

# 沈国忠如何把巨力绝缘做到全球领先

■文 / 沈海松

20世纪80年代，随着信息通信技术产业的发展，屏蔽材料起源于欧美等发达国家，国内在屏蔽材料领域相对落后，开发应用的品种较少，屏蔽性能低，未能形成产品的系列化和产业化。至今，国内使用的屏蔽材料主要依靠国外进口。位于浙江省杭州市临平区的杭州巨力绝缘材料有限公司（简称巨力绝缘）秉承着浙商的工匠精神，一直致力于研究高档型屏蔽材料20年，而且取得了巨大的突破。

临平区是于2021年4月成立的“杭州最年轻”的区，“数智临平·品质城区”的定位，也为“巨力绝缘”提供了优质的创业氛围与营商环境。公司致力于全球同轴电缆屏蔽、物联网芯片包覆屏蔽、智能家居热导系统等制造商提供高品质的铝塑复合材料。正是这种“专一、专注、专业”的创新与匠心精神，使公司在铝箔屏蔽行业愈做愈专，越做越精。

术业有专攻。在公司董事长沈国忠的带领下，企业已从传统的生产铝塑复合带成为专业从事屏蔽与热导铝箔材料



公司董事长沈国忠正在给来访者介绍产品应用特性

研发、设计、制造的龙头企业。产品远销墨西哥、日本、阿根廷、西班牙、美国等国家与地区，并成为全球屏蔽材料标杆企业美国莱普科供应商。

据公司董事长沈国忠介绍：“截至目前，公司客户就有全球500强、世界领军企业、国内标杆企业，如美国康普、全球智能卫浴领导品牌TOTO、全球智能家

电领导品牌松下、全球高端线缆CHASE集团、国内5G通信线缆标杆领讯等形成了良好且稳固的合作关系。不仅公司业务后续将呈现出高速增长的态势，同时也代表公司的产品无论从技术先进性还是质量稳定性都得到了国际屏蔽材料龙头企业认可，达到了国际先进水平。”

公司同时主持制定了浙江制造“品字标”的屏蔽材料产品标准。在国内铝箔屏蔽与热导材料细分领域，公司已经成为该细分领域的省内第一、国内第二的龙头企业，连续三年全国排名领先。其中油膜铝塑复合带技术全国第一，相比国内同行企业，巨力的油膜铝塑复合带技术对客户的线速度提高率和成缆合格率都大大增加。

公司董事长沈国忠不仅是公司的创业带头人，也是公司的创新带头人。目前公司拥有33件有效的知识产权，授权的发明专利6件，实用新型专利26件，外观设计专利1件，产品研发和创新能力持续提升。

在沈国忠及其团队的潜心开发与研究下，自主发明以及自主设计的专利多达十余项。其中发明的“油膜铝塑复

合铝”专利，产品具有剥离强度高，成品摩擦系数小，各项指标领先于同类产品，使其生产效率比之前提升了36%，是目前大部分5G的通信线缆厂商屏蔽材料的首选品牌。该公司生产的油膜铝塑复合产品占整个5G屏蔽材料市场的50%，已经成功获得了华为线缆供应商——“领讯公司”的质量认可。随着5G、6G网络市场的蓬勃发展，公司的屏蔽产品销售量将会增长到7倍以上。

防腐自粘铝箔，被广泛应用于沿海地区通信电缆以及使用环境比较恶劣的户外电缆、CATV电线、军用电缆等，因此需要具备抗潮湿以及耐腐蚀的性能。然而常规的电缆，容易导致电缆中的双面自粘铝箔断裂或产生击穿短路现象，因而无法得到有效应用。而目前国内具备防腐铝箔生产技术的厂家稀缺，尤其是抗腐蚀性≥9级的防腐自粘PET/铝箔复合膜，国内属于空白。巨力研发的防腐自粘铝箔的防腐性能和屏蔽性能达到了国际先进水平，成为美国最大同轴电缆生产商康普的唯一国内供应商。

