

创新创业引领新晋江鞋服产业跨界融合

随着经济发展进入新常态,一场经济转型升级的暖风正在晋江吹开。

在这“风口”大时代,大众创业、万众创新的时代巨轮已经起航,“敢为天下先,爱拼才会赢”的晋江企业家们深知,要实现新发展,根本出路在创新,核心在科技。

■ 林源清

晋江人有“爱拼敢赢”的创业激情、“敢为人先”的创新意识,为了见证和拥抱这波波澜壮阔的创新大时代,晋江的企业家们正以过人的胆识、创新的思维、务实的行动挺立潮头。

对于晋江来说,当前最有效、最直接地推进创新就是要发挥企业的主体作用,以“机器换工”、“电商换市”为主要切入点,大力引导企业围绕主业,向“四大”(大数据、大生态、大文化、大健康)和“四新”(新技术、新材料、新能源、新模式)等领域拓展升级,推动企业加快向价值链高端迈进,让更多优秀企业家带领企业向创新型、智慧型企业发展。

机器换工减负上阵

3年前,哈尔滨工业大学机器人研究所研究员蔡宇祥初到晋江时,被眼前所见的制造业集群规模深深震撼,这里的产能远远超过世界上很多发达制造国家。

但他也发现了一个明显的短板,这里的自动化、智能化应用不协调,很多企业引进



的都是世界上最先进、最高端的设备,在生产线前段自动化、智能化程度非常高,但后段包装大多都是处于人海战术的现状,他形容为:“巨人的身子,侏儒的大腿。”

“这简直就是一大张白纸,在等待我们书写,这是多么巨大的创新创业空间。”满怀激情的蔡宇祥和晋江市府建立合作关系,共同成立晋江-哈工大机器人研发中心,整合哈工大庞大的智力资源,建立一支包括两院院士、长江学者、20多个博士、10多个研究员在内的技术研发团队。

3年来,蔡宇祥马不停蹄带队深入晋江企业,提供上百套技术改造方案,其中22家企业列为“数控一代”示范工程。比如,针对纺织行业常年面临的经编织机断线难题,他主持开发了“自动断线检测系统”,实现了断线自动检测、自动停机,避免坏布废品的产生,大大提高了产品质量。目前,这套系统已经在华宇公司安装成功,全部投用后可为公司降低次品率5%,节约原料1000吨,同时提高人力效率300%,节约人工成本1600万元。

近年来,为帮助传统产业转型升级,晋江市委市政府从企业实际出发,出台一系列措施扶持公共创新服务平台建设,比如,对市政府引进的公共服务平台,各项补助奖励

最高可达500万元。在政策的撬动下,短短两三年时间,晋江已引进国字号科研机构6家,建立4个院士工作站,创建省级以上技术中心、重点实验室共49个,与20多家高等院校签订战略合作协议,实施79个产学研合作项目。这些机构入驻以来,累计直接服务100多家企业技术创新,为企业节约成本6000多万元。

据统计,晋江现有32%以上的规模以上企业(共524家)应用或部分应用智能化、自动化装备,拥有先进数控设备及自动化生产线2.3万台套左右。至2020年,晋江制造业将基本普及数控化,对先进数控设备及自动化生产线的需求量达到20万台套以上。届时,各行业智能化改造替代人工累计将达10万人左右。

电商换市跨界融合

新常态引发新概念,比如“互联网+”、“体育+”、“文化+”、“旅游+”、“绿色+”等概念,一旦与企业、与产品融合,其促进效应将可能是颠覆性的,甚至可以让你一个产品变成一个产业。

跨界融合,催生大量商机,同时也考验企业的智慧。站在跨界融合的风口,与其被动冲击,不如主动冲浪。一批晋江传

统企业通过先行先试,借助“互联网+”找到了新蓝海。比如,梅花伞借助网络游戏,实现华丽转身,突飞猛进;恒盛立足“爵士兔”品牌,引入“文化+”,形成以鞋服箱包与动漫产业相结合的立体产业;贵人鸟与虎扑跨界合作,引入“体育+”,成为国内体育第一股;利郎全面融入水墨和青花瓷等中国元素,在传统和时尚碰撞火花中,引领今年流行热潮;冠达星搭建云商平台,已经布局了2万个零售终端……可见,跨界融合,将创造海量新价值,成为发展新蓝海。

