

弘扬中国制造·促进全球贸易

第63期

2019/02

焦点视界

FOCUS VISION

苏新出准印 S (2018) 00000143

内部资料 免费交流

2019 年全球“大事件”预测

温州，黄鹤

龙泉青瓷徐朝兴

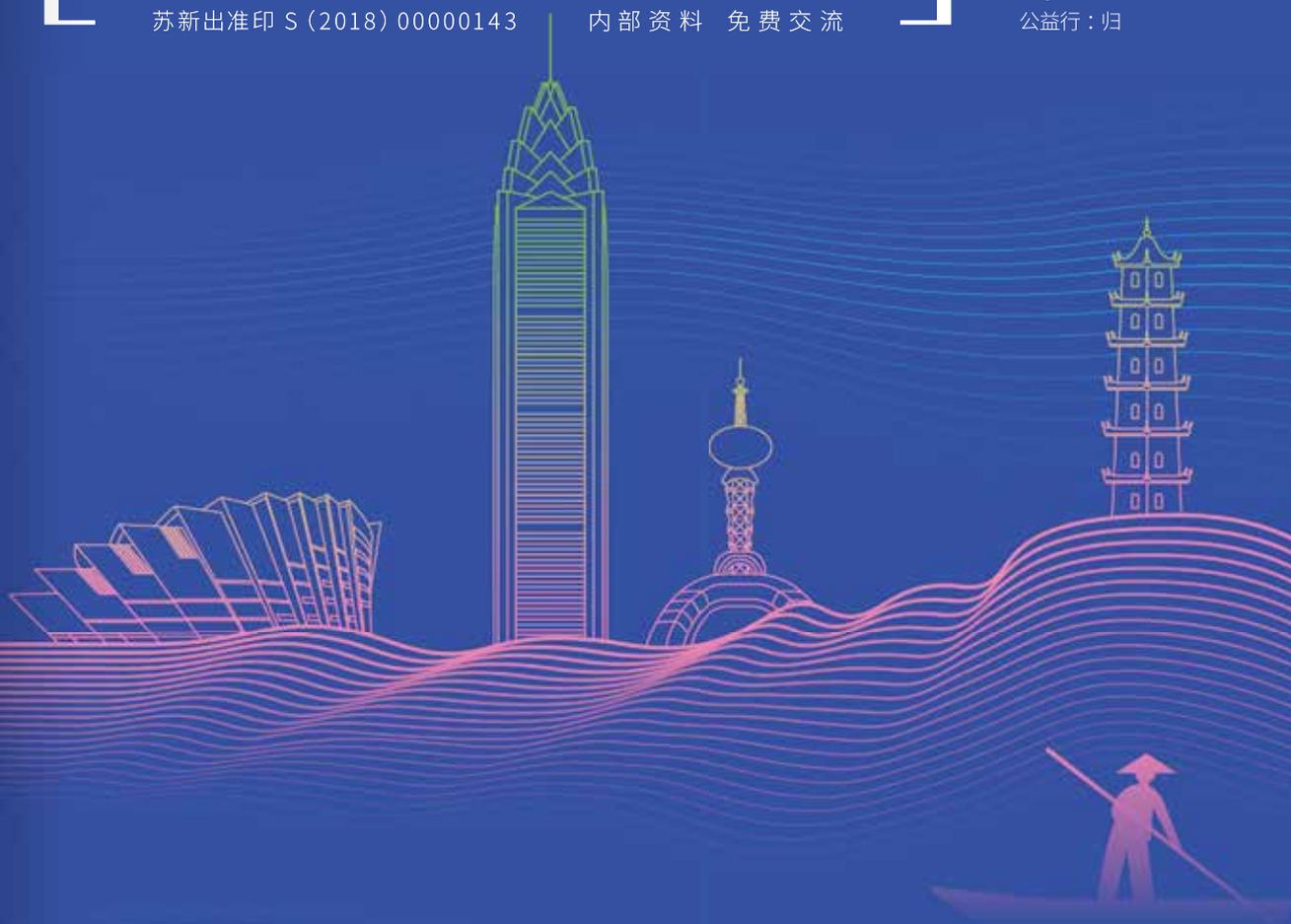
2018 “奋斗者”的小故事

视频在外贸社交营销中的应用

客户有欠款？追！

May 的“逆袭”之路

公益行：归



扫描二维码·尽享
《焦点视界》外贸干货



温州的“背影”

02 February

日 SUN	一 MON	二 TUE	三 WED	四 THU	五 FRI	六 SAT
					01 廿七	02 廿八
03 廿九	04 除夕 新西兰 国庆日	05 春节 多国 春节	06 初二 新西兰 国庆日	07 初三	08 初四	09 初五
10 初六	11 初七 日本 建国纪念日	12 初八	13 初九	14 初十 情人节	15 十一	16 十二
17 十三	18 十四	19 元宵节 泰国 万佛节	20 十六			23 十九 俄罗斯 祖国保卫者日
24 二十	25 廿一 科威特 国庆日	26 廿二	27 廿三			

本月买家
有哪些重要节日？
何时会开始休假？



加微信“焦点视界”
(ID: focusvision)

回复“2019”，免费获取
2019年全球买家节日历。

重要的日子，
记得及时为买家送上祝福！

焦点视界
FOCUS VISION

《焦点视界》的长期主义

文_田可



写这期总编说的时候，思路混乱，原因就是作为2019年的开年大刊，可表达、想表达的太多了。既想怀念和致敬2018，又想欢迎和示好2019。

2018年，不光我个人，还有整个部门，都感受到了危机，有点慌乱和焦虑。对于我们7个人来说，除了前年新加入的一位90后，其他6位在焦点都超过10个年头，这样一个高龄团队在公司很少见，如何自处？但惶恐归惶恐，并没停下脚步。走到年底，回头一看，好像还做了很多事情。

前不久刚听了“得到”罗振宇做的跨年演讲，看到一个词：长期主义，这里就顺便借来一用。他对长期主义的定义是：跳出时间设置的陷阱，持续、长期地守住目标，做时间的朋友；要坚持你想做的事情，不能中断你在做的事情，而且持续地不被诱惑。一旦中断，前功尽弃。而普通人的努力，在长期主义的复利下，会积累成奇迹，时间会帮助做事的人分辨真伪，并成全他们。简言之，长期主义的原则，就是做一件事情，长期地去做，持续地去做。

从这个角度，《焦点视界》在过去坚守“长期主义”方面，简直是模范：

首先，最明显的，一本免费赠阅的内刊，竟然能做10年，而且还会继续。

“焦点视界”微信公众号，竹子从2012年底开始，已经运营6年。原创、热点、外贸干货，全年无休。竹子会为了跟踪一个热点政策，半夜爬起来修改微信内容。一个最初对外贸一无所知的小女孩，现在变成了一个外贸通。

一些品牌栏目，也是沉淀多年。像刘艳林采编的“商学院”，是最受外贸人欢迎的栏目，一做就是10年，很多外贸老板直接把这些内容当作他们外贸销售的培训资料。像竹子做的“设

计前沿”，从国外搜集、编译一些最有意思的创新设计，发布到每期《焦点视界》上，供外贸老板们参考，做思维上的碰撞。经常接到读者来电，咨询在哪儿可以买到这些东西。

体现责任感的公益内容和活动，已坚守10年。封三公益广告，《焦点视界》从未断过；从2013年任学奎开始发起做“焦点公益行”，去当地拍摄、写稿、发布，到目前也做了6个年头。包括报道的格萨拉的那些孩子们，我们会一直跟踪他们，至少坚持10年。

专业、强大和责任感会赢得尊重，所以，我们选择从不走捷径，专注去做经得起时间考验的事情。

这里也再说说《焦点视界》这些人。其实，做《焦点视界》的总编，是很省心的，因为背后有一个靠谱团队，我在其中算是最无趣、最后知后觉的；而他们，个个身怀绝技，个个有着有趣的灵魂、自由的精神、独立的思想和鲜明的个性。

比如，论写作摄影、讲故事的能力，当属一哥任学奎；论对国学的了解，对中国制造、对非遗项目的研究，肯定是屈寒莫属；论对微信公众号的运营、对外贸的了解，定然是“焦点视界”微信号主编竹子，她通过6年深入耕耘，成了这方面的专家；论营销能力、在焦点的存在感和影响力，菠菜最牛，她手中掌控着“焦点视界”的今日头条、一眼天下、微信群和“大神来了”，深刻影响着很多外贸人；论对公益的践行，当属刘艳林，她在2010年就因为到革命老区支教，获得了焦点的个人最高奖项：总裁特别奖；包括我们的90后钱晶晶，她有着90后的新思维，英语专业8级，最重要的，她是《焦点视界》最年轻的。

这里冒着被怼的风险，也顺便透露下大家的年龄，都30多岁了，已经过了对薪水斤斤计

较、看钱干活的年龄了。他们真的很想做点事儿。当然，2019年，不会放过他们。

不单单是杂志社，放眼外贸，外贸人也有很多坚守“长期主义”的。常年研究一个行业、一个产品、做着一件事情。我们在采访很多企业的时候，能真切感受到这一点。我们的记者，随便跟他们聊起行业中的任何一个方面和细节，他们都能滔滔不绝，满怀激情，特别迷人。

所以，2019年，我们有一个想法：作为一个外贸界的媒体人，我们要把那些专家型的人物，一个一个扒出来，写成真正的“外贸之魅”。这是我们后面特别想做的事情。

这是《焦点视界》的长期主义，也是守的一面，当然，《焦点视界》也有变的一面，就像大咖们经常说的：以前，变化是生活的一部分；现在，变化成了生活本身。这期就暂且不表吧。无论外界形势怎么改变，把内容做好，是我们永远的本职工作。

当然，之所以这么理直气壮、有底气，也源于我们背后的强大支撑是焦点，它让我们知道，一家有灵魂、有坚守、有品质、敬畏客户、敬畏法律、有所为有所不为的公司是什么样的。

最后，再顺便通告下《焦点视界》2019年的“看世界”公益项目：

为了丰富贫困学生在校期间的生活，增加他们对于世界的认知，拟在50所贫困学校建立“未来教室”；让孩子们可以通过观看纪录片、阅读等方式去“看世界”，看他们的“未来”；现在向所有《焦点视界》的读者个人以及企业，征集科学书籍、电脑、投影仪，二手也行，只要能让孩子们正常浏览网页即可。

详细，可直接邮件联系 mag@made-in-china.com 或 renxuekui@made-in-china.com。☑



总编说 | PROLOGUE

001

《焦点视界》的长期主义

市场 | MARKET

006

万象

2019 年全球大事件预测

视野

贸易战让越南崛起?

现在去越南建厂的前景如何?

观点

2019, 冰封或解冻

专题 | SPECIAL

016

综述

温州的文化

视界

大王的背影

表情

温州往事

温州人的“丝绸之路”

温州, 黄鹤!

对话

吴万鹏: 欲戴王冠, 必承其重

中国制造 | MADE IN CHINA

036

中国制造之美

大写的服: 一半利润搞研发

让天下没有难粉的墙

有机棉织就“田园诗”

60 年风雨, “勇士”再上路

2018 中国制造之美企业奖

2019 中国制造之美报名征集

非遗

龙泉青瓷徐朝兴

观察

亟待攻克的核心技术 (三)

2018 “奋斗者”的小故事

白手起家的女性企业家

设计前沿 | DESIGN

070



信保达

直击赊销订单
信任难题、融资难题
从此安心接单没烦恼



信任难题 融资难题

“信保达”是中国制造网联合中国信保为国内供应商调查海外买家的资信背景, 保障赊销订单的收汇安全, 并为出口企业提供报关报检, 代买出口信用险, 贸易融资等外贸综合服务。

即日起选择信保达服务的会员
即有机会获赠出口信用险服务
有效期至: 2019 年 6 月 15 日



▶ 扫码申请 ◀

服务对象:
中国制造网有赊销订单的企业会员
咨询热线:
400-665-0758

商学院 | BUSINESS SCHOOL 076

特约专栏

视频在外贸社交营销中的应用
好的业务应带点锋芒

实战技巧

安东尼的外贸江湖系列之单对单销售技巧
客户有欠款? 追!
老外说, 卖家邮件常是这样被忽视的

外贸茶馆

外贸的变化与转型红利
从阿芙洛狄蒂说起
老板, 你的企业还在裸奔么
Sell Globally, Go Globally

大神来了

从前台小妹到副总经理, May 的逆袭之路



外贸名人堂 | SHOWS 110

影音视听“痴人”秦文君
梁永谥: 成长必须继续
影动力: 做泛娱乐创新运营先驱者
勇敢面对危机, 捕捉创意火花——台湾美之岚 39 年品牌传奇

展会推荐 | EXHIBITIONS 118

2019 美国拉斯维加斯国际消费电子产品展览会 (CES 2019)



焦点公益行 | PUBLIC WELFARE ACTIVITIES 122

归

新媒体 | NEW MEDIA 128

弘扬中国制造 促进全球贸易



苏新出准印S (2018) 00000143 内部资料 免费交流

主管单位_Attached to
中共南京市委江北新区工作委员会

主办单位_Affiliated to
中国制造网 Made-in-China.com

编辑出版_Published by
《焦点视界》编辑部 Focus Vision Magazines

ADD: 江苏省南京市江北新区星火路9号软件大厦A座
Block A, Software Building, No. 9, Xinghuo Road, Jiangbei New Area,
Nanjing, Jiangsu, China
TEL: +86-25-6667 7777
FAX: +86-25-6667 0000
E-mail: mag@made-in-china.com

荣誉总编_Honorary Chief Editor
蔡鸿宇 Cai Hongyu

总编_Chief Editor
田可 Tian Ke

责任编辑_Editor
任学奎 Ren Xuekui
王若竹 Wang Ruozhu
屈 骞 Qu Qian
刘艳林 Liu Yanlin
陈丽丽 Chen Lili
钱晶晶 Qian Jingjing

设计师_Graphic Designer
葛世林 Ge Shilin
孙 祎 Sun Yi

赠阅热线: 025-66775000

发行声明:
《焦点视界》为企业内刊, 不得公开出售;
所有文字和图片, 版权属著作权人所有;
请作者与我们联系, 领取稿费;
图片合作: 视觉中国;
刊登发表的文字、图片作品, 不代表《焦点视界》立场观点。

保险网购 新一站
xyz.cn



您身边的
网购保险商城

精选国内外 90 余家保险公司
开展合作
为消费者提供各类保险产品
总有一款适合你

扫码下载 新一站保险App 即刻体验

省心赔 | 让理赔更省心
是我们的承诺

新一站专属理赔服务
首创互联网保险理赔模式
实时报案, 实时受理
理赔款3日到账

安心管 | 让保单管理更智能
是我们的责任

科学评估个人/家庭抗风险能力与保障情况
提供合理保险配置建议
多方位分析用户需求, 精准建立用户画像
一键管理全家保单

2019年全球大事件预测

中美贸易休战能持久吗？

特朗普会被弹劾吗？

俄乌冲突会升级吗？

莫迪仍将担任印度总理吗？

……

我们一起来猜猜看。



@视觉中国

在“黄背心”抗议过后，法国总统埃马纽埃尔·马克龙会让自己的改革重回正轨吗？

会。法国总统别无选择，放弃将意味着政治上再无立足之地。

要平息反政府抗议者的愤怒，并让减免住房税和上调最低工资的效果显现出来，进行一次战术暂停似乎不可避免。但马克龙将继续推进养老金、失业保险和企业监管方面的改革。精简政府机构的措施将更加敏感，但可能有助于回应抗议者对高税收的抱怨。然而，为了避免再出现动荡，马克龙必须在争取人民支持方面做得更好。

美国民主党会设法弹劾特朗普总统吗？

会。罗伯特·米勒的调查将在2019年初得出爆炸性结论，届时将出现一系列指控和一份证据确凿的报告。

特朗普对调查结果（即他与俄罗斯合谋窃取民主党邮件并协调曝光行动）不予理会，将激怒民主党阵营。众议院议长的南希·佩洛西将同意举行听证。弹劾特朗普的法案将在民主党控制的众议院以过半数获得通过。但参议院将放他一马，因为参议院需要三分之二的多数票才能通过弹劾案。这意味着一场遵循“法治”的总统选举将于2020年举行。

中美之间的贸易休战能够持久吗？

不能。虽然美国与欧盟之间的关税战自去年7月以来已经停火，但对特朗普及其幕僚所称的中国习惯性扭曲贸易的行为，美方的批评立场更为根深蒂固。

美国实际上的主张是，中美去年12月达成的协议意味着，要避免美国对来自中国的商品加征更多关税，中国必须在接下来的3个月开始破除其整个国家干预主义的发展模式。这是不可能的。美国将在2019年年中之前继续对中国输美商品加征关税。

俄罗斯是否会升级对乌克兰的军事行动？

不会。俄罗斯去年11月在黑海扣押了三艘乌克兰战舰是不祥之兆，此后乌克兰与俄罗斯东正教会的分裂加剧了紧张局势，不受欢迎的养老金改革削弱了弗拉基米尔·普京的支持

率，对乌克兰的军事行动可能是为了转移注意力并利用爱国情绪把民众团结起来。但普京谨慎地衡量着风险。基辅的军队比5年前更为训练有素和装备精良，俄罗斯人不会接受与“兄弟”国家作战带来的巨大伤亡。克里姆林宫将谨慎当先。

在印度地方议会选举后，纳伦德拉·莫迪仍将担任总理吗？

是的。莫迪领导的执政党印度人民党最近在其重要的说印地语的北部票仓遭受了戏剧性挫折，在那里看似毫无生气的反对党国大党在三个人民党统治的邦中赢得了权力。

这种失利表明，莫迪很难兑现2014年选民对他抱以的高期望。但莫迪个人仍然受到欢迎，他是一位富有魅力、意志坚定的活动家。他可能会用尽一切办法——包括拿出一波讨好民众的政府支出——来取得胜利。

会发生新的金融危机吗？

如果我们对金融危机的定义是政策制定者需要同时拯救或处置一家以上在全球具有重要意义的金融机构的话，答案是不会。但我们将看到金融市场和一些国家的经济不时陷入动荡。

令人乐观的一点是，自2008年金融危机以来，全球金融机构的资产负债表已经显著增强。悲观的理由是利率仍然很低，债务水平异常，很多资产价格居高不下。脆弱的地方包括多个新兴市场、受脱欧冲击的英国、意大利主权债务和美国股市。

华为会在中国以外失去立足点吗？

不会。这家中国电信设备巨头会发现自己西方主要市场受到限制。美国和澳大利亚已经将华为拒之门外。英国、加拿大、德国和法国等国家可能会实施部分限制，例如阻止华为为他们的“核心”5G网络提供设备，同时允许华为参与更外围的工作。但这绝对无法阻止华为的发展步伐。

华为在新兴市场的存在、在手机领域的全球主导地位、以及不断增长的企业业务，都将使其渡过难关，直到物联网的到来提供另一个巨大的推动力。

马克·扎克伯格会卸任Facebook董事长一职吗？

不会。考虑到Facebook的治理问题，他应该这么做。但他不会，至少不会自愿卸任。

与因为藐视美国证交会规则而被迫辞去特斯拉董事长职务的埃隆·马斯克不同，扎克伯格还没有犯下任何应该受到惩罚的罪行（如果联邦贸易委员会裁定Facebook违反了2011年的一项隐私协议，情况可能会变得不同）。董事会可能会把他赶下台，但他仍拥有将近60%的投票权——足以让他继续管理Facebook，只要他愿意。

美国的收益率曲线会倒挂吗？

会。在大多数情况下，衰退来临前，由各种期限的美国国债的收益率构成的曲线都会出现倒挂现象——短期国债利率高于长期国债。而现在已经濒临另一个拐点。

受人口状况的反通胀效应以及人们对安全资产的需求等因素抑制，10年期美国国债收益率不太可能攀升至大大超过3%的水平，而美联储可能在2019年继续加息几次。这应该会使得收益率曲线倒挂——暗示日后形势不妙——尽管只是有一点倒挂。

优步会创下史上最大规模的首次公开发行纪录吗？

不会。最近科技股下跌和优步的巨额运营亏损使得一些银行人士吹捧的1200亿美元估值显得有些夸大。但是股市缺乏新的高成长型公司，同时，在新的管理层领导下，优步已经向巨大的按需运输和物流市场发起了冲击。其估值还是有可能与Facebook创下美国科技股IPO纪录时达到的1000亿美元估值一较高下。

优步成功上市也将为爱彼迎、Pinterest和Palantir等希望上市的科技公司营造良好氛围。■

（本文仅供参考，不代表本刊立场。）

贸易战让越南崛起？

文_黄亦筠 图_视觉中国 责编_任学奎



2007年初，越南刚加入世界贸易组织不久，鸿海董事长郭台铭曾从深圳龙华厂出发，乘车经广西南宁到北越河内，亲自考察一条300多公里长的跨国运输路线。

他要利用当时工资不到深圳三分之一的北越，作为鸿海下一个组装制造基地，而零组件则从广东、广西的鸿海厂区运来。郭台铭当时判断，从南宁到河内，陆运只需6到8小时，加上深圳龙华到南宁的车程，大约只要13小时，等于晚上从龙华出货，隔天上午就可以抵达越南北宁开始组装。

鸿海因此在北宁买下超过400公顷的大片土地，连未来上游供应链的用地都一并圈下。却没想到隔年2008年就发生全球金融海啸，鸿海北越设厂计划只得停摆。

事隔12年的此刻，尽管正值中美贸易战暂时停火，但中美之间的高度不确定性，让台湾电子大厂不敢放缓产线外移的脚步，以规避美国对中国电子产品课以高额关税。

于是，这条当年郭台铭相中的电子业疏散路线，又重新热门起来。鸿海已有3个厂在北越的北宁和北江，笔记本组装一哥仁宝最近也打算重启设在北越永福的工厂。最近3-4个月，来探询北越状况的业者更是络绎不绝。通信设备商启甚至悄悄在北宁桂武工业区，租下台商汉达的一个厂房。

笔者亲自重走当年郭台铭的路线，从广西南宁上车，实地体会这条正日益茁壮的电子业大动脉，并借此了解，这波产业迁徙潮的速度、规模，以及未来持续性。

广西南宁-凭祥友谊关 中越电子动脉的核心枢纽

车子从南宁开上平坦宽敞的南友高速公路，这是南宁通往中越一级口岸——凭祥的主要干道。不过2个多小时，抵达中越边境——凭祥的友谊关，排队通关直送北越。

凭祥正是这条全长300多公里，中越电子动脉的核心枢纽。

从中国长三角、珠三角、重庆、成都等电子业重镇出产的零组件，都得经过这里，再运送到大约150公里之外的越南北宁、北江、永福等地的电子产业园区加工组装。

“中国目前的陆路口岸中，凭祥是运送电子产品最大的口岸，一天800台货车送电子零

件到越南，一个集装箱几千万人民币，很贵重啊”，31岁的广西珉丰跨国国际物流副总程克奇说。他承诺客户，从上海昆山送零件到北宁、北江的三星工厂内，“72小时一定要到”。

程克奇是湖南人，被派驻在凭祥3年，娶了壮族女孩，他一年经手约一万个从中国送到北越的电子产品货柜，平均每天有近30柜。他指出，这条陆运路线运量年成长率达20%。过去一年多，程克奇目睹自己办公室所在的凭祥海关大楼，冒出许多从深圳来设据点的物流、贸易公司。

友谊关-河内 进入越南另一种风景

车子过了中越友谊关，进入越南北部，可明显看出中越两国基础设施建设水准的落差。

道路从中国境内高品质的高速公路，一下子缩成了黄沙滚滚的两线普通道路。一长排货柜车几乎占住整个车道，偶有驾驶员大胆从逆向车道超车，不时出现惊险画面。结果，170多公里的路，足足开了4个半小时才到河内。车子进入距离河内30多公里的北宁新加坡工业区，有专门服务电子业的海关监管仓“ALS东河内集货仓”。这里40个员工，3组人，24小时轮班。

程克奇从中国运到北越的整柜电子零件产品，就在这里分货，之后送到附近北宁、北江工业区内的电子厂。“富士康组装诺基亚手机的厂Fushan Technology，就在我们旁边，距离不到5分钟，”ALS越南籍副总监陈杜重庆以流利的英语告诉我们。包括富士康、三星在内，50家电子业者都是ALS服务的客户。

比起海运1周，陆运货柜从深圳、东莞、广州、厦门一带，经广西友谊关通往北宁、北江或永福，快则1天、顶多2天就送达，和在中国境内运输时间差距并不大。

九成的三星智能手机 在越南北部生产

北越的电子业，始于2007年越南加入WTO。日商佳能和韩国三星因此陆续进入北宁设厂。

三星带来大概200多家协力厂商，光北宁厂区就有12万员工，每天上百台巴士将方圆60公里内的员工载到厂区。此外，多条连外平坦的大道陆续完工，从北宁、北江到河内内排国际机场，只需要40分钟，大大强化了交通基础设施建设。

“北越大发展，也不过这十年光景，”早年在三阳旗下的庆丰银行，来越南14年的越南通投资顾问公司总经理卢智生说。

佳能和三星落地后，台湾科技业者包括鸿海、仁宝也随着来到北越投资。

像仁宝当年拿下永福省300多公顷的工业区土地，却盖不满14公顷，被越南政府收回200多公顷。鸿海盖了部份厂房，其他土地则开发工业区卖给其他业者，直到2010年才慢慢恢复到目前盖了3个厂、员工4万多人的规模。

仁宝永福厂重启：以组装笔记本为主

在永福省设厂、却闲置多年的仁宝，据当地业者透露，已悄悄有所动作。

“大概半年前仁宝就开始询问，从重庆、上海、台湾进口原物料，到北越组装，这样的成本到底多少，他们要做移入越南后的成本变化分析，半年前早就在做了，”一名物流运输业者透露。

2018年9月，仁宝总经理翁宗斌曾经公开表示，内部已经在评估重启越南厂的相关事宜，笔记本与非笔记本产品都可能改至越南厂生产。一旦确认重启越南厂，4到6个月就能开始生产。

但因为之后的贸易战情势的不确定，翁宗斌也没有再进一步透露越南厂重启后的产能规划。

我们驱车前往位于永福的仁宝厂。当地人透露，之前一度租给一家印刷厂，后来仁宝收回来自用。偌大空旷的厂区，外观仍保持新颖，建筑风格、施工水准与台厂在大陆的厂区，几乎看不出差距。

仁宝“Compal”厂房的外墙，高挂着招工布条，上头用越南文写着“男：身高1米6、

女：1米5”。下午1点钟声一响，就有工人从厂房内鱼贯走出。

“以仁宝来说，就算部份移到北越，也只能是中低阶笔记本做成半成品模组，运去北越组装，因为当地要做供应链垂直整合很困难，目前就是一个backup plant（备援厂），”一名仁宝主管坦言，重点还是在美国客户的政策。

越南，下一个中国？

即便越南当地的工人素质、供应链完备度，在许多科技业者眼中仍无法与中国相比，但他们也坦言，越南这些年下来，“马步蹲得不错”，基础设施已有长足进步。

例如，我们前往仁宝厂区所走的5号快速道路，是条中有绿带阻隔、时速可达100公里的舒适四线大道。这条2014年完工的道路，让河内直通西北山区的老街省的时间，从7小时缩到3.5小时。完工后，当时的老街省委书记阮文咏接受当地媒体采访时说，这条路将对吸引外资做出重大贡献。

“政府应该要鼓励零件厂来越南生产，这是一个长期计划，越南也希望建立自己的生产卫星体系，”越南经济大学讲师阮克毅说。“当然越南人工技术力还不足，这是仍要补强的地方”，阮克毅经历过北越这些年的大成长。

从政经角度来看，越南在这波中美大战之间，巧妙地平衡两国关系，取得对自己最有利的区域政经地位。

“之前越南总理去美国见特朗普，总书记就立刻拜访中国”，一名制造业董事长观察，即便越南人骨子里对中国极不友好，但仍务实地在经济上与中美玩两手策略。

越南已经签署或生效多项自由贸易协定，包括成为跨太平洋伙伴全面进步协定第7个成员国，广大的贸易覆盖率，被经济学家智库指为此波贸易战下的获益者。“贸易战让越南成为许多业者眼中的新中国”，有研究机构表示。

业内普遍认为，此刻，贸易战90天的停火期，只是一段让企业快速准备好未来的喘息期。这场中越边境的科技业移动潮，也只会更频繁。■

现在去越南建厂的前景如何？

文_宗和 图_视觉中国 责编_任学奎



2018年，越南成为了“香饽饽”。

越南一度被认为是可以从中美贸易战中受益的国家，但另一方面，去越南考察的人很多，真正在越南建厂的却不多。

这是为什么？

下面把越南建厂的利与弊摊开来给大家参考一下。

1 出口市场宽广吗？

迄今为止，越南与其他国家之间签署了16个FTA协定，尤其是与欧盟、日本、韩国等发达国家之间均签署了FTA。

越南与欧盟签订的《越南与欧盟自由贸易协定》(EVFTA)将使得欧盟免除越南输往

欧盟85.6%税项货品关税，并在后续7年期间将废除税项比例提升到99%。这将为越南出口，尤其是鞋服产品出口注入强大的活力。

2018年11月12日，越南成为第七个核准“跨太平洋伙伴全面进展协定”(CPTPP、缩水版的TPP)的国家，这个协定在2019年的1月14日生效。协定将有助于促进越南对亚洲、美洲、大洋洲等市场的出口，尤其是日本、澳大利亚和加拿大市场。CPTPP生效后，各成员国立即对越南调降关税项目比例，加拿大为94%、智利95%、日本86%、墨西哥77%，而越南对成员国调降关税项目仅66%，未来3年逐步增加到86%。

现在已经有日本企业跑到越南去种植农产品，准备向日本出口了。而成衣等纺织品、鞋类、食品及饮料行业将成为最大受益者。以越南

第二大出口品成衣举例，CPTPP生效后，近43%出口到加拿大的越南成衣产品将立刻免关税，生效四年后全面免税。

但是，CPTPP生效后，越南将面临劳工、环保、政府采购等法规修改问题，以及被要求采取更高标准的法规透明化及法制化。

2 劳动力便宜吗？

目前越南正处于劳动力红利期，2017年人口总数达到9370万，在东南亚排名第三，即将成为亚洲第八个人口超过一亿的国家。2017年的预估数据显示，越南的人口中位数年龄仅有30.5岁，而中国则为37.4岁，相较之下，越南年轻劳动力资源相对丰富，也较中国便宜。

但是，越南劳动者仅有数量的优势，没有素质的优势，全国有近77%劳动者（超过4300万人）缺乏专门技术水准，持有文凭的劳工人数比率是23.5%。根据《全球竞争力报告2016-2017》，在全球138个国家中，越南劳动力市场效率排在第63位，而中国排在第39位。

越南经济与政策研究所(VEPR)2018年5月8日也公布了一份越南劳动生产力评估报告：

2015年越南劳动生产力在东北亚国家(包括：日本、韩国、中国大陆)与东盟国家(包括：新加坡、泰国、马来西亚、菲律宾、印尼、柬埔寨)中排名最后。加工制造业、建筑业、运输业、物流业及通讯业的生产力与其他国家相比为最低。农业、电力、水力、天然气、批发、零售及维修等生产力仅略高于柬埔寨。

并且近年来越南政府不断提高劳动力的工资水平，越南与东南亚地区其他低劳动成本国

家相比，失去了竞争优势。2018年越南基本工资调涨6.5%，是过去十多年来最低的调幅，过去每年大多都是两位数的调涨，以至于越南的基本工资在过去20年来上涨了超过17倍！并且一旦政府调涨基本工资，员工就要求企业也跟着涨工资，哪怕企业给的工资高于政府规定的最低工资。

依据越南政府最新发布的议定，自2019年1月1日起越南员工区域别最低薪资调涨如下：

第1级区调涨至4,180,000越盾/月(相当于1237元人民币)，

第2级区调涨至3,710,000越盾/月(相当于1098元人民币)，

第3级区调涨至3,250,000越盾/月(相当于962元人民币)，

第4级区调涨至2,920,000越盾/月(相当于864元人民币)。

此外，企业还需要缴纳高额社保费用。越南的社保三险包含社会保险、医疗保险和失业保险。过去厂商的做法通常是压低本薪，尽量拉高各种津贴所占的比率，以降低社会保险的负担。但越南政府从2016年起，逐步将本薪以外的津贴纳入社会保险的投保薪资计算，雇主的负担陡增。并且越南社保费率高达员工投保薪资的32.5%，远高于区域内其他国家(3%-6%之间)，其中由雇主负担22%。

2018年1月1日起，员工的所有所得包括奖金，全部被纳入投保薪资里，这对制衣和制鞋等劳动密集产业的冲击非常大。

3 建厂容易吗？

除了贸易环境之外，吸引外资前往越南建厂的另一大优势是税收优惠。越南规定，优质企业连续15年享受10%的企业所得税税率，并享受“四免九减半”的税收优惠。

*按越南法律规定属于高科技项目，新成立企业在15年内享受优惠税率10%，最多4年免税，之后最多9年减半税率，对于特别鼓励的投资项目，10%的优惠税率可以延长最高达30年。在企业减税期间，如果前三年都没有缴税的收入，减免期从第四年开始算起。

受惠行业包括：

高科技技术研发和技术更新；

软件产品生产；

符合一定条件的纺织、服装、鞋具、电子信息、汽车配件的生产；

治理、监测、分析环境污染设备的生产。

但是，此前的中美贸易摩擦让越南成为了香饽饽，一火就意味着涨价。

最近几个月在越南建厂的成本飙升，在距胡志明市约70公里的同奈省Giang Dien工业园，长期租赁工业用地价格已从2017年的每平方米60至70美元上升到90美元；越南工业地产开发商BW Industrial表示，自2017年10月以来，厂房租赁询问量激增，其公司所有工厂现已全部出租。

根据Vnocean商业咨询服务公司的最新估算：

“如果是在靠近胡志明市那些受欢迎的工业园建个约300名员工的电子工厂，会花掉约100万美元。一个5000平方米的厂房，就需要每月2万美元租金，还要预付14万美元的房租押金和首月租金。另外还有每月9万美工人工资。其他开支包括缴税和进口设备及其他原材料运输。”

这笔账算下来，也未必比中国内地建厂便宜了。

还有一些朋友觉得越南不如中国发达，法规条例也不如中国健全，所以可以把落后的工厂“淘汰”去越南。这种想法是不准确的。

其实早些年在越南投资的日韩企业，在设备和技术上都是比较先进的。此外越南自己也高度重视环保，环保政策严苛，企业环保投入较大，有些工业区要求达到A级排放标准，相关要求甚至要比中国内地有些工业区更高。

说一个案例，2016年夏天，由台塑集团投入100万美元建设的河静大炼钢厂，被越南政府指控排放有毒废水造成大量鱼群死亡，要求支付高达5亿美元赔偿金，创下了越南有史以来单一企业最高罚款纪录，台塑还遭到越南政府查税，要求退还7000万美元。

此外还要重点提一下的是越南的物流成本，这绝对是企业提升竞争力的一大阻碍：越南物流成本占GDP的20.9%，运输成本占物

流成本费用的59%，其中道路运输占77%，非正式费用占5-10%！主要原因是各种运输方式的连通性较差，以及仓储规划不到位，投资缺乏配套性。

如果想在有良好交通设施的地区建厂，那就得多花钱，比如胡志明市、平阳省、隆安和同奈诸省，生产成本已不再低了。

4 本地人nice吗？

“这里就是罢工从来没停过，劳工权利意识很强，加上工会的设计，让动员非常快，每次罢工事件发生，政府又都站在劳工那一边，也等于鼓励劳工罢工。他们(劳工)经常互通声息，有充份的资讯让他们可以经常比较每一家工厂的薪资，别家高一点就跳槽，不然就是罢工要求比照。”

这是一个在越南建厂的台商对本地员工的评价。

再举一个例子，鞋业巨头宝成。

这位Adidas和Nike的主要供应商，在越南建有7个厂区，员工总数16万人，比重约44%。然而在越南厂接二连三发生罢工之后(7年来发生过5次大规模罢工事件)，宝成决定：越南厂将不再扩厂，未来将加码投资印尼、缅甸。

许多老板们考虑去越南建厂，主要原因不外乎两个：寻求更廉价的劳动力；规避关税。但实际上，最早在越南投资建厂的日本、韩国，投资策略已经发生了转变。

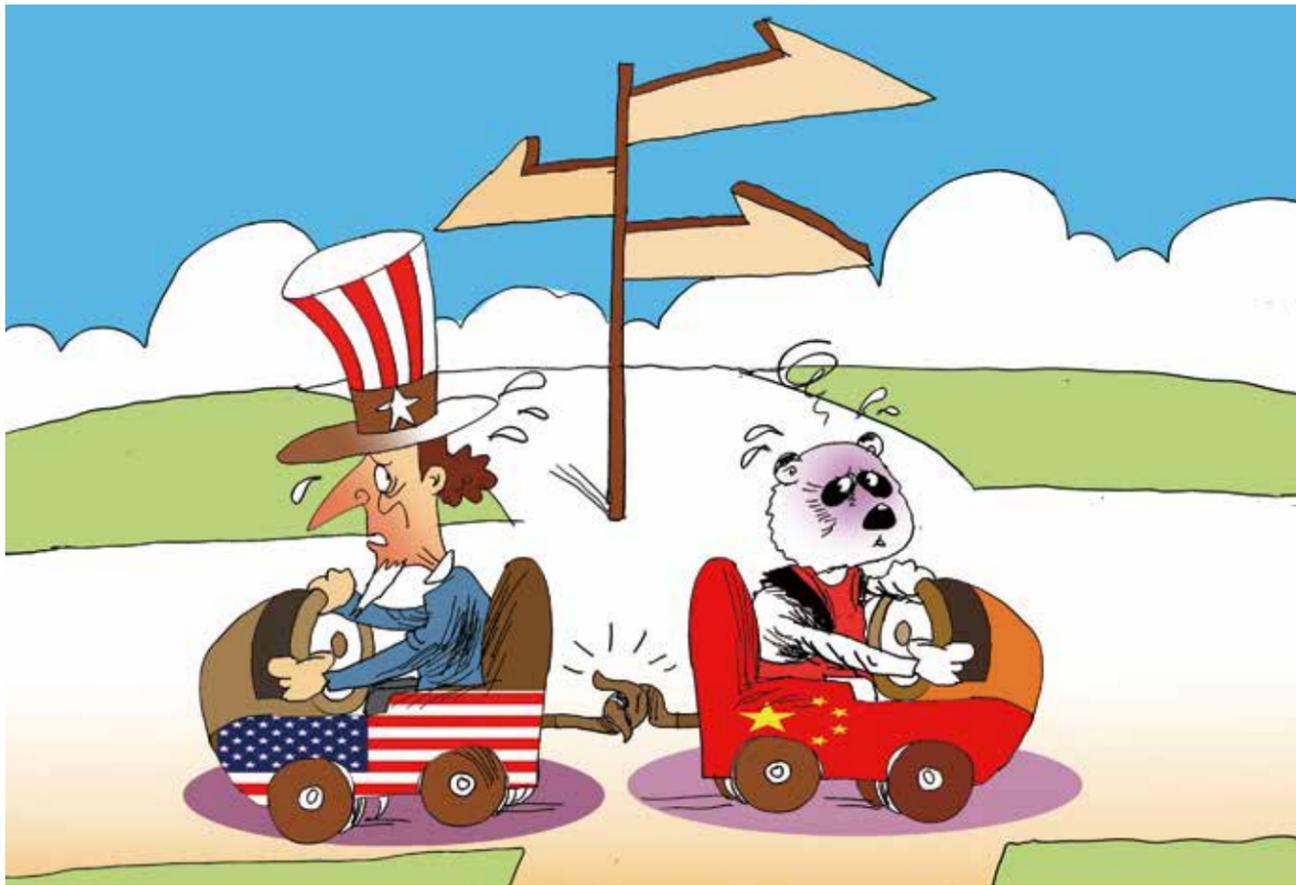
日本在上世纪90年代就在越南开设各种电子类产品工厂，现在日本已经不再将越南仅仅视为一个工厂，而是拓展服务业、零售业的一个新兴市场，他们已经注意到了越南的人口红利不仅在于制造业，还在于消费。

韩国更是全面融入了越南。相比中国台湾厂商到越南一般都住在封闭厂区内，韩国人比较喜欢拖家带口住在越南市区，也愿意学越南语，越南最好的大学里有外国留学生，基本都是韩国人。2016年，仅三星一家公司就占了越南全年出口总值的22.7%。

所以在中日韩三国眼中，越南的机遇是不一样的。怎样才适合自身企业的发展，需要综合考虑，权衡判断。■

2019, 冰封或解冻

文_吴湘宁 图_视觉中国 责编_任学奎



寒冬时节，站在2019年的年初回顾过往，我们看到中美关系的发展跌宕起伏，错综复杂，如履薄冰。

人们从各种角度解析当前的中美“竞斗”，如果通过纵向对比的方式解读当前的中美关系，显然不完全符合两大阵营对立期间，包括意识形态对立、经贸脱节、政治对抗的冷战状态。中美两国确实尚未达到“冷战”的程度，历史难以完全重现。但是，中美关系中政治、经贸和人文三大支柱都趋于崩溃的边缘。

当前的中美关系寒流来袭，步入冰封。正如基辛格博士的感叹：中美关系再也不可能回到从前。

脱钩？

中美经贸关系被誉为压舱石。从公开的中美经贸数据来看，我们有充分的理由相信，你中有我，我中有你的经贸往来必然会成为两国关系中的最大粘性。建立在此基础之上的中美双边关系必然是深度交融、相互依存，且能够

抵挡所有汹涌的波涛，横渡历史的大江大河。因此，看起来甚嚣尘上的脱钩论看上去并不客观、也不理性。

“脱钩”源于20世纪60年代，萨米尔·阿明认为，不发达国家在世界资本主义发展进程中的从属性依附地位是它们不发达的原因所在，不发达国家只有与发达国家“脱钩”才能获得真正的发展。

2008年金融危机之后，基于对东亚经济和中国经济发展的观察，“脱钩”被认为是无

论发达国家情况如何，以中国为首的新兴市场大国都能够实现自身经济的长期增长。

时至今日，主张“脱钩”的主体从新兴经济体变为美国，旨在基于美国的国家安全和经济利益，将中国“排除”在全球价值链和产业链之外，美国不能再眼睁睁的看着中国的崛起而无所作为。同时华府认为应该将中国从WTO中除名的声音并不微弱。从这个意义上来说，脱钩并非简单地切断在全球化中凝结而成的纵横交错的贸易往来，终止中美建交以来意义重大、日渐庞大的双边投资，停止双方基于文化、体育和教育交流等在的人员互访。

脱钩真正的意义在于美国将依靠其对全球产业链和价值链的主导地位，依赖于二战后稳定的同盟关系，边缘化中国在其中的位置。而这正是中国融入全球经济，实现经济高速增长的根源所在。

进一步来说，不同于40年前中美建交的历史性时刻，不同于2001年中国加入世界贸易组织的里程碑式的全球化时代，今天国与国的竞争在根本上有赖于技术优势之争。也就是说，今天美国主张脱钩的本质在于：在失去信任和信心的基础上，在环环相扣的全球产业链和价值链的无限运转中，终止技术分享或者说开始技术脱钩。

正义？

2008年国际金融危机以来，国际经济秩序进入转型期。在科技创新、国际金融危机等多重因素的影响下，发达国家纷纷实施“再工业化”和“制造业回归”战略，高端制造领域逐步向发达国家“逆转”。

在制造业中低端领域，印度、巴西、越南等一些新兴经济体开始进一步融入全球产业和价值分工体系，承接产业及资本转移。在这一过程中，各国科技实力的差异决定了各国在全球产业结构中的位置，同时决定了全球产业结构调整的姿态，而全球产业结构的调整必然会影响到国际经济格局。

从上世纪50年代崛起的日本到改革开放以后的中国，都是通过融入国际分工体系和国际贸易投资互动，提升科技实力并改变在国际分工体系中的地位，进而影响国际经济格局。面

对日益激烈的全球竞争，特别是来自中国和新兴经济体在技术、产品和市场上的竞争，通过核心技术的掌控和不断创新控制产业链的最高端，进而提升国际竞争力成为欧美日等发达经济体确保其全球领先的经济地位的重要途径。

而2018年争论不断的“脱钩”，是将本该在经济领域，由市场引导的、基于技术优势的竞争，裹挟在赤裸裸的政治争斗之中，人为脱钩，并赋予正义之名。这在根本上有违二战以后建立起来的自由的世界秩序，有违市场经济法则。这是当前以及未来一段时间可能延续并且加深的、以技术竞争为核心的经济脱钩最令人担忧的地方。

与经贸相关联的是双方的人文交流。

自2009年中美人文对话机制启动以来，中美在人文社会交流领域的合作与经贸、政治一起被认为已经成为中美关系中重要的支柱。中美人文交流被定位为支柱，有地基、润滑剂、粘性剂的作用。

但是今天，被视为是中美关系三大支柱的人文交流不断被商业化、政治化，离地基作用渐行渐远，同时在很大程度上因为不断地政治化、意识形态化，反而对原本正常的经贸交流添加了阻滞的因素。

冰封现

自2008年金融危机以来，中美两国实力对比正在发生潜在或实际的重大变化，同时，中美双方各自面临国内、国际的重大挑战。

在此背景下，中美关系的构建，在本质上取决于双方国内问题的有效解决，取决于各自选择的发展道路和战略决策。包括文化、体育、科技、留学以及各领域的民间交流难以动摇双方矛盾、冲突的根基。

冰冻三尺非一日之寒。围绕着中美战略互疑，经济脱钩和人文交流遭遇政治化而产生的悲观情绪，并不始于特朗普入主白宫。事实上，始于小布什政府时期，美国的战略学家不断强化中国崛起所带来的事实威胁，奥巴马政府时期提出重返亚太的意图也非常清晰。

中美双方就因为知识产权，外国公司在中国的市场准入问题，人民币汇率以及中国的国

有企业获得巨额政府资助等问题，争论不断，分歧和误解不断加深。中国制造2025计划更是直接、清晰地挑战美国在包括人工智能和生物科技领域的主导地位。中国所倡导的一带一路倡议，亚洲基础设施投资银行进一步确证了美国对中国地缘政治意图的怀疑。

不同的是，彼时中美双方在政府层面，都不希望政治互疑导致的紧张和冲突将双方可能收益的、数以千万亿的经济利益付之东流。也正是在这样的基本面的共识的基础上，包括1995-1996台海危机在内的数次危机并未以中美正面对抗而告终。

但是，当地缘政治和战略竞争不能再被让步于经贸利益，中美两国的战略博弈以最直观的贸易战、人文交流政治化等形式表现出来，并将两国关系推向冰封状态。

盼春归

经过了40年的改革开放，中国并没有变成美国预设的中国。在巨大的经济成就的基础上，在政治、经贸和文化层面，中国更加积极主动地以中国的方式参与国际社会，或者说中国变得更加中国。

包括中国在内的诸多世界上的主要经济体的发展受益于二战以后建立起来的国际经济秩序。这是一个需要不断完善的经济秩序。但是随着诸多新的挑战的出现，伴随着民粹主义和民族主义的声浪不断高涨，一个趋于冰封的中美关系对于世界经济秩序的重塑是一个致命的打击。

作为世界上最重要的两个大国，双方在知识产权、技术转让、市场准入等领域并非完全没有谈判空间，目前最大的挑战在于，基于战略核心利益的冲突导致双方无法构建互信：美方无法认同中国无意挑战美国的主导地位；中国无法认同美国无意改变中国的发展模式。

格雷厄姆·艾利森基于对守成大国和崛起大国的竞争的分析，认为中美注定一战。尽管如此，无论是崛起大国还是守成大国，都处在一个历史的关键节点，双方都需要致力于在事情变得更坏之前，把它拉回到好的方向，避免走向“共同毁灭”。

古诗有“经冬复历春”，希望随着岁末寒冬的过去，冰封渐解，春芽萌出。■

机械设备行业频道 上线啦!



