

山东滕州 立足品质创优品牌 助力企业做优做强

近年来,滕州市木石镇大力实施“质量强企、质量兴企”战略,聚焦产品质量提升、品牌带动、标准引领,把质量工作作为一项基础性、长期性、战略性任务来抓,全面开展质量提升行动,全力支持企业提质创牌,为进一步推动“强工兴产、项目突破”攻坚行动聚力赋能。其中,联泓新科上榜“中国精细化工百强”,位列第 26 位;山能鲁化荣获第八届山东省省长质量奖,实现了枣庄自 2009 年该奖设奖以来零的突破。

木石镇高度重视企业品牌信誉和质量保证能力建设,引导企业大力实施品牌战略,将“创一流产品、创一流品牌”作为一项长期工作来抓,进一步完善品牌体系,实现从产品到品牌的飞跃。积极鼓励和支持优势企业实施技术标准战略,推动产品各层级标准制修订,主持、参与制修订国家和行业产品标准 20 余项。截至目前,全镇规模以上企业已拥有发明专利 80 余项,其中鲁南化工拥有 4 项 PCT 国际专利;联泓新科拥有马德里商标国际注册 1 件,获评年度最具品牌影响力新材料企业。

以共建共享“好品山东”为抓手,木石镇围绕优势产业和重点领域,制定品牌培育规划,创建一批拥有核心竞争力和社会美誉度的名牌产品、品牌企业。鲁南化工聚甲醛产品入选山东省新材料领军企业培育库 50 强,醋酸、丁醇等 4 种产品入选首批“好品山东”高端化工品牌。联泓新科聚丙烯、乙烯-醋酸乙酯共聚物、环氧乙烷衍生物等产品入选山东省第一批“好品山东”品牌名单。

同时,木石镇持续强化企业创新主体地位,引导企业加大质量技术创新投入,促进品种开发和品质升级。深入开展“技改焕新”行动,每年实施智能化绿色化技改项目 20 个以上。鲁南化工“智能工厂+产业链延伸”技改模式入选“省智能化技改 10 大优秀案例”。鲁南高科技化工园区综合监控管理平台成功入选第五批国家级智慧化工园区建设单位,智慧园区项目入选中国数字发展研究案例库。

木石镇实施科技型企业梯次培育工程,坚持“一企一策”提供定制化发展路径。聚力打造体量破“500 亿”的生态主导型企业,充分发挥鲁南化工、联泓新科等龙头企业带动作用,攻关核心技术,提升行业地位。通过帮助引导中小型企业申报“国家级高新技术企业”,不断增加研发投入,提高市场竞争力。

目前,园区省级以上专精特新企业发展到 5 家,国家高新技术企业达到 10 家,高新技术产业产值占比突破 90%。建成国家级创新平台 1 家、省级创新平台 8 家,鲁南化工的煤基化工技术创新中心成为全省唯一的高端化工技术创新中心,加速推动化工领域关键核心技术转化为现实生产力。

(杨展 刘同 杨军)



投影机市场回暖 中国投影机品牌 全球占比超 70%

在多元化的显示终端趋势下,智能投影产品成为近年来快速增长的热门细分市场领域。市场调研机构公布的最新数据显示,全球投影机市场需求得到回暖,中国制造的投影机规模和中国品牌在全球的市场占比均在 70%以上。

根据洛图科技发布的最新预测数据,2023 年全年,全球投影机市场出货量将为 1897 万台,同比增长 6.4%。今年上半年,虽然中国大陆投影机市场出货规模有所下滑,但在全球的影响力依然重大,中国制造的投影机规模和中国品牌在全球的市场占比均在 70%以上。从技术层面来看,单片式 LCD 技术占据主流地位,占比超过六成;DLP 技术份额相对稳定,维持在 25%-30%左右。

此外,群智咨询(Sigmaintell)最新数据也显示,智能家用投影出货规模维持增长的态度,其中 2023 年智能家用投影出货规模预计将达 479 万台,同比增长 15%,在中国市场家用大屏显示终端整体规模占比提升到 11%。

