

泛科三期将于下月起陆续投产

# 一年3507万套静音带座轴承！产值12.5亿元

■本报记者 李杨瑜 文/图  
通讯员 苏鸿茹

近日,记者走进泛科轴承集团有限公司,在三期厂房建设现场看到一栋栋厂房拔地而起,主体工程及内部装修均已施工完成,正在进行生产线设备安装、调试。

“三期厂房在七月份建设完成,目前正在加快内部设备入场建设。预计今年9月份,磨加工生产线可以投产;10月份,装配车间也将搬迁完成;热加工生产线也分两期在安装调试……”泛科轴承总裁陈志腾娓娓道来。三期项目全部投产后将形成年产静音带座轴承3507万套,年产值12.5亿元,出口创汇8000万美元,年税利1亿元。

## 产品可完全实现替代进口

泛科轴承生产车间内,在一期的全自动铸造线、二期的轴承座加工生产线上及仓储中心中,机械设备阵阵轰鸣,物料传送井井有条,工人们紧张而有序地忙碌着,熔炼、造型、分选、镗铣、钻攻、检验……

“一、二期项目于去年投产,每年可生产精密轴承座2000万个,产值达3亿元。而即将投入使用的三期项目,将购置、搬迁轴承自动生产的车工生产线125条、全自动热处理线3条、磨装一体化全自动轴承生产线200条(套)等设备。”陈志腾告诉记者,投产后将年产静音带座轴承3507万套,年产值12.5亿元,出口创汇8000万美元,年税利1亿元。

一直以来,轴承被誉为装备制造业的“心脏”部件,是装备制造业中最为重要的基础零部件,决定着装备、机器的性能及可靠性。我国虽是世界轴承生产大国,但在产业结构、研发能力、效率效益等方面与国际先进国家仍有较大差距。

南安是我国轴承座重要生产基地,全国超过50%的轴承座在此生产。为提速企业发展,泛科轴承增资扩营,扩建、迁移高速、静音带座轴承单元生产线,在南安雪峰开发区建设高标准厂房、自动化生产线、智能化仓储系统及附属设施。



泛科轴承车间内,工人正在组装、调试设备。

“作为轴承座的龙头生产企业,历经50多年的发展,泛科轴承将产品销往全国30个省区,全球72个国家。”在陈志腾看来,工厂主体搬迁升级,根本上也解决了集团生产产能受限等问题,而如何提升带座轴承生产从传统手工作业到自动化,再到智能化,改善整体产业链的效益,推动南安带座轴承产业转型升级,是企业一直在思考的。

随着项目逐步建成投产,以及高端产品的投入,陈志腾坦言,届时产品可完全实现替代进口,质量可与日本及欧洲产的产品同水平竞争。而他们也会为产业链提升发展及带动当地就业,做一些力所能及的事。

## 推动带座轴承的国际竞争力

如果说50年前,泛科轴承只是初出茅庐的探索者,几十年来凭借工匠精神 and 研发创新,如今的泛科轴承已在行业取得了不俗的成绩:拥有100多项专利,1万多个产品品项,其“FK”产销量连续多年为行业领先的带座轴承品牌。

“我们自建全产业链自动化工厂,从采购基础原材料的管控开始,超越行业从采购半成品做法。研发生产出的带座轴承在安装中,能够对误差进

行简单有效的自动调心,可以很简单地安装在各种工业用轴上。”陈志腾说,可靠、简单、容易安装,使得泛科的带座轴承被广泛应用在农机装备、物料传输系统、暖通风机、手扶梯、食品生产线、采矿设备、纺织机械、立体停车设备、工程机械以及加工和自动化等设备上。

对于高端轴承,除了原材料和热处理存在的差距之外,也体现在加工方法,如零件磨削,尤其是批量加工精度和精度一致性问题上。为了达到精益生产,跻身国际主流市场,泛科每年都会斥资上千万元用在技改上,也会在产品研发上下功夫。