行业特色服务 撬动千万商机



CRM工具

轻松管理进销存
数据安全, 便捷高效



行业数据

每日推送行业信息
知己知彼, 胜券在握



用户画像

智能勾勒采购商画像
了解客户, 提升自我



即刻拨打入驻热线
享新年限时特惠: 400-6777-600
邮箱: iservice-cn@made-in-china.com

Office Snaring

机会来了,
海外办公共享服务,

拎包入驻。

租金年付

7折
优惠



温州的文化

文_任学奎 图_视觉中国 责编_任学奎

写在前面的话

这是个很有趣的话题，我在准备本期《焦点视界》的专题时，特别查了一下温州的地方志，发现在对温州的认知上，我出现了一些偏差。这是一个非常特别的城市，并不因为其经商文化。

印象中的温州大概是“重商轻文”的。

1

我大二的时候认识了其他院系的一位学弟，温州人。那是我第一次接触温州。

18年过去了，我早已忘记他的名字，但依旧记得他那一头金黄的头发，以及非常具有辨识度的口音。那时候我们一起混迹学校的BBS，很是熟悉。他是一个很讲兄弟义气的家伙，手里有点钱就会张罗大家一起吃饭，推杯换盏，气氛总会很热烈。大约是他大一下学期，有一天他突然跟我说，不准备读书了，要回去跟他爸爸做生意。

当时我很惊讶，他说他上大学其实就是为了证明自己能考上“211”，既然已经考上了，那就回去经商吧。很长一段时间，我都不能理解他的逻辑，并且以为他只是开个玩笑，直到那一年的暑假结束之后，我再也没有见到过他。

在他刚离开那段时间，偶尔还能接到他的电话，听到他抱怨“忙啊忙啊忙啊”，再后来便就彻底断了联系。

那时候，我觉得温州是一个充满了“铜臭味”的城市。

2

有一个网站叫“温州历史名人数据库”，我原本是想去看一下温州历史上有哪些著名的大商人，但结果出乎我的预料。

没错，就是我开头说的，我发现自己对温州的认知出现了偏差。在这个“数据库”里，我翻阅了大半天，并没有找到一位能够代表温州商业因子的商人，更谈不上什么商业文明。

先来看看这座城市的文化底蕴吧。

“雁山云影，瓯海潮踪”，一百年前，朱自清执笔为温州中学写校歌时，首先想到的是温州的山水。永嘉太守谢灵运，在这里留下了“池

塘生春草，园柳变鸣禽”的佳句，北宋沈括在《梦溪笔谈》中称雁荡山为天下奇秀。

然而温州一直算是荒僻之地，至宋室南迁才开始在中国文明史中发出属于自己的声音，叶适代表的永嘉学派、文学史上的“永嘉四灵”都于此时出现。

温州在清末民初出了一批有影响的学者，包括“东瓯三先生”、孙诒让、刘景晨、林损以及稍晚的夏承焘、夏鼐等，还有集中出了一批数学家（苏步青、谷超豪等）。

对比古代来看，现在的温州就像是“折翼的天使”，商业文明完全掩盖住了它灿烂的历史。温州的文化怎么会在近现代出现了如此大的转折？

3

叶永烈是我国著名的报告文学作家，温州人。



他生活的温州尚留永嘉书香余味。“那时还没有温州，只有永嘉县。”永嘉县因“永嘉学派”的功利之学而得名。在那个落后闭塞的海边小城里，叶永烈五岁便上小学，此后连连跳级，待到要北上求学时也不过十六七岁。在此之前，他最远去过一百公里外的雁荡山。

叶永烈第一次背上行囊远离温州，是上世纪五十年代末，作为当地考上北京大学的“状元”。三面环山的温州，出不去，也进不来，唯一的水路，直到六十年代初才有通往上海的客轮。叶永烈的心里有放飞前的迫不及待。他踏上“背着锅炉的汽车，圆的铁桶，木炭摆进去烧，叫木炭汽车”。

木炭汽车从温州出发，沿着瓯江狭窄的公路开了好久，途中常因为要添加木炭停下来。这样一路停停开开，摇晃着到了金华，终于有了火车。但是到了火车站，叶永烈丢下行李，急匆匆要做的事，是去看火车：“从来没见过火车啊！行李都不要了！”

那时候的温州太穷了，但并不是“文化的荒漠”。

4

就在几日前，我与一位宁波籍的企业主提起关于温商的话题。

他说宁波与温州虽然地理位置上相去不远，但两地人的性格却完全不同。历史上宁波背靠海港，坐拥百里膏腴之地，即便是在海禁最严厉的朝代，宁波人都敢于向大海要财富。所以宁波人敢闯，但也因为生活上的富庶，身上又缺少了一些温州人的狠劲儿。

数百上千年的闭塞与贫穷，让温州人特别能拼，特别能吃苦。我们一贯把改革开放初期称为中国商业的“蛮荒时代”，那恰恰是一个不需要什么文化，只要能吃苦就能有奔头的时代。性格特征契合了时代的温州人，正是从那个时候起找到了梦寐以求的出路。

他们中的精英曾经通过科举、考试改变了个体的命运，但大多数温州人的生活却并没有因此改变。当一个能够让大多数人受益的时代来临时，其原有的文化不可避免地就会受到冲击。只是，冲击之剧烈出乎很多人的预料。

在短短几十年里，“温商”拥有了世界性的影响力，温州也成为成功的商业城市的典范。但在2010年之后，温州的衰退同样也令人触目惊心。有讽刺意味的是，有人说温州的衰弱是因为“他们没有文化，胆子太大”。十年前，我们也正是用这句话来解释温州的成功。

5

《旧约·传道书》说：“一代过去，一代又来，地却永远长存。日头出来，日头落下，急归所出之地。风往南刮，又往北转，不住地旋转，而且返回转行原道，江河都往海里转，海却不满，江河从何处流，仍归何处。”^[4]

大王的背影

文_仲伟志 图_视觉中国 责编_任学奎



2004年深秋的温州，一连几个星期，人们都在谈论着这样一件事：在温州最早发达、拥有显赫声名的王均瑶，身患重病，生命垂危。尽管期间有关各方讳莫如深，但最终无法挽留这位均瑶集团董事长生命。

年仅38岁的王均瑶是温州民营经济最具传奇色彩的开局人物。

1991年，25岁的王均瑶首开私人包机先河，次年创办国内首家民营包机公司。当时，温州刚刚从艰难的处境中挣脱出来，王均瑶的“胆大包天”，成为一代人挣脱意识形态桎梏的

象征。从那时起，温州模式就不再是一个简单的地理经济名词，同样，王均瑶的坐标意义也远远超过他的经济价值。

然而随着一个强势人物的消失，一个神话似乎也在消失。人们普遍关心均瑶集团的债务以及权力的交接。很多人对均瑶集团的家族治理结构充满怀疑，一个充满了兄长的个人英雄主义色彩的民营企业，能否顺利度过这个动荡的转折时期？

这是整整一代温州民营企业家们的问题，同时也是整个温州模式即将面对的问题。人们

对王均瑶之死的高度关注，实际上是对温州商人能否建立一个正常的权力转移和传递机制的关注。由于普遍年龄较轻，温州少有企业出现代际之间的权力传递危机，而王均瑶的英年早逝为他们发出了群体预警。

其实，早在王均瑶去世之前，为温州民营经济“开山”的这一代人，就已开始出现各种各样的意外与危机。

在几乎是过分传奇化的温州奇迹背后，在摆脱了意识形态的纠缠之后，这个群体面对的是依然严酷的考验。他们开始分化，有人激进，

有人转型，有人失落，有人陷入悲剧，有人凭吊昔日的光荣。



搞民营经济，温州人是走在“改革开放”之前的。或者说，温州人的“改革开放”，远远不止四十周年了。

在乐清县柳市镇嘈杂的街巷里，当年在柳市第一个买摩托车、第一个装电话的“严重经济犯罪分子”刘大源，听到王均瑶去世的消息，感喟之余的第一句话是：我很幸运。

1970年代末，刘大源开始穿梭于温州与上海之间倒卖螺丝，生意红火，人称“螺丝大王”。追溯起来，“八大王”应该是1978年之后温州最早的民间商人，柳市则是温州民营经济的发祥地。

1982年8月的一天，35岁的刘大源早起上街，后面便有两人盯梢。他看到墙上张贴的“狠狠打击经济领域中严重犯罪活动”的大幅标语，暗自心惊。他作出了生平最为快速的决定，趁人不备钻进小巷，回家取出7万元现金来到河边，跳进一只机动小木船，亡命天涯。

刘大源回忆说，逃跑时他身上只穿着背心和短裤。

1981年底，浙江省委工作组就已对“八大王”进行调查。1982年1月，中央下发打击经济领域犯罪活动的紧急通知，乐清县委便将“八大王”的商品经济行为列为大案要案进行查处。这一年，除了刘大源逃亡之外，其他7人都作为重大经济犯罪分子被捕入狱，直到1984年才重新审理，或取保候审，或无罪释放。

21世纪初，刘大源的“大源螺丝店”已经变成了“大源精密焊接材料公司”，单开间狭长的门面，足以使刘大源在柳市和温州城区的最好地段购置房产，种养兰花，安居乐业。

刘大源最好的朋友是当年的“目录大王”叶建华。当年，在柳市开照相馆的叶建华在“电器大王”胡金林的鼓动下拍摄产品目录，很快，封面烫金、十六开本的《产品样本》和《产品价格目录》成了热门货，但叶建华也因此被认定是“牟取暴利”、“投机诈骗”，被判处有期徒刑三年，缓刑三年，没收财产4万元。1984年“无

罪释放”之后，他又开了一间笑笑照相馆。

后来，有人劝叶建华再去搞产品目录，他摇摇头：“哪里还有胆，牢监门等着我进。”由于竞争激烈，笑笑照相馆早已关闭。为改变境遇，他曾偷渡到国外，但谋生更为辛苦，只好回来。现在，叶建华赋闲在家，专注技术，十多年前他的一项摄影显像技术拿到3000元的乐清科技专利奖金，就已经让他满足。

那段经历让叶建华感觉“总有些阴影潜伏在骨髓里”。但他也学会了一种更积极的人生态度，“有遗憾也有收获吧，它让我在接下来

的几十年间，做事说话多了一些沉稳，少了一些浮躁。”



“温州的民营老板，过去好就好在没文化。后来，对于温州老板来说，产生奇迹的黄金时代结束了。”

作为1978年之后温州第一代商人的代表，“八大王”大多没能在他们原有的事业上继续发展。其中“旧货大王”王迈仟1995年死于肝癌。



英年早逝的均瑶集团创始人王均瑶



2002年8月18日，武汉航空公司重组并入东方航空公司。按照协议，武航以净资产出资，其他各方以现金形式按持股比例出资。武航与东航各占股40%，民营企业均瑶集团占18%，这是民营资本第一次进入中国民航业

在“八大王”年富力强时，他们被巨大的社会变迁所推动，却遭遇到严重的挫折。而在他们受挫、动荡、喘息时期，另一批精明的柳市人借助社会大气候的改变乘势而出，他们创办的企业后来居上，如日中天。这其中就包括从求精集团裂变出来的正泰和德力西。

自称“刁民”、动辄将地方官员称作“土八路”的刘大源很轻看正泰这样的企业。他把1978年之后的温州民营经济历史分为了四个阶段：对着干、开着干（公开）、放着干、扶着干。他认为“八大王”处于“对着干”和“开着干”阶段之间，而正泰和德力西则是“扶着干”起来的。“我们没有要过国家的一分钱”，他不无骄傲地说。

当年“对着干”并被打击的当然不仅仅是“八大王”，在遭受打击的这些人当中，也有人急流勇进。

在一些有关“八大王”的民间版本中，郑元忠作为“机电大王”赫然在册。按照这个版本，后来的郑元忠应该是“八大王”中惟一的风云人物了。做低压电器出身的他所创建的庄吉服装有限公司，是温州服饰业中投资较大和起点较高的一家中外合资企业，“庄吉”成为温州一个著名品牌，他本人也曾被评为“温州改革十大风云人物”。

根据一份1984年6月14日由浙江省打击经济领域犯罪活动联席会议办公室印行的“情况简报”，郑元忠并不在“八大王”名单之内。不过，在1982年那场打击经济犯罪的运动中，郑元忠未能幸免。他曾潜逃两年，待风声好转回到柳市，但很快就被收容，关押了186天。

温州市社科联常务副主席洪振宁说，郑元忠的成功转型并非偶然。1992年，也就是王均瑶创办国内首家民营包机公司的那一年，40岁的郑元忠背起书包走进了温州大学国际贸易系，成为温州大学年纪最大的大学生。那几年，“螺丝大王”刘大源在香港的门面亏了五六十万。

与刘大源划分民营经济历史阶段的方法不同，作为温州本土最有名的学者之一，洪振宁将温州民营经济划分为三个阶段：第一是能人阶段，所谓能人，就是跑供销、拿订单的家



“机电大王”郑元忠

长；第二是老板阶段，老板也是兼管财务的厂长；第三是企业家阶段，老板们变成了公司的董事长——其中以1996年底高天乐、高天放兄弟的天正公司年薪30万公开招聘总经理为转折点。

传说温州老板到国有大厂推销产品，一只手上写着“有权不用，过期作废”，另一只手上则写着“给我生意，回扣20%”。财源滚滚而来。

“温州的民营企业家，过去好就好在没文化。”洪振宁语出惊人，“而现在，对于温州老板来说，产生奇迹的黄金时代结束了。”他认为，以南存辉为代表的温州企业家证实了当地一个的说法：脑袋装得多，口袋装得多——这个朴素的说法，远比两分法的所有制理论和家族企业治理理论更能准确解释温州的变迁。

三

温州很多商界人士都认为，温州名气最大的企业家不是南存辉，而是王均瑶——尽管南存辉是温州民营企业的一面旗帜——这或许是因为王均瑶的光荣与梦想与已经浮现的社会价值形态相吻合。但对于很多人来说，光荣与梦想往往是不确定的片段时光，紧随其后的往往是混乱与迷惘。

更早一些时候，温州名气最大、热情最高的企业家是王均瑶的苍南老乡叶文贵。

1979年，叶文贵从北大荒回到金乡镇，7年之间，叶文贵一连创办了轧铝厂、高频机厂、压膜厂、仪器厂、包装材料厂等5个工厂，成为当地首屈一指的富豪。据说，社会学家费孝通第一次到温州考察，在叶文贵的厂里转了好

几圈，连连称道：“了不起的新型企业家”。

1987年有一个“当代中国优秀农民企业家”评选，温州唯一的当选者是叶文贵，并被誉为“模式婴儿”。就在这个时期，叶文贵作出了远比王均瑶更为浪漫的决策：在金乡点燃中国农民的电动轿车梦。然而不久，叶文贵就耗尽千万的家产，没落下去。

“没文化”但有想象力的叶文贵，他的消失比“八大王”彻底。但也有比叶文贵更为彻底的消失：2003年2月12日，身价上亿的温州富豪周祖豹，在自己的老家乐清市蒲岐镇北门村边被刺14刀身亡，时年50岁。

周祖豹1993年来到北京大红门“浙江村”，创建了华北地区最大的皮毛交易市场。他所在的北京“浙江村”，历经动荡，生生不息，一直被视作中国民营经济的另一个生存样本。

杀害周祖豹的凶手及幕后主使共有6人，有4个是乐清人。其中王伟坚、屠金安皆为温州知名富商，与被害人周祖豹原本惺惺相惜。与很多商人一样，他们基本都是开皮鞋店或租赁柜台倒卖服装起家，创业艰辛。

1998年3月，屠金安邀请王伟坚出资，和周祖豹一起共同筹办北京市丰台区大红门辅料综合市场。王伟坚和屠金安共投资160万元，加上屠金安前期投资30万元，共190万元。但是对于市场的控制权，据说周祖豹不愿任何

人插手，于是关系逐渐闹僵。

后来，王伟坚与屠金安将他们两人在周祖豹市场的股份转让给杨金富，让杨金富以股东的名义同周祖豹谈判，如果钱要回来，杨金富可以拿走其中的一部分。双方协定，一切后果由杨金富承担。

杨金富多次讨要空手而归。1999年4月，杨带人来到周祖豹的市场，双方冲突，杨逃脱，但他带来的两个人被周祖豹的人抓住，一个被打瞎，一个被挑断脚筋。半年多之后，杨金富再次带人冲进市场。这一次冲突，导致了周祖豹的侄子周建波死亡，而杨金富一跑了之。

周祖豹不断催促警方抓捕畏罪潜逃的杨金富并查明幕后主使。2002年11月，潜逃两年的杨金富打电话给屠金安，提议抢先下手，由屠金安和王伟坚出钱，他来找人把周祖豹做掉。

3个月之后，血案发生。案发不久，凶手及幕后主使便被警方先后抓获。王伟坚被抓时，还在乐清的新世纪大酒店谈生意，当时他的资产大约是两个亿。

在温州商人看来，这并非一个简单的有没有文化的问题，而是一个如何营造透明的竞争环境的问题，是一个如何保障公平的交易秩序的问题。这个问题不解决，温州商人群体之间的人格化交易模式就不可避免，温州商人也难以适应传统商业社会向现代商业社会的转

型，就会承担更多的机会成本和经营风险。

四

与“八大王”不同，与叶文贵不同，与周祖豹和王伟坚更不同，王均瑶是一个并非商学院出身却努力向现代商业社会转型的典范，他对世界充满了经验性的认识，却比大多数人更为理想主义。然而，就在中国民营经济从初级模式向高级模式过渡的关键时期，理想主义者英年早逝。

王均瑶去世之后，一些医学专家发表言论指出，民营企业家健康状况形势严峻，精神压力过大是其根本原因——不少人都有潜藏的恐惧失败的心理，加之生活没有规律，睡眠得不到保证，最终导致免疫力下降。

据说王均瑶拥有15项社会头衔，应酬频繁。在人们眼中，他已经拥有了一个人一生所能拥有的任何东西。他的行事决策看上去有些浪漫色彩和英雄主义。也许时代需要这样的商业英雄，一个神话由此而产生，英雄也就在神话中生活。一个凡人进入神话生活，必然要付出巨大的代价。

洪振宁认为，这一代企业家白手起家，许多事情从头做起来，在从计划经济向市场经济转换过程中，由于环境不够规范，压力来自各个方面。在摆脱了意识形态的风险之后，对他们的猜疑、非难依然很多，有些人甚至按照国外成熟市场经济的要求来衡量他们，所以他们这一代人特别辛苦。

除非他们也像“八大王”那样回到市井，安于小康，否则必须成为一个社会活动家——社会需要他们出来做一个榜样，而为了让自己的企业少受行政干预，为了防止方方面面的“剥皮”，他们也需要谋求一个人大代表或政协委员之类的身份。

王均瑶曾经被称为当代最开放的民营企业家，而在很多旁观者的眼中，温州也应该是中国最为开放的地区。但温州本地和浙江省内的一些人并不这样看。

浙江大学经济学院院长史晋川说，在温州，政府官员往往介入具体交易方式，公共权力与私营经济两者不断地相互渗透，形成了一张“不可触摸的网”，造成了产权保护上的不公平，



温州人的经商头脑似乎是与生俱来的，只要有钱赚，他们就不会在乎体力与脑力的付出，也不会在意经商的环境如何，任何机会他们都不会放弃

阻碍了温州经济社会的对外开放，并导致了民间资本的大量外流。

史晋川先生所说的这张“不可触摸的网”，绝非温州所独有。王均瑶从温州来到上海，面对的往往是同一张网。所以，当一个强势人物消逝，当一个民营企业面临权力传递，我们与其怀疑他们的家族治理结构，不如检省“公共产品”供给不足的问题。

温州市经济学会会长马津龙说，只有继续深化政府体制改革，才能为民营企业家减压，才能为民营经济创造更大的空间。否则，这一代人将注定成为历史的附庸者。他们像一群登

陆的士兵，忍受着种种困惑与焦虑，步履沉重。

五

这十年来，我不再关注温州，甚至不再关注商业世界的发展。温州已经回归到了一个地级城市应有的位置，而“温州模式”也早已退出了官方的话语系统。

几年前，被称为“八大王”最后荣光的庄吉集团轰然倒塌。

刘大源说，庄吉破产，他一点也不意外，“庄吉是死在大环境里，逃脱不了的，是死在

企业互保、银行抽贷上。还好没有跳楼，人没有死就好。”这些年他看到更多的人，死的死、逃的逃，或者就是进了监狱，而郑元忠还是一条汉子，宣称不跳楼，不跑路，大不了欠钱慢慢还。

在温州，银行为了转嫁风险，要求企业互保联保，一家企业发生危机，就对互保企业施行压贷、抽贷，一些运行良好的企业，也往往一夜之间祸从天降，何况拥有90多家子公司的庄吉集团。当年的一个数字说，温州有98%的企业存在互保，而一旦互保圈危机爆发，肯定就是一轮企业破产倒闭潮。

温州老板做制造业，可能有基因上的先天不足。一是温州本地发展空间太小，二是制造业基础相对低端，温州老板的资金，也较少投入到制造业的技术改造和转型升级中去。

在资产价格快速上涨的这些年，以小草经济著称的温州创造了一种“新温州模式”——赚快钱，民间资本大量外流，变成了横行中国的炒房团、炒棉团、炒煤团、炒矿团。

现在，像温州这样的市场化领先地区，凡是可以依靠底层力量推动、老百姓能够做的微观领域的制度创新基本上都已经完成。将来，再也不会产生“八大王”，再也不会再有王均瑶，不会有郑元忠。甚至，再也不会再有南存辉和胡成中。

刘大源已经不再做任何生意，“在家享受生活”。

最近，他对乐清市越剧团正在排演的《柳市故事》充满期待。这部戏以柳市“八大王”故事为原型，展现的是乐清人敢于创新、顽强拼搏、奋勇向前的创业精神。不久之后，刘大源就可以一边看戏，一边重温他们这批人艰苦创业的激情岁月了。

他说，柳市现在最缺的就是拉琴的、唱戏的，缺少艺术家。“柳市人似乎只会做买卖，这就像到了山林中听不到鸟叫一样。”他希望，哪怕来了流浪艺术家，也不要轰人家走。他觉得与很多年前相比，柳市的活力正在消失，归根结底，是由于年轻人都在往外跑。

“如果年轻人跑光了，柳市不就是死水一潭了吗？”^[4]

(本文仅为作者本人观点，不代表本刊立场。)



造车梦依旧在的叶文贵

温州往事

文_佚名 图_视觉中国 责编_任学奎



1920年初夏的黎明，一阵阵轮船的汽笛声，划破了瓯江水面上的宁静。在这条贯穿浙江南部的大河上，停泊着一条甲板上挤满人群的客轮，它的出发地是温州，目的地是日本。

瘦小的温州永嘉人陈光，也挤在甲板的人群里，吃力地向给他送行的伯父和堂兄们挥着手。这是陈光出生十几年来第一次出远门，他望着逐渐远去的故乡和亲人，脑海中浮现出“劝郎莫作漂洋贾，海上风浪不可当”的老话，眼角逐渐湿润起来。

陈光的家乡温州，是一个三面青山，一面

朝海的城市。相传东晋时期，能“撒豆成兵”的郭璞来到这片土地上，亲自设计了一个沿“松台、海坛、郭公”等七山而建的城市，称之为“城绕其巅，寇不入斗，则安逸可以长保。”

然而，这座美丽的沿海城市，并没有世人想象的那样富饶。

“七山二水一分田”的温州，耕地资源严重不足，人均面积仅为全国的1/4，出现了“平阳讨饭、永嘉逃难”的落后局面。陈光自幼父母双亡，寄养在大伯家里，家族十几口人，仅有二亩山田和百株番薯藤园，起早贪黑，仍不能温饱。

而一海之隔的日本，在明治维新之后，经济快速发展，在1918年又实行了对中国人入境免签的政策，因此，一批又一批的温州人，开始挤上轮船，前往陌生的日本。只有十几岁的陈光，也加入了东渡谋生的人群。

1

日本并不欢迎中国劳工，而且免签政策规定，入境者必须携带30日元以上旅费或等值商品，因此陈光这些劳工只能伪装成卖雨伞帽

子的小商贩入境，还要遭受被称为“包客”的蛇头中介们的盘剥，但为了逃离瘠薄的土地，改变贫穷的命运，这一切似乎都值得。

抵达日本后，在同船老乡的带领下，陈光很快找到了同在日本的表叔和几十位同乡，这是温州封闭环境形成的特点：重视宗室之亲和同乡之情。在一个破旧的厂房里，表叔和几十个温州老乡搭出了一个简陋的落脚之地，陈光安顿下来之后，便跟随大家外出工作，大部分是挑煤挖土的体力活。

日本企业喜欢用华工，干活时间久，工资却比本土工人低30%，但对于陈光们而言，这一天工资已经可以抵上国内半月以上的收入。因此，尽管日本从1899年就开始实施排斥华工的政策，但华工人数依然稳步上升，在1922年达到了17000人，其中近5000人来自浙江温州和台州等地区。

然而，1923年关东地区的一场地震，给这些劳工们带来了一场意想不到的厄运。

当年地震为里氏8.1级，东京的大火烧了三天三夜，造成44万栋房屋烧毁，14万人死亡。日本民众对政府救灾不力极为不满，军部好战分子伺机推翻内阁掌控了政府。为稳定民心，日本军部大肆制造谣言，称中国劳工得罪了天神，导致日本列岛下面一条鲑鱼翻身才引发了这次灾难。

民众的怒火迅速转移，手持刀棒的学生、浪人、军警，四处寻找中国劳工，最终近700名中国劳工被残杀，其中90%为温州人。陈光住的那座破旧厂房，也在一天深夜遭到了数百名日本浪人的围攻。自小机警的陈光，躲在了厂房的地下货窖里，才逃过一劫，而他的表叔和另外十五位同乡，全部在当晚遇害。

有幸逃脱的陈光，却没有回到温州，而是跟着幸存下来的同乡一起，途经厦门、新加坡、马赛等地，在1923年底来到了法国巴黎，继续打工谋生，而一待就是三十五年。这期间，洗盘子、扛袋子、拉车子、卖皮夹子，被警察关押、被打掉门牙，甚至被狼犬追咬。对陈光而言，浪漫的巴黎，并不比凶恶的东洋更温柔。

1958年，被誉为“现代新闻摄影之父”的法国摄影师亨利·布勒松来到中国，用35毫米相机记录了这一特殊时期。照片随即在法

国华人圈里引起了强烈反响。陈光在法国的积蓄并不多，但他时刻惦记着国内的穷亲戚们。于是，他准备了一些钱和一封书信，托人从法国，途径香港，带回了温州。

在给伯父和堂兄弟们的这封信中，陈光讲述了自己离开家乡的无奈、逃离日本的凶险、寄居法国的辛酸，并在结尾嘱咐道：“人一定要拼，哪怕生为草绳，也要做绑螃蟹的那根。”

常年的劳苦导致陈光的身体越来越差，不舍得花钱住院的他，在1960年孤身辞世。在离开这个世界时，陈光并不知道，他给亲戚们寄的钱，在那个计划管控的年代，并没有发挥什么作用；而那封信，却给伯父一家造成了无尽的麻烦。

他更没预料到的是，在接下来的几十年里，那片他魂牵梦萦的土地，会以一种无比惊人的强势，登上中国经济舞台。

2

就在陈光往老家寄信的1958年，他的堂弟陈明正经历着人生的第一次风波。

两年前，号称“永嘉三杰”的温州永嘉县委副书记李云河，在燎原农业合作社试点“包产到户”，这一政策大受农民欢迎，生产积极性大幅提高。于是，1957年李云河在《浙江日报》上发表了调查报告《包产到户是解决社内主要矛盾的好办法》，成为全国第一篇公开论述包产到户的文章。

已经做到乡党委书记的陈明，对包产到户政策非常赞成，更是在辖区内积极推进。陈明小时候虽然贫穷，但是也很爱读书，而对于本土的“永嘉学派”更是颇为推崇。因此，他常常鼓励自己的儿子陈谢国用功读书，以开启老陈家的仕途之路，发扬“经世致用”的传统理念。

然而，一张针对李云河和包产到户的大字报，很快将众人的热情浇灭：“自己讨个老婆姓包，李家三兄弟讨的老婆都是包、包、包。”《人民日报》也旗帜鲜明地点名温州方案，“犯了离开社会主义道路的原则性路线错误”。于是，李云河在干部会议上被划为右派分子，陈明也被免职，成为了批斗对象。

李云河的倒台给刚起步的温州经济带来了重创，而这只是国家工作重心从经济调整到其他领域的一个开始。

1966年，陈光从法国寄回来的那封信，被前来抄家的群众搜了出来，成为了右派陈明一家“通敌叛国”的证据，将其拖入了无底深渊，已经在县城单位上班的陈谢国，被押回农村劳动改造。

三年后，陈明离开了人世，陈谢国也彻底陷入了对人生前途的迷茫之中。在农村劳动的那些日子里，叔父陈光的经历和草绳的比喻，总会给他一些勇气和耐心，直到1977年，终于有一股暖风，让他重新兴奋起来。

3

1976年，国家结束了长达数十年的动荡，第二年，高考恢复，成千上万学子奔走相告，而温州金乡镇的群众们，更是群情振奋。金乡是商标的生产基地，早在明朝就有产品远销东南亚。恢复高考后，金乡人的脑子里只有一个想法：这么多大学要招生，肯定缺少足够的校徽。

于是，只有8万人的金乡镇，涌现了700多家商标厂。宣传资料通过“三分钱”的邮票送往各地，产品则被跑断腿的供销员一麻袋一麻袋地送往各大高校。当年金乡镇的校徽销售收入达到了100万元，销量占到了全国一半以上。

没钱办厂的陈谢国，也加入了供销大军，当他身上别满了各式校徽，在各个大学的办公室里进行推销时，仿佛挂着功勋的战斗英雄。

次年十一届三中全会召开并确定了改革方针，一些省市还在疑惑如何推进的时候，尝到甜头的温州人已经热情迸发。而此时的中国也处于物资奇缺的时代，螺丝、纽扣、线圈等小日用品也供不应求。于是，“针头线脑”的温州人，全家出动，在家庭作坊里将一批批小产品生产出来，然后被千军万马般的供销体系推向全国。

小商品的“流通差”成为了温州人的第一座金矿。温州民间出现了这批潮流的代表人物：“八大王”，即五金大王胡金林、矿灯大王程步青、螺丝大王刘大源、合同大王李方平、旧货大王王迈任、目录大王叶建华、线圈大王郑祥青、电器大王郑元忠。

八大王成为领域的带头人，开工厂、招工，或买轿车、或盖洋房，财富效应激发着更多的人丢田弃船，倒货开厂。

陈谢国利用早年叔父的海外资源，接到了世界杯纪念章的订单，准备自己办厂大干一场。不少法国华侨纷纷联系到他，即使不回国也希望向他汇款做股东，充分展现了温州人的信用文化。

然而，晴天霹雳突然来袭。1982年，中央开始打击经济领域犯罪活动，温州八大王被树立为“投机倒把”的反面典型，相继被捕判刑。其他个体户也逃的逃、抓的抓，七零八落，陈谢国也停掉了工厂建设。这段时间，温州工业增速从1980年的31.5%，陡然下滑至1982年的-1.7%。

4

幸运的是，“打击”的初衷并不是针对私营经济，而是那些“不过一两年时间，就有相

当多的被腐蚀了的干部”。随后，邓小平对安徽“傻瓜瓜子”也作出批示，“就那么几个人，搞资本主义再把他拉回来就是，让人家搞一搞有什么可怕的”。这为私营经济打了气。

因此，在八大王被抓的年底，陈谢国和其他1200多位“资本主义尾巴”，被邀请到温州市人民代表大会参加会议。陈谢国觉得这是再清楚不过的“鸿门宴”，他和几个朋友打招呼告别，还特意让家人准备了住“号子”用的脸盆和被服。

出乎意料的是，当天他不仅与市委书记袁芳烈“平起平坐”，还被邀请上台做了发言。会议结束后，陈谢国找到袁书记，希望把领导“讲话稿”带一本回去当证据：“这下真的给我们壮了胆，定了心，可以放开手脚去干了。”

政策的暖风频频吹来。1984年八大王相继平反出狱，1985年著名社会学家费孝通，盛赞“小商品，大市场”的温州模式，《解放日报》也刊登了“家庭工业看浙南”的头版文

章。1992年邓小平南巡后，更加释放了政府对经济改革的决心。而这期间，温州人的商业荷尔蒙彻底激活。

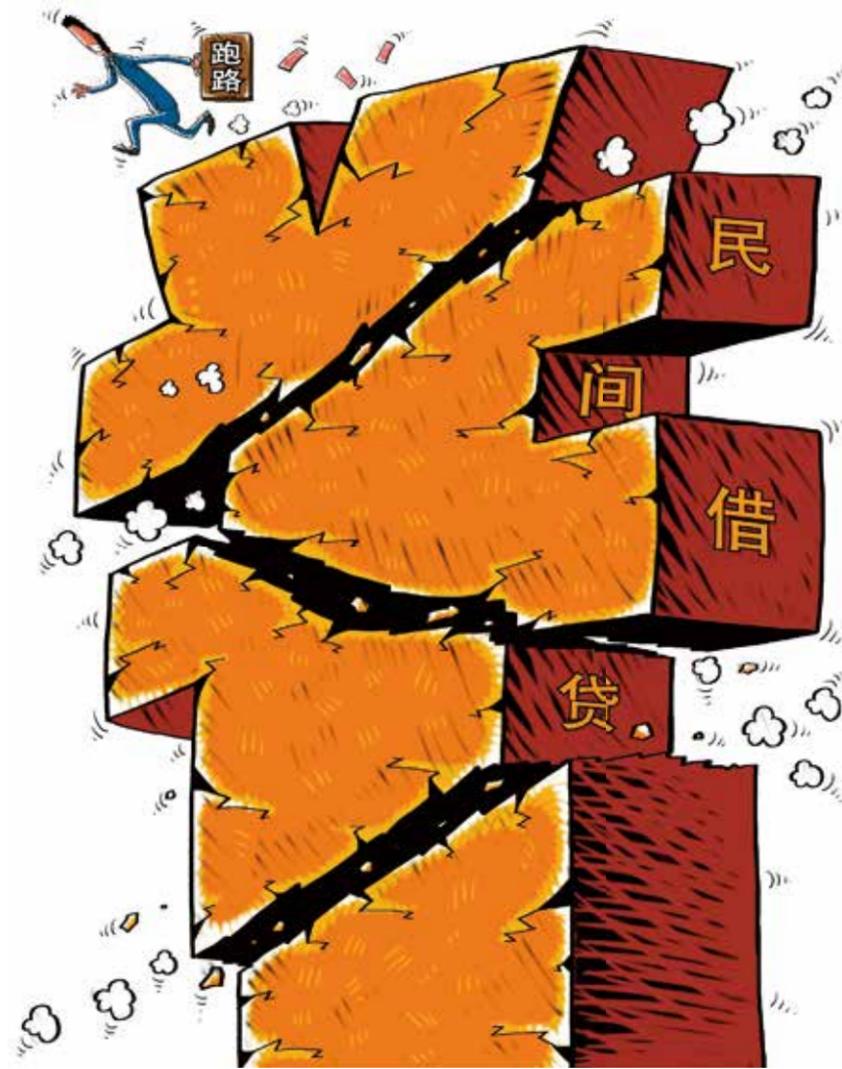
上世纪八九十年代的中国，消费者缺商品，生产者缺资金。而敢闯敢拼的温州人，在发达的民间信用体系支撑下，如鱼得水：发现机会、亲友集资、加足杠杆、快速复制、垄断行业。小小的温州，产生了永嘉桥头纽扣市场、乐清柳市五金电器市场、乐清虹桥综合农贸市场等十大专业市场，享誉中国。而这背后是几千个生产基地、十万个家庭作坊。

在得到时任副总理的万里批示“大胆试验，中央支持”后，1986年温州被国务院列为试验区，温州人“勇于突破、敢为人先”的特点也在这一时期展现得淋漓尽致。

比如农民手里有钱却没有城镇户口，进不了城，于是就集资建了中国农民第一城：龙港；从外地回温州没有航班，就包飞机，开辟航线，成立了中国首家私营包机公司：苍南县天龙包



《温州一家人》，一部关于温商的奋斗史



5

机业务公司，吉祥航空（均瑶集团）的前身；国有银行贷款难度大，流程长，于是就成立了新中国第一家私人挂牌的金融机构：方兴钱庄（开业第二天就被国有银行抗议，被迫转入地下），和第一家民间股份银行：鹿城城市信用社；而苍南县桥墩门啤酒厂成功改制为温州南方啤酒有限公司，更被称为中国第一个股份合作企业示范章程。

尽管出现了以“杭州武林门焚烧温州皮鞋”为代表的产品质量信用危机，但也不能阻挡在中国经济转轨的大风中，顺势飞奔的温州人。温州GDP从1978年的13亿，飞速发展到2000年的822亿元，位居浙江省第三。这一阶段在电视剧《温州一家人》中得到了良好的诠释，也吸引了英国BBC前来拍摄了纪录片《通往财富之路》。

陈谢国的事业，也从三五人的小作坊开始，不断壮大。凌晨两点工人下班后，陈谢国躺在车间的地铺上，看着身边的机器，想着陈家经历坎坷的那些先辈们，不禁感慨：时代真的不一样了，真好。

1995年，陈谢国的工厂已经达到了1500人的规模，前辈的海外关系、产品的高性价比，为公司带来了源源不断的海外订单。货车在路边排成一列，司机在车厢里吃睡。产品刚下装配线，就立刻打包发货。连年出口创汇在2000多万元以上。当地政府非常高兴，于是，工厂门前的路也改为了谢国路。

然而，到了2002年，陈谢国的工厂，在利润连续三年下降后，出现了首次亏损。

小平同志南巡的十年后，中国经济快速发展，已经不再是物资匮乏的时代了，质量超越价格成为了消费者考虑的主要因素，劳动密集型的低端产品竞争激烈，这也是温州工厂普遍面临的问题。

鼎盛的打火机行业，在1992年足足有3000多家企业。一年多后美国对打火机实行儿童保护法（要求增加防护开启装置），导致一半以上企业关门。而到了2008年，则只剩下100多家。当年号称“打火机配件一条街”的信河街，也已经成了卡牌娱乐的聚集地。

样式老套、环保要求成为公司发展的两座大山。而为了改善局面，陈谢国经常开着自己的桑塔纳到50公里外的茶山，去旁听城市大学里的经济课。在课上他得知了提高利润率两个措施：产业升级生产高利润产品、加强管理降低生产成本。

然而，以家庭作坊为主的温州，并不具备升级的产业配套。高校稀少，也缺乏技术人才，第一个方案只能被忽略。而自己的儿子陈继兴管理方面是半吊子，并不愿意继承父业。

陈谢国也曾聘请过职业经理人，但厂子里的亲戚也总会排挤外人，因此，即使“50万年薪+奔驰车+提成”的天价待遇，也没能招来金凤凰。

幸运的是，陈谢国很快就发现摸索到了提高利润的第三个措施：投资其他资产获取价差收益。

1998年，为了抵御亚洲金融风暴的影响，国务院决定将房地产作为经济发展的支柱产业，以“取消福利分房，实现居民住宅货币化、私有化”来推动房产改革。

和喜欢追政策热点的温州老板一样，陈谢国也用原本计划购买原材料的资金，购买了鹿城区两处房产，结果一个月便实现了20%以上的上涨。有点吃惊的陈谢国快速出售了一套，但十天之后，当他决定以高于售价10%的价格，再重新购买一套房产时，他意识到：实业的路，回不去了。❶

