

九江7家企业入选“第二批南海制造业全国隐形冠军”名单

做细分领域深耕者 “隐形冠军”发力加速



澳舒健家具产能居全国前列；一龙新材料可让无纺布柔软如棉；永恒头盔年产300多万顶……在九江镇，有可能在一个并不起眼的行业里，这样的“巨无霸”比比皆是。近日，南海区“第二批南海制造业全国隐形冠军”名单公示，九江共计7家企业入选，分别是：澳舒健家具、承林家具、非特新材料、一龙新材料、中元创新、必得福无纺布、永恒头盔。这些“隐形冠军”的涌现，不仅为自身博得了更多关注和敬佩的目光，也让外界对九江的产业实力有了更深入、更立体的了解。

当一个地区的“隐形冠军”不断涌现，或者也从侧面反映着这个地方的民营企业的创新与品质新追求。从高速发展进入高质量发展的南海，正积极迎来盛产“隐形冠军”的时代，而在九江，遍地开花的民营经济，在历经大浪淘沙后，也逐渐迎来一批深耕细分领域的企业相继崛起。



■佛山市南海必得福无纺布有限公司无纺布生产K线。珠江时报记者 章佳琳 摄

南海区拟认定“第二批南海制造业全国隐形冠军”名单（九江镇）

- 广东省澳舒健家具制造有限公司
- 佛山市承林家具有限公司
- 佛山市非特新材料有限公司
- 广东一龙新材料科技有限公司
- 广东中元创新科技有限公司
- 佛山市南海必得福无纺布有限公司
- 佛山市南海永恒头盔制造有限公司



■林氏木业的仓储中心。(资料图片)

『冠军』涌现

做细分领域的深耕者

纵观这7家“隐形冠军”企业，不难发现，像必得福、林氏木业、永恒头盔等都是广东乃至全国范围内比较知名的企业，通过这次评比，一些原本并不太知名的“冠军”也都“浮出水面”。

在拥有1700多家家具企业的九江镇，尽管有着深厚的家具制造业基础，但更多的是寂寂无名的中小型企业，像林氏木业这样的家居企业冠军，其实也不过是只有12年发展历程的“小鲜肉”，但因为连续10年夺得全网住宅家具企业销量冠军宝座，却广为大众熟知。相比于林氏木业，另一家家具企业澳舒健家具则显得较为“默默无闻”。

2019年12月初，佛山市澳舒健家具制造有限公司（下称“澳舒健”）的工人们忙着将仓库中约2万个座位的公共座椅打包装柜，这批公共座椅将被安装到印度的70多个机场。对于澳舒健的工人们来说，这样的繁忙场景并不罕见。经过近20年的发展，澳舒健产能已达到年产公共座椅超150万张，公共座椅产品进入了重庆江北国际机场、尼日利亚机场、广州东站、北京南站等众多国内外大型公共项目。其中广州东站内的3000多个候车座椅均全部出自澳舒健。

这样的“威水史”目前显然未能被大众所熟知，正如当你吃着最熟悉的箭牌口香糖时，很多人并未想到那抹与众不同的绿，恰恰出自广东一龙新材料科技有限公司。

对于大部分九江人来说，扎根本土40年的中元创新科技有限公司早就是一家知名企业了，但依然让人惊讶的是，由该公司研发的一款室内数字电视天线已经升级到只有0.1mm厚，技术水平早已引领全球。数据统计，美国超五成房车的天线都是中元创新的产品；在我国可移动电视天线行业中，中元创新生产销售的家庭数字电视天线出口市场占比居全国第一。“我们企业拥有40年历史，两代人秉承诚信经营的理念，坚守电子信息产业，坚持创新。”中元创新董事长张伟强的话，道出了中元创新科技有限公司成功的关键。坚持在细分领域上深耕，这其实也是很多优秀制造业企业的一个共性。

深耕平凡领域直至做出不平凡的成绩，这正是典型的制造业隐形冠军的成长之路。相信小零件也有大市场，把“不起眼”的行业零部件做专、做新、做特、做精，在加快产业集聚的同时，九江的企业家们积极引导企业在细分领域深耕细作，成为行业内的“隐形冠军”。当一座城市拥有了这样的灵魂，便有了前行的力量。“开放包容、敢为人先、创新开拓”的九江产业精神，正深刻地融入这座城镇的灵魂。

为高质量发展添“加速度”

经济新常态本质是发展动力的转换。在新一轮发展中，传统发展动力迅速减弱，县域面临最大的问题是发展动力不足。新的发展动力在哪里？答案就是创新。

林氏木业4.0项目，正是行业龙头以自身变革重塑传统产业链条的典型案列。

伴随着订单规模持续加大，一向采用代工模式的林氏木业，开始思考如何提升外协工厂生产效率，优化产品质量。因此，林氏木业决心加大在产品结构、外观、生产流程等领域的研发投入，以更科学的方法重塑整个生产链条。

