

吴桥青年李刚，以科技赋能，引入地埋式自动伸缩水肥一体化喷灌设备和小型气象站等打造智慧农业，带领合作社发展成为当地龙头企业；他还将直播引入农业生产，打造大家看得见的绿色种植模式，吸引消费者上门购买；现在他又借势大运河区域开发，探索休闲观光农业发展道路

直播大地种植玩转智慧农业

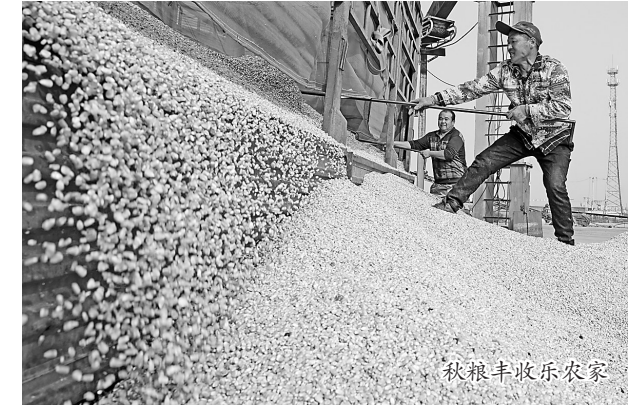
本报记者 吴 梦

直播种植过程
让绿色农产品不愁卖

秋收过后，当周边的农户还在为销售秋粮四处奔波时，吴桥县奔腾粮棉种植专业合作社负责人李刚却气定神闲，因为他的客户早已自动上门了。

刚开始晾晒新收获的小米，李刚的手机就不断收到客户的订单。“现在，我的农产品不愁卖了。”

原来，李刚常常用手机直播农业生产过程，周边的朋友看着他的庄稼一天天长大，品质有保障，



当然就不愁卖了。

“我从播种就开始直播，出苗、中耕、除草、施肥……收获，让大家看着我怎样种地。通过点滴记录，大家认可了我的产品，未到收获时，很多人就会上门购买。”李刚笑着说。

其实，通过手机直播卖农产品，源于李刚之前的一次失败经历。

两年前，李刚接手一处蔬菜大棚。由于没有销售渠道，他的第一茬菜很多没能销售出去。

面对挫折，他开始寻找突破口。“之前空闲时，就将种田的过程录成视频放到朋友圈里和大家一起分享，人们很爱看，点赞数很高，我就突发奇想，不如拍视频，做直播，推荐自己的产品。”

在第二茬蔬菜种植时，李刚就开始每天用手机直播的方式，记录种植管理过程。同时，他还调整种植结构，将甜瓜作为主打品种。

效果出乎李刚的预料，在甜瓜还未成熟时就有周围的朋友预订。等到成熟时，更是吸引了沧州、德州消费者前来采摘。

“甜瓜没出地头，就被大家买光了！”李刚感慨道。

借力大运河
探索休闲观光农业

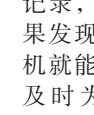
在李刚的带领下，合作社实现了快速发展，目前已成长为当地的农业产业化龙头企业。同时，他也成为吴桥县政协十三届委员会委员。

现在，李刚又开始探索休闲观光农业+循环生态农业的路子。

“合作社背靠大运河，紧邻105国道，地理位置优越，沧州、德州等地游人很方便前来旅游、采摘等。加之近年来大运河开发和全域旅游的推进，休闲观光农业必将大有可为。同时，为了充分发挥合作社的优势，我们又将循环生态农业的路子加进来，力图打造多元发展模式。”李刚阐述自己的发展理念。

为对接大运河周边环境修复和开发，目前合作社内1800土地全部种植了果树，红富士苹果、红香酥梨、蟠桃、冬枣、山楂、核桃等30多个品种11万棵。此外林下间作小麦、玉米和蔬菜。再用农作物秸秆发展养殖，目前存栏牛70头、羊200只，牲畜粪便再回田，又能保护土壤，增强肥力。

经过两年的探索，休闲观光农业初见成效。“现在合作社在当地小有名气，我们种植的蟠桃等水果，开始吸引周边消费者前来采摘，再过三四年进入盛果期后，效益将进一步显现。”李刚自豪地说。



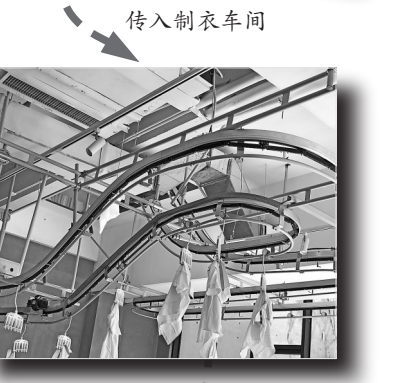
创客朋友圈



3D扫描5秒量体2小时取衣

本报记者 吴 梦

当工业4.0时代逐步来临，以消费者为中心的个性化制造需求，让定制服务已然成为中国服装业发展的一个新方向。此时，把握定制行情、找准突破方向对于企业而言至关重要，以明珠服装公司为代表的沧州企业在业内率先试水3D扫描服装定制，在引领沧州市民时尚消费的同时，也开始探索服装定制产业的发展突破口



