

“无论什么展会,都比不上家门口的盛会重要” 开发区企业开发新品备战博览会



浙江顶诚工贸有限公司生产车间一角

21日,市剑阳金属有限公司一条特殊的流水线正在生产一批特殊的产品。“这是今年准备拿去参加五金博览会的新品。”该公司负责人胡思恩介绍说。第20届中国五金博览会在即,经济开发区众多参展企业纷纷开发新产品,将亮相博览会。

□记者 王导 杨成栋

剑阳 力推自主品牌新产品

“怎么样,杯子好了没?”21日下午,剑阳金属有限公司负责人胡思恩匆匆到生产车间一条流水线上,“逮住”一个员工问道。

“马上就好,明天再进行抛亮等工序,就能打品牌标签了。”被“逮住”的员工是该公司博览会新品赶制组的组长。

为在博览会上呈现更新的产品,胡思恩从批量生产的员工中,抽出几名手脚飞快的熟练工组成赶制组。记者在车间看到,赶制组的员工在不大的操作台上,赶制一个个造型独特的保温杯。

“这一切都是为了在博览会上能推出自己的品牌。”胡思恩说。新产品都将打上自主品牌“恒凯乐”的标签,在博览会上推出。

据悉,剑阳公司从生产配件转型做保温杯成品已有7年。2010年,该公司首次参加五金博览会,虽然当时只有1个标准展位,但收获颇丰。随后,该公司的展位面积逐渐增加到了36平方米。在五金博览会的带动下,该公司业绩很快提升,并陆续与日本、韩国的公司展开合作,产品进入到日韩的千家万户。

可是,公司业绩虽然涨了,但产品都是代加工的。“出去跟同行在一起,他们都在说自己杯子多少一个,但我们什么都说不了,感觉做来去做都是在给别人做,不是我们自己的。”没有自己的品牌,胡思恩心中不是滋味。

去年8月,该公司推出自主品牌“恒凯乐”保温杯。在去年博览会上,胡思恩用了四分之一的展位面积来陈列自主品牌新产品。“今年博览会,我们将加大自主品牌推广力度,拿出一半以上展位给‘恒凯乐’。”胡思恩说。

拉瓦 设计为王打造轻便清洗机

相比于胡思恩的急匆匆,永康拉瓦清洗设备有限公司的销售总监法比奥则要淡定得多。“最后一个新产品已经组装完成,正在进行包装。我们要珍藏好,等到时候博览会开始的时候再让大家开开眼。”法比奥说。

拉瓦公司是由意大利拉瓦清洗设备公司独资的外资企业,是一家专业从事室内外清洗设备的公司,有20多年历史,主要产品有高压清洗机、扫地机、蒸汽清洗设备、真空吸尘器等。难得的是,

作为一家外资企业,今年是该公司第七次参加五金博览会了。

法比奥介绍,通过五金博览会,他认识了很多来自全国各地的商人,在很多地方都有产品销售。今年,虽然经济形势普遍不好,但他依然看中五金博览会带来的集聚效应。他今年特意研发了一款全新的“smart”系列家用清洗机,准备在博览会上推出来。

“这个新产品很轻,只有6公斤,女生也能拿得动,而且组装起来也很省力。”法比奥介绍,传统家

用清洗机需要客户自己组装。由于螺丝较多,不熟悉产品的客户组装起来很麻烦,往往要20分钟到30分钟才能组装完成。而新的清洗机,对很多部件的连接方式进行卡槽设计,组装方便,只要轻轻一按,“咔嚓”一声严丝合缝。

“以前一个手柄组装需要7个螺丝,而新的清洗机只需1个,即使客户第一次组装,也只需几分钟。这样的新产品,今年博览会上还有好几款,到时将揭开更神秘的面纱。”法比奥说。

