

消费日报

2024年4月23日
星期二
总第8679期
第5738期
今日4版

我国发明专利产业化率达39.6%

本报讯 国家知识产权局近日发布的《2023年中国专利调查报告》显示:2023年,我国发明专利产业化率达39.6%,较上年提高2.9个百分点,连续5年稳步提高。作为创新的主体,我国企业发明专利产业化率达51.3%,较上年提高3.2个百分点。

(人文)

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一连续出版物号 CN 11-0057 ■ 代号 81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

消费品制造业
高质量发展调研行

在4月15日开幕的第135届中国进出口商品交易会(以下简称“广交会”)上,不时就能看到一两境外采购商骑着“行李箱”在展馆穿行。这种能够骑行的“行李箱”吸引了诸多境外采购商争相来到展台试骑体验,成为本届广交会的精彩一幕。

在4月13日开幕的第四届中国国际消费品博览会(以下简称“消博会”)上,苏州凯灵箱包带来的能自动避开障碍物、可遥控方向骑行的智能拉杆箱;配置太阳能电池,可随时为数码设备充电的背包;将音响面料用于背包,兼具文件袋和双肩包双重功能的创新产品,都成为展会的“人气王”。无论是进博会,还是消博会,在两大顶级展会上,“黑科技”箱包产品吸引采购商目光的同时,隐藏在产品背后“看不见”的新质生产力发挥着巨大作用,让传统箱包企业焕发新生机。

箱包行业的新质生产力“新”在何处?在高质量发展的征程上,箱包企业又是如何从“新”而动、向“质”而行?近日,记者走进位于江苏省苏州市吴江区的凯灵箱包有限公司(以下简称“凯灵箱包”)一探究竟。

科技引领
增强发展动能

「黑科技」层出不穷



图为凯灵箱包董事长申建新向记者展示箱包产品。

在苏州凯灵箱包文化创意中心,凯灵箱包董事长申建新向记者展示了两块箱包布料,一块颜色墨黑表面光滑,另一块颜色深灰富有弹性。他用一把美工刀分别在两块布料上用力划了几下,只见黑色布料已是“开膛破肚”,而灰色布料却只受了点“皮外伤”,表面仅能看到几条浅浅的划痕。

“黑色的是市面上出售的普通箱包布,而灰色的则是我们和中国纺织工业联合会产品研发中心一起研发出来的特殊超强纤维布,二者差异一试便知。”申建新自豪地说,如今,这种特殊超强纤维布已经成功在凯灵箱包推出的一些儿童书包、成人双肩包中得到运用,这些箱包就具有防砍防划、阻燃等功能,如同一块“防护盾”为使用者提供一份安全保障。

不只是防刀割书包,在今年的消博会上,凯灵箱包带来的一款新品双肩包,更是创新性地将音响面料用于背包生产,不仅能够透气、防水、防污,还兼具文件袋与双肩包的双重属性。据申建新介绍,“该产品无论是材料还是功能,都已经走在箱包领域的前列,也是行业从未有过的创新设计。在这款产品上,既可以看到凯灵箱包在品牌建设中布局新质生产力,也可以看到新质生产力在产品中淋漓尽致的展现。”

凯灵箱包应用的“黑科技”还有很多,而这些科技创新归功于其上级公司凯灵实业在箱包布料领域的多年耕耘。2000年,申建新创办了苏州凯灵织造厂(以下简称“凯灵织造”),主要从事高端箱包面料的生产。申建新坚信,恪守工匠精神,产品精益求精,企业才会有发展。与此同时,凯灵织造在研发和技术上大量投入,企业开始在国内箱包面料行业崭露头角。2006年,陆续开始有国际知名奢侈品牌前来采购凯灵织造箱包面料用于其箱包生产,凯灵织造因此名声大振,订单不断,在江苏高端箱包面料行业市场的占有率达到了60%,很快坐上了当地的头把交椅。2012年—2022年,凯灵获评由中国纺织工业联合会命名的我国唯一一家“国家牛津布及箱包面料产品开发基地”,由此确立了凯灵织造在国内高端箱包面料领域的龙头地位。

经过多年发展,凯灵织造的箱包面料在国内高端箱包面料市场的份额达到了20%左右,在长三角地区、珠三角地区以及北方市场均享有很高的知名度和信誉度。凭借扎实的箱包面料研发和生产领域的丰富经验,申建新果敢地从“纺织布”向“制造包”转变。2016年,申建新在吴江桃源镇富乡工业开发区注册成立了苏州凯灵箱包有限公司,投资5000万元建立了集自主研发、生产、销售为一体的专业化箱包生产企业,专注于拉杆箱、手提包、单肩包、双肩包、斜挎包、手抓包等各类商务箱包的研发和生产。2017年,正式推出了以“凯灵”为注册商标的箱包。

