



聚焦标准化 做高维竞争者

本报记者 吕坤 摄影 魏志广

标准化在推进国家治理体系和治理能力现代化中发挥着基础性、引领性作用，是世界通用语言。在沧州高质量跨越式发展的征程上，有“硬核”技术实力的企业纷纷行动起来，遵照标准执行甚至参与标准制定，在更高维度争夺市场话语权。

标准化有了“智囊团”

近日，我市标准化专家库正式成立，首批108名入库专家将指导各行业、各领域开展标准化体系建设，提升全市标准化工作水平，助推我市经济社会高质量发展。

近年来，我市标准化工作在市委、市政府的坚强领导下取得了显著成效，截至目前，全市累计参与国际标准制定两项，引导企业采用国际标准和国外先进标准109项，主持或参与国家标准、行业标准制修订173项，制修订市级地方标准350项，进一步完善了全市标准体系，为各行业健康有序发展提供了技术支撑。这些专家将按照行业、专业、业务专项分类，经管理单位委派，参与我市重大标准化事项决策咨询、标准技术审查、标准化项目评估、标准化科研、标准化培训及协助开展标准实施监督检查等标准化相关活动。

2021年初，河北昊天热力发展有限公司参与制定的ISO23123《腐蚀控制工程全生命周期通用要求》国际标准、昊天节能装备有限责任公司参与制定的ISO23221《管道腐蚀控制工程全生命周期通用要求》国际标准，经164个成员国投票通过批准，国际标准化组织（ISO）正式向全世界发布。

这一成果的提出，可从源头上进行科学控制、强化专业技术监督、实施事前事中的预控，避免或减少事故发生，从而解决包括石油化工行业在内的工业制造业目前面临的安全环保问题，助推绿色发展。

这是中国在国际腐蚀控制领域又一次具有里程碑式创举的重大事件，为我市国际标准制修订工作填补了空白，实现了零突破，让企业站上了更高的维度参与国际竞争。

一流企业做标准

日前，国家标准化管理委员会下达第二批国家级消费品标准化试点项目，我市乐海乐器有限公司、河北明尚德玻璃科技股份有限公司名列其中。

这一批项目建设周期为两年，主要任务是积极发挥标准化对产业升级的推动作用，突出试点单位优势特色，开展相关领域标准化研究，为促进相关消费品行业高质量发展提供可复制、可推广的典型经验。

此次立项历时近8个月时间，通过企业申报、基层推荐、省级遴选、总局答辩等环节层层选拔，最终在全国范围内确定试点项目76项，其中河北省4项，我市占2项。

三流企业做产品、二流企业做品牌、一流企业做标准。标准化有利于将科学成果转化为生产力，是

提高产品质量的基础，也是现代管理的必然要求，可以为企可持续发展提供强有力的支撑。

河北明尚德玻璃科技有限公司是河间工艺玻璃的代表企业。2021年12月底，走进明尚德生产车间，阵阵热浪袭来。经过拉丝、吹胎、封底、爆口等专业生产工序，红彤彤的原料高硼硅玻璃管就变成了精美的玻璃制品。由分散加工迈向规模生产，由手工操作升级到机械加工，由贴牌代工转型至拥有自主品牌，如今，河间工艺玻璃制造产业已发展形成全球最大的耐热玻璃生产基地，多项行业标准化的制定也在这里完成。

企业可以利用标准制定与公开，获取更高维度的竞争优势，用标准作为企业宣传展示自身产品形象的重要载体和有力竞争手段，用标准及质量为产品代言。

好钢用在刀刃上

参与制定和修订国家行业标准6项，沧州四星玻璃股份有限公司不仅交出了行业标准的成绩单，还实现了国内疫苗瓶生产完全自主知识产权的突破。

持续科研创新让企业动力满满，在标准化领域拥有了更多话语权，并能在关键时刻亮出企业竞争的真本事。

“标准是产品质量的尺度。”河间国欣农村技术服务总会会长卢怀玉举例，国欣总会公开的《2.5%啮虫腺杀蝇饵剂》，就是企业自行制定执行的标准，主动公开其实是一种自我加压，也是自信的体现。

