

河间“90后”小伙儿张远，主动跳出传统外贸业务运营模式，与业内领先企业对标，通过推特、脸书等媒体向国外客户精准推送产品信息，实现产品30%出口，同时融入双循环，对接陕汽等主机厂家，推动品牌升级。

与客户同频 敲开外贸大门

本报记者 吴梦



张远与客户交流产品信息

“推特”上找市场

6月7日傍晚，正当大家准备下班回家时，河间市创劲汽车零部件有限公司负责人张远又开始了新的工作——在推特、脸书等国外媒体平台上推送自家公司的产品。

“我们主要生产、销售汽车离合器配件等产品，以服务重卡主机厂为主。”张远说，“国外与国内一样，新媒体蓬勃发展，为做好外贸业务，现在主要在推特、脸书等平台上推送公司的产品。”

“一段推文+一两张图片，操作简便，费用低廉，很适合国内的中小卖家拓展外贸市场。”

说话间，东南亚、南美等地意向客户，纷纷通过推特与张远联系，了解相关产品细节。

张远表示，想要打开外贸市场，就要与国外客户的思维同频共振。

“中外客户的思维方式差异很大，我们之前也使用过国内多款外贸平台，但对比后，发现国外客户对推特、脸书等平台接受度更高些，主要是这些平台推送方式与外国人思维方式相同，使得商家推广信息可以与客户无障碍传达。”

经过3年的努力，目前，创劲公司超过30%的产品远销欧盟、北美、东南亚等地市场。

菲律宾客户找上门

张远表示，能取得目前的成绩，出乎自己的预料。

原来，作为外贸市场新兵，之前创劲公司专注国内市场。2018年，张远从英国留学归来，开始带领企业探索外贸市场。

“我虽然没学过国际贸易，但在留学期间，发现中国制造产品在欧美国家很有竞争力，因此就有了回国发展外贸的想法。”张远通过调研发现商机。

张远回国后就带领创劲公司进军外贸市场。

当时整个公司外贸团队只有他一人，更尴尬的是，他自己也不懂外贸业务。

怎么办？张远放弃之前所学，开始和周围企业外贸人员学习相关知识。同时，他还积极参加各地展会，在实践中学习。

“第一次参加上海法兰克福汽配展，我就被震惊了。”

张远说，“在我们展位不远处，有一家国外厂商，双方差距一目了然。我们只是将产品简单摆在展台上，他们的展品却放在精美的包装箱里，产品档次高下立见。我们备受打击，同时也找到了学习的方向。”

回到工厂后，张远就将企业产品定位为走中高端路线，并开始带领研发团队升级自己产品。同时，对参展展位全新包装，走特展路线。提升带来收获。

不久，张远去参加菲律宾汽配展，一家菲律宾企业代表看好他们的产品，但在详细了解相关信息后，却放下名片默默离开了。

虽然自己努力提高，但客户反应没能达到预期，这让张远很失望。

不成想，几天过去，这家菲律宾企业竟主动联系张远，要求回河间考察工厂。

原来，在展会上客户已被创劲公司的产品吸引，但他们不相信一家中国小企业能够生产出如此精良的产品。于是展会后，这家菲律宾企业代表多方考察，最终选定创劲公司作为合作伙伴。

经过几年磨合，现在在这家企业已成为公司重要的合作伙伴。

布局双循环 打造自有品牌

近年来，随着国内消费升级，国内市场对中高端汽车配件需求日益旺盛，张远再次看到了广阔商机。

从去年开始，张远带领企业再次转型，将目光对准国内主机厂，同时发力电商，实现线上+线下双渠道发展，尝试打通国内国际双循环市场，打造自有品牌。

“目前，我们已经在南美、东南亚等市场拥有稳定客户群，而且近年来，随着伊朗石油禁运取消和伊拉克国内重建的恢复，我们准备重点开拓以伊朗、伊拉克、以色列等为代表的中东国家市场。”张远有了新想法。

“同时，多年对接欧美中高端汽车主机市场，锻炼了队伍，企业拥有了完善的研发团队，可以快速开发新产品，满足客户对不同产品的需求。几年来，企业研发并生产出了多种市场需求量大、品质高的离合器产品。”张远自豪地说。

