

新生代企业家风采

要守业,更要创新 叶天健:与企业“共生共长”



台传媒记者王依依

人物名片

叶天健,男,1982年10月生,浙江永宁药业股份有限公司总经理、副董事长,省医药行业协会副会长。浙江新生代、浙江省杰出青年企业家,2016年度新锐浙商,2019-2020年度全国优秀企业家,第十六届浙江省优秀企业家

十五年,对于历史长河而言,只是弹指一挥间;但对于一个企业的传承与发展来说,却足以见证无数变革与辉煌。回望这十五年的历程,作为企二代的我,深感责任重大。好在,我们的努力得到了市场的认可和回报。

不断学习提升自我

永宁药业初建于1974年,是台州地区首家年销售额超亿元的工业企业,2007年改制为股份制企业。

2009年9月15日,28岁的我从英国杜伦大学硕士毕业回国,正式加入永宁药业企管部。为尽快挑起大梁,我从公司的最基层做起,经过了企管、原料、成品制剂、采购等多岗位的5年历练。

但这个过程并非一帆风顺。一些老车间的员工习惯于传统操作方式,对新事物接受程度低。我主动找他们沟通交流,并安排技术人员为他们答疑解惑。对于我和公司一些前辈想法和观点上的差异,也始终保持着学习的态度。

在此期间,我利用业余时间参加中国人民大学医药EMBA、浙大医药进修班和中国中医科学院研究生班的学习,补上了有关中西药制造这一课,不断夯实自身的知识储备。

2014年5月,经公司董事会表决,聘请我为浙江永宁药业股份有限公司总经理,我也正式从父亲肩上接过了企业家的担子。

寻找医药产业破圈之道

接手企业后,摆在眼前的首要难题是如何在激烈的市场竞争中杀

出重围。

上世纪八九十年代,永宁药业依靠抗生素和头孢产品创造了竞争优势,当前这种优势已微乎其微。以前永宁药业面对的是仿制药和国内市场的竞争对手,现在面对的更多是创新能力非常强的国际竞争对手。

这十余年,永宁药业逐步实现从仿制药到高端制剂的转型。我提出了规范化、专业化、数字化、国际化和公众化的“五化”战略定位,将企业发展战略融入国家大健康战略的发展目标——

其间,引入企业咨询,制定符合现代企业管理的组织架构,梳理KPI指标,实施绩效考核,调整薪酬制度,有效配置人力资源,提高工作效能;把分散的采购整合在一起,成立采购中心,制定采购电子流程,建立数据库,公开信息,比价市场,实现有效资金流向;

推出现代物流管理方式,加强信息化建设,建立适应市场竞争要求的供应链;

加强财务基础核算规范化,资金管理、税收管理、项目补助申报,有效提高资金周转速度,降低财务风险,降低研发成本……

我在大约十年的时间里,完成了公司发展战略布局 and 经营理念、方式的转型。

将中药展示给全世界

2015年1月,公司拳头产品——注射用红花黄色素申请中药保护品种被国家食品药品监督管理局正式受理,同年公司营收、利润双双创新高。

“红花”是一种生长在新疆、西藏等地的菊科植物,传统中医对红花的使用比较粗陋,药效甚微。

我们通过新产品的研发和优势产品的工艺改进,塑造自己的竞争优势——

首先,公司投入3亿元,用于厂房、设备、公用系统和检验仪器等硬件的升级改造,实现自动化操作和远程监控。重点建设的“年增2亿瓶头孢抗生素和3000万瓶红花黄色素粉剂技术改造项目”,被评为省“机器换人”示范工程项目。

为确保红花黄色素品质,我投入上千万元资金,在新疆塔城地区的裕民县开辟了2万多亩红花种植基地,现已通过国家“优质地道药材示范基地”评审。

在此基础上,我通过数字化分析辅助决策,拓宽了中药的应用范围,将中药从简单的治疗拓展到保健品、化妆品等领域。

目前,公司主打产品注射用红花黄色素通过“浙江制造”认证,被列入国家“863”计划,获国家重点新产品证书、上海市科学技术一等奖、浙江省专利金奖、浙江省科技进步二等奖,首家中药二级保护品种。

打造百姓心中的放心药厂

抱着“把永宁药业打造成百姓心中‘放心药厂’”的想法,我们每年投入3000多万元用于科技研发,并出资300万在中国药科大、复旦大学、厦门大学设立奖励基金,为企业发展储备人才;设立省级博士后工作站,以强大的科技、人才作后盾,把永宁药业打造为国家高新技术企业、省技术创新能力百强企业。

