

专注非公路宽体自卸车细分领域

同力股份树立行业发展标杆

在同力股份西坡基地总装车间,整齐摆放着数十台发动机、变速箱等零部件正在流水线上等待装配。经过数道工序之后,一台台“庞然大物”非公路宽体自卸车正式下线,在这里,每12分钟就有一台产品下线发往世界各地的矿山工地……

在同力股份董事长叶磊看来,专注主业才能行稳致远。叶磊表示,成立18年来,同力股份始终专注非公路宽体自卸车这一细分领域,在这一细分市场不断地革新蜕变,成就了一代代的精品标杆产品。目前公司产品广泛应用于露天煤矿、铁矿、有色金属矿、水泥建材等矿山及水利水电等各类大型工程工地。

● 本报记者 何昱璞



同力股份西坡生产基地

公司供图

瞄准细分赛道 为客户创造价值

经过18年的发展,同力股份产品的适应性和性价比获得用户的普遍认同。中国证券报记者了解到,目前同力股份的产品活跃在露天煤矿、铁矿、有色金属矿、水泥建材等矿山及水利水电等各类大型工程工地。凭借过硬的品质,同力股份的产品覆盖了国内所有省区,并出口至巴基斯坦、印度尼西亚、马来西亚、蒙古、俄罗斯、塔吉克斯坦、印度等20多个国家和地区。

叶磊告诉记者,同力发展的基因来源于创新立业,质量立命。18年前,在发现国内煤矿开采条件恶劣后,同力股份研发出了第一代非公路宽体自卸车,这一产品填补了国内煤矿开采运输的空白。叶磊告诉记者,在矿区推广后,同力股份的非公路宽体自卸车凭借超高性价比获得客户认可,不仅原有工作效率提升了70%以上,价格也比国外刚性矿卡下降了80%。从产煤成本方面来看,每立方米煤炭运价有接近一半的下降。

作为同力股份的首创产品——非公路宽体自卸车,叶磊也十分看重客户对其的反馈和体验。同时,同力股份也打造了一支销售服务的“铁军”,他们驻扎在矿区,深度跟踪客户需求。“从客户有采购意向开始,我们就去矿上进行调研,因为每个矿山不同,运输条件也有差异,所以需要我们的服务人员去深入了解客户的需求,为客户量身定制经济适用的产品。”叶磊表示。

“我们一直把质量放在第一位,因为在矿山这种工作强度比较高的施工场景里,质量和可靠性是第一位的。”叶磊告诉记者,对此公司建立了“零距离”全流程的服务体系,派技术人员驻矿服务,保证两个小时修好设备,承诺一台车月出勤率不低于80%,换算一个月能跑24天。

凭借过硬的质量和口碑,同力股份的产品占据了市场的半壁江山,成为了非公路宽体自卸车这一细分领域名副其实的“隐形冠军”。

创新融入基因 夯实发展底座

“同力股份的优势体现在集成研发创新为用户提供整体解决方案。”公司工程车的综合质量比较好,体现在新车售价、二手车残值均高于同行平均水平。同时,公司在新能源车、无人驾驶、智能化车辆管理等方面的研发进程引领行业发展。叶磊透露,在新能源方面,公司早在十年前就已经关注到这一变化,并且积极推动转型。

随着《工程机械行业“十四五”发展规划》出台,行业风口逐渐向绿色化、智能化矿山转型,同力股份再次嗅到了先机。事实上,对于质量较大且高强度运作的工程车来说,实现纯电转型并非易事。因此,公司做了大量的研发工作,历经4次产品技术迭代,最终推出了同力股份TLE90系列纯电动工程车,这也是公司最受欢迎的新能源车之一。据了解,该车将十二块锂电池拼装起来一起为工程车供电,可以延长车辆的工作时间,同时采用换电模式,提高新能源车的工作效率。此类工程车主要应用于水泥建材、砂石骨料矿山、金属矿山、水利工程、建筑工地等重载下坡工况的物流运输。

