编者按

温岭926平方公里的土地上，千千万万的民营企业家在这里成长，在这里拼搏，在这里创新，在这里开拓。他们与温岭经济发展同频共振，他们靠着敏锐的嗅觉和敢想敢干的冲劲，筚路蓝缕、披荆斩棘，创造了泵与电机、汽摩配件、鞋帽服装等一个个“从0到1”的经济奇迹。他们用各自的方式努力奋斗，但又在越过一座又一座的山丘后殊途同归，那就是继续朝着下一个目标出发。

新时代，新阶段，新变局，在“两城两湖”发展新格局下，温岭民营企业家又将如何发挥主力军作用，抢抓新机遇，共创新未来？即日起，市融媒体中心联合市工商联共同推出“弘扬阳光岭商精神 共创两城两湖辉煌”系列报道，走进企业一线，倾听企业家心声。

突破老本行 挑战新赛道

看奥利达如何向‘新’而行

记者 赵碧莹/文 徐伟杰/图

“我们对空压机手柄进行了改进，通过可折叠的设计，改变客户对传统空压机笨重、不易移动的刻板印象，大大提高使用体验。”

“我们通过对空压机泵头结构的改造，不仅加速散热，也让空压机使用寿命延长了40%。”

“我们改变了偏心轮的结构和材料，不仅降低了成本，也大幅度提升了产品的稳定性。”

……

在浙江奥利达气动工具股份有限公司董事长办公室，企业创始人林帮法对着摆放在眼前的各类无油空压机和零配件如数家珍。“百舸争流，创新为上。企业要生存、要发展，必须深耕产业，精进自己的竞争优势。”

沿着创新这条主轴线，无论是在“老本行”喷枪市场或是“新赛道”空气压缩机市场，“科技是第一生产力”这一规律都得到了生动实践。

敢闯敢拼，匠心打磨细节

少年是不惧挑战，勇敢如虎的存在。林帮法年轻时亦是如此，敢闯、敢拼、敢尝试。

“箬横机械加工底子一直比较厚实，我最初创业也是从给发电机企业做配套开始的。”林帮法好学，他会把每个零部件拆分研究，搞懂产品原理，摸透机械结构，这为他后来研发并生产更为复杂的市场化终端产品打下了基础。

1996年，一个偶然的机会，一个客户无意中说起喷枪的市场需求很大，却被进口垄断。“你这小伙子头脑挺好的，一些有难度系数的产品你都能做出来，不如试试生产喷枪。”

当时才20多岁的林帮法一下子听了进去，不仅押上全部身家，还借款20万元，开始研发喷枪。一张办公桌、一台旧设备，在自家老房子里，他头也不回地走上创业之路。

但这条路其实并不好走。

白天跑市场，晚上赶火车，从南到北奔忙，是他当时的常态。回到家中，生活和工作不分你我。“经常忙到半夜一两点，那时候能熬，根本不知道累。”因为年轻，因为对未来充满期待，他不惧这些辛苦。

1999年2月15日，大年三十，中国人阖家团圆的日子。这时的林帮法却还在因为一个难题愁眉紧锁。

“当时我们生产的产品，阀门关闭时偶尔会漏气，虽然不影响产品正常使用，但客户体验感不好，这是我不能接受的。”在这方面林帮法非常固执，客户哪怕有一点点不好的评价，都会让他如坐针毡，“所以我要想方设法去改进它。”

“阀门的问题直到大年三十下午4点半，才终于圆满解决，我这才安心吃了个年夜饭。晚上放完鞭炮，我跟老婆商量春节去哪儿玩，一合计才发现，家里只剩下100多块钱。”

就是这样的坚持和死磕细节的韧劲，让林帮法的喷枪一经推出即大获成功，1999年产值达到400万元。此后，产值连年翻番，2000年800万元，2001年1600万元，2002年2300万元……在2004年，“奥利达”品牌系列喷枪在国内市场的占有率更是高达29%，销售额名列第一。