（本文仅为作者本人观点，不代表本刊立场。）

温州人的“丝绸之路”

文_格格巫 图_视觉中国 责编_任学奎



在欧洲生活着一个特殊的华人群体。

当然，不仅是欧洲，他们的足迹遍布整个世界。他们虽然是中国人，却不太说普通话，法语肯定说得也不是很流利。这帮人穿着打扮和周围人比起来有些土气，可却是名副其实的法国最有钱的华人群体。他们便是温州人。

温州人在法国社会中充当的角色非常多样。从打黑工的到银行主，从餐厅老板到上市公司董事，甚至市政厅都会有他们的身影。

这些温州人是如何在没有根基的西方世界站稳脚跟的呢？

登陆意大利

温州人来到欧洲的方法充满了某种上不得台面的色彩。

上世纪八十年代，托人办苏联的公务签证还比较方便，于是大批“有办法”的温州人通

过火车穿越苏联一路到达了黑海沿岸。通过专业偷渡的蛇头，他们从黑海沿岸港口经过土耳其海峡（包括博斯普鲁斯海峡、马尔马拉海和达达尼尔海峡）到达了意大利北部地区上岸。

而后这些温州人从提心吊胆地打黑工开始，等待大赦洗白身份。由于最早的打工生涯就是服装黑工，这一批早期的温州移民后来转型成了服装商。如今，温州老板已经在像佛罗伦萨这样的城市垄断了廉价服装批发。

在当地华人中间流传着这样一个段子：有一天，佛罗伦萨某广场广告牌跌落，砸伤三个人，分别是一个董事长和两个总经理，并且都是温州人。

除此之外，还有一批数量更多的温州人，沿着现在海上丝绸之路，经过马六甲、印度洋、亚丁湾最后穿过苏伊士运河，经过几十天的航运到达地中海。紧接着，他们也选择在意大利北部上了岸。

北上瑞士

在意大利流传着一个“鄙视链”。

南意大利看不起北非，北意大利看不起南意大利，德国看不起整个意大利。事实上，疲弱的意大利国内市场也很难满足温州人巨大的生意胃口，他们的生意规模始终都只能维持在一个比较低下的水平上。经过权衡，温州帮决定，北上去欧洲更富庶的国家碰碰运气。

他们去的第一站就是中立国瑞士。有句话这么说的，“没有钱，瑞士人不会为了任何人卖命。”瑞士人正是靠着为有钱人卖命的雇佣兵行当发了家，后又因其忠诚的金融业闻名于世，自己成为了最有钱的国家。

瑞士私营企业发达，而且税率比较低。就算是打工，瑞士的最低工资也是美日英法德这些主流发达国家的两倍以上。

不过对于温州人来说最致命的是，瑞士的规矩实在太多。在瑞士，移民条例、环保要求、产品品质上的商业法律法规多如牛毛。温州人想在瑞士做些可以快速发家致富的买卖，就像戴着枷锁在跳舞，是几乎不可能的。

失望的温州人最终选择离开瑞士，可能也是一种必然。灰心离开瑞士的温州帮最后把目光，瞄向了阿尔卑斯山的另一头——崇尚自由的法兰西。

奔向法兰西

想要翻越阿尔卑斯谈何容易。这可不是比喻意义上的翻越，而是温州人靠体力重走汉尼拔和拿破仑的老路。

正值冬季的阿尔卑斯山脉平均海拔三千米，平均气温零下二十度。对比有着充足补给的古代翻山大军，温州人的准备少得可怜。他们缺少燃料和食物，在山间跋涉可谓是步履维艰，甚至付出了惨痛的代价。

现在在巴黎美丽城华人区的温州老人，有些会少一根或是几根手指。这一普遍现象正是在翻跃阿尔卑斯山的时候出现的。由于极度低温，许多人冻掉了手指脚趾。不幸运的那些人甚至没能活着看到法兰西。

一路抛下冻僵的尸体，终究还是有很多温州人爬过了雪山，并且一路北上到达了巴黎。

到达巴黎的方式多种多样，出卖体力翻山越岭终究还是比较低端的方法。对于稍微有点钱的温州人，偷渡的蛇头会有高端定制。

生根在巴黎

巴黎这个或许是世界上最包容的城市，逐渐接受了苦命的温州“难民”。温州人也凭借吃苦耐劳的精神，“回馈”了开放的巴黎。他们用或明或暗的各种竞争方法，渐渐控制住了二区、三区和十一区。

欧洲人的商店通常周日不开门或者只开半天门，休息天人们反而没有地方去消费。无论是阿拉伯人、黑人，还是白人，都很少会早上八点以前工作，还不时需要根据宗教文化传统进行休假。

唯有温州人几乎不需要休假。他们主导的美丽城给巴黎带来了从不开烩的夜生活，商店也随时开门迎客。

在制造业方面，温州人在巴黎用低于百分之十的利润率恶性竞争，用超负荷工作急速完成订单，用野路子打跑了许多犹太人。到现在，巴黎纺织业的70%是由温州人控制的。

在法国的温州人大多选择经营鞋服生产厂、中餐厅、宾馆和华人旅行社，也许正是因为他们早年的生涯里和这些行业过从甚密。

随着信息化时代的到来，温州商人的经商方式发生了翻天覆地的变化。原有的打压竞争对手、用拼命三郎精神压榨生产力的方法不奏效了。他们必须想出获取更多盈利的办法，才能在新时代立于不败之地。

“回国”的路

为了满足国内逐渐增长的网络经济需求，很多在法国的温州商人兼理网店，其实也就是往国内倒卖外国货。这些所谓的“新”商业，背后的主导策略却依然是压缩成本、薄利多销。

然而在法国和上游供应商谈价格是非常困难的，温商甚至没法从厂家直接进货。为了得到供货，温州人自己在巴黎开了美妆店，佯装通过合法途径在供应商那里获得货物。实际上，这些美妆店都是形同虚设，凡是国内比较紧俏的产品，都截了下来往国内市场供应。

事实上，根据中国法律，像温州人这样的行为是违法的。用正常的商店货柜往国内供货，却不交关税，被海关部门发现后必定受到重罚，但价格战打习惯了了的温商不可能把关税的蛋糕让出去。

通过海洋运输的偷渡把欧洲的廉价药妆护肤品奶粉运往国内，这不失为一个好的方法。这条中欧黄金航线大约需要26天时间。而空运虽然成本比较高昂，但一般四天便能保证到达浙江。

互联网经济时代越来越强调速度，航空运输在时间成本上的优势，使得温州人的货物通过高速度占领市场，铺满市场。

通过对几家航空公司施压，温商最终与荷兰航空签订了长期服务合同：从阿姆斯特丹到香港的航班，为温商提供2.5欧元每千克的空运费用。这比普通的货物递送便宜了一半都不止。

最重要的是，这条通往香港的航线可以在关税问题上动手脚。香港是一个自由贸易港口，许多货物到香港免税。更重要的是，货物进入香港不需要各种文件审批，省钱省事。货物随后从香港通过走私船到浙江，并最终出现在某些电商平台的货架上。■

（本文仅为作者本人观点，不代表本刊立场。）

温州，黄鹤!

编撰_任学奎 图_视觉中国 责编_任学奎

黄鹤应当是温州近五年来最出名的商人。

1 黄鹤真相

2013年开始,一段录音让黄鹤“闻名”全国:“浙江温州,浙江温州,最大皮革厂,江南皮革厂倒闭了……我们没有办法,拿着钱包抵工资。原价都是三百多、二百多、一百多的钱包,通通二十块,通通二十块。”

这段录音一度成为2013年的网络流行语,被网友戏称为“黄鹤体”或“黄鹤录音”。在此后的几年里,这段录音被“添油加醋”引申出了多个版本。

事实上,这个段子一样的录音并非完全杜撰。

“江南皮革厂”全称浙江江南皮革有限公司,2002年在温州设立,位于温州市龙湾区,

投资方为温州江南控股集团,董事长黄作兴,做阀门起家。投产后,江南控股集团占皮革厂50%股份,黄作兴将工厂交给其侄子黄鹤管理经营。黄鹤拥有工厂10%股份,系法人代表。

资料显示,投产开始,江南皮革有限公司一直经营良好,一度成为当地知名皮革企业。2010年实现销售额3.41亿元,利润3425万元。当年还在台州临海开了新厂,两家工厂的产值合计达5亿。



值得注意的是,即便在生意最为红火的时候,浙江江南皮革有限公司也从未生产过成品皮包,其主营项目为PU合成革制造,合成革原料销售。

良好的经营状况持续到2011年厂长黄鹤跑路。

2011年4月,黄鹤和妻子邵某一起失联,名下多家公司随之停业。失联前,二人多次以公司或个人的名义与银行签订授信协议,获取贷款超千万元,被质疑涉嫌“贷款诈骗”。

“黄鹤一去不复返,白云千载空悠悠”。据《钱江晚报》报道,之后,黄作兴给侄子还掉了部分债务。当时,黄作兴一共拿出了近1.3亿元,偿还了工厂的担保款和工人工资。公司也开始进入破产清算流程。

2018年8月8日,浙江江南皮革有限公司对外公告称“对破产财产做最后分配”,这让曾经的网红“江南皮革厂”再次成为热议话题。这次,“江南皮革厂”真的倒闭了。

2 温商的2011

黄鹤“跑路”的年份很特别,这一年,温州盛极而衰。

1987年,温州民营经济迎来一道坎。这年夏天,杭州武林门广场的大火,让温州鞋曝光于全国视野。经此一役,温州货信誉一落千丈,几乎波及整个制造业,手表、商标和低压电器纷纷爆出“伪劣丑闻”,就连朱镕基也开始知道:温州的假冒伪劣商品很出名。

向死而生之际,有人一蹶不振,有人痛定思痛,利用这个契机,开始了制造业升级的漫长跋涉。然而,今天来看,很难认为温州从这场大火中真正得到有益的教训。如今温州制造业名声在外,但多数温州企业仍停留在低端制造环节。

更进一步,不难发现,今日温州企业资金断裂、老板跑路的“多数派”,正是这类企业。

此类企业多数充当着市场补充者的角色。缺乏技术创新和品牌优势,凭借低廉的用工成本在全球接纳订单,长期依靠微利生存。作为“补充者”,意味着随时可能被更具竞争力的对手替代,在先天便处于劣势地位。不幸的是,



1984年,在北京卖服装的温州人。有人曾经统计过,680万温州人中,就有160万人从事商业经营活动。这支经商大军走南闯北,遍布全球。哪里有市场,哪里就有温州人,哪里没有市场,哪里就有温州人去开拓

后天环境也未能及时为其提供成长、升级的发展条件。

关于资本的趋利性,马克思在《资本论》自有阐述,大意是说资本总是流向能使其增值的领域。温州人对此早有体会。1985年前后,官方金融政策不对私营经济开放,民间融资成为温州企业发展的重要资金动力,以当地俗称的“抬会”形式存在,民间资本流量大约超过3亿。

尽管“抬会”最终演变为一场风波,却让温州人体验到资本增值的乐趣。

日后温州大量中小企业将剩余资金用于投

资,而非设备更新换代、新技术的引进、采用科学管理方式,一方面助长了畸形繁荣的投资火焰,另一方面造成制造业发展的乏力,使其在资本的魔力面前相形见绌。

从本质上讲,商人趋利避害,无可厚非。然而,令人遗憾之处也在于此,温州老板将有限的现金流入入投资领域时,恐怕不会料到日后将沦落到借贷无门、跑路跳楼的境地。

温州的样本意义,不仅呈现改革的出路,也在探明前进的陷阱。时至今日,风潮蔓延,噤若寒蝉,又岂能说不是“中国制造”的集体困境?纪伯伦说:“我们已经走得太远,以至于忘记当初为什么而出发。”



2012年，温州万达售楼处，曾经随处可见“太太购房团”活跃的身影

3 淡去的品质

吃得苦、受得累、信誉好，这是改革开放三十多年来温州商人打下的金字招牌。然而，随着过去几年里温州数十位昔日富豪老板资金链断裂后“跑路”，使得温州商人以及当地经济状况备受拷问。

早在上个世纪90年代，温州艰苦创业的精神让人记忆犹新。

不仅在温州当地，在全国中小城市都能看到温州人开设作坊，全家老小起早贪黑，一起干活加工眼镜、电器的身影，他们甚至还要自己蹬着三轮车送货。

对于那个时代温州商人及其骨子里面的精神，温州市管理科学研究院院长周德文概括说，“上世纪80年代为‘四千精神’，即走遍千山万水、历尽千辛万苦、说了千言万语、想出千方百计；90年代为‘四自精神’，即自力更生、

自担风险、自强不息、自求发展”。

然而，转瞬之间，温州中小企业突然面临大量倒闭的消息，令很多温州商人开始反思到底问题出在哪儿？

在周德文看来，大批企业逐渐放弃实业，转向投资房地产以及虚拟经济，从而埋下了危机的伏笔。以打火机企业为例，2001年时温州拥有近4000余家打火机企业，占据了全球金属打火机80%的市场份额，而十年后保留下来的企业却已经不足100家。

在暴利的引诱下，更多的温州人开始迷恋上房地产这个游戏，甚至不惜铤而走险借助高利贷。与此同时，部分富裕起来的温州商人渐渐沾染上赌博恶习，甚至靠高利贷筹集赌资。

中小企业难以获得融资使得民间借贷泛滥。2011年，黄鹤“跑路”的这一年，温州民间借贷空前活跃，仅上半年，温州当地发生的民间借贷就高达485.5亿元，是中小企业资

金来源的主要渠道之一。

据介绍，当时的行情是每万元的民间借贷月息高达600元，甚至有个别企业所借贷的钱，每万元月息达800-1000元。

周德文强调，随着2010年以来全国房地产调控政策频出，房地产利润难以支撑高昂的高利贷利息，资金链断裂成为压倒诸多温州商人的最后稻草，于是“跑路”成为必然的结局。黄鹤不是第一个，更不是最后一个。

4 迷失森林

2011年至今，温州一直在“挣扎”。

2012年初，正值温州深陷民间借贷危机，中国春平集团董事长林春平高调宣称，斥资6000万美元收购了有85年历史、位于特拉华州的美国大西洋银行，并更名为美国新汇丰银行重新试营业。



身陷囹圄的林春平

在当时温州民间借贷危机缠身的时点，林春平“美国买银行”壮举契合了官方对温州产业转型和重塑金融形象的期望。

随后不久，林春平一跃成为温州民间资本突围的标杆式人物，不仅冠上政协第十届温州市委员会委员等头衔，还得到了浙江、温州市两级政府领导的高度表扬。浙江省一位主要领导曾在全省民营经济万人大会上表示：“温州有位企业家林春平，收购了美国银行，了不起！”

时年42岁的林春平是温州市瓯海区人。据之前公开资料显示，其产业投资涉及农业、农副产品加工以及皮革、矿山、铜业、国际贸易等领域。

然而，事情在当年3月初出现反转，新华社实地调查发现，林春平所谓收购美国大西洋银行一事纯属子虚乌有。谎言被戳穿后，林春平召开新闻发布会，就夸大事实表示反省，向

公众鞠躬道歉。

2012年3月底，政协第十届温州市委员会常务委员会第二次会议决定：同意林春平辞去温州市政协委员职务。这距离林春平1月18日履职之日仅仅71天。辞职当天，一名自称是林春平“国内代言人”的陈姓助理，还信誓旦旦地告诉媒体，林春平正身处新加坡，从事原油转口贸易。

事实上，林春平本人以及以他人的名义注册的温州春平丽泰米业有限公司、温州双频实业有限公司、温州市中寿进出口公司等5家公司，通过分布在全国各地的中介人，向广东、福建、江苏、上海、湖南等全国22个省、市的企业大肆虚开增值税专用发票，涉及虚开金额数亿元，税额上亿元，造成几千万元的国家税款损失。

2个月以后，警方在珠海将林春平抓捕归案。

5 路在何方

坐在出租车里看温州，你很难把这座城市和财富联系起来。

几年前常去温州出差，坐过很多次出租车，没有一辆，哪怕一辆的副驾驶位置上开车窗的把手还健在，那里通常是一个洞。车厢内总是弥漫着浓浓的汽油味，手动挡的外皮经常翻起，看到里面黄色的内瓢。

司机找零的钞票常常又脏又破，用白纸小心粘贴了中缝的纸币时常见到，就像车外很多的建筑一样。

有一次，从这样的车里机打出的一张的票，即使对着太阳，也看不出一点印迹。“没墨了。”司机麻利地拆了机器，露出里面深蓝色的墨带，然后用手沾了沾口水，涂在上面。再试，依然是空白。

“好车不赚钱。”另一名司机解释说。

说话间，这种破破的出租车就像玩具车一样，常常在几条车道间穿梭着见缝插针，常常红灯的时候，车正好横跨在分界线上。或者摁着喇叭朝正前方横穿马路的行人冲去，在几乎要碰上的那一刹那，稍微打了一下方向盘，从行人身旁呼啸而过，没有减速。

温州的出租车几乎就是这座城市草根经济的象征：快、省、赶、急功近利、不重规则，却又热气腾腾。这些成就了这里曾经的辉煌。

很多的温州老板倒在了黎明前的黑暗，因为他们爱“投机”，觉得黑暗不会那么漫长，总会有一点亮光。但事实上，这一轮的危机中“黑的时候比以往更黑，亮的时候也会比以往更亮”。

有意思的是，尽管从2008年至今，温州的老板跑了一批，倒了一批，但温州人依旧充满希望。在很多我遇到过的采访对象中，温州人是唯一没有把希望寄托在政策上的，就像他们曾经做过的那样。

“温州人的‘自我净化’能力很强，他们不会找市长，只会找市场。一旦出现危机，民间会自动产生替补机制顶上”。

很多人都这么说。■

吴万鹏：欲戴王冠，必承其重

文_任学奎 责编_任学奎

提到南京万德集团，我们很多时候都聚焦于他们的产品和解决方案，其六大业务板块中的“文创”却很少被专门提及。事实上，这个板块是南京万德集团董事长吴万鹏的“野心”所在。

古埃及神话中，有一位叫做荷鲁斯的神，他隼头人身，头戴王冠，腰围亚麻短裙，手持沃斯手杖。荷鲁斯是法老的守护神，同时也是埃及王权的象征。

在南京万德集团的六大业务板块中，万德文创正是扮演着“荷鲁斯”的角色。吴万鹏解释说，任何一个解决方案都离不开文创，也只有通过文创，才能让解决方案拥有更高的附加值，而不是单纯的产品叠加。

吴万鹏说，“我们不仅要去做这个行业的首创者，还要不断去创新，引领这个行业的发展。在这个领域我们要做王者，这才符合‘荷鲁斯’的设想和定位”。

但三十年前，当吴万鹏决心离开温州去深圳闯荡的时候，他从没有想过成为所在行业的“荷鲁斯”。那时候他最多想到的是，用赚到的钱给自己买一辆摩托车。

闯深圳

1989年7月，吴万鹏不甘心偏安一隅，南下深圳去开拓市场。那时候万德做的是“游乐设备”——他们在老家温州的老本行，因此打交道最多的就是幼儿园，“没去深圳的时候，我根本不知道那块市场有多大，去了才发现那就是一片蓝海”。

吴万鹏说，那个市场几乎就是一片空白，但由于深圳是改革开放的前沿，客户的眼光往往也很超前，他们对产品的标准要求很高。新的客户和新的理念拓展了吴万鹏的眼界，他深刻地觉得从企业的发展来看，将工厂从温州搬迁到深圳是最合适的。

但万德（温州）当时仅仅是做贸易和服务，所以工厂搬迁的问题，万德说了不算。经过长时间的酝酿，他们决定真正地走出温州，到最开放的地方做自己的工厂。这是万德的第一次转型。吴万鹏笑说，万德完全就是被市场逼着走上了制造业的道路。

1999年，深圳万德正式创立，第一家工厂也随之建立，他们希望做“国内最好的企业”。但这个想法仅仅是他们对未来的“美好愿景”。到底怎么去做，怎么去解决设计、生产、质检等一系列问题，万德团队没有任何经验可以借鉴。

现在回忆起来，吴万鹏说，当时其实还是有一点“意气用事”。

现实给“意气用事”的万德上了一课。他们发现制造业与贸易是完全不同的两码事，在很长一段时间里，他们也没能把工厂做到他想象中的那样，但“学费”却是交了不少。吴万鹏第一次感受到了制造业的“血雨腥风”。

走出去

经过一段时间的磨砺，工厂逐步进入正轨，吴万鹏的心又活络起来，他希望万德不仅仅是深圳的万德，更能走出国门成为“中国的万德”。但他第一次走出去的记忆却并不美好。

2003年前后，吴万鹏接到一笔来自英国的订单，大约十多万欧元。然而两个货柜在到了英国后，被客户全部以不符合标准为退货。

“一开始客户觉得我们是做工厂的，肯定懂标准，他问我们，我们也以为自己懂。以为按照客户的要求，在外形上符合就行了，但是我们不知道所谓欧美的标准指的是技术安全标准，涉及结构、工艺、组装程序，以及VOC检测等”，吴万鹏说。

面对退回来的货，吴万鹏和他的伙伴决定弄清楚“欧盟标准”到底是怎么回事。他们花重金从德国请来TüV认证专家来工厂“会诊”。

然而德国专家大约就花了半个小时，就决定终止验货。

德国专家对吴万鹏说，万德的这批产品完全不符合标准，“你们重新做一批合格的产品，然后我们再来做认证”。当时吴万鹏傻眼了，他介绍说，这不仅仅是重做一批就损失一笔钱的问题，更重要的是他们根本不明白需要在哪些方面进行改进。

吴万鹏再三请求德国专家为员工讲解欧盟标准。那一天，他第一次知道关于剪切、缠绕等影响孩子的“五大安全隐患”，“做了十几年产品，第一次听说这样的标准”，吴万鹏讪笑说。

当晚，万德的研发总监带领团队按照学到的新知识对产品进行整改。第二天，德国专家惊呆了，在他们看来，这是一个奇迹，“在欧洲，这是需要几个月才能解决的问题，你们一夜之间解决了90%以上”。

这个奇迹让严谨的德国人当场拍板，“你们只需要把改成的产品和流程拍照片给我们，我们可以破例视你们通过认证”。

吴万鹏记忆犹新，这是万德第一次真正意义上进入欧洲市场。

做标准

2008年之前，南京万德集团参与组建了国内室外健身器材技术联盟，吴万鹏被推举为技术联盟的第一任理事长，他特别突出了“技术”二字。

在国外大获成功之后，南京万德集团在国内也不再满足于过去合作的地产项目，他们准备涉足政府项目的招标采购。他们希望通过联盟的力量，推动国内行业标准的修订，“随着时代的发展，2003年制定的行业标准其实已经落后了”，这个想法与国家体育总局标准委员会不谋而合。



万德集团董事长吴万鹏

吴万鹏提出，新的国标就是要提炼出主流发达国家的标准，然后结合中国的实际情况，最终形成新的标准。但是他的想法一开始并没有得到同行的支持，同行认为“只有万德能做到的标准，不能成为行业标准”。

对于国内同行的异议，吴万鹏说，“我相信，只要是万德能做到的，其他企业一定能做到，如果你们做不到，我们开放专利，无条件教你们”。

南京万德集团有两家来自日本的合作伙伴，他们不同于欧美企业，不会委托第三方验货，每次都要亲力亲为。有一次，他们因万德的“玩具平台上有脚印”而拒绝验货，这件事引起了万德员工的强烈抵制。员工们认为，这是日本人在故意刁难。

吴万鹏也动摇了，他认为日本人太较真了。但当时负责验货的日本客户跟他说，“与万德合作多年，我们发现不少问题，并不是你们做不到，而是不愿意去做。中国有句谚语叫‘常在河边走哪有不湿鞋’，我们日本同样有一句话是‘常在河边走永远不湿鞋’，你们早早地为湿鞋找好了借口”。

后来，吴万鹏常把这个经历讲给同行听。在他的努力下，新的标准最终被同行接受，也得到了国家体育总局的认可，并于2011年正式颁布。

从那时候起，南京万德集团在国内的发展进入了快车道，吴万鹏说，“虽然参与标准制定过程中我们付出了很多，但我们对标准的熟悉程度却领先于其他同行。新标准发布，别人还在摸索的时候，我们已经可以很好地应对了”。

追梦人

雷军无法准确地定义小米属于哪个行业，吴万鹏同样也不知道如何定义万德。“我们现在做的事情就是围绕本业，打造一个生态链”。

万德的生态链由他们的“六大解决方案”构成，这是吴万鹏最为得意的地方，当很多同行依旧在制造业上竞争的时候，万德已经开始考虑“当以前的同行成为自己的合作伙伴”。用吴万鹏的话说就是，别人在分这个蛋糕（市场），万德做的却是“如何把这个蛋糕做大，让更多的人分享”。

温州商人的胆大、敏锐，以及快人一步的性格，在吴万鹏的身上体现得淋漓尽致。

2022年冬奥会将在中国举行。2015年初，国家主席习近平在会见亚奥理事会主席艾哈迈德亲王时强调，北京举办冬奥会将带动中国3亿多人参与冰雪项目，这将对国际奥林匹克运动发展的巨大贡献。

短短几句话的新闻就给了吴万鹏新的灵感，冰雪运动解决方案成为集团创新发展过程中的六大解决方案之一。吴万鹏坚信，冰雪项目并不是寒冷地区的专利，奥运会给它带来前所未有的发展机遇，“我认为，现在是历史上（发展冰雪运动）最好的机会”。

可以想象的是，冰雪项目并不会成为万德集团发展的最后一块拼图，但它证明了吴万鹏成为行业“荷鲁斯”的决心。

“80年代，我的梦想是买一辆摩托车。后来到了深圳，我想通过努力让自己的生活变得好一点。现在，我有了能为这个行业留下点什么的能力”，吴万鹏说，“这是一个非常适合有梦想的时代。” ■

大写的服：一半利润搞研发

文_李惟拉 责编_屈骞



左图：(资料图) 珠海航展上的国产航空发动机 @视觉中国

因为相同的专业和志趣，肖荣和彭凌剑合伙创立了北京兴荣源科技有限公司，肖荣担任总经理，彭凌剑是副总经理。凭借成为国内首家能批量生产高纯铬的企业，北京兴荣源于近日荣获了“中国制造之美年度评选”的优秀企业奖。

高纯铬的意义

可能很多人并不了解高纯铬的工业意义。

让我们举个例子。航空发动机，被誉为“人类工业皇冠上的明珠”，它反映了一个国家工业体系的整体水平。而长期以来，我国航空发动机的发展与世界先进水平之间差距巨大，除了工业体系问题外，最大的原因还在于材料方面的差异。

航空发动机的叶片需要使用高温合金材料，其中的金属铬就是最主要的原材料之一，是具有耐热性、热强性、耐磨性及特殊性能的主要材料。目前主流发动机材料中使用的都是纯度达到99.95%的高纯铬，要求低氧、低碳、低杂质。

在2016年之前，高纯铬只有俄罗斯和日本可以生产，并且他们还对中国实行严格技术封锁，要求国内企业必须出

示最终使用证明，并明确表示不得用于军事用途。而中国自己只能用普通的“铝热法金属铬”，这种工艺生产出来的金属铬，虽然产量大、成本低，应用于普通钢材方面没问题，然而对航空发动机而言纯度就低了，使得整机性能和发动机使用寿命都急剧下降。

如何大批量生产高纯铬一直是中国材料人的梦想，尽管国内各大科研院所、国有企业以及行业巨头都在竭力的推进高纯铬的生产研发，但是由于种种方面的限制，一直没有突破性进展。

直到北京兴荣源科技有限公司，在无外部资金支持和技术援助的条件下，经过多次的实验，终于突破了关键技术，成功的批量生产出高纯金属铬，填补了我国高纯铬的空白，也意味着航空发动机的又一项关键材料生产技术完全实现自主化。

肖荣介绍说，高纯铬的应用主要就是高温合金和溅射靶材两大类。战斗机航空发动机的叶片就属于高温合金，它要求整晶工艺，也就是说高温合金需要形成单晶，从而没有普通材料多晶晶粒之间易于断裂的晶界，能够大大保证叶片的稳定性。

而达到这一切的基础就是原材料的纯度够高。“应用于高温合金的高纯铬，主要看氮和氧的含量指标，尤其是氮，它对高温合金性能的影响很大。”肖荣说：“以前咱们的高温合金老是比国外差，后来有专家研究才发现，就是因为氮含量高的原因，现在我们的低纯铬完全可以满足任何高端生产需求。”

除了高温合金，高纯铬还能应用于溅射靶材镀膜。“这主要关注的是高纯铬的铁含量和氧含量。”彭凌剑说：“铁含量高了就对溅射的等离子体有影响，氧高了就影响材料的使用寿命，一般前者要达到100ppm以内，后者要在150ppm以内。”注意，这里的“100”，指的是100：1000000。唯有把杂质含量控制在百万数量级，才能叫高纯金属。

惊人的研发投入，换来国外垄断的打破

兴荣源能取得这样的技术突破不是偶然的。肖荣和彭凌剑都是传统意义上的“技术男”，从公司成立伊始，他们俩就全部扑在了研发上。肖荣说：“我们一年的研发投入占到了企业利润的50%-60%。”如此高的研发投入比例，也是笔者在多次的采访经历中所听过最高的数字。

肖荣毕业后曾进入一家不错的国企工作，然而节奏缓慢和论资排辈的国企氛围虽然清闲，却让年纪轻轻有着一股闯劲儿的肖荣感到“没意思”。现在的公司虽然小，但处处都充满着创业者的激情。

作为一个小型民营企业，兴荣源一路走来，在资金上遇到了种种困难，肖荣表示：“我们完全是凭个人意志和公司整体技术力量去做这个事儿。我和彭工都是纯搞技术的人，也不善于运作找赞助什么的，就是一门心思搞技术研发，维持我们在高纯材料方面的领先地位。”高纯铬的技术难点，除了杂质指标合格之外，更重要的是要达到可批量的、稳定持续的和安全的生产过程。“我们从2014年开始研发高纯铬，历经两年多，到2016年总算把这个产品稳定下来。”肖荣介绍说。



右图：高纯铬 @兴荣源

国产高纯铬的质量甚至比国外的更好，完全实现了替代，也打破了国外的垄断。

兴荣源在刚成立时做过国外厂家的国内代理，回首往事，肖荣很是感慨：“我们没生产高纯铬之前，完全没有主动权。我们明明知道这个产品的成本是多少钱，明明知道人家要的是天价，但是只能捏着鼻子买。”彭凌剑回忆，有一次向日方定购一批货，价格已经谈好了，但日方突然涨价，没办法也只能买。“那时候很窝心，现在好了，他们的价格只能贴着我们的成本去走。”彭凌剑说。

兴荣源的高纯铬得到了市场的热烈欢迎，因为降低了高纯原料的价格，他们还带动了下游中国溅射靶材行业的国际竞争力。

现在，除了高纯铬，兴荣源还在研制主要应用于高温合金添加材料和集成电路的高纯铪，并且已经上市了其中某一段的产品，一下就把原先占垄断地位的法国和美国公司的国内市场占有率，从最高80%降到了30%。目前高纯铪的制造技术还在进一步的完善中，两位创始人依然孜孜不倦的进行着技术的研发，用肖荣的话说就是，“我们就是靠这些技术活着，不搞研发还能怎么办？”

最头疼的是知识产权保护

然而，花了大代价的研发成果，最头疼的就是知识产权该如何保护了。说到这个，肖荣有一件至今仍记忆犹新的事。那是兴荣源成立之初，他们从2009年到2012年搞了三年研发，才做出了一种大尺寸的金属钒旋转靶材，这在当时国内也是领先的，然而因为被别人高薪挖走了一名生产工人，该项技术立即遭到了泄露。“材料行业的特点就是这样，一项技术往往只有几个关键性的技术壁垒，别人只要挖走一个工人，捅破一层窗户纸，整个工艺流程就能摸透了。”肖荣解释说。

但目前为止，尚无有效措施可以彻底杜绝这种现象，除了在经营中更加谨慎，肖荣只能寄希望于国家有关部门能够切实加强对知识产权保护的执行力度。

不管怎么说，在种种困难中，兴荣源还是只用了十年时间，就成为华北地区稀有金属原材料应用方面最大的企业。他们的客户包括了航空工业集团公司、兵器工业集团公司、航空发动机集团、航天科技集团公司、船舶工业集团公司等大型企业。

谈及未来，肖荣表示，除了高纯铬的产量要比去年的60吨有大幅提高之外，未来的兴荣源还将尝试形成产品闭环，向上游的原材料和下游的新材料产品方面再进一步延伸，不断在技术和应用上进行创新和突破，成为国内最有影响力的金属材料提供商。■

让天下没有难粉的墙

文_李惟拉 责编_屈嵩



左图：陈广杰@程工

日前，北京程工机械技术研究院的自动抹墙机荣获“中国制造之美年度评选”制造加工机械类的奖项。作为该产品发明人的陈广杰，花费了15年的时间，来实现他的夙愿——“让天下没有难粉的墙”。

“抹墙大师”是怎样炼成的

我国是人口大国，住房需求量巨大。房地产开发的迅猛发展使我国的建筑业得到了飞速的发展，这些房屋建筑从主体到装修，还全部由人工完成，工期时间长，质量不易保证。而在施工方最注重的工期中，墙体粉刷和装修占去了定额工期的50%，因此提高效率和质量是缩短工期、保证施工质量的有效措施。

其中，抹墙工作因为工序繁多，尤为辛苦。工人师傅需要找平、打点、穿筋、抹砂浆，再用刮杠刮，继续找平、抹砂浆……不仅累人，而且人工很难掌握平整度和垂直度，非有丰富经验的师傅不可。谈及发明初衷，陈广杰说：“我是农村人嘛，我家里亲戚有好几个都是干瓦工的，结果他们因为长年干这个，几乎每个人都有腰肌劳损、腰间盘突出之类

的毛病。那时候我就在想，农村人出来打工真的特别难，尤其是瓦工，别说机器代替了，连瓦工工具都没有带电的。所以我就在想能不能发明出一种机器，来代替人工，把大家从这种繁重的体力劳动中解脱出来。”

陈广杰大学时考取了机械制造专业，后来又拜师学艺，自己动手实践。机械要完全代替人工并不容易，但是陈广杰从未放弃。他借鉴人工的操作原理，结合专业知识，寻找机器设备的切入点，从画图到选材料，他相信抹墙机一定可以替代人工。

2003年，陈广杰初步做出了自动粉墙机，但是却尚不完善，还有相当大的改进空间，比如机器十分笨重、抹墙时到不了顶等等，问题不少。十几年来，他一直坚持改进。中途面临种种技术困难，曾经与他一起工作的合作伙伴也因为看不到成功的希望而选择离去。而持续的搞研发也耗费了大量的资金，陈广杰不得不东挪西凑来给自动粉墙机项目输血，他感慨说：“自己没有强大的心力真是走不到今天。”

但陈广杰始终没有放弃，他一方面经常召集厂里的骨干开会研究，集思广益，一点点排查找缺陷、找灵感；另一方

面，陈广杰也常常泡在工地上，从“实战”中找问题，发现一个解决一个。经过无数个日夜的工作，功能完善的新一代抹墙机终于做好了。“虽然我们现在的抹墙机完全可以胜任一般的抹墙工作，但我也并不认为就是百分之百的完美了，我仍然会秉持着‘工匠精神’去不断地改进。”陈广杰说。

如今的北京程工已经步入了企业发展的良性循环，自动粉墙机得到了市场的一致认可。在这个行业内，他们是当之无愧的领军企业，手握两项发明专利和五十多项实用新型专利，还参与起草了“自动粉墙机”的国家标准。

北京程工的“达牛”牌自动粉墙机已成功通过国家工程机械质量监督检验中心、机械科学研究总院工程机械军用改装车试验场检验合格，它的普及和推广使得传统建筑行业彻底告别纯手工抹灰时代，使建筑业全面进入一个现代化发展时期，也使得“让天下没有难粉的墙”成为现实。陈广杰自豪的说：“用我们的机器，两个人就可操作，一天粉三四百平方米的墙完全没有问题。”

“达牛”真牛

那么，说了半天，陈广杰发明的这台机器到底好在哪儿呢？

在北京程工的展示厅里，我们看到了自动抹墙机的工作全过程：在一面墙前，机器首先通过红外线定位找平，调整臂杆的垂直度，再利用摇臂螺旋杆进一步调整机器与墙面之间的距离，控制砂浆的厚度，工人填入砂浆后由电力控制抹墙板，沿着齿条升降作业。一上一下，仅仅一分钟，一面墙就粉好了，看上去平整光滑，经过测试，垂直度也完全合格。

目前的市面上，仿照北京程工的同类产品也有一些。然而相比那些使用了廉价配件和材质的产品，拥有国家高新技



右图：自动粉墙机在工作中@李惟拉



北京程工的工人们@程工

术认证的“达牛”牌果然要更“牛”一些：首先就是粉墙抹灰不留余地，墙面、阴阳角、门框、柱子等统统能够覆盖，可全方位施工，一次性到位；其次是采用了加宽铝合金材质折叠立杆，机器能轻松进出房间作业，无需拆装，更省工省力；第三是自动化程度更高，具有微电脑找平系统；最后，程工的机器采用了高频振动装置，粉出的墙面光滑平整，没有空鼓、裂痕等现象。

尤其是后两点，可以说是陈广杰攻克的较为重要的技术难点。“电控系统相当于人的大脑，保持机器运转正常，我当时找了一种进口的步进电机，要一万多块一台，用PLC（Programmable Logic Controller，可编程逻辑控制器）传送指令，能精确到零点几秒，解决了机器在使用中的难点，虽然成本上去了，但是性能得到了极大的保证。”陈广杰说。他还做了个形象的对比：手机可以有廉价的，便宜的配件反正也能打电话上网发微信，但是粉墙机如果配件不行，粉出来的墙就不合格，那就直接是废品了。

振动装置的加入则是在2014年，在此之前空鼓和脱落是最让陈广杰头疼的问题，他想到了利用高频振动电机，机器抹墙板可以边提升边振动边挤压。为了保证抹出来的灰粘结力最强、平整光滑度最好，陈广杰做了上万次的实验，每上墙一次就要根据效果再调整振动频率，从而计算出最合适的数据。

如今的陈广杰，热衷去参加一些行业展会，往往能够从中汲取灵感，发现先进的技术。“我前段时间去深圳参加一个展会，就发现有种新型的角度传感器不错，琢磨怎么应用到自动粉墙机的改进中去。”陈广杰说。

未来，程工希望将自己打造成一个墙面处理整体解决方案的服务商，除了自动粉墙机，他们还有砂浆喷涂机、腻子喷涂机、打磨机等设备，并开展定制化服务、坚持上门服务。

陈广杰说：“我们会继续从用户的需求及工地现场应用状况中吸取营养，崇尚创新，持续改进，满足进而超越用户的需求。”

有机棉织就“田园诗”

文_李惟拉 图_乐坊 责编_屈菁



左图：田立新

田立新，北京乐坊纺织品有限公司总经理，可以说是国内最早做有机棉产品的人之一。这个东北汉子在我们的采访镜头前略显局促，然而一旦说到棉花，说到自己的“田园诗”与“乐坊”，他马上就变得头头是道，用他的话说，“这些产品都是我的孩子”。

结缘有机棉

有统计资料表明，全球范围内杀虫剂产量的25%、农药产量的10%被用于控制棉花生长过程中严重的病虫害。这些药剂的残留物，加上棉花到衣物的生产过程中使用到的染料等等，无疑都会对使用这些棉纺织物的人带来或多或少的不良影响。正是出于健康和环保的诉求，美国德克萨斯州于1991年首次提出了有机棉的认证标准。而我国从本世纪初开始，也将有机棉行业逐渐发展起来。

田立新1997年前后入行，最早是经营彩棉的，而他与有机棉的结缘可以说是相当曲折了。2005年，有一个叫约翰的英国老头找到了田立新。这位英国客户的父亲曾是奥运长跑冠军，出于对体育的热爱，约翰也赞助了一个球队。有

一次去新疆比赛，他无意中看见了那里种植的彩棉。经营着一间服装公司的约翰觉得不错，就想着如果能把彩棉再做成有机彩棉就更好了，于是他特地来到北京，希望向田立新订购一些原料。

这也是田立新第一次接触到“有机棉”这个概念。客户要的是通过国际认证的有机棉产品，然而田立新连上哪儿去做认证都不知道，甚至在当时不太发达的网络上都查不到任何信息。经过多方打听，田立新最终还是通过日本有机棉协会的介绍，才找到了南京国环有机产品认证中心。

从此，田立新开始了自己的有机棉生涯。

田立新的棉花，来自新疆和布克赛尔，这里位于准噶尔盆地西北部，纳木郭勒河、和布克河、玛纳斯湖滋养着辽阔的和布克赛尔草原。新疆热量丰富、日照充足、降水稀少、空气干燥、昼夜温差大为棉花的生长提供了我国其他棉区所不及的良好条件。新疆独特的高纬度地理气候，也使得病虫害较少。最开始的时候，田立新摸不准市场行情，好说歹说让新疆的合作伙伴只种了200亩试试看，第一年收获了1吨多棉花。看到市场效果不错，田立新的有机棉是越种越多。

相对普通棉花和彩棉，有机棉的标准十分严苛。田立新在第一年没敢打出“有机棉”的招牌，因为按照认证标准，种植有机棉的地得先“养”上一段时间。后面的种植过程中，还得做好与普通棉花产地之间的隔离工作。“最近几年，关于有机棉的转基因测试也开始严格起来了。”田立新说。

写就“田园诗”

在田立新做有机棉产品之初，整个中国几乎没有有机棉产品和自主品牌，所以乐坊团队也没有先例可以参考，市场定位如何、开发哪些产品、销售渠道怎么铺，种种问题都要自己摸索。经过思考，田立新决定从做袜子和毛巾开始。

田立新的选择自有道理。2008年时，公司已经在生产有机棉纱线，而有了纱线，袜子的生产就很轻松，再加上袜子本身对尺码的要求也比较简单，生产起来就容易。而选择毛巾则是因为不论春夏秋冬，人人都需要购买使用毛巾。从此，田立新的“田园诗”就成了我国最早的有机棉品牌之一。

第一批做出来的有机棉袜子，田立新定价28元一双，“这个价格相对成本来说其实还是比较实惠的，我当时甚至想卖38块一双”。因为有机种植，织造过程不漂白、不染色，所以这些袜子不含甲醛、偶氮和重金属等有害物质。“但在当时，我那可以说是中国最贵的袜子了。周围的人看到这个价格都疯了，因为普通的袜子都是10块钱3双。”田立新说：“不过看到我的袜子，我觉得这个价格值，不仅特别漂亮，更重要的是健康环保。”事实证明，好东西就会得到大众消费者的接受。田立新的产品这几年来一直卖得很好，“很多客户用过之后就不会再更换别的袜子了，现在我们每年都会有百分之二十的增长”。

有机彩棉主要有棕棉，还包括少部分的绿棉，再加上白棉，只这三种颜色就要做出图案、色彩不同的袜子来。田立新对这些袜子倾注了全部的热情，他自豪地跟我们说：“这些都是我自己设计的，包括怎么用纱把颜色配出来等等。”

田立新向我们展示了“田园诗”袜子的种种细节，糅合进时尚设计元素的袜子看上去提升了不少品牌的档次。比如



右图：新疆棉田里的有机彩棉

立体提花设计，典雅大方，“目前还没人能仿出来”；还有在女士袜子后跟处设计的芦荟胶贴，既防止袜子掉跟，也能保湿脚部；再如，这些袜子的顶部全都是无骨缝制，穿着起来十分舒适，等等。