公司将“大型化、绿色化、智能化”作为技术攻关的关键,三线齐发,多点布局,思考如何将清洁能源、无人驾驶应用到矿车上。在无人驾驶方面,公司成立技术公司进行深度调研。目前公司TLI系列自动驾驶非公路宽体自卸车在经历了单车测试,到成组封闭场景下的全流程无人化运行,已实现了自动驾驶技术在矿山短途运输作业中的里程碑式技术突破。

数据显示,2022年,公司业绩创下历史新高,归母净利润、营业总收入分别为4.7亿元、52亿元,同比分别增长26%、27%。2017年至2022年,公司归母净利润由0.71亿元扩大至4.7亿元,5年复合增速约45.6%;营收由11.1亿元扩大至52亿元,5年复合增速约36.2%。

借力资本市场 加快海外市场布局

叶磊表示,目前露天煤矿的占比一直在稳步提高,公司主要产品非公路宽体自卸车的市场机遇越来越多。未来,海外市场将是我们发力的重点,因为该产品是我们独创的,在海外市场推广应用将是同力股份的蓝海,大有可为。我们的目标是在未来2年-3年发展50家以上的大规模经销商。

近年来,在国家的大力倡导下,中国与周边以及世界上很多国家达成了“一带一路”合作共识,大量的基础设施建设项目在“一带一路”沿线国家落地建设。同力股份也在全力加快海外市场布局,今年年初,公司在新加坡设立海外全资子公司,并搭建国际业务总平台。2023年上半年,海外贸易额已达4.8亿元,同比增长68%,创历史新高,预计全年海外贸易额将再创历史新高。

2023年三季报显示,公司业绩保持了亮眼的表现,前三季度归母净利润同比增长24.6%至4.4亿元,营收同比增长8.8%至43.7亿元。2021年公司成功登陆北交所,叶磊告诉记者,上市不仅帮助公司提升了规范管理的水平,同时也使公司获得了融资机会,帮助公司西坡新基地的迅速建成,突破了原有产能瓶颈,有利于公司长期持续稳定的发展。

提及后续发展的目标,叶磊表示,坚持产品升级换代,是同力股份矢志努力的方向,我们将加快新产品开发和智能化新技术应用。叶磊透露,目前公司主流产品为90吨级,同时,105吨级产品已在试制,后续还会持续提升。在业务领域拓展方面,不仅是宽体车领域,后续公司也会进入刚性矿卡领域,以此来适应未来大型化以及海外高端市场需求。

田间到舌尖

田野股份让热带果蔬化身茶饮爆款



田野股份湖北荆门工厂原浆车间

公司供图

● 本报记者 段芳媛 见习记者 杨梓岩

一颗小小的桑葚,在新茶饮店里摇身一变成了火爆全网的“乌漆嘛黑”桑葚饮品。在这款茶饮“流量密码”的背后,是一个深耕热带果蔬加工近二十年的企业——田野创新股份有限公司(简称“田野股份”)。自2007年在广西创业,到2015年挂牌新三板,再到2023年2月登陆北交所,田野股份依托基地设厂、快速服务大客户创新产品落地等核心优势,聚焦从田间到舌尖全产业链热带果蔬加工,卡位于非标准农产品转化为标准化原料制品的关键环节,正逐渐成长为中国领先的热带原料果汁加工企业。

日前,田野股份董事长姚志在接受中国证券报记者专访时表示,面对广阔的预包装饮料和新茶饮市场前景,公司将持续投入开发果蔬加工新品配方,配合客户打造新品、潮品、爆品,帮助企业推陈出新、提质增效。

发力果蔬精深加工

回望创业之路,果蔬加工从粗放走向精深的转变令田野股份总经理单丹感触颇深。

2007年单丹在海南创办海南达川,经营海南本地水果加工。2012年经重组,海南达川成为田野股份全资子公司。在单丹看来,原料果汁生产行业门槛较低,早年创业时大多数果蔬加工企业采用“作坊式”的粗放生产模式。随着国家对食品安全、客户对果汁品质的要求越来越严格,果蔬加工势必向自动化和精深加工转型。“这也是我选择田野股份的原因。”单丹说。

