

依托中国—中东欧（沧州）中小企业合作区优势，挖掘中国—中东欧国家市场互补性，引入各国特色优质产品满足国内消费升级需求，出口箱包、建材、包装材料激活沧州外向型经济活力，同时推动中国—中东欧技术交流。他就是中捷小伙儿吕鹏安——

穿针引线 互补中觅商机

本报记者 吴梦

保税仓库 吸引多家企业入驻

物流人员通过人脸识别验证进入仓库，管理人员利用物联网实现现场一体化录入，黄骅港海关关员通过5G技术进行远程监管……

日前，在渤海新区黄骅市中捷产业园区内，由沧州中东欧仓储服务有限公司建设的公用型保税仓库进入最后验收调试阶段，不久将正式封关投入使用。

中东欧公司总经理吕鹏安介绍，目前，保税仓库仓储面积2100平方米，内部恒温恒湿，可以满足高端设备、高品质食品等各项仓储需要。

保税仓库处于中国—中东欧（沧州）中小企业合作区内，作为公用型保税仓库直接服务于合作区内企业，同时利用中国—中东欧中小企业合作机制直接覆盖中东欧14国，在将合作区企业产品推向欧洲市场的同时，各国名优产品也可直接引入国内，是目前中东欧国家商品进入国内市场的便捷渠道之一。

“今年2月保税仓库获得批准，目前虽然还没有正式运营，但已有多家企业准备入驻。”吕鹏安信心满满。

“免费”红酒 淘得第一桶金

目前，沧州中东欧仓储服务有限公司主要进行进出口贸易业务，市场覆盖中东欧14国，是业内知名的跨境贸易公司。

对于公司的快速发展，吕鹏安直呼没想到。

原来，吕鹏安在斯洛伐克留学归来后进入中捷产业园区，在当地的商务中心工作。随着“一带一路”倡议在中东欧国家落地和国内消费升级推进，他发现很多中东欧国家的特色产品，十分适合国内消费者。

恰在此时，斯洛伐克一款红酒进入了吕鹏安的视野。

“斯洛伐克一家酒庄历史悠久，在当地也很有名气，是一知名区域品牌，但由于历史原因，酒庄的酒庄大多只能在当地销售。”吕鹏安介绍，“我曾参观过这家酒庄，对他们的产品很有信心。”

带着第一次创业的志气，吕鹏安敲开了酒庄的大门。

洽谈进行得很顺利，可就在马上签约时，吕鹏安却犯了难。“酒庄老板很高兴将红酒卖到中国来，但一货柜产品要50万元，我手中资金不足，一下子陷入困境。”

没钱，酒庄肯定不会发货。就在吕鹏安一筹莫展时，谈判却峰回路转。原来，酒庄老板一听吕鹏安来自中捷，马上决定先将一货

柜产品交给吕鹏安，等他销售完了再还货款，因为中捷友谊农场就是当年捷克斯洛伐克在中国援建的，酒庄老板对此记忆犹新。

难题迎刃而解，斯洛伐克的红酒很快登陆中国。

然而一开始，酒的销售并不顺利。“小众品牌，国内各大城市消费者不认可。”吕鹏安的销售一时举步维艰。

无奈之下，吕鹏安只好收缩战线，将有限的资源投入到中捷产业园区及周边市场。

意外之喜再次袭来，中捷消费者对斯洛伐克的产品认可度较高，红酒两个月售罄，可以满足高端设备、高品质食品等各项仓储需要。保税仓库处于中国—中东欧（沧州）中小企业合作区内，作为公用型保税仓库直接服务于合作区内企业，同时利用中国—中东欧中小企业合作机制直接覆盖中东欧14国，在将合作区企业产品推向欧洲市场的同时，各国名优产品也可直接引入国内，是目前中东欧国家商品进入国内市场的便捷渠道之一。

搭起技术合作平台

正当吕鹏安的进口贸易做得风生水起之时，一场危机突然袭来。

2020年初，新冠疫情暴发，由于物流影响，国内防疫物资出现短缺，吕鹏安马上筹集资金在中东欧多国订购相关产品，并用专机运回国内帮助抗击疫情。

“受此启发，我们开始进一步挖掘国内与中东欧国家市场的互补性，利用中国—中东欧（沧州）中小企业合作区优势输入各国优质产品，同时将箱包、建材、包装材料等沧州特色产品销售到中东欧市场。在欧洲疫情肆虐时，我们又及时组织国内货源，支援中东欧国家。”吕鹏安介绍。