据统计,目前晋江30%生产性企业(总计约2万多家)运用电子商务开展B2B业务;20%的企业建设自有网站,全市共有6000多家淘宝商户;2013年晋江电子商务交易额380亿元,2014年交易额达500亿元,名列全国县级市前列。

对晋江而言,跨界融合优势明显、正当其时。因为晋江的产业雄厚、集群明显,为跨界融合奠定了坚实基础,而城市经大规模更新改造,正处于城市业态大繁荣、大发展的最佳时机,企业大可以借此契机,推动制造业服务化,实现一二三产融合发展,大力发展2.5产业,努力在跨界融合中实现跨越发展。

民营企业家：海南创新旅游特区功能不妨注入“玩具思维”

6月2日上午,“21世纪海上丝绸之路与民企商机研讨会”在海口开幕。下午进行专题研讨,在“旅游特区功能创新与精品企业培育”专题研讨中,来自全国各地的民营企业家热烈讨论,为海南创新旅游特区、培育精品企业“支招”。

当前,海南正积极谋划打造旅游特区和自由贸易园区,那么,如何创新旅游特区功能,培育精品企业?一德企业董事长陈俊提出,海南创新旅游特区功能,不妨注入“玩具思维”,开发更多娱乐设施,让人流连忘返。

缘何会提出“玩具思维”?陈俊是从苹果手机红遍全世界这一现象进行思考。乔布斯在开发苹果手机时,不单纯是把它当成手机,而是当成“玩具”在打造。所以,苹果手机的横空出世,颠覆了手机仅仅是作为通讯工具的传统,强大的娱乐功能让苹果手机区别于所有手机,因此取得了空前的成功。

陈俊认为,苹果的成功对海南创新旅游特区功能有借鉴意义。当用户把一件东西当成工具来考量时,就会考量很多因素;而当成一个玩具的时候,就会减弱对其性能等方面的考量。

“我们的旅游景点要打造成‘玩具’而不是‘工具’,做成‘玩具’,才可以让游客产生感性的感觉,才会来了又想再来。”陈俊说。具体而言,例如酒店,可以多打造娱乐设施,让一家人来了每个人都有自己想玩的东西可以玩,才可以吸引人反复前来,流连忘返。

他还认为,发展旅游有两种做法很重要,一种是本地化,另一种是异地化的本地化。何为异地化的本地化?例如,在路标、标识方面用外语显示,让国外游客有归属感。而海南在这方面恰恰做得不足,也反映了国际旅游岛国际化程度还不够高的现状。

(黄丹)

广州三龙头企业入驻创新园

记者近日从东莞市松山湖高新区获悉,中集集团集装箱控股公司、中国钢铁科技集团以及东莞迈科科技三大行业龙头企业,正式签约入驻中集智谷创新园,而由中集联手弘信、松山湖控股推出的云创业服务平台也一并正式发布,在颠覆单打独斗传统创业模式的同时,或引领东莞进入创客时代。

据悉,中集智谷创新产业园是中集集团斥资180亿元,在东莞打造的现代物流装备制造、专用车制造以及车辆园等四大产业基地之一,这一园区不仅是其布局东莞的首个项目,也是其进军产业园区领域的首个项目,项目首期工程将于10月交付使用。园区届时将形成“产业加速、创业投资、上市培育”全产业链成长环境,未来将引进近500家智能科技企业,从而形成相应的智能集群。

在6月4日首批签约入园企业包括中集集团集装箱控股公司、中国钢铁科技集团,以及东莞迈科科技三大行业龙头企业。其中前者总办公面积约2.8万平方米,将打造成中集集装箱总部,而中国钢铁则是入驻独栋产业楼的大型央企,将引入国家级重大科技项目与博士后工作站。(马骏)



小榄企业家分享产品创新秘诀

■ 郑平 叶冬霞

在中山企业界,小榄企业家以其务实的风格独树一帜,是全国“隐形冠军”最集中的地区之一。面临全球化产能过剩、“工业4.0”和“互联网+”浪潮冲击,小榄企业家有何应对之策?他们有哪些经验值得借鉴?

