

紧抓“一带一路”机遇 加快产业转型升级

中外塑料行业协会联席会议召开

本报讯(记者 李苗苗)9月21日14时,市国际会展中心150座会议室内座无虚席,由中国塑料加工工业协会、中国塑料机械工业协会、台州市政府主办的中外塑料行业协会联席会议召开,来自国内外30多个塑料行业协会的代表齐聚一堂,以“交流、合作、共享”为宗旨,围绕“新技术、新应用”这一主题,共同探讨在“一带一路”战略机遇期塑料工业的发展前景。

会议由市国际会展中心总经理俞森主持。应邀参加此次会议的外宾包括来自美国塑料工业协会、全印度塑料行业协会、西班牙瓦伦西亚大区企业发展局、斯里兰卡协会等国外塑料协会的代表。

会上,中国塑料加工工业协会秘书长马占

峰分析了国内塑料行业发展的现状,认为中国塑料工业机遇与挑战并存。浙江省塑料行业协会秘书长汪建萍代表省市行业协会发言,他从省塑料加工业现状、“一带一路”战略带来的发展机遇、推动塑料行业转型升级等方面,希望充分发挥浙江省塑料制品产品数量、质量和塑料制品出口大省的优势,利用好中国塑料交易会的平台,努力扩大与沿线国家的经贸合作领域和规模,促进行业经济结构调整和产业转型升级。

20多位省市行业代表介绍了行业发展情况,也纷纷为紧抓“一带一路”机遇建言献策。

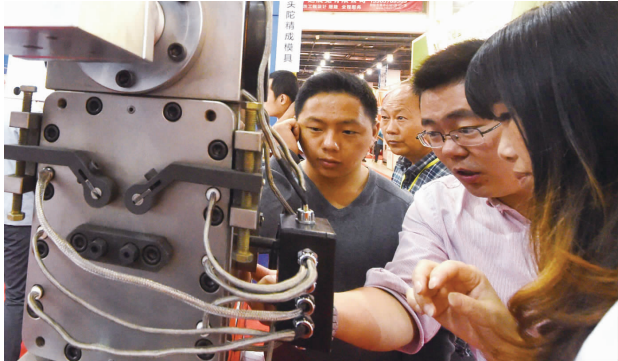
台州塑料行业协会会长张小赧介绍了台州塑料产业现状,重点讲解了台州塑料产业块状经济模式与六大塑料产业门类。同时表示台州

塑料产业与中东沿线联系密切,有很大的发展空间,特别是“塑交会”和“台州塑料”已经成为台州对外经济交流的一张重要名片。

会议期间,美国塑料工业协会副会长迈克·泰勒、全印度塑料协会会长拉维·库马尔·阿加沃尔等发表主题演讲,介绍各自国家塑料行业发展情况,并表示国际间的贸易以合作共赢为基础,欢迎更多的中国企业走出去,推动塑料行业的可持续发展。

现场采用同声传译方式,中外来宾可自由选择所需中英文收听。

17时,台州塑料行业协会与国外塑料行业协会签订了友好合作协议,中外塑料行业协会联席会议圆满落下帷幕。



本报记者 王保初 摄

3D打印夺人眼球 传统模具仍唱主角

本报讯(记者 王恩兴)铁塔、骷髅头、镂空球……位于一楼大厅2号馆的机床模具展区,浙江大学台州研究院机电研究所的展台前,一个个3D打印的展示品都非常精致。

“你可以把这个球往地上扔,这个球的弹性很好。”浙江大学台州研究院机电研究所办公室主任陈挺拿起桌上的镂空球向记者进行演示,“我们早在2009年就引进了3D打印机,3D技术拥有研发样品成型快、直接研发周期短、一次成型等优点。”

陈挺给记者算了一笔账,传统制造流程中,要把产品设计送到工厂,一个产品直接开模要几千甚至上万元,如果有问题,还要返回设计部门重新调整,原先的模具也就报废了,不仅费时而且成本很高。现在使用3D打印设备,不仅能迅速生产出产品样品,不满意还可以重新修改,既省钱又省力。

陈挺坦言,3D打印技术目前也存在瓶颈,相对成本而言,传统模具在大批量生产上具备成本优势,是3D打印所不能撼动的。而且,3D打印所用的材料都只能进口,因此,3D打印目前还只是用于小规模试制的“奢侈品”。