高强度双面铝箔在现代工业电缆、特种电缆及电缆通信领域得到广泛应用。

双面铝箔提供高屏蔽覆盖范围，使得信号更好地免予电磁干扰和射频干扰。其粘接后所形成的剥离强度是普通产品的上百倍；另外还具有耐热性强，能够有效地改善电子信息通信等领域中线路的回波损耗等性能，具有广阔的市场前景。

值得一提的是，巨力绝缘自主研发成功了铝箔气隙全自动气隙修补生产设备和工艺技术，目前正在美国申请国际专利，相关设备和技术填补了全球行业空白。“巨力绝缘”以实实在在的市场业绩和品牌影响力，奠定了自身在国内铝箔屏蔽、铝箔导热材料两大细分领域的领先地位。

2015年公司被认定为国家高新技术企业，2018年获评浙江省省级研发中心，2021年被认定为省级企业研究院和杭州市专利试点企业，并通过了国家知识产权贯标。

为继续做大做强企业，2019年，该公司签约入驻了临平区国家级经济技术开发区，征地21亩，建设30000平方米的现代化车间，预计将于2023年6月正式投产，产能将提高到目前的3倍以上。E

## 杨远骋：助力品牌扬帆远航的互联网营销专家

■文 / 向真

CFS财经峰会成立于2012年，是中国经济领域最具影响力的思想盛会。每年峰会都吸引超过1000位国内外颇具远见的商业领袖、经济学界翘楚、创业家及新青年代表齐聚一堂，活动总传播覆盖和影响人群超过6000万人次。在CFS第十一届财经峰会璀璨的镁光灯下，杨远骋——这位中国顶级移动互联网营销专家、新世相（北京世相科技文化有限公司）联合创始人兼品牌营销负责人接过主办方递来的“2022移动互联网营销行业影响力人物”奖杯。“移动互联网营销行业影响力人物”奖拥有较高的评选标准。杨远骋能够折桂代表了行业对他的认可。一直以来，凭借着前瞻的商业眼光、全面的能力素质，他助力不少企业品牌扬帆远航。

随着信息技术大潮的到来，互联网营销给企业带来前所未有的发展机遇。新世相正是抓住这一风口成立的。杨远骋先生担任公司高级管理人员之一，作为中国互联网最早一批的产品经理，依靠自身优秀的业务能力，积极寻求市场推广资源，寻找合作切入点，拓展合作渠道，对接重要合作伙伴，严抓公司的风险管控、效率提升以及成本的有效利用，完成调研、策划、执行、总结和评估的闭环管理。杨远骋成为助力新世相在中国内容领域市场上的幕后功臣。他一手组建团队，定义业务战略，从无到有建设起今天的事业基础，在行业中做得风生水起。无数知名企业的大订单，例如Benz、Disney、天猫、可口可乐……正是杨远骋拿下的，他还助力新世相成为腾讯集团的战略投资企业。杨远骋在行业中还独具匠心地推出新世相MCN板块

“千相文化”，带领团队抓住短视频风口，迄今千相文化在抖音等平台的旗下涵盖用户已超1亿人。在他的领导下，新世相成为中国内容领域的头部品牌、有影响力的全平台新型互联网传媒公司。

杨远骋实战经验丰富、成绩斐然，因此他多次获邀担任评委，为同行把关。以他担任“2021·中国新消费品牌系列榜单”评委为例，该活动是虎嗅调研团队在全国范围内发起的权威评选活动，主办方仅邀请了10位领域知名投资人、头部新消费营销专家、著名商学院教授组成专家评审会，其中包括入选“福布斯全球数字经济100强”的分众传媒董事长江南春。杨远骋不负厚望，秉持着严谨的态度与专业的眼光，按照品牌热度（包含品牌曝光量、品牌互动量、产品销量等）、品牌口碑（包含核心产品评价、用户推荐意愿等）两大类核心指标进行严谨打分，在数以万计的新品牌海洋中精准找出创新者。

