河间“90后”小伙吕阔，将大流通理论和完整供应链体系引入花卉经营中，突破鲜花产品只能覆盖周边市场的发展瓶颈，销售半径超100公里，吸引保定、衡水等地客户纷纷抛来橄榄枝

# 大流通 打开鲜花销售半径

本报记者 吴梦 本报通讯员 王永飞

## “五一”销售季提前结束了

5月5日上午，正当周围的商户还在享受“五一”假期的销售热潮时，河间市“90后”小伙吕阔却收拾起大棚内不多的鲜花绿植，准备开启自己的假期了。

“昨天，为假期市场准备的商品基本销售完了，假期最后一天也不想补货了，收拾一下场地，准备和家人一起放松一下。”吕阔高兴地说。

“在做花卉零售的同时，我的主业是做花卉产品的大流通，就是建立辐射周边县市的销售网络，河间只作为花卉的展示、中转基地，我们引入南方优质花卉，再通过网络批量销往各地，因此周边商户还在忙碌时，我这儿已经快要清仓了。”吕阔说出经营之道。

经过几年的发展，如今吕阔已经成为当地鲜花产业的代表之一，今年2至4月，他和伙伴实现销售数百万元。

## 突破思维界限大棚成展示平台

谈起回家创业，吕阔说是情怀使然。

吕阔表示，他爷爷年轻时，家里就以种花为生，自己从小在花棚里长大，对种花种草很有感情。大学工商管理专业毕业后，他虽在外工作，但家里的花草成为他的乡愁。

2014年，放弃大城市的白领工作，吕阔回到老家河间市柳林村创业。“说创业有些大，我就是突破了祖辈单一种花草的僵化思维，搭个桥梁，引入大物流概念，将昆明、青州等地成熟鲜花商品引入河间，然后再通过辐射周边的销售网络，将鲜花绿植销售出去。”吕阔笑着说。

原来，柳林村是拥有70余年花卉种植历史的专业村，村民主要种植一些当地传统花卉，然后在河间市区销售。由于受种植结构限制，产品价格低、销售范围小，很难走出河间市场。

上大学时，吕阔就常常去当地花木市场，考察学习同行的经营策略。后来，工作了，他就有了将工业品流通模式引入鲜花销售当中的想法。

回家创业，给了他将想法付诸实践的机会。

“家里给了我一个大棚，让我试验。”吕阔说，“我也没种鲜花，而是去昆明等鲜花产业先进城市考察，然后将他们的成品引入河间，大棚就成了展示平台。”吕阔分享经营策略。

很快，很多域外新奇花卉出现在吕阔的大棚中，吸引了众多消费者前来购买。由于第一年属于试水，还要改造花棚，吕阔给自己的目标是不亏损，就是成功。

效果却出乎吕阔预计，年底一算账，3个月，盈利1万元，让他对自己的模式更有信心了。

同时，他有了更大胆的想法，将自己的花草卖出河间，进军周边县市市场。

## 建立供应链体系打造区域品牌

怎样打开周边县市市场呢？

让吕阔一时犯了难。

“花卉销售有半径，一般商户只能辐射商圈周边几公里，想要辐射整个河间市区已十分困难，更不要说走出河间进入周边县市。”吕阔面临产业瓶颈。

办法总比困难多。

经过市场分析，吕阔将区域品牌引入产品销售中。

“柳林经营花卉种植数十年，在周边小有名气，通过和周围商户合作，大家抱团发展，打造一站式采购的花卉基地，将柳林的品牌打出去，再通过品牌效应吸引外地经销商前来合作。”吕阔调整经营思路。

通过与周边商户合作，花卉、绿植、苗木形成完整供应链体系，开始吸引河间域外商户前来合作。一位任丘市石门桥镇的商户驱车60公里前来采购，很快月季花、发财树、小叶女贞等花卉和苗木装满车厢。

“我每天来一次，来柳林采购五六年了，这里产品全，我们不用东奔西走就能把货找齐。”商户正忙碌地将小叶女贞苗木装车，半小时采购完毕，返程。

“我们形成完整供应链体系，打造区域品牌的同时，还主打商品的差异性。”吕阔说，“针对周边县市商户以种植当地传统花卉为主的情况，我们主要引入一些价格亲民的新奇特产品，如这些小叶女贞苗木，它们在产地时，就由技工完成嫁接和整形，这样树形美观，客户买回去，种在庭院中不用修整，就让人赏心悦目。”

