

30年前,在杭州市中心的一幢写字楼里,20平方米,一张桌子,一个员工,这就是巨星控股集团(以下简称“巨星”)的开始;30年后,营业总收入726亿元,连续多年入选中国民营企业500强,拥有员工4.3万余人,产品销售及服务网络覆盖全球180多个国家和地区。

从手工行业起步,分别入股杭叉集团、国自机器人、新柴股份、中策橡胶,布局叉车、移动机器人、柴油发动机、轮胎等领域,拓展制造业版图,巨星就如同悬挂着“浙江制造”风帆的航船,以“智造”为引擎,载着风雨同舟、日夜兼程的伙伴,吹响了“品牌出海”的出征号。

三十年精一至行,大道于心。巨星控股集团董事长仇建平说:“大道,即时代大势、家国情怀。做企业,心中要有大势,要爱国守法,积极履行社会责任;精一,即惟精惟一,专注、聚焦、唯美,深刻研究所在行业的规律,以道心追求极致,获得各界尊重,建立独特竞争优势。巨星跟随改革开放的浪潮,根植于中国制造,30年围绕主业,因市场而生而强,实现了中国民族品牌的国际化发展。”

未来3年,巨星将持续加大制造和技术投资力度,投资固定资产100亿元,加快杭州制造业生产基地建设,研发投入100亿元,加大技术领先程度。同时,持续“走出去”,并购海外品牌和企业,加快海外工厂投建,加快全球化发展。



位于杭州九堡的巨星控股集团

巨星科技

围绕主业拓边界 产业链优势助力品牌出海

“忙得真的连吃午饭的时间都没有。”杭州巨星科技股份有限公司(简称“巨星科技”)高级副总裁李锋说。他匆匆忙忙吃了根香蕉,紧接着又开始和客商交流起来。第134届广交会上,人来人往,生意火爆,“客户走进来,就问What's new(哪个是新款)?都是奔着新产品来的。”李锋说。

巨星科技是广交会的“常客”,这次他们获得了顶额的12个品牌展位,一口气布展了10余个工具品牌、上千款工具产品。功夫不负有心人,广交会上,巨星科技接待客商超过1000人次。

作为巨星旗下最先起步的主业子公司,巨星科技已经成长为全球领先的工具企业,近10年来更是通过不断并购延伸产品线,扩展行业边界,目前拥有产品类目3万多个,2022年总营收达到126亿元。依托全球化布局的生产制造能力,以及欧美地区本土化的服务优势,巨星科技慢慢走上“品牌出海”的国际化征程。

将中国制造的全球化生产优势转化为立足世界的品牌优势,一直都是国内制造企业的难题。品牌能力强,意味着对产业链的主导能力强;同样,一家产业链链主企业,在走向国际化的征途中,需要品牌能力的突破。巨星科技已经走到这个关键节点,也必然要跨过这个节点。一方面,巨星科技正在完善全球范围内的制造分工分布,在东南亚建成的工厂已经全部投入使用,东南亚产能布局初步成型。另一方面,积极利用欧美本土团队的优势,为客户继续提供完善的就近服务体系,确保了订单和售后的相互匹配。巨星科技已经为树立全球化品牌积累了坚实的基础和底蕴。

多年经营工具类目,巨星科技具备强大的产品设计、研发能力,开发面世了多个成功品牌。比如工具品牌WORKPRO,在亚马逊上年销量高达7000万美金,居国内同类目品牌第一位。同时,针对欧美市场的品牌壁垒,巨星科技通过并购不断扩展产品线,形成ARROW、BeA、SK、PONY&JORGENSEN、Goldblatt等多个世界级知名工具品牌矩阵。“我们现在依然在等待并购的机会,巨星科技也具备这样的实力和条件,可以围绕主业,选择好的海外品牌标的,将产业做大做强。”仇建平说。

杭叉集团 新能源弯道超车 产品创新布局未来

每周六上午10点,杭叉集团的官方抖音号就热闹起来。新能源叉车在镜头里摆弄着各种“造型”,绿色、橙色的车身闪闪发亮,展示新能源叉车各种性能。在锂电池新能源叉车领域,杭叉集团俨然已成为领航者。

作为工业车辆行业领军企业和新能源工业车辆先行者,杭叉集团提出了“创新驱动、加快推进国际化、深化新能源”三大战略,抢抓“双碳”发展机遇,凭借在锂电池、驱动电机、整车电控等关键零部件的前瞻布局,力争将全系列产品切换为锂电、氢燃料电池等新能源产品,实现产品转型升级和高质量发展目标。“与传统叉车相比,锂电池叉车在智能化、使用寿命、环保、售后服务上都有优势。目前,杭叉已经拥有锂电新能源叉车全系列产品,引领行业的创新型产品陆续推向市场,构筑起强劲的市场竞争壁垒。”杭叉集团董事长陈赛民说。

