

4000 多家店铺纷纷加盟 “海道街”的魅力 为什么这么大

本报记者 吴 梦

位于献县的河北海道钧具有限公司，在董事长鲁龙飞的带领下，依托当地渔具产业优势，打造出“云”上

渔具产品一站式采购平台。如今，通过直播销售，平台吸引全国 1000 多家店铺上门合作。

打通行业痛点

8月26日，河北海道钧具有限公司打造的网上采购平台“海道街”一如往常地活跃，不断有全国各地的订单传来。

“我们解决了渔具业内长期存在的一站式采购难题，为全国各地的客户节省了商品采购的宝贵时间和资金成本。”看着不断增加的订单，公司董事长鲁龙飞高兴地说。

渔具产业由于产业容量有限，各地很难形成业内集中度较高的采购基地，呈现出“大分散小聚集”的状态，于是终端商家采购时，

要在河北、山东买鱼竿，再去湖南买鱼钩……导致客户采购所需的时间和资金成本都很高。随着近年来垂钓休闲产业的发展，这种影响越来越明显。

“我们从产业痛点出发，依托献县当地的渔具产业优势，再聚集全国多地其他配套企业，在业内率先打造出渔具一站式采购平台——海道街。通过一站式采购，在物流成本上为客户节约了资金投入，深受客户欢迎。高峰时，‘海道街’加盟店超过 4000 家，月销售额过百万元。”

商业模式“水土不服”

从事渔具产业对于鲁龙飞而言是“跨界”。在电动车市场闯荡多年，2015 年，他回到老家献县创业。

当时，作为国内知名渔具产业聚集区，献县生产的钓竿知名度高，产业配套齐全……可当鲁龙飞用大数据对渔具产业分析时发现，献县渔具产业集中度高，但多以小微企业为主，在品牌建设、品质控制方面没有优势，在市场竞争中处于弱势，迫切需要平台企业对产业发展进行引导。鲁龙飞决定要搭建这一平台。

发现新商机，让鲁龙飞兴奋不已。他在创建河北海道钧具有限公司的同时，搭建起销售平台。

“平台最初和当地 10 余家企业合作，采取集中采购、供货，分散销售的策略拓展市场。”鲁龙飞说。

大家利用空闲时间经营网店，众多网店共同销售同款产品，形成规模优势，再将销售订单集中到平台，由平台集中发货。产品由当地企业代工生产，这样一来，通过平台集中采购、销售，保障产品在销售端形成价格优势。

理想很丰满，现实却骨感。经过一段时间的实践，鲁龙飞发现自己的商业模式“水土不服”。多家企业供货，产品质量良莠不齐，给售后服务带来困难；多品牌经营，无法形成品牌优势……

发力本地生活市场

试水电商新模式受挫后，鲁龙飞开始带领企业转型——建连锁实体店。

“线上企业的优势是价格，不足是售后服务，而售前售后体验正是实体店的优势。因此向县乡等‘下沉市场’发力是电商发展的大势所趋。”鲁龙飞认为，在实体店基础上，实现连锁化发展，还能形成品牌优势和价格优势。

2017 年，海道钧具第一家实体店在江苏盐城诞生，并在当年发展到十余家，同时企业开始打造“海道”品牌。

向下发展连锁店的同时，鲁龙飞也开始优化公司线上的订货系统，将渔钩、钓线等配件纳入销售清单，打造出全产品线的一站式采购体系，吸引全国各地门店纷纷加盟。

正当鲁龙飞将电商新模式



鲁龙飞整理展品货架 吴 梦 摄



东光运城制版有限公司机筒智能生产线 陈英华 摄

越来越多的沧州制造企业

转型升级“上云”发展

本报记者 吴 梦

企业上云是指企业通过网络，将企业的生产、管理、销售等业务部署到云端，利用网络便捷地获取云服务商提供的计算、存储、软件、数据服务。近年来，随着我市不断推进产业升级，越来越多的沧州制造企业开始通过企业设备上云、管理上云等，快速实现生产管理数字化。