通过突破行业传统，布局20万平方米智能仓储，建立优质高效的供应链，林氏木业在位居天猫“双十一”家具销售之冠的光环下，依然率先提出“99%现货”和“七天闪电发货”服务，实现1489个城区免费五包到家。同时，跟随新零售的趋势，布局线下体验馆，计划三年全国扩增1000家门店。这样的商业构筑，无不体现着林氏木业自带的“创新变革”基因。

近年来，在供给侧结构性改革大潮下，佛山越来越多的行业龙头企业主动求变、求新，带动产业链上下游共同发展，推动产业不断

向高端迈进。经历时代的考验，撕去珠三角曾经代工制造的低端标签，如今，这批企业正成为推动当地区域经济迈向高质量发展的“冠军力量”。

在佛山市非特新材料有限公司，“把不可能变成可能”几乎是企业内所有人的信仰。

在非特新成立之初，中国的汽车工业刚起步，当时国内还没有生产泡沫陶瓷过滤器产品。在找不到现有的配套资源的情况下，非特新技术团队决定“撸起袖子自己干”，自主研发生产线，把不可能变成可能。为此，公司总经理彭刚带着研发团队，对泡沫陶瓷过滤器的生产工艺进行了一系列的创新，不仅花费大量时间研发生产设备，还根据国内原材料的特性，对工艺进行了优化，实现了技术和设备的创新，并且形成了自主研发的规模性发展。

功夫不负有心人，经过不断的调配优化，非特新终于把废品率控制在五万分之一。其自主研发的高温型氧化锆泡沫陶瓷过滤器国内市场占有率第一，陶瓷型芯稳居国内民用滤芯领域市场占有率第一位。

若企业想在大浪淘沙的市场中站稳脚跟，就须把研发功夫做扎实，以产品差异化提升市场竞争力，九江的企业家们深谙这样的道理。如此看来，正是自主创新的冠军基因让九江的企业发展之路越走越宽。



■林氏木业在北京的主题式家具馆，电竞、健身、K歌、派对功能一应俱全。(资料图)

品牌引领

推动企业可持续发展

如果说县域发展要有优势，那必须是站得高、看得远，超前谋划。

所有成绩单显然只是九江企业的“冰山一角”。在过往的制造业“巨无霸”中，很多企业要么陶醉于贴牌生产的荣耀中，要么辛勤不懈地从事产品生产。但是，正所谓“一流企业做标准，二流企业做品牌，三流企业做产品”，要想提高产品的附加值，推动企业可持续发展，企业最终必须走品牌引领之路。如何打响品牌？仅靠埋头生产显然已经不适应大时代的需求，电商+家具的林氏木业模式或者可为九江数量庞大的家具企业提供借鉴。

“我们希望利用新零售和大数据为传统产业赋能。”林氏木业品牌总监李承泽说。随着“互联网+”战略的深入，新一代信息技术快速发展，并与制造业深度融合。制造业的发展理念、制造模式、技术体系和价值链正在发生巨大的变革。

从企业基因上分析，林氏木业既具有典型的互联网基因，又兼具了九江1700多家家具企业的共通特质。

12年线上营销，林氏木业积累下700多万天猫粉丝，同时布局林氏特色的新零售模式，线上线下双向导流。之所以选择回归线下门店，并以新零售为其赋能，缘于家具销售的一个痛点。很多消费者批量购买家具是希望享受到线上的优惠价格，但是又怕购买到的家具不放心，通过线上渠道让消费者认识到林氏木业这个品牌，再引流到线下门店无疑是有效的解决方法。

在新零售蓝海上，林氏木业开始了“五同”、“五包”实践，包括：同产品、同质量、同价格、同

活动、同服务；包长途运输、包同城配送、包上楼、包安装、包售后服务。截至目前，林氏木业已实现全球门店252家，线下业绩反超线上。从2014年开始，林氏木业开始重构消费场景，抢滩新零售市场，并不断深化“互联网+制造”模式，以产业集群为核心，解决佛山地区家具业产能过剩问题的同时，开启互联网家具销售蓝海。作为一家互联网家具企业，制造环节已经不是林氏木业的重心，核心业务转变为研发、需求管理和品质把控。从2015年开始，随着销售额逐年攀升，林氏木业开始自建数据库，将多年来积累的消费数据采集起来，进行大数据分析，帮助企业快速判断市场潮流风向，以数据反哺产品研发。

李承泽认为，南海九江乃至整个佛山深厚的家具生产基础，使得林氏木业在初期能够快速对接上下游产业链的供应商，家具产业的集聚也为企业寻找专业人才带来了极大便利。现在，随着业务的发展，林氏木业的供应链合作伙伴遍布全球，甚至延伸到欧美。

解构林氏木业的成长基因，其“冠军”发展目标清晰可见。在林氏木业的品牌龙头引领下，九江镇正崛起越来越庞大的家具产业集群，挺起了南海电商+家具模式的创新脊梁。

一花独放不是春。在为数众多的南海名企背后，是雄厚的产业基础和千千万万雨后春笋般迅猛成长的南海品牌。通过对标行业龙头，九江镇正进一步吹响培育“隐形冠军”集群的号角，默默发力，扶优扶大扶精民营经济，推动产业高质量发展，培育更多“月亮”、孕育更多“太阳”。