现在，除了“田园诗”，田立新还经营着“乐坊”的品牌。“乐坊”主要突出产品的商务属性，以满足商务人士需求的经过染色的深色袜子为主。而“田园诗”则专注于有机棉，以追求“简约、懂得自然、珍惜环境”为设计理念，传达人与自然环境共生的概念。“我们希望使这种自然生活美学，成为人们一种新的居家生活方式。”田立新说。

前不久，北京乐坊纺织品有限公司的有机棉产品获得了“中国制造之美年度评选”创意礼品类的奖项，这无疑也是对田立新多年坚持的最好奖励。

“有机标准”之感

田立新的产品和原料，都获得了国标有机产品认证和GOTS全球有机纺织品认证。然而对于我国的有机纺织品标准和国外认证的互认问题，田立新多年来一直在呼吁解决。

原来，在2012年以前，只要符合国际GOTS标准的产品，在国内也可以标注为“有机”产品。然而新的《有机产品认证实施规则》实施后，不符合GB/T19630标准的都不能标注“有机”。最直接的影响就是我国生产有机棉纺织品的企业，为了同时做到出口和内销，不得不进行两个认证，增加了不少经济上的负担。而在很多国家，只要一个产品获得了GOTS认证，就能够以“有机产品”的身份销售，不用再获得二次认证。

因此，近年来田立新不断地向有关部门呼吁，希望国内有机纺织品标准能尽快和国际标准接轨。“其实只要互认到纱线就可以了，就帮了企业的大忙了。”田立新说。

田立新介绍，按照国标，必须“100%有机原料”才能标为“有机”，但与此不同的是，根据GOTS标准，至少含95%有机认证的纤维就可以称为“有机”纺织品，而如果至少含70%有机认证的纤维，则可以标注成“用有机纤维制造的纺织品”。要知道，因为有机彩棉的棉绒短，在生产袜子时，需要在有机棉纤维以外加入4%左右的其他纤维，不然很难织出来。可以说，相比之下，我国的有机产品国标显得“一刀切”，并没有考虑到有些纺织产品的特殊性。

但是，国标在纤维原料要求严格的同时，对辅料的要求却不严格，这和GOTS标准比起来反而是低了一些。

虽然面临着相关标准的问题，有机棉行业的发展也充满着挑战，但田立新从来都对未来充满了乐观，他说：“我的目标，就是做中国最专业的有机棉品牌。”

60年风雨，“勇士”再上路

文_李惟拉 责编_屈嵩



上图：1966年毛主席乘坐北京牌越野车 @北汽

2018年，是北京汽车制造厂有限公司建厂60周年。一甲子的时光，北汽的足迹印证了过往的辉煌。而在“中国制造之美年度评选”中，他们不仅荣获杰出贡献奖，还凭借其拳头产品“勇士”越野车，获得了交通工具及汽摩配件类别的优秀奖。

60年筑就辉煌

时间是最伟大的书写者。

北京汽车制造厂是中国兴建的第二家大型汽车生产企业，1958年由朱德委员长亲自题写厂名，堪称中国汽车工业的先驱和北京汽车工业的摇篮。

其1965年生产的北京吉普212，是中国最早生产的一款ORV越野车。原来，在上世纪60年代初，中苏关系破裂后，苏方停止了军用吉普的供货。1961年1月，总参、国防科委、一机部将研制军事指挥用轻型越野车的任务下达给了北京汽车制造厂。经过反复的试验和改进，北汽推出了一款加长轴距的四门版轻型越野车，它便是此后火遍神州大地的BJ212。而该车的全球首发，就是毛泽东主席乘坐它检阅了红卫兵。BJ212一炮而红，并从此畅销几十年。

而拥有五十多年轻型越野车开发生产历史的北汽，更是作为轻型越野车领军企业、国家军车定点生产企业，在业内享有了“军工品质、越野世家”的美誉。2007年，第二代军用越野指挥车“勇士”也在改制后的北京汽车制造厂总



上图：车间内的景象 @北汽

装车间下线。2009年10月1日，勇士车担任了国庆60周年阅兵方阵指挥车。

从BJ212到勇士越野车，北京汽车制造厂历经风雨六十载，造就了一个历史悠久、人才荟萃、务实创新的汽车生产基地。自这两款经典车型问世以来，赢得了社会各界的充分认可和良好口碑，甚至已然成为一个时代的象征。

目前北汽的总部在北京，国内生产基地则位于河北黄骅，合资合作企业生产基地包括山东威海、泰安、河北邢台等地，在南非还建有海外生产基地，产品畅销全国各地及海外数十个国家和地区，其中越野车累计销量已超过百万辆。

在生产基地，冲压车间共有冲压生产线18条，冲压设备123台，覆盖所有设备吨位；焊装车间拥有车身生产线4条，各类焊机800余台；涂装车间，机器人自动喷漆；总装车间拥有混合生产线，可满足承载式和非承载式结构的生产，还拥有2条调整检测线和3公里的独立试车跑道。北京汽车制造厂有限公司副董事长姚建勇表示，北汽将不断研发新技术，拓展新业务，努力打造国内一流的汽车生产基地。



右图：北汽最新款的勇士越野车 @李惟拉

不惧挑战的勇士车

2018年对于北汽来说，是充满艰辛和不平凡的一年。由于经济增速回落、中美贸易摩擦等因素，中国汽车市场持续28年的增长时代基本结束，汽车市场进入全面调整期。2018年非承载式越野乘用车预计销售11.6万辆，同比下滑28%，而勇士系列产品全年销量则超过3500辆，同比增长242%，已经成为北汽集团新的龙头产品。勇士车如今是军队用车的主流，越野能力无可挑剔。而越野专用改装车的销量在2018年也取得了突破，勇士系列的矿山坑道车和水路两栖车的销量均创造了历史记录，在市场上具备了一定的优势。

勇士系列车，外观造型粗犷、简洁、威武，个性鲜明，车身紧凑而流畅。内饰则延续经典二代军车设计风范，低调简约但功能完备，操作方便。勇士乘用车采用双纵向控制臂式、螺旋弹簧前非独立悬架，后悬架为渐变刚度钢板弹簧非独立悬架；勇士皮卡车则采用前后渐变刚度钢板弹簧非独立悬架。非独立悬架和整体桥的悬挂结构及高强度防滚杠提供了汽车在恶劣路面上卓越的越野行驶性能，具有良好的通过性、可靠性、安全性和高速操作稳定性。

据介绍，2019年，勇士皮卡、勇士乘用车版和BJ212系列都将迎来多款新车，包括国六排放版本的车型和配置升级车型。北汽每两个月就会推出改进车型或新车型，比如勇士皮卡的3035连体双排车型，将升级前螺旋弹簧+后板簧结构，并增加4X2两驱车型；还有新增3350分体双排车型也将配备前螺旋弹簧+后板簧结构，提供4X2两驱、4X4四驱两种驱动形式。

此外，BJ212车系也看点颇多，除近期上市的1.5T车型外，今年6月将推出升级前螺旋弹簧+后多连杆悬架的新底盘车型；8月份迎来电动化升级，推出搭载增程式电动四驱系统的车型；10月份，将首次推出自动挡车型。

就像姚建勇说的，产品老化、消费升级是北汽面临的巨大挑战，所以他们将把做精越野车、重塑BJ212作为2019年的重点工作。

姚建勇给我们勾勒出北京汽车制造厂深植“越野家族”的宏伟蓝图：“公司将以打造中国越野车第一品牌为己任，着力打造以黄骅基地为大本营、以越野车产品为核心的整车与零部件生产基地，不忘初心，砥砺前行，努力将北汽建设成为国内领先、国际具有一定影响力的百年企业，做中国越野车第一品牌。”

北京汽车制造厂有限公司副总裁程争志则称，其今年的销售目标，是BJ212系列达到6000辆，勇士系列达到7150辆。“为此，公司将继续推进企业管理创新，继续发扬艰苦奋斗、勇往直前的工作作风，扎实推进质量管理体系，强化产品资源供给，精工细做打造精品。”程争志说。 ■

2018 中国制造之美 金奖 产品展示(下)

设计方：浪尖设计集团有限公司

制造方：深圳市圆周率软件科技有限责任公司

全景相机

整机主要使用铝合金材质与玻璃材质的结合，利用铝合金密度小、强度高的优点将其作为外壳主框架的材质，CNC 加工成型，一体性强，配合细腻的喷砂与阳极氧化工艺，体现良好的金属质感，与高反光黑色镜片的结合严丝合缝，形成独特的亮哑质感对比。整机结构设计紧凑，在实现强大功能的同时，机身高度仅为 159mm。底座 4G 网络模块采用与主机相同的设计风格，通过金属旋钮与主机固定，底座的出线为水平方向，更好的满足桌面等使用场景。PilotEra 是全球第一款能实现 8K 机内拼接，可手持移动拍摄的专业级 8KVR 全景相机。相机自带显示屏，可实时预览全景图，可触屏操控或用手机 APP 上远程控制拍摄，支持声控拍摄。可实时录制全景音，让全景内容更具沉浸感。PilotEra 内置 4G 模块，支持随时随地 4G 直播。



金钱豹小间距 LED 屏

深圳市齐普光电子股份有限公司

该产品箱体针对指挥控制，安防监控屏幕特点规划成 16:9，轻松替代 4:3 或 16:9 的传统显示器件；压铸铝箱体，精度高，确保屏体平整无缝；箱体内部上下左右都有调节螺杆，可根据情况调节亮暗线问题；真正做到无亮暗线；磁吸式模组设计，模组、系统卡以及电源都支持前维护，且所有的卡跟电源都双备份；画面均匀一致，采用非线性逐点校正技术，图像更清晰，层次感更强；上下左右 160 度视角，广播级色域，色温及亮度智能可调，更适合长时间观看；业内领先 6H 技术，实现低亮高灰、高抗静电、高刷新；模块化设计，安装及维护成本低、速度快；专利散热技术，无风扇、无噪音、节能环保；使用时长达 10 万小时。



长笛

龙口金鸣乐器有限公司

长笛采用无铅焊接技术，音质好，准确度高。采用意大利进口垫子，非烤垫组装工艺，气密性好，垫片持续时间长。此款产品专门为初学者或有一定学习基础的吹奏者准备，容易吹奏，对气息的感应度高，弹簧灵敏度高。按键灵活。



汽油发电机

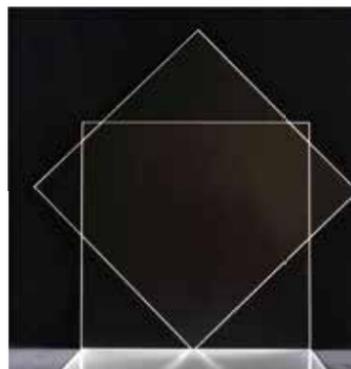
苏州德锐朗智能科技有限公司

该产品的滚轮轴线沿着发电机组长度方向纵向布置，在发电机组侧面设置抽拉式的拉杆装置，当用户倾斜移动发电机组时，发电机组重心处于滚轮中心的正上方，用户可以获得“零重力”轻松携带发电机组的极致体验，使用户获得前所未有的便携性；改进发动机燃油供给系统，这是目前全球唯一一款允许倾斜放倒的发电机组，运输时可以放倒在汽车后备箱中，专利燃油供给系统能确保发电机组不会有任何燃油泄漏，具有很高的安全性，免除用户的“后顾之忧”；用户可以用手机APP通过WIFI连接到发电机组，对发电机组进行实时监测和控制，手机APP还具有故障排除、维护保养提醒和加注燃油提醒等智能化功能。

超白镀膜光伏玻璃

福建新福兴玻璃有限公司

该产品顺应国内外光伏产业向薄型发展、向双玻组件发展、向多层次发展的趋势，具备高透、超薄特点，其创新之处在于超薄产品所需料方、熔化、超薄成型工艺及操作技术、超薄成形退火装备、超薄切割装备等工艺技术，可半钢化，具有节省资源、降低能耗、减少排放、增加透光率、提高发电功率、减少运输成本、降低安装费用等优点。



2018 中国制造之美 企业奖

奖项名称	企业名称
杰出贡献奖	福建泉工股份有限公司
	欧派家居集团股份有限公司
	南京万德体育产业集团有限公司
	三一集团有限公司
	福建雪人股份有限公司
	中建材(合肥)粉体科技装备有限公司
	中国人民电器集团
卓越企业奖	江苏新美星包装机械股份有限公司
	广东一方制药有限公司
	深圳市齐普光电子股份有限公司
	江苏海狮泵业制造有限公司
	浙江国能科技有限公司
	深圳市彩易达光电有限公司
	广东艺博达实业有限公司
	岳阳大力神电磁机械有限公司
	江苏汇鸿国际集团中鼎控股股份有限公司
	广州市海目星激光科技有限公司
	安徽天地精华股份有限公司
	福建新福兴玻璃有限公司
	市下控股有限公司
	江苏洋河酒厂股份有限公司
	上海永冠众诚新材料科技(集团)股份有限公司
	桂林矿山机械有限公司
	奔腾激光(温州)有限公司
	深圳市天和时代电子设备有限公司
	科顺防水科技股份有限公司
	广东康菱动力科技有限公司
	浙江国自机器人技术有限公司
	河北宣化工程机械股份有限公司

奖项名称	企业名称
优秀企业奖	北新弹性地板有限公司
	南京三宝弘正视觉科技有限公司
	安徽清新互联信息科技有限公司
	苏州德锐朗智能科技有限公司
	深圳源创智能照明有限公司
	新乡市百分百机电有限公司
	南京铂睿美视光电科技有限公司
	苏州艾吉威机器人有限公司
	山东百斯特电梯有限公司
	万鑫精工(湖南)有限公司
	富锦市立兴植保机械制造有限公司
	科塞尔医疗科技(苏州)有限公司
	江苏开元太阳能照明有限公司
	南京普澳医疗设备有限公司
	东莞市卧皇寝具有限公司
	佛山市顺德区康倍力机械有限公司
	常州常捷科技有限公司
	北京易加三维科技有限公司
	长沙高新开发区沃克能源成套设备有限公司
	扬州新概念电气有限公司
四川广鑫粮油机械制造有限公司	
北京兴荣源科技有限公司	
江苏博一环保科技有限公司	
山东聚祥机械股份有限公司	

中国制造之美
Manufacturing Excellence
& Innovation Awards

2019中国制造之美

—优秀产品、优秀企业征集即将启动,
期待您的参与!



微信公众号



微信号

扫描二维码,关注中国制造之美。
活动实况,一手掌握!

中国制造之美组委会

报名热线 ☎ 025-86903696

在线咨询 📞 354 596 3221

官方微博 📱 中国制造之美



龙泉青瓷徐朝兴

文_宗和 图_视觉中国 责编_屈骞



左图：青瓷泰斗徐朝兴

右图：徐朝兴家藏“非物质文化遗产”龙泉青瓷藏品



中国人对于一些颜色，有着世世代代的执着与迷恋，青瓷之“青”，就是其中一种。千峰翠色出龙泉，两千多年前，浙江龙泉人就开始不断叙写着造青的传奇历史。无论是层层叠叠的青釉色泽，还是深浅交错的瓷片纹理，还是圆润独特的器型轮廓，龙泉青瓷总是精准的撩拨着国人关于“美”的感官。

对于那些上了年份的青瓷，人们常常称其有着“火气褪去”的深沉馥郁。而在这如玉亦如露的翠色中，又何尝不是藏着“火气褪去”的历史风烟，是东方文明中最静谧悠然的一笔，隐藏着国人超然世外的生活意趣与从宋朝绵延至今的中式美学。

翻开中国的青瓷史，龙泉青瓷无疑具有很高的地位和价值。历来，人们把浙江龙泉称之为“青瓷之都”，有着千年传承的龙泉青瓷，也曾随着历史变迁，而兴衰明灭。新中国文化发展的60多年，也是龙泉青瓷重生的60多年。在现代龙泉青瓷史上，徐朝兴这个名字已经深深的印在龙泉青瓷的发展历程里。他是国家公认的龙泉青瓷非遗传承人，也是时代的大师、泰斗，是龙泉青瓷界“祖师爷”级别的人物。龙泉青瓷这个玲珑小物，被他研究的彻彻底底、出神入化。

徐朝兴，1943年生于浙江龙泉。中国工艺美术大师，第八、第九届全国人大代表，国家级“非物质文化遗产”

龙泉青瓷传承人，中国工艺美术学会高级会员，中国工业设计协会会员，浙江省青瓷行业协会会长。

徐朝兴总是谦逊地说，自己是穷苦家庭出身的一个平凡人，只是比别人多了一些勤奋而已。恰恰如此，让少年的徐朝兴不甘平庸，最终成就了不平凡的艺术人生。

命中注定与青瓷结缘

龙泉早些年在民间就流传一句话：不好好读书，长大就做碗去。在那时，做瓷碗是没文化的人才做的事情，是没有出息的事情。

1956年，年仅13岁的徐朝兴本该戴着红领巾，做着美丽的梦去学校上学，却因为家里贫困而不得不失落地来到离县城40多公里外的乡下作坊，学做瓷碗。其实，小学时候，徐朝兴的成绩很好，因为生活的艰苦，通常是吃了上餐没下顿。“瓷厂很远也很偏僻，不通车。我父亲带我早上六点钟走到下午四五点钟才到，一整天我跟地随着父亲走着长远的山路，就是那天的山路开始了我与青瓷的不解之缘。”至今，那条崎岖的山路仍深深地印在徐朝兴的脑海里。

也就是在那个时候，年少的徐朝兴明白了，其实做瓷碗不是低人一等，也不是没有出息，是老百姓无可奈何的

一条谋生之路。命中注定他是要做瓷碗的。从那个时候起，徐朝兴笃定了自己要跟青瓷打一辈子的交道。他说，自己的那双黑粗粗的胳膊和毛糙糙的大手，就是为做青瓷专门而长的。

没有看到过凌晨五点的北京，但是徐朝兴却经常看到凌晨五点的龙泉小镇。1956年的徐朝兴跟随着龙泉著名青瓷艺人李怀德刻苦的学艺。当时的瓷厂是原始的土作坊，产品是一般的瓷器，生产设施与普通的砖瓦厂差不多。在

作坊里，炼碗泥、揣泥坯、揉泥巴，脚上是泥，手上是泥，脸上和头上也沾着泥。

虽然只是一个小小的学徒工，但是徐朝兴知道在当时以阶级斗争为纲的年代里，家庭不好的人很难有出路，所以一门心思苦学艺。因为不怕苦、不怕累，手脚勤快，常受到师傅们的夸奖。不到两年时间，凭借聪慧的天资禀赋和勤奋用功，徐朝兴掌握了制作一般陶瓷器的基本技能，这也为以后的艺术生涯打好了基本功。

组图：2016年12月10日，中国美术馆举办了徐朝兴从艺六十周年展



天道酬勤，破茧成蝶

入青瓷这一行，一开始是为了生计。但冥冥之中，徐朝兴注定是吃这碗饭的。

1958年，龙泉青瓷迎来了走向复兴的春天。周恩来总理亲自指示要恢复我国历史名窑、恢复龙泉青瓷。国家轻工部组织各地专家前往龙泉，帮助恢复发展龙泉青瓷生产。龙泉瓷厂也在民间艺人和职工中选拔了8人，组成仿古小组。徐朝兴与师父李怀德一起入选。龙泉哥窑、弟窑是历史名窑，饮誉天下，但由于烧制技术没有得到很好的保存，几近失传。经过一次次技术攻关，经历无数次试制，终于在1959年国庆前夕研制成功弟窑产品。1963年，哥窑产品也仿制成功。自此，龙泉青瓷进入了再度辉煌时期。

亲历哥窑弟窑的复制过程，不仅使徐朝兴尝到了青瓷研究的甜头，也看到了与泥巴打交道的前途，坚定了追求青瓷艺术的信念。1976年，他从试制组调至龙泉青瓷研究所，从事新产品设计与工艺科研工作，迈上了艺术道路的新台阶。在青研所，徐朝兴按捺不住创作的渴望，全身心地扎进青瓷世界里，终于在1979年创作成功生平第一件能摆进艺术殿堂的作品——《中美友好玲珑灯》。此作品新颖高雅，集实用与观赏价值于一体，被外交部选为国礼赠送给美国领导人，现收藏于白宫。

因为青瓷研究上的业绩和工作表现，1980年组织上破格提拔徐朝兴任青研究所所长。从工人到所长，整整升了六级，这是徐朝兴万万没有想到的。对此，领导给出的说法是：徐朝兴的天资、勤奋大家都看在眼里，之所以事先不跟他商量，是知道他会拒绝，所以来了个“先斩后奏”。这一年，徐朝兴才36岁。

从那开始，徐朝兴真正步入了他青瓷艺术生涯的黄金时代，他一心一意、兢兢业业、埋头到青瓷研究所的工作中。他常常想：龙泉青瓷除了继承传统外，在创作工艺上应该有新的突破。然而，外界不知道的是，这个新突破是徐朝兴拿命“换”来的。爬进高温窑清理煤渣，全身烧伤，没日没夜地在工作室研制青瓷，以致疲劳过度摔倒不省人事……但这些都没有阻止他对青瓷艺术技术研究和创作的步伐，因为他热爱青瓷，他更有责任。

徐朝兴的经典作品有1.3米的大花瓶，也有直径52cm的迎宾大挂盘，他的每一件作品背后，都有凝聚着手工艺人对于材料、对工艺、对思想表达的执着追求。“1.3米的大花瓶，是当时在艺术上的一个创新，我们模仿古人，但也希望在传统的基础上做出一些特色，这个大花瓶，在烧制的过程中，就已经考虑到了它的运输，当时我是趴在地上完成的图纸，而且是两张图纸拼在一起，画出的这个花瓶。”徐朝兴兴奋的说。那个时候还是在80年代，没有现代的烧窑，还是使用传统的煤窑，制作如此大的花瓶，从

泥料配方到施釉都有极大的困难，我们几个人反复思索，反复试验研究，终于让他们找到了解决的办法。回忆当初，徐朝兴忘记了重新创造的艰辛，只记住了共同解决困难的乐趣。

造青绝技——“跳刀”

徐朝兴令人叹为观止的绝活不止是创造，还有他在制作工艺上完美的“跳刀”技术。在一个胎薄如壳的坯体上要刻下数万乃至十几万波线或印痕，使烧制的瓷器带有不可思议的美丽纹理，不得不说是龙泉青瓷界的一大奇迹。徐朝兴制作的跳刀青瓷没有机器压制的僵硬，处处充满了柔韧与手工之美。

他在高速旋转的坯体上抖动着特殊的刀具，有些甚至是自制的，用“刚”、“刻”、“拉”等技法，将千“线”万“点”通过特殊的排列与组合刻划在坯体上，形成奇特的几何造型。坯体上的斜纹在他的抖动之下，由短到长，由密到疏，犹如精密仪器的雕刻，给人无限的遐想和回味的空间。徐朝兴介绍说，制作一只碗，至少要“抖”个成千上万刀。“我一般都是清晨5点钟起床工作，一直到早上8点多，这段时间空气好，人刚刚休息过精神状态好，心无杂念，这样才能抖出好的作品”。

雕刻“抖”动时，还有许多限定，比如周围嘈杂不行，身体状况不佳不行，心脏跳动过快不行，“抖”的时候，必须屏息凝神，全部的注意力都集中在作品上，虽然这一技法源于青瓷制作时的失误，但是却给后期的青瓷工艺制作提供了更多的发挥空间。跳刀这一技法非常难学，稍微的小失误，就会造成整件作品的残缺。只有长期的磨炼和钻研，才能掌握这一复杂的青瓷技能。“跳刀需要心手合一，不是所有的人都能够经得起这样的磨炼，不过入行看心，熟能生巧，只要塌下心来慢慢抖，反复练习，总归会得到自己想要的作品。”徐朝兴说。

凝魂之釉，通神之形

想要了解龙泉青瓷，需要先了解龙泉青瓷的哥窑和弟窑。一千多年前的宋朝，生产龙泉青瓷的哥窑，与官窑、汝窑、定窑、钧窑一并称为“五大名窑”，名气非常之响；弟窑是传统意义上的龙泉青瓷，青瓷开创以来一直烧制的都是弟窑品类。哥窑的特点是胎薄釉厚、釉面开片，布满龟裂的纹片，被称为“瓷中珍品”；弟窑特点胎骨厚实、胎釉青翠、瓷器表面光滑纯洁，被称为“青瓷之花”。哥窑瓷器和弟窑瓷器的区别在于，哥窑为开片瓷，弟窑不是开片瓷。哥窑青瓷在烧造过程中，因为瓷胎膨胀系数比胎釉膨胀系数大，烧成之后的青瓷表面布满像裂痕一样的纹路，本来这些裂

痕是一种缺陷，但是因为出现了“金丝铁线”的效果，形成了一种残缺美。

80年代，徐朝兴将哥窑和弟窑做了完美的融合，做出了《哥弟混合三环瓶》，让龙泉青瓷又发展到了一个新的里程。《哥弟混合三环瓶》整个造型设计为透空环形，口肩部配置二只耳环，在工艺上采用洒浆法，突破了哥窑、弟窑历来不能混合制作的传统，把哥窑泥与弟窑泥有机地结合在一起，经1310°C的高温烧制而成。《哥弟混合三环瓶》简洁大方、自然质朴，既有哥窑釉裂纹片的青灰淡雅、色泽变幻，又有弟窑的釉色丰润，晶莹如玉，这种极富文化内涵的装饰手法，让釉色和形态“诠释”了传统，又超越了“传统”。

无论是哥窑还是弟窑都拥有美丽的色彩和形态。不同于白瓷可以在器皿身上作画，青瓷需要保证自己颜色的美感。徐朝兴说：“无论什么窑，都需要保证它的釉色。看龙泉青瓷的好坏，就要从它的造型和釉色入手。造型就是神态，就是神，就好比在街上看到一位女子，身材苗条，就会忍不住地多看一眼。之后再去看她的五官是否标致。釉色好比气色，对于青瓷而言，同一种青色，也可以通过釉色的厚薄而发生变化。”就像弟窑非常珍贵的粉青和梅子青色，它能体现柔和、饱满、细腻和一个工匠的手法和品质，做出好的瓷器就要有上乘的釉色和形态，这是工匠精神的魂，也是龙泉青瓷的魂。

薪火承传延续青瓷艺术文脉

龙泉青瓷是中国献给世界文化艺术界的瑰宝之一。“在龙泉这块土地上有如此珍贵的东西，让它代代相传，发扬光大，我们责无旁贷。我所掌握的技艺不是属于我本人的，而是属于整个中华民族，是全人类的。”徐朝兴满怀无私。

1996年应国家经济体制改革之时势，徐朝兴创建了“龙泉朝兴青瓷苑”，以个人的实力和名望继续推动龙泉青瓷艺术的发展。“青瓷苑是不盈利的，但我用自己的作品来养活它，因为龙泉青瓷需要这样一个地方，国家给了我很多，我现在要回报社会，让更多的人到龙泉朝兴苑上班，帮助当地政府解决就业问题。”

2007年，浙江省青瓷行业协会成立，徐朝兴被推选为行业协会会长，也是在这一年，他被确定为国家级非物质文化遗产龙泉青瓷传统烧制技艺的代表性传承人。这两个职务，决定了徐朝兴既要把握青瓷行业发展的动向，及时向领导提出合理化建议，又要培养学生和徒弟，宣传青瓷文化，传承青瓷烧制技艺，保护这种非物质文化遗产。徐朝兴说：“怎样把我手上的技艺传承与延续下去，这是我的责任和义务，否则就不配做一个传承人和行业的领导者。”

2012年开始，徐朝兴在龙泉市中职校设立奖学金，给那些就读青瓷专业的优秀或贫困学生，每人3000元奖励，

下图：浙江丽水龙泉，是中国青瓷之都，这里曾是中国乃至世界陶瓷史上生产规模最大的青瓷名窑之一



上图：经过60年的恢复发展，浙江龙泉青瓷产业实现复兴，步入全新的繁荣期，图为龙泉一座已经烧了170多年的龙窑

每年10名，以尽自己一点绵薄之力。

从艺50多年，徐朝兴一路建功立业，德艺双馨，赢得了令人骄傲和自豪的诸多荣誉和地位。如今，徐朝兴的妻子、儿子和儿媳都在青瓷行业辛勤工作。儿子徐凌、儿媳竺娜亚是浙江省最年轻的工艺美术大师，在青瓷事业上有不菲的成就，妻子韩红军也是青瓷行业的知名者，她的刻花技术在龙泉曾名噪一时，众人皆知。他带出来的徒弟有全国陶艺大师、浙江省工艺美术大师或丽水市工艺美术大师，大都活跃在青瓷第一线。

到现在为止，龙泉青瓷是中国古代五大历史名窑里恢复的最好的一个，它的从业人数也因为社会的进步拉到了一个历史的高峰。青瓷技艺需要发展，更加需要继承，大到一个国家，小到一个家庭。徐朝兴的妻子、儿子和儿媳，都在他的感染下在青瓷行业里兢兢业业的工作。儿子徐凌和儿媳竺娜亚已经在陶瓷界初露头角，作品“手足情”、“江南春”、“梅子青”和“秋韵系列”分别在全国陶瓷设计评比、上海工艺美术精品展和杭州西湖博览会上获得金、银奖。

儿子徐凌的作品不同于传统青瓷，加入了一些非常现代的理念，这也是徐朝兴非常乐意看到的。他说：“他们受到的

教育与我不同，龙泉青瓷需要创新和发展，在继承传统的基础上有所创新，才能满足现代的审美，更好的发展龙泉青瓷。”百花齐放，是艺术鉴赏的终极目的。已经做了60多年龙泉青瓷的徐朝兴时刻都抱着学习的心态，将龙泉青瓷发扬光大，是他义不容辞的责任。虽然工作繁忙，但是他仍然抽出时间，给喜爱龙泉青瓷的青少年学生上课，“做青瓷，要从娃娃抓起，尤其在非遗传承方面，创作没有最好，只有更好。”

现今，徐大师已过古稀，但依然每天忙碌于青瓷的研究和传承工作，一年几乎有三分之二的时间在外面跑，奔走于国内外各种青瓷学术研讨会和报告会，宣传历史悠久的龙泉青瓷文化，介绍传统的青瓷烧制技艺。徐朝兴笑说，自己最吝啬的是时间，最讨厌的字眼是“马虎”，最爱去的地方是工作室。

与古代的龙泉窑产品一样，现代的龙泉青瓷享有极高的声誉。或许世界的变化飞快，但东方文化传统里最深处的情感，仍然深刻着慢生活与手工的痕迹。一双手工匠的手，所承载的故事，隽永深邃，千年之美与大师传承让我们知道了什么才是真正的东方神话，也让世人见识了地道的中国造物之美。 [1]

亟待攻克的核心技术（三）

文_钟科 图_视觉中国 责编_屈菁

编者按：近年来，中国制造正带着澎湃动力向前奔跑，并逐渐进入到跟跑、并跑、领跑“三跑并存”的阶段。但我们在充满信心的同时，还应更加清醒和理性。与发达国家相比，我国制造业还有不少领域的关键核心技术受制于人，亟待集中力量奋力攻关。真正的核心技术靠化缘是要不来的。我们还有多少亟待攻克的关键核心技术，差距在哪，需要从哪些方面突破？我们将用数期的篇幅，就此进行梳理、解读和评析。

环氧树脂韧性不足，国产碳纤维缺股劲儿

“碳纤维产业链核心环节很多，包括上游原丝生产、中游碳化环节、下游复合材料及其应用，经过十多年的研发和突破，目前我国碳纤维的‘卡脖子’问题主要在下游应用环节，即复合材料和制品方面。”中国化学纤维工业协会副会长贺燕丽说。

碳纤维是一种含碳量在95%以上的高强度新型纤维材料，之所以其质量能比金属铝轻，但强度却高于钢铁，还能耐高温、耐腐蚀、耐疲劳、抗蠕变等特性，其中一个关键的复合辅材就是环氧树脂。环氧树脂具有优良的物理机械和电绝缘性能，附着力强，能将碳纤维粘接在一起。但目前国内

生产的高端碳纤维，所使用的环氧树脂全部都是进口的。

碳纤维按照力学性能可分为高强型、超高强型、高模量型和超高模量型。在日本东丽公司产品代号中，T指横截面面积为1平方厘米单位数量的该类碳纤维可承受的拉力吨数，即T数越高，碳纤维质量越好；模量指受外拉力或压力后恢复原形的拉伸模量。目前，我国已能生产T800等较高端的碳纤维了，但日本东丽掌握这一技术的时间是上世纪90年代。

中国复合材料集团有限公司董事长张定金说，相比于碳纤维，我国高端环氧树脂产业落后于国际的情况更为严重。特别是应用在飞机、航空航天等领域的高端碳纤维中。

下图：2018年1月8日，在人民大会堂召开的2017年度国家科学技术奖励大会上，中复神鹰碳纤维有限责任公司牵头完成的“干喷湿纺千吨级高强/百吨级中模碳纤维产业化关键技术及应用”项目荣获国家科技进步一等奖。目前，该公司在国产碳纤维市场的占有率达到50%以上，极大促进了我国碳纤维复合材料产业的发展



右图：世界碳纤维巨头日本东丽公司，于2014年与波音签署一笔83亿美元的协议，成为新版波音777飞机的独家碳纤维供应商

分子结构中含有环氧基团的高分子化合物统称为环氧树脂，除碳纤维外，还广泛应用于机械、电子、家电和建筑工程等领域。高端环氧树脂依赖进口一方面与我国化学工业基础薄弱有关，另一方面与环氧树脂本身特性有关。一个分子链上有两个以上的多官能团分子，可以交联反应而形成不溶、不熔具有三向网状结构的高聚物。而航空结构件的使用环境极为严苛，碳纤维复合材料必须能长期耐得住上百摄氏度的高温和零下几十摄氏度的低温；同时，在湿热条件下玻璃化转变温度、弹性模量及压缩强度不能显著下降，这就需要更高官能度、环氧值而且黏度合适的相关产品。

分子中能参与反应的官能团数被称作官能度，有业内人士表示，不是官能度越高越好。能度太高，复合材料会过于坚硬无韧性。因此，必须具体到在不同使用条件下，考虑强度、模量、韧性、高低温、疲劳等，从配方体系、分子结构去分析，这是一个非常复杂的系统工作，而且科技含量高、研究难度大。

环氧树脂的耐候性与玻璃化转变温度有直接关系，复合材料在航空领域应用时，普遍要求环氧树脂玻璃化转变温度不能低于180℃，而目前国产树脂领域绝大多数企业还不具备相关技术。

对连续碳纤维增强复合材料使用性能构成最大威胁的是复合材料的低速冲击分层损伤，这也是高性能复合材料能否在飞机结构中推广应用的核心。造成复合材料对冲击分层损伤敏感的主要原因之一是环氧树脂本身韧性不足。

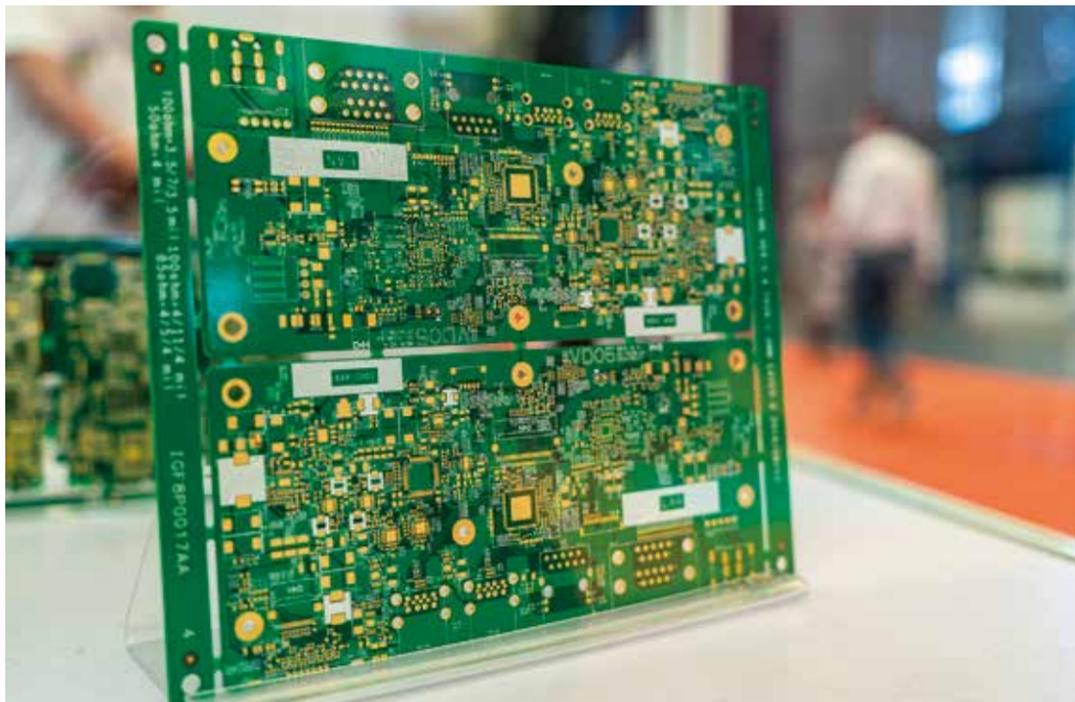
为满足要求，增韧后的复合材料冲击后压缩强度（CAI值）至少需达到200-300兆帕水平。目前，国际上通行的树脂增韧方法包括原位粒子增韧或原位插层增韧。“各分子间组合关系非常复杂，要最终达到刚韧兼顾，没有长期的研究基础和多年实验自然很难研制成功。”树脂协会环氧树脂分会秘书长孔振武说。

“环氧树脂的改性还与智能化设备息息相关。”东华大学材料科学与工程学院教授余木火表示，我国碳纤维生产时间短，缺乏低成本的成套自动化生产设备，导致生产效率低、产品稳定性不足等问题。

“还需要对这样的智能化设备加大研发和生产力度。”贺燕丽说。

环氧树脂情况特殊，“不同用途，其结构和性能等都不同。”孔振武说，我国碳纤维材料生产与应用相互脱节，应用对之牵引不足，没有反馈修正，环氧树脂等技术进步自然也就慢了。





左图：2018年10月31日，“第92届中国电子展”在上海新国际博览中心盛大开幕，全方位呈现了我国电子信息产业最新成果

目前，高端碳纤维用得最多的是在飞机上，如在波音B787机型上，使用东丽公司生产的碳纤维复合材料已占总材料用量的50%。2016年，东丽公司的碳纤维产量约为4万吨；而我国碳纤维企业30多家，总产能2万吨左右，实际产量约7000吨。

东丽碳纤维大量使用在波音上绝非是一朝一夕之功。从上世纪80年代开始，东丽公司就和波音进行全方位合作，东丽人甚至是住到了波音公司里，根据波音要求来设计、生产碳纤维。直到2011年-2012年，使用碳纤维的飞机才开始试飞，磨合时间长达近30年，并根据波音的使用要求和反馈，不断纠错、修正产品。

此外，在一个行业中一旦形成领先效应，超越就很难。目前波音飞机、美国F-22和F-35战斗机上使用的碳纤维环氧树脂都来自美国亨斯曼公司。余木火说，亨斯曼的产品早已通过了材料和工艺认证，如果要使用其他企业生产的环氧树脂，还需要一个漫长、繁复的论证过程，碳纤维生产企业自然愿意使用亨斯曼的。这也不利于国内高端环氧树脂产品迎头赶上。

没有这些诀窍，我们够不着高端电容电阻

一部手机有几百个电容和几百个电阻，占了电子元件的大半。中国是最大的基础电子元件市场，一年消耗的电阻

和电容，数以万亿计。而最好的消费级电容和电阻，来自日本。

电容和电阻，是电子工业的黄金配角。电容市场一年200多亿美元，电阻也有百亿美元量级。市场的“头号玩家”是日本，占据一半以上份额，以村田、TDK等企业为代表；台湾地区位居次席；而中国大陆的产品多属于中低端。

“不能简单说我们不如别人，”电子工程师、瑞迪航科（北京）技术有限公司总经理武晔卿说，“在军用级别，国产电阻电容是能满足需求的；一些特殊的定制电阻，国内公司也能生产。我们比起日本有差距的，是在消费级的、大批量生产的元件上。”

手机、电脑、家用电器、汽车……消费类电子行业是电容电阻的最大用户。“这一领域，所谓高端的电容电阻，最重要的是同一个批次应该尽量一致。”武晔卿说，“日本这方面做得最好，国内企业差距大。”

武晔卿说，国内企业相当于“什么菜都会炒，但不保证每次炒出来是一个味儿”。

基础电子元件一批次可生产百万件，一致性对质量控制极端重要。比如某个电容不达标，可能会让手机充电更慢，因此手机各大品牌只采购大厂商的电容电阻。

“工艺、材料、质量管控上，国内企业相对薄弱。”武晔卿说，“有一些‘Know How（小窍门）’没掌握。”

MLCC（多层片式陶瓷电容器）是个典型，它是消费电子行业用量最大的基础元件，也是日本企业的强项。目前日本的MLCC产品可以做到1000层，中国产品在300层左右。

“MLCC就像千层酥，只不过小得多。”业内工作多年的电子工程师张光华说。MLCC米粒大小，是一个内有电极的陶瓷块儿，是几百层陶瓷和几百层金属叠压起来的。电容的原理是两电极夹一层绝缘介质，以储存电荷。介质层越薄，电容数值越大。

张光华说，制作MLCC有点像摊煎饼：陶瓷粉末浆，被刮刀摊平成厚度约1微米的涂层，再敷上去一层金属粉末浆，这就是陶瓷介质贴上了电极。之后，一大张薄膜被叠压、烘干、烧成瓷。

“烙千层的煎饼，很难平整。”张光华说，“各家水平不一样，要是‘煎饼’裂了一道缝，电容数值就不够大。”

很多环节影响质量：陶瓷浆和电极浆不配套，干燥时就会“起皮”；烘干太快出裂纹，烘干不彻底也会导致瑕疵；烧瓷要暴露于特殊气体；冷却太快会开裂……

张光华说，哪一环节不到位，产品就可能大比例不达标。客户要求是一百万个MLCC只允许一个不合格。

另外，MLCC很脆弱，同一种规格的产品，大品牌可能细节更优秀，更不易机械损坏。

生产电容的企业，一般也生产电阻和电感等“被动元件”。工艺有相通之处。如消费电子产品用量最大的电阻：薄膜电阻，只有牙签头大小，以陶瓷为基底镀膜制造，工艺稍不精细，指标大打折扣。材料是中国电子元件企业的短板：陶瓷浆涉及钛酸钡和氧化钛诸多陶瓷材料，还混合了有机胶等等，电极浆则混合了镍粉、铜粉和树脂等等，配方都需要钻研。质量最高的陶瓷浆和电极浆产自日本公司。日本巨头如村田和京瓷，从做材料起家，后来才制造电子元件。

武晔卿说，二战后日本专注民用电子，电子产业集聚，有利于村田这类材料企业延伸业务。“就好像生产面粉的厂子，自己也开了拉面店。”

数十年坚持基础研发的日本巨头，始终瞩目高端。2017年底开始，基础电子元件持续疯涨，武晔卿说，原因是日本几家巨头停产了利润率见薄的产品，集中精力于高端市场。



下图：2018年8月29日，成都新筑奥威超级电容研发及生产中心在白俄罗斯明斯克州“中白工业园”举行正式投产运营，该研发及生产中心可年产各型号超级电容100万只单体

根据业界估计，随着手机更轻薄和频段更多，体积小性能好的元件用量会大大上升，iPhone 使用的 MLCC 是手机中最多的，最新的 iPhone 要用上千颗。电脑和电视的用量比手机只大不小。

汽车（尤其是电动汽车）使用的电容和电阻更多，且元件质量要求苛刻，因为冲击、温度、粉尘和腐蚀等条件更恶劣，且不能有安全隐患。车用元件市场大，但技术门槛很高，未来可能会继续被日本巨头把持。

