



品牌成长须适应场景变化

以渠道为中心的品牌是中国零售业过去三十年样本量最大的。这几年，消费者时间的碎片化，关注的多元化，在倒逼所有从业者思考，品牌成长的新的方程式是什么？是聚焦，人群聚焦、场景聚焦，只有聚焦用户，才有目标性和独特性，未来的品牌定位首先是人群定位、需求场景定位。

——美的集团创始人 何享健

产品的体验离不开场景，而产品和场景的融合，是生活方式的诠释，真正的体验，是可以拿来交流的，这种体验的感觉，是品牌可以和消费者产生持续话题的，而话题，是品牌温度最好的加剂。

——上海驿氪科技创始人 闵捷

私域是品牌和消费者黏度的融合剂，交互，交易到交付，交互能更好地洞察消费者需求，从而让定制产品+场景体验的交付，变得更加愉悦；底层逻辑是以用户为核心的数据驱动交付。

——第一财经日报原总编辑 秦朔

给企业画像留住无形资产

企业需要梳理和总结自己的经验，升级自己的经验，让经验成为企业的无形资产，保证长远发展，这就要求企业给自己画像，积累无形资产，企业是做出来的，也是画出来的。

——中国经济研究中心主任 姚洋

给企业作画，就是企业创始人和管理者，殚精竭虑，谋划发展战略、制定具体计划，一步步将企业的“蓝图”落地为现实。

——联商网董事长 庞小伟

真正的企业家都相当于战争年代无数次从死人堆里爬出来的将军；一个在激烈的市场竞争中存活并壮大起来的企业，也必然有它的心得与绝活，必然是时代的侧影。它们值得被记录，被画像。

——中国重汽董事长 谭旭光

重大决策后的“二次决策”才是成功关键

企业变革决策的成败，往往要看决策后的决策怎样。变革失败往往是后续决策出了问题。也就是说，重大决策后的“二次决策”，才是变革稳健进而成功的关键。本质，就是要系统思考，要系统决策。

——海尔集团荣誉主席 张瑞敏

组织转型就是要完成组织能力建设的系统思考，让团队正确认识本质规律，并明确正确的导向，以支撑后续的管理体系建设。

——华夏基石首席管理专家 谭长春

企业家要做自己最大的挑战者

企业冲动地扩大规模，可能会成功，但是往往失败的几率更大。越是这种情况，越要有警觉心。企业家要做自己最大的挑战者、敌对者，再来检视自己的所有决策。

——申洲国际董事长 马建荣

企业发展壮大不可能一帆风顺，肯定有各种挑战，如疫情影响等，因此一个好企业不能盲目追求快速发展，一定要留有余地，一旦出现危机，自己也不会倒下，还可以去应变，找到应对危机和挑战的方法。

——科达公司董事长 边程

对付强大竞争对手最好的战术是相反走，有效攻击对手强势中的与生俱来的弱势，把敌人引到你最擅长的地方打。你打你的，我打我的！

——邦邦汽服CEO 龚托

保持在一线才有“现场感”

卓越的企业家，大部分都保持着在业务一线奋战的习惯，基本都是“有现场感”的人，就像一位老农一般，手不离锄、脚不离土。

——中国上市公司协会会长 宋志平

唯有不断在业务一线“折腾”，企业家才能保持自己经营企业的“手感”，并且从蛛丝马迹捕捉到灵感。

——方太集团董事长 茅忠群

个人观点仅供参考



技术人员调试工业机器人

“数字文物”上线，成为孩子们的开心打卡地；使用数字人民币，让市民消费有了新体验。现在越来越多的数字技术应用来到人们身边，种田用上了数字平台，坐在家就能管理万亩农田；制造企业建起工业互联网，复杂的生产管理日益透明化……

数字技术 展现多样化应用场景

本报记者 吴梦

暑假打卡“数字文物”

日前，“沧州博物馆”小程序正式上线，首个线上展馆藏品精品钱币展同步推出，在炎热的暑假中成为孩子们的开心打卡地。

“精品钱币展是沧州博物馆的明星展览，在小程序上一经推出，首日观展人数就突破5000人次，公众体验感与传播力得到显著增强。”沧州博物馆党支部委员马思远作为精品钱币展策划人，对此有着更高的期待，“通过线上展览，能收集到社会各界不同的声音，这对我们进一步改进展陈具有积极指导作用。”

