献县青年张潇然，爱屋及乌进入多肉产业创业，化危机为商机，选择“小众”魔法类多肉实现市场突围，并克服疫情影响，通过直播推广、分享种植乐趣，让更多人爱上多肉植物。

魔法多肉直播“出圈”

本报记者 吴 梦

每日一播 成平台头部企业

“大家好，我是奇葩多肉的张潇然，欢迎大家准时关注我的直播，今天我们再次聊一聊魔法多肉……”5月31日早上6时，献县青年张潇然站在手机前开始了一天的直播。

这样的直播，每天6至9时都会在拼多多平台准时出现。

“我们通过每天直播，与广大花友交朋友，和大家分享养殖多肉植物过程中的乐趣，推广我们的魔法多肉。”张潇然说，“通过直播，有时每天能够销售7000多棵多肉产品。”

直播，让张潇然的店铺——奇葩多肉快速出圈。

直播，其实是张潇然的无奈之举。

原来，张潇然以前是一位多肉植物的传统种植户，在献县拥有100亩基地，主要为各地商家提供多肉植物。突发的新冠疫情，销售渠道受阻，颇为无奈的张潇然站到了手机前，开始尝试通过直播销售积压的产品。

“直播不受空间限制，可以直接与花友沟通，因此成为很多商家的应急选择。”

“第一次直播很是忐忑，还好坚持了下来。”一场直播虽然只销售了几单，却让张潇然坚定了直播的信心。

“我们每次直播都会在花棚中进行，不是直接销售产品，而是通过直播，与花友交朋友，大家交流种植心得、体会，一同分享种植过程中的乐趣。然后通过我们的服务，促进相关产品的销售。”

坚持直播分享，直击消费者心灵，带动多肉产品快速销售，让店铺每日销售快速增长，旺季时达到了7000至8000棵，奇葩多肉店铺快速成长为拼多多平台的头部商家。

因为爱 爱上多肉

张潇然表示，自己与多肉产业的关系是因爱而生。

今年32岁的张潇然在外闯荡多年。一次偶然机会，在济南与爱人结缘。“当时我妻子在一家花店工作，她非常喜欢多肉，爱屋及乌，我也爱上了多肉植物。”

随后，张潇然进入多肉产业。

“当时，主要从事多肉植物的国内贸易，以各地种植基地为依托，为山东、云南等省商户提供多肉货源。”

多肉贸易做得风生水起时，嗅觉敏感的张潇然发现危机开始慢慢逼近。“通过市场调研，我发现多个城市的多肉植物供应开始慢慢饱和，整个市场开始呈现半饱和状态。”

此时，张潇然决定转型，进入多肉种植领域。

“多肉植物市场开始逐渐饱和，但一些细分品种还有很大成长空间。”张潇然说，“我们主要种植魔法多肉。这种多肉植物，相比传统多肉产品，体型大，生长速度快，颜色鲜艳，全年都具有观赏性，因此很受市场欢迎。”

说干就干，2017年，张潇然回到老家献县建起种植基地。

市场反馈，印证了张潇然的判断，各地订单纷至沓来，种植基地很快由10亩发展到100亩。

正当张潇然开始憧憬新事业的美好前景时，新冠疫情突然暴发，多肉销售受阻。

精准定位圈粉75万

面对突发的危机，张潇然很是茫然。

后通过梳理，他开始全面对接网络，入驻拼多多平台，通过电商直播开拓新销售渠道。

第一次直播，张潇然站到手机前，说什么呢？

他一时语塞。

那就带领大家逛逛花棚。

在游览花棚中，张潇然打开话匣子，与在线花友交流起种植心得。

虽然第一次直播不是很成功，但让张潇然找到了感觉。

“我们将产品定位为小型化的阳台植物，并将20至30岁的都市人群作为主要客户，通过直播推广、分享、服务，用直播互动的黏性，培养大家成为多肉植物的爱好者。”张潇然重新给产品定位。

此外，为了提高花友的体验感，张潇然还将传统花棚改造成现代智能花房，通过数字化种植管理，让大家爱上种植多肉植物。

清晰的产品定位和全新的渠道，张潇然很快打开新市场，75万粉丝，让他拥有了稳定的潜在客户，并带动店铺“奇葩多肉”成为平台头部商家。

现在，张潇然正准备入驻抖音平台，希望用短视频继续圈粉，让更多人爱上多肉。

创客朋友圈

顾客在花棚挑选多肉植物

按“方”抓“药” 专治污水处理“疑难杂症”

本报记者 吴 梦

5分钟污水变清水，以神美科技、旺发生物为代表的沧州企业，发力污水处理产业，分别从化学重组、生物吞噬路线实现污水清水化，并根据客户特点，试水提供定制化服务，探索产业升级道路。

