



品牌概述

杭州顺峰链业有限公司位于仓前镇工业园区,是中国最大的车用链条制造商之一。公司主营产品为摩托车链条、叉车链条、汽车链条、工业传动链条等,产品品牌包括顺峰 SFR、傲胜 oSee、TVH 等,其中高等级赛车专用链条在国内属领先水平。2004 年企业年产值 3000 余万元,仅 4 年之后,2008 年跃升到 1 亿元已成定局;产品远销欧洲、非洲、南美和东南亚国家,并和全球知名企业配套与合作。目前全球有 3000 万用户在使用顺峰链业产品,每年累计使用里程超过 2000 亿公里。

企业于 2004 年 2 月通过 ISO9001:2000 质量管理体系认证,员工中质量检验人员比例达到了业界少见的 15%。同年,完成在马德里联盟成员国之间的商标国际注册。2006 年产品品牌“TVH”“SFR”被评为区知名商标;2007 年“TVH”“SFR”被评为杭州市名牌产品。目前公司所依据的技术质量标准有:国标 ISO606-94;欧洲标准 DIN8187、8188;美国标准 ANSI、日本标准 JIS 等。

对于“品牌”一词,顺峰链业给出的释义是——对于制造业而言,品牌的核心是品质。品牌代表着诚信。

品牌·余杭

栏目主办:杭州市余杭区实施品牌经济战略工程领导小组办公室

承办:杭州市工商行政管理局余杭分局 杭州市质量技术监督局余杭分局



做中国最专业的车用链条制造商

——记杭州顺峰链业有限公司

品牌之路

科学的国际市场布局,让“顺峰”风平浪静

对业绩主要依靠出口的工业企业,时下业内业外关注的焦点在于:受金融危机冲击程度如何,以及采取了怎样的应对措施。顺峰链业给人的印象是:它受到的冲击也许只是小小的浪花。原因何在?是科学的国际市场布局,让他们风平浪静。顺峰链业目前产品 80% 出口,而其中的 20% 是出口美国、欧洲市场,还有更多的 60% 是出口新兴市场,南美洲、东南亚、非洲等等。

短短 6 年时间,这个规模只能算中等偏

小的企业已经像模像样地绘出了一张全球布局图。如果从顺峰的前身——仓前链条厂 1992 年开办算起,时间跨度也不过 16 年。

残酷的市场竞争,给予一个企业的时间非常宝贵。2008 年,在大的战略保持稳定、常态化之外,顺峰链业在具体战术上采取了一系列动作:调整销售结构,在确保欧洲和北美市场的前提下,开拓面向第三世界的相对低价产品,重点挖掘南美的巴西和非洲尼日利亚市场;加快技术革新和技术改造,用新工艺

和新设备做传统产品,以提高材料利用率和生产效率;寻找合作机会,与工业链制造厂商合作、兼并。路线和 7 年前已明显不同,顺峰链业今天做的内销只是整个产品市场一部分,不是有些人所揶揄的“匆忙得掉头转向”,而是把产品市场布局修正得更科学、更严谨。

眼下,顺峰链业总经理姚胜强又在提高“单位亩产”上动脑筋。顺峰链业在 21 亩大的主厂区内有近 18500 平方米建筑,车间都是多层结构,今年上半年,平均“亩产值”达到了

230 万元,新增 4500 平方厂房面积后,全年预计“亩产值”可达到 500 万元。

姚胜强在欧洲的合作伙伴给了他借鉴:一幢 11 层的大楼,1、2 层是销售展示及办公,3 至 11 层是生产制造,每年的产值有 2 亿多欧元。如果顺峰链业要实现向现代制造业的转型,就需规划新的生产基地,并且全部以多层高层建筑的形式来达成,15-20 亩的建筑面积,每层 5000 平方米,这样 10 层就能达到 50000 平方米。

品牌人物

姚胜强:做好“品质”和“成本”两本帐



杭州顺峰链业有限公司总经理姚胜强说,为了生存,链条行业的竞争一定还会越来越厉害。只有做好“品质”和“成本”两本账,加上新产品的不断开发,企业才可以做到永续经营。

今年,始自美国的金融危机愈演愈烈,蔓延全球,国内链条行业已经收到冲击,不少生产企业渐渐招架不住。苏浙有的知名企业逐月亏损,面临裁员压力,有的企业甚至已经停产转行。而顺峰由于一直注重产品质量,因此始终保持着稳定的客户群。目前,顺峰的合作伙伴包括欧洲规模最大的摩托车制造企业意大利比亚乔(PIAGGIO)集团,以及世界最大的汽车零部件供应商之一美国德尔福汽车系统

公司。对于本行业的前景,姚胜强认为,很可能三五年之后,国内就剩下几家企业。说这话时,他充满笑容,面带坚毅。

车用链条从数量上来讲,内外片、大小管、削制,加起来零件数量 600 多个。从工序上讲,有冲片、打印、切削、卷管、滚加工、热处理、表面颜色处理、成条装配、铆头,等等。“在这些工序里面,什么环节最重要?”今年一次员工大会上,姚胜强向大家发问。他最后给出

的回答是:不管零件制造、热处理还是装配成条,事实上每个环节都至关重要。因为客户买的是一个完整的质量优良的产品,任何一个环节不做好,最后都不可能有好产品。

面对瞬息万变的国际经济形势,姚胜强认为,企业只有顺其自然、勇于改变,才会有更大的发展。从目前来讲,就是要更加做好产品品质,降低成本,同时加大力度开拓优质产品。

姚胜强说,为了生存,链条行业的竞争一定还会越来越厉害。每位企业员工都在决定着企业的竞争力,因为每一个工序都在向客户展示着品质和诚意。不久前,一位巴西的客户到顺峰链业实地考察,那位客户看到大白天车间里开着很多灯,就提出了砍价要求,理由就是生产成本还可以降低更多,可以节约的却没节约,可见价格可压缩的成分一定更多。所以,细节问题对客户决定产生着重要影响。对所有这些细节,都应该放到企业的日常工作当中去时时关注。企业在变,思维也一定要变。只有做好“品质”和“成本”两本账,加上新产品的不断开发,企业才可以做到永续经营。