



场景和体验是新消费重要的趋势

场景和体验是新消费领域一个十分重要的趋势，尤其是对于新一代年轻人，商品不仅要满足基本功能，还要有知识和趣味。

——白象食品董事长 姚忠良

产品解决一个问题，场景持续解决问题。差异化的定位有效避免了和众多同类产品的竞争。

——拼多多创始人 黄铮

当下是一个消费者主权时代，满足功能需求是最基本的，更重要的是消费者通过购买商品表达自己的意愿和喜好，去彰显“我是谁”，表达一种价值认同。所以产品和品牌要有自己的文化基因。

——均瑶集团总裁 王均豪

快时尚的本质是将引领流行趋势的小众时装大众化，通过快速满足消费者新鲜感，提升消费频次。因此，其具备款式多、上新快、性价比高的特点。

——中国连锁经营协会会长 裴亮

伟大的企业要有创新和良心

作为一家伟大的企业，要有两个核心。这两个核心不是野心、功利心，而是创新和良心。以良心和匠心，感召员工的用心和齐心，从而实现顾客的安心和欢心，这是经营的本质和常识。对员工好、对顾客好、对社会好的三好企业，经营业绩必然不会差。

——智网智库创始人 王志纲

企业发展，对人的关心永远是第一位的！优秀的企业把员工当人，把顾客当人，也把自己——别人眼中的企业家当人。

——海底捞创始人 张勇

高薪是满足体面的生活，调休要保证足够的休闲，让员工去体味真正的生活之美，这是企业运营中最简单的道理，一个没有闻过花香的人，如何向别人描述它的甜蜜？

——胖东来商贸集团创始人 于东来

企业不是把商品销售给顾客，而是把幸福传递给顾客，让顾客享受商业之美和艺术之美，那么你的员工就必须了解这种“美”，体验这种“美”。

——新奥集团董事局主席 王玉锁

只打价值战不打价格战

市场竞争激烈，很多行业与企业陷于价格战的红海，难以自拔。真正优秀的企业是以创新超越同质化竞争，只打价值战，不打价格战。

——方太集团董事长 茅忠群

当市场充满人口红利、流量红利等各种红利，每条路都有机会走通时，人们还意识不到创新的重要性。但当市场进入到存量博弈时，需要意识到的是，创新才是创造增量的出路。

——高合汽车创始人 丁磊

困住品牌的是消费者口碑

电商的产品策略是什么？过去几年“打爆品”成为主流，但爆品的生命周期也就几个月，它的核心竞争力是流量套路而非产品本身。现在大家开始挖掘潜力大的单品。其核心是品牌，是挖掘用户需求、押注趋势品类、打造单品第一。

——半亩花田CEO 元丰伟

当下，年轻用户在互联网带来的信息平衡下，开始对产品本身形成基本认知。加之流量红利消失，品牌新的弯道超车机会开始向产品倾斜。

——创业酵母创始人 张丽俊

真正想在下沉市场掘金的人，身子要沉下去，才能体验到下沉地区用户的真实需求和痛点。因为能困住品牌的不是地域，而是消费者口碑。

——美的集团创始人 何享健

面对时代前所未有的新挑战，塑造高势能品牌才能称雄长期赛道。什么叫“高势能”品牌？高势能品牌是强势品牌，是高维度的品牌，是长期品牌。

——万帮数字能源董事长 邵丹薇

个人观点仅供参考

探矿海洋牧场④



采用潜艇压水舱控制技术，网箱下潜规避台风伤害；通过大数据计算，时时掌控鱼群生长，实现饲料精准投放；5G技术联网，实现网箱远程控制管理——

5G+大数据 深海智能网箱“游刃有余”

本报记者 吴梦

■ 深海智能网箱能抗台风

前不久，“乾动2号”远海养殖平台在福州正式下水投入使用，平台搭载了各类智慧养殖和检测系统，所有数据可以无线传输到养殖户手机终端上，开创了深海高品质智慧养殖新模式，让国内水产养殖户羡慕不已。

