

“恒纳”压瓦机 国外市场卖火了

本报记者 吴梦

沧州恒纳机械设备有限公司，抓住国外主流社交媒体平台电商销售空白，发力跨境电商赛道，快速成长为业内知名企业，客户遍布南美、东南亚等新兴市场。如今，公司瞄准数控机床跨境电商市场，又在拓展新的增长点。

凌晨两点来的客户

前不久，一位来自意大利的压瓦机采购商在天津下飞机后，立马打车，在凌晨两点赶到沧州。

“近来，我们在‘脸书’‘油管’等国外主流社交媒体上不断发布泊头压瓦机产业的短视频和照片，多维度展示产品，吸引了不少国外采购商前来。像意大利客户这样的采购商，我们常常遇到。”沧州恒纳机械设备有限公司总经理杨世豪不无自豪地介绍。

凌晨接完意大利采购商后，早上8点杨世豪就陪同客户来到泊头一家压瓦机企业考察，并签下100余万元的订单。

恒纳公司是我市一家成立刚4年的压瓦机跨境电商企业，但2024年销售额已超过了4000万元。

公司快速成为业内知名的跨境电商企业，杨世豪直言是把握住了国外社交媒体电商先机。

“国内企业开拓跨境电商市场，主要集中在阿里国际站、亚马逊等传统跨境电商平台，但国外人群集中的社交媒体平台‘脸书’‘油管’等却少有国内企业关注。我们正是抓住了这一市场空白，通过与泊头压瓦机生产企业合作，以短视频、照片等形式，多维度展示相关产品，很快吸引来众多国外采购商。目前，公司客户遍布欧洲、南美、东南亚、南亚、非洲等地。”杨世豪介绍说。

亏了30万元

说起企业取得的成绩，杨世豪连说没想到。

今年28岁的杨世豪，留学归来后进入自家在泊头市的工厂，由于管理理念不同，常常与父辈发生冲突。一赌气，杨世豪在2021年初来到沧州市区，与伙伴一起注册成立了沧州恒纳机械设备有限公司，并在阿里国际站开设店铺，以销售压瓦机等大型设备为主。

可令杨世豪没想到的是，公司刚开业不久，就遭遇了新冠疫情，一时间公司面临停摆。

为带领企业快速走出困境，杨世豪加大推广力度，开始用短视频吸引客户。

“传统跨境电商以图片展示销售为主，视频销售较为少见。看到国内电商市场上活跃的短视频销售，想起跨境电商平台也应该适合。为此，我们尝试拍摄不同角度的视频，并配上不同语种的字幕和解说，方便客户了解不同的产品。”

尝试很快见效。不久，恒纳公司就接到东南亚、非

洲等地客户询盘。然而新问题也接踵而至。

恒纳公司销售的是压瓦机等大型设备，有意向的国外客户常常需要前来验厂才能签订订单。但疫情期间，外商验厂困难重重。

于是，恒纳公司引入AR全景技术，让客户通过手机或电脑，就能观看工厂生产实景。

到了年底，恒纳公司销售额突破了400万元，杨世豪欣喜不已。然而最后一算账，公司却亏损了30万元，这又让杨世豪陷入沉思。

强化供应链

经过细致分析，杨世豪发现公司能在特殊环境中销售400万元产品，是他们加大推广的结果。但推广费用的快速上升，直接导致了公司亏损，这让他不得不考虑企业转型。

往哪里转？一时杨世豪不知所措。

经过一番考察，杨世豪决定向社交平台发力。“‘脸书’‘油管’等国外主流社交媒体，日均活跃人数超过10亿人次，是国内电商平台的数倍。但长期以来，大家都只将其作为社交平台，少有企业开发其电商价值，这正是我们后来者的机会。”杨世豪分析道。

很快，恒纳公司转战“脸书”“油管”“谷歌地图”等平台，并通过短视频展示，让企业产品快速吸引来众多客户的关注。2022年，公司销售额快速突破1000万元；2023年，突破4000万元。同时，公司品牌、团队也得到了快速发展。

就在这时，杨世豪却出人意料地给公司按下了“暂停键”。

“公司发展太快并不是好事。”杨世豪说，“品牌美誉度不足、团队素质不高、产品供应链不完整等问题快速暴露。此时，任何一环爆雷，都可能将公司打垮。因此我们在2024年果断地放慢了发展步伐，开始练内功。”杨世豪时刻保持头脑清醒。

