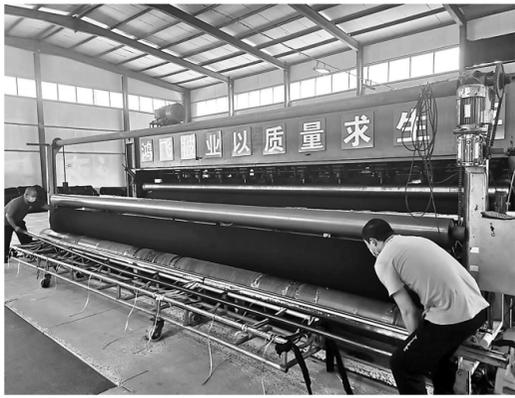


任丘青年李毅，通过发展传统电商与自媒体电商带动工厂向数字经济转型，一年多实现企业产能产值翻倍，产品覆盖全国市场——

建数字高速路 打造“宝藏超级工厂”

本报记者 吴梦



一个电话订下 500万元保温被

“李总，我们的预付订金打过去啦，你们可以安排生产了，感谢您对我们项目的支持。”

日前，一个来自西藏自治区山南市的电话，让任丘市鸿飞被业有限公司负责人李毅停下与技术人员调试设备的工作，开始安排新订单生产。

“这位客户之前与我们签订了500万元的产品订单，但由于西藏多地暴发疫情，部分地区开始静默管理，造成当地项目停摆。为支持西藏的农牧业发展，我们并没有终止订单，而是主动与客户沟通，提前完成部分前期工作，为客户项目复工创造了条件。当地生产刚开始恢复，就通知我们排单生产。”李毅介绍。

李毅表示，鸿飞被业是一家专业生产大棚保温被等温室保温器材的企业。目前，涉及大棚保温被、覆盖防雨毡、防尘布、土工布等系列产品。工厂园区年产量达到了4800万平方米，已成为国内大棚保温被龙头企业之一。

“工厂发展这么快，原因之一是我们做好产品生产的同时，向上游发展，掌握了优势原材料生产，进而形成从上到下的产业链优势，能为客户提供定制化产品和服务，因此赢得了很多客户的认可。”李毅说。

之前，天津一家公司在安徽负责一个大型种植项目，初期向鸿飞被业订购了35万平方米的保温被。李毅带领公司技术人员，根据客户项目需求提供了定制化的产品，赢得了客户的认可，后续订单纷至沓来。目前，鸿飞被业已为这家公司完成了150多万平方米订单。

带着先进经验回家 被“吓”到了

工厂发展这么快，李毅直呼没想到。李毅在韩国留学、工作8年，学习精益管理，其间从事跨境电商事业，将韩国商品卖到全国各地，还打造出自己的品牌。

2020年7月，李毅回到家乡任丘，开始帮助父母打理家里的工厂。

“之前我对自家工厂很不上心，因此关注不多。”李毅回忆当时情况，“回到老家后，我第一次进工厂，就被‘吓’到了。工厂当时管理很

混乱，订货电话直接打到正在生产的班组，然后由班组负责人安排生产，因此丢单现象常常发生。同时，由于管理不善，生产效率很低，虽然公司拥有了一定生产规模，但年产能停留在2000万平方米左右……”

为找出管理“病根”，李毅深入生产一线，花费数月时间，在熟悉生产运营情况后开出“药方”——通过软硬件提升改善工厂经营。

“工厂粗放式生产多年，首先要实现正规化管理，才能将工厂拉回正常发展轨道。”李毅制定工厂发展策略。

很快，一套完整的生产管理制度在鸿飞被业运转起来，“效果很明显，大家各司其职，最为重要的是不再出现丢单现象了，客户体验感上升，后期维护省力了。”

在管理正规化的同时，管理信息化也在工厂落地，ERP、CRM系统等现代管理程序落地，直接推动生产效率提升。

发力电商 开拓乡村振兴蓝海

2021年，鸿飞被业1688店铺开业。

工厂规范化发展，为李毅发展电商提供了基础。

通过市场调研，李毅将电商发展引领工厂生产定为工厂向数字转型的路径。

“我们通过调研发现，工厂生产数字化升级，资金需求大，短时间很难实现，而且现有生产技术可以满足市场需求，但发展电商，能迅速打开全国市场，是工厂发展的倍增器。”李毅确定了工厂数字转型发展方向。

“开设1688店铺，是因为我们与众多淘宝电商不同，工厂生产大宗保温产品，客户以大型养殖客户和大型项目建设企业为主，客户虽然少，但集中，购买能力强，复购率也高，适合走线上批发市场。”

