

永商风采录

吕强 做精小口杯 做出好口碑



哈尔斯公司董事长 吕强

如何在坚守主业中变革，在经典传承与突破创新中平衡，经过35年风雨洗礼的哈尔斯真空器皿股份有限公司显然是一个典型样本，这亦考验着掌门人吕强的管理智慧。

10月28日上午，在哈尔斯公司，72岁的创始人吕强正在研究《2020年度自动化项目10月份工作进展报告》。“自动化是我自己抓的项目，这23个自动化项目落地后将大量替代人工，届时在生产线上只需要少量的工人。”吕强说。

作为中国改革开放后的第一代民

营企业家，吕强的创业故事富有传奇色彩。进入杯壶行业之前，山村铁匠出身的他搞过废旧金属回收，干过电风扇铝开关配件，办过活动铅笔厂，做过绞肉机、电子秤、垃圾桶。在十几年中他转战许多行业，但都折戟沉沙。

1999年11月，51岁的吕强开始筹备生产哈尔斯保温杯，2000年1月3日开通第一条生产线，生产出第一只不锈钢保温杯。2002年在行业内还徘徊在第二梯队和第三梯队之间的哈尔斯，到2007年已成功跻身保温杯行业第一梯队。

2011年9月9日，吕强敲响了公司上市钟声，代码为002615的哈尔斯股票在深交所中小板正式挂牌交易，标志着永康首家A股上市公司的诞生。哈尔斯成了国内杯壶行业内唯一一家上市公司。

2016年3月，哈尔斯以1610万瑞士法郎，全资收购海外百年杯业老牌企业——希格(SIGG)品牌，逆袭成为全资股东。

秉持对实业专心、专注、专业的态度，吕强心无旁骛做精小口杯，产品涵

盖不锈钢保温杯、焖烧壶锅、玻璃杯、Tritan塑料杯、智能轻量杯、真空电器等品类，一步步做出了好口碑，把哈尔斯缔造成了中国杯壶行业的巨头，并在国际舞台上崭露头角，迈入杯壶产业的世界方阵。

回顾自己创立哈尔斯的经历，吕强不禁为曾遭遇的各种发展诱惑感慨。作为一名企业家，他认为不能浮躁，沉得住气才能笑到最后。他很庆幸自己一直把资本留在实业，留在小口杯里。“无论是经营管理创新，还是发展模式创新，都是建立在坚持主业经营、坚持实体经济的基础之上。而这也整体构成了哈尔斯的核心竞争力。”吕强说。

尽管年逾古稀，吕强依然冲在事业的第一线。对于新生事物，他既保持着敏锐的洞察，又可以快速融入其中、深谙其道。“随着社会进步、技术革新、消费升级，杯壶行业也经历着复杂而严峻的变革。对任何企业而言都必须居‘危’思危、砥砺前行，否则时代会抛弃落伍者。”吕强说。

在他看来，企业要在市场竞争中

保持差异化与核心竞争力，就是不断自我革新的征程。哈尔斯始终紧贴不同时代消费者的需求，在市场布局、产业布局、技术改造升级、品牌价值提升、营销方式创新、人才梯队建设等方面从未停止过自我调整和升级的步伐，打造出企业发展新引擎，不断领跑杯壶行业。

今年9月，哈尔斯与华为合作研发、共同打造的智选智能水杯，集合了轻量化、智能化、健康化的元素，成为保温杯中首款智慧饮水的“生态杯”，给广大消费者带来健康饮水的新体验，开启智慧生活的新篇章。

对于哈尔斯未来，吕强提出了“三百”“四化”“五局”的战略目标。“三百”是指百强企业、百亿企业和百年企业；“四化”是指标准化、信息化、自动化、智能化；“五局”是指人才布局、产业布局、市场布局、资本布局和生产布局。

“打造百年企业，一定需要几代人的努力，但通过制度化的管理和创新，推进企业的稳健发展，相信在未来10年定能实现百亿企业和百强企业的目标。”吕强说。

□记者 徐敏

王鹏 秉承匠心精神站上行业制高点



炊大王公司董事长 王鹏

从惊叹、惶恐到淡定，再到主动挑战，紧紧抓住转型升级的机会，炊大王从一个小小铸造厂成为全国知名品牌炊具生产企业。这其中有炊大王数十载的行业坚守，也有三代人的薪火相传，更有现任董事长王鹏的匠心情怀。

王鹏，出生于永康制锅世家。2001年，为了家族企业的传承，他从上海复旦大学休学回到公司上班。从一线工人开始，他逐步成长为车间主管、车间主任再到厂长，2008年正式成为公司总经理。从一个青涩少年成长为企业的掌舵人，这其中的辛苦只有他自己最清楚。从接棒那一刻起，他的心里只有一个念想：一心一意走专业化的道路，凝聚自己所有的力量，将炊具做到极致。