“农业机械在田间作业中,常会出现各种突发情况。由于是要在烈日、沙土、泥浆或水中等场景作业,受到外物的影响和环境的侵腐,容易造成轴承的提早失效,降低使用寿命。作为农业机械的核心部件,保证带座轴承与主机的设计寿命一致是最基本的能力,但还得再进一步提升。比如,设计不需要人工定期加油维护的产品,或是在高速稳定旋转的同时,持续不断地减少震动和噪音,这都会大大提升农户对农机的使用体验感。”陈志腾举例介绍。

“我们研发团队对标的是行业国

际一线企业,现在制造能力上相差不大,对产品性能、寿命和可靠性进行重点攻关,消化吸收再创新。并引进美国、德国和日本先进的软件、试验与检测仪器,从需求管理、产品设计、制造过程、到成品检查的全过程的提升。”陈志腾表示,泛科的静音带座轴承质量,也在向国际一流水平靠拢。

目前,泛科轴承在南安、厦门共有三个生产基地,员工700多人,其中技术、工程与质量方面员工176名,是6个带座外球面轴承国家标准和7个行业标准的主要起草单位之一,设有外球面轴承研究所、带座轴承试验中心。

“我们拥有一批国内带座轴承细分行业的顶尖人才,在行业内也有专家、院校‘顾问团’,多方联动对带座轴承的技术、工艺、生产进行研究,针对性提出下游行业的应用解决方案,并对生产带座轴承所需的设备进行深入研究,联合国内几大设备厂共同开发了具有自主知识产权的7个系列的带座轴承专用设备。”言及此,陈志腾信心满满,接下来泛科轴承将向“带座轴承专家与应用解决方案代表供应商”转型升级,为用户带来传递无忧的体验,推动中国带座轴承的国际竞争力,提升南安市乃至福建省机械装备制造业水平。

# 吴端颂：借热门IP弯道超车

■本报记者 苏清彬 文/图

近期,南安企业福建省百顺卫生用品有限公司一个举动,在行业激起不小的浪花。上个月,百顺携国际潮牌“小马宝莉”亮相在上海举办的第21届CBME孕婴童展,成为业内人士关注点。

“我们的展位挤满了人,成交量、询盘量很高。以前参展,10个人询盘有1个成交就不错了,今年达到3个。”尽管展会已结束1个月,但回忆起当时的招商火爆程度,百顺董事长吴端颂难掩内心的激动。1个月以来,百顺成功吸引了数十人代理小马宝莉这一纸尿裤品牌。

## 年轻消费群体热衷的IP

薰衣草紫身体、玫红色集毛、宝石紫色眼睛的小马……这是一款会讲故事的纸尿裤。在百顺产品展厅,小马宝莉卡通形象被运用在纸尿裤魔力臻柔婴儿纸尿裤、魔力臻柔婴儿一体裤,仿佛置身魔幻世界,开启魔幻之旅。

“小马宝莉是美国玩具商孩之宝在美国探索家庭电视频道播出的卡通影集,是玩具界最具影响力经典IP之一,也是千万美国宝宝最好的成长玩伴。”吴端颂告诉记者,百顺携手小马宝莉,聚焦婴幼儿用品,将友谊魔法的理念与小马宝莉好玩伴的形象融会贯通,展现了小马宝莉品牌对中国宝宝无微不至的关爱和陪伴,承载了天下父母对宝宝健康成长的希冀。

吴端颂所言不虚。作为全球领先的品牌娱乐公司,孩之宝不断释放品牌潜力,深耕千亿授权市场,旗下拥有小猪佩奇、变形金刚、小马宝莉等多个深受儿童欢迎的知名品牌。

作为孩之宝旗下家喻户晓的品牌之一,小马宝莉的时尚之路越走越宽。

知名服装品牌ONLY将小马宝莉的复古和甜美展现得淋漓尽致,让粉丝爱不释手;与童装品牌特步儿童的合作,让小马宝莉打破异时空次元壁,化身各种印花元素,走进女孩子们的童话世界。

而孩之宝与南安企业合作尚属首次。“此次百顺成为孩之宝中国区唯一授权使用小马宝莉IP的纸尿裤企业,授权使用期限5年。”吴端颂透露,小马宝莉在中国的主要受众集中在90后、95后年轻消费群体,他们代表着当下消费市场的风向标,表现出与上一代截然不同的生活观、价值观、消费观。

