



品牌要向用户讲明白你是谁

品牌包含两个方面含义，一个向外，怎么去跟用户讲明白你是谁；另一个向内，是我们的使命、愿景、价值观，怎么向团队讲明白自己是谁。

——用友网络董事长 王文京

品牌可以理解为我们的“头”，产品是“身体”，商业模式就是“血液”。接下来，以产品为中心的十字架架构中，产品向左右延伸，第一层是产品研发，第二层是底层系统构筑，第三个是品牌形象的传播。

——优信集团董事长 戴琨

在做好质量的基础上，企业要实现从质量到品牌的转变。质量是品牌的核心内容，品牌是在质量的基础上加上设计、文化、营销理念等形成的价值综合体。

——万科集团创始人 王石

心力是永远保持着120%的状态

作为企业负责人要有强大的心力，心力就是要能从负重前行，到举重若轻。永远保持着120%的状态，即使遇到挫折，被打击了20%，还能以100%的精神投入到工作，这是强大的心力。

——军武科技CEO 曾航

心力，是一种精神状态。在具体的工作中，就是有足够宽广的格局。因为负责人，是管理和经营合一主力，心中要装着全局和未来，站在更高的维度去思考问题。

——心连心集团董事长 刘兴旭

心力也是一种格局，还是一种特质，一种态度。作为负责人，必须有专业能力。而专业能力，是可以培养的，背后就是需要足够自主的学习能力也就是心力。

——美团创始人 王兴

战略的核心是取舍

一切战略都是建立在某个客观规律，或者客观事实基础之上。开打之前，战略不重要，战术也不重要。寻找这个规律和事实本身最重要。

——阿里集团董事会主席 张勇

战略的核心就是取舍，商战从来不相信以少胜多。你不可能赢得所有战斗，因此在每一场战斗中，你投入比别人越多越可能赢得胜利。

——方大厨集团董事长 茅忠群

让员工安心奋斗是管理的核心思想

企业对员工好，员工就会对企业好。在企业所有的成本中，给员工的待遇和付出是投入产出比最高的。

——中国上市公司协会会长 宋志平

让员工安心奋斗应该成为所有管理的核心思想之一，员工越是不用担心自己奋斗的“投入成本”，管理成本就越低，组织发展的潜能就越大。相反，组织就越来越僵化。

——汉舍云公司董事长 胡浩

企业文化是发扬优良的东西

企业文化不是缺什么补什么，而是你真正优良的东西，能帮助你获得成功的东西，并且是每个人誓死捍卫的东西加以升华打造为企业文化。

——理想汽车董事长 李想

产业升级的“三条曲线”，即传统业务的结构调整和技术进步、发展新技术新产业、发展新业态。三条曲线之间应是首尾衔接、梯次接续的关系，其本质是用旧业务做持续性创新，同时顺应时代潮流，搞颠覆性创新，提前培育新业务。

——奥托中国总裁 邹果庆

转型并不意味着转行，而是用新的技术手段和商业模式，进行产业的更新改造和升级换代。在做持续性创新的同时，进行颠覆性创新。

——龙蟠科技董事长 石俊峰

个人观点仅供参考



智能工厂 呵护管道全生命周期

本报记者 吴梦

青县巨龙公司，以管道生产工艺痛点为突破口，利用工业互联网、工业信息化集成体系、工业机器人、大数据等先进技术，搭建起一套完善智能工厂生产体系的架构，实现了大直缝钢管数字化、可视化、模型化和集成化生产，并入选工信部智能制造示范工厂。

◆ 钢板“体检”的智能之旅

2月7日上午，在青县巨龙钢管有限公司生产车间内，一块块手掌厚度的巨型钢板陆续走上生产线，开始了他们的蜕变之旅。

只见钢板通过轨道输送线，被送进了一张钢铁巨嘴中。这巨嘴，就是钢板超声波探伤仪，它拥有226个通道，通过双晶直探头，利用超声波对钢板进行100%探伤，检测钢板中是否存在分层、片状夹杂等缺陷，同时数百个数据在完成自动采集后会存入数据库。

