

奔向高质量发展的春天



一个打包盒，富岭塑胶如何



记者 赵碧莹/文
朱海伟 卢杰/图

不久前，浙江省召开2021年全省制造业高质量发展大会，点赞了浙江省制造业高质量发展示范、数字化转型领跑企业和冠军企业等，台州富岭塑胶有限公司凭借浙江省制造业单项冠军受到了表彰。

这已经是富岭塑胶最近第二次拿到冠军荣誉了。此前，工信部发布的第五批制造业单项冠军企业（产品）名单上，也有富岭塑胶的身影。

过去我们一直在做美国的生意，危机到来时才意识到，真正的安全不是稳定不变，而是不断进取。董事长江桂兰说，近几年，富岭塑胶先后在墨西哥和印尼布局，全力开发非美市场，与此同时，凭借多年积累的核心技术，先人一步的市场布局，在去年的疫情危机中实现了逆势翻盘，打造了完美的V形反转战。



今年的富岭塑胶火力全开。最近我们公司已经实现满负荷生产，订单排到了下半年。国外疫情的延续，反而给了国内企业更多的机会，富岭塑胶相关负责人告诉记者，如今，富岭塑胶待发发货的塑料制品已经堆满了仓库，甚至向外租了仓库存放。富岭塑胶这样的状态从去年延续至今，和去年年初呈现了截然不同的两种状态。其实去年年初我们还是很着急的。江桂兰说，富岭塑胶侧重生产外贸订单，产品90%以上出口美国，他们的

企业要提前为市场做好准备，这是富岭塑胶一路走来的写照，就像国外市场的打包盒，就像国内市场的开发。去年10月，浙江限塑升级，不可降解塑料袋、一次性塑料餐具等产品将逐渐被禁止或限制使用。作为塑料行业的领军企业，从去年到今年，多家媒体拜访富岭塑胶时都曾问过江桂兰同一个问题：你是怎么看待升级版限塑令给企业带来的影响的？而江桂兰对此的回答是：限塑令对于企业来说反而是一个机会，给我们打开国内市场递来了一把钥匙。因为专注于国际市场，富岭塑胶一度忽视了国内市场。随着国家鼓励畅通国际国内双循环，富岭塑胶也决定发力国内市场，用两条腿走路，将市场走得更稳。升级版限塑令刚出来时，也担心会影响我们打开国内市场。江桂兰说，但没过几天，事情就发生了180度

也许是经历过太多的风雨，面对去年的困境，江桂兰却认为，和以前比，去年的难都不算难。创业之初，我们借钱买设备，又要做销售、又要做工人、又要当老板，产品要研发、客户要开发，什么都是从零开始，那时候的压力才是真正的大。去年，江桂兰也焦虑，也烦恼，但她觉得总会有办法解决。办企业本来就不会一帆风顺，走了30年，我们有这个底气应对所有危机。江桂兰的自信来自于富岭塑胶多年的技术积累，来自于企业稳定的全球销售网络，同时也来自于她快速反应、先人一步的市场敏感度，而这也是这么多年富岭塑胶立足国际市场的核心竞争力。我们之所以这么多年都保持着不错的成绩，得益于我们总是快人一步。当别人做内销时，我们已通过外贸公司做外销；当别人通过外贸公司做外销时，我们已在海外成立销售公司；当别人在海外成立销售公司时，我们已在海外建厂。她说。2014年，富岭塑胶在美国的宾夕法尼亚州开建首家境外工厂，成为首家在宾夕法尼亚设厂的中国企业。

记者手记

记者 赵碧莹

变则通，通则达，在生物进化过程中，能够存活下来的，并不一定是那些最强壮的、最聪明的，而往往是那些对环境变化适应最快的。企业都想独占蓝海，而现实是市场竞争对手紧随而至，于是蓝海很快变红海。没有永远的蓝海，只有永远的速度。做企业就要抓住风口，顺势而上，越早出产品，越快占市场。富岭塑胶无疑是其中的佼佼者。因为侧重生产外贸订单，自2004年起，富岭塑胶便未雨绸缪，提前开启了全球化

一个打包盒，带来一场逆势反转

客户都是麦当劳、肯德基、汉堡王及沃尔玛等国际知名连锁企业，以前订单一直很稳定。但是因为疫情的冲击，他们生产的一次性杯子、刀叉等用品的需求遇冷，去年前几个月订单量直降30%，这一度让这个女强人焦头烂额，停工是小事，但我们还有1800多人的工资要发。江桂兰选择积极应变、主动求变。经过市场调研和对比分析，他们发现美国人虽然出门少，可是居家办公叫外卖增多，打包盒或是消费新趋势。2020年5月初，富岭塑胶迅速调整生产计划，将打包盒作为重点产品生