为“浪潮产品奖”担任评委也是杨远骋职业生涯中的闪亮一笔。浪潮产品奖专注于中国品牌及消费品领域，志在推进中国设计和中国制造的崛起浪潮。它是业界第一个每周进行发布的奖项，亦是业界第一个重点关注“颠覆式革新”和“人文关怀”的奖项，将评选视角推至中国产业和供应链的颠覆式革新层面，以及对社会各少数群体的人文关怀层面，因此成为中国品牌及产品领域的顶尖大奖。作为第十二期的评委，杨远骋从洞察、设计、使用体验这三个维度出发，以卓越专家的角度定义着中国好产品的时代标准。

在被誉为以“增长力”为核心指标，面向新消费品牌和行业服务商的大奖——“新食力大奖”中，杨远骋再次担任评委，从增长力、营销力、渠道力、数据力、产品力、口碑力几个维度，评选出最优秀的食品饮料新消费品牌，助推行业的创新与发展。

多年来，杨远骋见证了整个互联网营销行业实现经济价值、品牌价值和社会价值全面发展的历史性过程，并成为行业精英之一。他搭载着千行百业企业公司品牌形象和优质产品，撑起船帆驰骋远航。借力“新消费品牌”崛起的东风，杨远骋还将不断发挥着自己的专业优势，引领并赋能着行业的前行。E



## 擦亮中国品牌 老字号加速“出海”

■文 / 王雨萧 丁英华

老字号是我国工商业发展历史中孕育的“金字招牌”。近年来，在深耕国内市场的同时，越来越多老字号乘风“出海”，积极拓展海外市场，推动中国品牌走向世界。

不久前，在美国纽约时代广场大屏上，巨幅海报亮出“京珐景泰蓝，传统技艺，走向世界”的宣传语，中国红背景衬托下，景泰蓝“和平尊”熠熠生辉，来自世界各地的人们看到了中国传统技艺的艺术魅力。

“作为行业代表性企业之一，我们希望通过匠心产品向世界展示中国传统手工技艺之美，展示中国传统文化的独特魅力。”北京市珐琅厂有限责任公司常务副总经理董艳娜说。

走进北京市珐琅厂的生产车间，只见数十位师傅正在一丝不苟地对手中产品进行精雕细琢。制胎、掐丝、点蓝……制作景泰蓝前前后后加起来有100多道工序，每一道都含糊不得。

董艳娜告诉记者，工艺精美的景泰蓝深受国人喜爱，也受到海外消费者的欢迎，产品远销美国、日本、法国、意大利等多个国家。

如今，像京珐景泰蓝这样走出国门的老字号不止一家。

开年以来，位于福建漳州的片仔癀生产车间加班加点，一批批产品陆续销往印度尼西亚、泰国、新加坡等多个国家。仅元月上旬，产品销量就达去年全年的十分之一；

上海老字号凤凰也迎来新飞跃，其生产的锂电助力自行车远销多个国家，售价是传统自行车的十倍乃至数十倍；

海鸥手表通过入驻全球速卖通等数字化平台，积极拓展海外市场，速卖通平台为企业量身打造“出海”方案，去年8月大促期间，海鸥手表多款单品销售额环比实现三位数增长……



企业一直积极参加广交会、进博会、消博会等国内外大型展会，目的就是让更多人了解景泰蓝背后的中国文化。

商务部副部长盛秋平表示，目前，我国有中华老字号1128家、地方老字号3277家，广泛分布在食品加工、餐饮住宿、居民服务等20多个领域。全国老字号年营业收入超过2万亿元，在消费促进、产业升级、文化引领、民族自信等方面发挥着重要作用。商务部将采取切实措施，推动老字号发挥主体作用，加快创新发展，拓展更大市场，满足更多需求。

国家知识产权局知识产权保护司副司长王晓滨说，近年来，我国企业在积极“走出去”的同时，也频繁遭遇海外诉讼、商标抢注等一系列知识产权问题。国家知识产权局联合中国贸促会，共同设立企业海外知识产权纠纷应对指导中心和22家地方分中心，为包括老字号在内的企业提供专业化的公益性指导服务。E

（本文来源：新华社）