

献县果农李凤潮，二次创业发力桑葚产业，放弃资金回笼快的鲜果销售，主打干品进军药用市场，引来安国、亳州客商上门合作，并借助现代技术开发桑葚酒、桑叶茶等产品，进一步拉长产业链——

取舍有度 “黑”中掘金

本报记者 吴梦

安国药商苦等“肾宝”

近日，高温炙烤着大地，让人们慵懒地躲在家里乘凉。但在献县一处桑葚园内，果农李凤潮却不得闲，正指挥着工人抓紧时间采摘、晾晒桑葚。

“桑葚都变成紫黑色了，再不采摘就可能要坏掉。”炙热的阳光将李凤潮的脸庞也晒成了红黑色。

更让李凤潮着急的是，安国药商早早地来到了桑葚园，天天催着他采摘、烘干桑葚。

近几年，李凤潮凭借桑葚产量大、质量好，已经成为安国、亳州等国内中药材市场中的“名人”，每到桑葚成熟季节，安国等地的药商都会纷纷来到他家安营扎寨。

在桑葚干包装车间，一位安国药商正等着装货，由于赶时间，他不时客串工人帮着打包。“由于桑葚调节免疫力、降血压等药用价值日益普及，消耗量每年都在大幅增长。这里的桑葚质量好、产量稳定，因此成为我们的重点采购基地。”

与此同时，在生产线旁的冷库内，成堆码放的桑葚干正静静地睡着，李凤潮还派专人看管，这不禁让人好奇：为什么不赶紧找市场卖给客户？

“这是亳州客户去年就预订的产品，每年我这儿产量超过70%供应亳州市场，而且很多都是客户提前预订，晚了就没有了。”李凤潮高兴地说。

现在，由于客户需求出乎李凤潮的预料，他的烘干生产线已不能满足需要，前不久，他又在桑园空地架起纱网，通过阳光与风，来提高干品品质和产量。

取舍有度 终见“真金”

看到李凤潮的小桑葚这样受欢迎，周围的朋友现在都佩服他的眼光，当年他放弃利润颇丰的水暖产业，进入利润微薄的农业领域时，让人颇为惊讶。之后，放弃热门的金银花种植，选择当地日益萎缩的桑葚产业更是让人费解。

“做人要懂得取舍，做生意更要敢于舍得。”李凤潮道出自己的生意经。

从销售五金阀门到生产水暖洁具，20年的经商经历，让李凤潮认识到舍与得的重要性。

“乡村振兴，关键看产业，农业产业化是大势所趋，必将成为有奔头的行业，因此我果断地转型农业。”李凤潮说起来掷地有声。

可做农业，选什么项目呢？一时间，李凤潮犯了难。

当时，李凤潮曾去涿鹿等地考察金银花等热门项目。

“当时，种植金银花很是热门，高峰时一公斤能卖到数百元，到现在，也能卖几十元。但做事情不能只看眼前，要放眼长远。”李凤潮笑道。

经过取舍，李凤潮放弃了

金银花、有机蔬菜等多个项目。当年，他流转了土地，种上了200亩桑葚。

“大家都种金银花，市场必将很快饱和，价格随之下跌，而一些看似冷门的项目，随着社会需求量的增大，经过一段时间必将有广阔的市场前景。”李凤潮说，桑葚在当地种植数十年，种植技术有保障，同时它既可鲜食也能做干品，销售周期长，又是传统中药品种，随着国内消费升级的推进，桑葚的保健和药用功能越来越普及，不久产业必将向上发展，关键是在产业爆发之前你能否守得住寂寞。

经过两年等待，李凤潮的舍得与坚持有了回报。

“桑葚价格进入上升周期，一年一个价，同时桑葚干的价格也越来越好。”李凤潮对新事业满是憧憬。

从200亩扩大到400亩再到600亩……李凤潮逐步扩大种植面积。

借力发展 产业跃进

今年桑葚价格再创新高，周边农户都加快销售，但李凤潮却没有这样做，即使一场雨水，让他一夜损失几万元，他仍坚持不卖鲜桑葚，而是全力以赴将桑葚做成干品。

“选择创业项目要有取舍，同样在销售产品时对市场也要有取舍。”李凤潮来到加工车间。

“桑葚是一种药食同源果品，现在大家可以销售鲜果，实现资金快速回笼，锁定利润，这样做无可厚非，但却放弃了药用市场。”李凤潮打开一盒桑葚干，“桑葚做成干品，虽然生产成本大幅增加，生产周期也相应延长，还要面对不利自然环境影响，看起来得不偿失，但干品能应用在药用市场，产品附加值高，还可打破运输半径，实现全国销售。”

