

向“智”而立 向“新”而生

翰森卫浴的订单交付提速27%，产品不良率降至0.6%

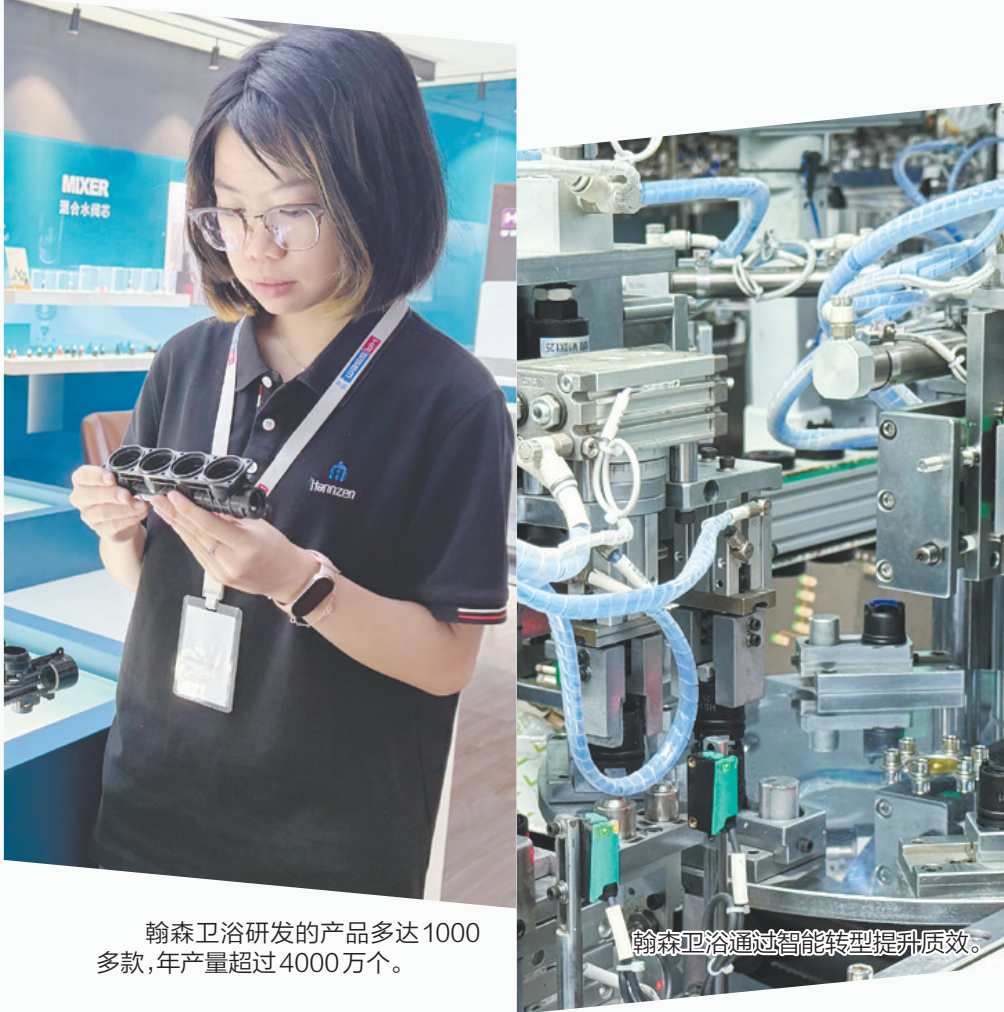
向新图强 逐质而行 ——构建现代化产业体系之江企巡礼

在数智化车间里，机械臂正高速运转，以0.01毫米精度加工陶瓷阀芯；电子屏上MES（制造执行）系统实时跳动着生产进度、质量趋势、库存周转等数据，红色预警灯一旦亮起，维保团队便会第一时间响应……

位于开平市水口镇的开平市翰森卫浴有限公司（以下简称“翰森卫浴”），数字化、智能化正深度融入生产的每一个环节。作为国内知名卫浴品牌的核心供应商，翰森卫浴是开平卫浴行业较早全面实现智能化生产的企业之一。经过一年多的智能化改造，该公司的订单交付速度提升27%，产品不良率从1.5%降至0.6%，设备综合效率从65%提升至72%。

“现在行业竞争越来越激烈，靠低价抢市场肯定走不通，企业必须抓智能升级，提升生产效率，靠精准工艺把产品品质稳住、做出价值，企业才能走得更远。”翰森卫浴董事长梅庆翰表示，公司已在越南建设新工厂，将同步复制国内智能生产模式，依托技术优势拓展国际市场，以智能转型推动企业向新质生产力迈进。

文/图 江门日报记者 陈倩婷



翰森卫浴研发的产品多达1000多款，年产量超过4000万个。

翰森卫浴通过智能转型提升质效。

研发驱动 从模仿到创新，构建技术“护城河”

作为中国知名的水暖卫浴生产基地，开平市水口镇历经多年深耕积淀，已形成集研发、生产、销售、服务于一体的庞大水暖卫浴产业集群，产业链条完善、产业生态成熟，吸引着众多创业者在此寻觅机遇，梅庆翰就是其中一员。

