



管理中示弱易凝聚团队成大事

在管理实践中，大多数领导都很强势，喜欢通过“自己说什么都对”的态度，来显示自我权威。但实际上很多时候，“示弱，反会处于弱势；示弱，反易得到尊重”。很多优秀的领导者，都懂得适度地把个人的脆弱性暴露出来，保持谦逊，反而容易凝聚团队共成大事。

——新东方创始人 俞敏洪

很多时候，身处领导职位并不意味着你拥有绝对领导力。如果领导者从不示弱，当你需要下属配合时，他们往往认为你“太强”而选择消极配合。

——北京大学法律经济学研究中心主任 薛兆丰

只有那些勇敢的人，会在陷入谷底后敢于正视自己的“弱”，重新吸收新的知识和经验，懂得在“坚持自我”和“适时向员工示弱”之间达成平衡，成长为优秀的领导者。

——美国哈佛大学教授 罗杰·费希尔

示弱，不是退缩，而是要让下属看到，你对自己的不足有着清晰的认知，并愿意依赖下属的能力和资源，来完成团队协作。当领导者把姿态放低，这不但能拉近彼此之间的距离，也会激发下属的自驱力，让其感受到自我价值，从而易于形成合力，一起创造出意想不到的业绩。

——美国沃顿商学院教授 亚当·格兰特

示弱，就是你要给员工空间，你的手得持续悬在团队的上方，像父母协助幼儿学习走路那样，你要在场，但不要一直握着孩子的手。

——东锦集团董事长 荣耀中

数字化转型激活企业家新认知

数字化转型最大的困难不是技术，也不是方法，而是如何激活企业家们对数字化转型的认知。企业一把手对转型认知的深度和广度，往往直接决定了公司未来战略和商业模式，也决定了数字化转型的成败。

——方太集团联席总裁 何东辉

企业数字化转型往往投入大、周期长，处于转型之路上的探索者各有各的“痛点”。企业应该通过数字化透析业务本质，再加上数字化赋能去创造出全新的商业模式，这样数字化就能变成企业未来的核心竞争力。

——特锐德集团总裁 周君

数字化本质是实现价值增长的一种新模式，目的是为了换取未来价值的新增长，但是这个价值的增长如何去评价，还是要反复地体现在客户的价值上来。

——第四范式总裁 裴沁恩

企业拥抱数字化，不停地用科技赋能自己，可并不是所有企业都转型成功，很多企业面临投入很多但效果不明显的困局。数字化是可以从点滴和局部开始，而不是说转型就要产供销人财物全面启动、全面转型。数字化转型跟原来的经营是可以共生共存的，不是迭代关系。

——三一集团副总裁 毛中吾

战略是聚焦

战略是聚焦，对于任何企业来说，要成为行业或产业的领先者，一定要加强战略集中度，一定要在主流赛道主战场上，集中精力打歼灭战，占领高地。

——华为公司总裁 任正非

战略是为实现企业的长远目标所做出的重大取舍，所采取的关键举措，以及对资源分配优先次序的锲而不舍的承诺。

——浙江大学教授 陈力

企业和员工之间有契约，和资本、和供应商之间有契约，但是和客户之间没有契约，只有质量和保修的承诺。所以，客户拥有选择的自由，只要一次小小的失望，就有可能永远拒绝这个企业。客户并没有所谓的品牌忠诚度，除非这个品牌能够持续满足他的需求。

——中国人民大学教授 黄卫伟

个人观点仅供参考

青县青年石延福，在追逐风口中不断领悟，果断带领企业回归主业，利用技术优势进入机箱整机市场，产品打入电力、机床、农机等多个产业，并拿下核酸采样工作站订单，为疫情防控贡献一份力量

携智能快递技术
转战疫情防控市场

本报记者 吴梦



核酸采样工作站
让技术优势变现

日前，沧州岚宽机械有限公司生产的核酸采样工作站开始除尘打包，准备发往客户手中，标志着岚宽机械开拓出了一片新市场。

抚摸着准备出发的工作站，岚宽机械总经理石延福很是欣慰。

“我们接到山东新华医疗的订单时，心里还有些忐忑，怕做不好，延误相关地区的疫情防控。后来经过大家努力，整个订单顺利完成。”