很快，恒纳公司推出SOP管理系统，从供应链和团队建设两方面夯实公司基础。

“我们用1年时间，系统整理出标准产品资料，实现供应链管理标准化，补充了产品线；从新人培训入手，我们还实现了客户服务标准化，对客户进行分类，深挖客户需求，帮客户解决问题等。”

苦练内功，让恒纳公司积攒了发展后劲。2025年，杨世豪有了新计划，依托泊头机床产业优势和公司品牌价值，恒纳公司准备进军数控机床跨境电商市场。



杨世豪（左一）带领团队与国外客户合影 吴梦摄



宏旺公司智能采暖产品组装生产线 吴梦摄

手机远程管理、光伏电能直取—— 智能采暖 寒冬里“开采”暖经济

本报记者 吴梦

近年来，数字技术在制造业的应用，推动着越来越多沧州企业实现产业转型升级。以河北宏旺新能源科技有限公司、易安达思防爆电气设备有限公司为代表的沧州采暖设备企业也快速拥抱数字技术，纷纷推进产品设计、生产数字化和产品使用智能化。

柔性生产线24小时生产

近期，随着气温不断下降，新能源采暖设备销售红火起来，众多经销商纷纷来到位于任丘市的河北宏旺新能源科技有限公司采购智能采暖产品。

走进宏旺生产车间，手掌厚的钢板正“排队”进入智能化生产线。只见智能下料机首先发出红色弱激光，对板材进行精细化测量，转眼间它又放出刺眼的白色激光，对钢板进行高精度切割，几分钟内，巨大钢板就被庖丁解牛般分解成众多配件。

“激光下料机凭借其强大的激光束，能够实现微米级的高精度切割，为产品设计创新提供了无限可能。无论是金属板材的精细雕花，还是非金

属材料的复杂轮廓切割，激光下料机都能游刃有余，可以完美呈现设计者的每一个细节构想。”宏旺公司副总经理胡彬站在生产线旁介绍说。

眼下，宏旺公司智能生产线实现了24小时不间断作业，无需人工干预，极大地提高了生产效率。同时，面对市场需求的多元化与个性化，公司通过智能编程与自动化控制系统，实现了激光下料机与其他设备的初步柔性生产。

“通过快速更换切割程序与夹具，这条生产线可实现不同材料、不同形状、不同尺寸的灵活切割，满足客户的多样化需求，为消费者带来更加丰富的选择。”胡彬介绍说。

采暖设备智能操作

近日，位于南皮县的易安达思防爆电气设备有限公司，也迎来了众多采购智能采暖设备的客户。

“我们将高铁采用的电暖技术加以改进，应用到民用市场，推出适合家庭和工业企业使用的新型采暖设备，经过几年试用，受到客户的充分肯定。近年来，我们还将远程智能控制模块嵌入系统，实现采暖设备远程控制，所以进入采暖季后，客户纷纷前来考察、订货。”易安达思公司总经理任俊勇兴奋地抚摸着一款采暖炉。

拿起手机，在大门外远程控制开

启采暖设备，再确定温度……任俊勇现场向客户展示产品的智能程度。“我们的产品可以实现远程单独控制，也可与其他智能家居产品组成智能网络，因此采暖炉完全可以像智能家电一样操作方便。”

任俊勇表示，易安达思公司2015年从电气设备领域切入新能源采暖产业，产品从初期的功能型逐步向智能化升级。

“当时，通过市场考察，我们发现新能源采暖将是产业大势所趋，因此公司与中国电力科学研究院合作，引入成熟技术，首先切入民用新能源采

暖设备产业，后通过技术研发进入工业采暖设备领域。”任俊勇道出原委。

“我们的产品首先实现水电分离，用特种陶瓷隔绝，保证安全，同时整机采用一体化设计，使用PTV加热技术，并沿用原有水暖线路，省电的同时，提高了加热效率，客户可以便捷实现设备改造或安装。在黑龙江、新疆等地，接受了多次极端环境考验，我们的产品实用性和经济性都受到客户认可。”任俊勇信心满满。

目前，易安达思公司推出的新型采暖设备已覆盖东北、西北多省市场。

服务为品牌增值

近日，记者走进易安达思公司的采暖设备生产车间，发现只有几名工人在现场从事生产。

“现在产品正处于使用期，为保证使用效果，我们将熟悉产品的技术人员和生产工人大多派出去服务客户了。从2022年我们就开始在产品集中使用区域派驻维修人员，并尽量争取在1小时内到达报修地点。”任俊勇解释说。