国产焊接电源“哑火”，机器人水下作业有心无力

我国是海洋大国，拥有 300 多万平方公里海域，正在大力发展高端海洋资源开发和海洋维权装备。海里的设备一旦出现开裂等故障，需要用有工业制造“缝纫机”之称的焊接装备修补。

深海焊接的实现靠水下机器人。而我国水下机器人焊接技术一直难以提升，原因是高端焊接电源受制于人。

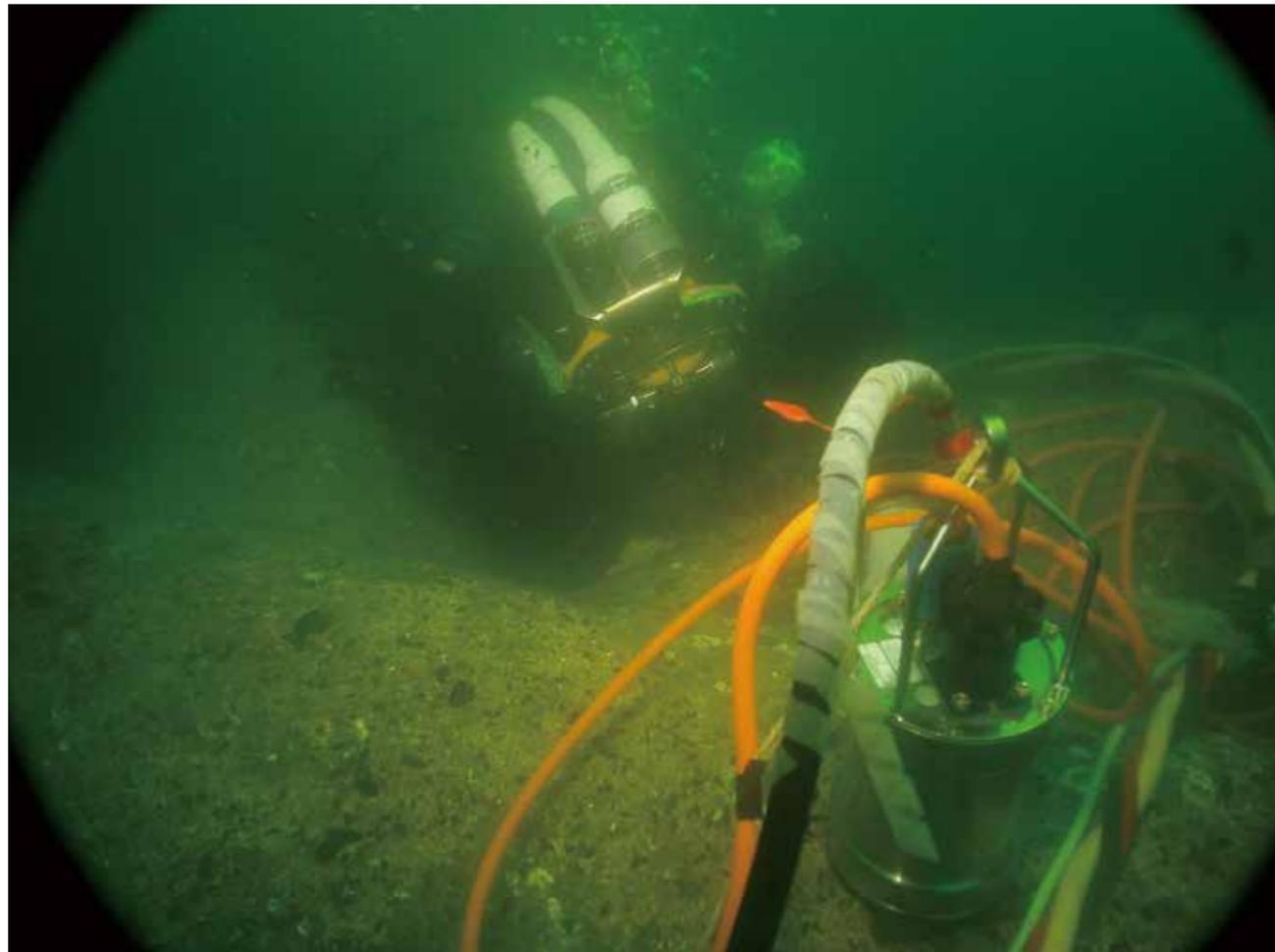
“埋在深海里的油管有可能因船只冲撞，或者核电站乏燃料池因地震等原因，引起开裂、破口等事故，需要立刻焊接维修，这时就得靠水下机器人出马，进行水下焊接。”华南理工大学机械与汽车工程学院王振民教授介绍，“水下焊接工艺质量优劣直接影响到大型装备的服役性能。”

水下机器人，顾名思义是在不同水深中进行多种作业的机器人。海洋岛礁建造、海上油气田、水坝建设、大型船舰修复、核泄露事故应急水下修补、军事海防工程等，它都能应付自如。“人不敢去的地方它都敢去。”王振民说。

水下机器人焊接质量的好坏，受制于多种技术，其中最关键的是焊接电源。“焊接电源为焊接电弧提供能量，焊接时电弧稳定燃烧是基本要求。”王振民说。

水火不相容，偏偏水下焊接就是要在“火”来

下图：蛙人在执行水下焊接任务



右图：焊接电源（资料图）。与国外现有频率 20kHz 的工业级焊接电源相比，虽然我国的技术有了较大突破，但产业化还有很长的路要走



完成的。由于焊接区域周边一直处于水的强冷状态，待焊接工件的表面也有水，在焊接电弧的引弧和燃弧过程中，电弧易熄灭，熔化金属难以流动扩展，严重影响到水下焊接时电弧稳定性。王振民表示，电弧稳定性主要取决于焊接电源的电特性及其动态调控能力。

然而，目前我国水下机器人焊接领域普遍使用陆上通用型（常压环境）弧焊电源，或在此基础上进行结构微调，对水下专用焊接电源的研究非常少，缺乏高性能的水下焊接电源，严重制约了水下机器人焊接质量的提升。

虽然我国是全球最大焊接电源制造基地，年产能已超 1000 万台套，但高端焊接电源基本上仍被国外垄断。“国外焊接电源全数字化控制技术已相对成熟，国内的仍以模拟控制技术为主。”王振民说。

由于国产电源不给力，水下机器人焊接技术一直难以得到提升。“弧焊工艺控制的智能化程度偏低，国内对焊接基础研究投入不足，工艺积累有限，导致产品除价格外，与进口产品相比不具有竞争优势。”王振民指出，国产焊接电源网络化自动化水平较低，导致各个自动化焊接部件信息量的传递十分有限，难以实现复杂焊接工艺的协同调控。

“北欧的海洋开采非常早，储备了相当多的焊接技术，拥有深海水下焊接设备。而我国开采海洋平台深度比较浅，技术处于发展阶段。”华南理工大学机械与汽车工程学院教授石永华指出，“他们有在水深一千米以下海域进行焊接的能力，而我们没有。”

现在只有国外一两家企业完全掌握水下机器人焊接技

术。我国只能向国外购买，不仅价格贵，后期维护成本也极其高昂，同时还要被严格审核使用领域、范围。

“国外技术人员来检修深海石油管道，在出现问题的地方画个圈圈，几百万甚至上千万元人民币就没了。”王振民说。

华南理工大学是我国最早开展现代逆变式焊接电源装备技术的单位，近年来，他们研发了逆变频率可高达 200kHz 的新一代大功率逆变式焊接电源，逆变频率的提高意味着对焊接电弧以及熔滴过渡行为的控制将更为精确。

与国外现有频率 20kHz 的工业级焊接电源相比，虽技术有了较大突破，但王振民却高兴不起来，他说：“产业化还有很长的路要走。”

专业焊接人才极其匮乏是重要原因。王振民认为，一方面，研究此领域难以发论文，很多人都转研究方向了；另一方面，焊接电源涉及多学科领域，其控制方法与实际的焊接工艺过程密切相关，有较高的技术门槛，研究和应用都需要长时间积累，但近十多年，国内不少高校的焊接专业已被取消，用人单位对焊接的重视程度也不够，待遇差，导致了人才储备远远不足。

此外，“我国焊接装备产业原有机械部定点的 30 多个国有厂家，多半已处于破产、倒闭或者关停状态，但目前市场上唱主角的均为改革开放以后成长起来的 900 多家合资企业和民营企业，而其中绝大部分民营企业几乎没有研发能力。”王振民建议，应逐步完善以市场为导向、政产学研用相结合的技术创新体系。■

2018 “奋斗者”的小故事

文_郑理 图_视觉中国 责编_屈菁

过去一年的杂志上，我们看多了宏伟的经济蓝图、先进的科学技术、喜人的制造成果、高端的企业访谈……该把目光对准那些一线的打工者、基层的员工和小创业者们，看看他们在过去的一年都发生了哪些故事。

一条腿的养蜂汉子

秦岭南麓东段有一个洛南县，山脚下有一个草店村。这里是国家扶贫开发的重点县，有不少贫困村。

因为山川阻隔，交通不便，这里不少村落还处于贫困状态。但有的人不畏命运，依旧靠自己勤劳的双手活出了精彩的模样，30岁的闫龙龙便是其中的代表。

和不少陕南山里汉子的成长轨迹相同，初中毕业后闫龙龙就跟着亲戚南下，来到了深圳电子厂里打工，后来辗转去到武汉从事销售工作。性格乐观开朗的他干销售很得心应手，同龄人还在厂里拿1000多工资的时候，他已经上了2000元。2012年，经过相亲，他结识了现在的妻子，但这个美好的小家庭却被突如其来的车祸改变了。

2013年的腊月比往年更冷，在去未婚妻家的路上，闫龙龙不幸地遭遇了车祸。为了保命，他的右腿只能高位截肢，昂贵的手术费用和后期的休养费用将近20万，这一下子掏空了这个家所有的积蓄，一贫如洗。老父亲也只能继续外出打工，原本正在为结婚装修的新房也只能停工。

闫龙龙躺在医院的床上，不敢相信眼前的事实。摸着空荡荡的裤管，那时候他觉得人生已经走到头了。闫龙龙被定性为二级残疾，同时经由村级民主评议，他家被评为贫困户。

出院后，在洛南县残联的帮助下，他安上了假肢。同时残联和村里的干部多次来到他家，鼓励他继续振作起来。未婚妻也没有离他而去，而是默默地守在他的身边，照顾他、支持他。



左图：闫龙龙自己买材料做蜂箱，这样也能省不少钱

右图：没人教，闫龙龙就自己学。买了不少养殖的书籍自己钻研



闫龙龙原本消沉的意志逐渐恢复。2017年年初，他上街赶集看到有人在卖土蜂蜜，每斤卖价到了80元，而且买的人还不少，这让他很心动。回到家，他经过书刊和网络了解到，当地处于自然生态林区，气候温和、山清水秀。每年农历2月到10月，山岭上的野花轮番开放，花粉丰富又无工业污染，是个养蜂的好地方。

闫龙龙开始尝试养蜂。起初是出乎意料地顺利，他通过看网络上的免费教程和手机养蜂视频，跟着一点点学习，投了5000多元养了20箱的天然蜜蜂。为了省钱他自己买工具打造蜂箱，一年下来共产蜜糖100多斤。当时洛南县正在对草店村进行旅游开放，村里有不少工人和些许游客，在没有任何宣传的情况，把他的土蜂蜜一抢而空。闫龙龙不仅一下子回了本，还一举脱了贫，这给了他极大的信心。

右图：2018年9月22日，提前装扮好的徐有贵骑着三轮车就来到音乐会现场



不过好景不长，由于养蜂技术不成熟，夏季天气炎热，蜜蜂飞逃了5箱，不少还有了病虫害。县对接村里的帮扶干部了解后，主动帮忙闫龙龙对接了邻村的养蜂老师傅，闫龙龙非常珍惜和师傅交流的机会，多次主动上门请教养蜂的经验和技巧。

在多方面协助之下，闫龙龙的养蜂规模也正在逐渐扩大。到目前，他已把养蜂量增加到40多箱，到今年5月，预计能收获蜜糖400斤左右。当前草店村还有贫困户30多户，闫龙龙已经在申请成立养蜂合作社，他要在全村的贫困户都吸纳进来，带领他们一起养蜂，增加他们自主发展产业脱贫的信心。

2018年5月，经过村民的民主选举，闫龙龙也被选为副村长，村民们都希望这位年轻人能带领大家走出一条脱贫路。

打工者的学习圈

半截塔村位于北京市北五环外的城乡接合部，集聚了数万名来京务工人员。2013年“社区学习圈”项目在这里落地，5年多来，这里吸引了不少打工者参与。通过这个舞台，他们不仅重拾了艺术梦想，也更自信的融入到北京的生活。

门窗维修工徐有贵今年64岁，在村子周边一带从事门窗安装维修工作。赵娜比徐有贵大三个月，早早退休了。原不相识的二人因共同的兴趣爱好结识，如今是一对配合

默契的二人转搭档。徐有贵的父亲是专业的二人转演员，到他这里阴差阳错地断了。而来自吉林的赵娜曾有文化站的工作经历，对二人转也很熟悉，两人一拍即合。2018年的音乐节上，他们联袂演出了最拿手的二人转节目《观花》。

李崇龙今年26岁，小学没上完的他很早就来北京打工，现在是一名外卖小哥。“我从小就想当一名演员，最想去的地方是长春的和平大戏院。”李崇龙说，他给自己取网名“圆梦”，他来北京也带着这个梦想。音乐会彩排时，他捏着嗓子模仿了《乡村爱情》片尾曲的原唱，引得叫好声一片。

秦建国来京15年，是一名环卫工，负责在附近垃圾场卸垃圾。平日里，他最大的爱好就是唱歌。为了在音乐会当天呈现最佳状态，他一有空就练习演唱和台上动作。每次干完活，垃圾场的空地就成了他的舞台。

看着大伙儿积极报名参加，保安张洪雷也加入了“半塔欢乐秧歌队”。一众女队员中，他是唯一的男队员。在岗时，他站得直、坐得正，但到了秧歌队的舞台上，他立即就能换一副身姿，扇起扇落间，扭得有模有样。张洪雷说，他在公园当保安四五年了，原来大家只管他叫“保安大哥”，现在他能听到更多的人喊他“洪雷”。



上图：李崇龙在彩排中模仿赵本山演唱《乡村爱情》片尾曲

下图：货轮离港前风浪较大，为了准确测出水位，大副爬出船体查看船舶的吃水深度

家政工谭必辉、姜兆云、姚兰芳和王孝霞四姐妹，分别来自湖南、辽宁、四川和安徽，口音差别很大，但相同的舞蹈爱好让她们在异乡成为姐妹。初来北京时，谭必辉没有合适的工作，舞蹈队的姜兆云就主动给她介绍，现在她们在同一家公司工作。

像徐有贵、李崇龙这样，通过参与社区文化活动增进彼此了解、融入北京生活的例子还有很多。如今，“半塔之声”音乐节已经举办到第5届，一年一度的活动已成为整个半截塔村的文化盛事，更是这里打工者的圆梦舞台。



右图：老轨（船上对轮机长的称呼）在对机舱的设备进行保养。机舱内空间狭窄，再加上机器运转时散发出的热量，这里的平均温度在40摄氏度，轮机员们经常是满头大汗

海员的真实生活

“没有海员的贡献，世界上半的人会受到冻，另一半人会挨饿。”世界贸易90%的运输量从海上进行运输，全球65亿人的生活所需离不开全球150万名海员的辛勤劳动。但由于工作环境艰苦枯燥，当下愿意当水手的年轻人越来越少。作为世界海洋大国，我国正面临着海员人才不足的挑战。

让我们跟随一艘货轮，看看海员们的真实生活。

“一切准备就绪，达到适航条件。”“出发！”2018年6月19日上午7时30分，随着船长吕良鹏的一声令下，金海发货轮从天津港码头起航。47岁的吕良鹏有着17年的海龄，作为船长，每次航前会上他都会重申出行前的注意事项。安全检查、机器检修、甲板情况、海员状态……“我不仅要了解这条船，还要了解这条船上的人。”吕良鹏说，上了这条船，大家都是兄弟，只有同舟共济才能乘风破浪。

海员们通常8个月才能休一次假。如果是环球航线，有时候一个多月都无法跟家里通个电话。此次出行前，妻子陈映园还劝吕良鹏换个陆地上的工作，多陪陪即将上中学的儿子。“孩子长这么大，他就只开过一次家长会。”陈映园说，海员们的生活圈太封闭，让他早点下来也是担心他和这个社会脱节了。

眼前的这条航线吕良鹏已经跑了数十次，面对茫茫大海，他从不畏惧。然而这几年，他却开始疑惑，“为什么许多年轻人都不愿做海员了？”想起当年自己做海员时的兴奋，吕良鹏对于眼下航海专业毕业生的择业观有点想不透。他也承认，这几年海员的职业荣誉感的确大不如前，“表面光鲜，实际上很苦”。

由交通运输部海事局2014年提供的一份调查显示，航海类学生在校期间愿意上船工作的只有46.9%，5年后仍在船上工作的本科生不超过20%，将海员作为终身职业的更是少之又少。

随着“海运强国”“海洋强国”战略和“一带一路”国际合作倡议的提出，我国需要大量的高级海员。然而，培

养一名高级海员的难度丝毫不亚于飞行员。吕良鹏介绍说，高级海员的培养周期在6年以上，船长在14年左右。他们不仅要取得相应的学历证书，还要参加大量的室内课程培训，船舶模拟训练，才能获得职业准入资格。除此之外，他们还得通晓航海科技、船舶管理、货运、外语、天文、气象等多方面知识。

1992年出生的林凯鸿是这条船上最年轻的水手。2016年毕业时，他们班26名同学只有7名上船做了海员。林凯鸿说：“这项职业生活单调，收入不高，如果不是因为喜欢或者专业所致，谁愿意来做？”对于海员们来说，长时间的海上航行最大的压力来自心理。“在船上待久了，如果没有及时的心理疏导，海员们的身心有可能处于亚健康状态还多少伴有轻度抑郁。”金海发货轮的政委吴兴贵说。

据了解，全球150万海员中，我国的海员人数超过70万（截至2017年底），是世界上拥有海员人数最多的国家。随着近年来我国对航运业的进一步重视，海员产业工人队伍建设进一步加强，海员们的待遇在各方努力下正在逐步提高。在中国海员建设工会的推动下，中国海员的最低月薪在2018年首次超过了国际劳工组织公布的海员最低月薪标准。

90后“补裆哥”

出生于1991年的补裆哥刘云强来自安徽宿州，初中毕业后就没再上学，一心贪玩的他从2013年开始完全静下心来，专注做一件事，那就是替人补裤裆。一年下来，他大概要补2000多个裤裆，收入近百万。“要不是做了这行，现在不知道会不会在哪里蹲着呢。”刘云强笑着说。

贪玩浪子给人补裤裆？这个转变听起来有些不可思议。原来，刘云强初中辍学后就跟着父母卖衣服，偶然听朋友说起复古牛仔圈，圈内人热衷于“养牛”，指的是把没有水洗做旧的深色牛仔褲穿出属于自己的特殊痕迹，刘云强立即对“养牛”产生了兴趣。

“养牛人”都有一个痛点，心爱的牛仔褲会因为个人身材和生活习惯等原因破损，裤裆最容易破。刘云强就在想：不如我自己开一家店做牛仔褲裆修补。

他指的补裤裆不是简单拿块布遮挡，而是把破损的裤裆修补得看不出痕迹。这不是一件容易的事儿，国内的缝纫机并不能实现这个操作，刘云强想了个法子，他用了一年半的时间，花费好几万去国外淘到几台报废的机器，这些机器，在全世界都已经所剩无几。

“拿着唯一进货的钱去买一堆破铁”刘云强回忆说，“当时家人都觉得我疯了。”回家后，他通过“拆东墙补西墙”的方式重新组装这些机器。如今工作室里摆了三十几台古董机，加起来价值近一百万。





上图：补裆前后的对比照

左图：刘云强的桌面上摆了满满一排复古服装书籍

刘云强挑选补裆用的线也是从国外买来，一卷要200元。为了学修补，他几乎翻遍了网上使用这些古董机的视频，但视频通常有些年代了，镜头也没有近到让人看到具体操作，他就自己一遍一遍试。曾经有很长一段时间，刘云强每天不吃不喝连续工作十个小时以上，晚上也常常半夜醒来坐着思考如何修补。“我老婆以为我神经病了，要带我去看医生。”

好在，经过了那样一段时间的探索，刘云强的修补技能有了很大的提升。他一直觉得，自己修补别人心爱的牛仔裤就像是医生在给生病的病人动手术，所以给自己取了个名字“丹宁医生”。

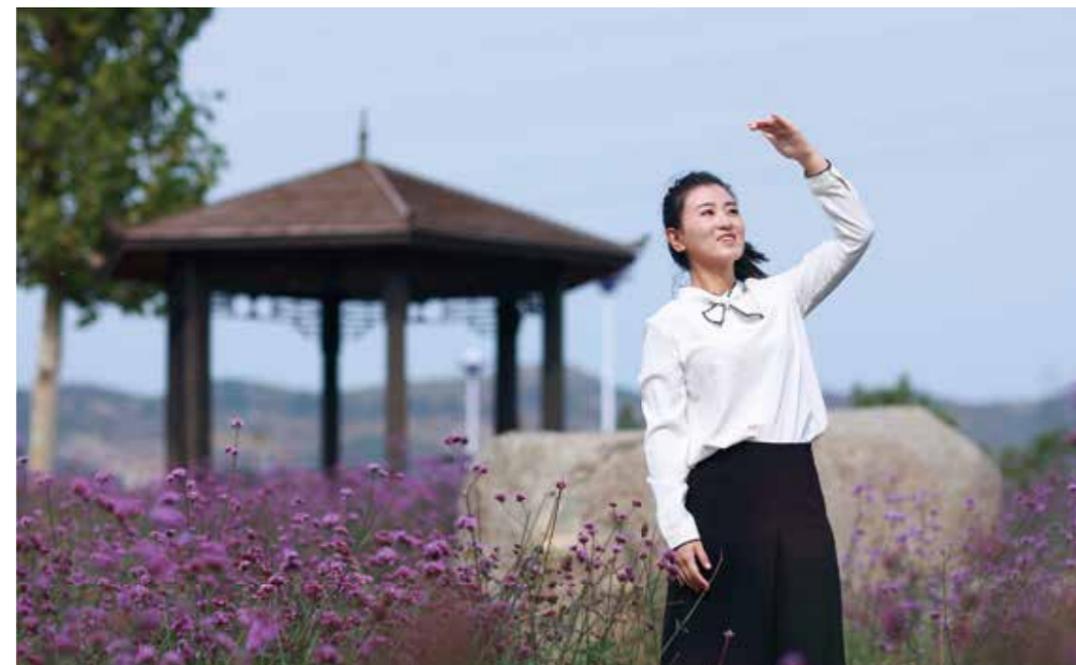
每天，刘云强都会从快递小哥那里收到很多来自不同地方的裤子。他拿到过最贵的一条裤子价值3万，甚至连《何以笙箫默》的演员谭凯都来找他补过裤子，一年下来，他要修补近2000条裤子。“来补裤裆的人并不一定是不舍得

买新的，只是因为他们真的喜欢属于自己独一无二的牛仔。”刘云强说。

刘云强店里现在大部分订单来自线上，全国各地需要补裆的裤子集中在安徽宿州这间工作室里。补裤裆讲究慢工出细活，客户通常要等上15个工作日才能收获，即便是这样，他们依旧愿意等。

美女硕士当电工

2018年10月18日，山东威海，30岁的宋海霞讲述着自己的工作。身穿14斤重的绝缘服，手握万伏高压的各种电线，在四层楼高的电线杆上带电操作。忙完回到地面，一脱下衣服，她的外套就像刚浸泡过一样，一拧就是大把的水。这样的工作她已经干了四年，四年之前她还是一名硕士生。



右图：宋海霞也是个爱美的女性

身高1.58米，体重90斤，笑起来甜甜的，就是一个女孩，却是一名带电作业工作者。

宋海霞出生于山东威海，从小乖巧懂事，在学校更是出了名的“学霸”。高考过后，如愿考上了本省的“985”高校山东大学，之后本硕连读。长相甜美、身材出众、自强独立、性格温柔，宋海霞成为了同学们争相追求的对象。可她从未动过心，一心用于学业上。“可能是缘分到了吧，我们在一起后很开心！”直到毕业，宋海霞谈了第一段恋爱。

“同一所学校、同样的性格、同样的单位，这是我们的浪漫。”毕业之后，俩人一起考进了国家电网威海供电公司。之后俩人结婚成家。两个人一起上下班，生活的很幸福。宋海霞在不断的学习与探索下，她成为了威海市首位取得配电带电作业资质的女生，干起了原来只有男人才干的活。



右图：她身穿14斤重的绝缘服，手握万伏高压的各种电线，在带电操作

带电作业，就是工作人员要在不关闭电源的情况下对高压线路进行作业。由于工种特殊，需要在上岗前，接受严格的培训。首先培训的是体力，教练要求他们通过跑步、握力器练习等来锻炼体力。并要求所有人在4分钟之内穿着14斤重的绝缘服、拿着15斤重的横担爬上15米约四层楼高的电线杆，安好横担后再爬下来。对于男人而言难度不算大，可作为唯一的女性，宋海霞身上经常被碰的“伤痕累累”，尽管如此，仍完成的不好。

为了加强体力，宋海霞强制自己吃胖，那段时间足足胖了10斤。看着女儿这么拼命，父母多次劝她换个岗位，除了担心她受累，更担心她的安全。因为她的工作是与万伏高压打交道。倔强的宋海霞多次和父母沟通，强调技术有保障，最终才取得了他们的同意。

为了确保人身安全，带电工作人员必须身穿重达14斤的绝缘服。“最难熬的是夏天。”40度的高温下，穿上密不透气的绝缘服。每次经过一个半小时左右的专业作业回到地面后，宋海霞里面的衣服就会全部湿透。换下来的衣服抖一抖都能“淋湿”一片地面。

经过四年的锤炼，宋海霞早已变成拥有多处肌肉的“女汉子”。“我现在都能公主抱我老公了。他总说我变得不温柔了，连打他都比以前用力了呢”，宋海霞一脸幸福地说道。其实在生活中，宋海霞依旧是一个十足的小女生，平日里还常常和丈夫撒娇要抱抱。她喜欢化妆打扮，也喜欢唱歌跳舞，一张娃娃脸，让人一看就觉得是个软萌的女孩。■

白手起家的女性企业家

文_郑理 图_视觉中国 责编_屈菁

又快到了一年一度的“三八国际妇女节”。那些女企业家们用女性特有的方式去创业、创新、创富，而不是去跟男人争夺。她们创造历史，同时也登上属于自己的绚烂多姿的舞台。在中国，女企业家群体正不断壮大，她们的数量约占到了企业家总数的四分之一。而有统计数据表明，在全球白手起家的女企业家中，排在前列的基本都来自中国，她们是周群飞、吴亚军、陈丽华及张茵。

周群飞

有“触屏女王”之称的周群飞，今年的数据暂时还未知，但在过去的几年内，她两次获封全球白手起家女首富，去年以700亿元位居女企业家榜第二位。

周群飞出生于湖南，自幼家境贫寒，五岁时母亲就去世了，父亲又因事故双目失明，手指也被炸掉了两根。周群飞打小就肩负起家庭的重任，打猪草、喂猪喂鸡、给爸爸做饭、砍柴……作业都是挤时间完成的。

从16岁起，周群飞南下广东打工，那是一家做手表玻璃的小工厂，条件很苦。周群飞白天上班，晚上读夜校，疯狂地学习各种技能。“我那个时候就是那种心态，只要你让我学，工资你给不给无所谓，我跟她们的追求不一样，因为她们都是从城里来的，她们有资本，我没有，就想靠自己的努力去改变”。在这家工厂，周群飞掌握了当时玻璃的最简单工艺，切割、仿形、抛光……

22岁时，周群飞在家人鼓励下开始自己创业。1993年，周群飞带着哥嫂、姐姐、姐夫和两个堂姐妹开始了创业之路，做的是老本行丝网印刷。在最初的七年间，他们的主要业务就是帮客人在产品上印上他们要的图案，还有镀膜。可就是这点小买卖也困难重重，“缺客户、缺材料、催款难”这样的事，周群飞一件也没幸免。为了把工厂办下去，周群飞曾两次把自己住的房子卖掉发工资，先生也把老家的地皮当掉。回想起这些往事，周群飞感慨地说：“创业没有回头路，兄弟姐妹们非常相信我，我不能让他们失望，冲凉的时候我也经常独自流泪。”

如果说2001年前，周群飞的公司蓝思科技还只是个“家庭作坊”，那么之后几年发生的事，却让公司步入了快车道。“2001年，我们率先应用玻璃面板替代了传统的有机玻璃，



周群飞

从此让行业掀起了一场手机玻璃的革命。”周群飞说，这项突破对于公司的业务发展极为关键。

当时雷地科技公司老板接到了TCL公司一批翻盖手机面板的订单。雷地老板叫来周群飞等几个朋友，将这笔生意进行分工，周群飞负责加工手机面板。周群飞尝试将其掌握的手表玻璃工艺运用到手机面板生产上，也就是用玻璃屏取代当时流行的有机玻璃屏。“我说现在这手机，用的‘亚克力’冬天就爆裂，也容易划伤，字都看不清，不妨用玻璃面板，我们合作做一个样品，看人家用不用。”周群飞说，这在当时绝对是“首吃螃蟹”，结果非但没有被毒死，还收到了奇效。随着TCL手机在市场走俏，国内的中兴、熊猫、康佳等品牌紧跟其后，纷纷采用玻璃屏。国际品牌中的少量高端手机也开始导入玻璃屏。自此，手机屏幕开始全面向玻璃屏升级换代，并延伸到其他消费电子产品。

但真正令蓝思科技插上金翅膀的还是与摩托罗拉的合作。摩托罗拉V3手机的玻璃面板油墨容易脱落，周群飞通过将手机玻璃镀膜与印刷技术相结合，解决了这一问题，得到了摩托罗拉的认可，随后诺基亚、三星等国际龙头也相继成为了公司的客户，蓝思科技初步确立了行业地位。

2007年，苹果推出支持多点触控功能的新产品，将手机行业带入智能时代。蓝思科技凭借多年积累的技术和规模优势，占据了较高的市场份额。在2009年后兴起的平板电脑行业中，蓝思也成为主要的视窗防护玻璃供应商。

周群飞创业26年，将蓝思科技从一个小家庭作坊，发展成囊括数个生产园区的工厂集群，缔造了一个让对手胆寒的手机玻璃帝国。在她身上，你能看到一个女性所拥有的品质，低调、美丽和谦逊。

吴亚军

谈起中国的女富豪，吴亚军一定是最霸气的之一。从一无所有到女首富，吴亚军走过了一段不平凡的人生。

吴亚军出生于1964年，她小时候家里经济一般，不过吴亚军成绩却非常好，后来考入了西北工业大学。1984年，吴亚军被分配到了前卫仪表厂。

由于是高材生，吴亚军当时一个月的工资有100多元，在那个年代绝对属于高工资。吴亚军的妈妈是一个旗袍裁缝，于是吴亚军从小也学会了这个技能。有一次，厂里有外宾来，需要几个女同事去接待。吴亚军毛遂自荐，然后她穿上自己裁剪的旗袍去给外宾当翻译，得到了领导们的一致好评。因为工作表现非常优秀，吴亚军还得到了去厂里的电大当兼职老师的机会。

吴亚军的老同事说，那个时候从吴亚军的谈吐中就知道有一天吴亚军一定会出人头地。吴亚军非常好的证明了那句老话，是金子总会发光。上世纪80年代末，许多大学生纷纷离开仪表厂下海创业，吴亚军也是在这个时候离开仪表厂的。离开后，吴亚军成为了一个女记者。5年的记者生涯，让吴亚军积累了非常多的人脉，这也给她后来进入重庆房地产界打下了坚实的基础。

1994年，吴亚军决定离职创业，她创办了重庆佳辰公司，当时有4个股东，包括了她的丈夫蔡奎，每个人各出资50万。最早的时候公司只有十几个人，主要做装修跟进建材的贸易生意。

后来吴亚军决定自己开发房地产。原来，当时吴亚军买了一套新房子，可是房子住起来却让她非常不满意，不仅交房延迟，而且住进去后房屋各种缺陷，于是吴亚军决定自己做开发商，盖重庆最好的房子。

1995年，一个偶然的机会，让吴亚军进入了房地产。当时她拿下了小康住宅示范工程的开发权，然后成立了中建科置业。最早的时候蔡奎并没有跟她一起做房地产，而是继续做自己的建材生意。

吴亚军的第一个项目龙湖花园南苑项目在重庆大获成功，从此确定了公司在住宅的发展方向。不久之后，吴亚军把公司改名为龙湖地产。吴亚军展现了她独特的女性优势，就是细腻。在这个属于男人的江湖，吴亚军用她的细腻打开了一条属于自己的路子。吴亚军对于自己楼盘的细节了如指掌，包括什么土壤适合种什么花木，应该如何搭配等等。吴亚军早年的每一个楼盘，都亲自监督一切细节。吴亚军凡事亲力亲为，给龙湖前期的发展奠定了一个非常好的基础。

进入了新世纪之后，龙湖迎来了快速发展的时期，2003年龙湖的销售额只有6.2亿。不过两年后，龙湖成为



吴亚军

了西南地区第一家销售额超过 20 亿的地产公司，还跟香港的置地达成了战略合作。看着吴亚军的地产生意做得风生水起，蔡奎也放弃了自己的生意来到公司帮助吴亚军。

随后龙湖开始进军全国市场。2009 年龙湖地产在香港成功上市。不过对于上市，吴亚军却显得战战兢兢。吴亚军说，上市就是拿别人的钱，就必须控制风险，为股东负责。

龙湖的上市，也让吴亚军一度成为了中国的女首富。不过就在吴亚军事业取得成功的时候，她跟蔡奎的婚姻却亮起了红灯。有消息说，是因为吴亚军希望公司去家族化，引起了蔡奎的不满。两个人随后离婚，不过吴亚军显得非常大度跟霸气，她说两个人是和平分手，对龙湖的发展不会有任何的影响。

去年 4 月下旬，一篇称吴亚军滞留境外的报道让传言一度满天飞。但 8 月举行的龙湖集团半年度业绩沟通会上，久未公开露面的吴亚军不仅出现了，而且还亮出一份漂亮的“成绩单”，龙湖集团 2018 年上半年累积签约 917 亿元，再创历史新高。

陈丽华

从 2001 年起，今年已经 78 岁的紫檀集团董事长陈丽华已多次成为当年中国女首富。

陈丽华读到高中便辍学，后来做起了家具修理生意，由于她颇具生意头脑、待人热诚讲信用，很快成立了自己的家具厂。1981 年初，陈丽华从北京来到香港，通过社会关系的帮助，从事房地产投资。

这位女首富是如何发家的，至今没有定论，官方的说法是，她在比华利买了 12 栋别墅后高价卖出，迅速完成了原始积累。此外还有另一种说法，当时北京龙顺城中式家具厂里，保藏有大量文革中没收来的珍贵明清紫檀、金丝楠和黄花梨木家具，在当时，这些都是“无主”之物。陈丽华以“货物”名义得到了这些家具，掘得了第一桶金。

在香港没几年，陈丽华以港商身份回京。彼时，邓小平南方谈话在海内外引起极大反响，陈丽华带着香港淘来的真金白银回京，投资的第一个地产项目就是地处长安街黄金地段、毗邻天安门广场的长安俱乐部，总投资 4.5 亿元。现如今，在京城，长安俱乐部仍是财富与地位的象征。

值得一提的是，陈丽华在回京当年，悄悄从香港战略转移，在澳大利亚、东南亚等地设立分公司进行地产投资。上世纪 90 年代，金融风暴席卷亚洲，陈丽华的商业版图却毫发无损。经过近 20 年的打拼，富华集团的发展势头也越来越猛，陈丽华利用手中积累的财富，开始了多元化的投资实战，以房地产业为主，兼及高级会所、高档公寓、物



陈丽华

业管理、酒店管理，并介入旅游、商贸、网络信息、航空服务领域，锋头强劲。在澳洲以及东南亚等地设有分公司，国内在大连、深圳、秦皇岛等城市也有投资，但主要投资趋向于北京。陈丽华的富华国际集团在北京已拥有数家房地产企业。

富华集团走到今天这般地步，陈丽华居功至伟，她虽然还是集团的董事长，但权杖已平稳地转度给了儿子，自己一门心思地用金钱、用心智，去沉淀、去“打磨”名贵的紫檀木。是的，除了地产大亨，陈丽华的另一个身份是中国紫檀博物馆馆长。

1999 年国庆前夕，她斥资 2 亿元投资兴建了中国紫檀博物馆，其中除了她收藏的 300 余件明清家具外，其他 2000 余件都是 20 多年来在她自己的工厂生产出来的珍稀紫檀精品。她耗费了 10 年心血和精力，只为让老北京城门重新“活起来”。如今她钻研檀雕技艺四十年，并将全部的经历都用在传承紫檀文化上。

1999 年 5 月，美国最大的私立艺术学院——萨凡那艺术设计学院因陈丽华在紫檀雕刻艺术上的非凡成就，授予她荣誉人文博士称号。萨凡拉市市长还向她授予金钥匙，宣布她为荣誉市民，并将每年的 5 月 25 日定为“陈丽华日”。在陈丽华看来，她生平最大的“投资”是对“活的国宝”——传统文化技艺的拯救。

陈丽华坦言，这个博物馆比她经手的任何一个地产项目都“费钱”，单纯意义上的地产项目可以“钱生钱”，而博物馆非但不挣钱还要无休止地往里贴补。陈丽华并不指望这个博物馆能给她带来什么利润，也不奢望它赢利，她说：“人们都把财富和高科技相提并论，我倒以为我的这些宫廷工艺的紫檀丝毫不比外国的高科技逊色！”

张茵

张茵 1957 年 2 月出生于广东韶关，家里有 7 个兄弟姐妹，排行老大。她祖籍黑龙江鸡西，父亲是南下干部。不过父亲在文革时期被批判坐牢，作为家里的老大，张茵从小就担起了家中重任。虽然家中人口多，但年纪轻轻的张茵就能把家中的事安排得顺利妥当。从小开始的经历，就让张茵练就了独立自强，不畏艰难，坚持不懈，快速行动的风格和特点。

高考恢复后，张茵考上大学。会计毕业后到深圳一家面料公司做会计，半年后转投一家合资企业，先后担任财务部部长和贸易部部长。

人脉交往频繁后，她看到了废纸回收行业的商机。发现当时森林资源匮乏，内地造纸基本的原料都是从香港进

口。如果到香港做再生纸生意，利润有多大。1985 年，27 岁的张茵揣着两个合伙人一起凑的 3 万块钱，只身一人来到香港，租下一间 37 平方米的办公室，做起了废纸回收贸易。

“创业之初确实艰苦。”张茵回忆说。80 年代香港人本就看不起大陆，其中艰难可想而知。不过功夫不负有心人，张茵还是签了一份 300 万的合同。不过让她没想到的是，这个合同却是个骗局，最后只拿到 300 万韩元。她冒着“肉体上被消灭”的危险，去当面和骗子对质，以挽回损失，没想到张茵居然成功了。

创业之初，张茵从低端做起，慢慢建立废纸回收网络，在资金方面，她通过香港银行贷款，一步一步地发展自己的事业。自从在香港入了行，张茵就坚持品质第一，她率先降低废纸中的杂质和水分，但这一做法招致了同行的不满，甚至受到黑社会的威胁。最后张茵凭着真诚和耐心，终于建立了一个较为稳定的上游货源。

随着张茵在废纸回收行业的积累，她慢慢意识到造纸行业的弊病：国内纸质差，由于纸源是草和木浆，以至于造不出高级纸张。张茵为了解决这个问题，踏上了美国之路。

刚到美国，张茵从美国回收废纸，供应中国市场，进而建立自己的纸业公司，张茵没有好高骛远，没有惊天动地，但却创造了一种独特的赢利模式——“依附”在全球性的产业链条上，以“稳中有赚”获得强劲的发展。

1990 年 2 月，张茵夫妇成立了中南控股公司，她不仅运输废纸到国内，还将加工好的牛卡纸销往世界各地。如果说张茵在香港的创业是靠勤奋和勇气获得成功的话，那么到美国后更多的是靠智慧和多年累积的专业知识。

十年里，张茵建立的美国中南有限公司先后在美国建起了七家打包厂和运输企业。1996 年，在全美各行业集装箱出口用量排行榜上，中南公司名列第四，此后一年上一个台阶。到了 1996 年，快 40 岁的张茵，随着她全球完整的供应链规模，让自己的事业版图已足够壮大和稳固。2005 年，玖龙超过晨鸣，成为中国第一、亚洲第二、世界第八的造纸厂商。

多年冲锋过后，张茵开始将目光投向资本市场。2006 年这位将自己“挂上大盘”的张茵，果断地抓住了上世纪 80 年代中国造纸原料市场的空白，最终占领了中国百分之七十以上的再生纸原料市场。

如今，随着国家绿色发展、可持续发展的理念提出，玖龙纸业迎来了它的再一次机遇与挑战。张茵说：“每个人的人生旅途中都会经历不同的阶段，平衡好自己的心态最重要。同时，也要常常去检讨自己，学会珍惜身边的人和事，这样才能保持淡定平和的心境。”^[4]



张茵



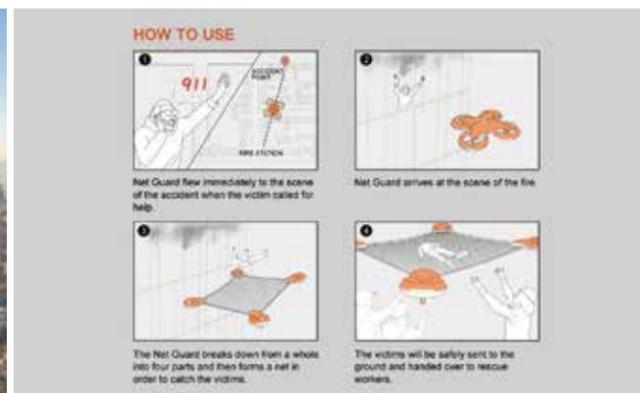
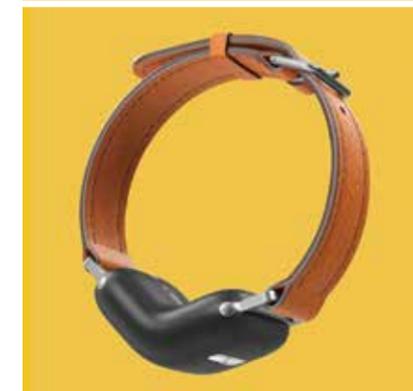
9合1充电宝

Julien Long 和 Bruno Lin 设计的 MoovyGo, 身材小但功能非常全面, 可以作为移动电源、无线充电器、USB 集线器、读卡器、HDMI 连接器, 还提供了以太网接入端口! 有了它, 可以告别那些杂乱的数据线了。



宠物智能项圈

还在担心你的哈士奇“撒手没”吗? Nikita Bukoros 出品的宠物智能项圈 RAWR, 不仅坚固耐用、防尘防溅, 最重要的是可以通过 GPS、蜂窝网络和 WIFI 来精确定位佩戴宠物的位置, 并通过一系列的传感器来监控宠物的生命体征。主人可以通过智能手机实时监控。

