

沧州智博信息总经理李霖，通过挖掘制造企业电子商务深层次需求创业，并通过与慧聪网等头部企业合作，借助大厂技术和渠道优势，深耕数字经济产业，搭建数字生态圈帮助更多中小企业实现数字化转型

深耕数字生态圈 开拓万亿市场

本报记者 吴梦



深耕细作 助中小企业获万亿市场

近年来，受疫情影响，沧州很多中小企业运营受到影响，营收下降。此时，沧州智博信息技术公司在总经理李霖带领下迎难而上，搭建数字生态圈，帮助大家走出困境，众多商家纷纷为其点赞。

“通过几年的发展，公司已成长为地方数字经济头部企业，让我们感到责任重大，如何利用自身的‘头雁效应’，带动越来越多的沧州中小型企业加速数字化智能化转型，实现降本提质增效，成为我们常常思考的课题。”李霖说，“最终，我们将目标聚焦到数字生态圈。”

“基于数字经济发展趋势，我们主动放慢企业的发展步伐，通过资源整合，搭建数字生态圈。”李霖说。

目前，数字生态圈包括电商运营、数字营销、智慧安防、电子政务四大板块。其中，数字营销在近年来疫情冲击态势下，帮众多中小企业渡过难关。

由于疫情冲击，很多企业不能开展正常运营，李霖就和多家一线互联网平台合作，以生态圈为基础，为众多企业电商提供多品种数字营销服务。同时依托公司技术和运营团队，在店铺美工、程序开发、运营培训等环节提升客户运营水平，帮助众多企业布局产业互联网，深化数字化转型。

“近两年，我们就帮助多家钢管、防火门企业赢得过亿元订单。”李霖兴奋地说。

网站容错中觅得商机

李霖表示，企业能取得现在的成绩，是因为创业初期就为公司确定了拥抱数字经济的发展战略。

原来在2002年，李霖加盟了一家互联网企业，开始专门为下游客户建设企业网站。但在拜访客户中，李霖发现很多企业虽然建立企业网站，但由于不会管理和运营，很多网站不能很好地发挥作用。

“一家钢管企业网站销售螺旋钢管，但缺少维护管理，因此有意向客户点进去后，发现不是螺旋钢管信息，变成直缝钢管等，同时网站还缺少相关产品展示、报价、及时回复等功能，造成网站功能下降。”李霖从中发现新商机。



嗅觉灵敏的李霖，在2005年创办了沧州智博信息技术公司，开始为客户提供深层次网站运营服务。

“为帮助沧州中小企业拥抱数字经济，实现产业升级，我们首先同雅虎合作。”李霖说，“通过借助大型互联网企业的技术和市场优势，我们形成了企业网站建设、运营、提升的发展模式。”

不久，李霖又同慧聪网合作，通过不断探索深化电商运营，帮助很多沧州中小企业实现了快速成长。

“通过数据分析，我们将服务客户的下游消费人群、购买习惯、回款周期、产品销售周期、库存动态数据等一一列出，客户通过消费者画像，一眼就能发现潜在用户在哪里，同时对自身产品的生产、销售、库存流转数据也能做到心中有数，便于企业管理。”

通过帮助中小企业发展电商，李霖的企业也扣开了自身快速成长的大门。

工业诊所 为企业发展把脉

7月6日上午，在绵绵细雨中，沧州智博信息技术公司的工程师们分别来到多家制造企业，为相关企业向数字经济转型升级提供技术支持。

“随着新经济发展，数字经济正渗透到企业发展各个环节，很多沧州企业想拥抱数字经济，却不知如何入手。”李霖感慨道。

“之前我参加贵州数博会，看似与数字经济没有联系的蒙牛集团，它的数字经济发展经验十分值得沧州企业学习。”

