

国企·新动能

研发投入4.62亿 主导或参与制定国家、行业标准45项……

杭氧跑出科技创新“加速度”

通讯员蒋磊、傅亮报道 2022年投入研发费用达4.62亿元,同比增长31%,研发投入强度达3.68%。主导或参与制定国家、行业标准45项,其中37项气体分离与液化设备领域标准,占该领域标准总数的80%以上……这是杭氧集团股份有限公司(以下简称“杭氧”)在技术创新方面交出的一份耀眼“成绩单”。

作为国内历史最悠久、市场占有率最高、装备制造能力最强的空分设备制造企业,杭氧在行业内的“身份标签”明显。近年来,通过全面对标、全面创新、全面提升,杭氧生发出越来越多的创新力量,先后获得国家科学技术进步奖一等奖、省标准创新重大贡献奖;入选国家级科改示范企业,国家级创建世界一流专业领军示范企业,跑出科技创新“加速度”。

“创新是企业的生命”

成立于1950年与共和国共成长的杭氧,与生俱来就有一股敢于创新的拼劲。

作为民族工业的金名片,杭氧空分核心技术跨过了从无到有、从有到优的发展阶段,实现了特大型空分设备国产化的突破,10万台级空分装置一举突破国外巨头垄断。在国家最高等级的科技奖项上,杭氧参与研制的“400万吨/年煤间接液化成套技术创新开发及产业化”获得国家科学技术进步奖一等奖。技术加



持下,杭氧已完全有实力在特大型空分设备领域与国外巨头同台竞技。

“创新是企业的生命,是企业爬坡过坎、发展壮大的根本。纵观杭氧的发展史,就是一部科技创新、迭代升级、自立自强的进步史。”杭氧董事长郑伟说,在2022年,杭氧投入的研发费用达4.62亿元。

企业投入的增长,释放了创新创造的热情与活力。近年来,杭氧利用核心技术优势,自主研制了首台(套)全系列等级空分设备,氮气精提装置、百万吨级乙烯冷箱、液氮洗冷箱、一氧化碳氢分离装置、氢气膨胀机组等众多“专精特新”产品,实现了国产化替代,进一步巩固了公司在低温技术领域国内领跑者的地位。

向服务型制造转型

进入新世纪以来,杭氧开启了传统制造业向服务型制造业的转型升级之路,在专注技术创新、产品迭代升级的同时,积极

开拓思路、勇于探索,创新“牵着牛奶卖牛奶”的商业模式,增强了全产业链的核心竞争优势,气体产业规模逐年壮大、盈利多点开花、业绩稳步增长,有效平抑了制造业的周期性波动,形成了设备制造和气体产业两翼齐飞的新格局。

以气体产业为例,杭氧加快补齐电子气、特种气体品类发展,着力在并网布局、行业分布、服务模式、气体品种上发力并取得新突破,产业链不断拉长,产品菜单、服务内容不断丰富,产品从大宗气体扩展到稀有气体、特种气体,涉及半导体、航空航天、高端医疗、食品保鲜等领域,并运用世界一流的数据化智能运营中心(DIOC),提升气体产业数字化运营管控能力。

在“双碳”政策下,杭氧还将氢产业发展列为“十四五”发展目标之一,成立氢产业发展中心,正式进军绿色能源新赛道,开展氢能上游制氢、中游储运、下游应用研究。今年,杭氧进军氢能领域迈出了关键一步,运营了1套4000Nm³/h 氢气提纯装置及1座6000KG/天加氢站。

打造高端人才“蓄水池”

走进杭氧临安制造基地实验中心,技术实验人员正在进行空分机理研究,获取有价值的数据,运用到产品的设计制造中。

技术创新成果并不是一蹴而

就、轻而易举就能获得的,杭氧相关负责人介绍,“在一次次摔打中,我们深刻体会到了技术研究的重要性”。

为确保始终站在行业技术最前列,杭氧按照“基础理论研究—核心技术攻关—产品研发—应用场景研究”四位一体研发工作策略,建立了“三层次实验平台”,形成产、研、用的一体化,使设备板块和气体板块相互促进,加速技术创新与产品迭代。

“加快实现高水平科技自立自强,是推动企业高质量发展的必由之路。”杭氧相关负责人表示,这一切都离不开人才的支持,因此我们在依靠技术创新转换发展动能的同时,积极打造高能级的人才集聚平台、高效能的人才体制机制,建立创新人才、创业人才的孵化基地,建设高端人才的“蓄水池”。

截至目前,杭氧拥有技术人员1200余人,其中,享受国务院特殊津贴5人,浙江省“新世纪151人才”7人,中国机械工业百名工匠2人,浙江工匠1人。

同时,杭氧还建立了以创新价值、能力、贡献为导向的人才评价体系,设立技术贡献特别奖励,并通过工程技术研究中心、博士后工作站、政府重点科研项目承担等途径和方式,培养和锻炼出队伍专业化、人才专业化、机制专门化的专业技术团队,营造了“引得进、留得住、用得好”的人才环境。

