



砥砺前行写芳华

——株洲民企品牌系列报道之三



株洲肯特 从“小作坊” 长成“小巨人”

株洲日报全媒体记者/刘芳
通讯员/王海艳

16年前,他是原棉纺厂里的“小作坊”。16年后,他的技术领跑国内钻掘类硬质合金行业,已成长为国家级高新技术企业、国家级专精特新重点“小巨人”企业、国家级绿色工厂。

这样的故事就发生在株洲肯特硬质合金有限公司(以下简称株洲肯特)。他依靠不断进取的创新能力和久久为功的钻研精神,在专业领域攻城略地。

填补国内多项空白

时间来到2006年,张国顺离开了株洲硬质合金集团有限公司,与几名初创成员创立了株洲肯特硬质合金有限公司。硬质合金被誉为工业的牙齿,其产业链较长,与国民经济关联度较大。

从哪里发力?张国顺立足专精特新,选择在硬质合金的细分行业做精、做专。创新是企业的灵魂。

在株洲肯特,产品研发部是企业架构的核心,其建立了围绕矿山开采合金、硬岩铣挖用合金、超硬材料复合片基体、工程应用类合金、油田牙轮钻合金及专用精密数控刀片等相关研发能力的研发中心。

技术创新,人才是关键。株洲肯特先后引进40多名各级各类中高级专业技术人员,并聘请赴国外留学深造的技术专家,为公司的质量控制和新品开发奠定了坚实的基础。

“公司每年在研发上的投入占销售收入的5%左右。”张国顺介绍,公司已拥有12项专利技术,产品已全面达到世界先进水平,填补了国内诸多空白。

目前,该公司的深井钻探用硬质合金、超粗硬质合金及硬质合金材料复合基体,被列入国家重点扶持发展的新材料产品目录;应用于油田开采、矿山掘进及桥梁隧道建设等方面的硬质合金产品,无论是产品质量还是技术含量,在国内同行中均属于领先水平。

今年销售收入预计可突破4亿元

十一长假刚结束,张国顺就收到一个好消息,“今年前9个月,公司已实现销售收入3亿元,预计今年销售收入可突破4亿元。”

“成绩来之不易,这得益于企业一次又一次的技术升级。”张国顺感叹。

2009年,十几平方米的厂房无法满足企业的生产需求,株洲肯特搬进硬质合金产业园的标准厂房,扩大了企业规模,改进了生产工艺,完成第一次技术升级。当年,企业年销售额即实现了翻一番。



华鑫电瓷 以技术铸就电瓷品牌

株洲日报全媒体记者/任远
通讯员/王海艳

一坨小泥巴,玩出大品牌。这是醴陵华鑫电瓷科技股份有限公司(以下简称华鑫电瓷)的梦想。这个诞生于乡镇的企业,将专注与创新贯穿始终,凭着先进的技术和优良的服务,让“华鑫电瓷”这一品牌走向国门,走向世界。

专心做好一件事

作为我市电瓷行业的龙头企业,华鑫电瓷主要生产高压、特高压陶瓷绝缘子。其拳头产品10kV-1100kV空心瓷绝缘子,被应用于全球输电设备和变电站中。

时间回到2003年,彼时还是瓷厂员工石军生买下了当时的乡办企业,创办了华鑫电瓷。和当时许多乡办企业一样,公司资源分散,既有电瓷主业,也有木板厂、包装厂、耐材材料厂等其他业务板块。为了专心做好一件事,改制后的企业紧盯电瓷业务,不断引进高新人才,加大研发投入,技术力量不断提升。

这份努力得到了回报。由公司自主研发的交流特高压1000千伏避雷器、互感器标准化瓷套,是国内也是世界上首次通过0.5g抗震试验考核的产品,安全系数达到1.85以上,各项技术指标均处于世界领先水平。

如今,华鑫电瓷的产品成功应用在三峡工程、晋东南-南阳-荆门1000kV特高压交流输电示范工程、锡盟-山东特高压“乌东德水电站项目”等重点工程。不仅如此,该品牌还走出国门,出口至瑞典、意大利等多个国家和地区,成为世界三大电网设备供应商ABB(瑞典)、SIE-

MENS(德国)、GE(美国)的长期战略合作伙伴,并多次获评全球优秀供应商。

在去年工信部发布的第六批制造业单项冠军名单中,华鑫电瓷因填补了国内该产品的技术空白而成功入选。在2021年度中国电力电气行业“十大品牌”系列评选活动中,华鑫电瓷一举夺得“瓷绝缘子十大品牌”荣誉称号。

