

春风动力：从摩托小工厂到国宾车供应商



2015年,在抗战胜利70周年的阅兵式上,40余辆国宾护卫摩托车为共和国的抗战老兵方阵徐徐开道,这些完全由我国自主研发生产的护卫摩托车也成为了阅兵式上的一个亮点,它们就是由浙江春风动力股份有限公司生产的CF650G。

近日,记者随人民网“创新驱动看浙江”调研组来到位于杭州市余杭区的浙江春风动力股份有限公司(下简称“春风动力”),了解其走过的科技创新之路。

2013年4月,国家重启国宾护卫队制度。但与以往不同的是,这次要采用国产品牌自主研发的摩托车。消息一经发布,全国200多家摩托车企业纷纷摩拳擦掌,希望争夺这项摩托车行业的最高荣誉。

“虽然当时竞争的企业很多,但是

由于选择的标准很严格,最后仅有4家企业入选。”春风动力的相关负责人说。

经过由工信部牵头的专家组实地考察,春风动力和另一家企业作为备选企业入围。2014年1月,经过一个月争分夺秒的研发调试,春风动力打造出了第一台手工样车;再经过长达半年的武警官兵试乘打分和专家组调试验收,2014年9月,春风动力将崭新的国宾护卫摩托车正式交付武警总部。此后,春风动力的摩托车频频亮相各项国际重大会议和外宾来访的接待活动。

说起这个故事,每个春风动力人的脸上都洋溢着骄傲而又自豪的笑容。骄傲当然毋庸置疑,成为国宾车是摩托车行业的最高荣誉,这不但体现了浙江企业在制造业转型升级、科技稳步发展等方面获得了国家的肯定,更是浙江企业向外宾、向国际社会展示“中国智造”的一个绝佳窗口。而自豪则源自春风动力长久以来的品牌战略,国宾车的人选标准严苛,入选国宾车佐证了春风动力发展战略的正确性。

早期的春风动力主要从事摩托车零部件的生产、装配,但在早期的发展中,春风动力就十分重视零部件的自主研发,尤其是作为摩托车心脏的发动机,一直是春风动力的研发目标。

“正如目前中国汽车行业发动机靠进口的情况那样,当时的摩托车发动机也被外国产品所垄断。”相关负责人介绍说。1992年,春风动力开始了125CC发动机核心部件汽缸头的研发生产,该产品成为了当时摩托车市场的热销产品。此后春风动力又陆续研发了CB125、250CC等发动机产品。

春风动力在温州创立,2008年,出于研发的需要,公司将总部迁至杭州市余杭区。据介绍,目前春风动力的研发经费占其营销收入的6%左右。研发是一个艰苦而又漫长的过程,但耐得住寂寞才能厚积薄发。在国内市场大排量机车自主研发的空白期,春风动力咬牙坚持大排量发动机的研发,终于在国宾车项目中获得了回报。如今,春风动力共获得发明专利206件,在水冷发动机、大排量800CC发动机、摩托专用ABS系统等方面,春风动力均处于国内外同行业领先水平。

随着中国经济的发展和与生活水平的提高,交通运输领域发生了很大的变化。春风动力及时改变战略,从公路机车领域逐渐抽身,向户外摩托、越野运动动力装备制造领域进军。其时,国内的小排量公路机车摩托企业如过江之鲫,而大排量的越野运动领域却还是一片未开发的蓝海,更为重要的是,摩托户外运动在国际市场上有着更为广阔的空间。这项战略转变

使得春风动力进入国际市场成为可能。如今,在动力运动装备领域,春风动力形成了“四轮、两轮、船艇、后市场产品”为主的四大业务格局。四轮越野车、大排练运动机车等产品远销全球60多个国家、地区。其中,四轮车产品出口连年占据国内企业第一,在俄罗斯、加拿大、德国、瑞典等市场占有率稳居首位,俄罗斯市场更是以52%的份额独占鳌头。值得一提的是,俄罗斯总统普京在多个越野运动活动中,使用的都是春风动力生产的四轮越野车。

