

我和我的祖国 70 年
来自一线的蹲点报道
杭州中天模型有限公司公司
简介

杭州中天模型有限公司,成立于2001年,是由海模世界冠军冯锐创办,是我国规模最大、最专业的集研发、生产和推广各类青少年科技体育模型为一体的综合型生产型企业。目前已经自主研发了近30项获得国家实用新型及外观专利的科普器材。

中天模型:科技教育,启发后辈

本报记者 王品燚

“

走进杭州中天模型有限公司一楼大厅,首先映入眼帘的是一个巨大的高达模型。也正因为这是一家因模型而生的企业,各式各样的科技模型和创意产品才会在这里随处可见:展柜里摆满了各式各样天上飞的、水里游的、地上跑的科技模型,可以满足绝大多数爱好者的需求。

作为一家模型公司,中天现在已经占据了国内的半壁江山,市场版图也在这几天开拓到了国外。但是,中天想要的不仅仅是这些。“‘让青少年同享一片蓝天’是我的梦想,我也一直在为这个梦想而努力。”中天模型创始人冯锐表示,除了模型的制造生产外,培养科技人才、进行公益培训等活动也是公司当下发展的一大方向。

”

1 启程:梦想从“红船”驶出

披在冯锐身上的荣誉很多:5次航海模型世界冠军,20次全国航模锦标赛冠军,3次被授予国家最高体育荣誉奖章,至今仍然保持着航海模型F1—V15项目的世界纪录。作为运动员,他几乎囊括了该项目所有可能获得的荣誉。

原本在退役后,冯锐有两条路可选,当时已经是中国航模队队长的他既可以选留队当教练,也能够转向机关单位工作,但是他却毅然决然地选择了第三条路——自主创业。“我当时经常出去比赛,看得多、想得多。”冯锐说,他看到了很多国外的孩子都能够随心所欲地进行科技模型的实验或比赛,但是当时国内在这一方面却很欠缺,“我们的模型设备主要是以进口为主,没有设备就没有参与人群,也很难出现足够好的后备人才。”当时,冯锐就立下目标:要建立一个中国自己的模型公司,要让我们国家的孩子都有机会接触模型,要从小培养我们国家自己的模型人才。



“国际是未来,国内是现状。”冯锐坚信着这一点,他把这个想法告诉了自己航模队的教练胡胜高。两人一拍即合,决定在训练之余创业。2000年底,冯锐收到消息,在安徽芜湖要开一个关于南湖红船的培训班,将会有140多个人参加,正在进行全国的器材招标,他和教练一商量决定试一试。

“当时的时间节点很巧,是建党80周年,我们就想着把模型做成南湖红船的样子。”白天照常上班训练的两个人,下班后就挤在教练家的厨房里画图纸,设计版式,然后把版式寄到北京。由于组装套材的比例、仿真性、结构出色,两个经验丰富的航模人凭借自己在模型把控和技术上的绝对优势,项目中标了。

3 腾飞:瞄准市场精准定位

凭借着用心、专心、良心,中天模型在前行的道路上不断成长,也从几十平米的小车间搬出,入驻到200多平方米的大厂房,机器硬件等设施也在不断加强。“成也萧何败萧何,正因为我是世界冠军,经过专业培训,有着足够的基础,我认为我们出厂的模型能够受到许多学生的欢迎。”在模型设计上,世界冠军这个原本预想中的专业优势,反倒让他们从一开始便走进了误区,当时流向市场的大部分模型因为难度系数过高,并不适合学生去组装。

“我做了很多调查,见了很多用户,去上海、北京,与各地科技馆、少年宫、学校老师进行面对面的交流。大家普遍反映难度太大了,老师都做不出来,更何况学生。”将各种各样的问题收集归纳后,冯锐发现,他们之前在产品定位上有些偏差。

冯锐当即做出决断:进行整合开发,将设计出的东西,把最难的、最复杂的核心部分通过工厂来完成,然后留一部分由孩子去做;其次,进行科技人才培训。“我们的国家幅员辽阔,人口众多,我们能直接影响到太有限了。”冯锐认为,企业可以跟学校合作,大力开展科技体育进校园的活动,以此来影响学生。此外,还必须以点带面,培训出一批有资格、有能力的科技辅导员,让他们前往偏远、贫困的地区,将科技模型带给当地的孩子。冯锐说:“现在的中天产品序列已经很丰富,涉足国内国外,可以满足孩子们的需求,参训人员也已遍布全国。”

对于公司未来的发展,冯锐也有着清晰的规划:“我们原来是一个传统的研发生产销售的企业模式,未来的规划是整合全球的科技教育资源,培养未来的创新人才。我们给企业的定位是科技教育和科技体育综合服务商,不单单只是提供一个船或者飞机模型,而是提供一个整体的服务方案。”

这些年,冯锐在希腊圣托里尼小岛出差,在当地的商店里都能看到中天的飞机模型;在巴黎学习,卢浮宫下也能看到中天出品的模型……“中天已经开始大步前行,其实这对我来说就够了。”冯锐如是说。

2 过程:在努力中不断壮大

拿下了项目,自然得成立自己的公司。那时候,冯锐能拿出的钱只有他之前比赛得到的奖金。“我跟教练一起凑了10万元,在杭州喜得宝公司租下了一间只有几十平方的破

旧厂房。”2001年元月,一家名为“中天模型”的企业就此诞生。

冯锐回想起当时的场景,显得有些唏嘘,说是“公司”,或许“作坊”更加形象。“当时员工算上我和胡教练,一共只有3个人,办公用的东西也是从二手市场或者别人不要的淘回来的。”但是好歹公司的雏形已经呈现,那么必须抓紧将第一笔订单按时并且保质保量地做出来。

随着正式动工,创业路上的问题也随之而来——虽然拿下了南湖比赛的项目,但是从一个样品模型如何进行工业化生产的转化,工艺上碰到的各种问题,让冯锐和胡胜高猝不及防。

没有余钱去购买大型机器,两人只得分工解决:胡胜高在厂里不断做各种设计试验,冯锐则带着问题跑上海的各大工

厂,寻求解决途径;没有激光切割机,善于动手的冯锐甚至买了设备自己做。“因为团队先天的不足,使得研发能力、生产能力都有限,即便只有一款产品,但当时都给我们带来了很大的压力。”

由于工艺、材料、技术等方面的问题,做出来的模型冯锐和胡胜高并不满意——本身是世界冠军,在自己的领域内,怎么能以次充好?为了能够及时赶制出足够的模型,那一整个春节都没有放假,从大年初一就开始赶工,一共做了1000多套,一直到赛前培训开始的前一天,才凑到足够数量合格的模型。“一共4箱144条船,到现在还记得,赶出来后是我骑着摩托车,一箱一箱运到城站的中铁快运。”

事实上,那一笔订单是亏损的,但是冯锐认为,这是一家模型企业必须坚持的底线。“我认为其中的意义比当时那笔订单能否有盈利更为重要。”

