

如何打好企业发展“生态牌”

■本报记者 刘淑芳

在企业高质量绿色发展的规划中,今年原本是纳爱斯集团有限公司的“版图拓展年”:

计划在海外再落地2-3个生产基地;在具有人才、技术优势的发达国家建立研究中心;与国际巨头深化战略合作……

尽管发展的脚步因疫情放缓,但从去年年初至今,纳爱斯依旧经历了非同寻常的18个月。2019年3月,在全市“两山”发展大会上,丽水市委在全国首次提出要实现高质量绿色发展的目标。此后,在这段全新的征程中,丽水的每一个微观个体都铆足了劲,将诸多“不可能”变为“可能”。

作为丽水的标杆企业,纳爱斯同样奋力奔跑在高质量绿色发展之路上。透过纳爱斯一年多留下的鲜明印记,我们看到了一个高质量绿色发展的丽水样本,一种非凡的、充满无限活力的丽水气质。

锚定方向 创建国家级绿色工厂

走进主大门,纳爱斯给人的第一印象是“绿意盎然”。从纳爱斯的办公大楼看出去,是一个由草坪和绿树构成的大型中心广场。绿植密布的小树林遮挡了围墙外的公路,远远望去,与对面的南明山连为一体,宛若一幅风景画。

走在中心广场鹅卵石铺就的甬道上,成群结队的小鸟,察觉到行人的靠近,从绿色的草坪扑棱飞到树上。两只在草坪上觅食的松鼠,飞快跳进了附近的灌木丛里。随行的纳爱斯员工告诉记者,与鸟、松鼠为伴,是他们习以为常的生活。

循着郁郁葱葱的树木点缀的人行道往西走,大约十多分钟,便来到了纳爱斯的污水处理站。早在20年前,纳爱斯投资了1000多万元,建成了这个丽水市最大的企业污水处理工程,之后又不断进行提升改造。几百米开外,是碧波荡漾的南明湖,这里则是瓯江水质监测取水点之一,水质常年保持在Ⅱ类以上。

从污水处理站的另一个方向往回走,可见一个个被自动化装备“全副武装”的生产车间。车间的生产线,一小时能自动灌装4000多瓶洗衣液,一分钟能产出200支牙膏,每天能生产数千吨洗衣粉、洗涤剂……

现代化、智能化、生态化……目之所及的一切,构成了这座“国家级绿色工厂”。去年9月2日,工业和信息化部办公厅公布了第四批绿色制造名单,纳爱斯被评为国家级绿色工厂,成为全市首家上榜企业。

当然,要成为“国家级绿色工厂”,除了光鲜亮丽的“面子”,更需要高质量绿色发展的“里子”。2019年,纳爱斯销售额243亿元。在这个耀眼的数据里,70%以上的销量由绿色生态产品所构成。所谓绿色生态产品,是通过纳爱斯率行业之先实行的LCA(产品全生命周期)评估的产品,即产品从配方、原料、生产、包装、运输、使用和废弃物处理等全环节都进行对环境影响的系列评估,确保整个过程对环境友好。凭借这一“高标准”,2019年底,纳爱斯成为行业内唯一一家“国家级工业产品生态(绿色)设计示范企业”。

在去年一次生态设计示范企业的评定答辩中,纳爱斯向国家工信部、环保部介绍了LCA(产品全生命周期)评估成果后,工信部特邀纳爱斯在中欧工业产品绿色设计培训班上分享绿色发展经验。当时,纳爱斯分享的主题是《“两山”生态工业发展新路》。“这条新路,指的就是在“两山”理念指引下的高质量绿色发展之路。”纳爱斯集团董事长何丽明说,“近年来,我们以高质量绿色发展为目标,将‘环境友好 安全健康’的发展理念作为一切工作的落脚点,进一步转变企业的增长方式,并影响和带动更大的产业链整合,让全行业共享绿色发展成果。”

