

带着企业‘杂症’找高校‘求诊’

科技架桥促成两场现场签约

“有了专业团队的技术支持，相信在不久的将来，一定能帮我们公司解决‘声功率级噪声降到60分贝以下’这个难点。这次科技架桥，我们没白来。”3月30日，浙江安德电器有限公司（以下简称‘安德公司’）技术总监张雅云向市科技局主要负责人表达感谢。当天，该公司与西安交通大学刘小民团队签署了合作协议，开启技改新征程。



▲交流探讨
►拍照记录

现场问诊 达成签约合作

3月29日，我市今年的科技架桥活动正式开启。市科技局牵头组织市府办、市科协、市经信局、经济开发区、现代农业装备高新区、五金产业转型升级指挥部等9个部门和14家企业代表，带着企业在生产发展过程中遇到的典型‘疑难杂症’，跨越1400多公里来到西安，向高校专家‘挂号求诊’。

座谈会上，西安交大机械工程学院教授吴九汇专门分享了团队最新的科研成果‘声学超材料的低频噪声控制技术’，很快吸引了不少企业代表的眼球。简短地互动交流后，企业代表

主动向高校抛出了橄榄枝，希望就产学研合作事宜进行深入研讨和洽谈合作。其中，就有安德公司的身影。

记者了解到，吸油烟机是舶来品，也是中国化改造最为彻底和成功的厨房电器产品之一。当前，除了传统的中式、欧式、侧吸式等类型产品外，超薄近吸、顶侧双吸、下沉式升降等类型的吸油烟机涌现，极大丰富了消费者的选择。然而，产品形态的变化只是吸油烟机技术创新‘形于外’的表现，最终产品的核心竞争力还是功能服务。

张雅云告诉记者，以前，对于吸油烟机的性能需求，市面上倾向于大吸力、自清洁等‘净’功能，如今则逐步青睐‘静’功能。

对此，安德公司将‘静音’定为今后吸油烟机的主要卖点，格外重视技术创新，希望能突破技术壁垒，增强产品的市场竞争力。“看过了现场的成果分享，我们坚定了与该校合作的信心和决心。”张雅云说。

会上，市金鼎机电有限公司、浙江优奈特电机有限公司等企业，都表示有明确的合作意向。

深度融合 助力转型升级

记者了解到，在过去的科技成果转化过程中，由于缺乏成熟的对接交流机制，导致出现信息不对称、沟通不顺畅，以及不了解科研院所的成果转化需求等问题，企业与科研院所合作成功率往往比较低。经过几年的摸索、创新，带着‘患者’找‘名医’，第一时间开出‘定心方’，逐渐成为我市科技架桥的优良传统。

仅两天，就有两家企业现场与高校签署合作协议。这场千里‘求诊’，收获初显。

“企业有所获，架桥就有效果。科技架桥，最重要的是让科技成果从

实验室走向生产线、迈向市场化。”市科技局党组书记、局长叶建永说，“高校研发多强调的是科学导向，而企业研发强调的是经济导向。因此，在推动以企业为主体的产学研深度融合中，企业必须是需求主体、投资主体，联合高水平大学建立校企深度融合的创新联合体。”庆幸的是，西安交大也十分注重校企合作，让技术攻关“义利并举”。

据了解，早在2020年，我市就与西安交大擦出了友谊的火花。当时，西安交大国家技术转移中心与市政府签署合作协议，在我市设立了永康

技术转移工作站，依托校本部优势科研及人才资源，结合永康企业的发展需求，常年为永康产业输送技术服务，助力我市五金产业转型升级。

据统计，过去一年，在永康转移中心的联络下，西安交大累计服务企业60余家次，挖掘企业技术需求30余项，组织教授与企业进行线上、线下对接27人次，完成校企合作项目5项，总计金额189.6万元，2022年技术交易总额52.3万元，组织科技企业培训2次，推荐孵化器入孵项目1个。

融媒记者 程明星

将研学课堂 搬到企业生产车间 我市MBA品牌 研讨班政企学员 满载而归

日前，“永康五金MBA品牌研讨班”第十一期课程在山东莱阳开讲。市经信局带领部分干部、企业学员，来到山东鲁花集团有限公司（以下简称‘鲁花集团’），通过进车间实地调研、开展座谈交流等形式提升学习实效。

提高产品创新力

“鲁花集团的创新发展与品质保证自始至终都未发生变化。专注创新，才能让一颗花生‘榨’出百亿龙头企业。”3月21日，浙江宏伟供应链集团股份有限公司（以下简称‘宏伟公司’）董事长吕宏伟欣喜地与记者分享不久前的课堂心得。

20世纪90年代，鲁花集团开创了鲁花生油5S纯物理压榨工艺。该工艺不仅引领我国食用油的工艺发展方向，更填补了国内外的技术空白，是世界级食用油制造工艺。该集团在保持花生油天然浓香及营养价值的基础上，还创新发明了彻底除去黄曲霉素技术。这项技术荣获国家科学进步奖，取得发明专利。

创新不止于此。近几年，鲁花集团依托5S压榨技术，又相继推出了葵花仁油、低芥酸菜籽油、亚麻籽油等优质食用油，将产品线延伸，相继推出自然鲜酱香酱油、自然鲜料酒等调味品，与河南工业大学共同研发推出“鲁花经典活性面条”，有效助力挂面产业的技术升级。

“对于任何一家企业，创新这个词，注定是受用终生的。”吕宏伟说，近年来，产业链向精细化、多样化快速发展，引发了消费端和生产端的相应变化。

树立品牌公信力

“滴滴鲁花，健康全家……”谈起鲁花生油，这条广告语可谓脍炙人口。今年（第九届）中国顾客推荐度指数SM（C-NPS）品牌排名和分析报告显示，该集团再度荣膺2023年中国顾客推荐度食用油排行榜榜首。

“这就是品牌的公信力。”学员胡永恒说。在为期三天的学习里，他深切感受到，从企业理念到产品思维，再到品牌价值，鲁花集团用36年的绝佳示范，诠释了一个好品牌的定义。

一个好品牌，离不开对消费者需求的深刻洞察，也蕴藏了鲁花集团‘产业报国，惠利民生’的初心与使命。该集团将品牌建设‘基石’融入自身发展的各个环节，并协同社会与时代需求共同推进产业进步。

“在商业时代，产品与消费者好似一对‘孪生兄弟’，构成了一个好品牌的两面。品牌做好表达、切实回应消费者需求，产品是核心底气。产品在市场的竞争力强弱，就是在消费者心中的公信力强弱。”胡永恒说，“永康五金MBA品牌研讨班”给学员提供了一个很好的平台，接下来，希望越来越多的永康企业家参加学习，开阔眼界，为建设世界五金之都贡献力量。

融媒记者 程明星

公益广告

创建让永康更文明 文明让生活更美好