

深加工农产品成为员工心头好；直播销售将特色农产品卖向全国；会员制服务占据郊区游新风口。从农产品种植和休闲农业双维度打造自有品牌，孟村回族自治县张玉顺开拓出一片发展新天地。

## 种植+电商 农产品潇洒走四方

本报记者 吴梦

### 直播吃梨

“大家好，我是张熙林，今天给大家带来的宝贝是金孟园的秋月梨……”

话音刚落，张熙林拿起一个黄灿灿的秋月梨，大大地咬了一口，霎时“咔嚓”一声清脆入耳，令人仿佛看到了汁水飞溅，一时吸引众多网友围观。

这是近日在孟村回族自治县金孟园农业产业合作社里，主播张熙林开启直播卖货的生动一幕。只见张熙林在镜头前侃侃而谈，从容介绍着新鲜采摘的梨、枣、南瓜、玉米等农产品。与此同时，作为合作社负责人，张玉顺正和工人们抓紧筛果、装箱、打包、邮寄，将新鲜特色的农家味道，送上网友的家门。

直播电商，这是张玉顺带领合作社探索电商发展的新尝试。

“我们今年才开始尝试直播电商，先是入驻了抖音平台。靠着一部手机，将地方特色农产品与广阔市场连接起来，使直播带货成为打造土特产品牌、带动乡村振兴的新路径。”张玉顺笑着说。

此前，张玉顺已经从事电商多年，直播电商的迅捷、高效，吸引他开启了新模式。

“我们之前专注传统电商，但同质化竞争，导致合作社的优势并不突出。去年，沧州几所高校的老师带学生来合作社参加社会实践，学生们实地直播带货，让我们见识了直播销售的魅力，今年初我们就组建团队，开始了直播。”张玉顺说。

### 粮食深加工解后顾之忧

张玉顺在制造业摸爬滚打多年，近年来国家的系列惠农政策，让他看到发展农业的广阔前景，果断与合作伙伴一起流转土地，建起金孟园合作社。

合作社成立之初，张玉顺就规划了发展农业综合体的目标。

种粮食、栽果树、酝酿采摘……正当他憧憬新事业未来时，无情的市场给他当头浇了一瓢凉水。

合作社刚刚创立，持续投入让张玉顺急需资金“回血”，虽然连续几年粮食丰收，但市场价格偏低，让他倍感压力。

等粮价回升？显然不可取。究竟该怎样提高收入呢？夜深人静时，张玉顺常常问自己。

思来想去，张玉顺决定走粮食深加工道路。

“合作社紧邻工业区，工厂职工下班后做饭耗时较长，也得不到休息，我干嘛不把小麦

做成馒头卖给工人呢，这可是双赢呀！”

说干就干。很快，合作社的热馒头摆到了工业区门口，成了工人们的心头好。

受此启发，张玉顺又陆续把玉米、杂粮、蔬菜、水果等做成新颖食品送到工人们面前。在服务好工人群众体的同时，也让合作社拥有了好口碑。

背靠工业区，让张玉顺看到了新事业腾飞的希望，可不成想，其中让他引以为傲的冬枣一度积压下来。

“2018年，合作社1000余亩冬枣进入盛果期，由于产量剧增，原有销售渠道有限，冬枣在仓库越堆越多。”

正当张玉顺一筹莫展时，几位多年跑外的孟村籍业务员找到了张玉顺。

作为管件之乡，孟村回族自治县众多的业务员分布在全国各地，他们通过网络买到金孟园的产品后十分认可，就想把合作社的冬枣作为土特产送给合作伙伴。

很快，通过微信直播，张玉顺就销售了1000多单，后来又增加到2000多单……一度积压的冬枣成了抢手货。

### 打造“金孟园农产品”品牌

在张玉顺的带领下，如今，合作社被省农业厅认定为省级农业产业化重点龙头企业、农业产业化省级示范社。

去年，张玉顺又注册了“金孟园农产品”商标，开始从农产品种植和休闲农业双维度打造“金孟园”品牌。

不远处，主播张熙林正拿着手机，带着全国各地的观众参观各种农产品的种植环境，品尝鲜美的果品。

“大家随着镜头看这里，现在合作社的员工正在分拣冬枣，保证大家拿到的都是个大、新鲜的产品……”张熙林随手拿起一颗冬枣展示。与此同时，各种优质的水果、牛羊肉已经放入小黄车等网友下单。

近期，合作社的直播还将出现在快手等其他短视频平台。

在直播推荐的同时，合作社还推出会员制野外休闲服务。

此时，张熙林带着大家来到了“森林”之中，手机镜头不断深入，水果采摘、名贵苗木介绍……“大家看过来，我又来到了烧烤区，这里空间很大，有树有水，烧烤时大家可以自带食品或在合作社现场选购……”

