

使用航空材料，生产实现数字化，客户可现场下单—— “献瑞麒麟”的汽车脚垫火了

本报记者 吴 梦

地处献县的河北献瑞麒麟汽车用品制造有限公司，通过数字生产打破工厂生产与市场间信息差，与高校合作提

升企业研发能力，推出航空材料产品，吸引欧美客户抛来橄榄枝，并敞开一汽、长城等车企大门。

“厚雪”才能滚起“大雪球”

日前，几位南京、南通等地的客户来到河北献瑞麒麟汽车用品制造有限公司，在参观工厂过程中分别签下了上百万元订单。

“我们引入数字化生产，这一台缝纫机就花了45万元，它专业生产汽车真皮坐垫，可一边生产一边将生产数据传输到工厂数据库和客户的数据中心。客户可以随时查看订单的生产情况，相关数据可保存10年时间，10年内产品出现任何问题都可追溯。”公司总经理远伟如边陪客户边介绍。

数字化生产，帮助麒麟公司快速成长为业内头部企业之一。

远伟如表示，作为后来者，企业能够快速成长，除了数字赋能外，摸清向上的产业大趋势也是关键所在。

现在，国内每年新增汽车数百万辆，带动汽车后市场需求旺盛。随着国内新能源汽车产业发展，国内汽车产业还将有几十年的增长周期。“雪厚，才能滚起大的雪球。”

“从公司创立伊始，我们就推行‘数字化+大产业’战略，实现了公司每年产值倍增。”远伟如兴奋地说。

寻找更深的“积雪”

远伟如在汽车市场打拼多年，创业前曾在一家国企工作，对接山东省400多家汽车4S店。在工作中，他发现汽车后市场潜力巨大，就萌生了创业的想法。

此时，献县汽车后市场产业发展起来。“我回家乡考察，发现当地汽车后市场在册企业有100多家，产业配套齐全，销售人员遍布全国。”

带着希望，2017年，远伟如回到献县创业建厂。“创业前，我们通过调研，将客户锁定为国产经济型轿车车主，以真皮坐垫等相关产品为主，可随

着产业升级，很多车企在产品出厂时就标配了真皮座椅。我们的工厂投产

后，产品却没有了市场。”远伟如回忆当初的无奈。

“门前雪没了，我们就去找更深的积雪，依然能滚起大雪球。”

面对工厂生产与市场间的信息差，远伟如想到引入数字化生产，实现工厂生产与市场同频。

“我们除了引入数字缝纫机外，还同时与多家整车企业合作，搭建起市场数据库，从源头实现与市场同频。”

转型立竿见影，新产品很快在全国4S店和汽贸市场打开局面。

发力整车市场

在推进数字化生产同时，远伟如还不断增强企业软实力，通过与中国汽车后市场研究院、西安交通大学等高校合作，不断提升新产品研发能力。目前，公司已拥有3项发明专利、4项实用新型专利。

此外，公司向产业上游发力，建起原料工厂，进一步挖深“护城河”。

前不久，几位美国客户慕名来到工厂，一下订购了100多万元的产品。“我们生产的汽车脚垫35元/平方米，而美国工厂要上百元，高性价比产品正不断吸引美国、欧盟等地客户主动抛来橄榄枝。”

“这是我们新开发的汽车脚垫，它采用航空材料，轻便、环保，目前已出口欧美市场。”远伟如拿



创客朋友圈



汽车饰品实现数字化生产 吴 梦 摄



外商代表对中拓公司进行考察 吴梦 摄

推进产品智能化，打造产业生态圈，吸引了众多友商前来学习——

泊头压瓦机产业 进入跨境电商新赛道

本报记者 吴 梦

跨境电子商务（简称跨境电商）是指分属不同国家的交易主体，通过电子商务平台达成交易、进行支付结算，并通过跨境物流送达商品、完成交易的一种国际商业活动。

跨境电商构建的开放、多维、立体的多边经贸合作模式，极大地拓宽了企业进入国际市场的路径，大大促进了多边资源的优化配置与企业间的互利共赢。如今，越来越多的沧州企业开始试水跨境电商，推动产业转型升级。

快速反应 拿下订单

“叮咚、叮咚……”

12月10日，泊头市金诚信压瓦机械有限公司董事长杨杰上班不久，手机微信群内就收到了销售人员订单签订成功的报喜信息，加纳、坦桑尼亚、利比亚等国的订单陆续出现在杨杰眼前。