近年来，随着数字技术不断赋能文物保护和展示，沧州文物有了

“数字生命”。

截至目前，“沧州博物馆”小程序已上线馆藏文物近千件，涵盖精品钱币、陶瓷器、骨角器、青铜器、书画等多个门类，公众通过数字化平台可随时察看高清影像与文物数据。“我们正持续对馆藏文物进行高清数据采集，很快就能上传到小程序上，届时公众可线上观展更多精彩沧州文博数字资源。”沧州博物馆馆长吕庆元说，在数字化技术赋能下，沧州博物馆文物正在加速搬上“云端”，实现文物数字化保护成果的开放与共享。

除了数字文物，现在越来越多

的数字技术应用来到人们身边。7月18日，在市区一家快餐门店，市民石女士第一次使用了数字人民币。点餐、消费、支付一站式体验，让她再次体验了数字技术带来的生活改变。

“用数字人民币消费太方便了，手机开通数字人民币APP，就可在相关商家方便消费，而且还可以参加各大金融机构推出的消费满减活动，方便又实惠。”

现在，沧州市区众多商家POS机已完成数字人民币业务升级，消费者只要下载数字人民币APP，就可轻松享受数字人民币带来的良好消费体验。

遥控管理万亩农田

智能大棚、数字管理平台……近年来，沧州市在农业生产中不断推广数字技术，引导农业生产向数字化转型升级。

日前，在东光县沧州澳牧农业发展有限公司管理的地块上，多台现代化农业智能设备正在田间忙碌着。公司副总经理王希彬穿行田间，实地察看滴灌设备运行情况。“我们正逐步推进智慧农业发展。目前公司在每个地块里都埋入传感器，方便及时采集到各个地块的温度、含水量等数据，一旦土壤中的水分超标，系统会自动加入配好的肥料，实现水肥一体灌溉，这样省水、省肥、省人工，费用可省下一大半。”

在澳牧公司开发的农业智能数字化管理平台上，2万多亩农田的土壤墒情、温度、虫情、风向等情况

一目了然，工作人员可根据传感器数据，时时对作物长势进行分析，必要时进行干预。

数字技术在种植业中不断推广的同时，也正在养殖业中大展拳脚。

在渤海新区黄骅市新好科技有限公司生猪养殖区，养殖车间内的生猪正在开心地享受着午餐，在旁边照应它们的，则是巡视机器人。没有工人在场，整个车间有序运转着。

“我们引入机器人技术，通过物联网、大数据等技术，在整个养殖场内初步构建起了智能化生猪养殖管理系统。”新好科技公司负责人隋亮正在密切关注着车间的各项运行数据。

在新好科技为了养好猪引入的“慧养猪”数字智能系统中，每头小猪出生后都会获得一个独有的耳

标，依据耳标，系统会记录下每头猪的实时信息数据，如当前批次、日龄等。

根据数据分析，管理系统会自动为每头猪制定每日饲养计划。根据计划，智能饲喂系统自动启动，驱动上料线从料仓中配好相关饲料，通过管道输送到每个食槽，供猪采食。同时，环境控制系统会根据猪舍内采集的数据自动启动，让舍内保持恒温恒湿环境……

此外，车间内温度、湿度等可自动调节，喂料、排粪等操作都通过自动化控制完成。每个车间都是一个独立的集约化养猪场，可避免人员、物资等在各车间交叉流动，从而有效阻断疾病传播。工人只需在必要时进入猪舍进行日常巡查、打疫苗、调整猪栏即可。

数字化生产实现透明管理

数字技术在引导农业转型的同时，更加深刻地推动沧州制造企业向智能化转型升级。

沧州惠邦机电产品制造有限责任公司刚拿到一批新订单，很快订单内各要素就在公司打造的制造过程执行互联网管理系统内，被分解成各种生产制造数据。随后，生产线各工位按照相关数据开始按部就班生产。

“依托现代数字技术，我们打造了具有企业特色的制造过程执行互联网管理系统，初步实现了生产数字化、管理透明化。虽然公司每月要生产3000多种产品，但管理起来依然简单高效。”公司名誉董事长叶

本栋笑着说。

透过走廊的玻璃，叶本栋注视着正在运转的生产车间。“刚接到的新能源汽车订单，订单信息第一时间进入我们自己开发的制造过程执行互联网管理系统。很快，一件产品的原料采购成本、物流时长、生产时间、配套生产周期等都会以数字形式呈现在眼前，之后大家就可按图作业，这样管理起来就简单了很多。”

做企业讲究降本增效。拿到订单后，公司需采购铜、铝等原材料，系统会将其其中80%的采购内容形成具体数据，实现采购成本透明化。如系统会以国内大宗商品交易

市场特定时间内的价格为基准，形成订单原料采购价格等，然后再由采购人员在谈判中进行微调，这样完成采购，既节省了采购成本、简化了管理，还能杜绝腐败。

制造过程执行互联网管理系统使用后，第一年就助力公司营收增长。“目前，我们的产品广泛应用于风电、新能源汽车产业，并出口德国、丹麦等多个国家。”叶本栋高兴地说。



产品小型化、智能化和模块化设计，适应野外复杂环境，实现数据无线传输，可广泛应用于疾控的现场实验。黄骅小伙子王文智推出的实验用新型培养箱已中标哈萨克斯坦等国多个项目。