与此同时，沧州企业推出的深海智能网箱同样帮助用户实现了深海智慧养殖，去年还在广东湛江沿海经历了“马鞍”等多个台风考验仍然完好无损，为当地渔民带来良好收益。

是什么“魔法”让沧州的网箱无惧台风袭击呢？

“我们研发的深海网箱，在台风来临时，可以下潜到海面以下8米深，规避台风，不会受到海面大风

和上层水体的海浪影响。台风过境后，网箱还能自动恢复到水面位置，因此能经受住台风的考验。”黄骅奥拓雷斯机电模具有限公司总经理郭昌给出答案。

湛江实验基地的网箱，是奥拓雷斯公司近年研发的一款智能深海养殖网箱。网箱周长100至120米，下深8米，网箱主要养殖金鲷鱼、大黄鱼等高价值鱼类，一口网箱可以养殖5万公斤金鲷鱼，产品适用于福建、广东、广西、海南等沿海省份开展深海养殖。

郭昌表示，这款网箱除了养殖密度大外，还拥有智能养殖功能。不仅在台风来临时可下潜规避台风，还可帮助养殖户轻松计算网箱内的养殖数量。

■ 潜艇技术助网箱自由潜水

郭昌介绍，由于近海环境污染及过度捕捞，传统海洋渔业资源衰减，上世纪80年代末渔民开始发展海水网箱养殖，但这些网箱抗风浪能力差，只能在近海港湾使用。

因为一直关注海水网箱养殖，从2017年开始，郭昌着手智能深海网箱项目研发。他多次去海南等地考察、学习，还成立了一个包括能源、动力、海况分析、信息通讯及自动化等专业人士在内的研发团队。

研发期间，郭昌遇到了技术瓶

颈，就是网箱在进入深海时，总有一些不能完全平稳下沉，充分保持平衡，甚至进行了近百次试验仍然达不到理想效果。于是郭昌前往哈尔滨工业大学、哈尔滨工程大学、天津科技大学等高校，请教专家。

从专家那里，郭昌获得启发，采用了最经典的自动控制技术，就是潜艇采用的艇体压水舱自动控制技术，成功保障了网箱下潜和上浮的平稳，如果遇到12级以上台风，网箱便可以沉到8米以下的海域来躲避风浪。

“我们将网箱分为多个浮力舱，

■ 5G赋能打造海洋牧场

“去年，深海智能网箱已经接受了多次台风的考验，可靠性得到验证。此外，智能网箱项目还曾在‘创客中国’首届京津冀中小企业创新创业大赛中获三等奖，项目实验如果一切顺利，今年10月将正式推向市场。”郭昌信心满满。

项目实验即将收官，同时智能网箱2.0版本也在加紧推进中。

近年来，随着海洋牧场产业的发展，规模化深海养殖日益受到人们的关注，奥拓雷斯公司也开始不断扩展产品的应用场景和范围，通过引入5G通信技术，正在升级养殖控制系统，实现多个海域和众多深海网箱的集中管理，打造出一片

现代化的海洋牧场。

“去年，在湛江实验基地，我们研发的智能化养殖控制平台系统，可以同时管理4口深海养殖网箱。使用5G技术后，则可以轻松管理8至16口深海养殖网箱。”

此外，新型养殖控制系统还可进一步改变传统的水产养殖模式。5G技术赋能，养殖户远隔万里也能轻松管理网箱养殖。

“我们正将深海网箱打造成为一个智能化的养殖平台，现在在不同感应、探测设备正加入深海网箱项目中，利用5G技术将不同区域的深海网箱的实时数据进行汇集，然后集合到一个管理大屏幕上，养殖



以鲜取胜，借用先进冷链物流将鲜切花铺遍沧州市市场；建起种植基地，将扶郎花卖到京津市场；还建起花艺生活馆，培养花艺人才，进一步提高从业人员职业技能。他就是陈庆海——

炎夏 觅得“冷”商机

本报记者 吴梦

冷链物流运送鲜花

7月2日，炙热的阳光照射大地，让路边的花草没了精神，但新华区花商陈庆海的“花房”内却凉意习习，众多花儿争相开放，争奇斗艳。

工人们在“花房”内穿梭，将玫瑰、百合、扶郎、向日葵等鲜花打包运往沧州各地，其中拳头产品扶郎花更是敲开京津市场，成为国内鲜切花市场宠儿，陈庆海也成为国内知名的鲜切花经销商。