中国电子视像行业协会副秘书长董敏表示,中国智能投影的市场规模近年来以每年约百万台体量的速度保持高速增长。以中国市场为代表,2023 年是行业新格局的开始。

智能家用投影仪作为后来者,近几年来相关厂商参与度逐步增加,竞争激烈。而年轻群体成为投影产品的消费主力军。洛图科技分析指出,新生代消费群体的崛起,对投影产品认知度的提升,跨境电商的蓬勃发展,以及沉浸式大屏体验、户外露营、智慧文旅展陈等商用需求的增长,仍然共同对市场规模的增长形成有力支撑。群智咨询分析指出,在年轻消费群体中,智能家用投影已成为家用智能大屏显示设备的第二选择。

(杨鹏岳)

浙江宁海：“小文具”折射出中国制造“硬”实力



“哆啦 A 梦”主题电动文具制作现场

■ 鲍蔓华 蒋攀 陈琳

铅笔、橡皮、文具盒、书包……随着开学季的到来,文具也迎来了“畅销季”,很多人或许并不知道手中的很多文具都来自一个叫“宁海”的小县城。

作为“中国文具产业基地”和“中国文具知名品牌示范区”,浙江宁海制造的文具包含书写工具、办公耗材、教学用具等 9 大类上万个品种。近年来,宁海文具还在 G20 峰会、“一带一路”国际合作高峰论坛等登台亮相,通过小小文具展示着“中国制造”的硬实力。

经历 20 多道工序的笔尖

在位于宁海的得力集团有限公司展厅里摆满了得力的“得意之作”。

制笔工厂厂长麻伟锋拿出其中的一支笔,利落地打开笔帽向记者展示时,只见,小小的笔尖泛出金属的光泽。

“别看这笔尖小小的,里面有 20 多道制

造工序。”麻伟锋一脸自豪,这个笔尖用了硬度仅次于金刚石的碳化钨制成小颗粒,经反复研磨、测试得到球珠,再以相当于头发丝 1/10 的精度,来要求加工误差。

精巧的构造也意味着质检难度更大。“因为笔头是空心的,质检员要在 200 倍显微镜下抽检,在笔头上查看有无碰伤、开裂、是否堵塞。”麻伟锋告诉记者。

而在这款小小笔尖背后,站着一支近百人的研发团队、无数的合作专家,以及高精度智能化生产线、全自动视觉检测系统等。

“得力”的路径很清晰——靠海量的研发投入和制造的精益求精,做大做强,如今“得力”已成长为涉及 24 大品类、300 多个系列的国内综合文具龙头企业。而这正是宁海文具产业的缩影,彬彬订书机、松鹤固体胶水、兴伟美工刀、爱文长尾票夹等一批文具企业和优势产品在宁海集聚。数据显示,去年,宁海文具产业销售额达 273.5 亿元,实现出口 30.5 亿元,产品远销美国、欧洲、中东、东南亚等

100 多个国家和地区。

一个 IP 系列卖出 1.4 亿元

从文具走向文创,要走多远?我们在宁海的老牌文具企业“宁波天虹文具有限公司”找到了答案。

最近,该公司的新品很吸睛,自主品牌“天文”旗下推出“哆啦 A 梦”主题电动文具套盒携手中国航天科技国际交流中心旗下品牌——中国航天太空创想,打造出“智能文具空间站”系列文具,产品一上市就卖断货,仅“哆啦 A 梦”系列就为企业带来了 1.4 亿元的销售收入,其“天文”品牌被消费者称为“国货之光”。

“自从打通文创 IP 这条路,我们的销售一路水涨船高。”“天虹文具”生产运营总监赵永好说。回忆起公司的这次转型,赵永好感叹的是政策的全力加持。早在 2021 年,480 余万元的出口退税为他们企业文创产品踏出国门“加码添力”;2022 年,160 余万元留抵退税进一步缓解了企业资金压力。“国家一系列利好