作为一家传统企业，蒙牛积极拥抱数字化，在产业上游，蒙牛所有的牧场都已经实现规模化和集约化。从2012年开始，蒙牛运用数字技术让标准在各个牧场落地。如今，蒙牛的全部奶牛都已经佩戴了RFID耳标，记录专属健康档案，部分还配备了更复杂的传感器。

在下游，蒙牛积极探索销售渠道、终端管理和营销的智能化。2017年，蒙牛通过企业云，探索智能货架和无人便利店，对蒙牛的销售渠道进行数据赋能。同年，蒙牛与京东联手，利用区块链防伪技术提升产品的追溯能力。

蒙牛集团的案例对沧州企业很有借鉴意义。为帮助沧州中小企业实现数字化转型，智博信息依托自身数字产业技术优势，打造出省级工业诊所，为沧州企业发展把脉，帮助更多企业拥抱数字经济。



以华伦线缆、信承瑞公司为代表的沧州线缆企业，通过技改实现生产智能化，并推出多款智能化产品，通过大数据技术，实现企业与客户数据互通，提升公司品牌效应

数据共享 培树智能线缆沧州品牌

本报记者 吴梦

云平台让生产指令同步响应

日前，河北华伦线缆有限公司接到新一批35千伏电缆订单，公司董事长马宁通过智能管理系统输入生产信息，公司各生产岗位随即同步收到相关生产指令，让电缆生产实现了无缝对接。

“我们通过建设云平台，实现了主机生产智能化。我通过智能管理系统下达生产指令，各岗位能在1分钟内响应，让企业生产管理高效运行。”马宁兴奋地说，“之前，新订单生产前需要我们开会层层传达，沟通最少要花费30分钟。”

马宁表示，目前国内线缆行业集中度较低，为企业产业突围提供了良好的市场契机。同时，相比长三角的线缆企业，河间线缆企业规模较小，竞争能力弱，在将来的产业集中中将处于弱势，为此企业急需通过智能化转型，提高产业竞争力，为将来产业整合备足弹药。

为此，从2020年开始，华伦线缆通过生产线改造推进智能化生产。他们与上海电缆研究所合作，投入几百万元进行智能化改造，每台设备上都有USB接口，即使笨重的设备都能用计算机、工位机来操控，整个车间可实现80%的数字化

智能电缆自己报警

无独有偶，在华伦线缆推进智能化生产同时，不远处的信承瑞电缆有限公司也在推进线缆智能化生产，同时他们还推出了能自己报警的智能电缆。

此时，一位远道而来的客户代表正站在信承瑞公司的高压电缆垂直生产塔下，目送着一根高压智能电缆缓缓走下生产线。

“我们公司负责国内一条高铁的建设工作，按照施工要求，铁路牵引电力系统使用了信承瑞的智能电缆。由于近期加快了工程进度，公司马上派我来‘抢’电缆了。”看着正在打包的电缆这位客户代表说。

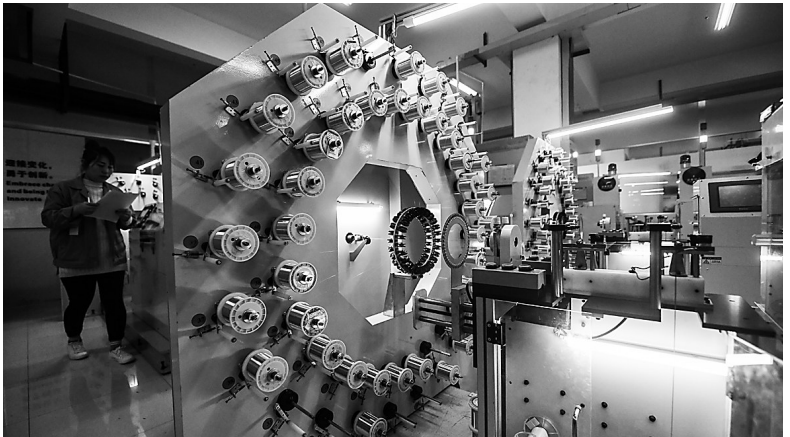
“近年来，我们瞄准高速铁路市场，开发了智能电缆集成系统，通过实时监测，能够提前确认哪一段电缆