“因为锚定服务大客户的目标,田野股份最初在广西创业时就已摆脱“小作坊”模式,向规范化自动化的精深加工发力。”姚志告诉记者,保证产品供应量和产品品质的可靠和稳定,是产品走进大企业、服务大客户的基础。伴随饮料行业蓬勃发展,整个行业对于人员专业度、设备精准度、设备加工能力、工厂环境等要求只会越来越高。

目前田野股份已获评国家级和省级农业产业化重点龙头企业、省级专精特新企业和企业技术中心,参与制定国家农业行业标准《非浓缩还原果蔬汁用原料》,取得相关发明专利6项,实用新型专利52项。田野股份在行业内还率先引进国产超高压灭菌设备、液氮速冻设备等,为新技术、新设备在果蔬加工行业应用树立了标杆。单丹认为,在设备创新、工艺创新、产品创新等方面的优势,也正是田野股份服务大客户的底气所在。

预包装与新茶饮双轨布局

深耕果蔬制品行业多年,依托产品品质和服务能力优势,田野股份已获得预包装饮料与新茶饮行业认可。目前,公司已成为奈雪的茶、茶百道、古茗等知名连锁茶饮品牌的原料果汁主要供应商,也是老牌食品饮料企业——农夫山泉、可口可乐、娃哈哈等的常年供应商。

然而,近年来,新茶饮行业鲜果茶、水果茶需求增速远超预包装果汁饮料,由中国连锁经营协会新茶饮委员会联合美团新茶饮研究院共同发布的《2023新茶饮研究报告》显示,2023年8月31日在业的新茶饮门店总数约有51.5万家,比2020年年底的37.8万家,增长超36%。2023年新茶饮消费市场规模有望达到1498亿元,恢复3年复合增长率近20%的水平。至2025年,国内消费市场规预计进一步扩张至2015亿元。

单丹表示,疫情使得预包装产品流通不畅,导致田野股份在预包装食品方面的业务量有所下滑。不过,在2019年底公司已开始切入新茶饮行业。伴随新茶饮市场的快速增长,田野股份近三年也积累了较好的行业口碑,与众多头部新茶饮企业达成合作,在新茶饮赛道上收获了不俗的业绩表现,弥补了预包装食品业务的缺口。

面对下游行业的变化,姚志认为,公司要积极创新营销模式抓住商机,但更要保持清醒。“新茶饮市场门槛低,经历了近几年的发展,市场做大的同时竞争也越来越激烈。”姚志表示,田野股份要做的是冷静审视新茶饮市场,同在大浪淘沙中脱颖而出的规范可靠的头部企业展开合作。

与此同时,预包装饮料市场或迎来新风口。单丹认为,疫情的结束和大众对于高品质果汁的依赖度逐渐提升为预包装果汁饮料业务的回升提供了市场机遇。“从今年的业务数据来看,NFC(非浓缩还原汁)果汁的需求量增长较快,我们的NFC产品已经在预包装果汁饮料新风口上占据了优势。未来公司还将坚持预包装与新茶饮双轨并行发展的战略。”单丹说。

产品创新快速落地

在主流消费群体年轻化的大背景下,消费者对食品饮料健康、悦己、猎奇的心理需求已超过了饱腹、营养等。在此基础上,产品创新越发成为食品饮料行业的重要竞争手段。深度融入下游客户供应链、创新链和价值链,为客户提供“产品+配方+服务”的一站式解决方案已成为田野股份的核心竞争力。

“对茶饮而言,没有哪一个口味会成为常青树,快速帮助下游企业预测市场风口、提供创新配方是我们最大的优势。”姚志表示,依靠多年深耕热带水果所积累的市场敏锐度和研发创新能力,田野股份在收到客户产品需求后能在7天内完成混配、复配,为客户提供配方样品。