同时，大量供应药用市场，在国内各大中药市场形成品牌效应，引来流通企业、医药企业等业内公司上门合作，免除了种植农户的销售之苦。

“现在，我不用跑市场，经商驻厂收购！”张凤潮笑着说。

在主打中药市场的同时，李凤潮开始借助京津鲁等地相关企业的技术优势，做精桑葚深加工，推出了桑葚酒、桑叶茶等产品。

桑叶茶等深加工产品通过亳州等中药材市场、电商、商超等渠道销售，桑葚酒当年就能售罄。今年，张凤潮信心更足了，他准备与合作企业再多开发几款桑葚深加工产品。

创客朋友圈

桑葚包装销售

探矿海洋牧场③



宠物食品生产满足市场需求

产地优势+技术创新，沧州产鲑鱼变身宠物食品深受消费者青睐、章鱼酱敲开韩国市场、传统虾酱推陈出新俘获国人味蕾圈粉无数，产品还借电商渠道走向全国——

特色海产加工 唱响“渔家傲”

本报记者 吴梦

■ 小鲑鱼撑起网红产品半边天

今年“6·18”网络销售热潮中，沧州正大生物制品股份有限公司的宠物食品，再次成为众多消费者心头好，连续多年成为京东等电商平台上的网红产品。

面对国内众多消费者的青睐，正大公司总裁刘仁义表示，公司产品向来以质取胜。正大公司推出的宠物食品，大多以沧州沿海出产的优良海产品为原料，自有养殖基地，保证了产品的鲜度，使得公司每一系列产品投放到市场，都得到大众客户的认可和青睐。

此外，正大公司在利用沧州沿海自然优势的同时，还通过自己研

发国际领先低温冷压加工工艺，让产品适口性更好。宠物采食旺盛，使得产品虽然价格高些，但仍受到消费者追捧，成为饲养宠物家庭的必选之一。近两年，公司宠物食品板块的发展每年都高速增长。

“我们这款产品以渤海湾特产鲑鱼为主要原料，风味独特，很适合猫类宠物口味，已畅销多年。”刘仁义拿出一盒产品举例说，“此外，我们还将鲑鱼与牛肉搭配，生产适合犬类的产品，也受到消费者认可。”

无独有偶。渤海新区黄骅市东

源水产有限公司内，一辆辆冷链物流专车不时驶入厂区。生产车间里，工人们正忙着清洗章鱼，经过分割、糖渍、灌装等多道工序，一批批海产品将销往韩国。

东源水产是黄骅市唯一一家具备水产品食品出口卫生资质的水产品深加工企业，目前已跻身环渤海区域内重要的章鱼酱生产企业序列，产品全部出口韩国市场。公司还与京津及周边地区的客户建立了长期供销关系，近年来先后与2500多户水产养殖户签订协议，带动养殖户增收3000余万元。

■ 非遗虾酱 俏销京津

位于东源水产不远处的黄骅市众信水产有限公司推出的虾酱，征服了不少国人的味蕾。

前不久，众信水产的虾酱再次走上河北卫视，在《家政女皇》栏目中，通过主持人方琼的手变身风味独特的虾酱玉米饼，向全国观众展示了沧州虾酱的美味。

虾酱的生产分为选取活虾、去头去尾、进行粉碎、腌渍发酵……别看只有简单几步，但虾的选择、发酵的时间，每一步都能影响到最后的口感和品质。

陈椿江是众信水产公司总经理，也是沧州市非物质文化遗产产虾酱制作技艺第六代代表性传承人。说起虾酱的制作，在渤海新区黄骅市已经有200多年历史。

“传统的制作秘诀就是‘高盐’，但随着人们对健康饮食的追求，如何在保证虾酱口感的同时还能达到健康标准，就成了新课题。”陈椿江说。

“此外，使用沧州沿海高盐度海水放养的南美白对虾，是生产出美味虾酱的原料之一。”陈椿江提醒说，“沧州沿海水域具有水肥的特点，水中底栖硅藻多，很适合南美白对虾生长。同时，对虾采食沿海高盐海水生长的特殊藻类，可进一步改善肉质，香味物质更足，做出来的虾酱品质才更好。”

2014年，从小作坊转身，陈椿江成立众信水产，并开始对传统工艺进行创新，采用控温发酵，且不添加任何防腐剂和添加剂。同时，

■ 打造生鲜供应链 沧州海产走向全国

“随着消费升级，海鲜产品市场规模逐年递增，近年来，多家电商平台的加入，更是为产业插上了腾飞的翅膀。”沧州电商陈金锋说。

陈金锋是渤海新区黄骅市土生土长的渔民，在渔区多年经营水产品流通业务，依托当地产业优势和区位优势，他的产品快速打开了京津市场，并通过网店销售鲜活海产品，实现了市场的全国覆盖。

但让陈金锋遗憾的是，在电商带动当地渔业快速发展的同时，冷链物流普及程度不高、流通环节成本高、损耗大等因素，都制约了水产品电商的进一步发展。如果能够打造完善的生鲜供应链，或可实现沧州海产品的后来居上。