坚持走在行业前沿

一个优秀的品牌要在激烈的竞争中常胜,只有不断创新,不断进步。

在新基建浪潮下,被誉为“电力高速公路”的特高压建设火力全开,华鑫电瓷迎来发展的又一个春天。

绝缘子的长度和输电电压有个特殊的关系,即电压越高,所需的绝缘子越长。220千伏高压需要的绝缘子约2米高,而1000千伏特高压需要的绝缘子则要10米多高。

这种高度瓷套绝缘子,烧制难度大。10米高瓷套由多个小瓷套粘接再二次烧制而成,过去国内没有成熟粘接技术,致使瓷套整体性能不稳。

为了实现技术突破,华鑫电瓷不断试验创新,反复配制粘接材料,终于在2019年攻克特高压无机粘接出瓷套制造技术,打破国际垄断。

在这之后,华鑫电瓷又再次向山顶冲锋,研发出12米高的瓷绝缘子。这个重达55吨的“大家伙”,在抗压抗扭方面可以满足更高要求。

“一个伟大的品牌要成长,并非朝夕之功,但只要心无杂念,精益求精,再远的地方也可以抵达。”凭着这份信念,在品牌之路上,华鑫电瓷奋发前行。

导语

民企是市场经济中最活跃、最重要的组成部分,它们的发展关乎民生福祉、产业延伸,关系经济社会发展的活力、城市向前的竞争力。

在株洲,民营企业群星云集。它们或深耕于民生领域,或细作于工业脉络中。它们瞄准方向不回头,勇立潮头敢为先,不管时代风云如何变化,它们始终踏浪前行,书写着株洲民企独特风采。

本期报道关注四个不同领域的民营企业,看它们如何演绎株洲民企的品牌故事。



株洲百货 向下扎根,向上生长

株洲日报全媒体记者/成姣兰
通讯员/王海艳

64年,跨越两个世纪。从国营到股份制,从计划经济到积极拥抱新业态,从年营业额1456万元到超20亿元,株洲百货,是时代向前的见证者,是城市幸福的容器,是株洲商业的传奇。

时代变迁中,株洲百货如何扶摇直上?翻阅株洲百货超半个世纪发展史,探寻它“向下扎根,向上生长”中的定力与迸发力。

一座商场

装下一座城市的购物记忆

无商不成市,无店不成街。上世纪50年代,建设路的建成通车,为火车站到今天中心广场一线带来无限商机。1958年,株洲百货商场大楼落成,这艘株洲商业航母,扬帆起航。

这是一个与株洲市民紧密相连的商场。不少株洲人,都与株洲百货有过难以忘怀的交集:家里的第一台电视,与爱人结婚时交换的戒指、参加工作时的第一身西装……这座位于株洲市中心广场的地标性建筑里,承载了太多人的回忆。

今年87岁的章焱炎,至今还留住株洲百货当天购买的搪瓷大茶盘、搪缸和一对火红的玻璃花瓶,这是他专门为结婚置办的。

在株洲百货到潮流和带来幸福感的商品,64年来,一直都是株洲保持吸引力的所在。从计划经济时代的按票购买的紧俏货到1999年“购进名牌,经营名品,创办名店”的经营方向,再到现在集聚着全市百货类50%的首店和独店,周大福、玉兰油、爱步、斐乐、耐克女装……数不清的全省单店销量冠军在这里诞生。

紧跟时代潮流,就要紧跟株洲步伐,成为株洲人消费生活的共识。这是一个将服务做到极致的商场。说起这,株洲百货办公室主任李玉举了这样一个例子。“以前为照顾出差的同志,一打钢笔没水,带一瓶又不方便,于是柜台想出化整为零的办法,上一笔墨水收一分钱,一分钱买一张纸、三个图钉,糍子分只卖……这些都是便民利民的服务措施。到90年代,拆零供应品种多达1000余种。”

随着消费升级,消费者对品质生活的追求越来越高。九十年代,微波炉、自

动洗衣机等高端家电成为潮流。消除消费者疑虑,株洲开创新销售,1997年头半年,大楼销售额同比增长20%。

现如今,在名牌云集的株洲,针对品牌的熨烫、改裤脚边、清洗、零门槛送货等免费服务遍布每个品类,并延伸出小区邀约服务活动、上门收纳指导等高端服务,极致的服务,成为株洲品牌力的核心。

多次改革

始终站在潮流之前

从国营到股份制公司,从计划经营到积极拥抱新零售。64年来,在时代向前的翻滚大潮中,曾经的国营商店悉数被打得落花流水,株洲历经多轮改革,几番扩建,始终稳坐株洲商场头把交椅。