之所以牵手经典IP合作,与纸尿裤的窘境不无关系。这位从1995年就开始接触纸尿裤的企业家,分析了行业竞争白热化所带来的三大痛点:毛利率低、产品同质化严重、拼产能。如此一来,只能靠性价比取胜,如果哪个环节断档,企业将难以生存。

2019年,在为一家纸尿裤代工时,吴端颂发现,该企业嫁接热门IP大嘴猴之后,市场迎来新发展。虽然只有短暂的代工合作,但他从中认识到IP的强大力量。“对新兴企业而言,走自主品牌之路,需要投入大量的资金。IP授权在童鞋领域大热,纸尿裤同样也值得一试。”秉承这样的思维创新,吴端颂主动找到孩之宝,达成此次小马宝莉品牌授权。他希望借此新起点,开辟新赛道,实现弯道超车。

## 80%营销人员是“宝妈”

吴端颂的信心不仅来源于小马宝莉的品牌影响力,也得益于多年来他积累的一套独特的商业模式——合伙人制。

在南安乃至泉州卫生用品行业,百顺是特立独行的存在:以营销驱动

生产,真正做到产销分离。销售出身的吴端颂特别注重营销队伍的稳定,160多名员工中,营销人员40多人,其中,80%都是“宝妈”。这些员工在照顾家庭的同时还要兼顾工作,甚至可以带小孩到企业上班。

既然是合伙人制,作为股东出资入股,成为自然而然的事情。但百顺并非这样做,而是反其道行之:股东不用出一分钱,企业提供产品,股东负责开拓市场,每个月员工所负责的区域业绩,按相应比例分成。

“假设这名员工负责广东市场,她只要把这个区域服务好,这个市场就属于她。员工每个月赚多少钱都可以算得出来。少则几千元,多则数万元,前提是其所负责的客户都要现金交易。”在吴端颂看来,此举解决了行业另一大痛点——业务员流失问题。

众所周知,业务员在公司发展过程中扮演着重要角色,一定程度上决定生产出来的产品能否走向市场。但当业务员培养成骨干精英时,高薪挖人现象屡见不鲜,跳槽亦是不可避免。

如何留住优秀人才,让员工不被挖走?只有把公司利益与员工利益捆绑在一起。百顺提出“人人为公司,公司为人人”的口号,打破传统模式,企业提供平台,员工尽情干事创业,最终实现共赢。

至于为何选择“宝妈”群体,吴端颂坦言,宝妈有了孩子以后,处处都要做选择题,往往陷入家庭、工作的两难地步。而小孩子常用的纸尿裤,又是最容易熟悉的板块。

之所以创造这一独特商业模式,与他早年在卫生用品做销售、经常外派出差的经历有很大关系。“以前做销售,出差成了家常便饭。好不容易在一个城市站稳脚跟,公司又安排到其



人物名片  
吴端颂 南安省新人, 1977年,福建省百顺卫生用品有限公司总经理,南安市日用轻工协会常务副会长。

他地方,这时候家庭、小孩教育等问题随之而来。”站在员工角度考虑,吴端颂为他们提供办公场所,网络招商无边界,常年基本在南安上班。

考虑到员工小孩接送问题,百顺将早上上班时间定在8:30,下午可以接小孩到企业,甚至提供免费食堂就餐。而在周六,员工还能带小孩上班,企业提供固定场所,解决家长照顾小孩的后顾之忧。

“做销售要有天马行空的思维。企业实行人性化管理,员工拥有弹性时间。宝妈可以在家庭、生活中找到最佳平衡点,拥有自己的一份事业。”吴端颂告诉记者,为了缩短企业与员工的距离感,他们每季度、每半年还会举行员工聚餐,要求他们带家属参加,以此形成浓浓的家文化。



## 省工商联一行到南安调研

本报讯(通讯员 王建 记者 李杨瑜)日前,福建省工商联副主席陈建强一行到南安调研,听取南安市工商联领导班子的工作汇报,详细了解市工商联各项情况及下一步工作思路,并走访九牧集团有限公司、南安市日用轻工协会、南安市装备制造业协会、南安市溪美商会等单位。

