



不仅提供高品质的油品,还提供一揽子“包袱”

卡松赢得“国际战役”,关键在这

从一家名不见经传的润滑油生产小厂到如今的润滑油高端企业,卡松人始终如一地坚持“倾力打造中国特油第一品牌”的企业目标。短短13年,卡松科技股份有限公司(以下简称“卡松”)依靠科技创新转型升级,用技术和服务打动客户,企业发展驶入了快车道。



科研人员正检测油质。本报记者 孙璇 摄

本报记者 孙璇 通讯员 王伟 步瑶 周洁

“工匠精神” 驱动产业转型

在卡松企业展厅内,陈列着卡松13年的蝶变,这也是卡

松的荣誉榜。当年荒芜的土地上,现代化的生产车间拔地而起。短短13年,卡松从一家名不见经传的润滑油生产小厂成长为如今的润滑油高端企业。

“产品质量是体现企业技术能力的重中之重,是实施新旧动能转换的核心要义。”卡松科技股份有限公司董事长赵之

玉介绍,公司与国内外大型优质基础油供应商以及莱茵化学、润英联、巴斯夫等著名添加剂供应商建立了稳定的合作机制,保障了产品的品质。

赵之玉认为,做实业要有“工匠精神”,卡松曾用5年的时间,在失败中寻找经验,研制出用于军工领域的特种润滑油。

也曾花费两年的时间,研制出一种新型的合成空压机油。当时市场上的双螺杆空压机多以进口油品为主,卡松研制的这款油品能够满足极端苛刻的条件,在低温或高温下正常运转,价格也比同类国外产品要低。新型油品实现了进口油品替代,大幅提升了该油品的市场占有量。

科学技术是第一生产力,为了提升企业研发水平、抢占市场先机,卡松科技坚持“内培外聘”的人才引聘机制,每年持续定向引进技术研发、技术服务等高端专业人才,成立了全国润滑材料领域首家院士工作站。

目前,公司产品已覆盖石化领域20多个系列、1000多个品种。不仅广泛应用于钢铁、矿产、电力、水泥、机械加工等行业,而且在军工、高铁、航空等高端领域也有广泛的拓展。

做好服务 抢占高端市场

“创新经营模式,在战略方向上实现由‘渠道服务’向‘渠道+终端’双服务的转变,这是卡松科技转型升级的核心所在。”赵之玉说,卡松发挥核心竞争优势,加强与经销商的通力协作,增强在终端的影响力

和话语权,为用户提供专属高端服务,实现了对美孚、壳牌等国际知名品牌的高端替代。

2014年,世界上最大的矿业装备和水泥装备制造——中信重工公开招标淬火油,卡松与美孚、壳牌等几十个高端润滑油品牌同台竞技,卡松以高于第一品牌的价格中标,打败“洋品牌”,成功拿下4000吨淬火油订单,被业界誉为“国内淬火油第一大单”。

“卡松不仅提供高品质的油品,还提供一揽子‘包袱’。”赵之玉一语道破了卡松在这场“国际战役”中胜利的关键,而赵之玉口中的“包袱”就是服务,市场的痛点是用油的不懂油,用设备的不懂润滑,所以卡松为客户提供契合实际的润滑解决方案。

从卖产品向卖品牌、从比价格向比价值的方向转变,卡松公司锁定“中高端”的品牌和市场定位,与国内外知名品牌“争市场、争空间、争利润”,全力抢占高端终端和高端市场的制高点。

如今的卡松今非昔比,实现了国际知名品牌的高端替代,建构起遍布全国,拥有大唐电力、中车集团、中船重工、中信重工、兵器集团、山钢集团、爱科集团等数百家战略大客户的市场布局。