青县创客朱爱琴，通过生产高品质化妆刷切入网红经济并引爆电商市场，吸引众多拥趸。她还主动为企业发展降速，以工匠精神不断提高产品品质，在广大消费者心中“种草”。

品质优先 打造“国货之光”

本报记者 吴 梦

产品定制抓住客户

在青县城区边缘的一栋3层小楼内，化妆刷知名品牌“琴制”的工人们正在手工制作一支支精美的化妆刷。在定制车间，公司总经理朱爱琴正和工人一起赶制一批定制产品。

“这是国外一位知名美妆博主定制的产品。”朱爱琴拿起一支化妆刷。

朱爱琴表示，这款化妆刷采用高档动物毛，如果不是老师傅，根本连捆都捆不住，更不要说做成刷子了。“多年来，我们一直坚持产品走中高端路线，通过定制生产，抓住了国内外专业化妆师、美妆博主等专业消费者的心。”

做化妆刷是一门手艺，越是高档的、精品的化妆刷，越需要静下心来精雕细琢。“我特别享受把刷子做得特别完美的过程。”朱爱琴笑着说。

近几年，国内消费者多追求化妆刷的柔软度和弹性，但化妆刷使用的动物毛长短不一，软硬程度也不相同，每把刷子都有自己的特色，无法实现大规模的工业化生产。因此，化妆刷行业对于人工的依赖程度非常高。

通过定制生产，近年来，朱爱琴的企业在业内知名度与日俱增，同时“琴制”品牌，也成为国内外化妆师、美妆博主等专业消费者认可的品牌。

博主推荐引爆市场

朱爱琴表示，“琴制”品牌能这么快受到专业人士的认可，是她始料不及的。

化妆刷起源于日本，后传入中国。韩资企业入驻青县生产化妆刷时，朱爱琴也进了韩企上班，从基础工作干起。在那里，她接触到了各式各样的化妆刷，掌握了制作化妆刷的每一道工艺。

一把化妆刷主要由刷毛、金属口管和刷杆三部分组成，制作工艺看似简单，实则内里有很多讲究。

在韩资工厂工作了7年多后，朱爱琴离职创办了自己的企业青县众成化妆用具销售有限公司，开始时只能为外企代工，利润十分微薄。在韩企工作多年，又有代工的经验，她觉得，凭自己也能做出不输大牌品质的刷子，那么为什么不做自己的品牌呢？

说干就干。2013年，朱爱琴开设了自己的淘宝店，创立品牌“爱美斯丽人”。在代工的同时，她把自己做的化妆刷放到网店销售。开始时没知名度，一天只能卖出一两单。

就在朱爱琴苦苦支撑网店时，突然有一天，她的化妆刷成为爆款，订单应接不暇。原来之前一美妆博主购买了她的产品，使用后在微博上给予好评推荐，一下子将网店销售引爆了。同时由于“爱美斯丽人”品牌名字拗口，在网友建议下朱爱琴改打“琴制”品牌。

产品的成功，让朱爱琴更加坚定了产品走高品质路线的信心，同时也让她认识到网红经济的巨大潜力。

品质优先专注品牌

借助网红红利，朱爱琴很快积累了大批拥趸，也让企业实现了快速成长。

正当公司高速前进时，朱爱琴却主动给这辆快车踩下了刹车。2016年，她主动减少代工的订单，专注打造自己的品牌。

朱爱琴表示，化妆刷的门槛很低，一把刷子构成十分简单，主要是刷毛、用于固定刷毛的金属口管、刷杆。化妆刷的品质高低主要取决于刷毛等原料和生产中的人工技术。

“我们之前做代工，按照规定工序，工人拿计件工资，大家为了多赚钱，必然会赶工，产品难免有粗制滥造的情况。化妆刷是为人们妆扮美的生活，因此我们主动放慢发展的步伐，专注产品的品质提升，同时开辟定制生产车间，就是让工人静心工作，凭借精湛手艺为客户提供高品质产品。通过品质发展，带动品牌推广，打造消费者心中的‘国货之光’。”朱爱琴笑道。

近年来，在发挥工匠精神提高产品品质的同时，朱爱琴也在深挖粉丝经济，通过拓展网红渠道，开拓自己的“小众”市场。

“琴制”将分公司放在杭州，一线把脉网红经济的脉搏，同时朱爱琴喜欢找一些粉丝数量不是很多的小博主试用琴制的产品，让他们在社交平台上分享试用感受，靠用户口碑在消费者心中“种草”。

经过几年的探索，目前“琴制”品牌已经成为中高端消费者认可的知名品牌，朱爱琴也被推选为青县化妆刷协会副会长。

创客朋友圈

朱爱琴（右）试用新品化妆刷

沧州无人机产业初探 ③

以消费无人机的广泛应用为依托，众多沧州企业掘金无人机产业的外延市场，通过编写新型软件丰富无人机应用场景，开发专用药剂提高无人机飞防效率，利用无人机航拍测绘发展大数据经济——