开辟新赛道 广药集团“时尚中药”牙膏全球亮相

■ 袁墨

9 月 16 日,广药集团在位于白云山畔的广东松园宾馆举行白云牙膏新品发布会,打响“时尚中药”牙膏全球亮相的第一枪。会上,广药集团旗下广州白云山医药集团股份有限公司与美晨集团合资组建的广药白云牙膏公司正式揭牌,广药白云牙膏三大系列新品正式发布亮相。为共同推动广州都市消费时尚产业发展,广药白云山还和广东松园宾馆签订了合作框架协议。

在 9 月 5 日举行的广药集团白云牙膏院士专家研讨会上,中国科学院院士王松灵提出,广药集团可以发挥中医药优势,围绕“调菌清火,洁白如玉”的产品定位,在调理口腔菌群平衡、清火等方面发力,迅速在市场上树立产品特色,形成品牌区隔。

据悉,根据王松灵院士提出的“调菌清火,洁白如玉”的产品定位,广药集团充分发挥全球首家以中医药为主业的世界 500 强企业的品牌优势和技术积淀,将传统中医药精华融入口腔健康养护,此次共推出高端款、时尚款、经典款三大系列牙膏。在技术研发上,不同种类的产品分别添加了多种天然成分,调和不同口腔健康问题;在时尚包装上,推出



● 广药白云牙膏吉祥物“白小云”发布仪式

泵装和管装,结合“本草超级成分”的元素设计出了多款简洁时尚的包装。

广药集团党委书记、董事长李楚源在致辞中表示,广药集团将积极贯彻落实广东省和广州市的战略部署,带领广药白云牙膏公司,持续锚定国内一流牙膏品牌,致力中医药产业链延伸,发挥中药在抗菌、消炎、清火等方面的独特优势,打造别具特色的场景化的“白云牙膏”,进军百亿级市场,为推动广州都市消费时尚产业发展,助力广州市打造万亿级时尚产业贡献新的广药力量。

活动当天,广药集团首席科学家、国医大师周岱翰在讲话中对白云牙膏新品发布表示热烈祝贺,并对白云牙膏在口腔保健领域引领新的潮流表示期待。广东省口腔医师协会理事,穗江首席医疗官,主任医师何邕江教授

和广东省口腔医学会民营分会会长、广州博济牙科(连锁)创始人石考龙等口腔健康专家也围绕口腔健康领域的未来发展作专题演讲,见证白云牙膏新品发布。

此外,白云牙膏吉祥物——“白小云”也在现场同步发布。据介绍,“白小云”象征“白云”和“中药”守护人类牙齿健康,寓意促进人类牙齿发亮,笑容自信。

在发布会现场,由广州白云山医药集团股份有限公司与美晨集团合资组建的广药白云牙膏公司正式揭牌。白云牙膏公司还与健民电商和京东签订电商采购协议,将在电商领域发力牙膏市场。

据介绍,广药集团积极贯彻落实广东省和广州市的战略部署,在牙膏产业新赛道上早已蓄势待发,以实际行动推动广州都市消费时尚产业发展,助力广州打造万亿级时尚产业。广药集团根据广东省委“1310”具体部署和广州市委“1312”思路举措,制定了广药集团“1312”计划,并将“实施牙膏产业发展工程”作为重点布局的“十二项工程”之一。

值得一提的是,本次白云牙膏新品发布所在地广东松园宾馆,拥有具有岭南特色的国宴餐饮、亲情式的接待服务和丰富的历史文化内涵。为推动广州都市消费时尚产业发

的税惠政策,坚定了我们以文促创打响品牌、立足国内走向国际的决心。”赵永好对此充满信心。

爆款 IP 为突破口,重塑品牌价值,这已成为宁海文具企业的“新赛道”:得力集团与颐 and 园合作推出联名钢笔套装,宁波优和笔业有限公司以七龙珠动漫 IP 为产品圈粉带货,把动漫形象“蘑菇点点”画到证件卡套上……宁海文具已趟出新路子。