此外，李毅还开始下一盘棋。国家推进乡村振兴战略，其中温室大棚园区项目，成为各地重要的发展方向之一，尤其中西部区域，大棚保温被等产品市场日益广阔。

站上风口，李毅的产品很快覆盖了全国市场，鸿飞保温被出现在了内蒙古、新疆、西藏等省市自治区各大养殖项目中。

电商发展，也带动工厂产能快速增长，从年产1000万平方米快速增长到4800万平方米，今年鸿飞被业被阿里集团认定为“宝藏超级工厂”。现在，李毅正在带领技术人员调试新生产设备，准备进一步扩大产能。

沧州工业互联网初探①



玻璃模具一件一码 助企业轻装前行

本报记者 吴梦 本报通讯员 王志伟 刘超

物料刷码 1秒钟实现厂内信息共享

9月13日，河北安迪模具有限公司接到一批新订单，订单马上在公司的工业互联网系统内生成自己的数字编码，仅1秒钟，厂内各工位就同时收到相关生产指令，开始了新一批次订单的生产。

“有了工业互联网，现在生产管理太方便了！”公司信息化负责人张金生高兴地说。

“我们公司主要生产各种玻璃模具，每天生产线上要同时生产上百个批次订单，每次安排新订单生产，都是让人头痛的事。因为从原料出库，到物料加工，再到产品运输，中间节点众多，以前新订单信息在各工位传输要超过1小时，加之订单小、批量多，严重影响了工厂的生产效率。如果一个批次产品出现问题，再想找到相关订单生产情况，犹如大海捞针。现在我们通过工业互联网标识解析体系，大幅提升了企业数字化管理能力，实现了信息1秒钟共享，让生产

管理变得更简单了。”张金生感叹着工业互联网给企业带来的变化。

在机加工车间，青年技工张帅刚完成一批工件，他拿起工单在读码器上一扫，这批工件信息即刻进入工业互联网系统，张帅的工作量记录在册，同时其他相关岗位也同步收到信息，开始做好相关工作准备。

“现在方便多了，一扫就知道自己的工作量，再也不会记错或漏记，还能提前安排生产，工作有条不紊，收入也跟着提高了。”张帅微笑着拿起新工件。

各项经济数据显示，工业互联网在让企业生产管理变得轻松的同时，正在助推企业实现快速成长。

“通过建设工业互联网标识解析体系，我们去年营业收入增长了19.6%，产品合格率由95%提高到98%，生产效率提高了15.3%，成本降低了10.43%……”说起工业互联网给公司带来的变化，张金生兴奋之情溢于言表。

工业互联网 打通数据孤岛

说起工业互联网给企业带来的改变，公司董事长张胜德感到由衷地欣慰。

“我们终于找到了企业数字化发展的道路了。”张胜德感叹道。

安迪模具作为玻璃模具企业，每天生产上百个批次订单，复杂的生产制约企业发展一直是张胜德心中的痛。为此，多年前公司就开始探索走数字化道路，通过简化环节，提升企业的运行效率。

于是ERP、MAS等国际知名的现代管理系统纷纷落户安迪。可事与愿违，随着不同管理系统的到来，公司管理状况并没有好转，因为各个系统不能兼容，生产管理数据被隔成一个个孤岛，让张胜德苦不堪言。

为打通数据孤岛，去年开始，安迪模具在相关部门支持下，开始建设工业互联网系统。

工业互联网是新一代信息技术与工业经济深度融合的新型基础设施、应用模式和工业生态，通过对

人、机、物、系统等的全面连接，构建起覆盖全产业链、全价值链的全新制造和服务体系，为工业乃至产业数字化、网络化、智能化发展提供了途径。

“我们建设工业互联网，就是将它作为基础网络，然后将ERP、MAS等系统接入，实现公司管理一张网。”张胜德说，“效果太显著了！各种数据汇集到工业互联网上，让生产效率和成品率都相应提高了，大家看到了工业互联网的巨大潜力，乘势而上，在基础工业互联网上开始打造公司自己的工业互联网标识解析体系。”

安迪模具打造的工业互联网标识解析体系，在今年已经投入使用。“现在公司每接到一笔订单，系统都会自动给订单附上一个数码，同时订单生产过程中，从原料物料进厂，均会贴上与数字订单对应的生产编码，直到产品出厂，通过记录编码的流动轨迹，实现了物料以数字形式在生产中运转，方便企业对产品生产的全程轻松把控。”

双向透明“帮”客户安排生产

生产效率提高了15.3%，成本降低了10.43%……数字化给公司带来巨大变化，可在推进工业互联网项目时，张金生遇到了很多困难。

“首先是系统兼容问题，由于公司之前引入多套ERP、MAS等数字化管理系统，各系统不兼容，就要我们从零开始设计，以实现多系统数据接入、汇总、分析，其中数据库建设就是一项艰巨任务。”张金生说。