2003年，市场营销专业出身的梅庆翰经朋友介绍来到水口镇考察，从此与水暖卫浴行业结下不解之缘。他先在一家阀芯企业担任销售工作，积累了两年经验后自主创业，专门生产与销售精密陶瓷阀芯。“当时水暖卫浴品类很多，有人做水闸、有人做龙头，而我最初接触的就是阀芯，觉得它技术门槛高、有挑战，就选择了这个细分领域。”梅庆翰说。

创业初期，翰森卫浴与许多传统制造企业一样，以“模仿”为主，“市场上什么好卖，我们就模仿什么。”但随着市场竞争加剧，价格战愈演愈烈，梅庆翰意识到唯有通过技术创新才能突围。2010年，翰森卫浴正式成立研发中心，组建专业团队攻关关键技术。

HSP-015 阀芯正是翰森卫浴创新能力的代表之作，这款获得发明专利的产品，成功解决了“调流量手感重”的产品痛点。“为了提升用户体验，我们在研发过程中对流量控制与手感进行了无数次模拟测试，最终将精度控制在0.1N·m，实现了水温的精准调节。”翰森卫浴研发人员余锦仪介绍道。

走进翰森卫浴的研发实验室，

各类精密检测设备井然有序。“无论是新研发的产品还是在售产品，我们都定期开展寿命测试、流量控制测试，确保每款产品都经得起市场考验。”据余锦仪介绍，正在测试的产品是翰森卫浴于2013年推出的首款按压阀芯。历经十余年迭代，其使用寿命已从最初的10万次逐步提升至20万次、50万次，直至如今的100万次。

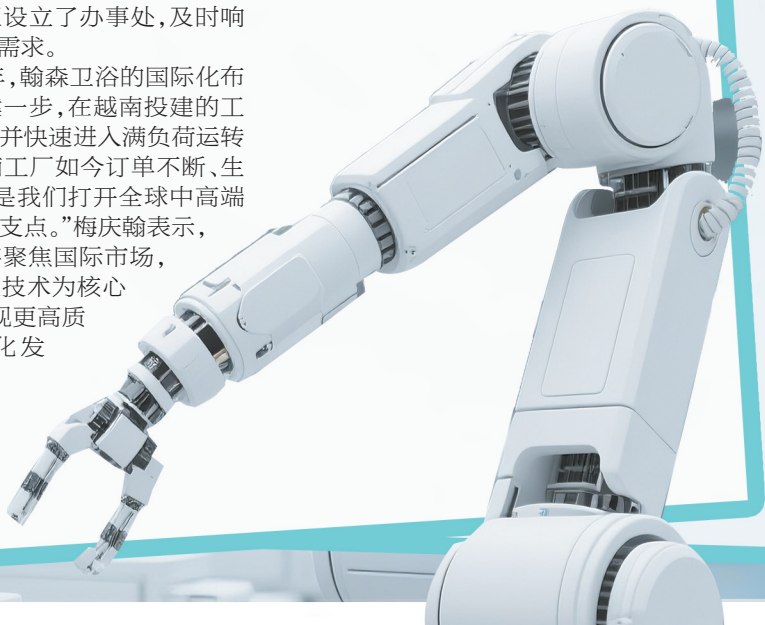
目前，翰森卫浴每年将产值的5%投入研发，已累计获得专利近100项，涵盖实用新型和发明专利，构建起坚实的技术“护城河”。产品线也已扩展至按压阀芯、快开阀芯、分水阀芯、慢开阀芯、单把阀芯等1000多个品类，年产量超过4000万个。

问道

江门市智能装备及机器人协会常务副会长冯旭初：

从翰森卫浴看中小制造企业的创新与转型

翰森卫浴的成长之路，为广大制造企业尤其是中小制造企业提供了极具参考价值的启示。翰森卫浴专注于精密陶瓷阀芯这一细分领域，通过持续深耕构建技术壁垒，最终成为“小而美”的行业标杆。面对行业内卷，翰森卫浴通过加大研发投入、提升产品品质实现差异化竞争，用近100项专利和不断迭代的产品证明：创新才是企业长久发展的核心动力。在新的经济形势下，翰森卫浴积极拥抱数字化转型，逐步实现了生产全流程的数字化、智能化，不仅提升了生产效率和产品质量，还降低了成本，增强了产品的竞争力，从而赢得市场。



广东携成智能装备有限公司总经理符智波：“没有永远的风口，唯有适时者进”