产品质量有保障，加上丰富的生产经验，可以满足主机厂的不同要求，这让张远胸有成竹。

目前，公司正对接陕汽等国内知名主机厂商，准备通过提供定制化服务实现品牌升级。



大型铸件孔洞修整

3D打印 渐成铸造业标配

本报记者 吴梦

3D打印技术融入铸造产业，实现铸造模具快速化、标准化生产，而且相比传统模具精度高、更耐磨、可重复使用，有利于铸造产业低成本发展，并吸引菲美得、精建等龙头企业纷纷研发应用，助力产业转型升级。

铸造模具3D打印

6月6日11时，在献县河北菲美得布拉克伍德机械制造有限公司铸造车间，随着工长一声哨响，一件巨大的铸件被提出基坑。

同时，工业机器人严阵以待，在铸件摆放好后，即刻挥动手臂打磨起来。

这看似平常的操作中，却蕴含着了一项黑科技——3D打印技术。

菲美得公司在铸造产业内率先运用3D打印技术生产模具，并运用于铸造生产中，实现了铸造产品的快速生产和模具的多次使用，为公司在激烈的市场竞争中胜出增添了重要的砝码。

“傻大黑粗”变“窈窕淑女”

3D打印模具，机器人代替工人打磨铸件，这样的场景不仅在菲美得公司出现，在沧州其他铸造企业也开始成为一道亮丽的风景。

在沧州精建机械制造有限公司，3D打印模具已使用多时。

“我们几年前就开始尝试使用3D打印模具了。”公司技术总监刘超笑着说。

刘超表示，铸造领域的3D打印目前主要有两种，一种是直接打印砂型，另外一种则是打印蜡模。这两种打印方式，在铸造小批量异形件时常用。

3D打印技术引入铸造产业初期，受材料所限，打印的模具只能生产一次铸件，因为在实际铸造中，模具都会废掉，属于一次性产品。经过几年的实践，现在材料逐步提升，目前3D打印模具能多次使用，且能进行修复，相对传统模具，具有了不可比拟的优势。

此外，利用3D打印技术制作出的模具，比传统木模具更环保，一方面3D打印所用的是一种可降解树脂材料，对环境更友好；另一方面比木模具精度高、更耐磨，形状保持更长久，将有效减少修复的时间，节省人力、物力，成为产业发展的新方向。

技术+服务 产业再升级

正当铸造企业在3D打印上取得突破，从“傻大黑粗”变成“窈窕淑女”时，最近原材料上涨让很多企业备受打击。

“受俄乌战争影响，我们3D打印所用的聚乳酸价格飞涨，从年初的2万元/吨，涨到了5万元/吨，原料价格偏高，成为制约技术应用的重要瓶颈。”李凭犯了难。

虽然如此，但菲美得公司也没有停下3D打印技术研发推广的脚步，因为他们有一个新的梦想。

“产业升级有多条道路，除了技术升级外，运营模式升级也是重要一环。”李凭说，“目前，国内很多中小铸造企业，受技术和资金所



铸件精细打磨

公司技术负责人李凭表示，3D打印技术生产模具，只是企业推进产业升级的部分成果。

菲美得公司原是一家传统的铸造企业，主要生产工程机械配重件，以及汽车前后桥、拐臂关节等产品。公司利用企业从北京疏解到献县的机会，推动产业升级，逐步实现模具3D打印生产和铸造工艺的机器人操作。

李凭表示，之前公司生产主要采用木质模具，生产周期长，容易损坏，属于一次性产品。企业引入3D打印技术，为公司生产聚乳酸模具，生产快捷，产品稳定，而且可以自然降解，对环境十分友好，可

为企业的高精度产品及今后开发高端产品提供支持。目前，3D打印模具主要自用，如果外部有需求，还可供应市场。

此外，菲美得公司在生产工艺中逐步用工业机器人代替人工生产。铸件“出炉”后，并不能成为一件完整的产品，上面还有沾砂或飞边，甚至有些细节不合尺寸，这时就需要进行再加工。此时机器人开始大显身手，代替工人干这些脏活、累活，进一步降低工人的劳动强度。