之后，钢板自动来到铣边机旁，完成毛边的修剪，同时去掉不规则部分，达到生产规格要求。

再经过预弯机、成型机……逐渐加工成合格的大直缝埋弧焊钢管。

站在铣边机旁，巨龙公司科技质量中心主任王习彬注视着整条生产线。“这台铣边机旁我们还安装了激光测距仪，是企业内首家对钢板实现激光测距的企业，同时设备完成了远程控制改造，现场实现了无人值守，这是公司正在打造的“大直缝埋弧焊钢管智能制造示范工厂”的缩影。”

智能工厂是利用各种现代化的技术，实现工厂的办公、管理及生产自动化，达到加强及规范企业管理、减少工作失误、堵塞各种漏洞、提高工作效率、进行安全生产、提供决策参考、加强外界联系、拓宽国际市场的目的。

“我们打造的大直缝埋弧焊钢管智能制造示范工厂，实现了主流业务流程的新型闭环优化运营模式，具备了数字化、可视化、模型化和集成化的优势能力。一条生产线，自动化设备覆盖率达到了98%，岗位操作人员缩减37.5%，生产效率提高了30%，产品升级周期缩短了30%，精品率提升了12%，为管道装备行业转型升级和智能工厂建设提供了技术经验。”王习彬笑着说。

“早在公司建设大直缝埋弧焊智能制造工厂之前，母公司就对各个公司进行了多年技术引导，引导开展了黑灯工厂的相关技术探索，为建设智能工厂实现了部分技术储备。同时，青县当地政府也为企业智能工厂建设提供了相应的技术、资金支持，因此我们较顺利地完成了智能工厂建设。”刘彦华说。

目前，大直缝埋弧焊钢管智能制造示范工厂还在不断完善，工厂已经形成控制层、生产管理层的成熟运营，正在向建设决策支持层迈进。

日前，一个好消息传来，工信部等四部门公布2022年度智能制造示范工厂揭榜单位和优秀场景名单，巨龙公司打造的“大直缝埋弧焊钢管智能制造示范工厂”入选智能制造示范工厂。

利用智能工厂建设优势，巨龙公司目前正在探索轻资产运营，与行业专家、高校、科研院所、用户、原料厂家等合作成立

◆ 解决痛点成就智能工厂

巨龙公司从2017年开始，针对生产过程中众多痛点进行生产工艺智能化升级，最终成功建成了直缝埋弧焊管智能制造平台，助推了智能工厂出现。

“国内大口径钢管制造传统采用模拟焊接电源，可提供的焊接特性单一，面对不同管径、壁厚、的管道，焊接电流、电压很难调节。同时焊接后需要人工切割，对工人操作要求较高，导致经常出现伤及钢管母材的情况。”王习彬举例说明。

针对上述痛点，智能工厂采用数字焊接电源，实现了焊接过程控制数字化，在焊接过程中可对起弧、过渡等参数进行设定，过程简单、能耗小。此外，配备自动切割系统，通过上位机、人机界面、切割机器人和除尘系统，通过MES系统集成进行加工数据上传，实现智能切割。

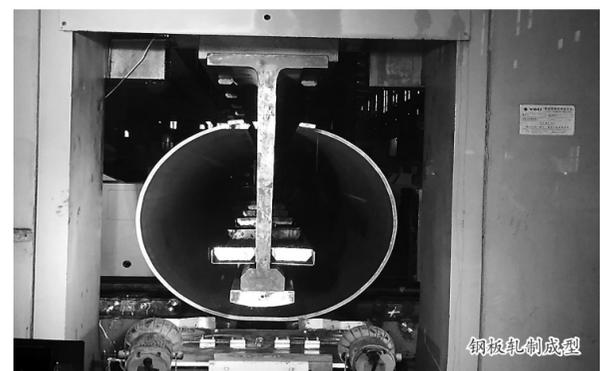
公司利用工业互联网、工业信息化集成体系、工业机器人、大数据等先进技术构建了一套架构完善的自动化和信息化相融合的智能制造工厂。通过自主开发的以MES系统为核心的智能制造平台，将基础设施、智能装备、智能控制、智能车间、智能运营5个层级贯通。平台集成MES系统、ERP系统、PDM系统、SCADA系统、物联网系统，实现