以日前市上火爆的阳光玫瑰为例,单丹告诉记者,阳光玫瑰早在五年前就已陆续进入市场,尽管当时种植量、消费量并不大,但因其风味较好,公司预测具备广阔市场前景,过去五年公司一直溯源跟踪阳光玫瑰项目。

不只阳光玫瑰,曾火遍全网的茶饮新宠“乌漆嘛黑”桑葚饮品系列,亦是田野股份持续锚定市场的结晶。据单丹介绍,早在三年前田野股份便已开始向茶饮品牌推荐桑葚品类,2021年正式同茶百道引进该项目后,桑葚饮品便成为新茶饮的新风口。直至2023年,桑葚产品销售增速仍在5倍以上。

桑葚产品对于原料种植环境、原料新鲜度、加工工艺等要求极高,运输半径超50公里都难以储存。因此,公司必须第一时间选品,第一时间加工,成品第一时间进入冷库以后再提供给下游客户。“因此,从原材料种植到市场风口的预测,再到配方应用的落地,最后是产品成型与推广服务,我们为企业提供的快速精准的一站式解决方案。”单丹说。

目前田野股份在广西北海、海南定安、四川攀枝花、湖北荆门、湖北宜昌已拥有5个现代化工厂,产能布局涵盖中国热带果蔬主要产区,并且逐步进军温带果蔬产区,每年保证11个月可供应新鲜果蔬产品。姚志表示,依托具有前瞻性的人才队伍,田野股份将持续投入开发新的果蔬加工品种和配方,配合客户打造新品、潮品、爆品,使公司不断推陈出新、提质增效。

安全与效率并重

迅安科技深耕劳动者防护装备

● 本报记者 孟培嘉

“尘肺病和电光性眼炎是国内两大高发职业性职业病。公司产品的主要功能就是降低工人患上这两种疾病的概率。”迅安科技董事长高为人告诉中国证券报记者,守护劳动者健康一直是公司秉持的理念。

在这份初心下,迅安科技的自动变光焊接防护面罩与电动送风过滤式呼吸器产品线不断迭代、丰富,正适配更多复杂、有害的工作场景,大大提升劳动安全性与工作效率。

专注劳动安全保护

“这是一款了不起的产品!”上世纪90年代初,在一本国外杂志上第一次看到自动变光焊接面罩的高为人发出惊叹。毕业于东南大学(原南京工学院)激光专业的他敏锐意识到这款产品将使焊接防护发生革命性的变化,很快查阅起相关资料,掌握了产品背后的原理。2001年,高为人正式下海创业,公司首款产品就是自动变光电焊面罩。

“与传统普通黑玻璃片焊接面罩相比,迅安科技生产的自动变光电焊防护面罩采用高品质的光学镀膜,可以大幅降低电弧光中的有害射线对眼睛的伤害。”高为人表示,产品同时内含液晶光阀和电子控制电路,可实现焊接起弧时万分之一秒内变暗,方便操作工人防护眼睛的同时轻松观测焊点和熔池,不仅工作效率可以提高30%左右,技术培训时间也能缩短一半左右。

在高为人看来,焊接防护面罩的意义不光在于提升了焊接工人的工作效率,更重要的是起到了对生命安全的保护。“长期接触焊接的工人往往有各种各样的职业病,不光是强光刺激下导致的青光眼,还包括面部灼伤、呼吸道吸入有害物质等。”他说,劳动者是生产的根本,守护好他们的健康、让他们的工作更轻松是公司产品设计的初衷。

正是基于这一理念,迅安科技又推出了电动送风过滤式呼吸器,可与焊接防护面罩配合使用,由滤芯将污染空气净化,维持面罩内正压,避免操作人员吸入外界污染空气,改善操作人员的作业条件和作业环境。