智能培养箱 敲开“一带一路”市场

本报记者 吴梦

日前，在渤海新区黄骅市一家工厂内，新一批教学实验设备完成最后测试，开始装车发往天津港，等待送到国外客户手中。

总经理王文智目送货车离开后，又马不停蹄地带领团队开始新一批订单的生产。

成为业内出口优势企业，王文智表示产品市场向好源于企业的创新动力。“这次我们出口的产品，采用物联网和5G技术，学校可以根据实际情况将设备组网供学生使用，实验数据还可实时共享，方便教师及时指导，再也不会受到场地大小和距离远近的限制。”

为激发企业的创新基因，王文智高薪搭建人才团队，平面设计师月薪万元，工程师年薪可达30万元，此外他还在天津市建立专业研发团队，将技术研发与国际接轨。

王文智如此重视创新，源于一次深刻的教训。

原来，王文智创业初期进军国际市场，一家国外公司带着二三百万美元的订单来到公司，经过一番查验，客户很认可公司产品。就在王文智以为事情十拿九稳时，客户忽然话锋一转：不合作了。理由是企

业规模不够，缺乏创新能力。

客户走了，王文智没有怨天尤人，而是从自身找原因。他一边建设现代化厂房，购进新型数控设备，提升企业生产加工能力；一边高薪招聘人才，重组研发团队，从硬软两方面提升企业创新能力。

很快，王文智的努力得到了回报。当年，国内一地发生地质灾害，急需10台培养箱。培养箱可用于水及食品的检测，其实，当地就有大型培养箱，但由于道路不通，使用不便，只能改用可车载的小型培养箱。选来选去，王文智的产品进入了应急保障部门的视野。

“这些小型培养箱采用小型化、智能化和模块化设计，产品适应野外环境，实验数据可以无线远程传输，客户也可以根据使用情况变换工作模块，因此可广泛应用于疾控的现场实验。这款小型培养箱曾多次被相关单位相中，担负紧急任务。”王文智介绍说。

目前，王文智主打“一带一路”沿线国家市场，已中标哈萨克斯坦等国多个项目，让国产实验仪器在“一带一路”沿线国家熠熠生辉。

传承传统手工技艺对接各大剧团打响品牌，引入机绣工艺，降低生产成本满足小剧团和票友个性化需求。肃宁青年赵伟亮——

产品降维开拓新思路

本报记者 吴梦



还原传统戏曲服装制作技艺

“赵经理，我们订购的服装好了吗？最近有新演出，等着你们的产品救急呢！”近日，肃宁县青年赵伟亮再次接到客户的催货电话。

别看赵伟亮只有36岁，但他已成为国内知名的戏曲服装生产商，产品覆盖京津冀鲁豫等省市，许多客户慕名而来。这不禁让人好奇，是什么秘诀让公司成为京津各大剧团的座上宾呢？

“我们细分市场，通过坚持手工京绣技艺，打造高品质戏曲服装产品抓住京津各大剧团；通过引入机绣工艺，降低生产成本，推出小剧团和众多票友喜欢的服装，开拓出新市场，因此工厂近年来实现了较好发展，拥有了众多拥趸。”赵伟亮解答。

赵伟亮表示，其实工厂细分市场战略也是迫不得已。

赵伟亮接手自家工厂后不久经营就遇到困难。

原来，由于传统戏曲服装使用手工京绣，生产时间长，价格昂贵，大多供应北京、天津、石家庄等城市大型剧团，市场有限，同时随着老工人离

去，传统技艺流失，工厂生产出现青黄不接情况。

为此，赵伟亮主动带领企业转型，从周边招收年轻人，加大专业技工的培养，首先培养他们对传统艺术的喜爱，再做好手工京绣技艺挖掘传承工作，用现代管理制度规范大家的生产流程和质量控制。

之后，他还引入机绣工艺，生产低成本产品，对接各地小剧团和众多票友群体。

“随着经济发展，各地人们对文化生活需求日益增加，刺激各地小剧团如雨春笋般涌现。他们深入乡村，演出频繁，服装需求量很大。同时，众多演出也推动了广大票友群体出现，业余演出也助长了服装需求。”

经过一段时间尝试，工厂逐步度过危机。现在，工厂每年能交付上千套精美的戏曲服装产品，并拓展了河南、山东等省新市场。