抱团“出海”企业收获满满

“目前,我已经接洽了 20 多个采购商,其中东南亚地区的采购商居多,‘一带一路’倡议的市场效应不断释放,为我们拓展市场带来了新契机。”宁波兴伟刀具科技有限公司总经理尤忠光在刚刚结束的日本东京文具展览会(ISOT)上收获满满。此次展览会,有宁海文教体育用品协会 17 家企业组团出海前往展会考察交流。

“兴伟刀具”作为宁海一家工具刀、美工刀生产制造商,其 85%~90%的产品是出口海外,欧美订单占比超七成。自去年以来,公司积极开拓新客源,赴日、韩、马来等地参加产品推介会,致力打响全球品牌。“前几年受疫情影响,兴伟出口受到一定影响,但有税收政策的支持,企业最终顺利‘挺’过来了。”兴伟财务负责人葛用苏说。

这几年,宁海县税务、商务等部门及时为文具企业办理出口退税,为企业参加广交会、法兰克福展等重要展会牵线搭桥,引导文具企业加快“出海”拓市场的脚步,探索新的经济增长点。

如今,“天虹”打造的“Tihoo”国际品牌进驻亚马逊平台,并于次年迅速实现 800 多万元销售额;得力在全球建立了 11 个区域销售总部,22 个海外分支机构……像这样,宁海文具抱团走了出去,出口业务向跨境电商、海外设厂等方向多方试水,文具企业多样化发展正在拓宽路径。

广药集团“时尚中药”牙膏全球亮相

展,广药白云山还在本次发布会期间和广东松园宾馆签订合作框架协议。白云牙膏将成为松园宾馆的官方指定牙膏,进入松园宾馆的各类消费场景和消费渠道,松园宾馆将成为广药集团的官方指定接待酒店。双方将立足自身优势,互帮互促,互助互信,共同为广州时尚产业贡献力量。

近年来,广药集团提出“时尚中药”理念,积极进行跨界合作,推动中医药融入衣食住行。白云牙膏定位为“时尚中药”牙膏,其发展植根于广药集团在中医药产业的深厚积淀。广药集团有关负责人表示,第四次全国口腔健康流行病学调查结果显示,国民牙周健康状况不理想,蛀牙年龄逐步趋向低龄化,我国口腔健康行业有较大的提升空间,广药集团想要做的、正在做的,正是对症国民口腔健康仍然面临的问题,回应国民生活质量提高和社会消费的新需要。

据悉,广药集团的下一个目标,是打造大南药、大健康、大商业、大医疗四大板块蓬勃发展的世界一流医药健康综合性大集团。打造“白云牙膏”,开辟时尚中药新赛道,既是广药集团在时尚中药产业创新、优化消费市场供给上的一项重要突破,也是广药集团全力打造世界一流企业的重要一招。

中国品牌力拓海外影响力,百岁山与尤文图斯续约

■ 张钰芸

中国品牌正借助体育赛事不断提升自己的海外影响力。日前,中国矿泉水品牌百岁山与意大利足球俱乐部尤文图斯续约。百岁山意大利公司总裁程建祖表示,未来百岁山将

继续与国际体育赛事保持紧密联系,在国际舞台上树立中国品牌良好形象。

百岁山在 2017 年首次与尤文图斯签约,成为其官方合作伙伴,由此进军足球领域。随着时间的推移,百岁山与尤文图斯的合作越发紧密。

▶▶▶ [上接 P1]

实探童装之都:从小作坊到产业集群

此外,为推动童装产业升级,近年来政府也出台了更为精准、有效的产业政策,引领童装企业进行工艺、设备、产品升级。例如,在湖州市吴兴区政府的帮助下,“童装产业大脑”于 2022 年 1 月面世,该系统把原料采购、贷款数据、产能利用等各种信息进行梳理和汇总,能帮助服装企业更好地进行经营生产活动,至今已服务 3646 家童装产业上下游企业,平均采购成本降低 5.3%,获得贷款周期缩短 76%,整体产能利用效率提升 26%。