在深度挖掘双方市场互补性同时，近年来吕鹏安又打造了一个中东欧国际技术转移中心，推动双方的技术交流合作。

“随着中国—中东欧（沧州）中小企业合作区在中捷落地发展，双方技术交流合作日益密切，双方企业急需一个平台来帮助大家进行对接。”吕鹏安又发现新商机。

去年，受疫情影响，中捷产鲨鱼飞机迟迟拿不到“准生证”，为此厂家找到吕鹏安，希望能帮助对接捷克相关资源。

不负众望，吕鹏安请捷克相关技术团队入驻中捷，花费6个月时间，帮助鲨鱼飞机拿下正式生产许可证，同时协助完成了飞机的试飞、飞行员培训等工作。

目前，吕鹏安正在帮助渤海新区黄骅市康田医疗等企业进军欧洲市场，不久沧州产的防护用品将使更多欧洲消费者受益。

创客朋友圈



吕鹏安（左一）迎接捷克考察团



直播销售促进产品品质提升

产业+互联网，实现智慧养殖，保证产品质量；推动管理数字化，实现企业轻装前行；直播销售，打造新型产品线，提升产品品质。以乐寿集团、东风公司为代表的我市肉鸭养殖企业依托数字技术，实现转型升级。

智慧养殖：激发活力轻松“长成”

本报记者 吴梦

+互联网 助企业轻装前进

日前，在献县乐寿农牧集团每月一次的经营会议上，人们眼前的大屏幕以图形的形式，不断显示着集团近期各个经营数据的变化情况，让在座的众多公司高管对集团的运营情况一目了然。

“公司通过推进管理数字化，实现集团内信息化、数字化、标准化运营管理，同时通过海量数据分析处理，生成经营分析大盘模块，为每月初的集团经营会议提供数据支持，助力企业实现了轻装前进。”乐寿集团董事长徐海潮感慨道。

徐海潮表示，近年来随着公司鸭业全产业链的不断深化建设，以及运营集团化、多元化的进一步推

进，原有的管理模式越来越不适应企业的快速发展需要，因此乐寿集团近年来不断推动自身转型升级，通过引入数字化管理技术，逐步搭建起精细化管理体系，实现集团管理的标准化、信息化、数字化。

“为了实现集团管理运营的系统升级，我们引入互联网思维，实现企业+互联网，通过与企业软件公司合作打造出全新的ERP管理系统，将互联网思维深度应用于公司的日常经营管理中。”

“集团饲料事业部有3家饲料分公司，涉及3个不同方向的饲料研发、生产，因此生产管理复杂。之前企业注重结果管理，造成产品质

量虽好但成本高。我们通过互联网技术的深度应用，实现过程、结果管理并重。通过对生产中每个工序、每个岗位的数据分析，实现了精细化生产管理。原来我们目标是将吨成本降低10%，没想到一下子降了10%至15%。前几天，国内多家饲料企业还来考察学习。”

经过一段时间的实践，乐寿集团员工都看到了数字化管理给企业带来的变化。目前乐寿通过数字化改革，已经将标准化、信息化、数字化运营广泛应用于生产、销售、财务等多个领域，下一步将按照企业需求，向其他业务板块进一步推广。

+直播 激发产品端活力

“各位老铁们，大家晚上好，很感谢大家再次准时来到直播间，今天再聊聊我们的鸭食产品。这次咱们主要介绍烤鸭，方便好吃，数量有限，感兴趣的朋友现在可以打开小黄车关注一下……”

日前，作为肃宁当地知名主播，唐雅红再次开始了一天的直播销售。

近年来，肃宁河北东风养殖有限公司在销售端发力数字经济，通过发展直播电商，实现了企业销售

成绩的快速增长，也带动了产品线的丰富完善。

“我们以企业开发的预制食材产品为基础，以自建平台为阵地，搭建起了以专业直播团队为骨干的直播电商销售渠道，目前已经形成北京以及沈阳和肃宁等多个直播基地。”东风公司董事长徐海潮介绍。

为拥抱数字经济，东风公司从2017年开始筹划开展直播电商业务，建立了直播电商基地，从开发新产品和人员培养入手不断提升直

播业务实力。

“我们的传统产品以烤鸭坯、速冻鸭肉产品为主，产品对接商超、连锁餐饮企业，不太适合家庭消费。因此我们开始组织团队按照电商物流特点和家庭消费需求开始开发全新的产品。”徐海潮说。

“经过不断实验，我们按照预制食材特色，开发家庭版烤鸭，产品在烤制成熟后，通过冷链物流送到消费者手中，大家回家只要稍微烤制或淋油就可方便、快捷食用，食品仍然保持新鲜烤鸭的脆爽，非常适合家庭食用。”

自2020年公司直播销售正式上线，家庭版烤鸭已成为企业主打产品之一，直接拉动了企业销售端的成长。受此启发，他们又相继推出了烤鸭、烤鸭盖浇饭等系列新品。

“虽然家庭版烤鸭业绩很好，但在操作中，我们发现这款产品体积较大，只适合家庭多人消费，对1人或2人消费场景不友好，因此就开始借鉴其他菜系经验，开发出适合1人食用的烤鸭盖浇饭等产品，为很多年轻人带来口福。”徐海潮说。