全国跨境电商综试区
评估前十名中
浙江占三席
名列第一位

本报讯 通讯员王乔斌报道 日前,全国跨境电商综试区现场会在杭州召开。会上,商务部发布了2022年跨境电商综试区(以下简称“综试区”)考核评估结果。结果显示,浙江省参与评价的10个综试区整体情况较好,大部分指标高于全国平均水平和东部地区平均水平。其中,杭州、宁波、义乌等3个综试区综合排名处于第一档“成效明显”,再次位列全国十大优秀综试区,浙江省席位占比全国第一。温州、湖州、嘉兴、绍兴、衢州、台州、丽水等7个综试区综合排名处于第二档“成效较好”,情况同样全国领先。

此外,浙江省各综试区结合本地实际,开展制度、管理、服务创新,涌现了一批好经验好做法,浙江省11个典型案例入选商务部“外贸新业态优秀实践案例”(全国共30个),浙江省数量全国第一。

目前,浙江省共获批12个综试区,率先实现了省域全覆盖。跨境电商成为浙江省外贸稳中提质的重要支撑,据省商务厅监测数据,2022年,全省跨境电商进出口4222.8亿元,同比增长18.7%,规模居全国第二位,其中,出口2911.3亿元,增长23.7%。

据了解,这是商务部第二次对全国前五批共105个综试区开展建设进展评估,主要考量综试区方案实施、工作机制建立、便利化政策落实、年度进出口额、年度出口增速、高新技术企业数量和海外仓数量等40多个指标。评估结果分为“成效明显”(10个)、“成效较好”(50个)、“成效初显”(40个)和“尚在起步阶段”(5个)四个档次。

巨化助力
C919“一飞冲天”

本报讯 通讯员徐嘉胤报道 5月28日,国产大飞机C919大型客机圆满完成首次商业载客飞行。这标志着我国自行研制、具有自主知识产权的喷气式干线客机正式进入民航市场。巨化集团有限公司作为C919国产大飞机制造供应商之一,所提供的航空氟塑料制品成功应用到大飞机上,为C919“研发、制造、取证、投运”的全面贯通提供了强有力的新材料保障。

C919由飞机制造商中国商用飞机有限责任公司(中国商飞)制造。巨化集团为C919提供八大类产能,每架C919大飞机使用航空氟塑料制品万余个。国产大飞机开启市场化运营、产业化发展新征程,必将对高端制造业带来深远影响,为上下游企业带来全新的发展机遇。仅今年以来,巨化集团为中国商飞提供的8个大类航空制品供货量同比增长30%。

作为省属大型国有企业,近年来巨化集团不断推

进新材料向终端化、高端化、专业化、差异化、绿色化延伸,其中含氟新材料多个产品解决了国内“卡脖子”技术,填补了国内产业空白。巨化集团下属歌瑞公司专门从事含氟特种功能材料研发和深加工,已形成具有自主知识产权的含氟膜及其复合材料、改性氟聚合物超微粉、含氟高端制品等三大系列20余种产品,主要应用于新能源、航空航天、汽车、建筑装饰、功能材料改性等领域。

近年来,歌瑞公司积极与中国商飞开展交流合作,建立完善了AS9100D航空航天质量管理体系,并通过第三方审核,于2018年进入商飞合格供应商名录。2019年,歌瑞公司交付的航空氟塑料制品实现在C919国产大飞机上的应用。疫情期间,歌瑞公司更是在中国商飞多个航空用非金属材料标准件及紧固件面临断供风险时,主动承接研发重担,先后完成多项航空氟塑料制品开发研制认证工作。

瞄准企业需求
助企做深做实

温州出台方案
推动集成创新一体式助企服务建设

柯哲人

为构建科学高效的企业服务体系,近日,温州市经信局(市“两办”)出台《集成创新一体式助企服务专项行动方案》(以下简称“行动方案”),围绕暖企解难题、助企提质增效、惠企减负降负三大主题,推动实施营商环境优化提升“一号改革工程”。

据悉,该“行动方案”旨在持续推进温州全市“万名干部进万企”行动,充分发挥市县企业综合服务平台优势资源,用好“帮企云”应用+96666服务热线+“两个健康”直通车为企业服务机制,以线上“帮企云”+线下“助企行”构建全方位、闭环式、一体式助企服务运行模式。

该《行动方案》包含一个体系、两个高效、三个精准和N个平台。“一个体系”,即整合温州市“两办”办和市企业综合服务平台力量,组建“一办十组”+企业综合服务平台统一调度指挥系统;“两个高效”,即高效惠企政策服务和高效处置涉企诉求;“三个精准”,即精准培训、精准培育和精准赋能;“N个平台”,包括“帮企云”线上企业诉求平台、线下企业创新赋能平台、亲清政商云学堂,以及重点镇街企业服务中心等。

