

作为全球第二大稀土永磁材料及器件的供应商,北京中科三环高技术股份有限公司在我国稀土永磁行业创造了多项纪录;而这些成绩背后,是中科三环对创新的孜孜以求和在科技成果产业化道路上的不懈探索。

中科三环:探索稀土永磁产业创新发展之路

■ 吴晶晶

大到风力发电、新能源汽车,小到智能手机摄像头、电脑硬盘驱动器,都少不了一种材料——钕铁硼稀土永磁材料。它是制造高效能、小型化、重量轻的磁性功能器件的理想材料,对许多新兴应用领域产生了革命性影响。

作为全球第二大稀土永磁材料及器件的供应商,北京中科三环高技术股份有限公司在我国稀土永磁行业创造了多项纪录:最早在实验室开发出钕铁硼稀土永磁材料;我国第一条钕铁硼工业生产线的建造者;第一家将钕铁硼出口到海外市场中国企业……这些成绩背后,是中科三环对创新的孜孜以求和在科技成果产业化道路上的不懈探索。

1983年,日本科学家宣布研制出了第三代稀土永磁材料,引起了全世界关注。“当时我就意识到,这极有可能成为未来支撑全球高新技术发展的关键材料。如果我们不能迅速实现技术突破,很可能在未来很长时间里面面临国外的技术封锁。”中科三环董事长、中国工程院院士王震西说。

当时,王震西还是中科院物理所的一名科研人员,他带领团队反复试验,历经120多个夜以继日的奋战,终于在1984年2月成功研制出我国第一块钕铁硼稀土永磁材料,使我国成为国际上少数几个研制出第三代稀土永磁材料的国家。此时距日本和美国企业研制成钕铁硼永磁材料仅相隔4个多月。

王震西和同事们并没有让这一成果沉睡



●在王震西(中)的引领下,中科三环科技创新取得丰硕成果。

在实验室里,他们勇敢地迈出了科技成果产业化的步伐。1985年4月,中国科学院三环新材料研究开发公司正式创立。“‘三环’的寓意,正是希望将科研—生产—市场三个环节紧密联结起来,进行科技成果产业化的新尝试、新探索。”王震西说。

自创立时起,中科三环就始终把创新作为培育核心竞争力的基石。企业承担了“高档稀土永磁钕铁硼的产业化及其应用”“高性能稀土永磁材料、制备工艺及产业化关键技术”等一系列国家“863”计划新材料重大项目及各级政府和企业自身开展的自主创新项目,

对稀土永磁研发、产业化各环节及部分产业前沿领域进行了全面技术攻关,为持续不断的产业升级奠定了坚实基础。

2003年,中科三环钕铁硼产品成功进入高端应用领域——计算机硬盘驱动器音圈电机(VCM)市场。此前这一市场一直为日、欧、美等企业所垄断。目前中科三环仍是全球VCM磁体的主要供应商,占据全球市场约20%的份额。

2008年,金融危机席卷全球,稀土永磁应用市场严重萎缩。中科三环这时进一步加大研发投入,重点针对风电电机、节能机电、新

能源汽车等新兴的稀土永磁高端市场进行技术攻关,成功实现产业升级。企业成为当年唯一一家能够向国际主流市场提供变频压缩机磁体的中国企业。

经过近30年创新发展,中科三环取得了一大批具有国际先进水平的创新成果,成为最早开发出混合动力汽车、纯电动汽车驱动电机磁体并产业化的中国企业;最早开发出风力发电机磁体的中国企业;国内最早开发并进入机器人应用领域的钕铁硼企业……目前,公司专利申请总量已达400余件,专利授权量达200余件,其中授权的发明专利60余件,基本涵盖稀土永磁材料制造的全部核心技术。

现在,中科三环的产品在全球稀土永磁主流应用市场保持领先优势:公司是以EPS电机为代表的全球汽车电机市场的最大供应商;在全球计算机硬盘主轴驱动电机领域占据约50%市场份额;是苹果公司产品用磁体的全球最大两个供应商之一……