在巨星,制造业文化的核心是细节决定成败,而细节来源于不断研发投入和布局未来。通过前瞻性布局新能源产品,杭叉集团形成了性能领先、型谱齐全、供应链稳定、品牌认可度高优势的竞争格局。同时,在各行业亟待智能制造转型升级的关键时期,杭叉集团在稳健发展的基础上,助推高度灵活、个性化、数字化的产品与服务的生产模式,积极布局全流程物流解决方案,谋求可持续发展动能。

“做一家百年企业,首先要把产品、技术、市场、品牌做好,让产品有市场竞争力,符合用户需求。”仇建平说。杭叉集团通过创新制胜、精品意识、数字理念、服务精神等多措并举提升品牌价值、塑造品牌效益,如今正将“杭叉”品牌推向世界,连续两年海外营收增长70%。

(本版图片由巨星控股集团提供)

布局全球



杭叉集团未来工厂

精一至



胡俊翔

中策橡胶未来工厂

大道至



巨星科技产品合集

中策橡胶 数字化转型抢先机 做世界一流的轮胎企业

10月的下沙,天朗气清,秋风送爽。走进中策橡胶生产基地,智能车床相接,工业机器人各就其位,一道道工序轨道相连形成一条条生产线,从一个车间连到另一个车间。一辆辆智能AGV叉车穿梭其间,沿着划好的路径,把物料和一个个轮胎从货架上取下,装到物流车上,无需工人引导。

整个车间井然有序,“未来工厂”已然有模有样。综合应用5G、AI、大数据、云计算、物联网等新技术的未来工厂把员工从生产线上解放出来,劳动生产率提升了300%,一天的产能在13000条以上。

轮胎,曾经是典型的劳动密集型产业,如今已经成为产业数字化转型的“试验场”,新能源汽车的崛起,更为轮胎“智造”提供了用武之地。相较于传统汽车,新能源汽车车身更重,需要耐磨性更高的轮胎来提升使用寿命,对于轮胎的滚动阻力、轮胎载重、静音性和舒适性等方面也提出了更高

的要求。中策橡胶专门为新能源汽车研发了轮胎“1号EV PRO”系列,实现超级静音、超级抓地、超级节能、高级精致的强大性能,在多方面实现了升级与创新。“新能源汽车领域,是完全不同的用户画像,轮胎使用趋向性能的优化,用户讲求的是体验感。我们已经慢慢把握到这个趋势,中策的轮胎,每一条都可以追溯。”中策橡胶相关负责人说。

轮胎行业全球化销售、全球化采购,与之匹配的全球化生产与研发布局,可以有效规避贸易壁垒、整合生产要素、降低运输成本、提升技术水平。中策橡胶2012年在泰国建立生产基地,并于2015年正式投产。“从我们的战略上说,要做世界一流的轮胎企业,营收规模、生产规模要成为第一梯队。通过外销的进一步扩大,做大市场份额,让更多的车主通过市场的力量来认识中策的轮胎,提升品牌度。”中策橡胶相关负责人说。



新柴股份工厂实景



国自机器人产品合集

国自机器人、新柴股份 不断突破市场和技术边界

从杭州地图上寻找巨星制造版图,上城、钱塘、临安、富阳,如同珍珠,散落在四处,巨星以深耕杭州制造的心愿将之串珠成链,勾勒出一幅以杭州为根据地打造制造业生产基地的宏伟蓝图,而这幅蓝图的底色就是聚焦主业。以制造业为主轴,巨星依循自身发展逻辑不断丰满和延伸其业务链条,走出了一条内外兼修的发展之路。除巨星科技、杭叉集团、中策橡胶,巨星旗下还有国自机器人、新柴股份

等多家行业龙头企业。

国自机器人通过深耕智能巡检和智能物流两大行业,在市场和技術两方面不断突破,业务覆盖工程机械、光伏新能源、电网、发电、石油化工等行业,为超过3000+家海内外客户提供产品及服务。而新柴股份逐步开发混合动力、燃气发动机等新能源产品以及对原有架构下的柴油机产品排放、油耗、噪声、振动等性能进行持续改进和升级,提升公

司产品的竞争力,形成以传统的柴油发动机为主,混合动力、新能源为辅,齐头并进的产业格局。

制造业的征途是星辰大海。未来,巨星将继续坚守实体经济,深耕制造业,不断加大集团资本投入,持续推动产业高端化、智能化、绿色化,加速全球产业链供应链的升级整合,充分发挥企业全球化优势,完善全球产业布局,坚定不移地做大做强中华民族品牌。



无人自动叉车(AGV)



氢能源叉车

A系列锂电堆垛车

迷你锂电款叉车

高压锂电叉车

XC锂电专用叉车

杭叉集团新能源叉车合集