成立不足6年的吴桥中晶新材料科技有限公司，一口气公开了《油井水泥降失水剂》等10余项企业标准。公司董事长卢俊杰坦言，尽管公司很年轻，但他们的目标却是打造“做标准”的一流企业。

中晶主要生产固井水泥外加剂，卢俊杰在行业内摸爬滚打多年，深知其中艰辛。生存压力下，他们研发出与传统添加剂完全不同的新型添加剂，新材料达到食品级，并且可降解。

畜牧设备行业相对小众，标准也还欠缺。沧州市牧疆南北农牧机械有限公司总经理王振集占公司全部“火力”放在新产品研发上。

仔猪出生、断奶、育肥阶段都需要怎样的温度、湿度？怎样做到猪舍与外部环境“隔离”，始终保持适宜的饲养环境？能否让这些移动猪舍不对区域造成污染又能够将粪便等回收利用？能否打造标准化、装配式畜牧设备？

逐个击破这些问题，牧疆南北将农场建设中的水泡粪道、装配式钢结构主体、养殖设备等实现了工厂生产，现场装配的目标，农场建设装配率超过60%，打造了围绕养猪人的完整生态圈，为农场运营者统一标准、统一体系、统一管理提供有效保障。

越来越标准化的结果就是——原来一个5万头的生猪场建设，或许需要数百人同时施工一年才能完成，而牧疆南北推出的快速农场，只需要100人左右施工3至4个月即可完成。

经济观察 省优秀新闻专栏

讲好沧州品牌故事 素心

如果有这样一群牛，它们是澳洲血统、每头奶牛都有自己的产房和“幼儿园”，每天“餐标”80元，听音乐做SPA洗药浴，还有“带薪年假”，消费者会对这样的牛奶多些关注吗？

答案是肯定的。客户花1200元认养一头这样的奶牛，牧场每月给客户发2箱牛奶，还给客户汇报奶牛的情况。这种“认养一头牛”的模式，为企业带来一年20亿元的营收。

虽然最终做的是产品预售、卖的是牛奶，但是这个品牌不直接讲牛奶有多好，而只说牛有多好。可见，好产品与好卖的产品之间，只差一个好故事。

同样会讲故事的还有一种橙汁。这个号称每6个巴西橙子榨出一瓶的汁，在瓶身印上鲜明的“8:00”，以及“早8点的维C”，用这样的方式提醒消费者，早晨来一瓶“早橙好”可以开启活力满满的一天。

纵观世界级的品牌，其成功的背后往往都有着一个好的故事。通过讲好品牌故事，让消费者切身感受到品牌的魅力，进而在打动消费者的同时，赢得用户。这个时代，越来越需要好的品牌故事。

沧州企业也概莫能外。消费升级时代，新品牌在抓住新渠道、新流量的红利后，必须抓住宝贵的时间窗口来进行品牌的沉淀，在消费者心中搭建护城河。

讲故事是最有效的提高消费者参与度和说服消费者的方法。

品牌故事不仅要讲清楚品牌的来历，同时更要表达出品牌的精神。好的品牌故事是消费者和品牌之间的情感“切入点，赋予品牌精神内涵和灵性，使消费者受到感染或冲击，全力激发消费者的潜在购买意识，并使消费者愿意“从一而终”。在构思品牌故事时，首先要清晰品牌精神，也就是品牌核心理念。品牌精神决定品牌故事，品牌故事塑造品牌精神。

与其让一万人知晓，不如让一百人尖叫。

大到一个国家，小到一个企业品牌，远到品牌输出，近到乡村振兴，都需要讲好品牌故事。

讲好品牌故事，建立价值体验下的文化认同，才能成功打造一批具有鲜明地域特色和产品个性的区域公用品牌，培育一批具有美誉度和影响力的产品品牌，创建一批具有领先性和竞争力的企业品牌。