在弗兰尼尔(湖州)服饰有限公司生产车间,一套套全自动悬挂系统,将裁剪完的布料输送到下一道工序,工人们坐在缝纫机前,伸手将布料取下,缝绉拼接后再继续传输,一件精致的服装就从布料变为成品。“这样的场景,在 20 年前简直无法想象。而且原料采购、产能利用等各种信息一目了然,可以帮助我们更好地进行经营生产活动。”弗兰尼尔总经理胡冰峰感慨道。

目前,织里镇弗兰尼尔等 15 家品牌童装企业率先进行数字车间改造,整体效率提升

20%以上。据悉,到 2026 年,织里镇力争将实现童装规模以上生产型企业数字化车间改造占比超过 50%。

出击校服市场

作为织里镇传统支柱性行业,童装产业内部面临日益激烈的竞争,一个新的细分市场由此脱胎而出——校服产业。记者近期走访时正值校服生产旺季,校服协会负责人表示,校服生产旺季正好对应童装生产淡季,因校服要匹配学生开学季需求,通常寒暑假开学前都是校服生产的高峰期。

据记者了解,织里镇也是中国最大校服生产基地,校服企业达 1000 余家,其中规模以上企业 200 家,年生产校服 3000 万余套,市场规模达 120 余亿元。今年一季度校服销售额达 35 亿元,同比增长 11.67%。

湖州韩依彤服饰有限公司是校服转型浪潮中的一员,公司原以做童装二批起家,二批市场介于厂家和实体店之间,相当于中间

环节,盈利模式是赚差价。而在近年童装内销难度加大、全国各地童装库存存量居高不下,叠加直播电商快速兴起直接链接厂家与实体店的多重背景下,该企业在 2017 年开始选择转型经营校服,打开新的业绩增长点。

湖州韩依彤服饰有限公司董事长、浙江数码神童校服品牌创始人单晓海表示,相比于做传统二批,转战校服行业更有利于企业主动出击,“转型后,我们每年参加全国各地的国际校服展,今年上半年有北京校服展、上海校服展,下半年已经报了天津校服展、厦门校服展,展位都选好了,接下来我们公司包括织里校服企业都计划进军全国校服市场。”

着眼于行业,个性化定制是当下校服产业的整体趋势。例如今年 3 月 11 日,首届中国校服·园服博览会在织里镇举行,国学风系列校服、海军风校服、运动风校服、英伦制式风校服等均是较受欢迎的款式。织里一家校服企业设计师也向记者表示,现在的校服设计开始融入当地文化元素。

更有甚者,弗兰尼尔服饰甚至推出具有“黑

科技”的功能性校服。公司负责人范玲伟介绍,除了常规款校服,今年企业研发团队还将推出“智能校服”,将 AI(人工智能)技术芯片植入校服,使其具有定位、智能识别等功效。

单晓海表示,当前各大知名童装品牌都在入局校服业,中小企业的优势则多在于可提供更多个性化定制的服务,“比如说,学校的订单是 5000 套校服,大型企业通常就规定生产 5000 套,多一套都难,那么学校里有时需要备用十几套就比较困难,这就涉及校服售后服务的问题,而作为中小企业,我们通常都会在订单量的基础上多备用一些,学校随时需要的话我们都能提供。”单晓海笑称,“在规模上‘卷’不过人家,就从服务下手。”

从过去的“扁担街”小作坊到中国规模最大、分工协作最紧密的童装产业集群,湖州织里童装当前也有了更为清晰的发展路径。长远来看,织里童装有更明确的市场扶持政策、更完善的产业集群、更强大的市场采购平台、更与时俱进的数字化技术,可以预见,未来这里或将诞生更多具有影响力的童装品牌。