我逐步带领永宁药业实现由抗生素品种向心血管系统药物转型,亲自主持、参与各项产品研发已获得近30项发明专利。同时,通过零增地技改,借力“机器换人”,使红花的年生产能力从1000万瓶增至3000万瓶,2018年销售额近7亿元。

2018年9月,永宁药业生产的治疗原发性高血压药品——坎地沙坦酯片一致性评价补充申请顺利通过国家局现场检查,永宁药业也因此成为同品种全国首个通过一致性评价的药企。目前,公司已有7个产品通过或视同通过仿制药一致性评价。

在追求业务发展的同时,我们也兼顾企业所需履行的社会责任。2020年1月,武汉疫情暴发后,公司第一时间向武汉市慈善总会捐款100万元。我们还与台州6个驻军部队结成“双拥”共建单位,近年来,公司向部队捐款捐物200余万元,无条件接收安置复退军人20余人,有力地支持了部队的建设。公司也被评为“台州市民营企业拥军优属模范单位”。

结语

15年前,永宁药业对于我而言,还只是一个起点;而15年后,叶天健这个名字对整个企业来说,则代表着新一轮变革推动的方向,对此,我深感自豪和欣慰。

但我也深知,未来的路还很长,挑战还很多。我将以更加坚定的步伐,带领企业在新的征程中翱翔于商海,书写属于我们的辉煌篇章。

我将继续秉持创新精神,带领企业不断前行,为社会的繁荣和发展贡献自己的力量。

以“智能缝制+机器人”战略布局,服务全球市场 林群:掘金“智能化产业”市场



台传媒记者郭天宇

人物名片

林群,男,1986年10月出生。现任琦星智能科技股份有限公司总经理、玉环市人大代表、玉环市青年企业家协会副会长

琦星从家门口的家庭作坊,一步步发展为全球较大规模的工业缝制机械行业电机及控制系统制造企业。作为新生代企业家,身份赋予我责任和使命。

从小置身创业环境

琦星的前身是一个小厂房,最早做的是点钞机的磁敏传感器。

和台州大多数民营企业创办者一样,父辈经常在饭桌上谈起生意上的事,只言片语间,“创新”这个词是我经常听到的。

2000年,琦星智能科技股份有限公司成立。成立初期便以创新研发为重心,公司与天津大学合作研发点钞机磁头,主要部件生产工艺与生产芯片技术流程一样,磁敏传

感器主要控制磁性油墨从而检测钞票的真假。最终,研发出国内首款自主品牌点钞机磁敏传感器,填补国内点钞机行业空白,为企业的发展奠定了基础。

2004年,琦星进行了重大转型,成立广州研发中心,进入伺服电机及控制系统领域,逐步由点钞机行业向工业缝制机行业探索转型。

当时,国内缝制机控制系统年需求量在10万套左右,主要来自德国、日本等地进口,市场潜力巨大。伺服电机及控制系统是自动化控制系统的核心技术,凭借敏锐的商业嗅觉,父辈紧抓机遇,与华南理工大学合作开发工业缝制机伺服控制系统。

从小置身于创业的成长氛围,让我对新事物产生了兴趣。大学期间,我便接触了公司的事务,跟着公司的售后人员跑市场,去车间里帮忙。

2007年,我大学毕业,被公司直接派往广州研发中心,自此,开启了我的创业成长之路。

登上国际舞台

2006年,琦星第一代控制系统开发成功并批量生产,并与国内知名缝制机企业品牌达成战略合作。但在当时,国内的电控系统还

处于起步阶段,主要还是以进口为主。我刚到广州做研发时,市场上的电子元器件良莠不齐,经常碰到假货,这给研发带来了巨大的阻碍。于是,我们下足了功夫,先从元器件的品质把关,提升产品质量。

那时我们的目标很明确,要全面替代国外进口,在全球工业缝制机控制系统领域形成影响力。

2009年,琦星第二代产品开发成功并批量生产,第二代产品超越进口产品,性能结构更优,成本更低。

2012年,琦星第三代产品一体机问世,颠覆传统工业缝制机结构,与国际一流缝制机品牌达成合作。

那几年,我们专注工业缝制机伺服控制系统技术研发,快速迭代,引领创新,并与国内外知名缝制机品牌达成战略合作,赢得客户与国际市场广泛认可和信赖。

与国际一流企业的合作,让我意识到,企业要发展壮大,管理的精细化非常重要。

记得当时我们与全球一线缝制机品牌日本重机开展合作,日方代表来我们企业考察,没有先看产品,而是先在整个厂区逛了一遍,甚至卫生间都是考察范围,这让我们大受震撼,原来要做到全球顶尖,需要如此精细的企业管理。