春风动力紧跟时代潮流,以拥抱“互联网+”、实现智慧转型作为下一步的发展目标,加速推进智能工程的构建,已经先后筹建、完善了商流系统、条形码系统、生产智能系统、PLM系统等,实现了160多个作业单元协调生产,初步取得了降低2亿元库存资金、节省30%运营成本、缩短30%生产周期、降低30%不良产品率等成效。

加拿大的《环球邮报》曾以春风动力为报道对象刊登了题为《颠覆“中国制造”传统印象:一家公司如何为中国企业开辟新路》的文章。提及此事,相关负责人说:“我们春风动力人的想法就两条,一是坚持自主创新不动摇,二是以匠心精神铸造时代精品。”

见习记者 项明祥

蚂蚁公益助力青年双创

近日,湖州蚂蚁公益举办学习贯彻省市团代会精神系列活动之青年创业服务启动仪式,把助力青年创业列入公益发展纲要,给新时期湖州公益转型升级带了一个好头。

启动仪式上,湖州市就业管理服务局、湖州市小微办、湖州科创园、湖州银行等10多家单位和100多位青年创业者集聚一堂,面对面进行政策梳理和资源对接。

“蚂蚁公益平台如何帮我们对接资源?”来自山区、兴办农场的费先生提出了疑问。对此,蚂蚁公益&聚乐荟

湖州总部负责人叶其明表示,平台将通过数据库为会员匹配客户,同时还将帮助会员匹配上下游企业进行合作开发。

据了解,蚂蚁公益是救助农村和山区孤儿的公益组织。在过去的13年里,蚂蚁公益形成了立体化救助体系,实现了由公益专业化向公益社会化和公益市场化的转变。近年来,蚂蚁公益把来自政界、经济界、社会界的多元化资源集聚到公益平台上进行整合。让专业的人来做专业的事,让信息在分享中对称,让资源在流动中整合,让

青年创业会员在互动中得到实惠。这次搭建这个青年创业服务体系就是要发挥基层社会组织了解基层青年创业者的这个优势,来当好政府的助手,当好银行和第三方机构的帮手,当好青年创业者的援手。

叶其明介绍,青年创业服务体系前端采用互联网思维采集创业者信息,建立创业者数据库,后端与湖州市就业管理服务局、湖州市小微办、创业孵化器、金融服务等机构建立合作关系,破解青年创业者与政府、创业孵化器、金融服务机构之间、金融

服务机构与政府创业扶持政策之间的信息不对称壁垒,开辟一条信息共享、资源整合的绿色通道,让创业政策及时有效传递到青年创业者和金融机构,让银行了解青年创业者信息,让青年创业者找得到对口的第三方服务机构,从而节省信息周转成本。

当天,蚂蚁公益&聚乐荟湖州总部分别与湖州市就业管理服务局和湖州科技园等单位签订了合作协议。

本报记者 王菁

设计师才是消费升级的核心力量

2017“设计+创业”主题沙龙在杭举行

只要打开K歌软件,用它录歌,普通人在家也能实现录音棚般的效果,这样的麦克风你不想想要?在近日举行的一场名为“破壳而出,合创未来”——2017“设计+创业”主题沙龙上,凸凹出品CEO李立成介绍道,由凸凹出品自主研发生产的这款“中国新歌声”专享定制麦克风目前每个月销量都超过了1万只。

频获大奖的瑞德设计水槽洗碗机、众筹明星小K智能插座……记者在现场发现,如今,像凸凹出品这样参与并主导产品创新与自主品牌建设的创业公司还不少。在这个消费升级的时代,设计公司纷纷从单一的设计机构开始转型,不断延展工业设计制造业深度融合的全新路径,不仅打造了属于自己的产品和品牌,激活更多设计师创业也成了他们的下一个布局。

“设计会共创空间”