“这批核酸采样工作站整体采用正压设计，为防止外部污染空气进入内部，我们加入了‘新风’系统，同时将内部压强提高，工作时内部压强大于外部压强30帕。此外钣金连接焊缝也经过了特别处理，确保不会出现漏气现象。”石延福详细介绍核酸采样工作站。

岚宽机械作为一家传统的机箱配件企业，在石延福带领下，几年前开始转型进入机箱整机行业。“我们从事机箱配件生产多年，具备一定生产技术，进入整机生产，就是换个赛道让技术优势变现。”石延福说。

经过几年的探索，岚宽机械在业内小有名气，整机产品进入电力、机床、农机等多个行业。

追逐风口成了“先驱”

石延福表示，他创业初期喜欢追逐产业风口，因此带领企业不断转型，为核酸采样工作站生产积累了很多生产和设计经验。

“岚宽机械多年来以生产机箱配件为主，产品单一，盈利能力一般，因此我接手后就想通过转型快速提升企业的盈利能力。”

正当石延福寻找新项目时，敏锐的市场嗅觉让他发现智能快递柜将大有可为。

“近年来，国内电商快速发展，带动快递业务量猛增，但居民工作时间与快递投递时间冲突问题日益凸显，为智能化快递柜普及提供了广阔的应用市场。我们工厂做机箱配件，拥有技术优势，同时青县作为机箱产业集聚区，产业协同配套方便，因此发展智能化快递柜产业优势明显。”石延福发现新商机。

说干就干，石延福很快组织起研发团队。

产品机械加工部分，很快由岚宽机械独立完成。快递柜整机组装时，物联网通信模块，一下子卡了脖子，怎么办？

正在犯难时，石延福想到了协作生产——请第三方企业技术支持。

“现代经济，讲究生产社会化大协作，一家企业很难独立完成一款现代产品，因此当时我们主动舍弃部分利润，和其他公司合作，使用成熟的物联网通信技术，同时其他相关技术也完成攻关。”

各种技术难题，很快解决。当年，岚宽机械的智能快递柜样机就出现在天津街头，接受快递小哥和广大市民的检验。

“我们的产品，类似于现在使用的丰巢，十分适合人口密集区域的快递投递使用。”石延福信心满满。

理想很丰满，现实却骨感。就在快递柜开始正式推向市场时，石延福被浇了一盆凉水。“产品大面积推广，需要很多资金支持，作为中小企业，我们无力承担。同时，我们的产品当时太过超前，市场初显，各家快递公司还没有意识到智能快递柜的重要性，缺少产业合作，因此项目成了‘先驱’”。

闯入整机市场
集合产业链优势

之后，石延福还尝试过追逐等离子切割机、生鲜配送等产业风口，也都失败了。

失败后，石延福痛定思痛，开始复盘自己的创业经历。他发现创业应转变思维，不能赚快钱，要脚踏实地，从实际出发，发挥自身优势，才能取得成功。

“当时我常常问自己，我的优势是什么？”

答案是回归主业——机械制造。

“我们从事机箱配件生产多年，具备一定生产技术，因此在产业链中，凭借技术优势发展最为可行。近年来，国内制造业快速发展，对机箱需求旺盛，同时青县作为机箱产业集聚区，产业优势明显，大树底下好乘凉，发展机箱产业错不了。”

打定主意，继续干机械，可面对要做什么产品呢？石延福又犯了难。

这时石延福想起了一位客户。这位客户之前生产小型挖掘机。小型挖掘机经过一段时间发展后，产业进入瓶颈期，客户果断转型生产玉米收割机，几年来随着土地流转，工业化种植普及，玉米收割机需求日益旺盛，带动这位客户迎来事业的第二春。

