株洲日报 ZHUZHOU DAILY
经济周刊
28829237
2021年4月27日
星期二
责任编辑:赵云超
美术编辑:左 骏
校 对:张 武
B2

“优进优出”,这些企业各有招

核心阅读

日前,国务院新闻办公室举行新闻发布会,商务部部长王文涛提出,今年稳住外贸外资基本盘要重点实施三大计划,其中优进优出计划率先实施。

所谓“优进”,是要求进口能满足国内循环的产品,“优出”则是为了实现高质量出口,所做的外贸结构转型升级。

近几年,在复杂的国际经济形势下,奋力转型的株洲外贸企业群中,涌现了一大批自立自强、奋发有为的面孔,他们或专精细分行业,或专注研发设计,或瞄准技术升级,已然成为加速转型的株洲外贸的生动影像。

传统产业转型加速

一个品牌的诞生

株洲日报·掌上株洲记者/易蓉

一季度销售额同比增长至少50%。这是醴陵陶润实业发展有限公司(以下简称“陶润”)今年一季度的成绩单。在全球经济形势低迷期,这家位于醴陵市的日用陶瓷制造企业,令不少外国同行羡慕。

这样的“逆势上扬”,得益于国内疫情稳定的大环境,吸引订单回流,也离不开企业本身“争气”。

从主要靠来样加工赚取微薄加工费的OEM工厂,到拥有强大的开发设计能力的日用陶瓷领域ODM代表,产品覆盖全球50多个国家和地区,成为梅西百货、星巴克、迪士尼等300多家世界知名品牌的长期合作伙伴,再到自创“陶润会”品牌……

陶润的外贸故事里,既有中国传统外贸企业的过去,更有转型升级后高质量发展的未来。

从OEM到ODM,逐渐掌握话语权

陶润的“出海”,可以说是中国传统外贸的一个缩影:

从2003年到2007年,陶润与普通的传统外贸企业一样,也是依靠生产中低档的日用陶瓷产品,从中赚取一点微薄的加工费作为成长的最初模式,成为众多“中国工厂”中的一个。

在与国外客户长期合作的过程中,董事长文智勇发现越是高端客户,在对产品质量、款式、工艺等要求更高的同时,对价格的承受能力也越强。于是,他就将产品的定位从低端转向高端,决定一改制造者的角色,走与当时大多数外贸企业不同的创造者之路。

2008年,陶润实业开始专注于自主研发设计,打通了从设计到生产再到贴牌的链路,即从OEM(代工贴牌)走向ODM(设计制造)。

所谓“OEM”即“原始设备制造商”,指的是依据客户提供的设计样品加工生产。另一种模式叫“ODM”,即“原始设计制造商”,企业自行设计供客户参考、选择。一字之差,前者纯粹为他人作嫁衣,而后者拥有价格话语权,且只要品牌企业没有买断版权,还有权组织生产,发展自己的品牌。

据介绍,陶润每年新开发的新品、花面超2000款,器型1800余件,釉色200多个,工艺300多种。“我们的一个杯子,一个餐碟有一点点瑕疵,都碎掉重做,品质必须严格把控。”人力资源总监张腾军介绍。

凭借强大的开发设计、多变的工艺釉色、良好的质量服务,陶润改变了国外对“中国工厂”刻板印象,抓住了欧美中高端客户群。

如今,米其林餐厅、高岛屋、梅西百货、星巴克、迪士尼等国际上许多知名品牌频频从陶润选款生产。去年,陶润外贸出口额达到2.02亿元,今年预计将突破2.69亿元。

至此,陶润成长为一家集产品研发、生产、销售为一体的日用陶瓷企业。

自有品牌“陶润会”诞生

多年的“厚积”,在2015年开始“薄发”。

2015年,“陶润会”品牌创立,原本只陈列在国外星巴克、米其林餐厅里的杯子、餐碟,陶润第一次有了属于自己的名字,摆上自己的专柜,光明正大打上自己的logo。

“这一次,我们的目标依旧是走向全球,但是以‘陶润会’的名义,从国内开始出发。”张腾军说,“当下,‘中国制造’是自信的代名词,当在国内市场获得头部企业地位,企业“走出去”更有底气,也更有话语权。”

