

浙大学霸 25 万元创业, 12 年后登上《财富》“商界精英榜” 他研发的齿科 3D 打印, 征服了美国市场

本报记者 许伊雯 王静

“我更看重科研创新创造社会价值。”这是采访中, 39 岁的金良反复提及的一句话。

近期《财富》公布的“2024 年中国 40 位 40 岁以下商界精英”榜中, 金良位列其中。作为浙江迅实科技有限公司(简称“迅实科技”)的领航人, 从默默无闻到一举成名, 他用了 12 年。

12 年前, 这位浙大毕业的学霸, 用 3D 打印技术一路闯关。目前, 迅实科技在美国、欧洲椅旁齿科 3D 打印的存量市场份额超过了 50%, 旗下品牌“SprintRay”(中文名“思品锐”)已成为美国齿科 3D 打印机领军品牌, 赢得市场的广泛认可。公司也得到软银愿景基金、国寿资本等众多头部资本的青睐, 累计已完成融资超过十亿元人民币。

牙齿打印, 这个更像科幻电影中的场景, 正在金良手中变成现实。

迅实科技创始人兼 CEO
“我更看重科研创新创造社会价值”



在玉环租了一个车库 迈出创业第一步

金良是浙江绍兴人, 从小学习成绩拔尖, 是那种“别人家的孩子”。2004 年 6 月, 金良考入浙江大学机械工程及自动化专业, 初衷是想研究制造机器人——这可能是每一个喜欢机械的男孩的梦想。

进入浙大后, 金良参加了一些社团, 接触到了基础科研项目, 为他打开了一扇全新的大门。到大二, 经过激烈的角逐, 金良考入浙大竺可桢学院的创新与创业管理强化班。“在那里, 我逐渐摆脱了对学术知识固有的依赖, 开始学会独立思考和解决实际问题。”创业的种子自此开始发芽。

读研期间, 金良被派往浙江大学台州研究院, 跟随导师开始了科研产业化的积

极实践。也正是那几年的静心学习, 为他后来的创业打下了基础。

“研究生的任务主要是为当地汽配企业定制开发检测设备, 需要跟企业老板谈判、定价, 承担项目的策划、执行和后期维护等一系列的工作。”金良说, 这段经历不仅增强了他的技术能力, 也让他熟悉了商业运作模式, 学会如何盈利和面对挑战。

硕士毕业后, 金良在玉环租了一个车库, 迈出了创业第一步。车库没有空调, 金良就背了把风扇过去, 在吱呀呀的风扇转动声中, 他用五个月时间完成了第一代自动化检测设备的原型设计, 能够完成 5 个人工的工作量, 大大提升了工作效率。凭借这个设计, 金良拿到了第一个订单。

彼时, 家乡绍兴为支持高层次人才前来创业, 提供了很多优惠政策, 满腔热血的金良还未体会到“创业 99 死 1 生”的残酷, 只觉得“创业好像很稳, 没有不回去的道理”。

他召集了几个合伙人, 自己投了 25 万元, 决定回绍兴创业。之后通过当地政府评审, 又成功获得了 50 万元创业基金, 开始了正式的创业历程。



9 年前在杭州梅家坞 决定用 3D 打印技术进军齿科

初出茅庐的金良拥有喷薄而出的斗志, 他每天只睡 5 个小时, 没有周末, 几乎每天都在出差路上。然而问题很快暴露: 合伙人意见不统一, 市场形势不好, 不到半年公司就撑不下去了。

“很多欠款收不回来, 自己又欠债二十多万, 我自认为还算稳重, 怎么创业创成这样了?” 2012 年的那个夏天, 绍兴气温破历史纪录, 金良蹲在热气腾腾的水泥地上, 啃着小卖部买来的面包, 陷入了自我怀疑。

尽管形势艰难, 但金良坚信这只是一次人生考验, 他一定能够走出困境。为此, 他寻求浙大校友的帮助, 试图推销产品, 但由于市场和技术差距较大而遭受打击, 促使他不得不重新审视公司的定位和方向。