江门，这座兼具深厚产业根基与蓬勃创新活力的城市，孕育了无数怀揣梦想的创业者。广东携成智能装备有限公司（以下简称“携成”）总经理符智波，便是其中极具代表性的一位。

从一间百余平方米的销售门店起步，到打造出拥有核心技术的自有品牌；从面对转型阵痛的艰难抉择，到抓住电商风口将产品销往全球130多个国家和地区，符智波的每一

步前行，既饱含着个人对事业的坚守，更映照着小企业在时代变革中，如何抓住机遇、突破困局、实现跃升的探索与实践。

面对近年复杂的市场波动，符智波带领团队聚焦节能环保与自动化技术研发，持续推动产品升级换代，让企业每年业绩保持20%至30%的稳定增长。创业16年来，符智波深刻体会到：“没有永远的风口，唯有适时者进。”在他看来，风口总会过去，懂得顺应时代发展调整方向，才是企业行稳致远的关键。

文/图 江门日报记者 陈倩婷

做销售出身，在江门赚到“人生第一桶金”

来自湖南湘潭的符智波，与江门的缘分始于2006年。当时，他在中国一家知名电器品牌担任区域销售经理，负责珠三角市场。在轮岗深耕江门的七八个月里，他看到了江门的独特优势：创业成本相对较低，且中小型制造企业密集，潜藏着对塑料自动化生产设备的需求。

2009年，符智波在江海租下120多平方米的铺面，成立携成，以OEM代工产品销售开启了创业之路。彼时，国家正持续推动扩大内需，众多工厂为提升生产效率，纷纷加大自动化设备引进力度。刚起步的他恰好赶上这波需求热潮，门店订单纷至沓来。“当时市场需求旺盛，产品基本

不愁卖。”符智波回忆道，就这样，他在江门赚到“人生第一桶金”。

然而，依赖代工的模式很快暴露短板。随着市场需求激增，上游工厂质量不稳定，产能不足，断货成为常事。这让符智波清醒地意识到，依赖他人生产并非长久之计，要想把生意做大，必须自己掌握生产环节。2011年，他在江海租下1600平方米厂房，从单纯的销售转向自主生产，逐步组建起自己的研发和生产团队。销售模式也随之调整，从零售转向批发，发展下游经销商、代理商，同时为其他品牌贴牌加工生产，企业迈出了规模化发展的第一步。

敢于吃“螃蟹”，抢抓电商发展风口

2012年的国际行业展会上，一个场景深深触动了符智波——他看到自家代工的设备，在国外品牌的展位上报价竟是他供货价的3倍以上。这一巨大差距让他坚定了做自有品牌的决心。他果断投入资金，对标国际品牌升级产品核心配置，力求在品质上与国际接轨。

转型初期的代价是巨大的。由于价格上涨，不少贴牌加工客户选择离开，订单量骤降。但符智波坚信，优质客户会为品质买单，短暂的“阵痛”是为了更长远的发展。就在这时，符智波注意到当时尚处起步阶段的采购批发电商平台。彼时同行们还在依赖线下展会，为了拓展销路，他当即拍板果断进驻

电商平台，组建电商团队。网店上线首月就吸引到一批优质客户，生意逐渐重回正轨，携成也成为江门首批吃到电商红利企业之一。

随着国内市场的稳定，符智波很快又将目光投向了海外。线上，他依托国际贸易电商平台，顺利开启外贸业务；线下，通过持续参与海外展会，逐步构建起覆盖130个国家和地区的销售网络。当时为满足国外客户对企业实力和生产环境的高要求，他不仅投入数十万元改造厂房，积极申报ISO9001等国际认证，还在美国设立分公司以直接服务高端市场，让“中国制造”机械产品在国际舞台上崭露头角。目前，携成的线上订单约占比达40%。

练好“内功”，以技术创新抵御市场风浪

2022年，携成位于新会智能产业园的新生产基地正式投产，占地30亩，建筑面积4万多平方米。从租赁厂房到自建基地，增资扩产的背后是符智波对企业长远发展的清晰规划：“江门的创业氛围很好，这里完善的产业链配套和优质的营商环境，能支撑我们走向更远的未来。”

近年来，全球市场波动加剧，不少企业面临发展困境。然而携成装备却能逆势而上，2024年销售总额同比增长了43.85%。这背后的秘诀，正是科技创新。

据介绍，符智波的团队聚焦节能环保、数据化、自动化三大研发方向，通过持续升级产品性能，降低产品能耗，深受市场青睐。如团队研发的节能干燥机、冷水机可实现30%至80%的节电效果，直接降低客户生产电费；数据

化系统可实时监控设备状态、工艺、能耗，提前预警故障，大幅提升了设备运维效率；为企业量身定制中央供料、供水系统等自动化生产方案，帮助客户降本增效。

目前，携成的生产制造团队约300人，其中，研发人员占比达10%。近年来，企业先后与华南理工大学、五邑大学、江门技师学院等院校合作，共建产学研合作基地与协同创新研究中心，累计获得授权发明专利、实用新型专利及软件著作权等50余项。

从代理销售到自主生产，从贴牌代工到自主品牌，从国内市场到全球布局，符智波前行的每一步都踩准了时代的节点。他的创业历程，也正是众多中小企业在时代浪潮中不断调整航向、勇立潮头的生动写照。正如他所言，唯有顺势而为、主动求变，才能在变化多端的市场中始终保持前行的力量。这或许，正是民营企业生生不息的成长密码。



识别二维码 了解详情