目前，东风公司已入驻抖音、快手等7大直播销售平台。



鸭坯机械清洗

自踩“刹车”打磨品质

正当东风公司凭借直播电商在业内高速增长时，徐海潮却主动踩下了刹车，让企业放慢了发展步伐。

“公司直播销售业务快速发展适应了疫情期间特殊消费场景，在大家生活回归正常后，堂食将再成主流，我们的电商产品就会变得不合时宜。”徐海潮分析。

此外，由于产品需要冷链物流，物流费用占到价格30%，直接降低了用户的消费体验，同时还有物流最后一公里问题，产品不能及时处理，食用口感、安全等问题也将暴露，为此东风公司调整策略，开始加大力度提升产品品质，线上销售以社区团购为主，直播只是以品牌宣传为主。

“每个行业都有一个冷静期，

直播火了，但也直接暴露了我们产品的不足，在直播销售温度降低后，谁在裸泳必将暴露在消费者眼前。必须多维度提升产品品质才能抓住消费者。”徐海潮说。

东风公司开始从企业加工能力、产品成熟度、品牌流量等多维度提升产品品质。如推进深加工，开发多种适合电商发展的新产品，丰富产品线，为消费者提供更多选择；推进社区团购，设置前置仓，提高物流效率，将产品价格降下来，提升消费者的消费体验；推进直播环节互动，增加私域流量黏住客户；引入大数据，通过数据采集为不同消费者提供产品定制。

与此同时，乐寿集团也定向开

发出移动式智慧养殖系统，“我们合作的养殖户都有一个移动终端，从饲料选用，到技术人员的技术指导，再到物流运输全程实现数字化管理，让每只鸭子都在数据中健康成长，从源头保证了产品品质。”

此外，乐寿集团还实现了肉鸭全程可追溯，每个鸭子都有一个电子身份证，数据可上传到省农业安全平台，确保了每只鸭子的食用安全。



企业家的灵魂是创新

企业家精神，归纳为六个字就是创新、坚守、责任。企业家的灵魂是创新，企业家的特别之处在于，他善于发现机遇，敢于改变旧事物，勇于不断挑战自我。

——军武科技CEO 曾航

企业靠什么盈利：一是技术创新，制造高科技产品，靠产品、技术、服务的领先性来盈利。二是竞争策略，运用综合竞争方式，全面提升竞争力。三是价格策略，把合理稳定的价格作为盈利的前提。四是商业模式，即用不同以往的方式，提高价值创造能力。

——卓尔集团执行董事 卫哲

企业家或企业家精神的本质就是创新，企业家既是创业者，也是创新家，是那种对成功充满了渴望的人。市场活力来自于人，特别是来自于企业家，来自于企业家精神。

——龙湖地产原董事长 吴亚军

管理的本质是提高效率

管理，既是带领团队拿结果，也是帮助下属出业绩。好的管理者能引导身边人“见自己、见天地、见众生”。

——美团创始人 王兴

我们处于信息时代、数字化时代，但管理本质依旧是提高效率。无论是市场或是技术都产生了翻天覆地的变化，而企业要盈利的本质却始终如一。

——宝力红公司董事 岳华平

管理员工的核心是打造一支坚强的队伍。能战斗、打胜仗的组织，才是我们能够创造独角兽企业的一个非常有力的保证。

——阿里巴巴原资深副总裁 邓康明

做企业是先人后事，而不是先事后人，知人善任是企业成功的关键。企业要用好人，先要选对人。

——北京大学教授 周其仁

管理企业的一切要围绕人开展，人是企业的主体，做企业的根本目的是促进人的自由全面发展。

——用友网络董事长 王文京

领导者不能有道德洁癖

管理者，首先要能迅速洞悉人性深层的永恒的名利冲动，明白唯有满足这种基础性的名利冲动，才能调动出持续的积极性，真正的领导者不能有道德洁癖。

——华为公司总裁 任正非

企业领导者首先是一个经营者，还要是经营的行家里手，要思考盈利的方法，要能为企业赚钱。赚钱的不一定是好企业，但不赚钱的一定不是好企业。

——心连心集团董事长 刘兴旭

领导者作为一个组织的领袖，要有自我定义：你到底要什么？要头项的星空还是要脚下的黄金？选择了星空就必须放弃黄金，要把黄金散出去，散给一起追星的同路人。

——海尔集团荣誉主席 张瑞敏

负责人是组织的“腰力”

不能扛住责任，就不是好的负责人。在一个组织里，负责人的角色，非常重要。向上承接了组织战略，向下承担了组织执行。负责人，是组织的“腰力”。具体业务的负责人不行，组织肯定不行。

——三一集团创始董事 毛中吾

负责，就是扛住责任。一个合格的负责人要有足够强大的心力、足够宽广的格局、足够自主学习的能力。

——香港交易所原行政总裁 李小加

企业在成长的过程中，市场不可能总给它机会，就像一个人的一生一样，重要的机遇可能只有一次。机会面前要做好准备，机会来了行动速度还得快。在今天这个时代，比的就是谁先有想法，谁先行动起来。

——万科集团创始人 王石

个人观点仅供参考