

■三奇口罩裝車發往海外。受訪者供圖



■來自非洲的多國大使及參贊考察團在康爾泰進行商務考察。受訪者供圖

品質嚴把關 產品勝質疑

審核企業資質，發口罩樣品到德國、專業機構對口罩樣品進行檢測，產品質量達標後再進行價格溝通，視頻驗廠，第三方專業機構實地驗廠，洽談合同具體細節……山東康爾泰防護用品有限公司董事長張紹國說，美國、歐盟等海外訂單對口罩的採購標準非常嚴謹，以醫用口罩為例，若出口美國需FDA認證，出口歐盟則需要經過CE認證。

據張紹國介紹，第三方專業驗廠還包括了企業的生產管理體系，以及企業生產中的過程管控、原材料把控、生產環境等各個環節。甚至，口罩的版型、耳帶的長度都有着嚴格的要求。但張紹國也表示，這些要求對企業而言並沒有太大難度，只要是取得國家出口資質的正規企業都能達到該標準。「質疑並不代表口罩質量不行，他們可以有質疑的權利，咱全憑質量說話。」張紹國的這份自信來自對口罩產品質量的嚴格把關。

政府培訓資助 企業少走彎路

濟南欣恩環保科技股份有限公司原來主要從事一次性環保餐具的生產和出口，3月份轉產口罩。該公司總經理陸童童告訴香港文匯報記者，政府

的扶持也讓他們企業少走了很多彎路。「政府相關部門的培訓力度非常大，有法律法規的常識、口罩的出口標準，還有如何保證口罩的品質。」陸童童說，這種培訓隔三差五，全市的口罩生產企業一家不落。在口罩原材料價格飛漲時，也是政府出手相助，協調了遠低於市場價格的熔噴布。

「中國產品走向國際市場，最主要的問題還是質量。」王常申說，「如果做貼牌，很可能在質量把控不到位的情況下出現問題，哪怕是千萬分之一的瑕疵，就可能有千萬分之一的概率被感染。」王常申說，這也是三奇為什麼不做貼牌和代工廠的一個重要原因。今年疫情發生後，王常申並沒有投資生產設備，而是投資2,000多萬購買了醫療防護產品的檢驗儀器，提升了原有的檢測中心的檢測能力。儀器更是涵蓋了中國標準、美國標準、歐洲標準，也涵蓋了從原材料到成品整個過程的檢測。

「這次疫情再一次說明了，關鍵防疫物資一定要掌握在我們自己手中，國產的口罩、防護服的質量並不比國外差。」王常申說，中國製造一定要增強信心和實力，進一步實現品牌化、高端化、國際化。

全球暢銷12.7億個民族品牌揚威國際展覽

國產罩遍四海 優品多國認證



■三奇的N95口罩SQ100sb獲第105屆巴拿馬太平洋國際博覽會金獎。受訪者供圖

海外疫情再起 多國大使落訂

「目前海外訂單不太穩定，但國外的老客戶還在持續增加訂單。」陸童童告訴香港文匯報記者，海外訂單在四五月份開始下滑，價格競爭也更加激烈。至下半年海外訂單又逐漸回升，老客戶追加的訂單越來越多。目前公司日產口罩約100萬個左右，其中80%出口歐美和日本。陸童童日前剛把1,000多萬個口罩發往歐洲，這是海外客戶為聖誕節採購的緊急訂單。該客戶又預定了近2,000萬個口罩，將在聖誕節之後再發貨。

料春節前海外單總量達8億個

7月份，山東朱氏藥業有限公司（下稱朱氏藥業）中標了英國政府2億個醫用外科口罩。朱氏藥業董事局主席朱坤福告訴記者，公司在中國口罩出口新規出台後才加大了口罩的出口，今年直接和間接出口的口罩約6億個，最近也經常能接到幾千萬個口罩的海外訂單。

張紹國目前正在對接來自德國、意大利、加拿大的3個海外訂單，訂單共計1.5億個N95口罩，合同額將超過6億元。張紹國告訴香港文匯報記者，南蘇丹、多哥共和國、萊索托、加納等多國大使及參贊組成的考察團下半年先後兩次赴康爾泰進行商務考察，他們也都是為本國疫情採購以及提前儲備防疫物資。加上聯合國開發計劃署的採購計劃，張紹國對明年海外訂單情況還是比較樂觀，他預測春節前海外訂單總量有可能達到6億至8億個。

張紹國表示，歐美疫情3月份爆發後，康爾泰隨即快速進行了擴產計劃，目前公司每天口罩產能達到了2,000萬個。

但香港文匯報記者發現，在上半年採訪過的一些口罩廠目前已有多家轉產或停產，口罩市場競爭激烈、價格降低利潤空間縮小，以及海外訂單減少成為主要原因。



■山東康爾泰防護用品有限公司口罩生產車間。受訪者供圖

點讚中國

「防護嚴密，穩定可靠。」在日前舉行的第105屆巴拿馬太平洋國際博覽會上，來自山東日照三奇醫療衛生用品有限公司（下稱三奇）的N95口罩SQ100sb獲得了金獎，這也是該獎項首次將金獎頒發給防疫產品。

在今年的世界疫情中，作為內地最大的口罩生產企業，三奇口罩脫穎而出，暢銷世界各國，為全球抗疫作出了巨大貢獻。截至11月底，三奇在疫情期間累計生產銷售了12.7億個各種口罩和1,350萬套防護服，海外出口約佔67.2%。根據國家海關總署發布的數據顯示，前11個月，中國出口包括口罩在內的紡織品9,892.3億元（人民幣，下同），增長33%。這一年裏眾多口罩生產企業共同參與和見證了中國製造創造的奇跡。