在中科三环的辐射带动下,我国的稀土永磁企业蓬勃发展,钕铁硼企业已有200余家,稀土永磁产业也迅速发展为我国新材料产业的代表性产业,产销量占全球80%的市场份额。

“在全球新能源汽车、节能电机等低碳经济产业的新增需求拉动下,稀土永磁行业有望再次迎来快速发展期,中科三环也将秉承创新精神,力争在这次行业大发展中更上层楼。”中科三环副董事长胡伯平说。

“春天要靠创新来换取”——新常态下企业家创新心态扫描

■ 朱国亮 孙彬 陈刚

油画名作走进“寻常百姓家”,“纺织老板”跨界做活光热发电,制衣企业新增电讯业务……岁末之际,记者走进江苏多家企业看到,经济新常态正在激发和驱动企业创新发展。

“本业打深井”创优出“增量”

“新的画品一出,一位来自欧洲的商人一次就订购了1.2万张。”凤凰画材集团董事长陈卫宏介绍说,公司位于无锡,独创了一种新的油画打印技术,开辟了“增量”市场。

新常态下,一些企业通过技术创新,做精做深本业,赢得了新的发展空间。陈卫宏说,1995年创立的凤凰画材,如今已成为国内最大的绘画材料生产企业,但随着人力、环境成本上升,行业竞争日趋激烈。

2010年,依据自身优势,企业成立了“凤凰艺都”,签约了一批艺术家,向文化服务产业延伸。之后两年,打印油画应势而生。

“我们开发了新的画布,但不是卖给画家的。”陈卫宏说,名家油画,价格昂贵,一般家庭难以消费。公司开发出一种可打印的画布,又引入国外先进的数码打印技术,辅以人工描绘,可批量生产名家授权的油画。

“跨界占高地”创业迎曙光

跳出传统产业,直接占领新产业高地,也是一些企业的创新发展之举。

与中广核、国电等大型能源企业签合作协议,与德国光热发电集成商谈生意,这是俞国兴这个曾经的“纺织老板”所没有想到的。

“需要勇气,更需要智慧。”2008年,纺织行业产能过剩,企业面临转型,俞国兴开始他的二次创业。通过调查研究,他将目标锁定在光热发电产业。

与光伏产业不同,光热发电在我国还处于起步阶段,虽有诸多优势,但技术上仍存在难题,初期发电成本较高。

过去6年里,俞国兴先后投入1.8亿元研发资金,与中科院及国内几所大学合作,广揽人才,成功掌握槽式热发电核心部件——高温真空集热管的制造技术。

“环境压力成为新常态,能源结构必然有调整,清洁太阳能的利用、开发也将成为新趋势。”



●凤凰画材集团董事长陈卫宏

势。”手握通过权威部门鉴定的“重大能源科学技术成果”,社会资本闻风而来,俞国兴对光热行业的发展充满信心。

“抢滩新领域”创新拓空间

一个多月前,红豆集团成为移动通信转售业务试点企业,这标志着红豆集团加入了虚拟运营商行列,正式步入电信领域。

不管是深化传统业务,还是开辟新的领域,创新都是开启“进阶之门”的钥匙。

创建于1957年的红豆集团,从一个单纯制造内衣的针织厂,稳扎稳打,步步为营,逐步发展成为中国服装业的领军企业,产品也



●红豆集团总裁周海江

从制衣扩大到橡胶轮胎、房地产、生物制药,年营业收入超过400亿元。

“进入电信领域,我们不是单纯卖号码赚钱,而是要为各类企业打造‘智慧’管理平台。”红豆集团总裁周海江说,“我们从自身做起,打造‘智慧红豆’,形成成熟产品再向外推广,为企业的工业化和信息化深度融合探路。”

周海江介绍,红豆一路走来,能抢占“领军”地位,关键在于创新。

“传统产业相对饱和的情况下,创新将成为企业发展的常态。”周海江说,“新一轮企业的‘春天’,不会像四季一样轮回,熬是熬不过的,要靠创新来换取。”