运营成本每年降低 3000 多万元

走进位于渤海新区黄骅市的河北广祥制药有限公司的控制中心，偌大的屏幕实时显示各个车间的生产实况，工作人员仅需轻点鼠标，就可远程控制车间生产线。

“作为设备上云贯标试点企业，我们上线了安全管理信息化平台，实现一体化信息管理，车间工人减少近百人，日产能提高 2 倍多，运营成本每年降低 3000 多万元。”公司董事长崔永斌高兴地说，公司通过采用新型智能化晶型控制技术，显著改善了咖啡因、甲硝唑等产品的流动性指标，大大提升了产品市场竞争力。

前不久，河北广祥制药有限公司等 8 家沧州企业入选省工信厅公布的全省设备上云与设备数字化管理能力

成熟度贯标试点企业名单。

贯标，指的是贯彻标准，是将某个或多个行业标准贯彻执行到企业管理和生产等方面，以逐步提升企业运营管理效率、释放设备运行效能。今年，我省围绕设备上云与设备数字化管理能力，启动企业实质性贯标试点工作，目的是遴选一批先进企业，推广一批标准化解决方案，形成可复制、可推广的经验，助力全省制造业高端化、智能化、绿色化发展。

设备上云与设备数字化管理能力成熟度贯标，可以引导企业从组织设置、人员管理、沟通协调、制度化文件等方面建立面向数字化转型的生产设备运行管理机制，逐级提升设备数字化水平和运行效率，

解决企业设备上云“怎么样”、设备数字化管理“怎样更好”的问题。

广祥制药作为业内知名的原料药生产企业，随着生产规模不断扩大，管理难题不断涌现。“设备上云前，我们每上一套新的生产设备，就要配套一套管理系统。高峰时，10 多套管理系统让管理团队十分头痛。”崔永斌回忆起之前的窘境。

2018 年，随着企业开始推进设备上云，实现生产数字化管理，难题迎刃而解。

“通过数字化车间建设，我们实现了生产管理统一化，现在一套管理系统就能管理全厂生产设备，即使系统硬件出现了损坏，通过备份也不会影响正常生产管理。”崔永斌高兴地说。

生产数字化实现透明管理

走进沧州惠邦机电产品制造有限责任公司生产车间，机器人焊接手臂正在按部就班地焊接着新能源汽车配件，各种生产信息正在公司内部工业互联网上快速“奔跑”，帮助企业实现生产管理透明化。

每当公司有新的订单，互联网管理系统便会迅速将订单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。

“我们已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。

透过玻璃墙，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大家面前，之后大家就可按图作业，这样管理起来就简单多了。”

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

统会将其中 80% 采购内容形成具体数据，实现采购成本透明化。系统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，再由采购人员在谈判中进行微调，这样既节省了采购成本、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第一年，公司营收就增长了 1 亿元。目前，我们的产品广泛应用于风电、新能源汽车等产业，并出口德国、丹麦等多个国家。”叶本栋高兴地说。

数字生产助“后来者”居上

走进东光运城制版有限公司，车间内生产线高速运转，一根钢棒经过打磨、雕刻、电镀、清洗等工序，很快“变身”为大型印刷机上使用的水平凹版辊筒。整个生产过程快捷流畅，却很难见到一名一线工人。

近年来，运城制版上马了第三代高速全自动生产线，在业内率先实现了辊筒的智能化生产，公司也成为我省设备数字化管理能力成熟度贯标试点企业。

运城制版是一家技术领先的水平凹版辊筒生产企业。“以前我们的技术可没有现在这么先进，生产一根辊筒就要花费 26 个小时，生产成本

高，质量也有待提高。”运城制版公司生产经理张平凯说。

通过设备上云，运城制版引入了第三代高速全自动生产线，在业内率先实现了生产智能化，企业生产技术“后来者”居上。

“现在，我们整条生产线都实现了机械臂生产，一根辊筒生产周期只需要 10 个小时，生产工人从之前的 32 名，缩减到如今只需 8 名维护技师，产品合格率更是提高到 95% 以上，公司一跃成为业内领先的制版公司。”说起企业的变化，张平凯难掩脸上的笑容。