石延福受到启发，及时转型，向产业下游发展，进入机箱整机领域，产品市场大，利润也高。

很快，石延福带领企业切入机箱钣金和整机领域。

石延福首先在电力、通讯机箱领域发展，后陆续开拓了机床、农机等多个行业。今年，成功推出核酸采样工作站，企业的整机市场日益广阔。



东光塑包产业拥抱数字经济，通过智能化生产，提高产品生产技术和效率，开拓电商销售，打造爆款产品，助推生产和销售端快速发展，占据国内塑包电商销售40%市场

数字指引
塑包产业重塑供应链

本报记者 吴梦 本报通讯员 孟悦

一条视频引爆一款产品

8月14日凌晨，东光县的沧州嘉诚塑业有限公司车间内，机器轰鸣，工人们正加班生产塑包产品。

“今天，公司推出一条短视频，没想到一下子产品爆单了，仅在拼多多平台上，就接到3000多条订单，一下子打乱了工厂的生产节奏。为了能按时发货，我们重新组织人员连夜加班生产。”公司总经理马治国难掩心中兴奋。

嘉诚塑业的红火只是东光塑包企业拥抱数字经济的一个缩影。如今在东光，众多塑包企业开始融入数字经济。

大数据 在100多款产品中寻宝

“现在数字经济正融入企业运营的各个环节。”马治国说。

数字化转型经过这些年的发展，已经从应用层面深入到企业经营管理的底层逻辑，重构了企业的连接、规则、决策等方面。从开始的品牌推广，到整个销售环节中体验式的交互，最后到售后的安装，还有整体的长期到端的跟进服务，不光要顾客满意，还要顾客信服，所以企业正基于数字化，构建针对顾客信服体验的全套数字化营销和服务体系。

为提高消费者体验，现在东光塑包企业正在通过数字化转型尝试重塑供应链。

“我们主要为国内众多服装企业提供塑包产品，之前拥有100多款产品，对原料采购、生产、仓储带来很大压力。通过大

数据，我们在优化产品结构的同时，开始在100多款产品中寻宝。”沧海澄包装公司销售总监刘斌说，“就是找出产品线中销售最好的10款产品，通过数据模型加以分析，找出他们的共性和不同，再将数据筛选出的流行元素加入其中，打造出时尚的塑包产品。”

“之前，都是客户将产品样板交给我们生产，现在翻转，是我们拿出设计样品让客户挑选。”刘斌展示一款新颖的塑包产品。

据有产品设计主动权，进一步提高了定价话语权，让海澄公司受益良多。

借力大数据，让朴素的塑包产品更具时尚感，也让生产工艺更加智能化。

走进嘉诚塑业生产车间，建立起可靠的销售基地，并在业内形成优势，我们可以通过平台，轻松发布作品，用短视频打开国内市场，资金、人力、时间成本都较低。这与传统外贸渠道相比，资金安全度也高，正越来越受到中小卖家青睐。”马治国透露。

在嘉诚塑业进军国内电商市场的同时，马治国通过建立外贸公司瞄准国际市场。“目前，我们正尝试通过抖音和阿里国际站两个平台开拓国际市场。”

同时，马治国也表示出担忧，供应链不足成为制约企业快速拓展国际市场的瓶颈之一。

“数字经济正在深入各个工业门类，受应用场景所限，服务企业率先利用数字经济实现快速发展，之后服装、日用品等轻工业企业开始进入，现在数字经济正一步步深入塑包、管道、高端装备制造等传统工业企业。”河北尔与企业管理咨询公司总经理张伟说。

马治国在塑包产业内耕耘20年，经历了多个发展周期。塑包产业技术迭代较慢，企业发展更多倚重销售端，加之下游客户多以食品、日化企业为主，之前销售以地推为主，资金、人力成本高，产业发展较慢。近年来，很

多塑包企业开始试水数字经济，尝试通过电商渠道实现产业突围。

“我们5年前开始尝试电商销售，当时入驻淘宝平台，通过电商将产品送到消费者面前，由于去除了中间商，产品性价比优势明显，同时与消费者直接对接，产品需求反映更加快捷，因此带动工厂产能连年增长。”马治国说。

尝到了数字经济的红利，嘉诚塑业开始电商全渠道营销，公司很快入驻京东、拼多多等平台，今年初还加入了短视频销售大军。

生产设备正在快速运转。现在塑包生产线大量使用数字技术，使得很多生产工艺都实现了无人化生产。塑料颗粒放入料仓后，设备就能自动吸料，颗粒经过加热拉伸成薄膜，再经过印刷机穿上花衣服，后进入无溶剂复合机完成上下两层薄膜粘贴，形成一个个塑包产品。