更令张金生头疼的还是人的问题。“很多工人思想跟不上，系统引进初期不理解。在工业互联网系统中，一名工人生产完成后，都要刷一次产品的工单。由于订单众多，一个工位一天要刷20多次，因此很多工人有所抵触，认为下班前上报生产量就好，不必每次生产分别刷单申报。”

很快，事实让大家提高了认识。通过工业互联网的使用，生产管理简化了，工人工作透明了，大家收入也提高了。

现在，安迪模具正筹备再次升级自己的工业互联网，准备通过技术升

级，实现公司生产数据与客户数据的双向透明。

张胜德表示，模具作为工业之母，生产的是下游企业的生产工具，因此他们的生产进度直接影响着客户企业生产安排。

“通过企业工业互联网升级，实现双向数据透明后，客户就能从下单开始，实时看到订单生产情况，进而确定交货时间。这样客户就能根据交货时间，安排自身生产线调整，可以在第一时间，将新模具运用于生产中，实现上下游生产的无缝对接，实现与客户的共同成长。”张金生解释。

目前，工业互联网升级实现企业与客户数据双向透明项目已经进入论证阶段，如果一切顺利，今年底将开始系统再升级。



物料出库刷码



以管理确定性应对外部不确定性

企业家是职业风险家，优秀企业家从来都是热烈的理想主义与冷峻的现实主义的结合体：拥有理想，不抱幻想，从最坏处着眼，向最好处努力。

——科大讯飞董事长 刘庆峰

对企业家而言，时刻面临着瞬息万变的不确定性。因此，企业家是天然的风险家，但优秀的企业家绝非赌徒，他们是以内部管理的确定性应对外部不确定性的职业管理家。

——微软公司CEO 萨蒂亚·纳德拉

企业管理在一定意义上是一种信心预期，尤其是在企业面临重大危机的关头，而企业家则是构建信心的源头，也是信心的发动者和最核心的传播者。

——中化集团原董事长 宁高宁

企业家是一种单调的职业，“像一位船长，每天都在重复掌舵”。在日复一日的平凡管理中，很难区分谁是卓越的企业家，什么才是真正企业家精神，但在狂风巨浪呼啸而来时，高下立判。

——川投集团董事长 刘体斌

在当下这个不断变化的市场中，一个接一个的危机在不断考验着企业，此时也最能体现企业家价值。因为危机管理最能凸显企业的不同竞争力，凸显企业家在意志力、洞察力、感召力、组织力、思想力方面的差别。

——沃顿商学院教授 亚当·格兰特

关键少数要练非常功夫

企业要想发展好，首先要有战略，战略不可能都对，但是至少要做到对的多一点；第二是要有文化支撑战略；第三是企业中做决策的“关键少数”非常重要，企业要练“平常功夫”，“关键少数”的决策者要练“非常功夫”。

——科达公司董事长 边程

企业遇到困难的时候怎么办？通过精益化从“千毛巾”里挤点水出来，增加工人的向心力，减少企业的不当投资，这一招非常好。

——华为公司高级管理顾问 田涛

向死而生、练平常功夫。只要企业活着就天天练，越是恐慌、越是不确定的时候，就越要让工人有事可干。如果你天天说明天会怎样（糟糕），工人们的精神会垮掉。

——百胜集团全球董事局前副主席 苏敬轼

树立品牌要占领消费者心智

今天的消费者买手机，会关心手机在哪里生产吗？会关心手机公司在哪里注册的吗？不关心。消费者关心的是品牌，它占领了消费者心智。

——北京大学教授 周其仁

现在很多产业开始内卷，光靠熬，你出不了头，一定要“杀”出才能成功。用户变了，消费者买东西的时候不在乎哪里造的，在乎这个东西好不好、靠不靠得住、新鲜不新鲜、亮丽不亮丽，这个不可改变。因为消费者关注品牌，所以企业要做好产品做好品牌。

——申洲国际董事长 马建荣

一个企业的成功，绝对不是单靠一个人的。一个企业要做得好，一定是把客户、消费者的需求满足得比别人好，这样，企业品牌才有发展。

——方太集团联席执行总裁 何东辉

活下来是企业管理的最高哲学

在全球经济面临前所未有的不确定性和巨大风险的今天，活下来是企业管理的最高哲学。所谓的“基业长青”？是活下来，有质量地活下来。

——都市丽人董事长 郑耀南

在不确定中活下来，企业要做最坏的预期，最充分的准备，用最坚忍的意志，长期不懈地奋斗。战略与战术原则是：稳住阵脚，收缩战线，夯实基础，等待时机，提速前进。

——立白集团董事长 陈凯旋

个人观点仅供参考