根据《行动方案》,现在起

蚕茧丰收助增收



5月30日,湖州市德清县新安镇一家蚕茧收购点的工人在分类整理蚕茧。时下正是春蚕收购时节,新安镇的蚕农抢抓农时摘茧、售茧。德清县作为杭嘉湖地区蚕桑的主要产地之一,有着悠久的蚕桑生产历史,种桑养蚕

成为农户致富增收的有效途径。近年来,当地积极探索多层次蚕桑新技术,通过“公司+合作社+农户”的发展模式,带动蚕农增收致富,助推乡村振兴。

通讯员谢尚国 摄

“对小朋友来说太幼稚了,对成年人来说刚刚好”

“童心经济”圈住年轻消费者

谭心仪的

随着“六一”儿童节的到来,各个餐饮消费品牌借势儿童节营销的儿童套餐火爆出圈,随餐搭配的联名限定玩具,引发年轻消费者抢购热潮。不少网友纷纷评论:“对小朋友来说太幼稚了,对成年人来说刚刚好。”这些原本预定给小朋友们的玩具为何会成为“大朋友”的消费新热点?

爆款玩具
引来“大朋友”关注

5月20日当天,肯德基上线的“六一”儿童节限定套餐,沿用玩具盲盒玩法——购买69.9元的双人餐或129元的儿童节超级大桶即可随机获得一款三丽鸥联名款玩具;麦当劳则推出了

一款长得和麦乐鸡块造型和色系很接近的俄罗斯方块游戏机,到店购买指定套餐加30元,就能获得游戏机。

不少网友为了抢到心仪的玩具,开售当天就前往线下店铺提前等候,在大众点评网站上,嘉兴“六一限定联名哪家强”收获122.5万同城热度。

“我为了它好努力。”嘉兴市民晓雯是一名95后广告策划,5月24日,她在朋友圈晒出了3家门店才抢到的游戏机。她说:“虽然我知道这是品牌营销,但花30元钱买个童年回忆,并不会造成什么负担,而且它很有趣,平时还能玩玩。”

IP加成和“回忆杀”成为消费者关注的重点。笔者注意到,另外几家连锁快餐品牌企业也是主打“情怀牌”,必胜客和宝可

梦IP联名出套餐,上新了4款出场自带魔性的BGM的宝可梦公仔;德克士选择的是马力欧,联名周边玩具包括飞盘、餐具和沙包玩具;购买华莱士与西游记联名套餐,附赠的是一把“biubiu”水枪;而塔斯汀则与巴啦啦小魔仙合作,周边玩具包括仙女棒、蝴蝶翅膀等,少女心满满。

随着大家纷纷在网上晒出“六一限定玩具”,这些“爆款”也成了一种社交货币,吸引了更多人的关注,甚至催生出“代吃”服务,在二手交易平台,原价30元一个的麦乐鸡游戏机被加价到了50多元,甚至更高。

“童心经济”
圈住年轻消费者

“巴斯光年、草莓熊陪你一

起重回美好的童年;卓大王、三丽鸥、奥特曼系列商品可甜可酷,缤纷来袭;快乐不分大小,谁还不是个宝宝呢……”日前,在嘉兴市区八佰伴购物中心的一家文创杂货集合店内,陈女士正在挑选“罐头猪”新出的西游系列盲盒。尽管一个盲盒价格高达79元,但陈女士在购买时没有丝毫犹豫,她说:“我就喜欢这个猪猪,平时工作压力比较大,看着这些猪猪可可爱爱没有心机的萌样,感觉超级解压。”

5月30日中午,笔者来到嘉兴乐高玩具专卖店,店里有不少家长正带着孩子在选购玩具。据了解,该店在5月10日至31日期间推出了“六一”节日满赠活动,同时上架了几款“六一”限定礼包。店员介绍,这两天刚上架的“六一”礼包相对平时便宜了不少,折扣最高的一款便宜了近1000元,因此,很多成人适用的玩具销量提高了不少。

根据电商网站数据显示,今年“六一”期间,16岁至25岁人群及46岁以上人群最爱给自己买玩具。不少成年人通过给自己买儿童节礼物来找回属于自己的童年回忆,这让儿童节成了一场成年人的消费狂欢。

当长大成人的“大朋友”面

临来自工作、生活、家庭的多重压力时,充满童趣的商品让不

少成年人找到释放压力的途

径,找回属于孩童时期的简单快乐。但在成年人热衷过儿童节同时,也有业内从业人员表

示:“年轻人过儿童节不乏是一

种怀旧的补偿式消费,在一些

产品疯狂刷屏之下,消费者应

该更多地保持理性。”

根据《行动方案》,现在起