创新支撑进军双循环

在华伦与信承瑞不断推进智能生产的同时，沧州线缆企业还积极构建产学研用的创新体系，为线缆企业提供强大助力。

目前，信承瑞先后与东南大学、华中科技大学、西南交通大学等高校建立合作关系，组织科研课题30余项，成功开发转化了一批具有国际领先水平的线缆产品。

同时，信承瑞还由生产型企业向服务型企业转型，按客户的要求提供电缆的造型、设计、生产、安装铺设、验收到通电运行等成套服务，还可提供大长度、大规格、皱纹铜护套、不锈钢护套、无卤低烟等有特殊结构要求的电力电缆。



管控。

公司还将顾客信息端连接到公司内部的线缆信息化系统，搭建远程监造平台，构建从原料进厂到生产制造、产品检测、成品出厂一条完善的现代智慧生产链。通过启动远程监造平台，将公司打造成“透明工厂”，生产和检验的各个细节、各种数据、视频向战略顾客和重点顾客推送。通过编码为每一根电线电缆建立了电子身份证，客户用手机扫码便可获得产品信息、进行质量追溯。

出现了问题，从而防患于未然，为高铁跑得更快更稳提供保障。在目前国内时速350公里及以上高铁市场，我们占到了70%的份额。”信承瑞公司助理总经理董博文说。

董博文表示，高速铁路运营系统是一个庞大而复杂的综合系统，其中牵引供电系统是是整个系统提供动力的“心脏”，系统所用的27.5KV电缆则可视供电系统的“血管”，其运营状态直接影响铁路系统的安全运营。

现实情况是，供电系统电缆可能由于在敷设时遭遇“野蛮施工”、工作环境恶劣、长期过载运行、机械外力伤害等原因造成绝缘或外护套损伤，如不及时采取措施，则会造成电缆局部放电，最终导致击穿绝缘层，

在我国高速铁路网快速建设过程中，信承瑞提供了成套解决方案。从京津到京张再到京雄，从武广到成贵，信承瑞的解决方案正逐步得到高铁建设方和运营方的认可。

面对竞争日益激烈的市场，在保持国内市场份额的同时，信承瑞积极开拓国外市场，先后参与越南国家电网、新加坡人工岛电力项目、法国国际热核聚变实验堆、澳大利亚天然气项目及巴拿马国家电网高压电缆等重点项目的建设。

为了打开国际市场，他们推出定制化服务，按照客户要求，可以生产各种国际标准电力电缆，并开发生产阻燃耐火型、防水型、耐寒

马宁认为，通过搭建先进的编码平台，打通公司、检测机构、最终用户、监管部门四方的数据通道，实现信息共享，确保了产品、送检样品、样品检测报告的唯一性，可全面增强公司与客户的相互信任度、提升公司品牌效应。

通过智能化改造，华伦线缆荣获河北省工业和信息化厅颁发的“智能制造标杆企业”。公司还成为国家电网、中铁建、中建集团、国电投、大唐电力等众多知名企业战略供应商。

给高铁运行造成难以估量的损失。因此，对27.5KV电缆进行实时在线监测，成为保障整个高铁系统安全、有效运行的重要手段之一。

智能电缆集成系统基础就是在电缆生产同时，将两根光缆内置在电缆中，然后再配套电缆附件以及分布式光纤在线监测产品，最后将各部分组成一个系统集成，在保证电缆质量的同时，实现对电缆全线进行实时监测、对潜伏的故障点及早发现并进行预警、故障发生时对故障点进行精准定位、日常监测数据累计等功能，协助客户提高线路的智能运行维护能力，实现电缆全生命周期在线实时监测功能，全面保证高速铁路供电系统安全、绿色、智慧运行。