“凯灵箱包坚持制造业当家,狠抓创新、改革和增量突破,不断提升产品的含金量、含新量、含智量,推进产业科技创新,发展新质生产力,加快建设产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代的一流品牌企业。”申建新说。



图为凯灵箱包文化创意中心。



图为凯灵箱包文化创意中心箱包展示区域。

解决旅行箱包“不抗摔”硬伤

转型升级 赋能传统产业

去年底召开的中央经济工作会议,首次在“新的消费增长点”中单独点出国货“潮品”这一关键词。国货“潮品”承载着人们对美好生活的向往,也彰显着对中国品牌的自信。但是,不得不面对的一个问题是:在箱包行业,特别是旅行箱领域,质量过硬的国货凤毛麟角。

今年3月,青岛市市场监督管理局公布了旅行箱包产品质量监督抽检结果,共抽检旅行箱包产品20批次,其中不合格产品3批次,均为振荡冲击性能项目抽检不合格。

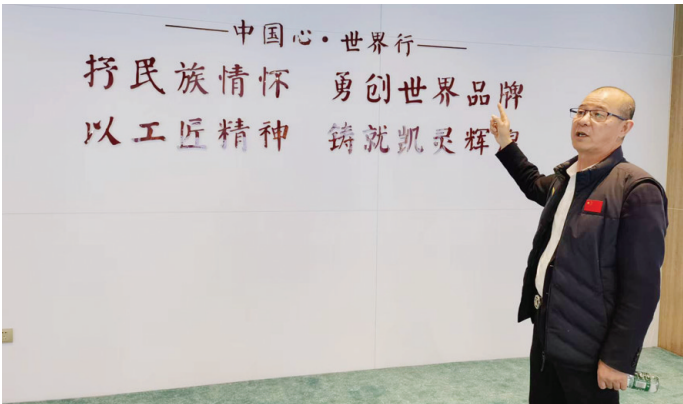
去年10月,福建省市场监督管理局组织对旅行箱包产品质量开展省级监督抽查,共抽查5家电子商务企业的5批次产品,其中2批次不合格,不合格发现率为40%。

对国内的消费者而言,随着出行频率、家庭旅行的增多,一只靠谱、质量过硬的拉杆箱是必需品,这时,难道只能选近万元的洋品牌旅行箱?目睹了国产高端旅行箱产品在市场上的缺位,申建新更加坚定了做“高端”“抗摔”旅行箱的初心。

“这款箱包具备钢材9倍的硬度,1/2锂电池的重量,3600摄氏度的燃烧点,是用碳纤维面料制成的,属于航空航天用材料。”申建新拿起一款碳纤维旅行箱自豪地说,“这是我们最新研发的产品,防水、抗摔而且轻量化,我把它称作是‘中国的劳斯莱斯’。”

记者跟随申建新走进凯灵箱包的产品检测中心,工作人员正在利用箱包行走磨损试验机、拉杆顺滑试验机、程式恒温恒湿试验机等设备对箱包进行测试。据介绍,凯灵箱包的每一款新品推出前,样品都必须先通过一系列考验,比如在90摄氏度高温和零下40摄氏度低温的极端环境下不老化、不变形、不开裂,以时速5千米拖行1000公里轮胎不损坏,拉杆上下提拉5000次不爆杆等,确保产品品质的稳定。

“产品创新就像登山,需要不断向上攀登高峰。”申建新说,凯灵箱包2024年计划投入1亿多元,把全球领先的铝镁合金拉杆箱智能化生产线引入苏州。



图为凯灵箱包董事长申建新向记者介绍品牌理念。

向价值链高端延伸

从创名牌到创世界品牌

一,是连亚太地区乃至世界的一个重要窗口。前些年,凯灵箱包香港旗舰店的正式落地,就是为了能够让更多来自世界各地的人关注凯灵箱包,也为凯灵箱包打入国际市场提供一定的基础。申建新把把香港作为拓展海外业务、企业国际化的“跳板”,并在澳大利亚和柬埔寨等国家的机场开设多家旗舰店,这也将成为凯灵箱包拓展全球版图的新起点。

凯灵箱包敢于走上国际竞争舞台,用高端的品牌形象、高质量的产品、诚信的服务,探索符合中国品牌的境外市场拓展之路,为我国箱包企业走向世界积累了更多经验。而且,在很大程度上也起到了展示我国箱包企业的技术优势和高质量综合实力的目的,更昭示了“中国品牌”比肩世界的信心和勇气。