经过几年的培育，在吕阔和伙伴的努力下，现在柳林品牌逐渐被业内认可，产品辐射到雄安新区、保定、衡水等周边市场。

同时，吕阔也有了意外收获，很多电商和绿化工程公司也纷纷上门寻求合作。

吕阔说，由于近几年花卉电商快速发展，柳林完整的供应链体系也被电商认可，周边安平、蠡县、武邑、任丘等县市的电商纷纷将柳林作为供应基地，将他们的商品卖到更远的区域。同时，完整的供应链体系也吸引绿化工程公司前来，将他们的产品应用于雄安新区及周边县市的绿化工程。

创客朋友圈

随着人们家庭生活开始逐步进入智能化时代，带动智能门锁成为新的消费热点，吸引华兴新锐、盛峰锁业等沧州企业试水，并推出生物指纹、远程APP、虚拟密码等6种开锁方式融于一体的高端智能门锁，成为市场新宠——

# 智能门锁成智慧家居产业敲门砖

本报记者 吴 梦

## 智能门锁引来八方客

4月30日上午，位于河间市的华兴新锐通信集团再次迎来多位客户，大家都是慕名前来参观了解华兴新锐开发的先进智能家庭门锁产品。

“我们从2017年开始，经过3年研发，在去年下半年推出了‘华兴新锐’品牌系列智能门锁，目前3款产品正在京东、天猫等电商平台上销售，消费者认可度很高，吸引很多潜在客户来公司考察参观。”集团副总经理艾学兵高兴地说。

华兴新锐创新中心总经理刘永宽表示，他们推出的智能门锁，是基于NB-IOT物联网技术的高端智能门锁，产品在安全方面采用最高级别C级锁芯，安全系数高；集生物指纹、远程APP、密码、刷卡、钥匙、虚拟密码6种开锁方式于一体，在保证用户安全性和私密性的同时，更加方便快捷。同时，门锁还考虑到用户亲友到访时，主人不用泄露密码，不用外出迎接，访客也能轻松进门。此外，门锁均具有防火报警功能，当室内温度达到55℃时，门锁自动报警30秒，同时门会自动打开，以便室内人员逃生。

“我们还与电信公司合作，将芯片植入锁芯，数据会储存在电信公司的数据平台内，日常使用操作也是通过电信公司发出指令，因此安全性大大提高。”刘永宽自信满满。

华兴新锐的智能门锁在线上推出半年多时间，品牌认知度和产品认可度都实现了快速增长，目前已成为国内智能锁具领域内的知名品牌。

“在智能门锁领域，我们充分发挥了公司在通信技术上的优势。随着5G时代的到来，在智慧城市生活中，智能门锁等产品的应用会更加广泛，更加激励我们把这款产品做精做深，以更好的产品回报广大消费者。在进一步完善技术后，今年，我们又推出了5款室外全场景智能门锁，准备在近期推向市场。”刘永宽说。

## 物联网赋能工业门锁也智能

在家庭智能锁领域，华兴新锐做得风生水起，而在工业智能锁具领域，河北盛峰锁业有限公司也不遑多让。

前不久，中国铁塔公司采购控制柜上配套的智能锁具，盛峰锁业成功入围，成为国内仅有的几家工业智能锁供应商之一。目前，云南通变集团电力柜产品，全部使用盛峰公司的智能锁具，而且江苏中天、深圳科信等多家上市电信设备商，也纷纷采购盛峰的产品。

对此，盛峰锁业总经理刘为民连说“没想到”。

当年，刘为民和青县很多老板一样从事机箱产业，企业成为移动、电信等主要通讯企业供应商。正在业绩蒸蒸日上时，刘为民发现机箱上的锁具是一个潜力很大的市场。“随着现代通讯技术发展，应用物联网技术的智能锁是市场发展趋势。常规锁普通人能撬开，防盗性能差，而智能锁开锁需授权，并指定人员去开锁，防盗性能大幅提高。”刘为民介绍说。

发现商机后，刘为民迅速在企业里挑选20多名工人，带着他们坐上飞机随自己去宁波二次创业。

“我们当地缺乏相关人才储备，把公司搬到宁波，就近引入当地的人才和技术，可快速提高企业的技术实力。”

在宁波设厂后，由于多种原因，并没有很快收获相关技术和人才，自己的团队却不断出现人才流失。不到半年时间，20多人的团队，损失过半，无奈，刘为民只好将工厂迁回青县。

回到青县后，刘为民与西安交通大学合作，建立工程研发中心，共同开发物联网平台，将西安交大的技术优势嫁接到自己的产品上，并取得产品专利，进一步提高了自身智能锁的品质。

