继申请了多项美国发明专利,并在美国、日本、韩国、瑞典、英国、俄罗斯等国家注册了自己的商标,站稳国际市场。

