

## 手握“王牌”

昔日化学老师  
缔造一次性餐具王国

家联科技产品。

备受年轻人喜爱的奶茶、山姆这类大型商超出售的耐用性家居用品及生物降解产品、国内知名餐饮巨头中用到的塑料餐具……在我们的日常生活中，宁波家联科技股份有限公司（以下简称家联科技）的痕迹遍布角角落落。

2021年12月9日，家联科技在“非常之时”云敲钟上市，实际控制人、董事长王熊立下“非常之志”——决心科学、有序地推进“新材料家居用品第一品牌”的战略目标，着力实现“成为世界一流的新材料和家居用品制造商”的企业愿景，完成开发和制造更环保、更安全、高性价比的新材料和家居产品。

三年蹉跎，作为宁波市塑料行业协会新任会长单位，家联科技正在全球环保餐饮具用品市场，展现宁波制造业的深厚实力。



王熊

免责声明：文中提供的所有信息仅供参考，不构成任何投资建议。

## 1 从教书匠到企业“掌门人”

王熊在一众“60后”企业家中，经历无疑是特殊的。在初出校园之时，他选择走上讲台，当一名化学老师，这一投入便是十年。

“当时，我的父母经营着一家木制品厂。一开始发展不错的家庭小规模工厂，在经济形势变化、父母逐渐年迈等因素交织下开始走下坡路。我纠结了很久，最后还是无奈放弃了当好一名老师的理想，回家扛起重担。”王熊回忆道。

当一名木制品厂厂长和当一名老师，听上去是两个背道而驰的选择。但王熊暗下决心，“干一行，就要成一行”，这也成就了他三十年创业之路的工匠精神底色。

王熊当木制品厂厂长的日子，前后不过7年。但他潜心学习，从对工艺、产品一无所知，到提升工艺、打开销路“样样精通”。1997年，王熊迎来了一个关键转折点——一家国外大型商超想作为长期合作客户，向其订购一批木质衣夹，这笔订单一下子就为工厂带来了3000万元的收入，占当时全年营收的近90%。

“原本以为自己是好日子刚刚开始，没想到两年之后我们就收到这家商超通知，相关产品的生产将要迁回本国制造。那一刻真的是晴天霹雳。”当时压在王熊肩头的，不仅仅是剧烈下滑的业绩，还有积压的库存、供应商的货款。“原本好不容易有所起色的工厂可以说是一夜之间负债累累，只能到处接零散的小活，能还一笔债就还一笔债。”

幸运的是，在撑过最艰难的时期之后，这张重要的订单还是回到了王熊的手上。当时积压的库存成了现成的资产，让这家摇摇欲坠的工厂彻底吁了口气。虽然是苦尽甘来，但也让王熊明确地意识到，一个企业要想平稳发展，绝不能单纯地躺在某一个大客户背后“乘凉”。此后，公司在订单的拓展上始终秉持着一个规则，即广泛拓展客户资源，争取承接更多订单。

干一样，不止要成一样。王熊说，虽然木制品厂势头不错，但企业若想发展，不能只安于现状。新世纪初，王熊就有了转型生产、扩大企业规模的谋划。彼时，宁波镇海突出的区位优势、实在的政策和优质的助企服务吸引了王熊。于是，王熊盘下40亩地，“搬家”到了镇海，“家联科技”正式成立。



第三十二届上海国际酒店及餐饮业博览会上的家联科技展台。来源：公司官网

## 2 让“一次性”照进现实

生活越便利，越离不开塑料日用品。来到镇海后，王熊将产品定位至需求量更大的塑料餐具、餐盒、塑料杯盘、家居日用品等领域。他将公司的名字取为“家联”，表明想与更多家庭产生联系的雄心。

之前有生产日用品的基础，企业进军新的细分市场并不难。不同的是，王熊深知塑料带来的环境污染，毅然决然抛弃传统塑料工艺，与各科研院所合作，在能降解为二氧化碳和水的生物全降解制品研发上下功夫。

如今，在家联科技的展厅中，小到吸管、叉子，大到杯子、餐盘，琳琅满目的产品已然架起了“生物全降解王国”。这些产品废弃后，常规处理即可，对土壤和水资源没有污染，让人类对于“一次性”日用品的设想真正落地照入现实。而撑起这么庞大的“家底”，不是一件易事。

据王熊介绍，2010年前后，生物全降解制品的研发技术不成熟。尤其在解决玉米淀粉材料的流动性和耐高温兼容的问题上，几乎无解，刚做出来的样品或是一折就断，或是无法保存。王熊亲自带领研发团队，“死磕”改性技术难关，一“磕”6年，为家联科技“磕”出一张面向未来的底牌。

这些年来，家联科技迎来了全国生物基降解塑料制品的“单项冠军产品”荣誉，多次牵头并参与生物降解制品国家标准的制定。杭州第19届亚运会也成为这家“隐形冠军”大放异彩的舞台。

作为杭州亚运会环保餐具的供应商之一，家联科技的15款环保餐具组合备受推崇。其中包含了中西方用餐习惯中需要的餐盘、吸管、刀叉勺等，均由全降解材料生产加工而成，不仅具有常规塑料制品的物理性能，结实耐用，更具备良好的生物可降解性，在使用后可按常规其他垃圾处理手段处理并实现碳排放为零，也经受住了“质量零投诉”的考验。

## 3 『减塑』背景下的行业革新

要便利，更要可持续。这一愿景在塑料制品行业的色彩尤为浓厚。

在长期的行业深耕中，家联科技团队也发现，要实现这个目标，并不是靠一种产品的升级改造完成的。以LOGO贴标的奶茶杯为例，杯子是聚丙烯材料，贴标膜是聚乙烯材料，两者单独均可回收，但“1+1”后，因为熔点等不同，变成了不可回收材料，直接扔弃则会污染环境。

绿色环保，需要整条产业链携手共进。于是，家联科技推动上游供应商，研发出聚丙烯贴标膜，实现“1+1=1”，既让奶茶杯成了真正可以回收的产品，又让供应商找到了新市场。

这份决心也切实融入家联科技自身的生产活动中。如许多制造业企业会购买一次性缠绕膜，用来固定托盘上的货物，但客户收货割断膜扔掉后，既浪费又会有污染。为此，家联科技和上游企业共同研发出耐用型缠绕袋，可以像丝袜一样将货物套起来，并用魔术贴封住，客户撕开魔术贴便可取货。这一联动发明，在家联科技的日常生产使用中，每年就可节省200万元成本。

2022年度，家联科技在国内餐饮包装行业第一个发布了ESG报告。该报告被称为企业的“第二张财报”，衡量的是一家公司在环境保护、社会责任和公司治理方面的综合协调能力。

ESG报告的数据中，不仅有家联科技的碳排放，还涉及产业链企业。也就是说，家联科技不仅要绿色低碳的引领者，还要带领产业链企业共同“逐绿”。根据ESG报告，家联科技将在2030年实现“碳达峰”，2050年实现全产业链净零排放。

顺应新发展格局，家联科技坚持国际、国内“两条腿走路”。目前，该公司在浙江、广西、广东，以及美国、泰国等，建立了9个智能化生产基地，实现全球化产业布局。

王熊喜欢读国学，尤为痴迷《论语》，他的理念也推动着家联科技积极打造“有家国情怀、有家人温度、有家园大爱”的“家文化”。随着市场和业务拓展，家联科技的“家”文化，通过“走出去”实现了国际传播，传统哲学智慧、人文主义情怀、绿色发展理念，得到了海外员工和国际客商的认同，打造了行业文化的新潮流。

记者 史昊