当然,他们对于产品本身的要求是很高的,从产品开发到批量生产,再到市场反馈,这和国内当时的生产要求很不一样。

在这期间,公司整个团队都学到了很多,大家的思维都有了新认知和变化。不单单是研发技术,产品开发、生产如何管理,为未来产品提

升奠定了坚实基础。

日企对于生产的效率要求很高,在如何降本增效方面,给了我们很大启发。

做未来行业领路人

2013年,是琦星创新的又一个分水岭。在大量市场分析研判后,我与父辈深入探讨,决定走“智能”和“自动化”道路,让琦星致力成为行业领路人。

在机械制造行业,人力成本是制约生产效率的重要因素,我们在不断创新的过程中,慢慢探索到未来行业的发展方向——机器换人。

2013年,创建北京分公司,研发六关节智能协作机器人,进入智能机器人领域。

2014年,创建杭州子公司,研发SCARA机器人。

2016年,第二代六轴协作机器人研发成功,逐步在公司生产车间上下料、喷涂等场景应用验证,并向市场推广。

2017年,推出双步进电机,引领整个缝制行业进入步进电控时代。年产量突破158万套。

琦星依托自身核心技术优势与研发实力,以“智能缝制+机器人”战略布局,服务全球市场。累计生产1000多万套伺服电机电控系统,产品多达20多个大类,100多个品种。

如今,智能机器人已广泛应用于各场景。

琦星继续围绕产业数字化、智能化、物联网技术升级,整合上下游资源,推进自研机器人与缝制设备

全产业链闭环。

积极展开领域拓展与智能化产业创新发展,形成智能缝制电控、智能机器人、智能小家电多元化产品矩阵。

2019年,第三代四轴SCARA机器人研发成功,逐步在公司后焊、插件、打螺丝、打胶等项目应用验证,并向市场推广。

2021年,企业营收近10亿元,年产量突破220万套,创历史新高。推出步进电机驱动送料机构,实现步进电机在整个工业缝制机上的应用;已涵盖平、包、绷、厚料、特种机等全系列应用;开发出多款桁架机器人,应用于机床上下料、搬运等,重点向浙江地区制造业企业进行推广;启动自动窗帘机、门窗智能启闭装置产品研发,正式进军智能小家电行业。

2022年,投资2个多亿元的琦星智能产业园全面投入使用,开启企业新征程。第一代智能窗帘机研制成功,并取得多项专利,并向线下市场推广。

如今,琦星已成为全球较大规模的工业缝制机械行业电机及控制系统制造企业,在积极推进工业缝制机械产业向智能化转型升级的同时,引领着产业集群的发展。

结语

在时代更迭的市场浪潮中,企业更要创新,我们将与时俱进,不断提升品牌影响力,推动“台州制造”向“台州智造”发展,擦亮台州民营经济名片。

投资近6000万元,投产运行了蜜橘“梦工厂” 林东东:一个留过“洋”的农村人

台传媒记者李寒阳

人物名片

林东东,1990年出生,临海市涌泉镇人,浙江忘不了柑橘专业合作社理事长,全国个体劳动者第五次代表,台州市政协委员,台州市青年农业产业促进会会长

我是个留过“洋”的农村人。涌泉镇是种橘子、卖橘子的人,包括我的父母,只是想不到我也会成为其中一员。

从接过父母的合作社,到牵头成立涌泉电商协会,帮助涌泉蜜橘销往全国、打出名号,再到如今,投入近6000万元的蜜橘“梦工厂”投产运行,在行业内率先开启蜜橘的数字化农业时代,蜜橘已成我毕生为之奋斗的事业和梦想。

两次“停学”

小时候,父亲经营着一家建材厂,母亲则和附近的橘农一起搞起了合作社,也就是“忘不了”的前身。

两个人有各自忙活的年纪,没时间管我,等到我要读书的年纪,他们就将我送去临海的一家寄宿小学,不到10岁,我就要每周独自坐公车往返学校。

正是从那时起我学会了独立,但过度的自由让我变得贪玩、厌学,到了中学,学习成绩一落千丈,父母开始为我的未来而焦虑。

高二生日那天,父母向我建议,去英国留学,换个环境或许能有改观。一个月后,我动身前往伦敦求学。

第一次去英国超市购买生活用品时,看到8个一袋的橘子卖130元人民币,我惊呆了。我们涌泉的橘子,每个售价也就一两元钱,口感更好,味道更甜。英国橘子为啥能卖这么高的价?