型电缆产品。

目前，在超阻燃电缆三类标准中，信承瑞生产的阻燃电缆达到了A类，在高温等级、持续时间上不断刷新纪录，满足了高铁运行过程中几百度高温的使用要求，使用年限上也比同类产品延长了数倍。

“为了做到电缆在-40℃不会开裂，保证弯曲度指标需要，我们开发了耐低温风能电缆，满足了国内及国外高寒地区工程项目需要。”董博文一脸兴奋。



优秀企业讲真心故事

一家优秀的企业，能够敏锐地捕捉到市场的先机，并作出正确的决策。在“情感诉求”逐年攀升的市场中，流量窗口要持续打造，但结合品牌理念，讲好一个“真心故事”，也同样重要。

——《第一财经日报》原总编辑 秦朔

后疫情时代，在互联网经济深耕的今天，多元化布局、丰富消费触达窗口，可以为品牌开拓更多触媒渠道；其次，强化私域流量运营，提升流量转化效率，也是一家现代化企业建设的重要内容。

——五星控股董事长 汪建国

在市场日益集中、数字化转型加快的时代，企业要想生存，就要拓展市场“宽度”，挖掘品牌文化的“深度”，从而最终提升品牌价值。

——哈佛商学院教授 小约瑟夫·巴达拉克

面对市场日趋多元化的消费需求，如何精准捕捉消费者需求，成为各品牌重点攻关的课题，其中“区隔化定位”不失为一种好办法。何为区隔化定位？简单来讲，就是单独为产品构筑一条独到的护城河，产品工艺上需要突破，品牌包装上需要情感赋能。在“人、货、场”的基础之上，企业要结合用户定位及市场反馈，在不同的场景赋予产品全新的内核，对产品进行一次全方位的文化塑造。

——莱绅通灵董事长 马峻

企业经营如“雾中行车”

企业经营如“雾中行车”，未知因素很多。成功的企业经营有一个很根本的共性特点，企业管理者在外部环境发生重大变化时，有足够的敏锐和勇气，在适当的时间，带领企业在战略上作出重大调整转变，从旧的发展模式中挣脱出来，走上新的发展路径。

——中化集团董事长 宁高宁

如果员工每次提出自我批评时，都会得到奖赏；如果一个团队越自我解剖、自我批评，公司就越给予奖赏，那这家企业一定充满活力。请记住：公司内部总是能提出批评时，你的团队一定会一往无前。

——亚马逊创始人 贝佐斯

在业务发展中，如何打造企业的核心竞争力？不要用产出结果“对抗”竞争对手的产出结果，那会让公司误入歧途，应该不断优化自己的投入类指标，这对创新性的研发企业和互联网科技企业尤为重要。

——移动电影院首席执行官 高群耀

内涵复杂不是创新是愿景

创新不是未来的事，它就是当下的事。如果有一种概念，听起来很炫酷，但是没人知道它确切是什么，内涵很复杂，那充其量只是一个未来愿景，那不是创新。

——方太创始人 茅忠群

那些取得大成就的商家，没有一家是通过解决短板胜出的。他们都在关乎存亡的重大战略性事件上做到全力以赴，因为只有这样商家才能拥有一把足够锐利的刀，去有效撕开市场的口子。

——阿里巴巴国内数字商业板块总裁 戴珊

作为领导，组织的战略和一些重大问题的决策，是没有办法让别人代替的。因此领导要做好三件事：首先就是把好方向，定好战略，做好决策。其次是用人所长。第三就是勇于负责。只有以身作则，企业才能够有凝聚力和向心力。

——圣农发展董事长 傅光明

企业最大的权力是思想权，思想权当然不仅仅是企业文化建设，与之并重的是企业长期发展战略的务虚思考与中短期战略的精心擘画。

——海尔集团荣誉主席 张瑞敏

个人观点仅供参考