打出自己的品牌,必须有足够能力才配位。

对外,不断加大技术研发投入,加强自主品牌建设、提高产品附加值。“企业每年的研发费用投入都占到销售额的5%以上。”张腾军表示。

目前,陶润有100余名研发人员,每年新开发设计2000余种产品,获得国家专利授权的有160多项,其中发明专利10项,实用专利20项,外观专利134项。其中,公司自主设计开发的“海印象”系列产品在中国国际轻工精品展览会上获得金奖,2017年7月,在中国设计原创奖“陶·品”陶瓷设计大赛中,公司设计部部长彭武设计的“《素韵》日用陶瓷”获得大赛铜奖。

中国进出口商品会、广交会、深圳文博会等知名的展会上都有“陶润会”的身影。

对内,是不断优化升级的过程。通过“机器换人”战略,降低成本,增强核心竞争力。

今年4月份,陶润智能工厂正式投用。里面引进智能制造成型类自动线、高压注浆机、上釉机器人、辊道釉烧窑、全自动节能素烧窑,AGV智能帮运车等自动化设备和智能化软件,提高企业的生产能力和产品质量,并运用ERP系统、MES系统等数字化设备管理软件系统等数据化管理体系,提高企业的综合管理能力。“前段工序都实现了自动化生产,人工成本下降了70%,但产品合格率上升了10%。”张腾军介绍。

陶润英文名为TopCollection,取顶级精品之意,立志为消费者创造最顶级的精品陶瓷。

自主品牌之路不会一蹴而就,张腾军说,他愿意长久地等待,忍受这只精美陶瓷成长中的种种挫折,直至她最终成熟。

陶润会生活艺术中心开幕。

“陶润会”不只是陶瓷,而是浸润生活美学。

深圳文博会上的“陶润会”产品。

2019年,“陶润会”走上广交会,广受青睐。

优势产业加速迈向全球一流

一只“小钉芯”的出海

株洲日报·掌上株洲记者/高晓燕

用来帮助轮胎防滑的钉芯,可以做到多小?只有瓜子仁儿的十分之一那么大。把这个小东西出口到全球市场,可以做到多大?全球第一!

就是这样的一个小产品,株洲明日硬质合金有限公司(以下简称“明日公司”)专攻专精,无论是技术还是市场占有率,都已成为这个小众行业里的全球NO.1。

30亿颗的“小生意”,半壁归“明日”

防滑钉芯是干嘛用的?

冰雪天气行车,由于路面附着系数非常低,轮胎容易打滑,增大了行车危险。目前,一般有两种方式解决轮胎打滑,一种是通过车辆的驱动防滑系统(如汽车的ABS、EBD、TCS、ESP等),这种方法虽比较简单但逻辑复杂且调试困难,在复杂路况下很难保证可靠性。另一种就是采用机械式防滑措施,以往通常是在轮胎上安装防滑链,但安装不便且对行车有一定影响。近年,国外开始采用专门的防滑轮胎来替代防滑链。

防滑轮胎的不同之处,就是把由防滑钉芯(硬质合金)和外套(铝或钢)组成的防滑钉,均匀镶嵌在轮胎表面。当汽车在光滑的冰雪路面上行驶,需要防滑系统工作时,便可将防滑钉压入冰雪路面,保证轮胎的抓地性能,不需要防滑系统工作时还可收回防滑钉。

为了保证防滑轮胎的耐磨性,这种轮胎所用的防滑钉芯一般用硬质合金材料制作。防滑钉芯是防滑轮胎发挥作用的核心部件。

2010年,明日公司拿到了发明专利,开始生产防滑钉芯。经过10多年的探索与实践,该公司在这一产品的生产工艺、技术创新等方面都取得了飞跃式的发展,更是走出国门,以实力替代国外企业,与国际大品牌马牌、米其林、诺基亚等大牌合作,将产品的不合格率长期稳定控制在1/200000以下。如今,无论从产能、规模、技术实力还是综合竞争力等方面考量,明日公司都已成为该行业名副其实的全球第一。

“防滑钉芯在全球市场的占有率为30%,今年有望提升至50%。”明日公司董事长袁四明谦虚地说,据不完全统计,目前全球防滑钉芯的总需求量为30亿颗,合计总量约1000吨/年,“这还是个‘小众’的市场。”