“现在工作环境越来越复杂和多样性,有些半封闭空间里会产生大量焊接烟尘,亟需对呼吸系统进行保护。”高为人介绍,与传统呼吸器相比,电动送风过滤式呼吸器无需配备氧气罐,便于携带,适用于狭小、封闭和半封闭的工作场所和粉尘、烟雾、气溶胶、有害气体浓度较高的工作环境。“目前,我们正细化呼吸器产品分类,争取适应更多工作场景。”

服务研发齐头并进

“公司刚成立时,光是寻找可以实现自动变光的材料就花费了很大精力。那会儿一年只能生产几百个面罩,客户有兴趣就寄一个过去。”高为人回忆道,创业之初公司只能通过外贸商进行单一产品的零星销售,如今客户均为行业龙头,可以主动为他们开发各类产品,支撑起公司这一转变的有两个要素,一是服务,二是研发。

高为人认为,注重服务就是要站在客户的角度看问题,深刻理解客户需求。“焊工在焊接时需要观测焊接物及设备等各种场景,如果能真实还原物体的原色将提高工作效率。因此,我们投入研发了具有‘真色彩’技术的面罩,通过光学原理有效还原真实色彩。”他举例道。

不仅要满足客户需求,还要提前一步想到客户没想到的问题,以保持产品领先。“欧盟、美国对焊接面罩的工作温度要求都是55℃,但我们发现在进行长时间大电流焊接时工作温度一定会超过这一数字,因此主动开发了耐85℃高温和100℃能够启动自保护的产品。”

正是在对客户需求的不断加深中,迅安科技的焊接防护面罩增添了诸如“真色彩”、功能参数记忆等各种实用功能,并且在产品外形上也增添了人体工程学设计、个性涂装等,进一步提升使用感受。

对需求的快速响应能力来自迅安科技在研发投入上的支撑。“公司自成立以来一贯坚持科技创新和自主研发之路,掌握了多项核心技术,在电路传感、材料学等领域都有很深的积累。”高为人说,公司研发部与项目部不少员工都是在公司工作了十多年的老员工,研发经验丰富。

目前,迅安科技拥有有效期内授权专利55项,其中授权发明专利10件、授权实用新型专利27件、5件PCT专利。此外,公司还采用了与欧美认证实验室同步的检测设备,严格将ISO9001国际质量体系贯彻到企业生产环节,产品通过CE、ANSI、NIOSH等多国产品认证。

持续开拓国内市场

近年来,随着国内职业教育的逐步规范和宣传力度的加大,从业人员的职业安全意识逐渐提高,对个体防护装备的需求不断增加,推动了国内智能个人防护装备市场规模较快增长。

公开数据显示,我国个体防护装备产业规模每年以15%左右的速度增长,位居全球前列,但在个体防护装备的标准、产品、检测和配备等方面与国外仍存在差距。《个体防护装备标准化提升三年专项行动计划(2021-2023年)》指出,将进一步完善个体防护装备标准体系,持续提升重点个体防护装备产品标准水平,个体防护装备国际标准取得重点突破,为从业人员的个体防护管理提供配备、执法和监管依据。

“加大对国内市场的开发力度,不光是挖掘业绩的增长空间,更重要的是进一步推广我们对劳动者健康重视的理念。”高为人介绍,公司为此制定了线下与线上并重的销售模式,一方面通过覆盖优质客户、参与国内外有影响的重大项目 and 加强宣传等方式来提升自身品牌;另一方面将努力获得相关政府机构、协会组织对企业产品及服务品质的认可,进而提升公司的影响力。

与此同时,迅安科技还采取走进职业学校举办各类活动的方式,让预备工人提前养成注意个人保护的意识;同时在京东、天猫等电商渠道进行布局,提高相关产品的可获得性,从而进一步推广防护理念。

“我们在国外取得了一定成绩,现在正逐步加码国内市场的开发。只有国内、国外‘两条腿’齐步走,公司才能获得更长远的发展。”高为人说。



迅安科技自动变光电焊面罩产品 公司供图