“我们的技术很好, 但需要寻找一个大企业看不上、小企业又无法自主研发的产品或服务领域。”在通往终点的大道上, 有新的大山横亘面前, 金良第一次求变, 通过网络搜索和市场调研, 了解到有企业需要一种换向器, 对精密度要求很高。

于是, 他前往温州瑞安考察, 与当地企业对接, “那家企业一口气引进了我们 60 多台设备, 这笔价值几百万元的生意, 让公

司活了下来。”

市场打开了, 金良思考着“要做更有价值的事”。2012 年, 他通过在美国南加大读博士的同学介绍, 结识了一位在研究 3D 打印的师兄。交流之后, 金良决定开启 3D 打印创业之路, “这是有技术门槛的, 未来肯定有市场。”

这是他的第二次求变。其间无论是在厦门鼓浪屿开设 3D 打印照相馆, 还是与珠宝公司合作生产定制首饰, 亦或是尝试开展建筑模型、巧克力等的打印业务, 都未能取得预期的成功。

经过近两年的研发, 迅实科技成功推出第一台 3D 打印机, 并在海外的创业众筹平台上获得了 40 多万美元的支持。然而, 他依然未能找到应用场景, 事业再次陷入困境。

路在何方? 2015 年底, 浙江大雪纷飞, 金良和合作伙伴来到杭州梅家坞, 闭关三天, 关掉手机, 复盘创业之路, 最后发现, 3D 打印在个性化定制方面更有应用前景, 比如牙科领域, 既符合 3D 打印的优势又能满足消费者的刚性需求。

从研发 3D 打印技术到进军齿科领域, 这段找寻使命的路程, 金良走了 4 年。

提供一站式数字化解决方案 “他征服了美国牙医”

不问前程, 屡败屡战。历经四次求变, 金良终于找到了合适的应用场景, 接下去就是市场的切入。

经过调研发现, 欧美尤其是美国的口腔市场非常发达, 当时口腔扫描技术在美国的占有率约为 10%, 为 3D 打印技术的拓展提供了基础, 因此金良团队决定优先尝试进入美国市场。

事实证明, 聚焦齿科场景、进入美国市场, 是迅实科技得以成长起来的两步关键决策。

“我们在脸书上建立社群, 听取用户的意见, 聚焦齿科赛道, 不断优化产品技术和材料研发, 从而在全球市场逐步拉开与其他竞争对手的距离。”截至目前, 在脸书的 SprintRay Dental Users 上, 迅实科技的注册牙医用户已超 10000 名, 作为 KOC(关键意见消费者)持续为品牌赋能。同时, 他们在 2021 年签约博尔特作为公司的全球形象大使, 让 SprintRay 在美国牙医界迅速走红。

金良告诉记者, 之所以能够在竞争中突围, 关键在于迅实科技不是单纯地提供 3D 打印机, 而是为牙医提供了便利的流程和一站式数字化解决方案。

目前, 迅实科技的终端设备皆已上云, 包括口内扫描仪、3D 打印机、清洗机、固化灯箱等可以互相通讯, 构建了相对完整的生态链。

“我们在与牙医深度合作的基础上, 注重提升产品质量和服务, 赢得了牙医的信任。”金良说, 从 2020 年起, 美国牙科市场上的主要经销商陆续与迅实签约, 最终确立了公司在美国牙科 3D 打印行业的初步统治地位。

眼下, 金良正在聚焦中国市场的发展动态。他认为迅实科技可以把海外成功的经验复制到中国, 并根据中国的市场行情去做改变。他相信, 迅实科技有能力将美国成熟的椅旁数字化经验与国内临床需求相结合, 深度开发本土口腔领域的数字化应用, 给客户带来降本、增效, 全面赋能中国齿科数字化市场。

被问及如何看待自己获得《财富》评选的荣誉时, 金良认为, 这个奖项是对其个人成就和领导力的认可, 更是对迅实科技近年来蓬勃成长与所创造的社会价值的认可。

在整个采访中, 金良的坚定和持续求索令人印象深刻, “创业过程中, 你会经历多次尝试与失败, 坚持的同时保持灵活性, 不断地调整策略和方向, 才能不断突破。”

如今, 他在商业的浪潮中积蓄力量, 等待那个注定到来的契机, 等待一个全新的腾飞。