6月3日下午,首届“榄商梦”论坛举行。围绕“产品创新”这一主题,长青集团董事长何启强、光阳电器总经理陈少藩、向荣脚轮总经理李有枝等企业家齐聚一堂,与数百位听众分享心路历程。

“创新是企业发展的原动力”

脚轮用途广泛,一直以来只被人们当做配件而非一种产品。但在今天的国内外市场,向荣脚轮已成为高端品牌的代名词,是德国和日本企业有力的竞争对手。从配件到产品,向荣究竟是如何实现的?

“我们是从贴牌产品起家的,但从上周开始,向荣一个贴牌产品也不做了。所有的外销产品都是自主品牌”。李有枝底气十足的开场白,引起听众的强烈兴趣。

“产品创新我觉得也没那么复杂。简单来说就是最好的材料加上最好的设计”。李有枝说,从决定做自主品牌那一刻开始,向荣就下决心用自己的设计,颠覆脚轮产品的低端形象。多年前,向荣在设计中引入汽车元素,让脚轮成为时尚产品。

2001年成立的光阳电器最初只有10多个员工,如今已成为国内台灯市场的领



头羊。陈少藩说,当初初入台灯市场时,国内已是巨头林立。经过详细的市场分析,光阳决定从差异化产品、个性化产品入手,专门生产学生用的书写台灯。

当年,光阳开发出一款造型像挖掘机的台灯,几个月之内就畅销1万台。尝到甜头的光阳又研发生产了“海豚”“幼苗”“雪山飞狐”等多款经典台灯,其中“海豚”上市15年以来一直畅销不衰。

“产品是制造企业的根本,创新是企业发展的原动力”。对于产品创新,陈少藩感触颇深。

“好产品不能闭门造车”

与国内大多数制造企业一样,中山企业的创业史,大多沿着“配件—代工产品—自主研发”的路径演进。专注电源开关的中山天朗电器,就是这样一个典型。

“我从1985年开始创业,30年来收获了不少桶金”。天朗电器董事长胡文章今年刚满60岁,体型和神态却如同40岁出

头,这得益于他30年来从不间断的体育运动。

胡文章回忆说,创业之初天朗电器专为格力、美的等企业提供塑料配件,5年内就完成了厂房、资金的原始积累。进入90年代,天明开始进入电工市场,打响了自己的品牌。特别是在外销过程中,海外客户的高标准让天明迅速成长。

专业生产搅拌机的峻国电器,同样是从海外代工起步的。该公司董事长李成志回忆,刚创业时峻国电器一直做低端产品,利润微薄。2005年国家调整出口退税政策,公司“亏得一塌糊涂”。这让李成志认识一个真理:一定要开发自己的产品。近年来电商兴起,峻国电器在国内发现了市场蓝海。在进军国内市场过程中,峻国电器凭借多年的海外产品代工经验,迅速打响品牌。

对于产品创新,壹比壹环保科技有限公司总经理李兆枝也有深刻的感受。“环保空调能节省大量能源,但产品刚刚上市时,客户投诉不断。”李兆枝说:“这让我认识到,所有的产品创新都不是小团队自己折腾出来的,而是走出去倾听市场的声音”。意识到这一点之后,李兆枝多次把产品带到日本,大量听取了日本客户的优化建议,从而使产品在当地占据了一席之地。