丰富应用场景 无人机高飞

本报记者 吴 梦

甘霖-I无人机首飞成功

无人机飞防专用农药节本增效

日前，吴桥县何庄乡王坊村上空，回响着无人机的轰鸣声，我市2021年度粮油（玉米）绿色高质高效行动项目第一轮飞防作业正有序进行。

借助先进的飞防技术，一周内即可完成18万亩土地的喷施。此次飞防作业使用河北天发生物科技有限公司开发的无人机专用新型生物制剂农药，对农副产品无残留，且害虫不易产生抗药性；喷施的叶面肥易飞防、易吸收；药体具有抗蒸发、促沉降、促附着、耐冲刷的特性，可有效提高喷施效能。

天发生物总经理段文岗表示，传统农药在使用过程中，一直存在着有效利用率低的问题。每亩需要喷施药液20-30公斤才能发挥一定的功效，这20-30公斤药液中，有很大一部分会随农业无人机滴落到土壤中，再有一部分会挥发掉，真正发挥功效的不足20%。

随着无人机飞防产业日益壮大，对新型专用飞防药剂的需求日益强烈。

为此，天发生物与河北农业大学等高校合作，开发出无人机飞防专用的新型生物制剂农药。

“想要提高农药利用率，就要减少农药在喷施过程中因飘移、蒸发和叶面流失带来的损失，而解决这个问题的最好办法就是在农药喷雾中添加喷雾助剂。”段文岗说。

天发生物研发人员通过在已有生物农药中加入喷雾助剂，降低药液表面张力，延长雾滴保湿时间，增加药液在叶面的铺展面积和耐雨水冲刷能力，起到防止雾滴飘移，增强展着性，促进吸收，不仅提高了农药有效利用率，还降低了药滴落对土壤造成的侵害，推动了精准施药。

无人机飞防专用生物农药推出后，经过农业部相关专家组推广，目前已经走出河北，销往辽宁、吉林、天津等省市，受到了各地植保总站的认可。

软件开发拓展无人机“话语权”

在天发生物挖掘无人机下游产业商机的同时，青县新叶农业有限公司却向上游发展，通过开发相关专用软件系统拓展新市场。

新叶公司总经理白福强将一架黑色无人机搬下车，这架无人机可装载16升药箱，喷洒效率能达每小时100亩，这两年在小麦统防、玉米一喷多效等项目上表现突出。与此同时，在广阔的农田中，一名工人正手捧无人机遥控，进行土地测绘。

“我们正在进行土地测绘作业，使用的是极飞地理智能测绘无人机C2000，别看它体型小巧，功能却十分强大。”白福强说，这架无人机可以在地况复杂的农田里轻松起降，能够高清测绘农田的面积、坐标及区内障碍物、道路水渠，清晰度要远高于卫星地图的分辨率。

这架无人机能轻松完成上述任务，是因为有新型操作系统助力。“为了提高种植效率，我们开始大量引进无人机，但很快发现，农忙之后很多无人机无事可做，造成资源的闲置浪费。”白福强说。

为了提高无人机的利用率，白福强将目光放到了新型软件开发上。

“无人机是一个应用平台，它能喷药、拍照，还能观测、测绘，只要更换相关设备和增加应用软件就可以。”白福强有了新规划。

说干就干，不久，一家新软件公司在青县成立。然而新公司成立了，却招不到相关人才。无奈之下，白福强将新公司搬到北京，通过借智使一架架农业无人机变身智能测绘机。现在软件公司除满足新叶公司的需求外，开始进军无人机其他领域，作为服务第三方，为京津冀企业提供专业无人机软件开发、升级服务。

有了新型软件系统助力，白福强和伙伴们年耕作面积达到了8万亩，植保无人机作业覆盖5万亩，他自己也成为远近闻名的“新农人”。

新型助剂助力飞防农药研发

无人机专用生物农药下线

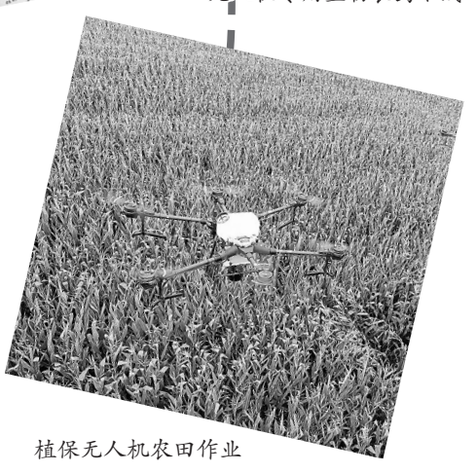
飞出来的大数据

一张航拍测绘图，表面看不出什么，但如果关联到大数据，传统航拍的价值就变得不可估量。沧州市无人机行业协会会长李学功认为，无人机是数据采集的利器，在数据获取方面优势明显，而“飞出来的数据”得以应用，并转化成服务，其价值才会无限放大。