3D扫描服装定制 市民纷纷“尝鲜”

11月3日，虽然是工作日，但来自沧州市区的“90后”姑娘赵蕊还是和她的“姐妹淘”们一起来到了距离城区20多公里的明珠国际服装生态新城，走进明珠服装服饰科技有限公司的智能生产车间，体验人体3D扫描服装定制时尚感。

赵蕊来到这里，想为自己做件衬衣和裤子。说起定制缘由，赵蕊说：“好裁缝不好找。年轻人乐于网购衣服，但尺寸很难把握，‘买家秀’和‘卖家秀’有时差距过大。我到这里，就是想做套最符合自己身材的衣服。”

在现场工作人员引领下，赵蕊来到有四根滑柱搭建起来的圆柱形空间，滑柱分布有8组摄像头和激光发射装置，摄像头可以进行360度全方位扫描捕捉，再通过计算机进行信息综合，就组成了人体的3D数据清单。

“请站好，双手伸开，与腰部间张开呈30度角。”工作人员用鼠标在计算机上点击“3D扫描”，测量开始。几组摄像头同时工作，红色的光线先以水平方向投射到赵蕊的头顶，再慢慢向下移动，最后停在脚部。此时，计算机屏幕上已经出现一个人体3D模型，身形与被测者赵蕊完全一致。

这就是量体的过程。

在3D量体裁衣间，短短5秒，赵蕊的前衣长、后衣长、领围、胸围、中腰围、膝围等36个数据被一一采集。随后，这些数据立刻传送到制衣车间，通过电脑辅助设计软件进行智能排料后，数控裁剪机就可以剪裁制衣了。

“这些精准的身体数据可让衣服更加符合穿着者需求，更加舒适有型。和用尺子的传统测量方法相比，除身高、腰围等基本数据外，3D扫描可以显示更多的人体细节数据。比如，‘肩斜’数据在传统服饰定制过程中很难精确测量。”明珠服装服饰科技有限公司智能衬衣生产车间技术总监宁晓波说。

客户纷至沓来 引发甜蜜烦恼

人体3D扫描服装定制新业务，最近吸引了不少市民驾车专程前来，只为抢先体验。“5秒完成量体，2小时后就可拿到自己的新衬衫，穿起来非常合体。”一位市民拿到心仪的衣服后感叹道。

“每个人的身材都是不一样的，有个性化特点。现在的服装都是标准化生产，挑选衣服很难保证处处合身。”宁晓波说，“利用3D扫描技术，360度立体采集数据，所得信息会更加全面，定制出的服装也更加合体，舒适度更高，版型更美。”

在一旁定制西服套装的“70后”李成斌是第二次到公司定制衣服了。李成斌回忆：“记得上小学时，市场上成衣量少且贵，找裁缝量身做衣过程很复杂，一般要经历测量尺寸、缝制衣服、试穿、修改等过程，且不讲究面料、款式。现在生活条件越来越好，量体裁衣也变得时尚起来，现在的3D扫描服装定制，与过去的体验完全不同。”

看着排队等待的客户，作为项目推广负责人，庄严有了一些甜蜜的烦恼：“随着我们的新业务逐渐被市民所熟知，前来定制的消费者越来越多，但由于企业生产订单较多，目前消费者如不能提前预约，大家将很难在2小时后拿到心仪的衣服，服务体验会大打折扣。”

“公司在设立之初就将打造精品作为企业发展目标之一，因此我们直接对接业内一流生产工艺，上马了一条智能衬衫生产线和高级定制西装生产线，在今年5月正式生产后，产品很快受到客户好评，目前正在赶制巴宝莉、雅戈尔等多家一线品牌订单。”庄严解释说。

定制服务 成产业转型升级方向之一

“3D扫描服装定制，改变了人寻找衣服的过程，让衣服适应人。互联网时代，定制满足消费者的个性化需求已成为服装产业发展转型的方向之一。”宁晓波说。

“公司打造服装智能生产线的目标之一，就是通过我们的实践，引导沧州周边相关企业进一步实现产业转型升级，实现产业的智能制造。”庄严说。

目前，明珠国际服装生态新城以承接疏解到沧州的原北京服装企业和商户为主，这些企业大多为小企业，经营模式多为前店后厂，生产工艺简单，产品附加值低，在市场竞争中处于不利地位。