原创设计师“从零到一”的陪伴者

从坚持原创的设计工作室到综合

型设计服务机构,再到如今正在努力打造的设计生态圈,凸凹出品可以说是工业设计公司积极寻求转型的一个典范。李立成说,单一的设计因为没有技术支撑,几乎不可能创造新品类。“凸凹出品现在已经基本告别了只拿服务费过日子的生活,取而代之的是与其他公司合作,设计新产品,孵化新企业。”

在李立成看来,设计机构要跑通全产业链,而不是单纯接业务做设计,停留在“舒适区”工作。设计只是全产业链中非常小的一部分,不能在此故步自封,而应积极打开制造、市场、技术、设计等领域的边界,“独乐乐”是永远走不出来的。据了解,凸凹出品目前正在创建以“凸凹设计”为基础,“凸凹孵化”为核心,“凸凹合创”为外延的原创设计商品集成平台。

记者了解到,“凸凹合创”平台下“设计会共创空间”正在招募有创业想法的设计师加入其中。该空间通过搭建用户研究实验室、产品原型实验室、材料研究实验室、交互体验实验室和大数据平台这“四个实验室”和一个

平台”,为原创设计师们提供全产业链陪伴式的创业服务。

设计机构转型各有奇招

由杭州控客信息技术有限公司研发生产的小K系列智能插座先后两次刷新科技领域的众筹记录,成功将公司从单一的硬件生产企业转型成充满活力的互联网公司。控客CEO林立在现场介绍了自己的经验。虽然C端市场发展势头强劲,但为进一步扩大市场,控客重新回到了B端市场,生产物联网模组,将其输出给小型家电企业,并逐步将目光锁定在整体嵌入式智能家居系统。

杭州博乐工业设计有限公司建立了一个拥有“设计服务、设计制造、设计品牌、设计园区”四大板块协同发展的集团化企业。公司创始人周立钢在现场总结了工业设计的三种模式:“钟点工模式”“合同工模式”和“合伙制模式”。前两种模式都是在为企业服务,第三种模式可以让设计公司拥有自主品牌。他表示,这种全新的

探索与尝试,比单纯的设计服务更具价值性和发展潜力。

杭州膳佳家居用品有限公司正在与凸凹出品共同致力打造属于中国人自己的现代家居生活方式。创始人陈文介绍,公司旨在实现中国传统工艺和器皿的再造,让现代设计与生活方式产生共鸣。

杭州质造文化艺术有限公司CEO沈克敏则在现场分享自己一路走过来的创业心得,沈克敏建议从0到1的创业者,要找到最精准的流量渠道。

关于工业设计师该如何选择创业方向,在随后进行的“龙井论道”圆桌对话上,浙江大学现代工业设计研究所所长孙守迁、杭州玄洛博电子商务有限公司创始人孙樱、飞鱼设计创始人余飏、浙江新再灵科技股份有限公司CEO胡溯、瑞德设计创始人李琦等设计大咖一致建议创业者们要从生活的小细节入手,找准真实存在的市场需求,沿着正确的方向做正确的设计。

本报记者 陈路漫 通讯员 扬晓

新中产人群催生制造业个性化服务

从火热的电视剧《欢乐颂》,到“去日本抢马桶盖”、“去澳洲抢奶粉”等新闻事件,“新中产”这个词在慢慢提及中被人熟知。近日,一个“新中产的消费崛起与新制造的转型升级”的话题在有关论坛上展开,引发了记者与相关专家激烈的讨论。

何为“新中产”?中国人民大学经济学院副教授程华认为,“新中产”包含三个特征:一是年龄在30~40岁,由于没有经历严格的计划生育时代,数量较多;二是受教育程度高,是中国高等教育扩招的受益者;三是家庭年收入水平在15~40万元,以一个孩子居多,有房有车,生活地区多集中在县级以上城市。这个群体有着自己的消费理念和较强的鉴别力,同时也正在成为中国消费经济的中坚力量,改变着消费领域的中国制造转型升级。