■香港文匯報記者 丁春麗 濟南報道

「三奇依靠嚴謹的生產工藝和穩定的產品質量，獲得了首批由美國FDA發布的白名單。儘管後續美國FDA多次調減中國生產企業名單，從83家起一直到僅存的8家，三奇公司始終名列其中。」三奇董事長王常申告訴香港文匯報記者，三奇在幾次白名單篩選過程中，扛住了幾十個國家不同批次的檢測標準的考驗。

堅持專精口罩 屢獲海外青睞

據王常申介紹，三奇從2014年起就完成了布局山東日照市和越南胡志明市國內國外兩大生產基地，以其豐富的應急生產保供經驗和穩定的產品質量保證體系，取得了齊全的國內外產品生產資質。而其越南的海外分廠，今年也被越南和老撾確定為醫療防護用品的國家生產基地。

「不管給國外代工利潤多高，我們都堅持打自己的品牌。」王常申說，三奇成立27年且25年專注於出口，這麼多年來心無旁騖做主業，一直堅持並專注於口罩這一個產品。正是憑藉高品質，三奇的口罩品牌才成功地打入了國際市場。

美國、法國、英國、意大利、德國……疫情之下，三奇的口罩今年出口到全球67個國家和地區。王常申說，去年公司海外銷售約3,000萬美元，今年海外銷售收入增加了幾十倍。也有七八個國家向三奇拋出了「橄欖枝」，邀請公司去籌建工廠和營銷中心。

口罩價格回落 轉啓多元發展

據王常申介紹，自5月份開始，三奇已經恢復了海外市場的供應，海外訂單目前依然飽滿。但相比上半年大宗訂單，下半年主要為小批量訂單。目前，三奇每天口罩的產能達到1,500萬個，也已建成年產百億個口罩的生產基地。

「下半年口罩價格斷崖式下降，價格也基本回落到去年年底的水平，海外口罩價格相對還好一些。」談及明年的海外市場，王常申並沒有表現得太樂觀。在他看來，雖然海外疫情依然嚴峻，但海外口罩的生產能力也得到了提升，中國口罩企業明年的日子可能不好過。也正是鑒於此，三奇將開啟多元化發展，不僅生產防護用品，還將在生物醫藥、智能檢測、移動方艙、精準醫療等領域發展。

曾停接海外單 內銷為國分憂

疫情之初，為了保證內地防疫需求，三奇主動停掉了幾乎所有的市場訂單，損失3,000多萬元。「看着國外雪片一樣的訂單，在巨大的價格差面前，說不心疼是假的。」王常申如是說。「你拚命把95%的產量都給了國內，海外不就丟了嗎，你可是個外銷為主的公司啊！」面對朋友的提醒，王常申回答說：「如果在這種關鍵時刻都不能為國分憂，我還做什麼民族品牌呢？」

自1月21日，三奇承擔起武漢疫區和國家重要防疫醫療物資調撥保障和援外任務，到5月21日疫情防控階段性結束，三奇圓滿完成向國家、省、市及澳門調撥醫用外科、醫用N95口罩1.35億個，醫用防護服86.21萬件。

年初熔噴布緊缺 「火神山速度」建廠

特稿

作為醫用口罩的核心材料，熔噴布在疫情爆發初期貨源緊缺，價格一路暴漲，也衍生了一些違法亂象。

負責採購原材料的聖泉集團供應鏈管理部總經理申寶祥回憶，當時在國內無法購買到大批量熔噴布的時候，他們利用子公司的銷售渠道，從國外購買了二三十噸的熔噴布，一路空運到中國。他說，當時最緊張的時候就是和時間賽跑，公司的財務就專門安排人員負責打款，24小時打款，有時候都是半夜打錢，因為可能半小時這個單子就沒有了。

針對熔噴布短缺的情況，「國家隊」開始入場。短短76天內，中國石化就建成投用16條熔噴布生產線、年產能1.35萬噸，一舉成為全球最大、質量領先的萬噸級熔噴布生產基地，被稱作「火神山建設速度」。其中，燕山石化僅用12天，就建成第一條生產線。

擅創新攻關 快速國產化

中國石化新聞發言人呂大鵬說，中石化僅用76天從零開始建成了中國最大的熔噴布生產基地，離不開「中國製造」的強大支撐力。呂大鵬透露，據統計，該基地的建設，涉及85家相關企業，在這麼短時間內，因為有雄厚的產業鏈的基礎和製造行業的快速反

應，才能形成這種聯動效應。

第二個原因就是中國的創新攻關能力也很強。呂大鵬舉例說，熔噴布項目上馬的時候，開始燕山石化第一期，核心熔噴頭還是進口的，到了後面一二十天後，儀征化纖再上的時候，我們國產化率已經達到了95%，到儀征化纖二期工程的時候，從簡單的螺栓到核心的熔噴頭，完全實現了100%國產化。

而在江蘇揚州，中國石化儀征化纖有限責任公司，通過邊交流、邊設計、邊採購、邊製造、邊施工、邊培訓的方式，全國80多家供貨單位協同作戰，優先保障，用35天時間，就完成了正常一年才能完成的建設工期。公司黨委書記執行董事萬濤說：「這次我們在項目推進過程中，包括項目的設計單位，工程建設、施工安裝單位，包括我們中石化總部機關相關管理部門，我們全力合作，全力推進項目的實施。」

推優惠政策 促企業創新

科學組織抓生產，支持企業改造升級，落實稅收優惠，幫助企業牽線搭橋打通產業鏈條……一系列支持政策，讓口罩的產能快速恢復的同時，創新也在不斷加快。數據顯示，今年以來我國共申請口罩相關專利5,726件，同比增長511%，其中發明專利2,043件，實用新型專利1,906件，外觀設計專利1,777件。

■央視新聞客戶端