看着不断涌现的订单，杨杰说，这是企业转型跨境电商带来的收获。

金诚信公司是当地一家传统压瓦机企业，近年来，企业转变市场拓展思路开始探索跨境电商渠道，让公司收获颇丰，目前产品已销售至100多个国家和地区。

“作为跨境电商新秀，我们主打产品的性价比，定制推出了适合不同国家的

产品，很快打开了国际市场。”杨杰边翻看订单边说。

前不久，杨杰参加在阿尔及利亚举办的展会，带去了公司的多款产品，与法国、西班牙等国企业同台展示。

“法国企业产品智能化水平很高，但价格也是我们产品的3倍。3天时间，他们没有成交一笔订单，但我们却收获多笔订单，秘诀就是企业依托跨境电商渠道，快速了解了当地市场，有针对性开发出了性价比更高更适宜客户的产品。”

与此同时，金诚信公司还千方百计进入欧盟供应链体系，产品销往德国、意大利等国家。

像金诚信公司这样的企业，在泊头压瓦机行业中还有很多。近年来，泊头市大力推进跨境电商产业，助力压瓦机企业不断转型升级。

“作为国内三大压瓦机产业聚集区之一，泊头市走在了产业前沿，跨境电商销售占到了国内企业30%市场份额。今年1至11月，销售额同比增长185%，吸引了无锡、厦门等地企业前来学习。”阿里巴巴集团沧州区域经理陈鹏感慨道。

智能生产 抓住客户

今年，沧州前进压瓦机械制造有限公司等跨境电商企业收获很多国外订单，究其缘由，企业产品智能化功不可没。

“近几年，我们针对国外客户需求，给传统压瓦机装上智能控制模块，实现了设备生产的智能化远程管理。现在客户运用手机就能管理远在巴西的生产设备，30%产品实现了出口。”日前，前进公司市场销售部经理冯亚全带领巴西客户参观工厂时介绍说。

“我们给产品装上相关芯片，可以实现生产数据储存、分析一体化。生产中一旦设备运行出现问题，公司服务工程师能随时根据生产数据变化，为国外

客户提供在线‘诊断’和故障分析，从而解除客户下单的后顾之忧。”

除此之外，前进公司还丰富产品的应用场景。成卷的钢材摆放在地面，一端被“投喂”到压瓦机中，35米的高空中，近百平方米的平台上，压瓦机和工人一同被“举高”，在高空中就能实现瓦片生产和安装有序衔接。

这个将“施工现场”从地面平举到半空中的平台，是由前进公司自主研发的。平台的左右两边被护栏围住，另外两端一头连着原料、一头连着需要铺设的房顶。

这个长11米、宽9米的平台，可以承重超20吨、举重高度35米、能在4级风中保持平衡。这一创新产品，无

论是在高度和承重上都在行业内领先。

“同样的人工，传统的操作方法每分钟铺设面积不足10平方米，但在平台上，每分钟可铺设面积超过30平方米。”

今年初，一位客户扩建厂房，施工现场一时间成了传统吊车和高空举升平台的PK现场。当高空举升平台完成3个车间房顶的铺设时，传统吊车连第一个车间房顶还未完成。

“目前，我们又对高空设备进行了改进，瓦片的成品速度从最初的每分钟15平方米升至如今的每分钟30平方米。”冯亚全说，设备从地面上升到35米的半空中，大概需要四五分钟，只需要一名工人通过遥控就可以完成原料输送、瓦片制作。

打造生态圈 优势制造企业一同出海

12月10日，沧州中拓冷弯成型设备有限公司通过跨境电商渠道成功拿下印度、伊朗等外商多笔订单，公司董事长徐连星表示，这与企业打造的压瓦机产业生态圈不无关系。

在压瓦机产业生态圈中，没有任何一个部门是不重要的，将每个部门都打造成独立战舰，强化供应能力、跟单验货发运等系统支持，能够让企业更高效运转。

以业务部门为例，从单兵作战到小组协同。每个地区语言、工作时间，甚至电压都不同，现在几个人负责一个区域，可以持续深挖这一区域的需求痛点，更好实现业务增长。

“我们正在建设大数据中心。中心不仅能够进行跟单和故障直接检查，还可以依据数据将问题前置。原来企业订购西门子电机的周期是4个月，

通过数据采集，现在我们可以提前预判一年的需求量并进行批量订购，更好地保证了工期和产品品质。”徐连星举例说。

他透露，发展跨境电商眼下面临的

最大问题是人才和意识。

“以压瓦机产业生态圈为依托，我们与燕山大学等高校合作，共同培养行业专业人才，目前已有多名高水平人才在产品

设计、生产、管理等多个环节助力泊头压瓦机产业升级。”