我的学校位于伦敦北郊的赫特福德,是个农牧业发达的地区,在这里,我看到了现代农业该有的样子——庞大的农场,管理者只有寥寥几人,用机器人和自动化设备来作业,加上包装精细化、绿色品牌的认证,可溯源的农业体系,这就是英国橘子卖出高价的“秘密”。

于是,我作了一个“大胆”的决定,停止留学,将品牌思维带回家乡。

返乡“务农”

2010年,我中止留学回到涌泉。这个决定对我父母而言是一记晴天霹雳,这意味着2年超百万的留学费用付诸东流,事实上,他们当初把我送出国就是不想我再回到农村当农民。

在他们眼中,农业是夕阳产业。但我认为这样的理解是狭隘的,农业也可以实现现代化、数字化、品牌化,但需要对传统农业进行转型和改革,这也正是我回来的目的。

回家之后,我在父母的蜜橘合作



林东东 图片由受访者提供

社做一名销售员,长期驻点安徽市场。

传统的柑橘生意,要花费大量成本,辛苦不说,销量有限,价格低廉,经营效益并不理想。

理想和现实的差距,让我产生了挫败感,也燃起了我的斗志。我开始花更多时间学习相关知识,同时,带着家乡的橘子全国各处跑展会,边推销,边交流,汲取行业的经验。

渐渐地,橘子生意有了起色,销量稳步攀升,“忘不了”品牌也打出了一些名气。

此时,刚刚走上正轨的生意却碰到了危机,父母告诉我,由于经营理念不同,忘不了合作社决定分家,摆在我面前有两个选择:一是拿走公司的17亩地和7间厂房;另一个选择,则是拿走合作社的农产品品牌。

当时,几乎身边所有人都建议我选择前者,有了这么多土地和厂房,一年百万的租金能保证全家衣食无忧,而品牌这东西看不见,摸不着。

但我不愿画地为牢,更不想放弃这个刚刚崭露头角的品牌,百般向父母说明品牌的重要性,以及我对公司未来发展明确、详细的规划。

终于,我的坚持打动了父母,也赢得了证明自己的机会。

网络“橘商”

当时合作社采取的本地化或者定点销售,对品牌影响力的提升十分有限,要将“忘不了”打造成具有知名度的品牌,电商是我想到的最优解。

我的提议再次遭到了父母的反对,当时物流环境差,价格高不说,服务也跟不上,普通的纸箱装橘子经不起快递员的乱抛、乱丢,且一箱橘子,只要烂了一个就会蔓延到整箱,赔付成本高。

难题摆在眼前,首先要解决的是物流成本问题,当时快递行业,顺丰一家独大,运费奇高,我们一箱橘子送到北京,运费比产品还贵。

首先,我牵头成立了涌泉镇电商协会,拉拢当地合作社组团与顺丰做价格“谈判”,将物流费用降低了30%。

此外,我们与本来生活网建立合作,通过整车运输,再通过同城配送的方式发往客户,一箱橘子的运费从63元降到20元。

为保证品质,我们把包装盒从纸

箱换成了鸡蛋箱,这样可以隔离橘子,即便坏了一只,也不会蔓延开来。

通过电商,全国的销售渠道都被打开,我们开始和一些大型供应商合作,有时候一单就能抵上原先一周的销量。随着一箱箱柑橘发往全国各地,我成了家喻户晓的“亿元橘子哥”,电商也成了涌泉镇的“金名片”。

柑橘“革命”

我们合作社的发展可分成三个阶段,2015年以前属于传统农业时代,2015年到2022年是互联网时代,2022年后为数字化农业时代,每个时代都是通过“革命”实现跨越的。

为了维持长期稳定的品牌形象,涌泉蜜橘决定以数字化转型为路径,进行标准化“革命”。

2022年,我投入近6000万元,升级了蜜橘的数字化产线,将收获的柑橘根据品质来分类,重新定价销售。

从机器人上料开始,到清洗、风干,再到外观视觉检测系统,橘子经过产线,会先被拍33张照片,根据果径大小、颜色、瑕疵等从外观上筛选一波品质,再通过“CT”扫描,对糖度和酸度进行检测,分成四个等级,供不同需求的客户购买。

糖度、品质都能精确,我们的标准化“柑橘”成为划时代的产物,大型供应商纷纷找上门,对于他们而言,一箱次的亮眼产品远不及长期、稳定的标准化产品有价值。

高规格的橘子,我们不再论斤卖或论箱卖,而是论个卖,如最高端的“星耀果”18个橘子卖198元,糖度均在15%以上。

目前,我们研发的柑橘汁在市场获得了不错的反响,而未来,“忘不了”品牌或许能在柑橘果汁、精油、香皂、香水的领域,拓展更多的市场。

结语

青年有理想,国家有前途,未来归根结底是年轻人的。当下,正是中国企业“交接班”的骨节眼,继承父辈的创业精神和商业智慧,以自信和创造力打造全新、美好的民企新辉煌,是时代赋予我们的使命。