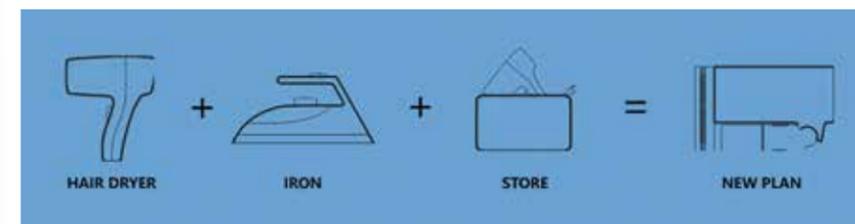


高层逃生专用无人机

近几年发生的几起高层火灾事件让人心有余悸, 当消防云梯无法达到救援高度时, 处于顶层的居民该如何逃生? 广东工业大学的设计团队出品的 Net Guard, 是一款基于无人机的层救援装置, 当火灾发生时, 放飞 Net Guard, 它迅速分成四个部分, 连接起一张安全网, 受灾群众可跳上这张保护床离开火灾区域。这个设计获得了 2018 年 Golden Pin 的概念设计奖。

复古电动独轮车

Konstantin Kos 设计的这款电动独轮车 ESCIS，颜值实在是太高。造型复古，线条硬朗，细条纹轮胎，子弹刹车灯……还配备牛仔与皮革拼接的马鞍包，不能更有范儿了！



可以当熨斗的吹风机

Ming Liu 设计的 Ironing Hair Dryer，顾名思义，是电熨斗和吹风机的二合一。它的外形还是传统的吹风机，但手柄底部设计了储水器，可利用热空气使之成为蒸汽来熨烫衣物。折叠起来可以非常方便地塞进行李箱，差旅必备！



可以取代手机的智能眼镜

North 将推出一款外形与普通眼镜相差无几的真正的 AR 眼镜。它在眼镜的侧面内置一个激光投影模块，可以在镜片上投射图像，并将图像直接反射至使用者的视网膜上，也可以根据使用者的视力进行焦点校准。投影可显示时间、通知、浏览地图等等，还可通过配套的指环来深入操控手机。第一次觉得，框架眼镜不那么碍事了！





老人、幼儿的健康监测手环

KEZ 的外形像一个简单的手环，实际上，它可以实时监测佩戴者的心率、血压、体温、呼吸和活动。如果它发现异常，将立即向监护人发出警报。它的 360°鱼眼摄像头可以实时传输现场视频，方便监护人在赶到之前评估情况。看护老人、病患、儿童必备！199 美元，你会为它买单吗？



徒手拆快递指套

想享受一下徒手拆快递的快乐吗？Version 22 出品的 Nimble Cutter，是一款内藏刀片的指套，戴上它拆快递简直无往不利。同时它的安全系数也很高，采用螺旋式插孔设计，刀头是一个小小的陶瓷尖头，虽然锋利，但用它来裁切时必须要有硬物支撑，它无法穿透皮肤这样的弹性表面。美亚售价 9.95 美金，来一个？



有教育意义的电子钱包

Pigzbe 是新世纪的“小猪存钱罐”，通过加密货币储蓄和亲身体验，帮助儿童树立正确的花钱与省钱观念。父母可以通过 APP 给孩子发布需要执行的任务，孩子完成之后，父母给予 Pigzbe 的代币 Wollo 作为奖励。孩子们可以直观的规划自己如何赚钱、如何存钱、如何花钱。



真正的“无线”耳机

Emerson Holladay 出品的 Aura PEBL，是一款“未来”耳机，它为未来增强和虚拟现实而设计，打破常规，不再让耳机嵌入耳朵，而是舒适地贴合在耳骨上，由此可避免 VR/AR 对视觉、听觉的削弱。[1]



扫码阅读手机版

视频在外贸社交营销中的应用

文_韩席军 责编_刘艳林

关于作者：

韩席军，焦点商学院明星讲师，商务英语和计算机双专业，精通外贸销售、SEO、EDM、社交渠道营销等，属于技术流的营销高手，善于钻研和思考，从业九年来，一直在做业务的同时坚持分享；目前在知名美资公司担任海外市场总监，从事跨境电商的研究和实践。



@站酷海洛

前几期的文章之后，有小伙伴在焦点视界公众号下留言反馈，希望能分享一些关于视频营销的内容，今天我们就探讨一下这个话题。

说起视频营销，许多人想做又觉得遥不可及，也有很多人觉得这是零售业的事儿，和B2B外贸没有关系。不论持哪种观点，都不得不承认，视频是当下最重要的营销方式之一，用“cannot afford to miss”来形容也毫不夸张。

一 视频营销概念、数据、趋势以及目标

1. 视频营销由来已久，增长迅速

第一条病毒视频的案例可以追溯到1995年一段名为《The Spirit of Christmas》的短片，而早在1997年，就有专门的网站供人们分享自己的视频。

主流的视频平台YouTube诞生于2005年，仅仅4年之后的2009年，就达到了日访问量10亿次的规模。根据预测，到2020年，互联网将有75%的网络流量都由上传和观看视频产生。

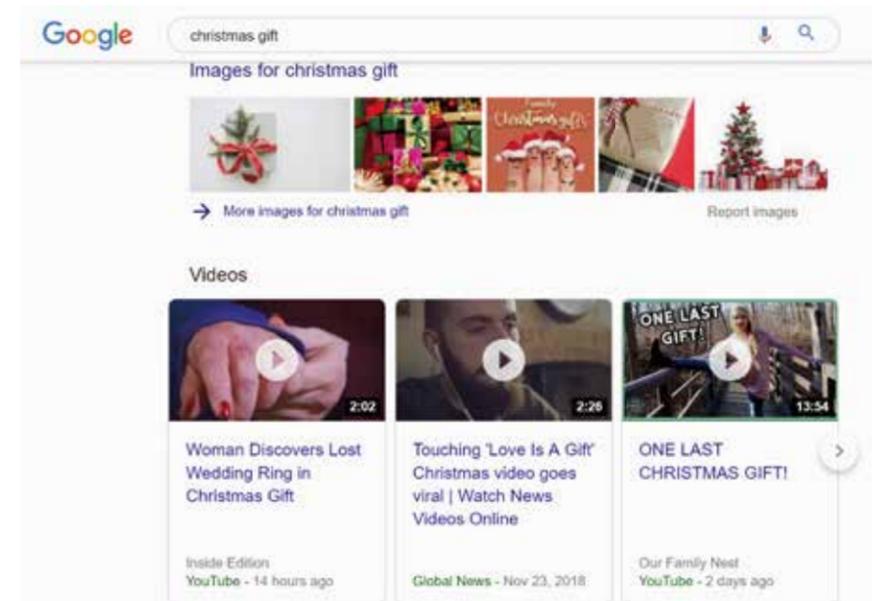
视频的使用人群正在逐年增长。以美国为例，2017年，74.8%的美国网民都会看视频，以25-34岁的人群为主流。而这一数据在2018年就变成了92.3%的人都会观看视频，主流受众的年龄也有向上游和下游同时扩展的趋势。

2. 视频营销的优势有哪些？

通过上面的数据，我们能感受到视频营销的魅力和威力。但有的小伙伴会问，和别的营销方式相比，视频营销到底具备哪些看得见的优势呢？简单来说，可概括为以下几点：

(1) 最大的受众人群。越来越多的人花更多的时间在视频上。视频受众涵盖了各个年龄、行业、消费层次的人群，如果你要为自己的品牌做推广，视频绝对是一块不能忽视的阵地。尤其对于快消品类的品牌来说，视频更是一块必须强攻的高地。

(2) 数据表明，视频是建立用户信任的最佳方式。在用户接触到真实的产品之前，很多信息都是通过网络进行了解。比起文字和图片，视频可以天然地呈现更全面的信息，从而更快地建立起信任。



视频排名更高更容易被点击

(3) 最佳的传播途径。视频内容在社交媒体中的转发率远高于其他媒体。以前有句话叫做“文不如表，表不如图”，现在则要在后面再加上“这些加起来，都不如视频有前途”。根据Facebook 2018年的统计数据，视频内容的转发率排名第一，比其他表达形式整整高出43%。

(4) 优化搜索引擎排名和点击率。如果你的网站上有视频（原生视频或者内嵌YouTube视频），那么你就有机会获得更高的排名，这是因为像Google这样的主流搜索引擎，会给予视频内容更多的权重。同时，如果你的网站在搜索引擎的结果页面中是以视频的形式出现，无疑会获得更多的点击。访问者观看视频的逗留时间，还会改善网站的跳出率，对SEO排名有积极作用。

3. 正在流行起来的一些趋势

刚刚过去的2018年，视频营销也发生了很多的变化。一些到目前为止可以总结出来，并且也将继续流行下去的趋势有：

(1) 直播大爆发。其实这个趋势早在2016年就在全球引爆，但随着时间的推移，不仅没有衰退，还呈现出强劲的后增长。

(2) 短视频成为主流。受众之所以青睐视频，就是因为观看视频的时候不需要思考，不

像阅读文字需要有个消化吸收的过程。也正因为如此，很多人的注意力和耐心变得非常有限。数据表明，30秒以下的视频，比其他视频多32%的观看量，同时转化率也更好。

(3) 竖屏视频。传统的视频都是横屏或者方形的。竖屏视频很明显是为手机打造的，但是在移动时代，媒体的形式也不得不适应设备场景的转移。包括国内的抖音、火山等APP，阿婆主（UP主，指上传视频的人）们也都已开始使用全屏/竖屏格式的视频。

(4) 高度定制个性化内容。我们做外贸的都听过一个概念，叫做“邮件群发单显”，也就是“虽然邮件是群发的，但每个客户收到之后，都只看到是发给Ta一个人的，并且名字也是自己的”。随着技术的进步，现在视频不仅能够根据受众分类进行选择展示，而且还可以根据观看者的不同，即时修改视频，加入个性化的内容。

比如Nike：从2014年至今，Nike制作了10万条各类视频。但是Nike并没有将这10万条视频打包呈现在所有的潜在用户面前，而是仔细分析客户的信息，然后根据他们的区域、性别、年龄、爱好、经历等等，将他们划分为十分具体的组，然后给不同组别的人呈现不同的内容，目的就是通过视频内容的个性化，获取最大程度的用户身份认同。

另一个更加精彩的例子是可口可乐的：可口可乐在 Facebook FanPage 视频中使用由 AdGreetz 提供的技术，该技术可以让 Facebook 的用户在观看时，视频里面的可乐瓶上显示自己的 First Name。试想这样的视频，用户的粘度和转发率该有多高！

这都得益于技术的进步，能够对目标客户做出详细的记录和划分，并且可以对视频内容做更加高级的呈现。这样的案例相信将来还会越来越多。

4. 设定适合自己的目标

在品牌生命周期的不同阶段，营销的目的各有不同。在制定视频营销计划或者制造具体的视频内容之前，应该先设定初始战略目的。根据目的的不同，可从以下几个方面进行划分：

(1) 品牌唤醒 (Brand Awareness)。适用于品牌初创以及后续的各个阶段，在各类媒介和平台中，通过多种形式的内容，让潜在客户

注意并记住自己的品牌、产品、服务。这样的视频应该是创意为主，品牌理念为主，产品是否出现反而不是那么重要。比如 1984 年乔布斯在美国 Super Bowl 中为苹果的 Macintosh 电脑做的广告，就是品牌唤醒视频的典范。

(2) 用户获取 (User Acquisition)。适用于产品和服务推广期间，通过各种途径锁定目标群体，并且通过有效的沟通手段，将其转化为自己的粉丝、传播者。这类内容要“走心”，需要洞悉目标人群，传达激起他们共鸣的内容。

(3) 流量转化 (Traffic Conversion)。在拥有了一定数量的粉丝之后，就开始考虑如何将现有的潜在客户群体转化为成交客户，同时还要不断增加潜在粉丝的数量，提升相关度，以便实现更多的转化。

(4) 社群运维 (Community Development)。通过将已有的客户聚集到一起，利用平台的便利，打通与客户的沟通。有些视频内容可以发挥售后的作用，解答客户的疑问，为客户提供

使用和维护指导。还有的内容不掺杂任何营销的成分，只是为了拉近与粉丝的距离，在情感上和心理上同喜共忧，传递价值观。

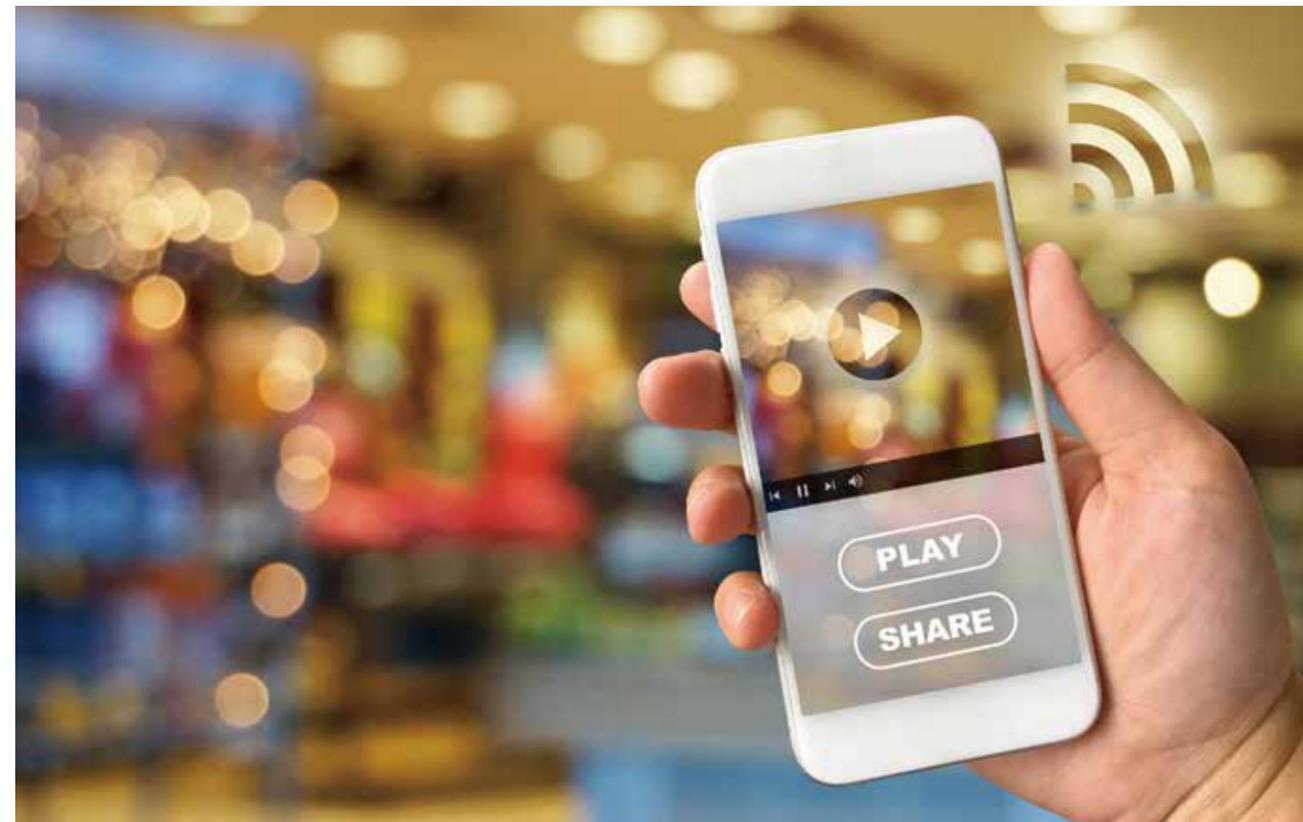
二 主流视频平台有哪些？

能够进行视频营销的平台有很多。但每个用户的时间和精力都是有限的，所以主流的平台会分去绝大部分流量。即使这些垄断级的主流平台，也有各自的倾向和特点。

1. 最大的平台：YouTube

作为从 2005 年崛起就一路高歌猛进的平台，毫无疑问，YouTube 是目前全球最大的视频平台。每个月的活跃人数是 14.9 亿 (2018 年 Q2 数据)，不计其数的公司、品牌、个人将自己的作品上传到 YouTube。

除了营销视频，很多人也将自己的视频托管在 YouTube 上面，然后再嵌入到公司网站，或者转发到其他平台。



@站酷海洛

2. 转发最活跃的平台：Facebook

作为社媒巨头，Facebook 和腾讯一样，占了人多的便宜。只要是 Facebook 的内容，天然就具有了庞大的潜在群体，视频内容在 Facebook 的转发量比 YouTube 的数量还多，丝毫不奇怪。

3. 黏度最好的平台：Instagram Stories

Instagram Stories 是 Instagram 在 2016 年 8 月推出模仿 SnapChat 阅后即焚模式的视频分享产品。它也是天然自带流量，同时由于 IG 的用户群体特征，黏度为每天接近 24 分钟，是一个十分可怕的数值。

4. 其他一些平台

视频平台也呈现百花齐放的情景。除了上面 3 个主流的“大户”，还有以下这些（排名不分先后）：Twitter、Snapchat、LinkedIn、TikTok（抖音海外版）、Wistia、Vimeo、Daily Motion、Pinterest Video、Tumblr。

每个平台都有自己的特色和细分领域，感兴趣的小伙伴可以逐个了解一下相关的数据，说不定就有十分适合自己所在行业的平台。

三 规则、技巧以及工具

1. 火爆案例的背后有哪些适用规则？

(1) 视频一定要做移动端优化。上面说过，视频的主要流量来源是手机用户。和电脑以及平板不同的是，手机屏幕小，大多数是竖着手持，所以视频不论是比例，还是内容的焦点，都要以手机为主，做出对应的优化。比如：如果是竖屏内容，主要内容要放在中间偏上的位置，而不是中间。

(2) 长度至关重要。由于注意力的稀缺，对于视频来说，被看完的几率和它的长度成反比关系。除非一个视频妙趣横生，全程无尿点，否则的话，来自各项数据的建议都是越短越好。如果是视频广告，则一般都在 30 秒以内。

(3) 传递情感，寻求共鸣。不见得所有的营销素材都要和品牌或者产品直接相关。我记得自己很小的时候，电视上放一个广告，是一家人在过年时团聚的画面，最后一句话：“孔府家酒，让人想家”。广告很简单，但直到今天，



@站酷海洛

每当回想起这个广告，我还能再次体会到小时候过年的时候那种希冀和欢悦。这就是一种情感共鸣和精神召唤，在那一刻让人产生了情感认同，印象深刻。

(4) 多多测试，锁定 winner。任何事情都不是第一次执行就能达到理想状态的。尤其是视频营销，成功涉及到的因素很多，所以就要求一定要多制作各种内容。即使是全球知名的大品牌，他们制造的视频也不是每一条都有大量人群来参与，有的仅有几个点赞评论。失败只有一种，那就是在找到成功的方法之前，就放弃了。

(5) 多平台多渠道营销。虽然我们讨论的是视频营销，但是绝对不能将目光仅仅局限在“视频平台”上面，有了好的视频内容之后，要因地制宜，“活学活用”，将优秀的内容应用在各个场景，例如，将视频发布在社交媒体的同时，还可以放到网站上，在邮件中发给熟悉的客户，以分享的精神，联通各个渠道。

2. 一些直接可以使用的小技巧

(1) 和粉丝互动，“打成一片”。这一点非常容易理解。积极回复别人留言，大胆地对某些观点发表看法，提出问题并不吝于分享答案，以个人的名义而不是品牌的名义和粉丝互动，表达自己的喜怒哀乐，都是数据表明和粉丝拉近距离的有效窍门。

(2) 鼓励采取行动。在视频中，提醒观看

者点赞转发评论、在 YouTube 的视频即将结束的时候提醒用户订阅频道（此时视频的时间线结尾也会有一个红色的标签出现）、产品和促销相关的视频不妨再次强调机会难得，鼓励用户现在询盘或者下单等等。

(3) 使用频道和播放列表。将自己的所有视频划分到不同的频道和播放列表中，不仅便于管理，还方便用户寻找相同主题的内容。如果是较长的内容，完全可以拆解为多个段落，既方便用户快速浏览，也增加了用户在你的列表里逗留的时间，有利于评级和排名。

(4) 话题 Hashtag。不论是哪个社媒平台，都有话题的功能，用 #MyBrand# 这样的形式，将内容组织起来，同时应用在各个平台。这样，后续被转发的时候等于自带话题。

(5) 封面预览图。好的封面等于文章的标题。一个好的标题会让人点开一篇文章，一个好的视频封面，也会让人有打开视频一睹为快的动力。各个平台都支持设置视频封面的功能，下次记得花点儿时间设置一下。

(6) 在邮件中使用视频。作为我们外贸用的最多的工具，邮件也能从视频营销中获益。数据表明，如果邮件中有视频内容，则转化率会提升 6%。在邮件中使用视频的第一步，就是要在邮件标题中也加上“Video”字样，增加邮件的打开率。如果视频太大不适合放在邮件中，可以将视频剪短，放一部分，同时给出

完整的视频链接。

如果实在没有办法使用视频，在邮件中使用 GIF 动态图的效果，也会比静态图片好很多。下文会给出制作 GIF 动态图的工具，尝试在你的下一封邮件中插入一张动态图，效果立竿见影。

3. 制作和分发视频的一些工具

(1) 图片快速生成视频：<https://imageto-video.com> 这是一个完全免费的在线工具，只要上传图片，就可以十分方便地生成 mp4 视频，并且支持加入背景音乐和水印，水印还支持字幕模式。和它类似的还有：<https://www.moovly.com>。

(2) 视频格式转换：<https://www.online-convert.com> 可以转换大量的媒体格式，和国内的格式工厂类似，不过支持的格式更多更新。有的平台对媒体格式有要求，这个时候就可以用该站点的功能进行转换。

(3) 强大的在线视频编辑工具：<https://spark.adobe.com> 来自 Adobe 的工具，更加难得的是完全免费。只要注册一个账号，就



可以使用内置的大量素材进行视频和动画的创作。和它类似的有 <https://app.biteable.com>。

(4) 生成 GIF 动画图片：<https://ezgif.com> 完全免费的在线工具。上传图片后，生成 GIF 动态图，并且可以进行灵活的自定义，



@站酷海洛

包括大小、过度效果、速度等。

(5) 付费方案。付费方案有很多，比如国内广州万彩的 Focusky 和万彩动画大师就提供了丰富的视频与动画创作功能，有预算的团队可以考虑。

另外一个可以称为神器的付费工具是 lumen5 (<https://lumen5.com>)，它是一款在线工具，可以自动将文字配上图片转化为视频，且图片和内容有一定的呼应关系，而不仅仅只是简单的一张配图。免费用户只能输出 480p 分辨率的视频，也能满足日常使用。

其他的工具还有很多，本文仅列举众多资源中的一部分，如果觉得不够用，可以在 Google 中，通过搜索“XXX alternative”的方法，顺藤摸瓜找到更多。例如，更多 GIF 生成工具，就用“ezgif alternative”在 Google 搜索，就会有其他同类工具推荐。

4. 打造SEO友好的视频

(1) 什么是 SEO 友好？作用是什么？

SEO 友好，指的是让搜索引擎更好更准地收录你的内容，并且给予合理的排名。视频内容由于其特殊性，本身并没有 SEO 内容可供抓取，所以需要在视频营销中手动设置 SEO 内容，提升排名，增加曝光和点击量。

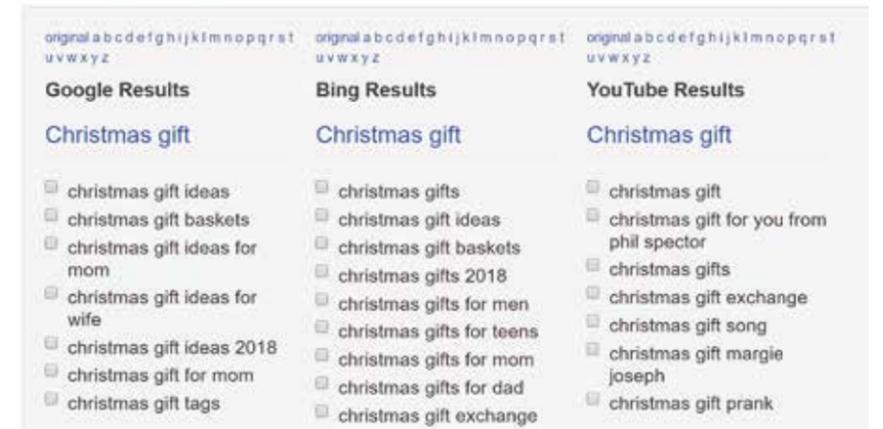
(2) 关键词部署。和文本内容一样，不论是在 YouTube 还是独立站上发布视频，都需要为视频分配合理的关键词。

部署关键词，最重要的是要考虑关键词的相关度和竞争度，一个原则就是：相关度越高越好，竞争度越低越好。可使用 <http://tools.seoachat.com/tools/suggest-tool/> 这样的工具去查询下拉关键词，拓展关键词基数，然后再利用 Google Keywords Planner 查询关键词的竞争度，选择高相关、低竞争的词汇。

有了关键词之后，就要加在视频的标题、描述、标签、文件名、自定义链接甚至作者等地方，从而让浏览者在搜索这些关键词时，有很大几率能搜到我们的视频。

(3) 字幕。配备字幕，不仅仅在为观看者服务，更是为了让搜索引擎能够对视频内容有更多的了解。仅仅凭借标题描述、标签这些区

Select All Results (You may select all, but Part 3 will process a maximum of 100 keywords!)
536 unique suggestions found.



使用工具查询下拉关键词

域，搜索引擎还不能对视频有全面的学习，如果加上字幕，更多的内容会带来更丰富的信息，从而让搜索引擎对视频收录和排名更友好。

(4) Metadata 和网站地图。这里指的是做独立站的情况下，应在视频出现的页面，部署尽可能完善的 Metadata 信息，同时也要将视频内容的页面链接和视频地址链接都放到网站地图中，最终目的还是为了让搜索引擎更好地抓取和收录。

做好上面的几个步骤，在同等条件下，我们的视频一定会比没有做这些步骤的视频获得更好的排名。

四 一些注意事项

1. 数据追踪，复盘优化

制作和发布了视频之后，要注意观察数据表现，包括 7 天内播放 / 点赞 / 转载 / 评论的数量，如果是一条与活动或销售相关的视频，还应该持续跟进后续转化数据。从各个环节中找出问题所在，从而优化薄弱的环节，让下一次的效果更好。另外也要用 ROI 的思维看待视频内容，尽量将视频的效果数据化。

2. 在数量和质量之间取得平衡

这是个见仁见智的问题。Nike 这样的消费品牌习惯制作海量视频大范围投放，而汽车类的品牌则大部分使用稀有策略，用优质的内

容“一锤定音”。这里面要考虑的因素有很多，如品牌调性、用户特征、产品类目、视频目的等。要坚信一点：对自己有效的就是好的，不必盲从。

3. 应对搜索引擎的智能进化

技术的进步似乎没有尽头。在 2018 年之前，如果在网站上一个视频，为了让搜索引擎抓取和收录这条视频，需要在 Metadata 下足功夫，给视频添加多种侧面的说明。但是，从 2018 年 11 月开始（实际时间可能更早），Google 开始对视频本身的内容进行分析，比如：可以分析到视频中出现的网址，并且据此决定是否抓取和收录。

其实 YouTube 早在很久之前就可以分析视频内容，主要目的是防止盗版泛滥，随着时间的推移，这些技术都获得了进一步发展。这就给营销人提出了新的挑战，需要关注更多的因素，让内容传播得更久更远。

总结

视频的话题非常宏大，本文寥寥数笔，只希望读者在看完文章之后，能够对视频营销的基本概念、主流平台、适用规则、常见手法等有所了解，若能将其中的策略和方法应用于实践，必将增加潜在客户对品牌的粘度，提升营销转化效果。■



扫码阅读手机版



扫码关注作者公众号

好的业务应带点锋芒

文_索菲 图_站酷海洛 责编_刘艳林

关于作者：

索菲，现任国外采购集团促销礼品采购经理，国内主流外贸论坛及杂志特约专栏作者。十一年外贸实战经验，擅长商务英语写作，勤奋乐观，热爱分享。欢迎扫二维码关注公众号：索菲外贸笔记。



1 和老外索要感谢，拿到一张46800美金的订单

几年前，我在 INTERPALS 上认识一位哥伦比亚买家 David。通过邮件交流了大半年，我了解到他是贸易商，在中国已经有了一些供应商。有天他说要来中国，问我能否帮他订间酒店。我说没问题，于是在 AGODA 上挑选了符合他要求的酒店，然后发链接让他自己去付款。

来中国后，他想参观供应商的工厂，问我能否帮忙安排一辆车。我有求必应，安排好以后告诉他费用是 XXXRMB，已经和司机说好了目的地，但上车前需要先付费给他。

到了晚上，他又发一个链接给我，问我：Can you please check if it is a good supplier. 我查完后告诉他查到了哪些信息，并分析从所查到的信息来看，这应该是一个靠谱的供应商。

第二天，他又问我哪里可以买到 Garden tools（花园工具）……

自始至终，这位叫 David 的外国人只会提要求，连一句谢谢都没有。我有些恼了，当即回复他：You owe me a thank you. Don't take it for granted.（你欠我一句谢谢，别再视为理所当然了）。许久之后，当我以为他不会再有回复的时候，他的信息来了，邀请我一起吃饭，借此表达对我的感谢，用餐地址刚好就在公司附近一带。

见面以后，David 开门见山，先忙不迭地道歉，然后又谢谢我帮了他那么多。

“Never mind. But David, you know I also have a wide range of certified vendors. Why not pass some inquiries to me?”（不要紧，但你知道我是采购，我有很多靠谱的供应商资源。为什么你不直接和我询价呢？）我也直来直去，继而补充强调，价格可以很透明，合作只收取服务费。

他当时一口答应：Sure, I will.

结果隔天还真收到了他的邮件，仍旧先对我表示感谢，然后向我询 100 张折叠逃生椅和 1100 张军用担架的价格。

“I really thank you for the support you gave me while in China.

I never forgot you, my friend, you are always on my mind and would like to give you a chance to work with me.

Looking for 100pcs of this emergency evacuation chair.

And 1100pcs military cots specification in photo attach.”

收到我的回复以后，他倒是很干脆，三天后确认订单：

“Sophia, price is ok. I am ready to place the order but chair qty increased to 300pcs. Please redo the PI and send me your bank info including your USA intermediary bank name and address.

Blessings: David”

没有订军用担架，逃生椅子的数量从 100 调至 300，报价为 USD156 一张。

中国人喜欢拐弯抹角，是可能说成不是，不乐意的时候嘴上说没问题，可能在心里要气死自己。而老外却都是一根筋，直肠子。大多数老外都性格直爽。如果你不提出来，他们可能觉得你很 OK。

碰到 David 叫我帮忙，如果我只是埋头做个烂好人，闷不吭声，那肯定不会有后续合作的机会。又或者因为帮他对我没有看得见的好处就置之不理，又会错失掉一个潜在客户。

很多业务员常抱怨，不少老外利用有过合作关系或者利用业务等待他们下单子的心理，在来中国的时候提各种要求，帮忙安排车饭的。其实，只要不给自己带来任何后续的麻烦，也是可以安排的。我替 David 安排这些就是如此，订酒店，我来，但要客人自己付款；安排车，我预定，但是客人上车后先付清费用。

在外贸跟单过程，除了对接订单相关的工作，还会遇到客户要求帮忙安排一些事情，这很正常。能帮则帮，不能帮或是需要收费，要表述得清楚明确，不引来后续的麻烦就行。

日常外贸工作中，如果遇到客户要求订机票、订酒店，以下是我的建议：

1) 如果是订单量不多的客户，直接跟他说你很忙。记住你并不受他雇佣，你的协助就

只是余力之外的帮忙，不是义务。如果他的事影响到你的工作甚至生活时，你可以直接说“Sorry I am afraid I can't assist you this time. Currently I am at the fair.”或“I am out of town.”或“I am on business trip.”。一次两次的说不，看看他知趣不。你要相信，即便你不帮他，他还是能找到办法解决。

2) 如果是有常规往来定量订单的客人订酒店和改机票等事宜，如果不麻烦，那就当是做人情。但如果是隔三差五的频率，把平常帮他订的网站发给他，让他自己去解决：Kindly suggest you can book it via AGODA or the c-trip.com, here are the websites...

还可以直接和客户说因为工作安排的原因现在无法抽空出来，如果你还是想让我帮你订，我可以找我们的代理帮你安排，但他们会收取额外的服务费：Sorry I am fully occupied now because of the work arrangements. If you would like to book through me, I can also check with our agent to help you book it. They will charge you extra service charge USD50.

还有一种情况，时下不少客户会把他们从其他地方订购的货送至你方工厂拼柜，小批量的货倒还无关痛痒。可是当拼柜的货五花八门，作为工厂业务员，你的工作量会因为这些杂货陡增：你要管理好货物的存放，清点好货物的数量，后续依次安排装柜，工厂的工作量会增加，装运报关单据要增加……

这些工作工厂能不能免费帮忙做，能做必须先核计好过程中可能出现的费用，事先和客户沟通清楚，以免出了力还贴钱；不能做要提前找个委婉的理由推拒，别等装柜以后发现问题不好解决再抛回给客户。客户毕竟远在国外，处理起来更加费力。

以下是相关内容的常见表达：

1) 如果可以接受客户送货拼柜，需加收卸货费/装柜费，要事先说明这类费用是另外付给工厂工人的，先把明细列出来，提前和客户确认清楚，得到书面的确认才能执行。或者列入 Debit Note 账单，管客户收钱，希望客户理解：Kindly note that USD xxx for loading & unloading fee. This is the extra labor cost which will charged by our workers. Thanks for your understanding.

2) 如果不可以接受客户送货拼柜, 以工厂仓库空间有限为由, 早早推拒客户, 让他有时间另想办法: Currently it's peak season, the warehouse is very tight for storage. Please understand.

2 客户前期磨叽却总催我货期, 如何和客户挑明?

客户是上帝? 不, 我们和客户永远是平等的。增加客户和你的粘性, 关键在于你对他有求必应, 而在于你能让他看到你的价值所在, 从而使他信赖你, 增加对你的认同。这样的客户才不容易流失。

有一位客户, 下单前各个细节变来变去, 总得我们提醒他如果不尽早确认订单, 无法如期交货。可等到下单以后, 他就开始催促, 十万火急地催, 好像迟一天要出大事一样。

虽然他的单量还不错, 但一而再再而三地宽以待己, 严以律己。我和他说, 我知道你们需要时间做决定, 但是每次确认订单太慢了,

留给我们生产的时间就十分有限。工厂匆忙赶货很容易出问题, 请理解:

"I know it takes time to make decision.

But coz of your delay in confirmation of order, there is only limited time for production.

Haste causes problems easily, please understand."

他回复我:

"Dear Sophie,

my production manager just picked the package.

Thank you very much. We are going to work on it immediately.

Promise I'll not bring any project with tight deadline to you again. I'm sorry for all the pressure."

经过双方的直接沟通, 他和我承诺不会再这样把货期弄得很紧张了。

3 客户和我道歉, 并且给了我询盘的反饋

还有一位老客户, 他本身是中间商, 每次下单会多方面地比较价格, 但是最近我发现到他发给我的询盘是这样的:

Dear Sophie,

Please provide me with quotation for the follow as soon as now

1. Pens yellow branded with logo in 2 colors

25,000pcs

2. Yellow wrist bands branded with logo/text in 2 colors

QTY 15,000pcs

3. Golf umbrellas with yellow panels printed with logo in full color on all panels(8 panels to be branded)

QTY 200pcs

这封邮件里只有我的名字是蓝色的, 可见客户发的是固定的询价模板, 后来再加上我的名字, 然后群发时忘记调整为统一格式了。好尴尬!

一次采购多方面询价很正常, 但是他这样做让我觉得非常没意思。虽然之前合作过多次, 但是最近一段时间客户询价了几次以后都没有下文, 想来是被低价吸引走了。于是我在 WHATSAPP 直接和他这么说:

"Frankly speaking I don't like that. I can see clearly Sophia in blue.

I understand comparing price is very normal before purchasing process. But this way made me uncomfortable.

And lastly no further feedback. Better skip us from now on."

我说我能看到我的名字是蓝色的, 采购比较价格很正常, 但是这样不专业的方式让我很不舒服, 我很不喜欢这样。最近老是询价没下文, 下次不用发询盘过来了。

这封邮件过去后, 他立即跟我道歉: Hope we stay personal friend. I am sorry once again Sophie. 并且写了长长的反馈, 告诉我之前几次询价各自的进展, 哪些已确认订单, 哪些还在等消息, 哪些因为价格因素做不了。

客户的询价种类繁多, 报价无一例外都需要我们付出时间和精力。询价没有成单不要紧, 但应该要给我们一定的反馈, 不然服务质量也难免打折。

很多时候我们觉得客户难缠麻烦, 可能在于从一开始没设置好底线。就像上述实例, 对方是我的客户, 但是我也在帮他拿订单, 他也会从订单里分成。当他触碰到了我的底线, 明确告诉他, 不要害怕失去, 有底线的人才更容易赢得尊重和平等。

4 客户要求多还磨蹭, 如何施压催单?

还有一位客户喜欢给我画饼说会有大单子, 但是下来下去都是一些鸡肋订单, 设计不断改来改去, 耗时久又麻烦, 问到大单子的进展, 就一直拖着没动静。于是, 我汇总了手头在谈的迟迟没进展的单子, 做 PI 推了一把,



并且直接说设计可以改动, 但是需要先安排一些定金过来。只有这样工厂才能有积极性:

"As discussed, the most important points to be finalized today are listed below:

1. Make payment to South Africa for xxx PI attached. US \$1381.5 to.

2. Confirm the attached PI for XXX. See PI attached and make 30% deposit payment...

Our design can be modified, we will only make some deposit to supplier to keep them active.

一星期后, 客户安排了定金。

5 后记小结

1) 作为与客户唯一对接的业务员, 我们不敢问, 不敢催, 配合着客户的时差, 生怕吵他睡觉, 打扰他吃饭; 配合着客户的工作时间, 生怕他周末不上班, 邮件没查看到; 怕这怕那, 可是真正的买家哪有那么多的休息时间? 即便是去度假, 他们肯定关掉工作手机, 不看工作邮箱, 又哪那么容易打扰到他们呢?

2) 客户一喊价格贵, 你就在想是不是应该降价了。你怎么知道他不会拿着你的报价单再去跟另外一家砍更低的价格呢? 对于一些不厌其烦讨价还价的客户, 就应该端起架子和他说 "Actually we are not shortage of orders.

Busy season." 表示工厂正忙着呢, 不缺单子。"You get what you pay for. Choice is yours." 一分钱一分货, 你自便。

3) 有些客户甚至拿着东家的图纸, 到处去问西家的价格。市场规则就是被这样践踏和破坏的。图纸是不能外传的, 业务员你这么做老板知不知道? 你这样无下限纵容客户, 就一定拿到单子么?