“目前，正在运转的是数字化无溶剂复合机，采用国际先进的无溶剂复合粘贴技术，全程无需人工操作，每分钟生产300米，是传统设备的2至3倍。”马治国说。

塑包企业通过拥抱数字经济，让自身在销售端和生产端实现了快速发展，助力东光塑包产业在国内市场快速崛起，占据国内塑包电商销售40%市场。

品，产品线超过100款单品，电商发货周期短，要求商家必须具备有相当数量的现货，因此仓储压力大。而且一旦一款产品爆红，很快就会售罄，工厂如果无法短时间内补库存，按时发货，供应市场，将直接威胁企业生存。我们一个爆款一天就接到3000多单，仓库搬空后还要连夜赶工生产，如果是国际国内双市场，对企业供应链的考验将更严峻。”

“我们主要生产食品塑包产

品，产品线超过100款单品，电商发货周期短，要求商家必须具备有相当数量的现货，因此仓储压力大。而且一旦一款产品爆红，很快就会售罄，工厂如果无法短时间内补库存，按时发货，供应市场，将直接威胁企业生存。我们一个爆款一天就接到3000多单，仓库搬空后还要连夜赶工生产，如果是国际国内双市场，对企业供应链的考验将更严峻。”

“目前，正在运转的是数字化无溶剂复合机，采用国际先进的无溶剂复合粘贴技术，全程无需人工操作，每分钟生产300米，是传统设备的2至3倍。”马治国说。

塑包企业通过拥抱数字经济，让自身在销售端和生产端实现了快速发展，助力东光塑包产业在国内市场快速崛起，占据国内塑包电商销售40%市场。

品，产品线超过100款单品，电商发货周期短，要求商家必须具备有相当数量的现货，因此仓储压力大。而且一旦一款产品爆红，很快就会售罄，工厂如果无法短时间内补库存，按时发货，供应市场，将直接威胁企业生存。我们一个爆款一天就接到3000多单，仓库搬空后还要连夜赶工生产，如果是国际国内双市场，对企业供应链的考验将更严峻。”

“目前，正在运转的是数字化无溶剂复合机，采用国际先进的无溶剂复合粘贴技术，全程无需人工操作，每分钟生产300米，是传统设备的2至3倍。”马治国说。

塑包企业通过拥抱数字经济，让自身在销售端和生产端实现了快速发展，助力东光塑包产业在国内市场快速崛起，占据国内塑包电商销售40%市场。

品，产品线超过100款单品，电商发货周期短，要求商家必须具备有相当数量的现货，因此仓储压力大。而且一旦一款产品爆红，很快就会售罄，工厂如果无法短时间内补库存，按时发货，供应市场，将直接威胁企业生存。我们一个爆款一天就接到3000多单，仓库搬空后还要连夜赶工生产，如果是国际国内双市场，对企业供应链的考验将更严峻。”

“目前，正在运转的是数字化无溶剂复合机，采用国际先进的无溶剂复合粘贴技术，全程无需人工操作，每分钟生产300米，是传统设备的2至3倍。”马治国说。

塑包企业通过拥抱数字经济，让自身在销售端和生产端实现了快速发展，助力东光塑包产业在国内市场快速崛起，占据国内塑包电商销售40%市场。

品，产品线超过100款单品，电商发货周期短，要求商家必须具备有相当数量的现货，因此仓储压力大。而且一旦一款产品爆红，很快就会售罄，工厂如果无法短时间内补库存，按时发货，供应市场，将直接威胁企业生存。我们一个爆款一天就接到3000多单，仓库搬空后还要连夜赶工生产，如果是国际国内双市场，对企业供应链的考验将更严峻。”

“目前，正在运转的是数字化无溶剂复合机，采用国际先进的无溶剂复合粘贴技术，全程无需人工操作，每分钟生产300米，是传统设备的2至3倍。”马治国说。

塑包企业通过拥抱数字经济，让自身在销售端和生产端实现了快速发展，助力东光塑包产业在国内市场快速崛起，占据国内塑包电商销售40%市场。