陈建强对市工商联在党建会建、协调引领等方面取得的成果给予肯定,同时也提出了发展建议。他希望,市工商联不断提升格局,以“立足南安 面向全球”的视野,集结海内外南安人力量,把重点放在提升数字经济和实体经济的站位上,挖掘出更多商机;依托总商会大平台,成立行业党委,加强政治引领、思想引领、党建引领;以商会“云展示”平台为载体,打造“全球南安人网上工商联”,创新服务模式,提升服务品质。

南安市工商联常务副主席王卫东表示,此次省工商联一行在对南安各基层商协会和龙头企业的走访中,从政治站位、行业布局、企业改革等方面提出了独到见解和提升方案,南安市工商联将以此为参照开展各项工作改革落地。将以南安市装备制造业协会为试点,帮助协调各有关部门,让“简”和“放”的车轮转起来,进一步优化营商环境,激发市场活力,推动南安民营经济发展。

## 中国芯·快帮云众创空间 晋升省级众创空间

本报讯(记者 苏清彬)13日,福建省科学技术厅公布71家2021年度省级众创空间名单。中国芯·快帮云众创空间被福建省认定为省级众创空间,这也是此次南安唯一上榜的省级众创空间。

中国芯·快帮云众创空间是快帮集团旗下众创品牌,众创空间位于泉州芯谷南安分园区。众创空间作为“芯·人才之家”以及规划建设中的半导体双创中心的重要支撑和组成部分,依托“中国芯谷·数字泉州资源中心”体系,重点引进半导体行业创新创业团队,展开“创、助、孵、辅、融、投”服务,合力发展中国“芯”事业。

中国芯·快帮云众创空间目前面向半导体上下游产业链企业及各行业的创新创业团队开放入驻,提供入驻首年免租金的支持,同时为入驻企业及人才提供政策、资金支持以及多方位的一站式企业服务。

近年来,泉州积极推进“双创”工作,为创新创业者提供低成本、便利化、全要素、开放式的工作空间、网络空间、社交空间和资源共享空间。泉州市科技局深入县(市、区)调研走访,摸清存量,制定众创空间和孵化器培育工作方案。对认定为国家级、省级科技企业孵化器的,分别给予100万元、50万元奖励;对认定为省级众创空间的孵化用房,按新建100元/平方米的标准给予补助,最高补助100万元,改扩建按50元/平方米的标准给予补助,最高补助50万元。

## 海南省南安商会成立党支部

本报讯(通讯员 王建 记者 李杨瑜)日前,海南省南安商会召开党支部委员会成立大会,会长蓝考资当选党支部书记。

蓝考资表示,在今后的工作中,将以饱满的热情、务实的态度、扎实的作风,抓好商会党建工作,发挥党员模范带头作用,紧密团结和依靠全体党员、商会成员,认真履行职责,为商会的新发展尽心尽力尽责。

据悉,蓝考资1975年出生于南安仑苍镇大字村。1990年,年仅15岁的他跟着父亲到海南从事水暖阀门生意,创业30多年,从水暖阀门到消防工程,蓝考资的跨行业经营步伐从未停止,他还将目光转向了专业市场的开发——美食街、海南意泰物流园。该项目位于龙华区城乡统筹新博片区,为了配合城乡统筹和新农村建设,项目采用统一征地、统一规划、统一建设,既解决新农村改造升级,也为发展集体经济、物流园和农家乐奠定坚实基础,同时也为周边农民提供了就业和创业的机会。

据了解,海南省南安商会是由创办于2012年的海口南安商会升格而来,正式成立于2016年,商会企业会员有500多个。目前,在海南经商创业的南安籍乡亲达5万多人,拥有企业近千家,涉及石材、装饰、房地产、金融、水暖、消防器材、市场开发、环保工程、食品、商贸、物流等行业,涌现了海南金盛达国际建材商城、海南悦信集团有限公司、海南闽泉山石业有限公司、海口东升阀门洁具有限公司等知名企业。