创新驱动 成为绿色文化输出者

在今年疫情防控期间,纳爱斯在政府的号召下,仅用20天时间就完成了消毒液的设计研发、生产上市。这一敏锐的反应速度,不仅刷新了纳爱斯以往推陈出新的记录,也刷新了业内新品研发记录。

速度背后的推力,来自纳爱斯杭州创新发展研究院。这个成立于2018年的研究院,在去年一年完成了纳爱斯千种单品的更新升级,以及几十款新产品的研发。在这里,平均3天就能出一个新品。

针对疫情,纳爱斯推出的除菌领域新品已超过20种。不仅如此,研究院还把技术人员推到一线,与电商团队绑定,新产品率先在线上首发,如果市场反馈好,再由线下铺货跟进。这种创新的营销模式,已经让新研发的去异味喷雾剂、去渍笔等产品成为“网红”爆款。

“传统企业要顺应时代潮流,不断创新,才能在市场竞争中立于不败之地。”何丽明说,在杭州国际科创园成立创新发展研究院,正是希望它成为纳爱斯的试验田或孵化器,从而将新的营销模式、新的业态和传统企业进行有效融合。

“创新”是纳爱斯走高质量绿色发展之路的关键驱动力。在纳爱斯的计划里,不仅要在发达城市布局科创园,还要走向发达国家。“下一步,我们会到具有人才优势、技术优势的发达国家建立研究中心。”何丽明说。

去年,纳爱斯带着先进的技术与设备携手有着近十年经贸合作关系的安哥拉纳克法(NAKFA)公司,合作成立“纳爱斯南大西洋公司”,将首家海外建厂落户非洲安哥拉。今年2月,纳爱斯集团在安哥拉建设的第一家海外企业投产。与此同时,在发达国家设立两三个研发科创园以及沿线“一带一路”8-10个海外工厂也已规划就绪,正加紧推进中。

立足丽水 探索生态价值转化新路

在纳爱斯丽水总部工厂三楼的展示厅里,有一款名为“竹炭·净白”的牙膏被摆在醒目的位置。展品后的大屏幕上,是碧绿竹林随风摇曳的动态图。

这款牙膏研发自纳爱斯杭州创新发展研究院,是纳爱斯今年力推的产品之一。

纳爱斯杭州创新发展研究院院长张蕾是上海人,在纳爱斯任职已有5年。“从前的山高水远,是纳爱斯走出丽水、走向全国的阻力。后来的好山好水,是纳爱斯产品最好的背书。现在的绿水青山,蕴藏着‘富矿’。”去年“两山”发展大会召开后,GEP成为丽水上下讨论的热词。这个词也印进了张蕾的脑海里,“GEP就是用清晰的数字,告诉人们绿水青山到底值多少钱。”在她看来,作为丽水企业,先天坐拥绿水青山的巨大优势。

于是,去年以来,张蕾带领自己的团队,不断加大对竹炭、茶叶等丽水优质生态资源的深度开发,将其应用到产品中。一年多时间里,除了“竹炭·净白”牙膏、活性炭双效除臭等系列植物炭产品,纳爱斯还开发了提取茶籽精油的洗发露、茶洁护龈牙膏、抹茶洗洁精等茶系列产品。

将丽水盛产的茶叶、竹子等植物的有效成分加入产品研发,这是纳爱斯谋划GEP转化的第一步。长年和国际巨头供应商打交道,企业深知在上游原料的资源整合方面空间巨大,“我们充分利用丽水的生物多样性、丰富的植被资源,就地提取原料,拓宽我们的产品线。”张蕾说。

纳爱斯的发展蓝图中,在绿水青山“掘金”、探索生态产品价值转化,是最浓墨重彩的一笔。这些构想包括将世界一流的技术和资源引到丽水来,培育生态产业集群,以全新构筑的生态产业发展大平台,融合丽水的生态优势、国际一流技术优势和纳爱斯的综合优势,推动“两山”转化不断提升层次、拓展空间、优化模式、提高效益。

