

坚守制造业,以创新打造世界级品牌

发力双循环,巨星集团拓出新空间

本报记者 张云山 钱冰冰

今年的疫情,让全球经济面临严峻挑战。但巨星集团却唱响了一曲逆势而行的奋进之歌。年初,在国内疫情最严重的时期,专注制造业的巨星集团,仍坚持不停产、不减产,销售量、出口量不断刷新历史同期最高。

巨星集团是制造业企业集团,位列中国民营制造业企业76位。集团下辖巨星科技、杭叉集团、中策橡胶、国自机器人等,都是国内行业龙头企业。2019年集团实现销售556亿元,其中国际占比40%,国内占比60%,2020年1~9月巨星科技实现销售62.77亿元,增长27.35%。杭叉集团实现销售82.08亿元,增长21.61%。中策橡胶增长速度也远高于同行业平均水平。



中策橡胶工厂的生产线

抓住新消费契机

实现内销外贸协同发展

轮胎是受疫情影响比较大的行业,中策橡胶一季度因疫情影响内销乏力,公司集中力量推动出口,外销较同期获稳步增长。二季度国外新冠肺炎疫情暴发,国际市场基本停摆,客户订单大打折扣。公司抓住国内市场机遇,内销大幅增长,有效弥补了国际市场的不足。

“今年就像坐了一次过山车,年初还担心到哪里找订单,现在忙得单子很多都来不及做。”工作人员告诉记者,今年中策橡胶发力国内、国际双循环,抓住大基建、新消费等契机,实现较快增长。

“拓市场”是先手棋。中策橡胶以最快速度在国内挖到了市场增量。2019年是中策橡胶的“产品年”,企业在高投入科技研发的基础上,加大了产品研发力度,仅乘用车子午胎一个系列就投产772个新规格,产品几乎覆盖整个轮胎市场,有力地支撑了产品的有机更新和市场开拓。

在浙江省经济和信息化厅本月初公示的2020年浙江省“未来工厂”拟认定名单中,中策橡胶高性能子午胎未来工厂入选,是杭州市本级唯一入围企业。中策橡胶高性能子午胎未来工厂就是一个未来的轮胎柔性生产工厂。今年初,国外订单锐减,中策橡胶生产线上大批适用于国际市场的品种规格还未下线,生产计划也急需重新制定。中策橡胶围绕橡胶轮胎制造的全生命周期打造出一条闭环的产业链生态体系,柔性生产能力让中策橡胶快速调整生产节奏。

线上直播卖叉车

多种方式拓宽销售渠道

只听过直播卖零食、衣服、化妆品的,杭叉却开始直播卖叉车。今年天猫618期间,杭叉集团就曾连续三场直播,销售百余台叉车,总观看人数近10万人。2020年春季广交会进出口公司进行10多场“云”直播,直播中,观众可在线参观工厂、现场介绍、演示产品,观看总人数超过50万人。同时公司每月在抖音、天猫等平台进行网上专场直播,参与线上直播互动。

在营销模式上,线下方面,在国内更多城市建立4S销售旗舰店,线上方面,积极拓展电商板块,强化公司官网、微信公众号、抖音、大麦网等网络平台的宣传作用,发展与阿里巴巴、土猫网、集成网等多营销渠道,加快网上展厅建设,实现内外资源相互整合。

杭叉集团不断加大技改投入,投资20亿元在杭州临安青山湖建成全球先进的5G数字化工厂,产能提升30%。公司通过深化转型发展,率先在行业内研发新能源(锂电、氢能、混合动力)叉车以及多种智能工业车辆,创新产品在行业内遥遥领先。目前杭叉集团的各项业务都加大了拥抱直播等新的销售渠道。巨星集团旗下的各项业务都加大了拥抱直播等新的销售渠道。巨星科技加大自主品牌,通过亚马逊等电商平台的布局,不断扩大影响力,打造新的业务增长点,1~6月跨境电商销售同比增长100%;自建国内最大的五金机电垂直服务电商平台土猫网,给轨道交通、房地产、汽车等领域提供系统化五金机电解决方案,2020年上半年,土猫网同比增速超过30%。

2020年上半年,土猫网同比增速超过30%。



扫一扫
了解身边
财经大小事

全力稳外贸

主动出击抢抓“新基建”机遇

走进巨星科技位于海宁的工厂,就像进入了一个大型货架,占地8000余平方米,长150米,宽60米,高度达到17米。在这个仓库里,进货、运输、出货,甚至搬运集装箱,都自动完成。现场工人告诉记者:“比如明天一早要出货装箱,我今天下班时提前输入口令,它24小时不间断运转,就能保质保量地‘交作业’。”30000个储物位几乎全满,工厂正在满负荷运行。

但在今年初,由于巨星科技94%的产品出口,受海外关税、市场需求等影响,公司面临较大困境。“我们当时马上开会,要求全力稳住外贸客户,开拓新的市场。”巨星集团董事长仇建平说,巨星科技瞄准外国人居家办公有大量时间DIY庭院的商机,改变过去仅针对国外商超和企业客户的经销模式,发力跨境电商,将手工工具直接卖给消费者。“今年上半年,巨星科技的跨境电商业务增长100%,国内稳固的产业链立了大功。”仇建平说。

另外,外贸起家的巨星科技,早已通过并购补短板,以应对产业链随时可能发生的风险。巨星科技已在越南、泰国、柬埔寨等多地布局制造基地,目前在全球8个国家打造了13个生产基地,为公司内外联动开拓市场发挥了重要作用。

仇建平说:“国际化一直是巨星科技这几年发展的重心。收购不是简单的买买买,而是整合升级产业链。”在美国疫情暴发时,许多国际海运航线停运,亚马逊物流持续爆仓,巨星科技借助自身美国完善的物流仓储体系,确保产品正常供应北美市场。

塑造品牌的力量

推进内外双循环

刚刚公布的2020浙江省民营企业研发投入100强榜单中,巨星集团排名11名。2019年集团研发投入15.59亿元。公司加大研发投入,尤其疫情期间公司进一步修炼内功,通过不断研发创新,今年各板块都实现增长。

在仇建平的笔记本上,用黑笔写着硕大的“品牌”二字。“相较于国际巨头,我们的自有品牌优势还不太明显,这是一条难走的路。”仇建平向记者列举了一项数据,通过不懈的创新,2019年,巨星科技自有品牌营收占比35%,同比提高100%以上。在仇建平的计划里,巨星科技将通过5年的努力,将自有品牌占比做到50%以上。近年来,巨星科技相继成功完成了对多个欧美行业龙头品牌的收购,逐步构建起“中国设计+中外制造+全球销售”的新体系,不断抢占全球资源技术和价值链的制高点。

“制造业是国家强大的根本。制造业强大,国家才能强大。”巨星集团董事长仇建平,从西安交大研究生毕业后一直深耕制造业。他坚信制造业要高质量发展,一方面要坚定不移地坚守创业初心,用匠心打造自己的每一个产品;另一方面则要持续加大对制造产业科技投入,加大人工智能等技术的研究和应用。

以制造业为主轴,巨星依循自身发展逻辑不断丰富和延伸其业务链条,走出了一条内外兼修的发展之路。从手工工具产业起步,巨星集团目前已逐步发展升级到轮胎、叉车、机器人、激光雷达、智能家居等多种先进制造业并行发展,实现“多面开花”。

