

一款童鞋出厂价每双65元,贴了牌能卖三四百元;一副眼镜出厂价两三百元,贴牌之后售价竟达五六千元

# “我们的品质上去了,就是缺品牌”

本报记者 蒋蕊

9月下旬,本报记者随质检总局“质量提升媒体行”采访团深入浙江多地企业调研。一路走来,“品牌”两字屡屡在耳边响起,交织其中的是郁闷、心酸、自豪、憧憬种种情绪,让人深刻感知这两个字的分量。在此次调研中,从全自动的柔性生产线到琳琅满目的产品陈列厅,从一毫一厘精工细作的工人到视质量为企业生命的企业家,记者看到的是一个个企业在提升质量塑造品牌方面的身体力行。

## “没品牌就像没文化一样”

袁文新第一次感受到品牌的高附加值是在2010年。那一年,必克成为国内鞋业巨头百丽国际的贴牌生产商。出厂价40元的鞋子,贴了百丽国际的商标后,就能在商场里卖400元。10倍的价差让袁文新铁下心来做品牌。

建立研发团队摸准市场需求,找准市场定位研发新品;着力打造面向不同细分市场的多个子品牌,加强对企业文化和品牌内涵的挖掘;引进国内首条全自动数字化多工位制鞋柔性生产线,加强对员工的技能培训和质量意识教育。在一系列的质量提升措施实施之后,必克的市场也开始从三、四线城市向一、二线城市拓展。

塑造品牌绝非一朝一夕之功,只有一点一滴的努力才能缩小品牌价值的差距。

必克走过的路亦是温岭众多鞋企的缩影。作为浙江省重要的制造业生产基地,制鞋业是温岭的主打产业之一,30多年来已形成明显的区域特色和较完整的产、供、销产业集群。但由于行业准入门槛低,相当一部分产能落后且过剩,中高端产能却明显不足。在淘汰落后产能大行动中,温岭市把“低小散”鞋类制造企业列为重点整治对象,已关停5000多家小作坊。

品牌价值差异立现。“这两双鞋成本差不多,最后售价却差那么多。”必克董事长袁文新向记者感叹,“我们”的品质上去了,就是缺品牌。没品牌就像没文

## 上海服务“一带一路”建设取得阶段性成果

在“一带一路”沿线国家(地区)投资项目达246个

本报讯(记者钱培坚)过去3年,上海在“一带一路”沿线国家(地区)投资项目达246个,实际投资额达54.9亿美元,年均增长近1.6倍;承接重大工程3019个,累计合同额达217亿美元,年均增长9.4%;与沿线国家(地区)贸易额突破5000亿元,占全市比重超过20%。这是记者日前从上海市政府举行的新闻发布会上获悉的。

据介绍,经过近几年的不懈努力,上海服务国家“一带一路”建设取得了重要阶段性成果。在经贸投资方面,企业“走出去”的步伐在加快。一批重点项目在沿线国家(地区)落

地生根。比如,上海电气在“一带一路”国家(地区)承接的电站、输配电网合同金额已达28亿美元;华谊集团在“一带一路”国家(地区)投资累计达到4.19亿美元;上海企业投资建设的印尼青山产业园被认定为国家级境外经贸合作区,园区及入园企业已完成投资总额超过30亿美元。

经贸合作伙伴关系在不断拓展。上海已经与19个沿线国家(地区)建立了经贸合作伙伴关系,上海进出口商会与沿线92家商协会和企业成立了“一带一路”贸易商联盟,为企业搭建了合作平台。

## 郑州—卢森堡货运航线开通

## “空中丝绸之路”架起中欧物流新通道

本报讯(记者余嘉熙 通讯员王佳宁)今年9月,100头羊驼从卢森堡空运抵达郑州新郑机场。这是河南首次通过航空运输进口荷兰羊驼,也是郑州—卢森堡“空中丝绸之路”带给河南的新变化。

河南省政府日前出台的文件显示,到2025年,郑州—卢森堡“空中丝绸之路”与航空港实验区同步全面建成,郑州、卢森堡成为亚太和欧美物流集散分拨基地。届时,郑州—卢森堡“空中丝绸之路”成为引领中部、服务全国、连通欧亚、辐射全球的空中经济廊道,在支

持国家“一带一路”建设中发挥核心作用。郑州,位于我国中心位置;卢森堡,地处欧洲中心。一头是活跃的东亚经济圈,一头则是发达的欧洲经济圈。郑州—卢森堡货运航线开通,一条横贯中欧的“空中桥梁”正式架起,短期内货运量连续突破1万吨、5万吨、10万吨大关。

按照河南省规划,到2020年,郑州—卢森堡“空中丝绸之路”建设取得重大阶段性成果;郑州机场货运量突破100万吨、客运量突破3000万人次。其中,国际地区货运量突破60万吨,客货量突破300万人次,出入境人数要实现翻番。

## 我国“互联网+云制造”加速融合

网+云制造”加速融合。

据悉,航天云网是构建起以工业互联网平台服务为基础,以生产性服务为桥梁,以智能制造、协同制造和云制造为核心,以大数据服务为支撑的“互联网+云制造”产品服务体系。目前,该平台线上协作需求发布金额近2270亿元,协作成功金额970多亿元。