如今，刘为民带领企业一步步走向壮大，产品得到国内客户的广泛认可。

## 一把锁开启智慧家居产业

随着现代科技的快速发展，智能门锁成为智慧家居产业的一块敲门砖，让更多的人领略到了智慧家居的魅力。

艾学兵说：“智能门锁只是公司步入智慧家居领域的第一款产品，一个入门级产品，我们正在探索智慧家居的整体解决方案，基于物联网技术的更多智能产品正在源源不断推出，包括智能窗帘、智能空气净化器、智能空调、智能台灯等等。届时，大家将看到更多‘华兴新锐’品牌的智能家居产品走进寻常百姓家。”

刘永宽表示，作为智慧家居“入口级”产品，智能锁有着得天独厚的优势，这一优势在于对用户身份的识别，简单来说，在用户开锁进门这一动作中，智慧家居系统，就能准确了解用户身份，从而开启匹配这一用户的个性化场景模式，因此从智能锁切入智慧家居产业十分便捷。

“受自身企业体量所限，我们没能力整体切入智慧家居产业，但公司探索轻资产运营，在上海设立机构，与相关设备、软件企业合作，大家共同打造智慧家居生态圈。”刘为民阐述公司新战略。

智能锁作为智能家居入口级的产品，基于其高频高粘性的特性，将会进一步带动智能猫眼、智能保险箱、智能摄像头及其他智能家居产品的使用。从NB-IOT的网络部署架构来看，垂直行业应用将趋于更简单，分工也更明晰，智能锁作为一个入户端口，以物联网技术为依托，可开启整个室内的智能家居设备，为用户提供良好的生活体验。

风口

## 洞见

### 创新

创新是企业腾飞的翅膀。有无核心技术、能否在战略性和前瞻性领域取得关键核心技术的突破，决定着企业能否持续保持核心竞争力。

——中国上市公司协会会长 宋志平

创新必须是有效创新。创新活动开始之前，要明确解决什么问题，提前分析创新的机遇、目标和路径，细致谋划组织，这样才能使创新更加有效，减少必要损失。

——依文集团创始人 夏 华

随着企业发展，我们应该从模仿式创新向集成创新、自主创新发展，而不能只是简单地模仿，模仿永远模仿不到最好的东西。

——作业帮CEO 侯建彬

千万不要小看集成创新这件事，如果能“把做面包的技术用在蒸馒头上”，就是大本事。

——搜狐董事局主席 张朝阳

### 文化

一个企业想要从大到伟大，一定要有好的文化，因为文化是最高效的协同。企业要成为优秀文化的积极传播者，因此企业家要有品格，要做有品格的企业，要站在道德高地上办企业。

——北京大学国发院教授 陈春花

一个成功的企业，一定要将积极承担社会责任作为最崇尚的使命；一个积极履责的企业，也必然会得到社会的赞赏和支持。

——红星美凯龙执行总裁 朱家桂

企业的管理，核心是人。因此企业的每个管理者，本领不一定很大，关键是人心要正，建立一个好的文化引导，健全大家的人格，才能够做好企业。

——舵舟创始人 李阳林

### 管理

现在我们不仅要有好的管理，更需要好的经营。管理是正确地做事，解决的是效率的问题，经营是做正确的事，解决的是效益的问题，企业一把手首先是个经营者。

——郎酒集团董事长 汪俊林

管理的主要任务是发挥，要让每一个人的优势都得到充分发挥，这才是我们提高效率和效益最重要的手段。

——稳健医疗集团董事长 李建全

企业要从“做工厂”转向“做市场”，这是管理认知上的一次飞跃。广义的企业管理=外部市场管理+内部运行管理，简单说，就是外抓市场、内控成本。

——TCL集团董事长 李东生

教育是最好的管理。一个团队要快速进步，需要很多自我超越的人，能自我超越的人是不断学习、追求工作尽善尽美的人。

——腾讯董事会主席 马化腾

### 价格

价格是把双刃剑，世界上从来不存在所谓的质优价廉，因为质量肯定会有成本。做企业不能一味地降价、拼价格，应该走高质高价的路线。

——瓜子二手车创始人 杨浩涌

低价是条最容易的路，也是一条最难的路，以价格为武器总是错的。很少人明白，低价是不会扩大市场份额的，只是被迫降价有机会保住市场份额而已。

——步步高创始人 段永平

追求“性价比”的公司大多是在为自己的低价找借口，伟大的公司不太强调“性价比”这个概念，老百姓心里有杆秤：好货不便宜。

——美的董事长 方洪波

个人观点仅供参考