1984年,株洲在全省商业系统率先推行“百元销售工资含量包干制”,联销计酬,当年销售突破1000万元大关。

1992年,株洲百货销售突破亿元大关,在当年度“全国百家最佳效益零售商店”中排名19位。

2000年,河西天元超市破土动工,株洲迈出扩张第一步,先后在株洲五区抢占黄金码头。目前,株百12处经营场所林立于各大商业圈,20多个商品经营部相互呼应,成为株洲零售业的“航母舰队”。2018年底,株百年营业额达20余亿元,创造了一个个“株百现象”。

面对疫情和电商双重冲击,近三年,株百再次变革。组建新媒体矩阵,除公司公众号、服务号外,各业态开辟视频号,重构与消费者的交流渠道。

“现在,公司各部门系统性开展了直播培养与认证工作,发起视频挑战赛,线上线下全局性打通渠道,将卖场扩展到各个场景。”李玉介绍,通过单品爆破等手段,线上引流取得突出成效。今年店庆期间,超市业态同比增长19.7%,有效对冲了下行压力。

线上要流量,线下修内功。这两年,株百在沉浸式消费场景构造上下功夫,一方面引进瑞幸咖啡、拟设置美容护肤专区等强社交产品,一方面加大首店、独店引进力度,以一线高化品牌为代表的高端品牌强势入驻,并升级为湖南形象店,产品结构和品质得到质的提升,引领着株洲消费生活的潮流。

凭借发展实力和前瞻性改革举措,株百持续着“风景这边独好”的株洲商业传奇。



正鑫科技 “爬”出来的高峰

株洲日报全媒体记者/易蓉

秋高气爽,正值建筑施工黄金期,一栋栋高楼正拔地而起。

天元区尚格·君悦天下,工人们正在紧张施工,随之逐层“上爬”的还有一个个“蓝色箱子”,同一个城区的湘水湾7期施工现场,正在拔高的高楼上也围着一个“蓝色箱子”,这些箱子上面都赫然写着四个字——“正鑫爬架”。

“株洲的高层建筑项目,目之所及用的基本上都是我们正鑫爬架,去年公司年销售额突破亿元。”湖南正鑫科技发展有限公司(以下简称正鑫科技)董事长邓正新自豪地说。一个爬架,如何“爬”出亿元的市场?近日,记者去到正鑫科技一探究竟。

30年谋一“架”

上个世纪90年代,见识过上海的高楼大厦,初出茅庐的邓正新一眼就看中了“商机”,也选择了自己未来的事业。

彼时,我国经济的飞速发展及城市建设的大规模推进,全国各地城市中的高层建筑及超高层建筑如雨后春笋纷纷拔地而起,高层建筑工程的迅猛发展带动了相关行业的发展,脚手架作为建筑工程中必不可少的施工工艺及工具也随之发展。

“城市要发展要建设,爬架必不可少。”30年前,湖南小伙邓正新从上海去到天津,开始了自己的爬架事业。

据介绍,爬架又叫提升架,也叫脚手架,依照其动力来源可分为液压式、电动式、人力手拉式等主要几类,它能沿着建筑物往上攀升或下降。相较于传统人工搭建的脚手架,其技术更先进,其一是无需翻架子,二是免除了脚手架的拆装工序(一次组装后一直用到施工完毕),且不受建筑

物高度的限制,极大地节省了人力和材料,并且在安全角度也对于传统的脚手架有较大的改观,在高层建筑中极具发展优势。

凭借着独特眼光,邓正新在天津立足脚跟,并在2011年成立了天津创大科技发展有限公司,该公司成为主营附着式升降作业安全防护平台的研发、生产、销售、租赁于一体的专业企业。

“爬”上新高峰

而“正鑫爬架”成为品牌,是从株洲开始的。

“早在几年前,株洲湘水湾小区建设就是用的我们公司的爬架。”邓正新表示。

因看中株洲的营商环境,加上落叶归根的情怀,2021年经株洲市高新区招商引资,正鑫科技注册落户于天易自主创业园,成立一支掌握附着式自动升降作业安全防护平台专业施工技术的施工团队。

“从项目签约到全面竣工,历时不过半年,我们成为当年最快开工的项目,株洲政府的办事效率让我惊叹。”邓正新表示,立足株洲,正鑫爬架开始成为中国铁建、伟大集团等省内外各大知名建筑公司指定供应商。

2021年,公司的年销售额突破1亿元,公司也从名不见经传的小微企业发展为全国模板脚手架“百强企业”。

“虽然今年受房地产行业影响业绩下滑,但我仍看好这个行业。”在邓正新看来,作为“基建狂魔”的中国,未来建设仍有很大空间,他们也将持续改进产品转型升级。

目前,为顺应“双碳”战略目标,正鑫科技正与湖南工业大学联合研发铝合金材料的爬架,产品更轻量化。同时,搭上“互联网+”的顺风车,正鑫科技还将进行智慧安全监控平台研发。