倾听用户的声音,光阳电器则走得更远。陈少藩介绍,目前光阳电器正在借助电商平台收集大数据,分析消费者的兴趣,并试图通过电商平台启动新产品的众筹开发。



伊利：创新之路永无止境

■ 郑青莹

在中国营养学会第十二次全国营养科学大会儿童营养与健康卫星会上,来自全球多国的营养专家把关注点聚焦在牛奶的作用和功效上。伊利作为目前中国规模最大、产品线最全的乳制品企业,荣获了“营养促进贡献奖”,其针对儿童营养健康的创新产品更获得专家以及社会公众的赞誉。

创新在路上

在多年的发展过程中,伊利一直坚持自主创新,不断提高产品的附加值。从对“乳糖不耐”进行的多地试验从而创新出了伊利营养舒化奶到搜集母乳数据建立“伊利母婴研究中心”从而推出伊利金领冠系列奶粉,伊利都用坚持不懈的努力向大众昭示了伊利创新的成果。

截至2014年底,伊利累计专利授权量为1682项,其中,外观设计专利授权数量为944项,发明专利授权数量为364项,实用新型专利授权数量为374项。其中,发明专利的授权率继续以绝对优势稳居国内乳品行业首位。此外,伊利的专利保护覆盖液态奶、奶粉、酸奶、冷饮、原奶等领域,是国内唯一一家两次获得中国专利优秀奖的乳品企业。

经过多年发展,伊利已经建立了多个领先的技术研发和产学研合作平台,持续推动行业创新。未来,伊利将会一直奉行创新在路上的准则,推出更加适合消费者的产品,引领我国乳品行业的成长壮大。

实验室经济

创新是企业发展的不竭动力,是企业发展的基石。纵观伊利多年的发展过程,可以看到创新意识融入到了伊利发展的各个阶段,从产品升级到技术创新,从奶源基地到检测系统。截止到目前,伊利的高科技、高附加值产品占比已经高达40%,居业内首位。

“实验室经济”,是伊利在多年的发展过程中总结出的创新观点之一,它指的是企业依靠自身建设的实验室,或与高校、科研院所的实验室紧密联合,将企业敏锐的市场导向性和科技界智慧结合在一起,为实验室科研方向提供指导,同时为实验室自身很好的技术成果转化提供协助。伊利的发展,不断感受到实验室经济的巨大效能,也不断推动实验室的更多建立和合作。目前,伊利集团已经建立了三级研发平台,构建了伊利集团的实验室经济主体。

除了“实验室经济”的概念外,伊利还提出了“创新三步法”:在创新的过程中,“找位”是为了避免创新的无序和盲目,鼓励更有方向的创新;“定位”是体现创新的斗志,找准了方向后扭住不放;“到位”是实现创新的必要条件,要做好先锋和后勤,保证创新的人才在岗位上干得起劲。

以“用全球的优质资源更好地服务消费者”,在乳业全球化态势的发展过程中,伊利提出的这些观点都表明了伊利对市场需求的透彻把握,以及对前沿科技成果的充分理解。从而使企业成为科技与市场紧密结合的关键环节,进而发挥出实验室的创新效应和经济收益。

创新和国际化

作为行业的领导者,伊利深知乳业这样一个传统行业创新对于企业的重要意义,也时刻的感知到创新时代给人的压迫感。正是这种压迫感,促使伊利更加源源不断地用创新来支撑业绩的不断走强,这也是伊利保持稳定增长的关键所在。

创新的背后,必然是企业对创新的鼎力支持。从与瓦赫宁根大学合作建立起迄今为止规格最高的海外研发中心,再到与新西兰林肯大学达成乳业全产业链科研合作,伊利在“反式创新”的思维下,常温酸奶安慕希、“舒适性”奶粉托菲尔、兼具“低乳糖好吸收”特点的舒化中老年奶等具有全球领先的创新成果不断涌现。

除了创新,伊利还不断迈大其国际化的步伐。截至2014年底,伊利共投入约124亿元用于奶源升级与建设,与美国最大的牛奶公司DFA共建全美最大奶粉厂、并与意大利斯嘉达达成战略合作。伊利通过持续的整合全球势资源,让全世界都看到了其国际化的战略步伐。