在享受企业数字化生产带来红利

同时，运城制版开始筹备再次升级自己的智能生产线，希望通过技术升级，实现公司生产数据与客户数据的双向透明。

“企业通过工业互联网升级，实现双向数据透明后，客户就能从下单开始，实时查看订单生产情况，并根据交货时间调整生产进度，保证第一时间用上新辊筒，实现上下游生产的无缝对接。”张平凯说。



新质生产力的核心 是破解对传统增长路径的依赖

发展新质生产力不是忽视、放弃传统产业，而是要以新质生产力要素赋能传统产业，用新技术改造提升传统产业，积极促进产业高端化、智能化、绿色化，让传统产业焕发新的生机。

——燕山大学教授 王韶华

新质生产力的核心就是要破解对传统增长路径的依赖。通过技术革新，生产要素的重新配置以及产业的转型升级，催生出新质生产力。企业通过创新驱动先进生产力，进而实现生产力向高科技、高效能、高质量的跃升。

——潍柴集团董事长 谭旭光

要发展好新质生产力，企业要解决好核心技术，要找到最关键的几个人。顶端的人才，他来了，很多人也会冲着他来。

——高潜咨询董事长 吕守升

新质生产力的跃升不是现在才出现的，很多中国企业一直是这样做的，那些优秀的企业一直重视研发，重视产业链的延伸，而这个产业链的延伸就是“相关”多元化。

——海信集团董事长 贾少谦

面向未来的技术创新 更有生命力

在各个细分领域里能够做到全球领先的企业，都有一个共同的特点，那就是在技术上、产品上、文化理念上始终保持创新，不可复制的创新才是真正的创新，才是核心竞争力。

——小米科技董事长 雷 军

如今，全球新一轮科技革命和产业变革正在加速演进。科技创新决定着产业的价值高度、应用广度，也承载着产业发展的硬实力和未来话语权。

——力勤集团董事长 蔡建勇

企业的技术创新，要让这个行业、这个品类、这个赛道变得更有未来，才能真正形成引领的能力。面向未来的技术创新，更有生命力。

——字节跳动创始人 张一鸣

作为品类之王，不仅要成为第一，还要能够实现持续增长。如何实现持续增长？就是要不断地创新。

——顾家家居董事长 顾江生

今天的品牌创新一定不是简单的、静态的定义和定位，而是品类、品牌和产品这三者之间的相互作用、相互整合，以及形成一个动态系统的能力。

——波司登创始人 高德康

在具体实践中，有两种企业，一种是模仿型企业，主张“后发优势”，另一种叫创新领先型企业。所有的伟大企业，都是富有前瞻性洞察，对科技创新具有战略定力的创新领先型企业。

——凯度集团大中华区 CEO 王 幸

企业的存在就是为用户创造价值

如果说，创新让企业有了持续增长的内生动力。那么用户，才是让企业持续存在的本质原因。

——华为公司总裁 任正非

企业的存在就是为用户创造价值，这需要企业对用户需要的持续关注和洞察，同时围绕着想用户的需求对产品持续升级、试错和迭代。

——荣耀手机 CEO 赵 明

营销的营，就是经营的营，也是赢得人心的“赢”。那创新就是利用技术突破，产品突破，来创造新的用户。领先的企业往往一手抓技术，一手抓用户。

——芯源微董事长 宗润福

把主角位置留给用户之时，用户也会自然探索你的品牌与产品。当一个品牌始终把用户放在第一，赢得人心，水到渠成。

——小天鹅集团总裁 何永智

个人观点仅供参考