5到8分钟污水变清水

5分钟污水变清水，这听起来像是“魔法”，但在河间神美科技有限公司却变成了现实。

在一家污水处理厂，浑浊的生活污水进入处理车间中的处理池，5到8分钟后，污水竟然变成了清水，流出处理车间，送往各处给花草解渴。

“魔法”变现实，这是河间神美科技新产品“有机—无机共价键型深度除磷复合絮凝剂及其净水技术”的功劳。

神美科技副总经理常建桥表示，污水处理技术中涵盖诸多细节和工艺，其中主要作用就是对各种工业废水和居民生活污水等进行工艺处理，达到排污标准，二次回收利用。在此过程中，现有污水厂普遍采用投加除磷剂方式对污水进行深度脱磷，而排放标准的提高，让现有的除磷剂难以满足污水排放标准要求。传统技术中药剂品种单一、投加剂量大、综合成本高、污泥量大、沉降性差、净化后水中总磷含量高等问题不仅困扰行业的发展，而且无法满足环境保护的需求。

面对这一难题，神美科技通过技术攻关，围绕应对污水深度高效除磷和提标改造，针对地表四类水体高排放标准的指标要求，开发出了第四代新型高效除磷剂。这种产品实现了助力药剂单一投用，简化污水处理厂药剂使用流程及方法。各个地方污水厂只需通过更换药剂产品即可实现污水处理厂排放标准的提标，不需要工艺设备改造和设备优化，能大大节约基础投资费用。

只需5到8分钟让污水变成清水，日前，神美科技这一技术获河北省科技进步三等奖。产品广泛应用于市政、生活污水、石油、化工、制药、造纸、印染等各种工业废水处理以及城市生活景观污水的处理。

风口

微生物“吃掉”水中污染物

在神美科技通过化学技术攻坚污水处理技术同时，沧州旺发生物技术研究所有限公司另辟蹊径，通过微生物处理水中污染物。

市区千童公园的人工渠，清澈的水面上，睡莲绽放，夏风吹起层层涟漪，醉了游人。

可是谁能想象，不久前这片水面还被水草覆盖，浑浊的渠水散发着臭味，没人敢靠近。

这条面积5000多平方米的人工渠，渠水主要由雨水汇集而成。由于水体不流动，自净能力差，每年春夏气温回升，水草疯长，导致水质恶化，鱼类和其他生物大量死亡。即便每年多方整治，还是年年治，年年臭。

渠水由浊变清，得益于施用了旺发生物研发的微生物净水剂。正在监测水质的公司环保项目部经理张进介绍：“水的自净周期为三至四个月，利用微生物的新陈代谢作用，可将自净周期缩短到一至两个月。后期只需监测维护，就可保持水质稳定。”

张进表示，公司与水结缘是董事长张连水与水有缘。上世纪80年代，他看到许多企业污水乱排，心中深感忧虑：“怎样解决这些污水呢？”那时他在种植食用菌，对微生物有初步了解。

不久，张连水去青岛海洋大学学习，一位教授的话让他眼前一亮：“微生物能‘吃掉’水产养殖污水中的污染物，有效净化水质。”当时，许多企业正在为污水治理发愁，微生物技术让他看到一线希望。

此时，在旺发生物的厂区附近正好有3个臭水坑，这里成了张连水的试验田。由于受突发天气、污水偷排等因素影响，投入污水中的微生物常常被致病菌“打败”。他们不断筛选出抗性强、繁殖速度快及代谢产物丰富的优势“土著”菌种，反复提纯复壮，通过菌种间的协同合作，消化、分解“吃掉”水中污染物，净化水质，还不伤害水中生物。

如今，沧州的千童公园、人民公园，乃至全国各地许多公园、企业，都成了旺发公司治水的“主战场”。

理化实验验证产品可靠性

由产品到服务探索产业升级路

现在，随着市场对生物治污技术的认可，旺发生物已成长为业内知名企业，就在发展要走上高速路时，张连水却点下了刹车，主动放慢发展步伐，引导企业由卖产品向提供服务转变，探索产业升级之路。

“向服务提供商转型，也是市场需求使然。”张连水说。

前不久，针对沿海鱼虾养殖池塘，旺发生物研发新型产品。在虾塘实验时，由于池塘环境多样化和养殖户操作不规范等，结果并不理想。

“这给我们提了醒，随着现代养殖水面的快速扩大，各地气候、地形、水质、深度、PH值、养殖密度等不同，造成使用环境千差万别，产品使用结果必然不同，为了更好适应不同环境，实现产品使用效果统一，减少养殖户资金和物料投入，我们要进入实地，通过差异化定制服务达到更好的治理效果。”张连水说。