有心的买家, 不会一直只和你磨价格。毋宁说, 因为一个价格因素就离你远去的, 并不是优质客户。同样, 靠低价和低声下气的配合才能捆绑住的客户没有忠诚度可言。

4) 对待客户要随机应变, 见机行事。有些客户吃软不吃硬, 有些客户又得给点颜色。该忍就得忍, 才能知道分寸。

5) 不要因为害怕得罪客户, 就放弃原有的原则。有些“直接”属于口无遮拦, 有些“直接”却是敢于说出自己的意见, 赢得别人对你的尊重。

在拒绝这件事上, 越简单越好。我帮不上忙, 不行, 没空, 不可以。绕来绕去解释半天, 只会让自己觉得亏欠别人, 甚至让对方觉得你拒绝就是亏欠了他, 徒增许多烦恼。

总而言之, 好的业务员应该带点锋芒, 不卑不亢。要坚信自己所销售的产品或服务一定是具有独特价值的, 能给客户带来收益和回报。作为业务员, 如果你都没有自信, 谁还会拿你当回事, 不是么? **■**



安东尼的外贸江湖系列之 单对单销售技巧

文_安东尼 图_站酷海洛 责编_刘艳林

关于作者：

安东尼，一个在内地做外贸的香港人。



关于单对单销售

One on one 销售，是美国一些销售高手整理汇总的经验。共分十个步骤，一环扣一环，能让人在短时间内接受产品、接受销售人员、马上掏钱买东西的一套至高无上的方法。这个十步销售技巧，笔者曾研究过美国版的书一段时间，根据理解提出了简化版本，其实就是积累经验，然后系统地分析客户，以便更容易成交。

人买东西，如果情绪高涨是会失去理性的。有点像双十一，一股脑买一大堆东西，其实大都是不需要的，但就是感觉想买。所以我们在销售的过程中要学会调动客户情绪，让对方兴奋起来，想买。

这个单对单销售技巧，能够帮助我们促成订单，不能说 100%，但能够提高成功率。

单对单销售第一步：事前准备

事前准备不是买水果、准备好图册这么简单，而是在和客户会面前，需要做很多细节准备。调查客户的背景最为重要。有人会说，不是每一个客户都能够调查清楚的，但我们起码要做一些基本的调查，像对方是什么身份、来自什么公司、年采购量多少、以前在哪里采购，这些都应该在和客户见面前就了解清楚。

对一个普通的小客户和一个潜在大客户应该报什么价格，有非常大的差别。普通零售商，价格不能太低，否则没有利润；但如果对方是采购量很大的客户，因为有量，可接受偏低的价格。

外贸大单有两种：一种是量很大，但价格超低，因为量大，会有稳定的订单计划，对于一家生产型的公司来说，这种订单不能放弃；另外一种大单货值高，因为采购量不会特别大，所以单价高一点，尤其是定制产品。个人特别喜欢第二种大单，利润高是一个原因，买家对产品要求很高，所以谈的时候只要能够保证产品质量，价格方面客户基本都很爽快。

调查客户背景的方法其实非常简单，在 LinkedIn 搜客户名字，找客户的公司信息，了解客户行业、产品和公司背景信息，前提是客户注册过 LinkedIn。另外一个了解客户的



渠道是 Facebook，如果客户有企业账号，可以了解到客户所在的公司信息，如果有群，群里面的人大多是行业相关者，加进去，我们可以在里面发掘更多客户。同样的，客户个人账号的社交圈里除了他的朋友之外，一定会有一些和他关系不错的同行朋友。

通过客户的社交媒体账号可以了解他的爱好。比方说，你发现客户特别喜欢一支球队，你可以事先去了解相关的一切。有一次我在闲聊的时候，故意说到某球队的事情，然后客户马上问，你也是他们的球迷？我说，我都追了他们十几年了。当然，你需要真正了解那个球队的一切，尤其是球员和教练、所属联赛的其他球队的名字、教练、球员。聊过以后，人家是能够感觉到你是真懂还是装懂。有了共同的话题，就有了共同语言。

事前准备，还包括了一项心理准备：告诉自己，客户这次来是要下单的，如果不下单，是因为没有让客户足够放心，所以我们需要做到 120 分。

记得以前在香港做销售的时候，导师说要对客户有控制力，没有控制就会失去主导权，不能让客户随便来来去去，爱干啥干啥，除非你的产品独一无二，否则客户是不可能下单的。我觉得销售这个职业有趣，就在于购销双方的心理博弈，不是吗？

自信心的提升，除了心理的准备，还有个

人的仪表。如果有客户要来，适当打扮一下，让客户感觉到对他来访的重视，也是一种尊重的表达。见客户那天早上，洗澡，洗头，喷香水，用漱口水，以最佳状态和姿态出现在客户面前，让客户觉得你和别人不一样。

以前做采购的时候，有一次去顺德的一家工厂，从见面开始，我老是闻到一股烧烤油烟味，参观了车间、样品间后，接待我的女业务员带我去办公室开会。在两个人的办公室里味道达到峰值。我实在受不了就问她，你这么早就吃烧烤啊。她脸一红，说昨天晚上和同学吃了韩国烧烤，回家太晚，早上就直接来上班了……

还有一个细节，提前一天搞好样品间的卫生，特别不能让客户看到地上有烟头。如果接触过日本客户，就知道他们的标准有多高。是的，破坏成单的往往都是小细节。

单对单销售第二步：接待客户

根据心理学分析，红色代表警觉，黑色代表严肃，深蓝色代表讨价还价。你想投射什么信息给客户，在视觉和听觉方面要留意。专业职场衣服都是冷色调，这是有科学依据的。

无论男女，接待客户不要穿戴太多饰物，尤其是blingbling的东西。发型尽量束马尾或梳发髻。女士们建议束好头发，我最讨厌业务

员一边和我谈工作一边摆弄头发，这是分散注意力的事情，尤其在工厂，有风吹过来的时候，长头发吹到了客户的脸上，多尴尬。

夏天尽量别穿太短的裙子和太低的上衣，避免客户误会。不管男客户来自哪个国家，不管他们正值什么年纪，无一例外地觉得自己是天下无敌的帅，所有的女业务员都必须爱上他。所以，女业务员都必须特别警惕，避免发放错误信号给客户。

和客户第一次握手，面带微笑，满握带点力即可，这代表诚恳和认真。握手的时候双眼盯着对方的眼睛看，这一点特别重要。握手的时候，盯着对方的眼睛说：Welcome to our factory or company, please follow me. 然后领着你的客户进门参观工厂或公司。

另外一种场景是在机场或车站接客户，握手的时候说：Welcome to China, nice to meet you. Please follow me. 然后把客户领上

车。如果是商务车，尽量和客户一起坐在后面；如果对方人太多，你就坐在前面，然后回头和客户聊天。

车上事先最好放点轻音乐，像Jazz或者World Music，这些都可以在网上下载。音量尽量是刚刚好听到。记得问问客户，Do you like some music? 如果客户不反对，就继续播放。如果客户不喜欢，就关掉。我们公司会根据不同国家的客户，在车上准备好不同的音乐。客户在异国听到本国的音乐，不管喜不喜欢，都能接收到我们的重视和尊重。

音乐还是一个打开话题的好由头。一般的开场白：What kind of music do you like more? 如果是中东音乐或者印度音乐，你听不懂，可以和客户说。I don't understand the language, but I like the music and the rhythm. Gee, I wish someday I can understand what they are singing and sing

together. 客户一般都会很高兴，这代表你向往了解他们的文化。

车上上面最好有小的瓶装水，不要大瓶，显得浪费。另外准备一些小糖果，像薄荷糖或者口香糖，你自己先吃再问客户要不要。这个先后顺序非常重要。如果你先问对方，对方可能会误会你嫌对方有口气，虽然很多时候就是这种情况。

如果可以，Mind if I take a selfie together? 在车上就可以拿手机和客户自拍留念。对方一般都不会拒绝，这样可以有效拉近距离。最主要的是怕后面忘记拍照。我一般会提前把照片传给老板，让他先知道对方长什么样。等一会老板和客户见面，就会更加亲切一些。有时候我拍照片给老板也是为了确认一下这个客户之前有没有谈过，这么多年下来，其实我们见过的客户有很多，自己记不起来时，老板可能见过，多一个人参谋参谋还是好的。

单对单销售第三步：聊天

销售最重要的是会聊天，套近乎和套料。很多业务员目的性太强，被人家看穿了，套不到想要的信息，反而让对方反感。这属于不会聊天。

真正的聊天，得你先说，虚虚实实，真真假假，看情况而定。我记得有部电影里曾有过这样一句话：要说服别人，先要说服自己，否则，自己都不相信，怎么说服别人信你。有没有试过说最真诚的话时，会想流泪。不是真的流泪，而是水汪汪的那种。绝对能够让对方相信你说的话。不要害怕看着对方的眼睛说话，要学着看穿对方眼睛，看眼睛背后的内心，判断对方有没有在说假话。

我们的惯常做法是这样的，介绍自己、公司和产品的时候，一开始都是说真实的，再看看客户的反应，迎合客户的实际需要再篡改一下表达内容，只能改一点点，在不重要的细节上面改一点点去迎合客户，这样才不会露底。

聊天并不是漫无目的闲聊，要借此收集客户资料。当然你不可能一开始就问：How many factories you gonna visit this time? When did you buy before? Will you place order this time? 在彼此还是陌生人没有建立信任时，这些比较敏感的话题，很容易唤起客户的戒备心理。

我一般“热身聊天”起码15到30分钟，看客户情况而定，然后才会开始问一些关键问题，如果你和客户很聊得来，对方又非常放松的话，对方在毫无防备的情况下，是会告诉你的。

让人放松的话题包括哪些？

轻松的聊天话题一般离不开家庭、爱好和兴趣。而这些里面，聊兴趣和爱好是最能够让对方放松的。为什么我一直鼓励业务员要用心培养自己的一门爱好，像我喜欢看英超，我就可以和客户聊足球；我还喜欢看电影和美食，这些都是能够让客户放松聊天的内容。

客户放松与否，从身体语言可以看出来。当对方的双手都放开了，然后上半身倾向你的方向，靠得比较近，而且你问他的问题，他都会认真回答而且开始发表自己的意见，这时就是放松了。我就会在这个时候，突然问一句，By the way, where did you buy before? 然后



死死地盯着他的眼睛看，留意他的小动作。

如果这个时候，他往后仰坐回去的话，而且眼神开始看别的地方，那就是在准备说谎了。如果他保持原来的姿势和你说，而且眼睛是看着你的眼睛，那就可以放心，他是在说实话。当然，你也会碰到一些“老狐狸”。

另外一些必须要问的像：How often you buy from China? 或者是 How often you come to China? 这些都是想了解对方对中国市场的熟悉程度，这些资料对于后面报价非常有帮助。

当客户回答以后，我们就知道稍后怎么报价会稳一些。这些都是过去十几年累积的资料和套价之后得出的结论。做外贸不能耳目闭塞，需要在行业保持活跃度，对同行和行业有一定的了解。平时多和同行沟通一下，外贸群里面也可以找到不少有价值的信息，另外国内的一些外贸博客、外贸群也需要多多留意。我们需要对城市周边的同行非常了解，对其他省市的同行也有一定程度的了解。知己知彼，才更有把握拿下客户。

聊天是为了让客户放松，同时也是为后面的工作铺垫。我一般都会故意向客户推销我的老板。因为他年轻，销售技巧熟练，对价格和市场有见地。每次我提前向客户介绍我的老板，就是让客户对这样一位人物有一个好奇和期待。

和老板见面后，客户发现真的和我说的一样，就更加有兴趣聊下去。这样到报价的时候，我和老板唱红白脸就不会太突兀了。不要小看这个红白脸套路，利用得好，往往就是起死回生的必杀技。

外贸业务其实就是跨国销售，销售过程对于我来说，就像一个游戏。懂得怎么玩这个游戏，订单就手到擒来。不懂得玩，就非常苦恼。单对单销售技巧当然不能拿下所有订单，但能够提高成单率也是不错的。

以后我再慢慢把这些“套路”告诉大家。■

（编者注：文章为作者的一家之言，不代表本刊观点。）





扫码阅读手机版

客户有欠款？追！

文_维尼 图_站酷海洛 责编_刘艳林

有位读者留言：我有一位印度客户，欠款金额不大，一共六七千美元，虽然认账但一直不归还，拖了有一年了。现在又有了订单，却要求将欠款分批到以后订单里还，每张订单还1000美金左右。新订单付款方式要求30%定金，余款收到货后再付。

这30%的定金刚够一半的欠款，试问我可以假装接受这个订单，让他付30%，然后扣下这30%。要求他付清所有的货款？如果他不同意，我们扣下这个定金，他们如果要求银行退款，会对我们公司账号有影响吗？之前我们要求客户从西联分批还款，客户说政策不允许，这次却说想一部分西联付款也可以。其实这个客户不是特别优质的客户，一两年下一个单，金额也少。

怎么破？求支招！



欠债还钱，天经地义。但欠钱不还，你又能奈何？伤，确实很伤！

尤其是国际贸易的欠款，做外贸的朋友们有几个人能追回？

如果还钱完全依赖对方的人品，那不是扯吗？

如果不闻不问，任其逍遥，心里能抹平吗？想想这也是不可能的，该做的努力还是要做。问题是怎么做？

明确追债目标

对于上述这位读者的情况，我想先问四个问题：

第一个问题，这个客户一两年才一个单，欠款六七千，倘若每次还一千，等全部还完也至少要等七年以上的时间，你们能接受吗？

不能？那就设法追债。

第二个问题，如果提前跟客户说，你们没法接受他每次只还一千的条件，要求必须先还清欠款才能继续合作，你觉得客户还会还钱吗？还会坚持要下新的订单吗？

不会？那就专心追债。

第三个问题，如果假装接受客户的新订单，拿到了30%定金（欠款的一半）之后，再跟客户挑明，我们要求你必须付清全部货款和欠款才能做货，那你觉得他会付清货款吗？

极可能不会？那就果断追债。

第四个问题，这位印度客户一两年才一个单，每个订单金额都不大，30%定金，70%货到付款，这样的付款方式，在欠债未清的前提下你们能接受吗？能保证他们不会旧账未清，又添新账吗？

不能？那只能追债。

这四个问题的答案趋于一致：这个客户价值不大，信誉不高，不抱有继续合作的期望，综合分析下来，还是追债或者说止损要紧。

选择追债方式

基于读者的情况和他预想的操作，最多只能拿回一半的欠款，那怎么样才能拿到高于

半，甚至全部的欠款呢？

第一种方式：缓兵之计

虽然我们迫切想要追回货款，但欲速则不达，想一次性就拿回全部欠款，恐怕客户不傻，也不会同意。所以催款有技巧，还需循序渐进压着节奏慢慢来。

第一步：同意客户每次只还1000的要求，双方应当对付款时间做一个约定，如同定金一起支付，后面暂时避开欠款问题；

第二步：先与客户认真确认当前订单，甚至把价格做得更有吸引力，印度客户对价格更为敏感，下一步极有可能欣然下单，先付30%定金；

第三步：拿到定金后，跟客户挑明，由于公司资金周转紧张，我们只能允许50%货到付款，请客户再补20%定金。此时，不要主动提及欠款的事，避免客户产生联想。

先看看客户的反应再说。若客户拒绝补定金，这事作罢，我们要回了超过一半的欠款；若客户同意补定金，我们已几乎拿到90%的欠款。拿到之后，再找理由跟客户说，公司欠款数目太多，所以公司决定对于欠款的客户先收回欠款再进行新订单。若客户接受最好，合作继续，若客户不接受，那么终止合作，拿到了90%欠款。

第二种方式：软的不行来硬的

如果第一种方式没成功，连一半都没收回，那我们就只能直接摊牌了。为什么欠款这么难收回？就是因为缺乏约束性，如今我们需要制造一点约束性。

采取措施之前，最好先打听客户是不是在中国还有其他生意，怎么打听呢？查一下海关数据，看看这个客户有没有其他生意。

如果能查到他还有其他生意，那么我们可以踩着时间点警告客户：如果不还钱，我们将告知中国海关，说你们是骗子，申请拦截你们所有的出货，让你损失其他的生意。劝告客户尽快还钱，不要因小失大，增加不良的信用记录。当然我们不可能真的让海关去拦截货物，只是故意给客户制造一点震慑力。同时，告诉客户：我们还会告诫其他供应商，你们信誉不好，不能合作。

结合下面第三点，郑重说明已经和当地的大使馆联系，将会彻查他们公司的信用，情况属实将会把他们公司列入信用黑名单，以后想再从中国进口货物受到限制，要多严重就说多严重。

如果在印度有分公司或者办事处，可以到客户门上要，自己不方便可以委托合法的追债公司讨要。

第三种方式：请求大使馆协助

避免中国企业的损失，也是大使馆的一项职责，近年来印度和中国的贸易往来越来越多，这方面的事情理应得到更好的解决。曾有外贸同行用过此方法成功追回4万美金，所以也是一个可以一试的方法。

将与这个客人交易的所有单据和文件以及重要邮件都整理好后，发给中国驻印度大使馆商务参赞处协助处理，同时给大使馆工作人员打个电话说明我们需要他们的帮助。

经验教训总结

外贸利润微薄，千万不要为了一点点业绩把自己放到火上烤。新客户也好，老客户也罢，付清全款再出货。宁可等一年做个好客户，不等一个月做个差客户。赊账这种事，除非能承担得起，不然坚决不要做，守住底线最终受益的是自己！

遇到无赖的或者骗子客户，要他还钱，基本无望。所以我们最应该做的，就是不让客户有机会欠款。

使用信用证务必注意软条款，并确保代表物权的提单是在付清货款之后才能放单。同时，备份PI、付款水单、装箱单、提单还有装货图片等等，保留所有单据，以备不测。

使用PayPal付款的客户可以向PayPal平台以“未收到货物”或者“物品与描述不符合”申请撤销，或者使用信用卡付款的买家向国外信用卡中心发起的撤单时，支付平台只能强制撤单，这一点建议大家留意，比较大额的交易，最好购买出口信用保险。

最后一句忠告：预防重于事后补救，最好别让客户欠款。■

老外说，卖家邮件常是这样被忽视的

文_Rhonda K Bradley 编译_钱晶晶 责编_刘艳林

关于作者：

朗达·K·布拉德利 (Rhonda K Bradley)，从事 B2B 业务发展的专业人士，精通电子邮件营销、谈判技巧、潜在客户开发、销售漏斗开发等。通过提供产品、销售计划和服务相关的定制方案，为多家公司成功地提高了市场份额和收入，受多家媒体邀请撰写 B2B 销售相关文章。

对于大多数 B2B 企业而言，电子邮件营销是推动销售额的有效渠道。根据营销协会的研究，93% 的 B2B 销售人员使用电子邮件来分发信息，接近 75% 的销售将邮件列为最有效的营销渠道之一。

因此，如果你发出的邮件并没有带来销售额的增长，那么就找找是什么原因了。

以下是您的电子邮件可能被忽略的 8 个常见原因，B2B 行业的销售人员得解决这 8 个可能存在的问题，来提高邮件的回复率并增加销售额。

1 直接被认定为垃圾邮件

谷歌、Zoho 和雅虎都有这样一种程序：将系统认定的垃圾邮件发送到特殊文件夹，因此它们永远无法被客户看到。

可是，筛选垃圾邮件的过程并非是百分之百严谨的。数据显示，依然有一定量的正规邮件被错误认定为垃圾邮件。该如何解决这个问题？

确保您的电子邮件不会被错误认定的有效方法是让客户将你的邮箱列入他的白名单中。除此之外，如何防止自己的邮件被系统判定为

垃圾邮件也很重要。

Xverify 智能电子邮件服务给出以下提示：

主题行切勿全部使用大写；

注意使用正确的拼写和语法；

不要过度使用感叹号；

避免使用缩写的 URL 链接。

更重要的是，如果是发给客户的第一封邮件，最好在结尾处列出如何加白名单的说明，这能有效防止您的邮件被直接判定为垃圾邮件。

2 邮件标题毫无吸引力

B2B 买家需要的是高度可信的价值和内容。但是，这并不意味着你的邮件主题或内容得像百科全书一样。

根据 B2B 邮件营销指南，好的电子邮件主题应该是：

写得清晰且具有说服力；

如果可能的话，最好能言简意赅；

邮件正文的第一行，请不要超过 80 个字

符，因为电子邮件的第一行经常会显示为预览；

针对你的客户群体对主题行进行个性化设置。

根据 YES Lifecycle Marketing 的一项研究，个性化电子邮件的主题会使邮件的打开率提高 50%。

您可以通过多种方式将主题个性化，包括：

以往的交易对象或记录

喜好兴趣

地址

名字

比如 Think With Google 公司就使用了一个很有效的主题行：“how to drive growth by delivering the assistance expect”。

这就简明扼要的告诉客户这封电子邮件的主要内容是什么。

3 你的邮件“不适应”移动设备

以前，B2B 买家在工作中基本依赖电脑，但是现在智能手机的普及，让客户的行为发生

了变化。与前一年相比，超过 63% 的买家会更多地使用移动设备进行工作。

因为现在用手机收发邮件的人变多了，所以你也根据这一变化优化邮件主题和正文。以下是一些小提示：

主题行简明扼要；

包含明确的 CTA (call to action)；

确保你的邮件在手机和电脑上看，排版都是得体舒适的。

此外，你可以通过不同的设备来提前预览你的邮件，或者使用 Litmus 这类工具软件来快速查看电子邮件在 90 多种不同设备和应用上的预览截图。

需要注意的是，因为很多人都设置了以文字模式来查看邮件，所以请别使用图片作为驱动客户跟你进一步沟通的方式。

Shopify 曾设计了一个很棒的适用手机端的邮件模版。它的主题行和正文第一行字体较大且易于阅读，让客户第一眼就能明确的看到主题、内容和 CTA。

4 没有细分和个性化内容

我想大多数人都曾收到过这样的促销邮件：您购买某商品或服务可以享有五折优惠，但仔细一看却发现只适用于新客户。当公司不对其电子邮件进行细分和个性化时，就会发生这种情况。

所谓的“个性化”，并不仅仅是在邮件开头打招呼时简单加上客户的名字。而是一开始就可以根据不同的因素对客户进行分类或标记。比如：

根据不同国家、客户级别或者工作职位分类；

根据调查或前期互动，了解客户不同爱好分类；

根据客户参与或了解你方公司产品的方式分类；

根据是否曾经有过合作或者发过样品等分类。

电子邮件营销提供商 Mailchimp 曾做过

一项调查，称细分邮件的回复率提高近 15%，打开率提高 100%，删除率也降低接近 10%。

细分电子邮件的方法还有很多，不妨稍微花点时间，让你的邮件获得更高的打开率，促进交易达成。

5 邮件内容太乏味

你的电子邮件读起来像百科全书吗？我们曾收到许多的 B2B 销售邮件，发现他们总会写的过于严肃正式。

发邮件时，即使您的主题可能包括商业或技术层面的东西，但要记住的是，邮件正文依然要具备可读性和吸引力。

以下是一些可以帮助你的邮件更具有吸引力的建议：

使用一些放大的字体，排版易于浏览；

写一些关于客户的内容而非完全是自己的；

保持电子邮件的清晰和简短；

除非你的客户很喜欢，否则千万别用一些晦涩难懂术语，越地道越好。

邮件内容易于浏览对于 B2B 买家很重要。他们中的许多人在工作的时候喜欢看到简明扼要的邮件，并欣赏清晰简洁的写作风格。

6 没有发送合适的邮件内容

哪种类型的内容最适合发电子邮件？除非是跟客户首次联系的开发信等，在维护买家关系的时候，你得知道发送不同类型的邮件内容。这包括：

产品行业相关材料的报告，比如原材料、政策等；

帮助买家销售的良好建议；

分享公司最近新产品的文章及优惠信息；

通过简洁明了的方式向客户传达你的专业度；

与业务产品相关的小视频；

近期收到的其他客户对于产品的积极评论等。

永远记住邮件包含的内容应该是跟客户相关并且能够对他有帮助的内容。买家都希望占用他们宝贵时间的邮件是能帮助他们更好地完成工作的。

7 讲故事真的很有效

讲故事不仅仅是吸引客户，它更能激起对方对贵公司的兴趣，并激励他们回复邮件，因为他们想要知道更多的“后续”。

一位名为 Jake 的销售曾经用简短的故事构建信息，跟客户来回发了 5 封邮件，最终打动了对方，成功拿下了 30 万美金的订单。他说如果想要给客户讲故事，那么得了解讲故事的基本知识，您只需一行文字即可讲述故事，而这种微型故事格式非常适合 B2B 邮件销售。

给客户讲故事的过程中需要让对方了解更多关于您公司和产品的信息，而不是关于你本人的。尝试在邮件中加入一句话故事，以便让客户更好地记住你。

8 邮件中没有明确的call-to-action

不管邮件的内容是以什么方式呈现，请务必记得您为什么要发这封邮件。

在整个邮件正文的前半部分得包含明确的号召性用语，以便客户了解他需要做什么。这将大大提高邮件的回复率。

比如，来自 Search Engine Journal 的一封信件为 B2B 买家提供了引人注目的 CTA。它让客户仅能看到邮件正文的第一行，然后在下方显示一个荧光绿的 CTA 按钮：SHOW ME MORE。客户在一打开邮件时就能看到，并且打开率超过 98%。

总之，当您通过电子邮件与客户联系时，对方可能正忙于工作。想要让邮件成功的被客户打开并回复，请注重以帮助客户更好或更有效地完成工作的方式提供价值。请记得邮件中包含强劲且有吸引力的主题，合适的正文内容，以及简洁易于浏览的排版设计。

希望这些小建议能帮助您提高邮件的回复率并提高销售额。📧

外贸的变化与转型红利

文_JAC_精选自《逆境生存：JAC写给外贸企业的转型战略》_中国海关出版社 图_站酷海洛 责编_刘艳林



关于外贸形势变化

1. 企业的变化

外贸中的第一个大变化，即企业的变化。大部分的外贸企业都已经渡过了创业阶段，也就是暂时摆脱了生存危机，进入了第二个阶段——守业。

创业阶段和守业阶段对于管理人员、团队等的基本要求是有很大差别的。

在创业阶段，一个老板带着几个业务员，猛冲猛打，老板身先士卒，其他人哪敢懈怠？所以三军用命，加上外贸的黄金时期带来的红利，企业会迅速发展。三到五年之后，一起打拼的员工有了稳定的收入，已经很难再靠热情来做业务，而老板却有着更上一层楼的雄心，于是反差出现。

老员工的懈怠、新团队的成长，要求体系、制度更加明确完善，战略更加清晰。因为团队要有一个共同目标才有动力，潜力才会被挖出，惰性才会被最大限度地降低。所以守业阶段要稳，甚至可能要敢于抵制高速发展的诱惑，沉下心来优化团队、机制、流程。

2. 次终端与营销方式的变化

B2C的发展，让广大的消费者享受了极大的红利，但是给次终端带来了极大的压力。因为B2C的成本低，选择多，而次终端的货源却往往是本国的渠道商，渠道商攫取了高额利润后，次终端拿到的价格已经无法和B2C的供应商竞争。这样的压力逼迫着次终端寻求更加便宜的货源，而中国互联网的发展让这种诉求得到满足。敦煌网在国内第一个推出了小额批发的业务，随后是亚马逊推出针对小B端的服务，阿里巴巴的Wholesale更是把这种变化推进到了极致。

次终端的争夺逐渐成为快消品的主要竞争模式。

次终端因为不愿意保持库存，而且希望快速采购，所以长久以来都依赖于保持库存且能迅速送货的批发商。中国的出口商为了能够跟当地的批发商竞争，往往采用租赁海外仓的模式切入。

当然，海外仓往往要结合本地化营销才能发挥最大功效，这里引出了我们外贸营销方式



的重大变化：本土化营销。所以走出去应该成为每一个公司的战略规划。

除此之外，整个的营销也发生了极大的变化。

订单的零散化、小额化也会给团队服务带来巨大的压力。一个业务员能够服务的客户数量是有限的，因为他的精力有限。如果一个业务员可以服务10个大客户，这10个大客户能为他带来1000万美金甚至更多的业绩；而服务小客户花费的精力实际上并不比服务大客户少很多，我们就算可以服务30个小客户，可能这些小客户的平均订单金额也就是10万美金，总额才300万美金。

3. 市场的变化

说到外贸形势变化就不得不提市场的变化，传统的英语市场已经是红海一片，但是并不是所有的市场都如此。

西班牙语和俄语市场已经被讨论了很多年，有的公司已经从中尝到了巨大的甜头，而更多的公司还是观望再观望。的确，招聘掌握小语种能力的员工存在着巨大的困难，但是只要是应该做的事，再难也要做。其实，只要我们把某件事看得极其重要，就不可能做不好。利贸咨询现在辅导的很多企业，一边喊着招聘困难，一边却不投入资金和精力，只能说明，这些企业根本就没有把人才使用当成战略。

“一带一路”沿线机会多，你会放过马上要

进行大规模基础设施建设的中亚地区吗？

越南、菲律宾、泰国等国家的人力成本低，是劳动密集型产业的新聚集地，产业的发展也会带动日常消费，就如同当年的印度尼西亚。

印度因为废大钞政策的实施，银行里有了充足的资金，政府也拿到了大量的税金。有了钱就能进行基础建设，就会带动其他的消费，所以印度市场要重视。

转型期的外贸红利点在哪里

外贸不好做了，因为原来的红利没有了。虽然新的红利点已经出现，但是大部分的公司还没有转变思维。所以做外贸要改变思维，而改变取决于市场。

每次探讨市场、方法、技巧，都会有人跳出来说这些都是术，产品才是道。争论这些没有意义，我只知道作为一名销售员，我就要关注市场和销售，这才是在其位，谋其职。

中国成为世界工厂、世界供应商最大的原因是人口红利、劳动力红利，而且说句实话，一直到今天，这还是中国制造能够立足于世界的最重要的原因之一。劳动力红利绝对对不仅仅是指人多、用工成本低，还包括工人具备善良、能干、任劳任怨等特质。

我们分析得细一些，企业的红利点到底经历了哪些变化呢？



1. 信息差红利

因为互联网的发展，信息差红利时代已经基本上过去了。当信息差逐渐减少，采购者寻找供应商的成本降到可以忽略不计的时候，价格战必然会开始。当然还不仅仅是价格战，客户对于供应商的产品质量、服务质量、沟通效率也会有越来越高的要求，甚至苛求。也就是提供信息的年代结束了，谁体现的价值最高，谁才有机会取胜。

2. 供应链改造红利

供应链改造绝对是提升竞争力、追回红利的最有效方法。

传统的外贸竞争都是对渠道的争夺，例如我们在某些国家有各种代理，他们负责采购产品、清关等事务，然后卖给下一级渠道，渠道间必然有层层“盘剥”。所以跳过中间环节，直达终端，或者是更加接近终端的环节，是新的红利点。因为这个时候我们需要“地推+海外仓”的配合，并不是所有人都有魄力来做这些工作。

3. 营销红利

大部分人都不会营销，大部分人认为的营销都不是营销，而是凑热闹。因为大部分的营

销决策都是按照是不是有人在做和多少人在做来制订的，人多的营销渠道就是好的，人少的就是不好的。

我们要清晰地认识，某些营销渠道已经是独木桥，而有的还是康庄大道。B2B 平台到了瓶颈期已经是不争的事实，因为 B2B 实际上就是分资源，当有 10 000 家采购商分配给 10 000 家供应商的时候，似乎每一家都有肉吃，但是当把 10 000 家采购商分配给 100 000 家供应商的时候，供应商就要进行激烈竞争了。

大部分的老板都只知道 B2B 营销，对于 SEO、SNS、EDM 等营销方式完全是持着让别人试路，自己来享受胜利果实的态度。但是第一批做 B2B 的都占了大便宜，而跟风的已经没有了第一批的风光。

各个平台带来的询盘质量是不一样的，我相信多渠道运营的一定很清楚。

因此想要获得营销红利，就要比同行早走一步棋，敢于尝试新的营销方式。

4. OEM 转品牌化运作红利

OEM (Original Equipment Manufacturer, 授权贴牌生产) 不好做，这是绝大部分工厂老板的心声。辛辛苦苦一年，就赚了

一点点加工费，那么大一个工厂，随时都有崩塌的危险，因为那几个大客户总是在制造危机。所以做品牌是现在很多老板的内心诉求。

可是品牌化之路也不容易走，一不小心就会被大客户投诉，面临着订单被取消、OEM 业务停滞的危机。但是转型是必需的，尤其是 B2C、海外仓的发展为我们提供了非常好的时机。品牌结合 B2C、“地推+海外仓”，去开发次终端市场，或许是一条不错的道路。

5. 小语种市场红利

如同前文所说，小语种市场，尤其是西班牙语和俄语市场，绝对是红利大规模存在的市场。原来的小语种市场受上游渠道商的控制，而渠道商往往会说英文，懂中国市场状况。而现在下游渠道商外逃，这些渠道商未必会说英语，所以配备掌握小语种能力的员工是开发小语种市场的硬需求。

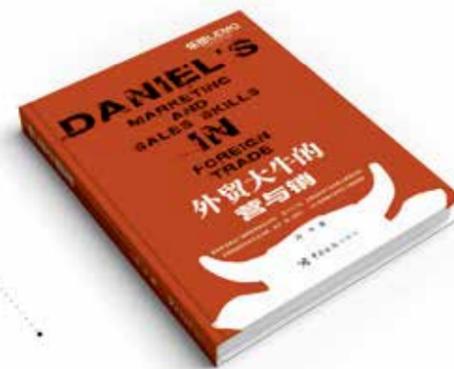
2017 年广交会，我们公司接待了很多个不会说英语的外国人，有法国的、西班牙的、俄罗斯的，都是带着一个不懂商务的翻译，沟通成本极高，沟通效率极低。如果你有一个既懂语言又懂商务，更懂产品的业务员呢？

穷则思变，变则通！



乐贸精品图书推荐

由中国海关出版社倾情打造的中国第一个外经贸图书品牌，致力于给中国的外贸人带来最专业、最实用、最时尚、最轻松的非凡阅读体验。



《外贸大牛的营与销》

主编：丹牛 定价：48.00 元
出版日期：2018 年 10 月第 1 版 出版单位：中国海关出版社

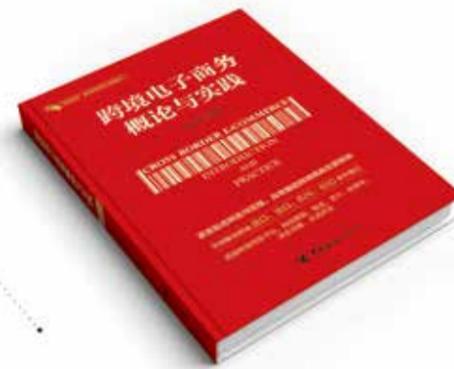
质量好真的是产品的优势和卖点吗？
客户不下单，真的是因为产品价格不够便宜吗？
营销和销售真的毫无关系，或者一模一样吗？丹牛给你揭开这些营与销的奥秘



《逆境生存：JAC 写给外贸企业的转型战略》

作者：JAC 定价：55.00 元
出版日期：2018 年 11 月第 1 版 出版单位：中国海关出版社

直击外贸企业转型痛点，筹划解决方案
“沉下去”做外贸，企业转型不是老板一个人在战斗
多渠道运营，挖掘外贸转型期红利



《跨境电子商务概论与实践》

作者：冯晓宁 定价：48.00 元
出版日期：2019 年 1 月第 1 版 出版单位：中国海关出版社

紧密贴合新政与实践，高度概括跨境电商交易框架
详细解读跨境进口、出口、B2B、B2C 多种模式
涵盖跨境电商平台、网络营销、物流、支付、政策等

从阿芙洛狄蒂说起

文_王重和 责编_刘艳林

那年出访雅典，我在卫城山下阿塔罗斯柱廊后的商店里买了一尊阿芙洛狄蒂雕像。雕像为铜铸，大理石底座，女神从大海归来，正准备濯足上岸，她金发飘逸，体态丰盈，既展现了人的形体美，又散发着神的尊严。

因为喜欢，回程路上我一直随身带着雕像。经香港中转时，由于随身行李超出规定重量，机场管理员让我再去托运一件，我毫不犹豫地背包交付托运，由此耽误了登机时间。当满飞机乘客看我手捧雕像走进机舱时，都忍不住笑出了声，一时间我不免有些尴尬。

古希腊神话中有个司职“美”和“爱”的女神，即阿芙洛狄蒂。关于她的来历有两种传说，一说她是宙斯和狄俄涅的女儿，另一说天神乌拉诺斯被其子所杀，鲜血滴落大海形成泡沫，泡沫中孕育着一个新的生命，在希腊语中，阿芙洛狄蒂就是“从海水泡沫里诞生”的意思。

另据希西阿德的《神谱》记载，某天浩瀚大海上浪花翻滚泡沫闪耀，突然有个张开的大扇贝从波涛中升起，上面站着一位美丽的少女，她身材匀称，手足纤细，长发瀑布般撒落在美妙的颈项和白皙的胸脯上。少女踩着贝壳走出大海，踏上神圣的塞西拉岛，刹那间脚边显现如茵的绿草和馨香的花朵，岛上居民见此奇景，都称她为女神阿芙洛狄蒂。

公元前二世纪，希腊衰落，罗马人在地中海取代了希腊人的统治地位，并吸收了希腊的文化成就，包括希腊神话形象。对女神的崇拜也经由西西里岛传入罗马，罗马人给女神取名为维纳斯。

世界上最著名的女神雕像出土于希腊爱琴海米洛斯岛。1820年4月，有位希腊农民正在岛上耕作，铲除一丛矮灌木后，突然发现一



笔者购买的希腊女神阿芙洛狄蒂铜像

个大洞穴，其中竟然有一尊精美绝伦的半裸美女大理石雕像。消息传到当地法国领事耳朵里，他马上向驻伊斯坦布尔的法国公使做了汇报。法国公使当即决定以25000法郎的高昂价格从希腊农民手里买下这尊雕像，将其命名为“米洛的维纳斯”。后来，他用军舰将雕像偷运回法国，作为生日礼物献给了国王路易十四。

“米洛的维纳斯”如今被珍藏在巴黎卢浮宫长长展厅的尽头，她与达芬奇的油画“蒙娜丽莎”、石像“带翼的胜利女神”一起成了卢浮宫镇馆之宝。看到过维纳斯雕像的人无不为之折服，女神身高2米，身材匀称，双肩浑圆，右臂前倾，左膝向前弯曲，丰腴的身体呈螺旋上升姿势，肌肉和线条充满生命的韵律。雕像取材帕里安大理石，经过精心打磨，充分展示肌肤的细腻光滑，靠近她似乎能感受到她的体温。然而，最令人感兴趣的还是维纳斯的断臂。

据说维纳斯出土时，洞穴中还发现了手臂断片，最初在卢浮宫曾随附陈列，后经专家鉴定，这些断片是罗马时代稚嫩的赝品，可见远古时代维纳斯就残缺了双臂。

世界各国众多完美主义者曾千方百计尝试为女神修复手臂。德国考古学家考证，女神原本左手拿着金苹果，右手下垂提着已经坠落在腹部的衣裙；波兰解剖学家推断，女神正准备下海沐浴，故左手抚着发束，右手抓住正在下滑的腰布；英国雕刻家则认为女神双手应该拿着胜利的花环。可无论什么方案，被接上手臂的维纳斯总感觉不那么自然，让观赏者失去了想象的空间，似乎远没有断臂女神高贵美丽，所以世上绝大多数人还是喜欢断了手臂的维纳斯。

人们把维纳斯的美称为残缺美，即局部的缺陷衬托了整体的熠熠闪光。希腊还有很多残缺的文物，上文提及的胜利女神像1836年发现于爱琴海北部萨莫色雷斯岛。

前不久在波兰举行的41届世界遗产大会上，新增了18项世界文化遗产。它们大都是废墟和遗址，然而无一例外地烙下了人类文明进程的印迹，其中有一处就是建于希腊和罗马时期，位于地中海边以女神名字命名的古城阿弗罗狄西亚。当地人把散落在野外的各种阿芙洛狄蒂女神像收集到一起，于是这里便成为游客参观的圣殿，沧桑数千年，有些雕像虽然缺



世人大多喜欢残缺的古希腊雕塑米洛的维纳斯

胳膊少腿，有的甚至没有头颅、只见身躯，却依然吴带当风，气韵生动。拱门横梁、石柱长廊在夕阳下仍旧大美不言、无语春秋，或许这也是一种残缺美吧。

有人说这个世界并不缺少美，缺少的是发现美的眼睛和欣赏美的情怀。人生也是如此，有人身有残疾，有人际遇坎坷，但他们感恩生活，努力奋斗，这又何尝不是另一种残缺美。在此我想讲个故事，虽已过去很久，但想起来还是叫人感动。

上世纪70年代初，笔者就职于一家专业外贸公司，这是一家千余人的大企业，但真正光鲜亮丽的职位并不多。通常新进员工都要从仓库保管员甚至堆桩工做起，慢慢熟悉出口商品和外贸流程，满师后才有可能进入公司本部。



@站酷海洛

即便有幸分到经营外贸的业务科，还得先从事单证工作，多年后才会有机会升格审核信用证或转行联系货源。

很多人或许一辈子就这样了，只有极少数佼佼者才能当外销员。然而当年涉外工作条条框框很多，即便当了外销员，也因不同的客观条件而受到各种不同的限制。有些外销员有资格常驻海外机构，开拓业务；有些能短期出访外国，参展促销；有些可以参加广交会，签约成交；有些只能在公司内部会见客商，洽谈业务；还有些只能通过信函、传真做生意，而不能与客商见面。

当时笔者有个姓叶的女同事，祖上是印尼华侨，因为当地军政府迫害华人，文革前她随父母返回国内定居。叶小姐不仅精通业务，擅长外语，且外貌出众，气质超群，遗憾的是小儿麻痹症使其腿脚落下残疾。因为海外关系等原因，叶小姐不能出国，也不能出席广交会，甚至连面见外商都不被允许。那些年她通过信函、传真结识客商，发展业务，生意越做越大，当年经销电池的非洲客商都知道我们公司有一位能干可信的叶小姐。

有一次，为了尼日利亚一单大生意，叶小姐运作了很长时间，一切都谈得差不多了，客商兴冲冲来到上海，只等落实文本、签署合约。由于不能露面，她只能以身体不适为由请上司代为接待，谁知原本已谈好的条款，最后文本怎么也落实不了，那位客商起身欲走，眼看一笔大订单就要泡汤，公司经理得知后破例同意叶小姐出面救场。

叶小姐推开洽谈室大门，虽一跛一拐却是风度翩翩地走进来，她用纯正的英语打招呼并请客商原谅她怠慢了朋友，当客商知道这就是一直与他联系的叶小姐时，充满激情地说：“在我眼里你就是女神，任何受过教育的人都不会因为你身体的缺憾而另眼相看。”由于叶小姐过硬的专业知识和热诚的服务态度，合同很快就谈妥了。

过后此事在公司内部传开，我们这帮小青年背地里都叫她维纳斯，叶小姐听后只是一笑，她还是一如既往在幕后认真工作。好些人为她的境遇抱不平，可她总是乐观地说：“我在公司还是有所作为的，我的身体有了残疾，心灵可不能再有残疾。”**■**

老板，你的企业还在裸奔么

文_新姐 图_站酷海洛 责编_刘艳林



近期，税务总局发布了《国家税务总局关于责任保险费企业所得税税前扣除有关问题的公告》（以下简称《公告》），新姐担心各位大佬朋友日理万机，忽略这个税务红包，所以特地来为大家解读《公告》到底说了些什么，对企业老板们又有哪些好处。

先简单总结一句吊吊胃口吧：依照《公告》，各类企业责任险可抵扣所得税近 30%——汇算清缴立刻用！

下面看具体内容（请特别注意右图中的红框内容，以及下面的几个关键词）：

时间：2018 年度及以后；

险种：雇主责任险、公众责任险等责任保险；



内容：缴纳的保险费，准予在企业缴所得税前扣除。

看起来，似乎税务文字不够通俗，那新姐带大家再具体核算下。

企业所得税：一般企业所得税缴纳比例 25%（绝大部分企业属于此类）；

增值税：6% 增值税（保险行业发票税都是 6 个点）；

附加税：增值税 *12%；

以一份 10 万保费的保单核算。

省所得税：(10 万 /1.06)*0.25=23584.9 (元)；

省增值税：(10 万 /1.06) *0.06=5660.4 (元)；

省附加税：5660.4*0.12=679.248 (元)；

合计省：

23584.9+5660.4+679.248=29924.548 (元)！

10 万元的企业责任保险，有了政府政策支持，可省去近 30% 的费用，企业有保障，政府真金白银来支持。只要企业购买了责任险，就能享受到这个福利！

补贴是不错，只是三大责任险是什么？能帮企业解决核心问题么？我们下面再来叨叨。

1、产品责任保险

用来保障企业因产品某方面的缺陷导致终端消费者人或物的损失（包括产品的设计、制造、标识和包装以及警示说明和质量保证等明显存在或被消费者指出存在的缺陷）。

比如宜家因为衣柜设计的不合理导致儿童死亡事件；儿童玩具没有标注“三岁以下儿童不可使用或在大人的陪同下使用”的警告说明等.....