凯灵箱包只是我国箱包行业积极拥抱新质生产力的典型代表。去年年末,深圳市中小企业服务局副局

长胡小剑曾在中国鞋包产业数字化创新峰会上表示,数字技术与鞋包产业已经开始深度融合,数字技术已经成为鞋包行业企业开展战略决策、产品设计、生产制造、市场拓展、流程重组、供应链重构和协同创新的重要资源。

中国轻工业联合会副会长、中国皮革协会理事长李玉中在“2023中国箱包产业高质量发展论坛”上也坦言,“长期来看,我国箱包产业发展优势仍较为明显,完整的产业链、巨大的国内市场、素质较高的劳动力等是行业持续发展的重要支撑,是行业高质量发展的信心和底气。因此,行业同仁要坚定信心,准确把握消费需求的深刻变化,坚持稳中求进,以进促稳,通过科技创新、设计引领、践行‘三品战略’,不断推动行业结构优化、转型升级,这也是我国箱包行业实现高质量发展的必由之路。”

中国品牌走向世界
民族自信引领未来

记者手记

在记者赴凯灵箱包调研的过程中,印象最深的是该公司董事长申建新对民族品牌的信心。申建新这样告诉记者,“站在箱包民族品牌建设的前沿阵地,昨天,我们研发、织造出享有极高知名度和信誉度的箱包面料,成为中国箱包面料大型研发生产基地;今天,我们同样有信心创出中国箱包行业著名的自主品牌和民族品牌,让中国品牌走向世界。”

而以凯灵箱包为代表的民族品牌,其底气来自于自主创新的科技硬核。凯灵箱包研发设计的一款智能拉杆箱,具有随行和骑行功能,不仅解放了使用者的双手,还可以把箱子当成“电动车”。一个拉杆箱可负载150公斤,只需手机APP遥控就可载人前行10公里,让行程变得更加轻松。同时,拉杆箱还具有放电功能,通过USB接口就可当超大容量的充电宝使用。产品有趣而实用,但是想要实现这些功能,对凯灵箱包甚至国内的箱包行业来说,都是0到1的嬗变。在这款智能拉杆箱的研发中,为了将诸多电子及机械元件集中到4个轮子,凯灵箱包花了1年时间,耗资2000万元。在设计上,凯灵箱包更是不惜重金常年聘请意大利米兰设计师,把代表世界一流的时尚理念和时尚潮流融入箱包设计,为今后箱包出国门、走向世界奠定基础。6年投入1.6亿元,凯灵箱包依托时尚化、新材料、功能性和智能科技,一步步挺进行业最前列。

如果说自主核心技术是民族品牌的基石,那么深藏在技术之后的则是中国人的那股子精气神。就像凯灵箱包的品牌标识设计思路——中间是字母“K”,外面用一个圈把“K”围起来,寓意“OK”(好)。“K”是“凯”字的首字母,又是扑克牌中图案牌最大的一张,表明凯灵箱包要做到最大、最好;“K”是由竖钩、撇、点三个毛笔字笔画组成的,竖钩的顶天立地,加上右边的一撇一点,就像是一个顶天立地的人,表明凯灵箱包的一种态度:将以民族自信、品牌自信的雄心与激情,努力打造一个真正属于中国人自己的民族箱包品牌。

这是中国品牌的底气,也是中国人的底气。

解码箱包行业「含新量」
数智化再造新质生产力

□ 白 驹 文/摄

记者在凯灵箱包文化创意中心看到,上千平方米的展厅里整齐有序地摆放着几百件箱包产品,从适用人群分为男士、女士、学生;从性能上分为商务、旅游、休闲;从面料上分为铝镁合金、碳纤维、牛皮、PC、牛津布;从功能上分为防刀割、电子称重、报警、太阳能等,几乎涵盖了当下市场上所有最流行的箱包种类和品种,可满足不同消费群体的需求。

据了解,自2017年进入市场以来,凯灵箱包已陆续推出了300多个品类、600多款箱包产品。

“中国箱包市场空间巨大,增长具有可持续性,在消费升级催化作用下,中国箱包市场将进一步扩大,并向价值链高端延伸,未来一定是品牌经济的时代,凯灵箱包要用高品质诠释自主品牌的中国箱包。”申建新豪情满怀,“站在箱包民族品牌建设的前沿阵地,昨天,我们研发、织造出享有极高知名度和信誉度的箱包面料,成为中国箱包面料大型研发生产基地;今天,我们同样有信心创出中国箱包行业著名的自主品牌和民族品牌,让中国品牌走向世界。”

进军海外市场,香港国际机场显然是一块“试金石”。“与知名为伍才能成为知名,与大牌竞争才能成为大牌。”申建新说,香港是全世界零售业发达的地区之