云南“哈尼梯田”被誉为“雕刻在大地上的诗行”，黑龙江的“地道龙江”、浙江丽水的“丽水山耕”、山东聊城的“聊·胜一筹”等，都是通过地域名称结合地域象征性实物或创意性描述，形成全域农业形象品牌。每一个定位，都是基于当地文化历史背景之上，回溯起来必有一段精彩故事可以讲述，为地方品牌增添浓厚的文化氛围。

古往今来的品牌故事最能打动人心，新媒体的出现使得复杂理念和价值观的内容生成变得更加容易，更易被大众快速接受和口碑传播。

沧州的故事一样精彩。
2022年的品牌故事，开讲啦！

【阅读提示】

从电商“小白”到沧州市跨境电子商务行业协会会长，从在国际市场上“节节败退”到“开疆拓土”，从籍籍无名的小工厂到高新技术企业……在选定跨境电商发展路径的这几年，徐连星尝到了销售路径拓展和实体企业发展互为促进的甜头，也找到了越来越清晰的跨境电商发展路径。

在实现了彩钢机械设备出口的连年翻番、将国外同行陆续“收编”为自己的经销商后，徐连星的下一个小目标是帮助更多沧州企业结合本地优势、依托跨境电商走出去，去国际市场“捞金”的同时，不断提升自己，激活沧州的外贸新动能。

他把彩钢机械卖到149个国家

本报记者 吕坤

踩“坑” 芝麻西瓜一把抓

设备出口全球149个国家、销售版图从发展中国家拓展到发达国家、阿里巴巴国际站8年金品认证老店、行业内进出口额最高……

对于沧州市跨境电子商务行业协会会长、“80后”徐连星而言，无论是他创立的沧州中拓国际贸易有限公司，还是掌舵的沧州中拓冷弯成型设备有限公司，在旁人看来成绩都拿得出手。但就在几年前徐连星从泊头来沧创业、初入跨境电商时，他也曾碰得“灰头土脸”，踩过了几乎所有创业者都不好避开的“坑”。

“最致命的是错误地预估了形势，错把平台当本事。”徐连星坦言，2014年来沧创业成立国际贸易公司之初，他认为自己拥有了人脉、资源、技术、市场，创业应该易如反掌。毕竟，30岁出头的他通过近10年的努力在原公司做到了很高的位置。但最终，离开平台的年轻人很快被打回原形。

短短一年的时间，徐连星就几乎“赔无可赔”。虽然选定了玻璃胶和彩钢机械设备两个主要业务领域，但徐连星却把更多精力投入在玻璃胶这种消耗品上，毕竟，机械设备从生产定制到回款周期都更长，更费精力。

但事实上，原本看好的玻璃胶很快暴露出问题——订单少了不够公司运营成本，订单多了又不能保障供应，最致命的，玻璃胶保质期短，尤其在集装箱的高温中会发生反应，再加之运输周期、清关等因素影响，很多货物面临了“到港也即将过期”的尴尬境地，而没有能力去研发更为优质的玻璃胶，也让这一产品缺少核心竞争力。

“‘出海’后发现到处都是市场，以为自己只专注在两个领域，但其实消费品缺少核心竞争力，机械设备上百种类哪种也不舍得放弃，最后的结果就是哪个都没做精，哪个也都没赚钱。”回忆起创业那年，徐连星丝毫不掩饰自己的青涩和稚嫩，芝麻西瓜一把抓的最终结果是，不仅什么也没得到，反而让创业“还没开始就要结束了”。

“减法” 成就高新技术企业

转机发生在2015年。这一年的5月，沧州市跨境电子商务行业协会筹备设立，徐连星也参与其中，没思路也找不到出路的他，在会上对跨境电商有了全新的认识和了解，也认识了一些专家级的人才。