专利上百项，填补行业空白

2004年，对于奥利达来说，是值得纪念的一年。

这一年，林帮法决定走出国门闯一闯。“当时，一个前辈告诉我，企业想要做强做大，无内不稳，无外不大。我一想，这是很有道理的：只做国内市场，市场有限；只做国外市场，外贸订单又有季节性。企业想要更好地发展，还是要两条腿走路。”

2004年和2005年，对于林帮法来说，是疯狂的两年，他把所有的精力都投入到了新产品开发中。“国内的型号、款式和国外是不一样的，我们要根据不同国家的要求、使用习惯、使用场景等维度去开发适合他们市场的产品。”为此，他投入近千万元，重新开发出了百余款新品。

近千万元的投资在那个年代，对于初创的企业来说，是一笔巨款，更是压上全部身家的冒险，但在林帮法看来却是一笔很值的买卖，后来为他带来了不菲的回报。

林帮法记得，有一次送一位韩国客户去坐火车，对方的车还要两个小时发车，他就用自己仅知道的一点喷枪专用英语名称跟客户聊了两个小时。“虽然存在语言障碍，但依靠肢体语言和对技术的理解，我们聊出了很多值得改进的思路，我们一致认为逆向研发是远远不够的，要做自己的产品。我清楚记得，那一年我们革新了7项核心技术。”

所谓“逆向研发”，是指通过对成品进行拆卸，逐渐摸索出产品的设计理念和结构，然后将相关的技术进行转化。“这样的方式总会带着一些别人的影子。”2016年，国际同行巨头就利用这些发起了知识产权之战，对很多企业都造成了不小的影响。奥利达也不例外，一度在知识产权大战中举步维艰。

“那一年，可以说是我们企业发展的暗黑时刻。”也是在那段低谷期，林帮法深刻领悟到自主创新的重要性，“一定要创新，开发出拥有自主知识产权的独特产品。”

背负着这样的决心，林帮法开始尝试产学研合作，和高校、专业技术团队、设计公司深入合作，对产品进行颠覆性的改变。其自主研发的LVLP、HVLP、LVMP系列喷枪及水性漆专用喷枪，更是填补了中国环保喷枪设计、制造领域的空白，获得的发明、实用新型等专利已经超过了100项。

“以前我们出口的产品比别的品牌价格要低好几个点，但如今，我们的自主品牌价格能比同行高10%以上，这就是来自于核心技术和自主品牌的溢价。”林帮法说。

布局新领域，实现“弯道超车”

在一个成功企业家的身上，危机感往往是一个核心特质。就像林帮法，即使是在喷枪领域如鱼得水，也早早开始未雨绸缪，布局新领域、新赛道。

“喷枪是一个小众市场，我们能看到它的天花板。”林帮法的危机感让他早早开始寻找破局之道。“2014年，我们新上马了锂电扳手项目，但这是一个失败的项目。销量没做起来，成本也没降下去，到2016年项目关闭时，我们亏了300多万元。”

分析原因，林帮法觉得，一方面，是因为自己强机械而不是强电子，专业跨度太大；另一方面，锂电子在温岭缺乏产业链，发展体系不完整。

总结失败的经验后，林帮法又瞄准与喷漆枪同链、应用场景更广泛的空气压缩机作为转型方向。

“为了在新领域‘一炮打响’，我们广泛进行市场调研，了解用户群体需求与同行产品的技术、性能、质量痛点，确定攻关方向，发掘出很多创新点。举个小例子，通过在产品上添加折叠手柄这样的小改进，就能让用户体验更方便更舒心，并产生了‘四两拨千斤’的效应，助力我们打开市场。”林帮法回忆道，“我们还对风道、箱体结构、阀板、皮碗活塞等进行改进，更利于散热，和常规直筒模式相比，温升能低20K。”

这款经过改进的无油空压机自2020年推出市场就成为了“爆款”，短短两年时间，就成为了企业的拳头产品，让奥利达在空压机市场这块大蛋糕里分到了7000万元的份额，跻身行业前列。