未雨绸缪，打开国内市场大门

大反转。国内不少企业竟然主动上门，询问能否提供可降解的吸管。原来，作为被限制使用的产品，塑料吸管首当其冲。对国内很多企业来说，这是头顶悬着的一把利剑，而富岭塑胶早就敲开了环保产品的大门。富岭塑胶自创业以来就秉承绿色环保，造福地球的企业使命专注前行，把可降解和可循环作为技术层面前进的方向，不断加大科技投入，积极培育拥有核心技术的自主品牌，以增强产品竞争力。江桂兰说。在可降解方面，早在2011年，富岭塑胶就携手中科院理化所，成立了温岭首家院士工作站，引进院士专家，致力于环保降解材料及产品的研究、开发和应用，获得多项BPI（可降解产品协会）证书和发明专利，奠定了业内领先地位。因为我们本身就有技术积累，在市场上也有口碑，所以当国内塑料吸管受

布局全球过程中，富岭塑胶的原则是快

现在回头来看，在美国建厂的决策是非常明智的，不仅减少了成本，也规避了之后因中美贸易摩擦带来的加征关税。不过，这还远远不够，最近几年，为应对多变的国际形势，富岭塑胶又先后在墨西哥、印度尼西亚建厂，全力开发非美市场。在布局全球的过程中，富岭塑胶有一个原则：要快。必须要快！如果自己买地建厂的话，需要很长一段时间，根本来不及。所以，我们所有的工厂都是租的，然后改造成厂房，这样就能节省不少时间。江桂兰说，办企业必须要用最快的速度去适应市场变化。这样的快不仅仅体现在将工厂办到境外，应对全球贸易上，此次全球疫情，富岭塑胶更是将快速反应体现得淋漓尽致。在富岭塑胶的生产车间，不到1秒钟，一个包含刀叉、纸巾的一次性塑料餐具套装就成功下线，随后在完成打包装箱后运往美国，成为各大餐饮公司的香饽饽。这些看似寻常的生产线，却是公司去年下半年临时调整的结果。

没有永远的蓝海，只有永远的速度

产业链布局模式，将被加征关税的产品转移至海外生产，先后在美国、墨西哥、印尼建厂；疫情冲击之下，他们能够在客户的话语里迅速抓住商机，大包装当机立断改小包装，仅仅用了1个多月时间。与此同时，富岭塑胶一直坚持创新发展，不断丰富、延长企业的产业链，与中科院理化所合建省级院士专家工作站，开展生物降解、环保塑料餐具等方面的研发，先人一步研发可降解吸管，未雨绸缪研发储备打包盒，都是他们在去年这场危机里实现反转的武器。可以说，从去年上半年的忧愁、焦虑，到下半年的仓库爆满、来不及生

产，这也迅速转化为富岭塑胶的新订单。去年二季度到三季度的订单量，实现了一个强有力的V形回升。打包盒一推出来，我们的市场马上就好了起来，原来减少的订单也因此得到了弥补。值得一提的是，富岭塑胶的打包盒在两年前就已经成功研发，只是因为富岭塑胶的市场主要在美国，外卖不流行，所以打包盒并没有成为富岭塑胶的重点产品。未雨绸缪很重要，一个产品的推出不可能一蹴而就，买设备、开模具都要提前做好准备，只有这样，当机会来临时，你才能迅速抓住，就像这个打包盒一样。江桂兰说。

到限制后，不少企业第一时间就想到了我们。在这一块业务上，最近我们忙得连交货都来不及。她说。以吸管为突破口，我们顺势而上，迅速和国内的大型连锁餐饮店、饮品店取得联系。江桂兰告诉记者，得益于可降解吸管业务的拉动，2020年富岭塑胶国内销售额达7500万元，比2019年翻了一番，预计2021年这一数字能达到2亿元。现在，我们在国内市场每个月的销售额都超过了1800万元。去年，富岭塑胶的《食品包装用PLA杯》品字标浙江制造标准获批发布。凭借过硬的资质和产品检测能力，富岭塑胶的PLA勺、PLA吸管、PLA纸杯、PLA纸碗还成功入选美团外卖青山计划首批降解塑料外卖包装推荐名录。没想到企业在国际市场上的积累，乘着政策的东风，在国内市场得到完全释放。对此，江桂兰十分感慨。

我们以前出口的都是单类产品的大包装。这么多年下来，富岭塑胶早就形成了一套自己的产品风格。可这一模式在2020年被打破了。江桂兰说，去年虽然受疫情影响无法出国面对面和客户沟通，但他们一直和客户保持着联系。有一段时期，客户一直没要求富岭塑胶发货。做好的订单为啥还不让发货？在一次电话中，江桂兰向客户抛出了疑惑。电话那头毫不掩饰：因为疫情，大包装的餐具用不上了，所有的一次性餐具必须单独包装。客户的话让江桂兰一下子醒悟：客户有需求，我们就要及时调整，并且要快！但那时候富岭塑胶没有分装的机器，也没有多余的劳动力，怎么办？江桂兰当机立断发挥妇联的力量，临时招了200多人救急。另一边，公司加急从国内外订购分装餐具的机器。光是购买设备这一项，去年就花了7000多万元，从下单到新的生产线投产，也就1个多月。变则通，通则达，富岭塑胶的快速反应和变通，让其在危机之中寻得了更多机遇。