目前，旺发生物的定制服务已在沧州及周边区域展开，沧州的千童公园、人民公园就是例证。

与旺发生物相同，神美科技也在由单纯产品和技术输出向提供定制化服务方向转型。

“相比养殖、公共水体治理，各地的工业和生活污水处理差异很大。”常建桥说。

以生活污水为例，由于各地生活习惯差异和运行管网不同，造成进入处理厂的污水水体差异很大；同时，污水处理厂设计不同，处理工艺也不同，造成的差异化处理更是在所难免。处理时间长，运营成本高，一直让下游企业头痛不已。

为帮助处理企业降低运营成本，提高经济效益，公司近年来开始依据客户运营环境不同，提供差异化的定制服务。

“在一家污水处理企业，我们依据入厂污水特点和他们的处理技术，开出了切合实际的处理管理工艺，在不增加污水处理综合费用的前提下，每吨水处理成本降低了20%；同时通过大幅度提高絮凝效果，将以前需要沉淀和絮凝的两个过程合并进行，以前需要20分钟净化的水，缩短为5到8分钟。”神美科技技术总监王国瑞说，相较于传统产品，这款絮凝剂无毒高效，更符合环保行业发展的方向。

洞见

创新状态

什么是创新机制？就是通过管理创新来带动技术创新，这个创新点不一定要有多大，重要的是它能让每个员工都觉得自己有创新的能力，让大家把创新看做是一件平常的、努力一下就能做到的事情，最终营造起一个人人皆可创新的氛围。

——吉利控股董事长 李书福

什么是创新机制？就是通过管理创新来带动业务创新和技术创新，将抱怨点转化为创新点，建立创新机制比创新本身更重要。

——奈雪的茶创始人 彭 心

企业家不是一个身份，而是一种创新状态。总经理不一定是企业家，董事长也不一定是企业家，只有当他在创新的时候，他才是企业家。

——山东金晔食品总经理 李金伦

极致化的专精特新

现在很多制造企业要走专精特新之路。什么是专精？就是专业化；什么是特新？就是差异化。面对卡脖子，补短板是短期策略，锻长板才是长期战略。

——中制智库理事长 新 望

专精特新企业，首先是在一个产业集群当中成长，企业群落和产业集群最容易出现专精特新、小巨人和隐形冠军。产业集群的秘密是空气当中有一种创新的气氛，一种隐形的知识而且不断迭代不断更新，促使集群持续繁衍、持续壮大，不断走向专业化、极致化。

——中国上市公司协会会长 宋志平

企业走专精特新道路，就是实现从大到专的转变，倡导专业化生存、专业化发展、专业化引领，坚持长期主义和技术至上，走专业化道路。开口一寸，但是深达千尺。

——今日资本创始人 徐 新

信任的“副产品”

商业的本质正是建立信任；经营的本质是经营信任——对内建立和员工、股东、合作伙伴间的信任，对外建立跟顾客的信任。其他所谓的发展规模、速度、效益，只不过是这些东西的“副产品”。

——《第一财经日报》原总编辑 秦 朔

信任你的操守，就不会把你当贼防；信任你的能力，就会把重要的事情委托给你，这才是对人的尊敬！人被信任了，就有了责任感；于是，士为知己者死，才能把公司的事当成家里的事。

——海底捞董事长 张 勇

什么是品牌的力量，简单来说就是建立信任、降低成本、创造转化。首先，因为品牌自带可持续的流量，消费者信任他，而且还会主动去找他；其次，以相同的预算打广告，大牌的转化率要比你高三倍以上，因为他们知名度和认可度更大；第三，即便卖的是同一类产品，他也可以卖得更贵，因为他有溢价能力，消费者也愿意花更多钱去购买，这就是品牌的力量。

——分众传媒董事长 江南春

波澜不惊的竞争

竞争的本质在于眼里要只有客户，不在于盯住对手，因为一切商业的起点都是消费者获益，用户掏钱买的始终是产品和服务。

——红星美凯龙执行总裁 邱 喆

卓越的企业，在竞争中都是波澜不惊的。这是因为那些卓越的企业，他们始终坚持在做关键的少数动作。当企业坚持了那些关键的少数动作，他们所期待的结果就一定会产生。

——vivo手机首席执行官 沈 炜

市场竞争虽然关乎企业兴衰，但明智的企业家都无比清楚，决定企业命运的决非竞争对手，而是客户，是那些用真金白银一次性、扩大性、重复购买你产品的千千万万“看不见的人”。

——海尔集团荣誉主席 张瑞敏

个人观点仅供参考