王鹏说，炊大王是炊具行业中的老牌企业，越是老牌的企业就越要注重产品的更新换代，才能跟上时代的步伐。“智能制造的介入，给传统企业的发展带来了巨大的挑战和机遇，是五金产业后来居上的重要手段。”在过去一段时间，王鹏将庞大的人力物力

投入到智能制造改造中，利用信息技术，将传统工厂升级为数字化工厂，让传统制造与自动化、信息化技术紧密结合，进而加快从“制造”向“智造”转变。企业大幅度减少对一线操作工人的依赖，有效提升产品质量管控的能力。全天候的生产模式，让企业各个单元的重组和优化更加适应现代化生产节奏，同时也印证了炊大王公司成功的必然。

尝到改革甜头的王鹏，又把目光瞄向了销售市场。随着电商兴起，炊大王公司紧紧跟随时代变化，销售模式从线下销售转为线上、线下同步销售。企业店铺进驻淘宝、京东、苏宁等电商大平台，有力地促进了产品市场开拓，使得产品销售范围覆盖全国，同时进一步开辟海外市场，产品远销欧

美等发达国家。自2008年开始进军电商销售后，炊大王公司线上业绩逐年增长，2019年电商销售收入3.2亿元，京东、天猫超市、唯品会、1号店等各大线上销售平台均有旗舰店。

二十年来，王鹏不断追求精益求精，对炊具的钟爱精神已深深融入产品中。凭借专业的制锅工艺和高效的新产品开发能力，炊大王公司销售额及税收均翻了二十余倍。目前公司具备了完善的生产、科研、管控的条件，能够对产品的所有关键工序进行自主研发和制造，现拥有国家专利180多项，其中发明专利4项。炊具年产能1500万只、厨房烧烤小家电年产能300万只。2019年实现销售收入5.84亿元，上缴税款2870万元。

□记者 童英晓

应国京 以创新助推‘超人’新腾飞



超人科技董事长 应国京

作为一家拥有37年发展历史的老牌小家电制造商，“超人”在国内生活小家电领域已经拥有偌大的名头。专注于剃须刀及个人护理电器研发、制造及销售，浙江超人科技股份有限公司已成为一家以“自主研发”精工制造”和“品牌运营”为三大核心竞争力的高科技制造企业。如今，“信息”智

能”“工业4.0”等强大的“基因法则”正在助推“超人”实现新腾飞。

2016年，浙江超人科技股份有限公司正式成立。如何让超人品牌重新腾飞？董事长应国京始终把创新作为“超人”新腾飞的能量源。他有着与传统掌舵人不同的思维方式，十分看重“互联网+”的力量，敢于做第一批吃螃蟹的人，希望创新能给自己的公司赋能。科技的背后就是人才的引进，应国京尽可能地挖掘员工的潜能，把每位员工都当作人才去培养。在公司这个大平台上，每个人都可以发挥自己的优势，自己可以找客户、维护客户，共同创造价值。

从传统的家居领域走向智能家居时代，要想从众多智能家居行业中突围，应国京认为，必须实现从实验室到生产线的一体化制造，并把关键技术、关键零部件掌握在自己手中，而不是依

赖进口加组装。为此，“超人”在深圳设立软件开发中心，耗资2000多万引进了国际一流的生产和组装流水线，有效降低作业难度、提升了生产效率。

对于产品设计，应国京同样倾注了不少心血。比如“超人”四件套这一组合产品，从单件产品的包装到成套产品的组合形状以及手拎包装的尺寸，他和团队都进行了精心设计，确保消费者得到最贴心的体验。

在注塑、喷漆、组装方面，“超人”也重新布置了多条生产流水线，实现了自动化和精益化生产。这也是“超人”从个性的设计风格迈向标准化到自动化、数据化、信息化最终走向智能化的一项体现。

要勇于尝试和不断创新，这是应国京常常挂在嘴边的理念。凭着这一理念，在现今科学技术发展，5G智慧生活大背景之下，应国京毫不犹豫

地与华为、海尔等公司达成战略合作协议，针对智能生活打造全新的未来贴心家居的健康生活模式。

“要想在智能家居行业占有一席之地，我们任重而道远。不仅要让国人用我们的产品，也要让外国人用我们的产品，从国内走向国外，带领永康智造全面发展。”应国京说。

谈及对“永商精神”的理解，应国京认为，“永商精神”在不同的时代背景下有不同的理解。改革开放以后，第一代永商利用有限的资源打造出了“永康五金城之都”的招牌，艰苦奋斗就是那一代人的“永商精神”。而如今，在新时代新背景新任务下，新时代“永商精神”除了要有老一辈艰苦奋斗的精神，还要有勇于尝试的创新精神，更要有肩负起社会责任的自觉，“义利并举”为新时代永康新腾飞发展助力。

□记者 吕晓娟