这让徐连星的思路豁然开朗。在前辈的帮助下，他很快梳理出“聚焦”“做减法”等关键词，一方面积极学习跨境电商的基础理论——细致到网络营销的店铺怎么用、如何获客、怎样让企业自然排名更靠前、如何快速实现自己与客户的“双向奔赴”……一方面做减法，将难以实现技术突破的玻璃胶砍掉，在彩钢机械的几百种产品中再进行精简，同时在中拓冷弯成型设备公司不断进行研发创新。

前端是跨境电商，后端是自营工厂，优势尽显。彩钢瓦应用领域非常广泛，比如抗震支架、高速护栏、汽车车架等，传统的彩钢瓦单层导热、不耐老化、不耐腐蚀，也因此，近年来性能更优的复合材料彩钢瓦逐渐流行，但囿于成本和技术原因，产品难以平整，功能也很难全面。

更专注于这一领域的徐连星，在不断积累国际客户的同时，将大量的时间精力投入到产品端的研发创新上。对外联合专家团队，对内培养技术骨干，中拓结合国际趋势与市场需求，研发出了多功能高速复合金属板材机，复合材料通常由抗老化透明层+铝箔+高分子膜+基板+高分子膜+发泡层+铝箔+防腐层构成，多达8层，也实现了保温、隔热、隔音等多种功效，可以15年不褪色，耐老化、耐酸碱程度更高，重叠边的设计更是延长产品寿命、保护操作工人安全。

仅仅是这一项新产品，就为公司带来了5项发明专利，在日复一日的创新中，公司的产品越发精致，客户反响越来越好，订单持续增长，市场持续扩大，中拓也顺利跻身高新技术企业行列，并已通过ISO9001质量管理体系、欧洲CE安全认证、北美CAS电气认证等多种权威认证。

随着产品的升级换代，公司的市场范围也从发展中国家扩展到发达国家。初尝喜悦，徐连星更笃定，选对了跨境电商的路径，专注于垂直领域的深耕，互相促进，才能让企业迅速走上正轨。

17种外语 摸索直播国际带货

2021年12月20日凌晨2点，中拓的直播团队开始了西班牙语直播。

“做企业一定要顺势而为。跨境电商不要求公司一定很大，但是需要我们对业务和规则足够了解，需要不断创新尝试。”徐连星说，从去年开始，中拓开始尝试国际直播“带货”，公司各直播语种已经达到17种。而公司自建经营的外文网站已经有21个，均居搜索首页。除此以外，公司还运营多个公众号、视频号等全面发展。

中国推动跨境电商等新业态新模式加快发展，培育外贸新动能成为必然，融入跨境电商的发展浪潮是大势所趋。在这个过程中，固然会有挫折，但也会有惊喜。

徐连星就曾在这其中“因祸得福”。

2018年，国内环保压力持续加大，一批匈牙利订单的货物无法按时交付，中拓需要延迟交货，而对方也因资金问题无法付款。合作一时陷入僵局，欧委会甚至派人来到沧州中拓，前前后后调查了一个半月。

最终中拓顺利交付产品，而欧委会的工作人员看到中拓的企业研发等各项实力潜力，竟主动将中拓列入欧委会推荐企业名单中，要知道，这是无数企业梦寐以求的，却偶然又必然地成为砸在中拓头上的“馅饼”。

“做得越久，就越觉得市场广阔，越觉得沧州企业有太多机会可以参与跨境电商，抱团出海。”这种想法强烈撞击着大家，徐连星愈发强烈地想了解企业了解跨境电商、借力跨境电商。

2021年11月，协会组织了跨境电商的专场培训，这也拉开了协会大规模对跨境电商进行推广的序幕。

“近年来，协会很多会员单位的出口业务都每年翻倍增长，大家依托本地资源输出，都能在巨大的国际市场上分得一杯羹。”徐连星说，除了期望中拓成为全球最大的彩钢机械设备出口企业外，他更希望能尽早带领沧州会员企业抱团出海、合作生金。



徐连星（左三）在展会上