孕育中的换代产品,有望撬动翻倍市场

目前,明日公司的防滑钉芯,主要出口地区集中在东欧、北欧,以俄罗斯、瑞典、挪威、芬兰等国家为代表。在这些地区,很多国家的冬季长达8至10个月,路面冰雪覆盖几乎是常态,且大量公路不在城区,路面清雪除冰无法靠人力来保障,因而路面行驶安全必须依靠防滑轮胎来解决。有部分国家和地区甚至以立法的形式来保障防滑轮胎的使用。在上述地区,防滑轮胎长期以来保持着稳定的消费需求。

为何全球其他高寒地区尚未推广使用防滑轮胎?

事实上,防滑轮胎的坚硬钉芯,在行驶中会在一定程度上伤害路面敷设,造成路面平整度下降。从2017年始,欧洲市场也在开始寻求改变,推出新型防滑轮胎,表面布钉量约为原有布钉量的1.7-2.0倍,但钉芯更小,材质也更软,力图在提升防滑轮胎抓地力的同时,降低对路面的损害程度。

这项技术,更大程度上依赖于防滑钉芯的改变。为满足市场对防滑钉芯的“轻量化”“低钴化”的新需求,明日公司开展技术攻关,开发出换代产品,目前正在进行路试,有望于今年夏天完成评估。

“新产品对路面的损害程度将大幅下降30%-40%,同时产品的附加值也将在现有基础上大幅增长。”袁四明说,更重要的是,通过这项产品,有望扩展防滑轮胎的应用场景,进入此前尚未开放的北美、中国东北等地区,撬动现有市场增长1倍。

不仅如此,依托防滑钉芯独特的资源、生产、技术、研发及竞争力优势,明日公司正计划向产品下游延伸,进军防滑钉整钉市场。如今,已有国际知名防滑钉生产企业向明日公司表达了合作意向,愿意与其共建产线。

扩大产品谱系,向更大梦想迈进

当下,明日公司的防滑钉产品,占了全公司产品业务的80%。

多条腿走路,明日公司也在持续扩大产品谱系。

比如,研发制造的瓦楞纸纵切圆刀,能够广泛应用于国内外单机或者瓦楞纸生产线上分切瓦楞纸板,刀口锋利平滑,具有高硬度、高耐磨性和高精密度的特点,单个刀片可持续切割400万米。

这项产品,明日做到多厉害?全球切刀技术和市场占有率第一的德国企业,已经找上门来合作,希望与明日公司共建该公司在中国的生产基地。

“疫情之下,国外的快递产业也在快速发展,对瓦楞纸箱的需求快速上涨,因此,能够切割瓦楞纸板的硬质合金刀具也在水涨船高。”袁四明说,目前公司生产的瓦楞纸纵切圆刀,产品性能等各项指标可媲美德国企业,也因此获得后者青睐,成为其快速抢占市场的合作伙伴目标之一。

围绕防滑产品,明日公司也在布局更大的领地,准备从雪地民用产品——防滑钉芯的生产开始,向“雪地系列”其它民用产品,比如铲雪片、铲雪整板、铲雪车、雪撬、雪地靴、滑冰鞋、滑雪板、滑雪杖等产品的主要部件进行扩展和延伸。

“随着消费需求向上层跃迁,这些领域对高端产品的需求量也在上涨,硬质合金民用,有更大的市场空间。”袁四明说。

防滑钉芯正在这里被压制成型 高晓燕 摄

高新技术产业出口势如破竹

一套整流器的突围

株洲日报·掌上株洲记者/任远
通讯员/张富良

4月23日,在湖南科瑞变流电气股份有限公司车间里,技术人员专心致志地调试眼前的“大家伙”。在他身旁,一个个衣柜样式的整流设备用木质箱组打包好,将发往欧洲。

“从最初零星几个小单,到如今动辄几百万、上千万的大单,我们现在有超过1300多套整流设备,在海外33个国家和地区运行。”科瑞变流国际市场部总经理丁俊忠在公司工作十余载,见证了企业的发展。