说起自己的成绩，陈庆海说是在热中发现了“冷”商机。

“我做鲜切花生意，最注重一个鲜字。夏季天气炎热，鲜切花很难保鲜，我们就借用食品企业的冷链物流打通保鲜运输环节，再建起先进的保鲜库，让鲜花在夏天更好地绽放。”陈庆海打开一箱从昆明运来的向日葵。

“今年高考、中考期间，向日葵成为考生和家长们的心头好，寓意‘今日夺魁’。如果没有冷链运输，向日葵从昆明发出，还没到沧州就烂掉了，所以在热中找到了‘冷’商机。”

创业之初

说起自己的创业经历，陈庆海侃侃而谈。多年前的一天，陈庆海下班后抱着女儿去花店玩，听到花店老板抱怨道：“虽说鲜花卖得不错，但进货太费劲，还得自己去天津、北京。”

当时，陈庆海所在的工厂效益不好，正想转行，他就想，花店进货困难，自己能不能做鲜花批发生意呢？

说做就做。天津、昆明、上海、广州……3个月下来，陈庆海跑遍了各地鲜花市场，很快对花的品种、种植技术、销售渠道等有了初步了解。作好准备后，他从天津宝鸡路市场进了100公斤鲜花，开始在沧州市区推销。

“当时正值冬天第一场雪，我从天津宝鸡路进了100公斤鲜花，只有玫瑰和康乃馨两种，骑个车子向市区各个花店推销。天虽然冷，但第一次创业，心里仍是热情澎湃。”陈庆海至今难忘当时情景。

没想到结果像当时的天气一样冰冷。陈庆海跑了一天，一支花也没卖出去。

原来，当时市区花店数量少，销量也少，且各家店铺有固定的进货渠道，陈庆海突然加入，很难打开局面。

经过一段时间尝试后，陈庆海果断转型，开始和邮政礼品中心等渠道商合作，通过薄利多销策略，很快打开了局面。

随着市场的进一步扩大，原有的进货渠道已经不能满足

需要，陈庆海再次南下，直接与昆明鲜切花原产地市场对接。

与原产地直接对接，让陈庆海事业上了新台阶，开始以沧州为中心辐射周边市场。“原来从天津进货只有玫瑰、康乃馨几个品种，现在一下子增到几百个品种，其中仅玫瑰花的花色就有100多种选择，一下子满足了大家多样化的选择。”

打造“后花园”

随着市场的一步扩大，危机也开始逼近。昆明进货路途遥远，随着市场扩大，物流和管理费用开始进一步增加，公司盈利能力日益降低，让陈庆海苦不堪言。

“何不建一个属于自己的‘后花园’？”陈庆海开始考虑再次转型。

种花的经历可谓一波三折。初期，没技术，陈庆海就和其他企业合作，在山东临沂租了2个大棚边干边学。然而，一边干着批发，一边还得顾及着临沂大棚的情况，让他越来越觉得分身乏术，临沂基地只好作罢。

吸取了这次选址的教训后，陈庆海选择让基地落户离家更近的山东宁津。正当陈庆海沉浸在种花的喜悦中时，一夜之间，一场大雨把大棚淹了。两年后，不死心的陈庆海又花20多万元，改造了吴桥的一片荒棚。结局却惊人相似，雨一来，棚又被淹了。

是否继续种花？陈庆海犹豫了。在做了激烈的思想斗争后，他凭着一股韧劲儿选择了坚持。陈庆海将自己的鲜花种植基地选在了老家献县并成立了献县扶郎鲜花种植家庭农场，主要种植扶郎、玫瑰等鲜花。随着种植技术日益成熟，近年来，他的种植基地也从最初的50亩地扩大到200亩。同时，农场也成长为国内知名扶郎花种植基地，产品敲开京津市场。

近期，扶郎花开始了新一季的收获。有货车停在献县扶郎鲜花种植家庭农场大棚外，村民们开始帮忙装车。不一会儿工夫，1000扎（每扎20枝）扶郎花全部装车，运往北京，再从北京发往全国各地。货车开走后，走进花棚，大家立刻就被眼前的景色震撼了。大棚内，一片花海在眼前铺展开来，有的红艳艳，有的金灿灿，有香槟色、粉红色，有十几种颜色。

目前，陈庆海的农场已成为国内知名的扶郎花种植基地，他还通过延伸产业链，进一步夯实了产业基础。



花卉种植助力乡村振兴