中国社会科学院经济研究所经济增长理论研究室副研究员张小溪表示,“新中产”除了收入达到一定标准,这个阶层更注重精神层次的追求,也更加重视个性化的需求,而这也对中国的供给提出了新的要求,这也正是中国供给侧结构性改革在消费领域的逻辑起点。

身处智能家居领域的少海汇合伙人、品牌总监李杨表示:“消费者的需求很多,但我们端出来的‘菜’不合口味,顾客不爱吃。”李杨认为定制是一个大趋势,特别是在居住环境上,每个人要求不一样,智能的意思就是可以因人而异。“随着3D打印技术、人工智能、新材料技术的发展,人类的最终消费品的生产一定会向定制化、个性化方向发展。而且,消费者很可能参与到产品的设计与创造过程中,出现了所谓‘产销者’的概念。”

张小溪赞同“定制是一个趋势”的观点并强调,个性化定制决定了消费者的忠诚度。张小溪提出,中国制造业只有把价格优势转变为技术优势,学会抓住自己的核心优势打造核心品牌,才能最大程度促进中国“制造”到中国“智造”的转变。

本报记者 何飘飘 通讯员 陈超颖

松下罗密欧 让新房有“洗”

洗衣服这件“小事”上,自古以来似乎都是女人承担得多一些。然而时至今日,女性往往要身兼照顾家庭和在外打拼的双重任务,结果家务分配就经常成为夫妻矛盾的导火索。如何才能避免家务带来的战争升级呢?或许一台“聪明”的松下罗密欧系列滚筒洗衣机(以下简称松下罗密欧)就可以做到。

与普通洗衣机相比,松下罗密欧拥有水位智控、泡沫智控、温度智控、3D振动智控、不平衡智控、布量智控、布质智控等七项精准智控功能,可自动检测洗涤过程中的各项需求。搭配ECONAVI节能导航技术,能够感知洗涤物的量和水温,智能优化洗涤、布量智控,辨别衣物重量;温度智控,辨别温度变化;布质智控,辨别衣物材质。用户需要做的,只要轻点几下操作面板,即可完成各式衣物的洗涤工作。

普通洗衣机往往只能去除表层的污渍,对于潜伏在深处的有害细菌却无能为力。在这方面,松下罗密欧凭借创新双重高效除菌以及专业自洁系统——对需要保持高度清洁的婴幼儿衣物、寝具等,松下罗密欧系列滚筒洗衣机可开启95℃高温除菌,将水加热到95℃,除菌效果特别显著;对于不能高温洗涤的衣物,松下罗密欧则发挥光动银除菌的功效,在蓝光照射作用下促使银离子和水发生反应,产生羟基自由基,与银离子同时发挥除菌作用。针对困扰用户很久的“二次污染”问题,松下罗密欧还创新筒洗净技术,有效清除外筒内壁污渍死角,避免细菌滋生。

松下罗密欧的一大亮点还在于搭载成熟的泡沫发生技术,其原理就是先将洗涤剂放入泡沫发生器内,进水的同时即可快速溶解洗涤剂,形成丰富而细腻的泡沫,洁净效果更显著。

对于令用户头疼的大件厚重冬衣,松下罗密欧也有解决办法,它525mm的超宽X钻型内筒,通过延长衣物摔打距离,大幅度提高洗净效果,同时X钻型内筒独特的菱形波浪筒壁,可避免衣物直接接触脱水孔,有效提高洗净力与脱水效率。

此外,松下罗密欧采用符合人体工学的84.5cm舒适高度,操作方便,且小体积化更节省空间,摆放更灵活,还可嵌入式安装,达到美化家居的结果。

当然,娇小身材并不意味着在洗衣效率上打折扣。松下罗密欧拥有9公斤的超大容量,配合变频电机,一次性帮你搞定所有清洁计划,让洗衣更加高效。

通讯员 马向军 本报记者 金乐平

杭州市科委 杭州10家银行 杭州高科技担保有限公司

联合推出

高新企业 信用贷款

联系电话:

0571-87020963,81396317

13777404242,18658868796



详情手机扫描二维码