从追赶国际一流企业的“小弟”,到如今独当一面的“大侠”,科瑞变流的历程也是我市进出口贸易结构不断优化、外贸产品竞争力提升的写照。

初出茅庐:对手是国际巨头

大功率整流装置是把交流变成直流的重要设备,广泛应用于冶金、化工、汽车、光伏发电、风力发电等领域。因为对技术要求较高,该领域过去一直被瑞士ABB、日本富士、德国西门子等国际巨头所垄断。

“早些年出去和别人谈业务,碰上这些巨头公司心里总缺点底气,觉得别人比自己更优秀。”回忆起初“出海”时的情景,一幕幕场景在丁俊忠脑海中浮现。

有一次,丁俊忠和同事想要与欧洲一老牌烧碱企业做生意。他们通过网络联系上对方,并将图纸、方案发了过去。这家有上百年历史的企业,派出一支专家团队来科瑞变流考察,临走时给出的反馈是:“技术不错,但不少地方还要改进。”

赛场相逢:倒逼企业苦练内功

这一次次与这些技术先进、实力雄厚的跨国公司同台竞技,让科瑞变流深刻意识到,发展之路,道阻且长。

在接下来的十几年里,科瑞变流潜心修为、苦练内功,专注于大功率整流设备研发。公司积极与中南大学、同济大学等高等院校对接,开展产业研合作;每年投入销售额的8%用于自主研发,鼓励员工投身科技创新。

经过十多年修炼,公司技术水平与日俱增,每年平均获得专利授权8项左右,整装设备有超9成为自主研发。尤其是前些年研发的一体化大功率整流器,技术水平在国内外均处于领先地位。

“原来工厂安装大功率整流设备,采用的是分散式安装,占地较大,但现在一套大功率整流器占地缩小了近百倍。”丁俊忠介绍,装备体积减小,但精度和稳定性却更高了。“千分之一的精度让所在项目运行更加平稳。”

技艺切磋:与对手不相上下

念念不忘,必有反响。当再次来访时,曾经那家“观望中”的烧碱企业毫不犹豫将一个新项目交于科瑞变流。

“我们的技术在国内领先,在国际上也是先进水平,和他们的产品不相上下,甚至还有独有的优势。”如今的科瑞变流,面对国际巨头企业,有了“高地对抗,谁与争锋”的底气。

在德国、法国、瑞典等诸多发达国家,人们常常能见到科瑞变流的身影。即便是在ABB的老家——瑞士,也有不少项目采用了科瑞变流的产品。

在印度市场,有超过8成化工冶金厂家所用大功率整流设备来自科瑞变流。“从最初由我们上门找市场,到后来口口相传,不少厂家甚至主动将新项目交于我们。”丁俊忠欣慰地说道。

今年疫情期间,科瑞变流在海外有4个项目相继开工,全部采用的是远程指导安装调试。其智能化、自动化的控制精度和方便快捷的使用体验,让客户在视频那端忍不住竖起大拇指:“very nice!”

记者手记

优进优出计划落地需要多方思考与发力

任远

外贸结构调整,株洲实践多年,而今年提出的优进优出计划是在新发展格局下的延伸,需要相关机构和部门更加深入的思考。

上世纪80年代,中国企业得益于“两头在外、大进大出”的发展战略,收获了第一桶金。但随着如今劳动力成本持续攀升、资源约束日益加重,大进大出的模式已难以为继,优进优出的开放型经济新格局势在必行。

株洲企业,尤其是一些民营企业,在市场的历练中成长,已逐渐形成了自己的市场地位、产品格局,从过去低端、粗劣的产品结构不断向中高端市场、更加符合国家标准的产品结构靠拢,这值得鼓励和提倡,也需要政府部门更多的保护和支持。

但我们也要认识到,外贸升级是一个长期的过程,需要我们久久为功的定力,它需要更多企业敢闯敢拼的勇气和眼光、耐住寂寞创新升级的定力和毅力,以及面对挫折失败不畏艰难的决心和信心。

在这个过程中,政府部门同样不能缺位。不断创新执政理念,真正深入到企业一线,主动为企业提供政策指引、风险提示和金融扶持,让企业放开手脚闯世界,将是一项长期而艰巨的任务。