在新的经济形势下，我国服装产业面临着重大课题，即从传统资源导向型向需求导向型转变，匹配需求建立柔性供应链，在此背景下，“为了引导这些企业向智能制造转型升级，我们主动打造了智能化的生产线，通过生产实践的示范，引导大家逐渐转到智能制造上来，带动周边服装产业做大做强。”庄严说。

试穿、修改等过程，且不讲究面料、款式。现在生活条件越来越好，量体裁衣也变得时尚起来，现在的3D扫描服装定制，与过去的体验完全不同。”

看着排队等待的客户，作为项目推广负责人，庄严有了一些甜蜜的烦恼：“随着我们的新业务逐渐被市民所熟知，前来定制的消费者越来越多，但由于企业生产订单较多，目前消费者如不能提前预约，大家将很难在2小时后拿到心仪的衣服，服务体验会大打折扣。”

“公司在设立之初就将打造精品作为企业发展目标之一，因此我们直接对接业内一流生产工艺，上马了一条智能衬衫生产线和高级定制西装生产线，在今年5月正式生产后，产品很快受到客户好评，目前正在赶制巴宝莉、雅戈尔等多家一线品牌订单。”庄严解释说。

供给侧结构性改革与“三品”战略，吹响了服装行业深入转型的号角。大批具有前瞻视角的服装制造企业响应号召，布局服装定制领域，更有层出不穷的定制工作室、合作或垂直的定制电商平台，甚至推出了单件定制的淘宝品牌，这些都在推动着中国服装定制产业的多元化、快速发展，而大数据、智能制造、3D试衣等软硬件技术的发展，更让批量定制成为可能。

当工业4.0时代逐步来临，以消费者为中心的个性化制造需求，让定制服务已然成为中国服装业发展的一个新方向。此时，把握定制行情、找准突破方向对企业而言至关重要。



领导力

企业的竞争，本质是一把手的竞争；而一把手的竞争，本质是格局观的竞争。格局观，谋长不谋短，谋远不谋近，谋全局之胜负，而不谋一子之成败。格局观，其实就是战略眼光。

——湖南大三湘茶油董事长周新平

真正具备领导力的领导者，已经成为“稀有动物”。领导力从何而来？答案就是格局。真正的领导力跟发号施令、凌驾他人、利己主义等贪婪之举毫不挂钩，反而跟人格、格局、胸怀这种看不见、摸不着，但又实实在在传递着影响力的因素有关。这种自然而然地、客观地影响着他人的力量，就叫作“非权力影响力”。

——深圳王子和山品牌创始人周振扬

领导力就是能召集人们为了同一个目标努力的能力和意志力，并能激发人们自信的品质和品格。领导力，是为了团结众人，实现共同目标，大家一起成长。

——内蒙古阴山优麦董事长卢文兵

成长

企业的逻辑是成长的逻辑，就如种下一颗种子，它是需要成长的。成长的核心是企业应该拥有核心技术，发挥技术创新的专长，没有技术就很难生存发展。技术创新有高科技、中科技、低科技、零科技，其中零科技也可以创新。

——中国上市公司协会会长宋志平

和自然界的植物一样，企业在长大过程中也会不受控制地疯长，而管理就是通过不断地剪枝来阻止其疯长。企业不停地成长，就需要不停地剪枝。减什么呢？减机构、减层级、减冗员，帮助企业一路健康成长。

——华为公司总裁任正非

绝大部分员工是愿意成长的，之所以有些员工成长缓慢，很多时候是因为他们没有得到及时的反馈。员工只有知道自己在团队的位置，才可能及时调整自己，适应竞争，赢得竞争。

——SOHO中国董事长潘石屹

运营

经营和管理是两个范畴的事，经营是做正确的事，管理是正确地做事。企业领导首先要成为经营者，要解决赚钱的问题，当然管理也能降低成本进而创造利润，但是管理水平再高也未见得产品就卖得出去。

——御风集团董事长冯仑

大企业、上市公司、中小企业都必须有清晰的业务。关于应该多元化还是专业化的讨论，中小企业不适合多元化而只能专业化，成为“单打冠军”“隐形冠军”，特点是窄而深地经营，主业非常突出，即使做狗链子、指甲刀也能做到全球70%以上的份额。

——中国中小企业协会会长李子彬

很多企业不是被竞争对手打死，而是被自己打败的。不管是老的活法还是换一种活法，企业最终都要回归到苦练内功，强身健体，自身内在的健康是应对外部环境变化唯一的武器。

——希腊咨询董事总经理梁开广

品牌

市场经济就是“排序经济”，每个品牌，每个企业都在顾客心中排序，排序甚至是大自然的法则，每个人都没有办法回避排序。

——中国人民大学教授彭剑锋

个人观点仅供参考