现在，在菲美得公司，大到几吨的重配件，小到几公斤的芯盒，都可使用3D打印的模具。

“随着产业升级步伐的推进，目前3D打印技术和工业机器人，正逐渐成为铸造企业的标配。目前，很多企业生产小批量、多品种的产品生产中已广泛使用3D打印模具。”刘超感慨道。

宁夏共享装备股份有限公司是很多铸造企业学习的榜样，这家成立于1966年的老铸造企业，靠创新焕发新机，在铸造业3D打印上取得革命性突破。人们称赞其已从“傻大黑粗”变成“窈窕淑女”，展示了“中国制造2025+互联网”的融合，是新旧动能转换的生动体现。

“我们通过生产实践，相关生产技术不断完善，可以为周边企业

提供产品和服务支持。”李凭介绍说。

在铸造之乡泊头，泊头诺德职业培训学校也开始发力，为铸造企业培养3D打印人才。“为推动泊头铸造产业升级，我们多年前就将3D打印技术作为学校的重点教学方向，每一名铸造方向的毕业生，都掌握了一定的3D打印技术，进入企业就能发挥作用，目前已有有人在企业从事3D打印相关工作。”诺德学校负责人穆海新表示。

“我们希望通过生产实践，相关生产技术不断完善，可以为周边企业



企业家角色

企业是一种服务于消费者的机构，企业家在市场的惊涛骇浪中只能坚守一盏明灯，那就是如何更好地服务消费者。

——红星美凯龙执行总裁 邱桔

能够把小企业做大，把坏企业做好，能够无中生有，不断地创造新企业出来，这才是企业家。

——希音国际董事长 许仰天

所谓企业家，就是在有限的时间之内用有限的资源把企业的困难解决掉。

——泡泡玛特董事长 王宁

企业是一种以经营活动为指向的商业军队。而企业家就是“冒险事业的经营者与组织者”。他们的角色决定了他们必须进行冒险假定，即进行战略设计。

——海尔集团荣誉主席 张瑞敏

人是管理起点也是终点

企业经营中，人是管理的起点，也是管理的终点，“以人为本”，“人在上”，“人本主义”，见物一定要见人，这实际是对管理的基本要求。

——中化集团董事长 宁高宁

把最能干的人放到公司最赚钱的部门，那问题就来了，因为那个部门相对容易，基础已经建立起来了，浪费人才。我们应该把我们觉得最能干的人放在最创新、最初期的岗位上，鼓励他去把最难的业务做好。

——巴奴火锅创始人 杜中兵

在真正的管理学里，人就是全部。为什么？因为人是所有其他管理行为的前提。你拥有了最好的团队、最好的体制、最好的管理方法、最好的企业文化，再来说其他做事的方法。

——华为公司总裁 任正非

战略是价值创造

企业战略根本上是增长和增长方式，战略的起点是市场，是我们用什么样的方式、什么样的路径达成企业的增长。

——分众传媒董事长 江南春

战略到底是什么？战略就是通过最有效的管理，用最小的资源达到最大回报的过程。

——易到用车创始人 周航

战略的最高层，是价值创造。价值创造是开辟一个产业，改变一个行业的规则，同时形成新的商业模式或新的业务，最终这个商业模式被投资者、资本市场、消费者所接受的过程。

——吉利控股董事长 李书福

所谓百年老店，不是百年不变，而是在不断创新升级中保持了旺盛的生命力，活到超过一百年的店。如果细看百年老店的史，会发现它们大都经历过多次的战略转型和创新发展。

——浙江大学教授 王立铭

文化是创造优秀企业的动能

企业最根本的成功在于企业文化的成功，文化是创造优秀而伟大的企业的动能。因为企业文化是风向标，我们主张什么、反对什么都需要跟员工讲清楚；企业文化是黏合剂，我们要有共同的使命，有共同的愿景，引导大家共同向前。

——上海华与华咨询董事长 华杉

什么是好的企业文化？凡是能够激发员工热情的文化就是好文化；凡是能够给企业带来价值创造的文化就是好文化。

——五星控股董事长 汪建国