目前，新能源采暖设备产业进入“战国时代”，各家企业在依靠原有渠道和品牌拓展市场的同时，纷纷通过产品智能化操作和后期服务实现市场突破。

“新能源采暖设备相对传统燃煤产品从设计到使用都较为复杂，因此后期维护服务显得尤为重要。2023年公司开始尝试在原有渠道的基础上加强维修的服务水平。目前，公司和

区域代理商已共同培训了多批维修人员。遇到客户报修，维修人员大多在1小时内就能到达。”胡彬坦言。

为了更好地服务客户，2024年12月31日，胡彬带领服务团队再次踏上前往沈阳的列车。“我们在沈阳等地投放了部分智能新能源采暖炉。这批产品采用北斗技术、光伏直取技术及宽电压技术，用户无需连接国家电网就可直接接入光伏电能，产品使用既方便又省钱。目前，这批采暖炉相关数据正通过物联网实时送往国家相关部门接受检测，正常运行几年后即可在全国推广。”

随着消费升级进程加快，制造企业必须摆脱过去单纯制造产品的思维，将自己打造成一家服务型企业。

好产品会说话。一款产品必须

跨越能用、实用、好用的门槛才能赢得客户。

“我们的产品依靠优良的品质实现了能用目标，再通过不断优化设计就可实现实用目标。至于达到好用目标则要依靠不断提高服务，通过智能化的使用和细致的服务让客户使用方便、安全地使用产品。”胡彬说。

任俊勇表示，“目前新能源采暖设备领域出现了同质化竞争现象，在各家企业产品质量较为接近的情况下，要想提升服务，黏住客户，就必须拥有可靠的品牌忠诚度。”



优秀企业的价值观 来源于社会大众的根本需求

企业文化来源于什么？来源于价值观。价值观又来源于什么？来源于消费者的需求。广义的消费者就是社会大众，所以说，优秀企业的价值观来源于社会大众的根本需求。

——奥瑞金创始人 关玉香

正确观念也是第一生产力。好的观念能带来好的行动，并产生好的结果。正确观念表现在企业里，就是要有有一个健康向上的企业文化，这种文化让人更加自信，也更容易成功。

——东方希望董事局主席 刘永行

凡是企业都有两大系统，一个是看得见的物质系统，一个是看不见的文化系统。在两个系统之间，看不见的系统更重要，因为看不见的系统决定看得见的系统。

——方太公司董事长 茅忠群

优秀企业的主导文化中，凸显的是诚信、学习、创新和意志力。有这样的企业文化，才能培育出大批充满持久激情的创造者，才是企业持续积累、创新和不断发展的基石。

——华大基因董事长 汪建

规章制度不是文化，规定不了的东西才是文化。所谓企业文化，就是遇到一个意外，你的员工都知道怎么做。企业文化就是潜移默化在这些小事之中，是一种行为规范，是一种无意识行为。

——北京大学教授 宫玉振

企业出海本土化运营是关键

企业推进全球化战略，要做好以下4件事：完善全球产业链布局，提高韧性；全球化就是本土化；技术创新和产业升级；跨文化沟通与管理能力。

——TCL董事长 李东生

企业出海，其“链主”作用愈发显著，所谓“链主”企业，是指产业链主导企业，具有行业话语权和产业链带动能力。“链主”带动产业链企业共同出海，为其成长壮大提供更为广阔的空间，提升全球化经营能力，带动中国制造业高质量发展。

——万盛化工总经理 李银河

中国企业出海，正从输出产品转向与当地共建工业能力。在本地化运营中，坚持本土研发、本土设计、本土生产、本土营销、本土服务，都是扎根海外市场的关键步骤。

——小米科技董事长 雷军

企业出海中遇到文化冲突，背后人关键变量，全球化需要彼此打通，核心靠机制、靠文化。要承认并尊重文化差异，一定要找当地人，与当地市场打交道。

——申洲国际董事长 马建荣

个人观点仅供参考

通知

托福颐养园入选
京津冀养老服务人才
培训见习基地。

全面服务自理、半
自理、失能、失智人群。

特此通知

电话：0317-8556789

13831703999

柴院长