

乐歌股份： 自主品牌 收入占比超过一半

第二站，记者走访了乐歌人体工学科技股份有限公司。

在参观展示厅和生产车间的时候，记者见到了乐歌的智能升降桌（成人及儿童版）、升降办公台和乐小白健身车等产品。从外观上看，简约时尚，工作人员还给记者演示了不同产品的使用方式，升降桌的一些细节设计很贴心，比如升降桌有屏风，表面铺有软垫可以坐，升降办公台侧边还有可以放绿植或者当成笔筒的设计。

在生产厂区，刚进去就能看到墙上贴有很多员工的生活和工作照片，旁边一块区域是员工的心愿墙，贴满了便利贴，给这个厂房增添了一抹温暖。

“作为国内人体工学行业的领先企业，我们主要从事人体工学办公家具产品的研发、生产及销售，围绕办公、家居两大场景，推出创新的人体工学产品，包括智能升降桌、电脑升降台、娱乐学习健身车等。”乐歌股份副总经理、董秘傅凌志介绍说，乐歌致力于为更多用户特别是伏案人士和久坐人群提供更加健康、高效、安全、舒适的办公环境。

傅凌志表示，乐歌自2002年设立以来，历经了初创贸易、初具规模、探索转型等阶段，如今已实现了从传统制造商向人体工学健康办公整体解决方案提供商的转变，形成公司核心竞争力。

同时，乐歌还积极布局海外市场，实施品牌出海、制造出海、质量出海。乐歌在越南设立工厂，在菲律宾设有售后服务中心，在美国多地自建海外仓。

经过多年苦心经营，公司目前已经布局多元化销售渠道，境外与境内、线上和线下、直接和分销多渠道相结合的销售模式，大大拓宽了销售路径，也加强了抵御市场风险的能力。

乐歌跨境电商在海外打响自主品牌效果显著，近两年得到了持续快速的扩张，销售收入大幅增加，约占境外销售收入的37%。今年前三季度，销售额已经超过2亿元。

“做跨境电商一定要有知识产权，没有知识产权就相当于裸奔。”傅凌志说，乐歌重视用户的需求和价值，坚定不移地实施自主品牌战略。目前公司自主品牌收入逐年提升，从2014年24.2%到2017年51.34%。

在研发方面，乐歌也坚持创新先导战略，持续加大研发投入和专利布局，不断改进生产工艺，在满足用户需求的同时，打造自身竞争壁垒。公司今年上半年度研发费用同比增长67%。截至目前，公司拥有专利技术512项，其中已授权发明专利37项（其中国内发明35项，美国发明2项），专利数量居行业前列。除内部研发机构外，公司也与宁波大学、宁波工程学院、浙江大学宁波理工学院等高校开展研发合作，设立合作研发平台。



乐歌股份总部大楼。



旭升股份发展历程。

旭升股份： 一个小铝架“撬动”特斯拉

第二天上午，记者走访了位于北仑区的宁波旭升汽车技术股份有限公司。

旭升股份的三季度报比较亮眼，公司实现营收8.25亿元，比上年同期增加53.30%，归属于上市公司股东的净利润2.30亿元，比上年同期增加42.35%。

旭升股份董事会秘书、副总经理周小芬介绍，公司主要从事精密铝合金汽车零部件和工业零部件的研发、生产、销售，致力于新能源汽车和汽车轻量化领域。目前，其主导产品包括新能源汽车变速系统、传动系统、电池系统等核心系统的精密机械加工零部件。

“公司的竞争优势主要表现在切入新能源汽车的先发优势。”周小芬说，旭升凭借快速反应优势、性价比优势、设备优势及技术研发优势，成为全球新能源汽车龙头特斯拉的一级供应商，向其直接供应底盘核心系统铝合金压铸件等。

起点决定高度，站在特斯拉的高起点上，公司正逐步开拓国内外自主品牌新能源汽车客户群，近三年营收和净利润实现了远超行业平均水平增长速度。

旭升创立于1994年，从2013年与特斯拉的合作促成旭升快速转型，从供应小铝架起步，到全面供应传动系统、悬挂系统、电池系统等核心系统零部件，形成深度合作。2015年至今年前6个月，旭升股份对特斯拉销售收入占主营业务收入的比例分别为50.27%、56.61%、56.46%和60.10%。

而为了避免客户集中度风险过高，目前旭升股份还与北极星、蔚来、法拉帝、宁德时代、长城汽车、江淮汽车建立合作关系。

周小芬讲述了旭升与特斯拉从相识到“相恋”的故事。2013年，旭升的规模还很小，产值只有1亿元多一点，就一个工厂，占地30多亩。当时通过朋友介绍，特斯拉派人来评审，对旭升能不能做好产品不是很有信心。

当时特斯拉的采购总监就拿一个很小的铝架让旭升试试看，这个小铝架用在汽车电池冷却系统中，有散热的功能，有一定的技术难度。国外厂家生产的产品价格比较高，而且生产出来需要两个月，良品率还不高。

“但是我们徐总承诺20天出产品，当时对方觉得很惊讶，认为这是不可能完成的，没想到我们16天就生产出产品了，而且还通过了评估，这款产品解决了特斯拉的技术瓶颈，价格还比原先的降低了好多，双方都受益。”

那么，旭升的底气哪里来？“我们徐总是技术出身，知道生产一个这样的产品需要多少时间，需要什么样的工艺，而且他看过以后对这个产品已经有基本的判断，当然还有企业多年的技术积累以及团队默契的执行力。”周小芬说。

有了良好的开端，后面的合作就顺利很多，特斯

拉下给旭升的订单越来越多。

旭升是重资产企业，设备的投入非常大，需要借助资本市场把企业做大做强。2015年，旭升同步启动了IPO。由于各方面条件都比较好，2017年成功登陆资本市场。

“在选择合作伙伴时，我们也是‘挑三拣四’的，选择合适的项目来做。”周小芬说，对于旭升来说，把自己做精做强才是关键，而不是盲目扩张。

随着下游客户需求旺盛，订单持续增长，为满足客户需求，除首次公开发行募投项目顺利推进外，公司还积极筹划再融资，拟通过公开发行可转换公司债券募资4.2亿元，用于建设产能约500万件的新能源汽车精密铸锻件项目，新生产基地及生产线的有序扩张将进一步增强公司实力。

目前公司除特斯拉外，还与采埃孚、麦格纳、北极星、蔚来等国内外知名企业实现了批量供货，与宁德时代、长城汽车、江淮汽车开始了前期合作，国内客户的良好开拓为公司未来发展提供了有力的保障。

座谈会结束以后，记者参观了旭升的展示厅和生产车间，展示厅内展示了后驱动单元壳体、精雕件散热器壳体、精雕件后电机壳体等产品，有些已经量产，有些还未上市，只是小批量生产。

在参观旭升的生产车间时，最让记者印象深刻的，除了干净整洁的生产环境，还有大型智能生产设备，走进生产车间，会见到好几只大型机械手挥舞着手臂在抓取、放置产品等，一系列动作非常流畅。工作人员告诉记者，这些家伙都是从德国和瑞士等国家进口的，不仅安全性、精准度高，而且还节省了不少人力成本。