泉州力促企业家“抱团”学习 智谋产业创新转型发展

■ 彭加乐 龙敏

“通过开展素质提升培训三年计划,引领泉州广大民营企业经营管理者转变思想观念、提升管理能力,为推动企业全方位创新、促进企业转型升级,打造泉州经济升级版提供了智力支持和人才保障。”福建省泉州市经信委主任黄国富近日接受记者采访时表示。

据悉,2014年是实施《培训三年计划》活动方案的首年,截至去年11月底,泉州市已累计举办现场集中培训20多场次,培训人数达3000多人次;企业借助网络商学院网络培训平台自主开展培训1030多场次,累计培训5万多人次。

日前,企业家们还到安溪八马集团参观考察学习,八马集团董事长王文礼作专题分享,分享做精做强企业的经营理念与管理实践方法。如今,这种“企业管理创新”名家讲坛

已成为泉州宣传扶持政策、传播先进管理理念、学习标杆企业经验的重要平台,累计共有1250名企业老板、高管参与。

“企业主要通过线上培训与线下培训相结合,集中培训与个人自学相结合,名师指导与标杆企业参观交流相结合的方式开展企业管理提升培训。”黄国富称,2014年培训主要围绕“支持企业全方位创新”来开展,重在培养企业经营管理者及政府经济管理者的创新意识、创新思维 and 创新能力。

对于许多中小企业来说,创新是一把“双刃剑”,“不创新等死、创新找死”一直困扰着中小企业家。培训期间,许多专家建言称“模仿”是最适合中小企业进行创新的,企业要注重学习同行业中标杆企业的成功经验,潜心研究人家是如何由小做大做强的,并结合自身实际采取拿来主义,效仿他人做法,实现创新提升。

去年培训过程中,企业家们纷纷到当地标杆企业或省外企业参观学习交流的做法,分享标杆企业成功的管理经验,引导企业加强对标管理,成为今年培训活动最突出的亮点和成效。

许多学员表示,理论结合实例,既学到企业经营管理的专业知识,也掌握一定的宏观经济知识,“借助著名企业的成功经验,学到管理创新、商业模式创新等先进的经验、理念,厘清了发展思路,拓宽了视野。”

在当前经济下行和结构调整的双重压力下,企业普遍感到信心不足。但有夕阳的行业没有夕阳的企业,在不好的经济环境下同样孕育着发展的机会,这是企业在竞争环境下发展的常态。

通过学习,学员深入了解宏观经济发展变化的趋势,接受了大数据时代下的商业新思维、管理新模式,发现了企业自身存在的差距及应变之道,增强了企业进一步干事创业的信心。

格林集团董事长赵建河等企业家纷纷表示,要把参加培训所学习的先进的管理理念、方法、工具和经验带回企业,结合实际探索企业创新之路,推动“二次创业”持续发展。

此外,为进一步推动职业经理人职业化、专业化、市场化和国际化进程,加强对高级职业经理人才的培养,为泉州经济持续健康发展提供人才支撑,泉州市经信委把职业经理人研修班正式列入三年培训计划。

据介绍,职业经理人研修班已举办10场现场培训,从战略、人力资源、财务、生产、营销、法务、绩效管理各模块进行系统培训,全面提升职业经理人在国内外经济、社会和技术环境下制定企业发展战略、进行企业日常经营管理决策、领导企业参与国内外竞争的能力和知识,以智谋助力企业转型升级。

扫码辨真伪: 阿里巴巴联合厂商推打假“满天星计划”

消费者用手机扫描商品上的二维码,便可辨别产品真伪,追溯产地——阿里巴巴集团新年公布一项打假新招,称正在联手生产厂商推出这项名为“满天星”的打假计划,试图从生产源头截断不良商家造假售假行为。

阿里巴巴“码上淘”项目的相关负责人称,“满天星计划”主要以“码”作为连接,为厂商提供从生产数据管理、产品溯源、防伪验真、产品说明、用户互动的一整套解决方案。“满天星计

划”采用目前国际领先的二维码技术,通过个人密钥数字签名加密、与线下离线SDK数据验证相结合等方式,可以做到商品上的二维码独一无二。若有不良商家复制个别二维码进行造假售假,厂家通过阿里大数据对二维码做出扫码次数判断,以及打假雷达自动追踪扫码地理位置后,可迅速排查出假冒产品售假地址,截断线上线下的售假行为。