而这样的创新还在不断继续，如今奥利达在空压机领域已取得了超70项专利。“我们花了一年多时间研发的第二代无油空压机预计将在这个月推出市场。在原有的基础上，我们对产品结构再一次进行了改进，进一步提高了空压机的散热效率，降低机器温度。”

创新练内功，管理出效益

回望奥利达发展历程，2016年是转折之年。

这一年，奥利达遭遇知识产权大战；这一年，奥利达经历锂电扳手项目之败；这一年，是奥利达真正走向创新之年；也是这一年，奥利达开启了现代管理体系改革新篇章。

“只有强化管理体系，修炼好内功，企业才能走得更稳、走得更快。”林帮法说。

2016年，奥利达导入了卓越绩效管理，通过推动精细化生产和绩效考核管理，使企业产品的下线合格率从原来的82%提高到了如今的98.5%，基本做到“0”客诉。

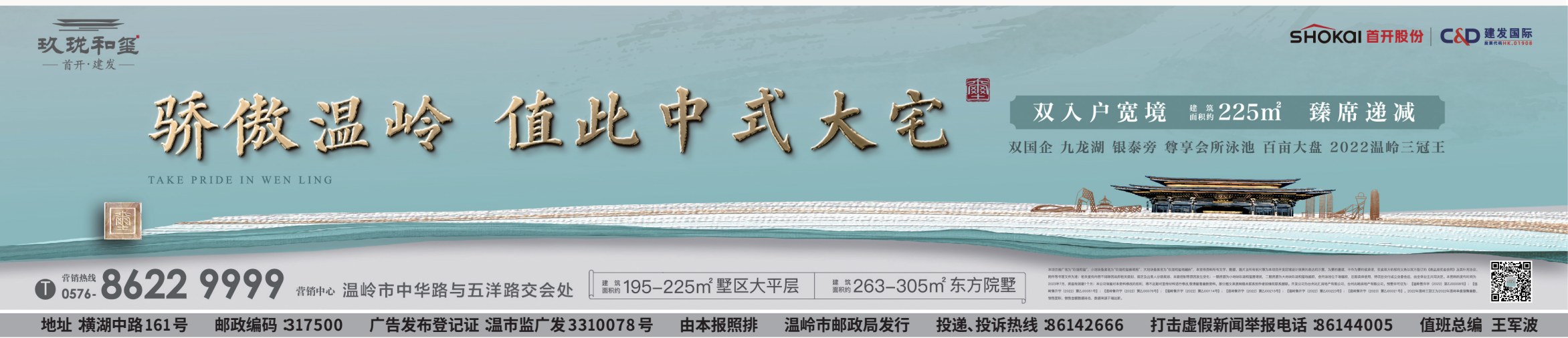
通过“清廉民企”建设，奥利达制定了不得触碰的十条“高压线”，让“廉文化”逐渐渗透公司各层级员工，形成了内在有力的约束，也提升了公司的核心竞争力。

同时，林帮法还不断加强与上下游企业的沟通，带着供应商一起成长提升，推动全产业链协同发展。

“我们有周例会和月例会，在例会上，我们会对质量问题进行归类，并对供应商进行排名。”他说，“我们每个月还会例行走访供应商，时时关注他们的产品质量和技术能力。对于不符合要求的，我们还会派驻人员到他们车间有针对性地进行技术辅导，直到达到标准。”

林帮法告诉记者，现代化管理体系的建设对于企业的助力是看得见的。“精益化管理不仅提升了生产效率，也降低了管理成本，第一年就为我们创造了超170万元的价值。第二年，这个价值更是提高到了300多万元。”

通过科技创新、管理创新实现企业转型升级，因创新而强，这就是如今的奥利达。对于林帮法来说，创新从不会一帆风顺，但不创新永远没有未来。



地址：横湖中路161号 邮政编码：317500 广告发布登记证：温市监广发3310078号 由本报照排 温岭市邮政局发行 投递、投诉热线：86142666 打击虚假新闻举报电话：86144005 值班总编 王军波