了制造过程中人、机、料、法、环等资源的管理。通过对生产订单的自动生成、原料及辅料的领用、半成品与成品的管理、成品的投入产出情况等指标的监控与分析，确保制造资源及时到位、高效流转、降本再造等。

巨龙公司副总经理刘彦华表示，大直缝埋弧焊智能工厂的应用，是公司打造精益化智能工厂的大胆尝试和探索。实现了工厂全面展现、全方位感知和自动控制，有效提升了生产、能源、设备、质量的综合管理能力，生产过程可视化、透明化程度，以及生产过程中安全监控水平，为管理层科学决策提供了强有力的数据支撑。



焊品姿态展示



钢板轧制成型

◆ 入选工信部智能制造示范工厂

“早在公司建设大直缝埋弧焊智能制造工厂之前，母公司就对各个公司进行了多年技术引导，引导开展了黑灯工厂的相关技术探索，为建设智能工厂实现了部分技术储备。同时，青县当地政府也为企业智能工厂建设提供了相应的技术、资金支持，因此我们较顺利地完成了智能工厂建设。”刘彦华说。

目前，大直缝埋弧焊钢管智能制造示范工厂还在不断完善，工厂已经形成控制层、生产管理层的成熟运营，正在向建设决策支持层迈进。

日前，一个好消息传来，工信部等四部门公布2022年度智能制造示范工厂揭榜单位和优秀场景名单，巨龙公司打造的“大直缝埋弧焊钢管智能制造示范工厂”入选智能制造示范工厂。

利用智能工厂建设优势，巨龙公司目前正在探索轻资产运营，与行业专家、高校、科研院所、用户、原料厂家等合作成立

钢材加工应用方面的科技创新服务和成果转化平台，快速为用户提供产品和服务解决方案，实现研究成果的快速落地和规模化生产，其设计开发、生产的新一代大口径直缝埋弧焊管、海洋管线、低温管、抗酸管，填补了国家空白。

此外，巨龙公司还将与管网公司、管道设计研究院等多方合作，打造焊管全产业链数字化服务。打通从钢管制造到管道施工及运营、维护的全生命周期数据流，从用户需求出发实现焊管从产品宣传、技术咨询、合同执行、产品储运、施工支持、数字化移交、运维、剩余寿命评估等全生命周期的外向型数字化服务平台，实现钢管虚拟数字化模型的远程实时重现，支持现场施工选管匹配、低应力组对，在产品层面满足智慧管网建设、运营、维护全生命周期智能管控需求，提高客户对公司焊管产品的黏度与依赖性。

河间青年孙凤杰，创新生产工艺，在业内率先推出高硼硅酒具，填补市场空白，并积极谋求与施华洛世奇等国际知名品牌合作。

借鉴多元设计理念 卖产品也卖创意

本报记者 吴梦

炙烤实验成功赢得客户

春节过后，沧州众多玻璃制品企业又开启了忙碌的生产季，作为业内后起之秀，河间安华玻璃制品有限公司总经理孙凤杰也正与设计人员探讨新产品的细节，并不时与第三方设计团队、下游客户代表视频连线，不断沟通新产品的的设计理念。

“我们正在准备设计、生产与Riedel公司比肩的系列产品，因此忙于产品设计，无暇兼顾生产。”孙凤杰不停对比几款产品的设计效果。

孙凤杰还做起了实验。他将工厂生产的一支高硼硅玻璃酒杯放入冰箱中，在-14℃环境下冷冻，15分钟后，取出杯子，放到桌子上，然后掏出打火机点火，对酒杯进行炙烤，1分钟后酒杯仍然完好无损。