今年泊头市跨境电商协会计划借助沧州中小企业跨境电商综合试验区的优势打造孵化中心，帮助企业链接世界，同时也会联合高校，为有潜力的学生提供阿里巴巴账号免费试用，组织商会外贸骨干将实操技能直接带入高校。

“最重要的，是转变意识！”

协会会长赵洪清表示，跨境电商做得好的企业，不一定是营销网络最好的，但一定是最拥有核心竞争力的。

下一步，协会将加大培训力度，帮助企业为客户做好分层画像，进行对等匹配，帮企业找准自己的目标客户群。小企业就突出服务端，大企业就做好供应保障、产品质量和售后。这样帮大家找到各自的优势，深挖并放大。

泊头市商务局也联合协会举办外贸大课堂，明年将邀请更多行业专家，为企业赋能。



企业要把握好发展的“度”

“人”是企业最宝贵的财富，企业要始终以人为本，把实现人的幸福和价值是企业发展的主要目标和根本追求，这是任何时候都不能偏离的主线。

——国显科技董事长 欧木兰

企业到底该怎么发展？企业在订立目标时，要把握好发展的“度”，不只是追求规模，还要提高竞争力、优化企业资源、提高企业效率。

——海亮集团董事长 冯海良

在推动公司战略目标实施的过程中，把业务发展和组织发展联系起来，用人、组织的进步和醒悟来推动业务成长，有三种会议是很有价值的，一是预算会，二是战略研讨会，三是公司年会。

——中国巨石总裁 张毓强

企业管理中有四件事最重要：一是选择合适的业务，二是选择合适的人，三是选择合适的机制，四是选择合适的管理方法。

——中国中化原董事长 宁高宁

文化是企业之魂

文化是企业之魂，解决的是大家从哪里来、到哪里去、在一起干什么的问题。打江山靠的是战略和执行力，守江山靠的则是一流的管理和优秀的企业文化、核心价值观，我总结为“文化定江山”。

——中国上市公司协会会长 宋志平

企业家精神也是企业文化重要的组成部分，过去人们常讲企业家精神是冒险精神和创新精神，但现在我们认为企业家精神应是创新精神和坚守精神。

——周黑鸭董事长 周富裕

优秀的组织，能够将每个人的努力融合为共同的力量，实现企业的目标。而要达到这样的情况，就需要：有清晰的企业目标；减少组织层级，从而降低沟通成本；发挥员工的长处。并且，组织内的个体也能勇于接受变革，这一切都需要企业文化来保障。

——海尔集团名誉主席 张瑞敏

企业文化的本质、企业文化的根本诉求是构建组织活力，构建组织中个体的活力和群体的活力。企业文化的质量一定要最终体现在激发、推动组织活力的形成上。

——极氪智能 CEO 安聪慧

众多成功企业的实践证明，企业的管理者能否给企业组织注入一些深厚的企业经营思想和文化，对企业健康可持续经营理念的形成是至关重要的。

——芯源微董事长 宗润福

零售企业坚持的 只有四个字“多快好省”

零售企业坚持的只有四个字“多快好省”：多是提供多样化的商品选择；快是快速的物流服务；好是高品质的商品和服务；省是实惠的价格。

——百丽国际 CEO 盛百椒

企业的“低价”战略，不单单指的是低价格，而是用较低的价格，为用户提供高价值产品和服务，这才是真正的“多、快、好、省”，才是国人应当追求的美好生活。

——名创优品董事长 叶国富

如果把零售业务的客户体验分成三要素：价格、品质和服务，低价是“1”，品质和服务是两个“0”，失去了低价优势，其他一切所谓的竞争优势都会归零。

——京东董事会主席 刘强东

价格是大部分消费者最重要的感知和体验，但“低价”战略背后考验的是一个平台的内生能力：一是有做低价的能力；二是不仅有能力做低价，也要确保服务。

——徐福记总裁 刘兴罡