顶诚 新上线产品整装待发

“博览会?我们早就准备好了。我现在在欧洲考察,等博览会开始再回来。”23日,记者致电浙江顶诚工贸有限公司负责人丁爱华,她显得胜券在握。

从9平方米标准展位到48平方米的特装展位,丁爱华已连续13次参加五金博览会了。

“今年的五金博览会,我们除了展出传统的割草机、油锯等产品,还会展出另一个新上线的产品——导板。”丁爱华说。

记者了解到,导板是汽油锯等产品的一个关键配件,通过高速运转带动链条转动,从而形成割力。因此,导板对材料、工艺、质量等方面要求不低。

以前,该公司的导板都是从其他企业购置。可是,进口的导板成本比较高昂,而国内的其他配件厂家生产的质量很不稳定。

经过一年多的自主研发,今年6月,顶诚公司开始批量生产导板。该新产品上线后,不仅弥

补了企业自身不足,在质量上有了保障,生产成本也降低了。更值得一提的是,这些导板还可以提供给其他园林工具的生产厂家,给公司带来利益。事实证明,新生产的导板投放市场2个月,市场反应不错。

“现在要参展的新产品早就包装好了,就等过两天五开馆后闪亮登场。”在丁爱华看来,无论什么盛会,都比不上家门口的中国五金博览会重要。

“三锋”精心烹制 “文化大餐”

第二届企业文化月活动精彩纷呈

□记者 徐敏 通讯员 李百合

近日,浙江三锋实业股份有限公司历时两个半月的企业文化月活动落下帷幕。尽管时间跨度较长,但大家心里还是觉得余兴未尽。

“五金名城天下扬,三锋盛誉响四方。科技先锋化动力,电动工具第一强。百年愿景蕴希望,竞争取胜筑辉煌。啊,三锋,你凝聚着智慧,你迸发着力量。啊,三锋,你洋溢着青春,你放射着光芒!”一首铿锵有力的《三锋之歌》,唱出了每一位三锋人的奋进目标、坚强信念、不懈追求和远大理想。这其中蕴含着三锋人辛勤的劳动、超前的智慧、求索的胆识和真诚的奉献,也诠释着三锋集团企业文化内涵的积累、传承和弘扬。

“企业文化活动,可以有效的凝聚、引导、激励和约束员工,提升企业的软实力和竞争力,这也是未来企业市场竞争的根本优势所在。”在企业文化月颁奖大会上,三锋公司董事长黄会飞满怀激情地说。

据悉,三锋公司去年成功举办了首届企业文化节后,从今年7月初开始策划第二届企业文化月活动,主要内容以繁荣企业文化、展示企业风采、提升员工的思想道德素质和科学文化素质、增强员工的凝聚力和向心力、展现员工积极向上的精神风貌、挖掘人才、储备团队为目的,以团结进取、健康向上的内涵为活动主题,立足多种活动模块,不拘形式、全方位、多平台做实文化月系列活动,凝聚集体智慧,从榜样中寻找力量,带领激励员工奋发工作、建功立业。

文化月期间,三锋公司先后举办了《三锋之歌》PK大赛、篮球比赛、乒乓球比赛、羽毛球比赛、大型拔河比赛、蛙跳跳绳比赛、象棋比赛、台球比赛、书法比赛、绘画比赛、趣味活动联赛等项目,达到了全员参与、齐抓共管、精彩纷呈、现场火爆的效果。而在13日举行的各类决赛更是高潮迭起,“加油”声此起彼伏。

记者了解到,三锋公司连续多年的快速发展,积累了独特的企业文化理念,尤其是“人才先锋、科技先锋、效益先锋”企业核心价值观的落地转化。该公司采取多项有效措施,加大推进企业文化建设,召开启动大会,详细解读《公司企业文化建设实施细则》,并对企业文化建设中长期目标进行了明确,成立了企业文化建设领导小组和办公室,明确责任人和考核奖惩。

该公司还举办了“三锋最强音”歌咏比赛,并穿插企业文化知识抢答活动;开展爱厂如家文化建设,并加大勤俭节约意识宣贯;积极参加各类文化和技能比赛,将企业的两个文明建设有声有色,魅力绽放。如今三锋公司作为全国第一家电动工具出口免验企业,打造了占领市场制高点的领军地位,成为中国电动工具领域的排头兵。



拔河比赛现场 通讯员 吕有明 摄