虽然3D打印展台夺人眼球,但是2号馆唱“主角”的还是传统塑料模具。

“我们的模具形状几乎涵盖了整个矿泉水包装市场、果汁包装市场、食品及部分非食品包装市场。”台州市黄岩鑫田模塑有限公司总经理黄建伟介绍说。

鑫田模塑是一家专业化制造瓶盖模、PET瓶坯模、吹瓶模的生产企业,一台台有半人高的模具引得客商们驻足询问。“你们这台模具的性能有什么优点?”一位来自巴基斯坦的客商询问起一台瓶盖模具的性能。“我们这个模具实行每腔单点控温,加热均匀,每一模腔和模芯采用独立冷却系统,生产效率比传统的模具高。”销售人员向客商进行详细解释。

据了解,目前,塑料模具在整个模具行业中所占比重约为30%,在模具进出口中的比重达50—70%,而且这一比例还在持续提高。

人才很缺 得“制造”

□本报记者 於徐阳

台州拥有塑料生产企业1万多家,模具生产企业2000多家,塑料日用品产量占全国的60%,并享有“塑料制品王国”、“模具之乡”美誉。尽管数据庞大,产业发达,但不少塑料相关企业负责人坦言,人才很缺,技术性人才更缺。顺应这个“缺陷”,一家名为“德国注塑成型培训中心”的学校“开”进了塑交会,在这个专业性的展会中,它非但不突兀,反倒很应景,不少企业主都上前一探究竟。

“在许多注塑企业中的技工,其出身大多是师傅带徒弟,根本没有系统学习过。”德国注塑成型培训中心经理郑植说,“注塑工艺需要通过计量、测算等精密手段来‘练就’,类似于西医,讲究精准度,丝毫不差,而目前师傅带徒弟就类似于中医,讲究徒弟的心领神会。”

郑植更坦言,因为有了系统培训,德国注塑企业中的不良率只有万分之一,而中国,不少企业的不良率甚至达到25%。“差距如此之大很可怕,更会造成无端的浪费。”正因为看到这个现状,郑植才毫不犹豫地就把人才培养机构引入中国。

记者了解到,这个培训中心之前在苏州昆山、广东深圳、佛山等塑料企业较为集中的地方开设课程,邀请塑料产业发展地的台湾老师进行授课,并采取12人的小班制,上课、考试、实践、交作业等正规化培训受到了企业主的欢迎。在他们看来,人才“制造”出来了,产业层次就能提高上去,从而摆脱之前的小打小闹。

拒绝复制

□本报记者 於徐阳

“其实这些都不是我们最新的产品。”作为第9年参展的双马塑业有限公司是塑交会的“老人”,公司副总经理、营销总监邹海军居然这么告诉他的客户,“有真诚合作意向的,可以到公司去看看,1000多平方米的展示厅里陈列着1000多款产品。”

“不懂行规”的做法其实迫于无奈,作为省级专利示范企业的双马塑业,是厨房用品的“领军者”,拥有32项发明专利、28项新型功能专利和126项外观专利,但即使都申请了专利,前来“盗窃”成果的业内人士不在少数,像双马塑业去年就花了大量精力在10起“盗窃”官司上。

“一个产品从开发到最后成品,再销往市

场,这其中投入的人力、物力、精力、财力等不言而喻,像我们的产品,其内部构造需由二三十个零部件组成,假设一个零部件的开发成本1万元,那么整套产品最低的研发成本就要二三十万元。而‘窃取者’只需花短短的几天时间,打一幅模具就完成了制作,这对于开发者来说,是致命的打击。”邹海军呼吁,“保护知识产权刻不容缓,应如食品安全一般设重典,以高成本的代价来杜绝‘复制’。”

就拿柠檬杯来说,早在去年年中,“韩国柠檬杯”火遍亚洲,几乎是时尚人士人手一个。随后这款杯子走红网络,淘宝上销量最多的一个月成交记录达上万件。然而,这些在淘宝上价格从10元到200元不等的杯子,其实不姓“韩”,不少是台州制造。在这场复制品“上位”的过程中,迅速击

垮了“原生品”,杯子品质下降导致市场销量迅速滑坡,不少后来参与生产柠檬杯的企业都以亏损收场,甚至有企业积压了300多万元的产品,最后只能全部粉碎。

正因为有这样“复制不耻”的环境下,双马塑业前段时间开发了一款新产品,不敢先在国内市场销售,而是拿到了国际市场,待到国际市场销售稳定后再回国。谁料在回国后的个把月内,就在市场中发现了同类产品。

尽管在当前诸多不利的因素下,双马塑业仍以每年2000万元投入到新品的研发中,以保证功能性塑料厨房用品亚洲排名前茅。

记者还在采访中了解到,不少塑料制品企业,为追求创新,他们更愿意与国外设计团队合作,缩短产品周期,“甩”掉“后来者”的跟风。