为打破产业瓶颈，沧州水产加

工企业纷纷开始与各家知名电商平台企业合作。

“电商平台为不同的水产品量身定制了分级、品控标准，以持续提供高品质、可溯源的产品。同时坚持原产地直采，减少中间环节，在有效减少损耗的同时，能让产品的性价比更高，给消费者带来更多优惠。”渤海新区黄骅市鑫园冷库总经理刘志忠深有感触。

“作为传统流通企业，我们多年来一直采购黄骅出产的海水虾，但受季节影响，很难实现全年供应。现在打通电商渠道，虽然不能如旺季一样大批量供货，但黄骅特色高端海产品产地直供，直接端上客户餐桌，对我们品牌树立和业绩提升带来很大帮助。”一位北京采购商



严格控制盐分，顾客开瓶即食，不需要二次加工，深受客户欢迎。

目前，众信水产年产对虾酱、虾丝酱超过3万公斤，产品也随着信誉楼、金太阳等大型商超销售到了更多地方。就在不久前，天津食品集团也递来橄榄枝，集团17家商超上架了众信的虾酱。

说。

目前，鑫园冷库等企业正在探索打造“渔业+互联网”渔业电商平台。平台涵盖电商平台建设、人才培训和孵化、宣传推广、升级改造冷链物流运输系统等内容。经过一段时间探索，目前渔区60余家水产品企业，已通过渔业电商平台进行营销。现在平台主要以“线上谈判，线下交易”为主，其中风干虾、虾酱、无盐虾皮已成为网红产品，产品覆盖北京、天津、山西、河南等地。



企业数字化要从应用场景出发

柔性生产做到极致，就变成了定制。数字化、工业互联网能够解决的一个令人头疼的问题，就是大规模低成本生产定制化产品。

—— 联商网董事长 庞小伟

工业互联网本质上是物联网，连接一家企业业务所需的内外部资源。信息化和数字化的区别之一是，信息化围绕任务和流程展开，数字化从整个公司的战略出发，把公司的人、机、物、客户、算力、供应商全部连接在一起。

—— 晨光生物董事长 卢庆国

数字化、工业互联网可以提高企业的响应速度，所以，现在敏捷性成了关键词。敏捷性会成为公司差异化竞争中非常重要的维度。要快速响应市场，就意味着你需要有足够快速的设计、制造、交货等能力，而这就是利润。

—— 中国经济研究中心主任 姚洋

企业不能为了数字化而数字化，也不能为了做工业互联网而做工业互联网，而是为了解决企业所面临的紧迫问题。所以一定是从问题出发，从应用场景出发，从客户需求出发，来讨论工业互联网的建设。

—— 拼多多创始人 黄铮

企业文化像孩子一样成长

企业成长过程当中，企业文化也是随着时间、经历，就像孩子成长一样。从最初的满足自己，到产生感情，又上升到想着造福更多的人，最终提升到更高层次的追求，一直到有信仰的层面，是一步一步地成长。

—— 胖东来集团创始人 于东来

企业文化是把人性当中的美好理念沉淀出来，让人们活得更尊严、让这个社会体现更多的公平、正义、和谐、美好、自由、博爱。

—— 华住集团董事长 季琦

企业文化是反映在生活、工作的所有细节当中，自然而然地展现出来的。它根本不存在要搞什么文化墙、搞一场运动、搞一个考核才能落地，那样已经不是真正的文化了。

—— 新奥集团董事局主席 王玉锁

好船长要学会开逆风船

一家优秀的企业，不仅能在经济上行时有出色的表现，更重要的是，在经济下行时能够生存。好的船长、好的水手不应只会开顺风船，也要学会开逆风船。

—— 中欧国际工商学院终身荣誉教授 许小年

我国经济的供给和需求已经发生了根本性的逆转。这时企业要换一种思维才能在市场上生存下去，靠创新产品、创新技术、创新服务，开辟属于自己的新市场。

—— 中国上市公司协会会长 宋志平

在供大于求的情况下，企业要换一种思维才能在市场上生存下去，以可持续的更低价格抢占现有市场。成本如何比别人低？你要有新的生产方式、新的组织管理，这些都需要创新。

—— 中国人民大学教授 彭剑锋

创业要先有梦想

创业不是要先有创业书，也不一定非要成功。因为很多大的企业不是先有产品，先有规划，而是先有梦想。

—— 雷神科技总经理 李艳兵

创业成功不会降临到一个安于现状、不思进取的人身上。幸运的机会，只会光顾那些敢于梦想、敢于创新的人，因为人类因梦想而伟大。

—— 均瑶集团总裁 王均豪

理解彼此，是创业路途中最最为稀缺的东西。而优秀的创业者往往懂得：要让员工理解自己，得先学会体谅员工，并善于创造出这样的环境。

—— 天海电子集团副总裁 丁元祺