“我们花费10年，造林1000多亩，除了提供各种果品外，还能给沧州及其他城市的消费者提供会员制野外休闲服务。”张玉顺介绍。

“今年国庆假期数据表明，城市近郊游已经成为国内消费者的首选旅游方式，我们这1000亩‘森林’正好迎合了消费升级的需求，这从近两年我们的游客接待数据中可见一斑。”



杀虫灯疲劳实验

一航公司利用物联网技术，将海里山上的杀虫灯联在一起，实现远程控制；植入光电感应模块，实现湖泊上的杀虫灯自动开启；无线与有线融合组网，吸引澳大利亚葡萄酒商会抛来橄榄枝。

## 智能杀虫灯再“出圈”

本报记者 吴梦

### 杀虫灯上山入海一网相联

日前，随着“双11”网购狂欢节落下帷幕，沧州产杀虫灯凭借智能化操作再次“出圈”。

作为国内领先的智能杀虫灯生产企业，地处任丘市的河北一航新能源科技有限公司正在加紧生产，以满足市场需求。

“我们的杀虫灯加入了智能控制模块，能根据外界光线变化自己开灯，也可远程操控管理，因此产品深受市场欢迎，去年凭借直播电商‘出圈’后，今年再次火了。”一航公司董事长张志亮笑着说。

张志亮介绍，一航公司生产的杀虫灯首先利用物联网技术，实现了不同区域杀虫灯间的自由组网，方便了管理人员远程操控。“我们刚进入杀虫灯市场不久，就接到广东一家海滨旅游区的订单，采购50盏灯，并要求这些杀虫灯组成一个整体便于统一管理。”

当时，张志亮以为就像网吧电脑一样，用网线把每盏灯串联起来就可以了。

但到了工程现场，张志亮却



智能杀虫灯销售

愣住了。

“从沙滩到浅海，再到山上荔枝园里的杀虫灯都要联成一体。”这可怎么办？

张志亮一时犯了难。经过不断实验，公司研发团队引入物联网技术解决了这一难题。

“我们首先给每盏灯装上独立的控制系统，再装上无线信号应答系统，之后通过物联网技术将大海、海滩、高山上的杀虫灯联

成一个网络，将控制中心设在旅游区机房，这样管理人员就可远程控制景区内任何一盏杀虫灯了。”张志亮介绍说。

为进一步满足客户需求，一航公司还扩大了产品的使用范围，使杀虫灯可诱杀1000余种害虫，适用于各种茶园、花园、果园、养殖基地等，且杀虫的过程，对环境无任何污染，节能环保对人畜无毒无害。

### 杀虫照明同步适应极端环境

通过物联网技术敲开了智能产业的大门后，一航公司又根据客户的需求，通过研发进一步深化产品的智能化。

湖南一家养殖企业曾向一航公司订购了一批产品。

“这家企业主要业务是利用水库、湖泊等自然水体进行养殖。在用来杀虫的同时，杀虫灯要求有良好的照明特性，以保证作业区安全。此外，由于自然水体环境变化多样，还要灯具具有较强的抗冲击性和防水性。”

接到订单，张志亮又犯了难。怎么办？

研发团队在通过物联网技术保证杀虫灯智能控制的基础上，

在杀虫灯外围增加照明光源，同时通过差异性控制技术，实现杀虫和照明需要同步或异步控制，从而实现杀虫与照明的双重功能。

此外，一航公司还为杀虫灯装上了先进的光电感应系统。在晚上或阴雨天气能见度变差的情况下，感应系统会立刻开启照明并同步杀虫。

“我们还将传统的塑料外壳换成特种钢材材料，可以很好地抵抗冰雹冲击或猎鹰抓咬；电源连接采用先进防水技术，即使灯具落入深水也不会因水压过大造成损坏，甚至发生漏电事故。这让一航公司的产品深得客户认可，现

在每年当地产业协会都会主动为会员订购。”

杀虫灯是一款用于野外环境的产品，一航公司在不断推进产品智能化的同时，也十分重视产品的可靠性。

为进一步验证产品的可靠性、适用性，一航公司还将产品分别送到新疆和内蒙古，去经受当地极端条件的考验。

“我们从2018年开始，就将产品送到新疆和内蒙古的合作商那里，接受苛刻环境的测试，其中多款产品都经受住了当地-40℃极端环境的考验，也因此让合作商对我们的产品赞不绝口。”张志亮笑着说。

### 借势“一带一路”敲开欧美市场

经过多年努力，目前一航公司已经成为国内专业从事太阳能照明、风能照明、太阳能杀虫等系列产品研究、设计、制造的企业，并同时拥有国家植物保护机械质量监督检验中心权威证书，跻身中国成长型中小企业100强。