最近,来丽水考察的跨国公司多了起来,他们受纳爱斯之邀,前来研讨落地生态项目的可能性。“我们正与巴斯夫、陶氏等跨国公司洽谈合作,在天然香精香料、植物基原料、高端产品等领域开展基础研究,他们非常看好丽水的前景,表示了恳切的合作意愿。”张蕾说,立足丽水探索“两山”价值转化,通过企业的业态创新、模式创新,把区域优势充分发挥出来,是纳爱斯今后产品开发的重要方向。



纳爱斯杭州创新发展研究院实验室

记者手记

企业必不可少的“绿色”基因

■本报记者 刘淑芳

8月中旬,在安哥拉首都罗安达,年初仅用8个月就建成投产的纳爱斯一期工厂正在进行紧锣密鼓的生产。在偌大的自动化厂房里,生产线上的所有产品都要经过近乎严苛的环保评估。“事实上,安哥拉的国内标准并没有这么严,但我们秉持在国内的高质量绿色发展理念,没有放松环评要求。”安哥拉工厂负责人卓子泉说。

去年7月,纳爱斯在安哥拉破土动工,建设首个海外工厂。在项目启动前,纳爱斯就决定,厂房的节能环保标准严格参照丽水总部工厂,为此,纳爱斯多投入了100多万元。

这并不是纳爱斯第一次对外输出丽水的高质量绿色发展理念。放眼国内,其下辖的七个生产基地,都有着以一贯之“绿色文化”;在纳爱斯的带动下,与其相关的上下游企业也自觉践行高质量绿色发展理念;在日化行业中,纳爱斯主持和参与了清洁生产、排放控制和管理等多项国标、行标的编制,为行业整体实现高质量绿色发展提供了科学依据。“在丽水成长起来的纳爱斯,一路发展都带着‘绿色基因’,这也是我们的故乡情结。”纳爱斯集团董事长何丽明说。

回望丽水撤地设市20周年,我们不难发现,纳爱斯作为丽水一家标杆企业,每一步都踩在了高质量绿色发展的节点上。

上周,我走进纳爱斯丽水工厂,只见厂区绿树成荫。有纳爱斯员工指着其中一棵树干较为粗壮的樟树告诉我,2000年,为了保留这棵樟树,纳爱斯修改了厂区设计图、拆掉了部分厂房。同样的事情,也发生在吉林省四平市的纳爱斯生产基地。2002年,四平基地规划平面布局时,通过反复优化,让几百棵生长了几十年的大树得以完整保留。而正是在那几年,丽水撤地设市,确定了“生态立市、工业强市、绿色兴市”的“三市并举”发展战略,为纳爱斯种下了一颗绿色发展的种子。

2006年,习近平总书记在担任浙江省委书记到丽水调研时,重申“绿水青山就是金山银山”,并强调对丽水来说尤为如此。此后,历届丽水市委市政府一以贯之地创新实践“两山”理念,始终将生态作为立市之本。“两山”理念不仅为纳爱斯的发展带来了更大的机遇,也对生态保护提出了更高的要求。渐渐地,高质量绿色发展理念成为纳爱斯的企业文化,并传播到了全国其他生产基地。生产基地的战略布局,最大特征就是实现“销地产”。从整个社会资源的配置成本来看,这个战略追求的就是节约社会资源。与此同时,纳爱斯在基地建设贯穿“环境友好 安全健康”理念,设备选购、生产设施配套都是选用最为节能、环保的品牌种类。

如今,纳爱斯仍在通过不断创新打造绿色产品,从而不断增强纳爱斯的“绿实力”。同时,丽水的高质量绿色发展理念也随着纳爱斯对海外基地的布局走向了全世界。在纳爱斯打造的国内高水平生态工业样板中,绿色,将成为最精彩的底色。



深度报道