每天来到班组,蓝瑞乐的第一件事情,就是打开电脑,进入生产任务管理系统,浏览班组信箱,了解自己当天的工作任务。对班组内检修任务进度进行实时把控;检修时遇到难题,下现场进行技术指导和操作;对检修项目进行质量查验和把关。

“工作中任劳任怨,危急关头总能看到他的身影。”在岩滩水电公司检修维护部党支部书记陆秋生的印象中,蓝瑞乐精干、严谨。从事发电机机械专业的蓝瑞乐,在机械检修维护的岗位上摸爬滚打了25年。如今的他,已成为岩滩水电公司检修机械班中的一名资深工程师。面对机组中发电机、水轮机、调速器等机械设备出现故障,他都能迅速地洞察出故障的起因,做到快速排障。

“跨界”成为机械维护全能手

年轻时,发电机机械专业出身的蓝瑞乐不满足于本专业知识的学习,在工作中,也因为专业水平的局限让他在检修维护工作的开展屡屡受限,他知晓唯有提升自己,才能提高工作效率。“跨界”学习也成为了他工作中的另一乐趣。

“没时间再去学习相关的知识,就拿相关专业的就业指导书,检修规程来学习,

向老师傅多学习多请教,能多动手的地方就多动手。”在这25年间不断的学习积累中,蓝瑞乐已经熟练掌握了发电机、水轮机、调速器等机械设备检修的本领,对于起重、电焊等杂活也是“手到擒来”,“跨界”成为了机械维护全能手。也正因为如此,每一次抢修,每一次重大缺陷的处理,都少不了蓝瑞乐的身影。

还记得2015年8月,正值迎峰度夏期间,

广西大化岩滩水电站的巡回人员检查发现,

一台发电机组的冷却器出现严重漏水问题。

岩滩装机总量占广西区水电可调总量的三分之二左右,如果这台机组处理不及时,可能会

导致这台机组严重受损的后果,损失将以百万元计,发电量将更是一个不可估量的损失。

险情就是命令,蓝瑞乐带领班组成员迅速地投入到抢修工作中。为妥善处理好漏水事故,蓝瑞乐和工友们需进入到温度高达36℃以上的风洞中进行作业。一到现场勘察完情况,就马不停蹄地开始工作,拆卸冷却管路,接入充水管,充水查找漏水点。汗水早已浸湿了他的劳保服,顾不上擦拭脸颊上的汗水,继续拆盖、封堵、回装,再进行充水升压检查。确认无漏水后装管路。连续奋战12个小时,顺利完成了3台冷却器漏水的封堵工作。

质量提升势在必行。2013年,“国家级童鞋产品质量提升示范项目”落户温岭市城北街道。记者从该项目工作领导小组办公室了解到,他们在各个街道设立品牌指导站,手把手帮助企业培育品牌。城北街道更是专门建立了鞋业品牌基地服务中心,针对不同企业进行梯度培育。目前,该市鞋业共拥有中国驰名商标1个,浙江省著名商标9个。

## “想想这20倍的差距,有点心酸”

位于温州瓯海区的浙江通达光学有限公司贴牌生产多款国际知名品牌眼镜。9月27日,该公司董事长周爱松拿起一副刚做出雏形的眼镜告诉记者,“这款眼镜出厂价两三百元,售价五六千元。”这位一脸朴实的企业家坦言:“想想这20倍的差距,有点心酸。”

有着30多年眼镜生产历史的瓯海,是中国五大眼镜生产基地之一,共有500多家眼镜企业,是典型的“一镇一产业”块状经济的缩影。目前市场上的国际顶级品牌墨镜,排名前十的品牌中有7个产于这里。

“能为国际名牌做贴牌,最重要的是过质量这一关。”周爱松不无自豪地向记者介绍,一副眼镜制作完成要经过焊接、喷砂、精雕、打磨、总装等200多道工序,在生产中只要有

0.1毫米的误差,就会影响眼镜的对称和平衡。

事实上,国际大牌对产品品质的高要求,也助推了瓯海眼镜生产企业和管理能力的提升。像通达光学、八达光学等一批企业均通过ISO9001质量管理体系认证、欧盟CE认证、美国FDA认证等权威认证,并自建检测中心,成为国家高新技术企业。

但企业显然已不满足于为他人作嫁衣。

周爱松留学归来的儿子、通达光学总经理周文彦及如何打造“百年老店”时一脸自信:除了推出自有品牌,到海外收购品牌,还将在国内发力建连锁实体店。“现在的眼镜业就像20年前的服装业,销售渠道布局是关键。”

当地政府及相关部门也在力挺企业塑造品牌。温州市质量技术监督局总工程师余玮告诉记者,今年上半年,瓯海成功列入质检总局公布的国家级眼镜产品质量提升示范区创建名单,计划通过5年左右时间,培育出一批有带动力的龙头企业、创出一批有影响力的眼镜品牌,打造成为“中国眼镜之都”。

## “你们从德国背回来的锅都是我们造的”

“你们从德国背回来的锅都是我们造的”