据悉,近日出厂的恒大冰泉成为这项打假

计划中首个实现“一瓶一码”的产品,消费者用手机扫描瓶盖内的二维码,可以看到这瓶水的水源地、生产编号等信息。

据介绍,目前国内互联网企业正在搭建自动生成二维码的商家共享平台,届时,商家提交企业以及品牌相关信息,在平台通过认证后,可以自动获取商品二维码。业内人士呼吁更多社会力量参与到线上线下打假中,从源头打击假货,给消费者一个安全、透明的购物环境。(张通)



土地流转政策 促诺普信转型 为农资服务商

■ 周少杰

年前召开的中央农村工作会议强调“引导土地经营权有序流转”,“土改概念”因此受到市场追捧。在深交所近日举办的“践行中国梦·走进上市公司”活动中,作为国内唯一一家纯农药制剂上市公司,诺普信受到市场关注。

在活动中,诺普信副总经理兼董秘王时豪介绍,诺普信是国内规模最大、产品数最多、品种最齐全的农药制剂企业。“国内农药制剂企业有3000多家,但上市公司就仅有诺普信一家,而且销售额超过1亿元的公司不足30家。很少企业能做大做强,一个原因是中国地大物博,农作物存在南北差异,多数农药制剂公司只做适应所在区域作物的农药,品种单一。”王时豪说。

“这一格局也与我国过去实行的家庭联产承包责任制不无关联,过去每个农户一亩三分田,形成‘散户’格局,因而农资销售主要对象是单个农户,所以难以形成农资龙头企业。”王时豪说,即便是国内规模最大的农药制剂企业诺普信,以2013年销售收入来看,占国内市场的份额也仅3%到4%。

对于中央农村工作会议的政策精神,王时豪认为,土地流转政策有利于国内发展“大农业”经济。在这一新形势下,公司将转型农资服务商,针对大农户提供整套解决方案。

近年来,在国家产业政策的大力支持下,农村土地流转速度加快。王时豪认为,在农业生产规模化、现代化的发展趋势下,为更好地服务种植大户,农资流通体系必然走向扁平化、专业化、集中化发展模式。“土地流转之后,‘大农业’格局下的规模效应就出来了,公司将改变以往策略,未来将针对种植大户、家庭农场等大户提供整套的农药解决方案。”

为此,诺普信去年就提出公司三大核心战略,其中两项是“狠抓十年大品”和“习得一流作物解决方案”,旨在将公司特色药做到顶级,同时兼顾农业综合服务,为农户提供以植保技术为主的作物解决方案。据介绍,公司目前可为全国所有农业产区95%以上的农作物防虫治病等提供系统的整体解决方案。

为了适应土地流转政策带来的变化,诺普信过去几年还大力铺设销售网络,并将它上升为公司的第三项核心发展战略,即“产业合作,结盟发展”。目前,公司构建了独特的“两张网”营销服务模式,建立了以县级经销商(CK营销网络)和乡镇零售店(AK营销网络)为核心、基本覆盖全国所有农业乡镇的渠道网络。

与此同时,为整合下游优势资源,打造区域强势品牌,逐步扩大公司市场份额,诺普信计划与国内部分优秀经销商合作,由公司全资子公司深圳市诺普信农资有限公司投资,参股国内十家优秀经销商,参股比例均为35%,经销商占剩余65%。

“今年我们还试水农资O2O。”王时豪称,诺普信今年发布定增预案,其中一个项目是建设基于O2O的农资大平台,计划投资额是2.9亿元。“土地流转之后,一定会形成单一农作物的大农场,以此为依托,我们准备大干一场,建立以同类作物群为‘圈子’,以电子商务为链接手段的农户互动社区。”

“我们的O2O已经初见成效。”王时豪笑称,“我们建立的香蕉群叫‘如此多焦’,芒果群叫‘丰芒芒露’,都聚拢了不少人气。”