凭借电商，一航公司的杀虫灯顺利“出圈”；响应“一带一路”倡议，一航公司的杀虫灯再次走红。

前不久，澳大利亚葡萄酒商会秘书长，在国内合作代表的陪同下来到一航公司考察。

原来，一航公司响应“一带一路”倡议为澳大利亚一位葡萄酒商提供了一批智能杀虫灯，经过两年的使用，产品性能优

良，对方十分认可，因此澳大利亚葡萄酒商会秘书长代表当地会员前来考察。

“我们针对澳大利亚葡萄酒产区面积大、风沙多、野生动物多的特点，用铝合金材料代替塑料作为杀虫灯的基材，成功实现防风沙和动物冲击；同时采用物联网和有线网络相结合方式组网，实现了广大种植区的远程化、便捷化管理……”张志亮介绍说。

在澳大利亚站稳脚跟的同时，作为业内代表，张志亮还受邀考察俄罗斯以及中亚、北非、北美市场。

在消费升级大背景下，人力成本与日俱增，智能杀虫灯可以广泛代替人工劳动，扩大作业范

围，因此在地广人稀的地方市场前景广阔。

张志亮曾跟随省外贸促进会考察团出访中亚，当时某国家商务部副部长主动找到张志亮，希望双方在技术和市场方面能够合作，并在中亚建厂，共同开拓中亚、中东市场。

目前，一航公司通过跨境电商渠道已顺利打开俄罗斯及中亚、北美等国际市场。



### 数字韧性成企业显性竞争力

在今天的数字化时代，以前形成的所有流程，理论上都能够被再造一遍，当企业把每个环节的数据做到在线化，之后把数据串联起来进行决策分析，你会发现出来的结果可能完全不一样。

——钉钉(中国)信息技术有限公司总裁 叶军

数字技术助力企业实践数字韧性，陪伴企业穿越周期。数字韧性正在成为企业的显性竞争力，如何构建企业的数字生产力，实现韧性增长是当下每个企业家需要思考的问题。

——德国企业管理学者 赫尔曼·西蒙

从消费互联网到产业互联网，所有产业都可以数字化，未来将不再有传统经济和数字经济的分别。在数字经济的终局里，所有企业都是互联网企业，都是数字化企业。

——阿里巴巴原副总裁 邓康明

数字化帮助企业在不确定中找到确定性，这是我们这个时代的进步，数字化不是少数人的权利，而是千行百业的共同进步。

——vivo影像副总裁 于猛

### 高端定位是给用户带来温暖

企业的高端定位与企业本身的发展目标是相辅相成的，它不是为了高端而高端，而是为了一直以来所追寻的那份美好和幸福，那份给用户带来的温暖与感动。

——华为公司轮值董事长 徐直军

一个真正的高端品牌，不是高高地端起来，而是深深地蹲下去，一次次拉近与客户的距离，然后思其所思、想其所想、念其所念。

——中国上市公司协会会长 宋志平

中国企业打造高端品牌，首先离不开创新科技，第二更离不开如何使用创新科技来解决家庭生活幸福的问题，不能为了科技而科技，忽视了幸福目的。

——方太厨具董事长 茅忠群

### 创新是为解决顾客的问题

创新不是为了创新而创新，而是为了解决顾客的问题，为顾客创造价值而创新，这是企业创新的根本理念。也就是说，只有持续性创新才能提高产品附加值，企业才能赚到钱。

——美团CEO 王兴

自主创新不是自己创新、封闭创新，而是要协同创新、开放创新。创新是协同、融合、平衡的故事。我们要把自力更生和协同合作结合起来，把自强不息和兼容并包结合起来，不仅吹响冲锋号，更要吹响集结号。

——军武科技CEO 曾航

模仿式创新，是企业特定经济发展阶段选择的一种创新模式，这也是创新的必经之路。模仿式创新也是重要的学习手段，是产业转型升级、从低端制造到高端制造的必由之路。今天的企业创新，大部分都在模仿式创新和集成创新的范畴里，正是大量的模仿式创新迅速普及了技术。

——北京大学教授 张维迎

### 企业文化是正能量的黏合剂

任何企业都有自己的文化，区别只是在于先进还是落后。先进文化是凝聚正能量的好文化，如学习文化、绩效文化、和谐文化、责任文化、拼搏文化等；坏文化是我们克服的惰性文化、折腾文化、安逸文化、消极文化等。

——龙湖地产原董事长 吴亚军

企业文化建设、形成、固化的过程，就是好文化和坏文化相互博弈、此消彼长的过程，是一个吸收精华、摒弃糟粕、批判发扬、融合再造的过程。在企业里，文化必须是上下一致，不能随意编造、更改，也不能各喊各调，各说各话，要捍卫文化的一致性。

——用友网络董事长 王文京

文化建设的最终目的，就是让不同文化群体相互借鉴、相互遵守、相互理解、相互认同，最终融为一体，成为推动企业发展的凝聚力和聚拢正能量的黏合剂。

——万科集团创始人 王石

企业文化不是越高越好、越深越好，它不应过于玄虚，更不能成为口号；关键要契合实际，简单易懂，便于记忆，让员工了然于胸并落实到日常工作和生活中。

——华东师范大学教授 冯焱

个人观点仅供参考