“不应把无人机仅作为一个‘会飞行’的工具，其更大作用是在获取数据的应用中。”李学功举例说，农业保险定损时，以往都是由人拿着测损仪器去受灾地测量，但许多时候，人进不了受灾地块，最终只能由农户自行上报受损情况，这样得到的数据很难客观。现在许多保险公司更喜欢用无人机来获得更精准的受灾数据。无人机作为获得大数据的一个有效工具，不仅为测损提供有效的解决途径，而且在政府部门诸多宏观调控上，给出十分得力的参考。

“无人机和大数据，是天然的搭档。”近年来，国家对大数据和人工智能的重视程度不断提高，我市也日益加大大数据产业支持力度，而无人机则引发了空中的大数据革命。沧州在无人机应用、培训上优势突出，华为云计算大数据中心等多个大数据项目落户沧州，也让沧州拥有便利的大数据行业资源，为打造区域“无人机+大数据”高地创造出有利条件。

“当下，无人机应用的浪潮袭来。”李学功坚信，未来大数据很可能是由最先进的采集工具和人工智能来完成，无人机作为一个技术成熟、性能稳定的工具，服务会越来越智能、高效、精准，而当无人机与物联网、与农业有效融合时，无疑将带来数据采集及应用的巨大突破。



植保无人机农田作业

风口

洞见

品牌

品牌“即视感”不只是简单的视觉符号，而是一种对品牌或产品所能带来的新生活的向往。人类从骨子里就不会拒绝更加美好的事物，品牌要带给消费者的体验其实就是一切美好的可能。

——甲乙品牌总经理 徐章烨

很多人说新一代人群太喜新厌旧了，其实消费者嫌弃的不是旧品牌，而是不符合时代潮流的旧思维，无法跟消费者与时俱进并且不开放的品牌，就是旧品牌。

——拼多多董事长 陈 磊

品牌创新必须是产品与广告的一体化创新，产品就是最好的广告载体，所以广告创新只是“新”的一小皮毛，无法撑起真正的品牌创新，因此必须深究产品与广告的一体化创新，达到相辅相成。

——九阳股份董事长 王旭宁

尊重

聪明的老板，知道如何尊重人的价值。残酷的商业竞争中，你尊重员工，员工就能提供好的服务，好服务带来信任，信任带来客流，客流带来持续地复购，就能带动企业兴盛不衰。

——九如城集团董事长 谈义良

企业要想发展，就要让员工有尊严地工作，员工觉得在这里待得开心了，待得舒服了，活得体面了，会自然把工作当成自己的事业。

——华夏新供给经济学研究院院长 贾 康

企业发展的成果是社会进步、股东回报和员工幸福，其中维护员工利益、提升员工幸福至关重要。企业只有让员工充分受益，才能激发他们的积极性和创造热情，推动企业走向繁荣昌盛，这是提高股东回报、推动社会进步的基础。

——新天钢董事长 丁立国

经营

不论企业大小，在不确定的环境中作出正确的选择才是经营者的主要任务。企业要把经营问题作为头等大事来思考，用经营目标来引导管理，用经营成果来评价管理，用经营需要来改革管理，由此摆脱内向、静态、标准化的思维定式，走出惯性管理的舒适区，迈向不确定的新环境，让企业焕发生机与活力。

——清华大学经管学院院长 钱颖一

企业的发展不在于创造资源的能力，而在于整合资源的能力。企业要重视整合资源，联合重组是一种重要的商业模式。尤其在大多数行业产能过剩的形势下，企业在发展过程中与其新建公司，不如学会整合资源。

——中国上市公司协会会长 宋志平

企业发展和龟兔赛跑有点类似，不怕慢，就怕站。企业要想健康向前就要踏踏实实地发挥自己的主动性，迎难而上，而不是围绕一种技术、一种产品、一种概念等思索“不”和“做”。

——瓜子二手车创始人 杨浩涌

专业化与多元化

在竞争激烈的市场中，能把一个专业做好已是不易，更不易的是“坚持秉持”，即在企业做大过程中不盲目扩张而偏离主业。因为主业是本分，企业要突出主业，才能做大做强。

——北京大学国发院教授 陈春花

专业化能力是企业多元化的基础。在不断提升主业核心竞争力，做好现有业务的基础上，根据企业需要，顺着上下游产业链，可适当开展多元化经营。需要注意的是，企业业务不宜过多，一个为主、两个为辅，总数不超过三个。

——御风集团董事长 冯 仑

个人观点仅供参考