近年来，安华公司主打高硼硅酒具市场，推出的系列高硼硅高脚杯等产品深受国外客户欢迎。因此，孙凤杰开始深挖高硼硅酒具产品设计，力图通过突出的设计能力夺取产业话语权。

“传统高脚杯大多以水晶玻璃制成，受材料所限，水晶杯不耐热、易碎等缺点一直受人诟病，高硼硅玻璃很好地规避了传统酒杯的缺点，目前茶具等产品普遍使用高硼硅玻璃就很好地证明了这一点。我们生产的高硼硅玻璃酒具推向市场后，受到客户认可，目前主要销往欧美市场。”孙凤杰拿出两支不同的酒杯进行展示。

一次旅行开启新产业

说起公司生产高硼硅玻璃酒具，孙凤杰表示灵感源于一次旅行。

孙凤杰创业进入工艺玻璃产业多年，之前主要为各地外贸企业生产玻璃的香薰产品，由于产品设计新颖，质量上乘，很快带领安华公司成为业内知名企业。当时孙凤杰对酒具产品不太“感冒”，但一次山西之行改变了他的想法。

“当时去山西游玩，在一个景区偶然看到一款玻璃酒杯，我当时就感到它的不同，于是就拿起杯子向当地同行请教杯子秘密。”孙凤杰回忆说。

经过多方打听，孙凤杰最终从一位客户那里了解到，这是一支高硼硅玻璃杯，与传统水晶杯相比，它不易碎、重金属含量低、没有水汽杂点、手感舒适。更为重要的是，当时国内酒具企业还未生产，国外也只有企业零星生产，属于行业空白点。

嗅觉敏感的孙凤杰一下子嗅出了其中商机。回到沧州后，他马上组建团队，准备上马生产高硼硅玻璃制品。

理想很丰满，现实却很骨感。“通过不断实验，我终于知道它为什么是行业空白点了。”孙凤杰无奈道。

“根据行业经验，我们使用茶具产品的吹塑工艺生产，半年时间，消耗掉几十吨原料，却没能生产出一件合格产品，信心深受打击。”

信心受挫的孙凤杰被迫将试验暂停了两个月。

经过总结经验教训，技术团队重新开始攻关。“再次试验时，我们首先改良生产工艺，然后再用高硼硅代替水晶玻璃进行生产。”此外，他还将融化制水工艺加入其中，最终生产出了第一支合格的高硼硅高脚杯。

向大师学习长本事

新产品试制成功后，孙凤杰并没有大力进行销售，而是免费送给客户、朋友使用，然后通过反馈意见再对产品改进升级。

孙凤杰再次拿出两支高脚杯放入微波炉中。取出杯子后，差异化的表现立刻吸引了大家的注意：一支杯子完好无损，一支杯子“身首异处”了。

“这两支都是高硼硅杯子，只是生产工艺不同。我们将传统高脚杯的黏结工艺改成焊接工艺，因此杯子可以放到微波炉中直接加热而不损毁。”孙凤杰解开谜团。

此外，孙凤杰和伙伴们还设计出杯口成型新工艺，一次成型，让人们使用时感觉更加舒适。

现在，孙凤杰正带领企业从卖产品向卖设计转型。

为进一步提高团队的设计能力，前不久，安华公司还主动和施华洛世奇等国际知名品牌合作，快速提升公司的设计能力。

“作为知名国际饰品品牌，施华洛世奇有很多值得我们学习的地方。这种合作，直接提升了企业的设计能力，现代设计理念和设计思维，让设计团队受益匪浅，产品走上时尚简约风。”

一支支中国红酒杯、一支支土豪金酒杯……不断展现在人们眼前。

“中国红酒杯是我们针对春节假日消费推出的时尚消费产品，主要对接国内市场，令人意外的却引爆了国外儒家文化圈层市场需求；土豪金酒杯也吸引了印度、阿拉伯市场的众多订单。”孙凤杰自豪地表示。

“现在我们更加注重产品细节设计，其中精致细节设计针对高端客户，文化情感设计针对特定区域消费人群。之前我们给客户发的是一箱箱样品，现在是一张张设计图。”



孙凤杰演示产品特性