且产品责任险出险有特殊性，若企业生产的产品出险被索赔，至少是一批次产品共性问题，索赔面相当广，会让企业面临巨额的索赔及法律诉讼的纠缠，一般企业难以承受，甚至会引发破产。

产品责任险在帮助企业抵抗这类风险的同时，还为产品增加了营销亮点。

亮点一：能成功投保产品责任险的企业



产品，保险公司都对产品质量进行了把关，换句话说，保险公司只对质量达到承保要求的产品进行承保，一些三无产品或质量不过关的产品，保险公司出于理赔风险考虑是不会承保的。

亮点二：投保了产品责任险的企业产品在销售时，经销商和消费者都得到了更多一层的保障，认可度相对更高。避免客户和经销商、经销商和厂家因此类问题引发矛盾。

真实案例回顾：

某位顾客下班回来，将 XX 品牌电动滑板放在屋内充电，突然起火，导致家庭物品、装修等损坏，造成财产损失。经质监部门核查，电动滑板车产品存在隐患缺陷，客户找到厂商索赔高达 20 万。由于该厂商并未购买产品责任险，不得不自掏腰包。厂家同时还面临同批次产品会出现的其它理赔。

2、雇主责任险

我想你肯定会说：“这不就是对工伤的赔付嘛。我们公司给员工社保上的五险中已包含工伤保险了，还需要雇主责任险吗？”答案：肯定要。

雇主责任险不仅转移了雇主的风险，同时增加了员工福利。具体的案例，一看便知：

某北京 IT 公司员工，月薪 5000 元。出差途中遇上车祸，一侧眼球被摘除，经鉴定为五级伤残。期间住院 4 个月（120 天），每天产生护理费 50 元。

根据有关法律的要求，除了工伤保险金的赔款，公司还需要自费承担该员工以下费用。

停工留薪期工资福利：5,000 元 / 月 *4 个月 =20,000 元

一次性伤残就业补助金：5,000 元 / 月 *30

个月 =150,000 元

停工留薪期间护理费：120 天 *50 元 /31 天 =6,000 元

总支出：20,000+150,000+6,000=176,000 元！

若是创业途中的中小企业，一旦遇到意外，对企业来说将是一笔难以承担的重大损失。

3、公众责任保险

我们知道各种公共设施、工厂、办公楼、学校、医院、商店、展览馆、动物园、宾馆、旅店、影剧院、运动场所以及工程建设工地等，均存在着公众责任事故风险。

真实案例回顾：

深圳龙华新区河背工业区一电子厂发生火灾并伴有局部爆炸，火灾共造成三名消防员和两名群众受伤，初步勘察燃爆物为老化车间的锂电池半成品，给周边居民带来了不便和损失，导致赔偿损失 2000 万元，这让企业主怎么重新来过？

同样是火灾，在深圳边上的东莞，易伟达电子厂发生火灾，大火熊熊燃烧，给周边群众造成较大的财产损失。据保险公司人员透露，易伟达电子厂购买了公众责任险，年缴保费 5 万元，然而就这 5 万元的保险，基本能覆盖住火灾的损失。

谁都不知道“意外和惊喜”哪一个先到来。对企业家来说，涉外产品风险控制、雇员风险控制等都非常重要，应大大降低风险为企业盈利创造条件。

现在，国家政策也来助攻，行动起来，抓住国家政策红利！

更多责任保险产品咨询可扫描下方二维码了解或致电：189 14709982（宋先生）详询



Sell Globally, Go Globally

嘉宾_Hunk 图_站酷海洛 责编_刘艳林

编者按：过去十年，无论中国还是世界，都发生了巨大的变化，外贸，也不再只是外贸。值《焦点视界》创刊十周年之际，特邀各路朋友，广开言路，从外贸实战到设计，到制造，再到经济大势，为外贸人呈现一场场不设限的思想盛宴。10位大咖，10堂课，惊喜碰撞，绽放芳华。本文是“焦点视界10周年·10堂课”第3堂课的部分精华，想要获得如下全部内容，请添加“焦点视界”个人号（jdsjclub）为好友，回复Hunk索取：

- ▶ 有哪些客户值得去当地拜访？
- ▶ 拜访之前需要做哪些知识储备？
- ▶ 业务之外还可以和客户聊哪些问题？
- ▶ 给客户带什么礼物最受欢迎？
- ▶ 如何安排旅程？签证、机票、车票……
- ▶ 旅程中有哪些突发情况？如何处理？
- ▶ 登门拜访有哪些习俗禁忌？
- ▶ 拜访之后有哪些感触和收获？



特邀嘉宾：Hunk，从事外贸十余年，现经营一小外贸公司。爱阅读、好旅行，常把爱好和工作结合起来，借访客之机，周游列国，工作游玩两不误，现出游20余国，所到之处，都把所见所闻所感以图文记之，作为外贸人，信奉订单是财富，经历亦是财富。

焦点视界：Hunk，关注到您今年夏天在欧洲有一段丰富的旅程，和我们今天的主题非常契合，很多年轻的外贸朋友，都期待能够拥有这样一种工作方式，能否先给我们介绍一下这段经历？

Hunk：基本上，每年夏天我都会到欧洲一趟，因为那边是我的主要市场。今年夏天一个月去了10个国家，有的是为了拜访客户，有的就是纯粹的旅游，感觉是一段非常有意义的经历。

Sell Globally, Go Globally，实现这种工作方式也不难。对外贸人来说，市场是不受限制的，哪里需求，哪里有消费者，我们就应该把产品卖到哪里。产品是一座桥梁，生意是一条纽带，我们的脚步也应该跟着它们走向世界。行者无疆，每个人都有个环游世界的梦想，我们外贸人的优势就是产品可以为我们打前哨。我们出去既拜访了客户，考察了市场，又有当地客户朋友做导游，欣赏当地最具特色的风景，吃当地最美味的佳肴。生意旅游两不误，比起为旅游而旅游更有意义。

焦点视界：客户很多，那我们应该选择哪些客户去实地拜访呢？

Hunk：商场如战场，同样需要知己知彼。客户来中国考察工厂，看我们有没有能力做他们的供应商，同样，我们也应该去看看客户的实力和背景。所以，应该重点拜访老客户和大客户，其次是小客户，然后是潜在客户。情况允许的话，尽量都去实地聊下。现在不能合作，也许将来能合作，之前邮件电话不好详谈，一再试探，很耗精力和时间，见面一聊就知道对方的实力，判断出客户是不是真的想合作。通过见面，亲自拜访，可以加深印象，将来客户有需求首先就会想到我们。

焦点视界：去当地拜访，大家应该非常关心成本问题，如何去衡量呢？

Hunk：有句话叫“但求耕耘，莫问收获”，期望越大往往失望也就越大。成本在个人或者公司可以承受的范围内即可，收获在短期内是看不出来的。

也不能说通过一次拜访，没有拿到订单，就说访客是失败的，我不这样认为。纯粹的商务拜访，功利性比较强，可能会有压力。以平常的心态去拜访客户，即使生意没有做成，也是不错的旅行，可以享受。

像欧洲市场的话，我一般夏天过去，客户都在休假，对我们来说也是淡季，所以时间成本相对很低。

焦点视界：如何判断对拜访客户的信任程度呢？

Hunk：平时交流的时候，通过邮件和电话你可以感知到，比如他邮件里会回复欢不欢迎我们去，有多欢迎，在字里行间是可以读出来的。对于我们的拜访，他愿不愿意花时间和金钱，愿不愿意带我们到他家做客，如果还举行家宴的话，那就是比较信任，把我们当朋友了。

我们拜访的客户，一般都不是初次打交道的，都是做过一段时间生意，对客户的各种情况有一定了解。

焦点视界：做外贸的女孩子特别多，对她们来说要特别注意哪些问题呢？

Hunk：女孩子到客户当地拜访的话，要穿着得体，不要太暴露，最好选择在公共场所和客户见面，不要单独相处，如果有同行的伙伴最好。晚上最好不要出去，不管是不是跟客户，很多地方都没有国内安全。

据这次经历，我觉得欧洲的整体安全情况堪忧，比如意大利、希腊、西班牙等，特别是大城市，有很多难民和偷渡客，小偷非常多，很不安全，特别是晚上。反而是一些二三线的小地方，治安要好很多，因为当地都是熟人社会，很少有外地人过来。庆幸的是，我的很多客户都在一些二三线的小地方，所以还是比较安全的。

焦点视界：作为业务员，要怎么说服老板让我们去国外拜访呢？

Hunk：这个拜访的客户最好是已经和我

们做过生意，我们从这个客户的订单里赚过钱，老板是愿意拿出一部分去支持拜访的。

或者说和这个客户已经邮件来往了很久，很有意向，但是有的细节确认不了，需要当面敲定。还有的是久攻不下的客户，去实地聊一下，说不定可以有新的机会。这个道理，开明的老板或者说是业务出身的老板都懂的。

焦点视界：那我们拜访之前要做哪些知识储备？

Hunk：首先产品知识一定要熟记，大概知道客户会问什么问题，对产品的参数和价格，都要牢记于心，客户问起来，能随口就答，给客户以非常专业的印象。

对当地的语言、地理、历史、宗教、文化习俗、经济水平、物产和旅游景点等做大致了解，和客户一起聊天、游玩的时候，可以有共同话题。当然我们要多倾听，多问问题，客户一般都会乐意回答。如果啥都不懂的话，一是客户会觉得你是一个无趣的人，再者也是浪费旅行长知识的机会。

焦点视界：非英语国家和地区，如何交流呢？

Hunk：在欧洲讲英文，就相当于在中国讲普通话。英语对很多欧洲国家的人都是通用的，稍微受过良好教育的人都懂，就是程度不同而已。有的讲得好，有的口音比较重，实在不懂的话可以用谷歌翻译，还有一个非常好的工具，那就是用微信，翻译功能也非常强大。

所以，基本上讲好英文就差不多了。

焦点视界：见到客户之后，除了聊产品聊业务，我们还可以聊哪些话题呢？

Hunk：见到客户我们肯定不能只谈生意，具体还能聊哪些话题，主要看你和客户的关系和你对客户的了解程度。初次见面，可以聊当地的物产、人文或者和当地有关的时事新闻。如果交往比较深的话，只要不是低俗的话题，其实都可以聊，政治、宗教都可以。如果有家庭的客户，可以聊家庭、育儿、教育、对生活的看法，特别是同龄人的话，有更多的共同话题，因为都正在经历人生的同一阶段。

不仅仅是欧洲人，其实全世界共有的核心价值观，就是非常看重家庭，这是一个非常好



的话题，可以聊很久了。

然后看个人兴趣，体育、文学、音乐、电影……只要聊得来，都可以，良好的聊天氛围，可以聊出感情，也可以聊出新的机会。如和客户有共同的爱好，更容易交朋友，可以保持长期合作。

焦点视界：除了知识储备外，还要准备哪些物资呢？

Hunk：首先各种证件要带好。然后在手机里存好产品资料的电子版，如果产品不大的话，可以带个样板。另外要准备一些相关的药品，预防感冒、预防腹泻、跌打损伤止血的。有一次在印度，我就因水土不服，肚子特别痛，吃了药休息之后就没事了。还要带少量现金，消费主要是靠刷卡，在国内常用的支付宝和微信支付，在很多地方并不好用。

焦点视界：看到你有给客户带不同的礼物，一般选择什么礼物最受欢迎呢？

Hunk：我一般带些有中国特色的礼品，很多西方人对东方文明很有兴趣，比如书法字画、茶叶、酒、丝巾、筷子、中国传统建筑卡片、

邮册等。至于送什么档次的，就看和客户的关系程度了，不要送太贵重的，也不要送看起来太廉价的东西。

我最常送的礼品是书法字画，很能代表中国文明，也方便携带，这些礼品淘宝上就可以订做，几百元一幅。对于字画蕴含的意思，我们一定要能够翻译给客户听一下，让他们知道我们送的是什么东西。

一般送了礼物，客户都会回赠当地的特色物品，比如希腊客户回送我葡萄酒、橄榄油和蜂蜜等。还有一位波兰客户回送了好几本当地历史文化的书籍，重达七公斤，一直寄到我这里来。

焦点视界：准备好物资后，要如何安排旅程呢？

Hunk：安排行程是非常重要的，我一般提前1-2个月安排好，机票也会便宜一些。

首先是签证，如果是到免签的国家，那就简单，买了机票直接出发。有的国家是全免签，有的是季节性的免签，要搞清楚，不然的话，到时候可能会有麻烦。

需要签证的，直接去就近的领馆交资料，最好是办旅游签，简单快速，有正当职业，有一定的银行流水，容易办，一般一周就可以签下来。如果到欧盟国家，申请申根签，有申根签可以去欧洲很多国家，有的不是欧盟国家，也认可申根签，不需要另外申请当地国家的签证了。

然后计划好哪一天到哪个地方，以什么交通方式，如果去很多不同地方的话，有可能需要坐飞机，也可能坐火车、坐船、坐大巴，或者打的，都需要提前做好功课。短途的车船票，可以叫客户代买，补给他钱就可以了，很多客户也乐意帮忙。

第三件大事就是酒店安排，可以在BOOKING上预定，最好是订可以取消的那种，虽然贵一点，但是一旦行程改变，就可以取消，没有费用。改变行程是有可能的，比如一个20天或者30天的旅程，某一个地方的行程改变了，后面全部要调整，如果订的是不可取消的酒店，那损失就有点大了。

因为是拜访客户，不建议为了省钱住廉价的青旅，如果客户开车来接送，找了半天在一个陋巷找到你，我觉得不太体面，建议订中心地段的高档酒店，容易找到，便于接送，这样我们自己也自信点，会面的氛围也会比较好。欧美的客户来中国，一般都会订比较好的酒店，而不少印度非洲的客户来中国，会订廉价旅馆，我们去见面和接送的时候，内心的感觉还是不一样的。当然人不可貌相，不要戴有色眼镜。另外国外旅途很辛苦，住高档点的地方，会休息得更好，这种钱花得有价值。👍

附：本文是“焦点视界10周年·10堂课”第3堂课的部分精华，想要获得完整内容，请扫码添加“焦点视界”个人号(jdsclub)为好友，回复“Hunk”索取。



Made-in-China.com
中国制造网

信用证管家

一站式解决 外贸信用证难题

报关
融资
代办退税
审证制单

中国制造网高级会员尊享更多优惠！

项目	中国制造网高级会员	非中国制造网高级会员
基础服务费	1500元人民币/单	2000元人民币/单
退税融资服务费	退税金额×3%	退税金额×4%
融资费率	承兑后低至0.03%/天	承兑后低至0.04%/天
融资金额	融资金额最高为信用证金额的100%，单笔最高100万人民币。	
循环额度	最高融资额度不超过500万人民币。	
融资到期日	开证行付款日。其中远期信用证最长不超过120天。	
其他费用	货代实报实销，汇率风险自担。	

信用证管家是由中国制造网与焦点进出口服务有限公司、南京市焦点互联网科技小额贷款有限公司联合推出的，面向中国制造网会员的信用证全流程服务。

该服务包括帮助会员企业处理信用证审证制单、报关、信用证融资、代办退税等一系列服务项目，会员企业可根据自身需求选择任意一项服务或组合服务。

7×24h
咨询热线

400-665-0758



手机扫码 快捷申请

大神来了

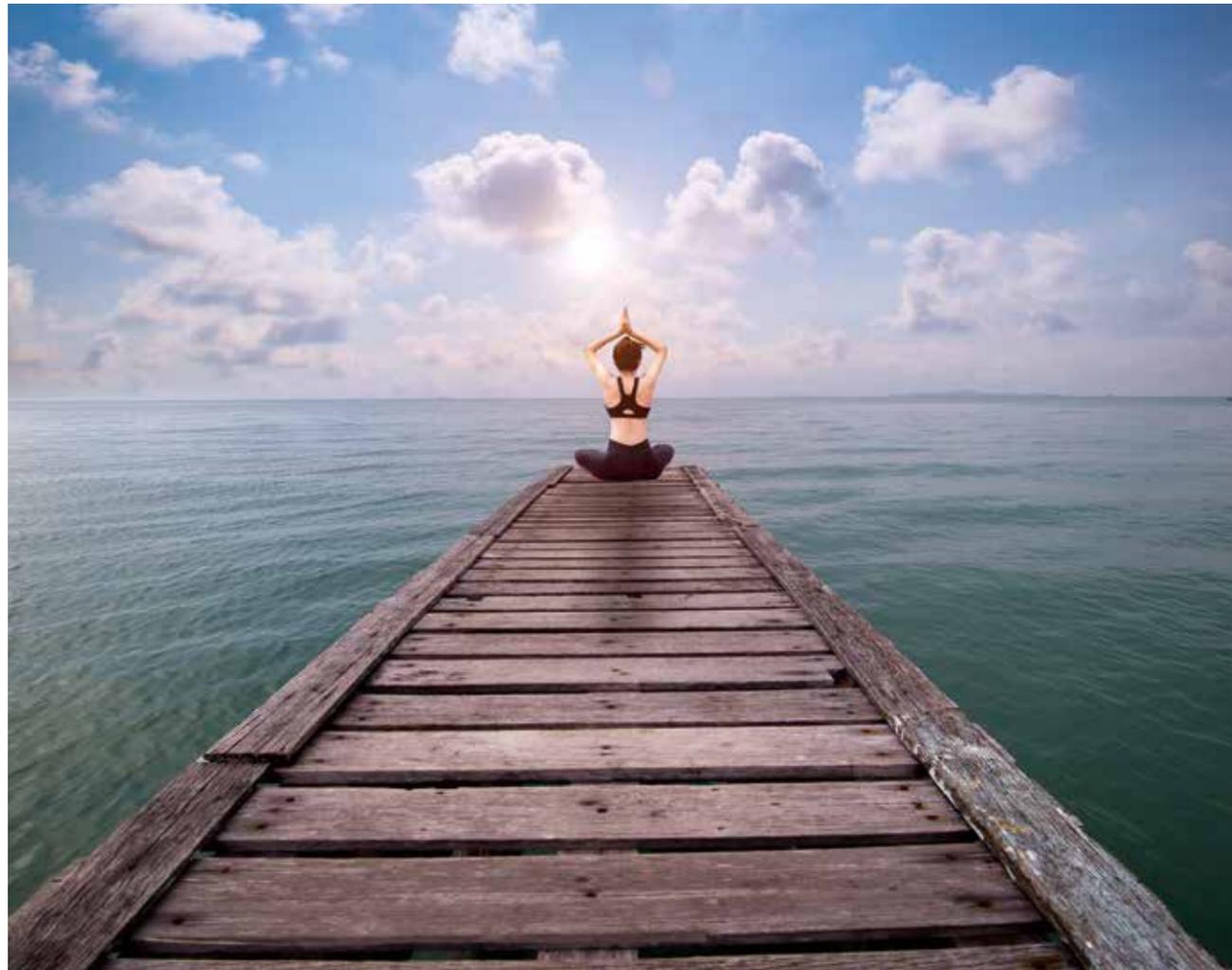
传说外贸大神月薪百万，他们逢单必下，他们在工厂、买家之间游刃有余，他们指点一批批菜鸟攻城略地……他们的成功、他们的生活、他们的状态，令无数外贸人向往。《焦点视界》将带领大家走近这些外贸大神，去遇见他们的人生。

从前台小妹到副总经理，May的逆袭之路

受访嘉宾_May 文_菠菜 责编_菠菜

关于作者：

May，外贸实战专家，外贸领英营销实战讲师第一人，11年外贸业务及管理经验，5年领英营销实战经验，焦点商学院特约讲师，被外贸学员誉为最用心分享、干货超多的老师。著有外贸领英书籍《外贸社交营销新思维——向无效社交说NO》，由“领英中国”公司作序。



本期是《大神来了》栏目自开办以来的第九期，嘉宾 May 是我采访的第二位外贸女神，上一位是软萌的外贸小姐姐索菲。采访的过程中我发现外贸行业一个有趣的性别比例问题，在基础的外贸业务员中，女生占非常大的比例，在一些外贸活动的合影中，大家可以看出，都是一水儿的漂亮妹子，但随着层级的升高，男性的比例越来越高，到了金字塔的顶端，像大部分行业一样，几乎成了男人的天下。这是一个深刻的社会问题，投射到外贸领域的女性身上，格外泾渭分明，要么做得一般，要么就非常优秀。

本期的嘉宾 May 无疑就是出类拔萃的那一位，不仅自己外贸做得好，还非常愿意把自己的经验分享更多后来者。从她身上，我们再次印证了一点，做外贸，女生有着天然的优势。

首先，女生天生的细腻和细心。外贸本身说到底，在业务上没有什么高大上的东西，更多的是一项细节诸多的复杂性工作，从简单的询盘内容对客户意图进行分析，通过各种渠道去寻找客户的蛛丝马迹，并最终形成一个整体的客户画像，发一个报价要考虑成本波动、汇率变动、同行报价、客户目标价格、有效期等方面因素，各个口子的对接，各种行程的跟进，各种单据的处理，都需要莫大的细心，在这方面，女生的优势可以发挥得淋漓尽致。

第二，女生性格温和，更有耐心。外贸成单的过程和其他行业不同，客户跟个一年半载才下单非常正常。抛过来一封询盘，简单得让人无从下手；耐心地回复过去，又石沉大海；发过去的样品，各种不符合要求；说好的下单，突然失去了消息；马上确认付款了，客户死活联系不上……外贸真的是一件非常消磨耐心的工作，对于那些小火爆脾气的男生来说，这样的客户，爱哪哪去。而往往，一些高质量的客户就隐藏在这些高冷的询盘之后，一旦确立了合作关系，他们也是最忠诚的一群买家，不下单则已，一合作就是十多年。

第三，女生在语言上更有优势。毫无疑问，外语特别是英语，是外贸沟通的最主要的工具，也是外贸招聘的首要条件，光这一条，就把很多想从事外贸工作的男生挡在了门外。从生理学角度讲，女性的确更具有语言优势。女性在处理语言时，大脑语言区域要比男性更活跃；



在染色体上，女性拥有更多的决定人类语言的基因蛋白；女性身体中的雌性激素可以作用于大脑的突触，进而增强短时记忆……

最后一点，女生特有的魅力和气场。男性在面对女性的时候，出于男性的对女性的礼貌，和体现自己的绅士风度，往往都会比较客气，女性的柔弱在这里反而成为加分项。女性具有更好的同理心，更善于清晰地描述和表达情感，在谈判中更容易建立信任关系，在情感营销方面更具有优势。女性特有的亲和力，让她们在客户开发和问题解决上比男性更高效。

外贸女生如果能够充分认识到自己的优势，扬长避短，一旦把这种优势发挥到极致，你就会所向披靡。当然，对男生也有一定的参考价值，如果更加关注细节，更有耐心，更善于建立信任关系，与现有的优势互补，也将极

大完善和提升你的外贸实力。

珍惜每一次打杂的机会

说起 May 的经历，很多人更多的是感慨，里面还夹杂着一丝微妙的好奇，一个前台小妹怎么就能做到副总经理了呢？他们只看了结果，却没有看到背后的付出，真正的过程实际是这样的，前台→船务→跟单→业务员→经理→外贸总监→副总。

2000年，出于对外贸的热爱，May 毕业之后，从湖南常德只身来到深圳发展。直到2003年，她才真正进入一家外贸公司，从事的还不是她一心想做的业务员，而是从前台小妹开始做起，就是这个前台小妹也差点没做成。

May 应聘的是外贸业务员，当时公司想招一个外贸熟手，首先面试她的是销售经理，因 May 是专科不是本科，且英语口语一般而拒绝录用她。但与老板面试的时候，May 的一个举动给老板留下了深刻的印象，觉得 May 是可塑之才，无论如何要留下她。于是，为了是否录取 May，老板和销售经理吵了起来，May 到底做了什么呢？

May 在面试之前，对这家公司研究得非常透彻，在官网上发现公司正在寻找一款计算器，恰好在上一家公司时了解到一款万年历的计算器很流行。这次面试的时候，特地把这款计算器的资料带过来，告诉老板，此款产品目前在海外非常受欢迎，或许可以给他参考。就是这样一个小细节，让老板感受到了她的诚意，从此开启了一段不一样的外贸人生。

经常会有业务员朋友遇到这种问题：找我是来做业务的，怎么一来就让我打杂呢？对于这个问题，May 是这样看待的：“老板说公司不大，你先过来，进去之后我先做一些打杂的工作，我觉得也 OK，对我来说，没有经验，公司愿意给我机会也不错，当然我的目标不是打杂，但我觉得这个工作对我来说也是有价值的，我觉得我把工作做漂亮了，老板才会给我机会。”

普通的前台上班接电话，打打资料，一天 8 小时下班走人。同样是前台的工作，就拿寄快递来说，May 会留意目前快递存在哪些问题，然后联系和比较七到八家快递公司，选出两三家性价比最高的，甚至还细化到广东境内哪些快递更好，广东境外哪些性价比更高。

正是这段做前台小妹的经历，让 May 掌握了很多外贸业务技巧，打包寄样，船务跟单，如何和工厂及业务员打交道，流程中可能存在哪些问题等等，为以后做业务打下了坚实的基础。

做好本职工作的同时，还处处从公司角度出发，不仅发现问题，还给出了解决方案，这样的员工谁不喜欢？你平时所做的一点点，其实老板都会看到眼里，笨一点没关系，但只要用心，只要肯努力，老板也愿意给这样的人更多的机会。

任何时候都不要放弃学习

除了做好本职工作，May 也是一个非常爱钻研学习的人。做前台的时候，本职工作做完之后，她一有时间就会看书，不是小姑娘们都喜欢看的杂志小说，而是对职能有帮助的专业书。那时候 May 还一直想做外贸业务，不

懂的地方就买书系统地学习。

突然有一天老板把她叫到办公室，她吓了一跳，还隐隐担心，不会是上班时间看书的事情被发现了？没想到老板把她叫过去说：“你是不是特别想做业务？” May 说是的。终于，经过 4 年的沉淀（前台—船务—跟单），2007 年，May 如愿以偿进入公司的业务部，成为了外贸业务大军中的一员。

当别人在怀疑她能力的时候，她用蝉联公司 3 年销售冠军的行动证明一切；当别人说她只是这年运气好时，她以每年稳稳的近 20 个新客户开发出来并下单，证明销售冠军的背后不止是幸运。更是搞定了 Kmart 等国际大客户，也培养了几个从 0 开始到每年近 200-300 万美金的非专业客户。

2011 年，蝉联销售冠军的 May 被老板提拔为外贸经理。2013 年荣升为公司的副总。May 用了 10 年时间，完成了从前台到公司副总的完美逆袭。

当机会来临之时，你自己有没有这个能力，去真正匹配新的机会，最关键的因素就是不断学习。

May 坦言自己不是特别聪明的人，比如一些产品方面的问题，她就不能和男生一样懂得那么快，但没关系，她可以比任何人都努力，不懂的地方，她会抓住产品部的工程师一直问，直到自己完全搞明白为止。

May 开玩笑地说，女人要什么不动产？房子吗？不是。老公吗？也未必是。掌握一种提升自己的方法才是最关键的，说白了一句话“让自己值钱了，到哪都是钱。”

相同能量的人，才会相互吸引。进入培训行业之后，May 也遇到很多特别爱学习的人。一位上海的学员，通过业余学习，业绩突飞猛进，今年才进入这家公司三个月，业绩已经超过销售经理了，她说现在销售经理都有点紧张了，May 很霸气地告诉她：“不用担心，最重要的是你的自我投资，你有值钱的能力，到哪都一样，此处不留爷自有留爷处。”

May 认为选择一个公司很重要的三点：一是赚钱，一个是赚知识，一个是赚能力，当这三者都不能满足的时候，你就可以考虑换一个发展平台了。

学习，什么时候都不晚。在南京班讲课的时候，May 遇到一位白发苍苍的长者毛总，当时特别有感触。在宁波班也有一位长者曾总，传统外贸方式做了 20 多年，开始 May 还担心他对新知识的接受能力，上了一段时间的课之后完全改观，曾总接受能力非常强，在领英上开发客户一发不可收拾，竟然是宁波班最早成单 200 万美金的学员，后来还开发了某国行业内最大的客户。

很多人觉得学习是新人的事儿，但这世界变化快，特别是外贸，一定要保持与时俱进的心态。学习，是对自己最好的投资。现在的外贸人更加幸运，书籍、网络、线下课，可以学习的方式更加多样化，你花了几千块钱上万块钱，能够把别人学了三五年的知识全部 get 到，你算一下时间成本和机会成本，你是完全赚到的。

用年轻人喜欢的方式做外贸

成为副总之后，要带领整个团队拼杀，May 学习的劲头更足了。为了突破业绩增长瓶颈，寻找更多开发客户的办法，May 参加了很多线上线下的培训课程。一次偶然的机，May 和领英相遇了。如今回忆起来，在那堂营销课上，老师仅用了几十分钟讲社交平台营销，其中讲领英的内容也不过半小时，但却为 May 打开了新思维的大门。

当时只知道有领英这样一件东西，但怎么玩不知道。May 还清楚地记得，她在 2013 年 4 月份注册了账号，一个人趴在上面钻研。她发现，领英是一个非常好用的平台，简单高效，没有 FACEBOOK 的嘈杂，不需要 PINTEREST 等那么高的美图要求，对于从事外贸 B2B 的人来说，刚刚好。

对于刚刚进入领英的 May 来说，仿佛发现了一片蓝海，在这里有大把大把的高质量客户。她发现，领英不仅可以用来开发客户，还可以用来 360 度分析客户，这些分析是在官网找不到答案的，比如在客户公司的 LinkedIn Company Page 以及客户个人主页上的 Activity 了解其最新动态，最新产品情况，和上下游之间的互动等。

五年多的领英开发经验，May 摸索出来一些高效成单的诀窍：领英开发分析跟进 + 客

户陌拜和展会面谈。用社交平台的方式开发跟进，但一定要解决最后一步，买家的信任问题。很多老外买家，虽然也有社交媒体，但他们比你想象的要传统，没有和你见过面，没有深入聊一聊，还是不太放心，特别是一些比较大的客户。

对此，May 也有很多真实的案例，电子烟学员在领英上开发了三五个月，然后去意大利、法国、德国和西班牙跑了一圈，最终敲定几个大客户，效果特别好；汽车配件学员用领英结合地堆的方式，搞定了多个埃及行业大客户。May 曾指导一学员，进公司不到 3 个月，第一次参加安防行业展会，通过领英结合展会，现场接单 200 万，看似幸运的背后是他展前 4 个月的付出，通过领英找到客户，再开发跟进，到展会只是解决最后的信任问题而已。

关于领英开发客户，不仅要掌握运营技巧，最重要的是学会这三种思维方式：

1、系统自带思维

这类来说相对简单，比如 People you may know、邮箱导入法、电话导入法等。

2、主动出击找客户思维

从 People、Job、Companies、Group、School，到 Content 共六大维度，结合一些技巧比如 BOOLEAN SEARCH、SAVED SEARCH、People Also Viewed 等组合操作。很多学员跟 May 聊天的时候就谈到使用这种主动出击思维结合传统见面邮件电话跟进，拿下了 2 千多万的美国大客户。

3、花香引蝶思维

这是 May 最喜欢用的一种思维，一是长期有效，二是被这招吸引过来的客户往往都是意向很强的客户，她吸引过北欧客户谈玩具产品的包销，也吸引过北美客户做市场营销代表，还直接收到过德国著名邮购商的真实询盘。

要想做到花香引蝶的效果，在这三个方面的工作不可忽视：专业 Profile 的打造；建立相应的人脉圈，并进行 SSI 得分情况的查询了解；有价值的内容分享。

在网络营销的时代，没有一个企业强大到不能被打败，也没有一个企业微小到不能参与竞争。May 在领英上尝到甜头，她迫不及待

地想把这种成功的经验分享给大家，而社交网络营销的方式也深受年轻的外贸人喜欢。

一次内训课上 May 遇到一位 90 后学员，是个厂二代，这位学员抱怨道，每天用传统的方式上传产品等待询盘，太无聊，效率也太低。而一说到社交平台，他就两眼放光，因为年轻人更愿意接触新鲜事物，在社交平台上可以更大释放他的个性和才华。别说 90 后不靠谱，一旦他们喜欢，他们可以投入更大的热情，花费更多的精力，比任何人都拼。不仅我们的业务员变年轻了，买家也更加年轻化，更多关系和交易将在社交平台上发生。

当然，May 也鼓励外贸小伙伴们将 B2B 平台用到极致，收到 B2B 平台的询盘，放在领英上进行分析，分析这家公司，分析询盘背后的那个人是什么性格，有什么爱好，有哪些经历，再有针对性地一一跟进。有的学员通过将 B2B 平台的询盘用领英分析跟进，B2B 平台的询盘转换率大大提高。有的学员将 2018 年的 B2B 询盘利用领英再梳理，发现里面竟然躺着 5 个行业大咖级客户。

变与不变

May 常常被问到：“在接下来的 5 年，会有什么变化？”但是很少被问到：“在接下来的 5 年，什么是不变的？” May 认为第二个问题比第一个问题更加重要，因为我们需要把战略建立在不变的事物上，也就是去寻找那些不变的本质。

洞察外贸的本质，就要从外贸本身出发，从不变因素出发，从基本规则出发。客户真正需要的是什么？痛点是什么？最终影响他们下单的因素是什么？

与其盲目开发客户，不如建立起自己的个人品牌和公司品牌，将产品聚焦，让客户主动找上门来；与其怨天尤人，不如学习提升个人核心竞争力，提高自己开发客户和转换客户的能力，让自己强大起来；主动出击，但更重要的是客户来了之后，我们要既专业又有温度地将客户拿下。

不管外贸环境如何变化，请保持你的核心竞争力，拥有独特的思维和优势，这样才能走得远！**■**





扫描二维码
访问企业展厅

影音视听“痴人”秦文君

文_刘艳林 责编_刘艳林

广州市雄云视听设备有限公司（以下简称雄云视听）是国内为数不多的中高端投影屏幕制造商，主要生产家庭影院投影幕、客厅大屏电视投影幕、商务教学投影幕、影吧影K投影幕、便携户外快折幕、智能地升投影幕、大型院线银幕、大型工程投影幕、投影机吊架、HDMI线等产品，销往以欧美中高端市场为主的世界各地。

在雄云视听会议室的墙壁上有一个slogan:我们不仅仅是做生意,是做事业和兴趣。这句话暗示着雄云视听追求“形神合一”的企业文化。

的确,把兴趣爱好和事业重合,是多少人憧憬的事。但是秦文君做到了,他在与笔者交流时,讲述自己倾注心血研发出的新产品时总是手舞足蹈,像桃花岛上沉迷于钻研新武功的“老顽童”。

知之者不如好之者,好之者不如乐之者。有这样一个痴迷于产品研发的老板掌舵,秦文君于雄云视听的意义,在重要性和影响力方面,不亚于乔布斯之于苹果。

秦文君大学主修机械设计工程,喜欢钻研产品的结构和工艺,一开口三句话离不开产品,专业名词一串串地往外蹦。不少新鲜的念头都由他酝酿,看似风马牛不相及的创新被他应用于产品研发上迸发出莫名美妙的火花,一度成为行业追捧的对象。

雄云视听主打的透声幕和抗光幕不同于普通的反光屏幕,是比较有技术含量的产品,不管是白色幕还是黑色幕,不仅仅只是用来反射光那么简单,由特殊材质做成的屏幕,诠释着光、影、声的完美融合。

视听行业的投影技术逐年绽放光彩,不断刷新着消费者的认知。雄云视听的抗光屏幕拥有超大视角和高分辨率,即使在白天的客厅,不用拉窗帘也能有很好的呈现效果。秦文君说这是投影和屏幕共同进化后展现出的影音效果,后续将占领千家万户的客厅。

此言非虚。根据世界卫生组织的一项研究报告显示,目前中国近视患者达6亿,青少年近视率居世界第一。高中生和大学学生的近视率均已超过七成并逐年上升,小学生的近视率也接近40%。究其原因,一方面是沉重的课业负担,另一方面就是无节制地使用电子产品。

秦文君介绍,当人眼长时间盯着LED/LCD的直射光源时,晶状体容易疲劳,从而视力下降。投影屏幕是漫反射的哑光成像效果,本身没有亮度,对视觉的伤害几乎不存在。政教单位在普及投影屏幕的同时,越来越多的家长出于保护孩子视力的考虑,也避开一切直射光源屏,纷纷在家里安装投影屏幕。

有需求就有供应,有供应就有竞争。国内视听设备行业的厂家为了抢夺更多的市场占有率,低成本战略大行其道,虽然短期内促成了

业绩的上升,但会伤害高端消费需求的信心,这无异于饮鸩止渴。

秦文君回忆,两年前,有同行以低价战术争夺市场时,错误地把成本理解为原材料采购成本,导致售价低于实际成本难以存活。企业只有认识到提升产品质量,追求科技创新的重要性,才能有活路。

即使一直被模仿,但秦文君却很乐观,雄云视听的技术团队实力不弱于对手。在一个小众行业,雄云视听更应该去学着做价值观的传递者,作为一个企业的掌门人,更要以包融的心态看待行业变化。行业有创新发展,企业自然会水涨船高,当有人在模仿追赶时,就不得不超越自己,反而激发出更多的潜能。

秦文君强调,一家生产制造型企业的利润来源应该是研发、设计、品牌、服务的融合,还有团队的事业心,缺一不可。面对新入行的威胁和替代威胁,只有不断提升产品创新能力和企业管理能力,保持敬畏和居安思危,才能活得更好。

秉持着这样的经营理念,当经销商与雄云视听合作时,他们很高兴地发现生意越来越好做,特别是雄云视听主打的XY银幕,风靡一时。消费者同样会很惊喜地发现,在国内有这样一家专业的懂消费者需求的产品供应商。消费者、经销商、生产商变成彼此成就的关系。



广州市雄云视听设备有限公司总经理秦文君

雄云视听的研发团队在行业里的实力与意识是有目共睹的,不断推出让人耳目一新的产品。

秦文君详细列举了公司这些年来取得的成就:“五年前我们推出了窄边弧形画框屏幕,四年前我们推出了高增益微孔4K透声幕,三年前我们推出的新产品将投影市场带入了轻量化时代,两年前由于激光光源的普及应用,我

们提出黑幕抗光时代来临并推出全新的黑色屏幕,相信随着幕布的科技附加值的提升,未来会出现投影幕布比投影机贵的局面。”雄云视听成立五年间注册了50多项专利,并被评为国家高新技术企业。

谈到这个行业的前景,秦文君认为,需求方市场对高质量产品的需求仍然在不断增加,市场发展达到一定阶段,高质量的产品对

市场的适应能力更强。由此,专注于做高质量产品的厂家会拥有更坚韧的生存能力。因此,雄云视听将在高端屏幕这条路上坚定地走下去。

不仅如此,未来秦文君将保留产品的技术领先优势,着力品牌价值的提升,带领团队将雄云视听打造成一个以投影幕为基础、多样化应用设备为辅的视听王国。■



扫描二维码
访问企业展厅

梁永诒：成长必须继续

文_刘艳林 责编_刘艳林

在中国家电不长的历史时光中，“顺德家电”是卓越而典型的代表，经过了上个世纪80年代的模仿、90年代的引进、21世纪的创新，佛山顺德因其家电产业的繁荣成长为“中国家电之都”、“中国家电制造重镇”。佛山市顺德区奥达信电器有限公司（以下简称奥达信）便是此间一员。

制造业在珠三角已经发展了很多年，在小家电巨头林立的顺德，奥达信在外人看来名不见经传。其实这家从事研发制造“半导体制冷”的制造商，是国内一家具有自主研发能力，聚焦于无噪音制冷技术的厂家；其自主研发无任何机械传动部件的热管散热冰箱，获得七项国家专利技术。

用董事长梁永诒的话说，每个企业都不尽相同，也有各自适合的发展模式，奥达信要做

的，就是在一众巨头间，另辟蹊径，扬长避短。

2018年至今，仍在反复斡旋的贸易战，给国内以欧美市场为主导的出口企业带来了很大的挑战。未来，全球格局将会如何发展，没有人敢断言。唯一可以做的，就是把自己做得最好。

外界环境的改变，催生着内在的改变。奥达信也在变革。

梁永诒介绍，今年奥达信变革的三个关键词是：自动化，信息化，协同化。变革的重要目的，是以非常合理的成本，以更优质的产品和服务为客户和消费者提供价值。通过提升团队效率，调整市场布局，为可能到来的严冬做准备。

作为决策者中的一员，梁永诒喜欢将奥达

信看作一个生命体，他认为，管理层的责任是确保企业上下步调一致，以健康的状态保持着内在的成长节奏。

健康与否不只看表象，有的企业规模较大，可能因为风险意识薄弱，一着不慎满盘皆输；有的企业名不见经传，却是行业的隐形冠军，始终保持着稳步上升越做越好的节奏，做小而美的企业一样可以生存得很好。

对“以业绩论英雄”的价值观，梁永诒并不否定。2018年度，奥达信的销售增长率约三成。虽然能理解一些企业管理者对数字的敏感度，但他自己却会刻意弱化它。因为在他看来，企业实现目标的过程远比结果更有意义。

梁永诒强调，企业的业绩往往与很多因素相关，通过审视与回顾整个过程，了解变



佛山市顺德区奥达信电器有限公司董事长梁永诒

异的原因是什么，去调整和匹配资源，自然水到渠成。

与欧美日等发达国家小家电的市场高普及率相比，国内的小家电在整个家电市场中占比仅为13%。但随着消费水平的提升，小家电市场需求正在上升，品牌竞争异常激烈。

竞争是人类社会发展的源动力，本身并没有什么不好，奥达信的竞争策略是“求异”：切入细分的区域性市场，着力于将自己的“一亩三分地”做精做深（如酒店制冷设备、医疗制冷设备、车载制冷设备应用市场等）。

梁永诒说，从微观角度看，其实企业间的竞争就是团队与团队的竞争，团队是由人来构成的，所以提升团队的竞争力首先就需要先提升个体的综合能力。

据悉，在奥达信内部成立的商学院，有几万堂在线课程可供学习，每位员工都能从中找到自己岗位所对应的学习内容，从而提升各种技能。在这方面，重视员工成长的梁永诒，专门抽出时间与同事们深入沟通，探讨成长的方向和节奏。

梁永诒有一个朴素的愿望：希望奥达信的员工们都能热爱自己的工作，如果他们以后因为种种原因离开奥达信，回顾此间的时光，能够庆幸自己在这里开始寻找工作乃至人生的意义，没有荒废时间，没有停止成长。这个愿望有点“超纲”，似乎更偏向于人生哲学的范畴。

“人生的意义是一个很内在的问题，最终会回到自己，我一直认为，找到兴趣所在，继续学习和成长是人生的终身命题。”看起来，梁

永诒的思考不仅仅围绕员工，更多的是推己及人的展现。

2018年，奥达信迎来了十五周年庆活动，在以往公司组织员工集体出游、关怀困难员工家庭等既有惯例之外，一系列丰富主题活动如火如荼地开展着：举办王者荣耀比赛、员工运动会、唱歌比赛……奥达信甚至在办公区域旁专门计划辟出空地置办诸如“唱吧”这样的休闲娱乐设施，让员工们在工作 and 休闲的“张弛”之间找到一个平衡点。

梁永诒希望奥达信是一个“有温度”的企业，尽管他认为目前还没有很好地实现，但会一直保持这份初心，直至实现！

笔者以为，很多企业忽略了这一块其实并不是因为成本，而是缺少这份心意。放眼看去，这份心意殊为难得。■



扫描二维码
访问企业展厅

影动力：做泛娱乐创新运营先驱者

文_刘艳林 责编_刘艳林

广州市影擎电子科技有限公司（以下简称影擎电子）自2008年起专注于动感影院设备及VR游戏产品研发、生产、销售，致力于为客户提供大型主题5D动感影院及VR体验馆整体解决方案、独立动感影院及VR类产品；现已为主题公园、动漫游戏及展览展示等行业客户打造了近千家动感影院，产品远销至北美、中东、南非、东南亚等地区。

自2015年提供VR体验馆整体解决方案后，目前影擎电子在全球范围内VR线下体验馆已达到263家。旗下的“影动力”系列产品以其突出的性价比，稳定的品质，丰富多彩的内容和完善的售前售后服务，在业界树立了傲人的口碑。一时间，人人只知“影动力”，不知“影擎电子”。

据运营总监苏灌枫回忆，VR应用设备在2013年进入生产领域，2014年堪称是磅礴的开端，经过2015年的酝酿，到2016年到达高峰，业界称之为“VR元年”。

在各大热门商圈、高校附近，VR线下体验馆一度如雨后春笋般冒出，其密集程度反射出行业在资本推动下的失智。

苏灌枫列出了几个数据：正常来说，五公里内有一个VR体验馆就已足够满足需求，但在高烧不退的快速扩张时期，同样面积的商圈里最多分布着六至七家VR体验馆，远远超出了市场需求量。

2017年，经过媒体一段时间密集的聚焦和普及，无论是B端还是C端客户，都对VR有了一定的认知，市场回归理性，信息趋于透明，体感类产品市场不复曾经的野蛮生长，开始回归现实。“广积粮，缓称王”的企业在这一轮洗牌中涉险过关，还没有来得及树立品牌，打造口碑，拥有独立研发团队的小型企业则举步维艰。

这对制造型企业来说，意味着考验刚刚开始。

体验类产品有其天然的局限性：成年人体验过这样的游戏以后，没有连贯的消费需求。想要打破这样的天花板，提升用户粘性，丰富产品体验，不仅仅依靠硬件设备商，更依赖于产业链上游的配套供应商和下游的软件供应商通力合作。只有让用户线上合作共鸣，线下分享扩散，才能挖掘更多的娱乐需求，形成规模效应。

在2017年的下半年，影动力适时提出了“VR+”的概念。以往体验式的VR设备已经无法满足消费者的需求，交互式的VR设备应运而生。

“市场的每一次增长，都是因为有了新的产品推出，而每一次下滑都是因为消费者的需求无法得到满足。”在一次次“更新迭代”的过程中，既有突破的惊喜，也有谢幕的失落。

相较于硬件生产商，影擎电子更希望能变成B端服务商，苏灌枫以扑克牌为例阐述了这个概念：扑克牌自公元13世纪被发明出来以后经久不衰在于它的玩法多样，扑克牌本身变成了娱乐的工具。

苏灌枫希望VR设备具有娱乐工具的特质，当规则调整以后，玩家可以获得全新的娱乐体验，一套设备的耐玩性和可玩性大大提高。为此，影擎电子联合软件开发商不断创新探索，努力以现有的条件，打造出具有变革性的新型系列化产品，同时开始实践泛娱乐创新的运营模式：VR+4D、VR+4D+AR，增加娱乐产品的观感跨度。

VR赛车-狂野时速、VR影院-Family、VR铁笼-末日求生、AR战车-狙击精英等系列主打产品推向市场后，很快受到了大量玩家的追捧，被商家奉若经典。其中一款名为末日

求生的新产品，将一群玩家放到一个铁笼子里并肩作战，把体验类的游戏推进到1.5版本，在市场上非常受欢迎。

随着产品的风靡，市场上很快出现了同类竞品，当各大游戏体验店的主打产品大同小异时，苏灌枫自豪的同时也有些惋惜。

不同的行业都有不同的更替节奏，VR产品的迭代时间相对更短，而且有越来越短的趋势。原来两年才被市场淘汰的产品，现在一年就趋于冷淡。同质化严重的情况下，越来越多的企业正在被日新月异的市场需求拖垮，这也是造成洗牌的原因之一。

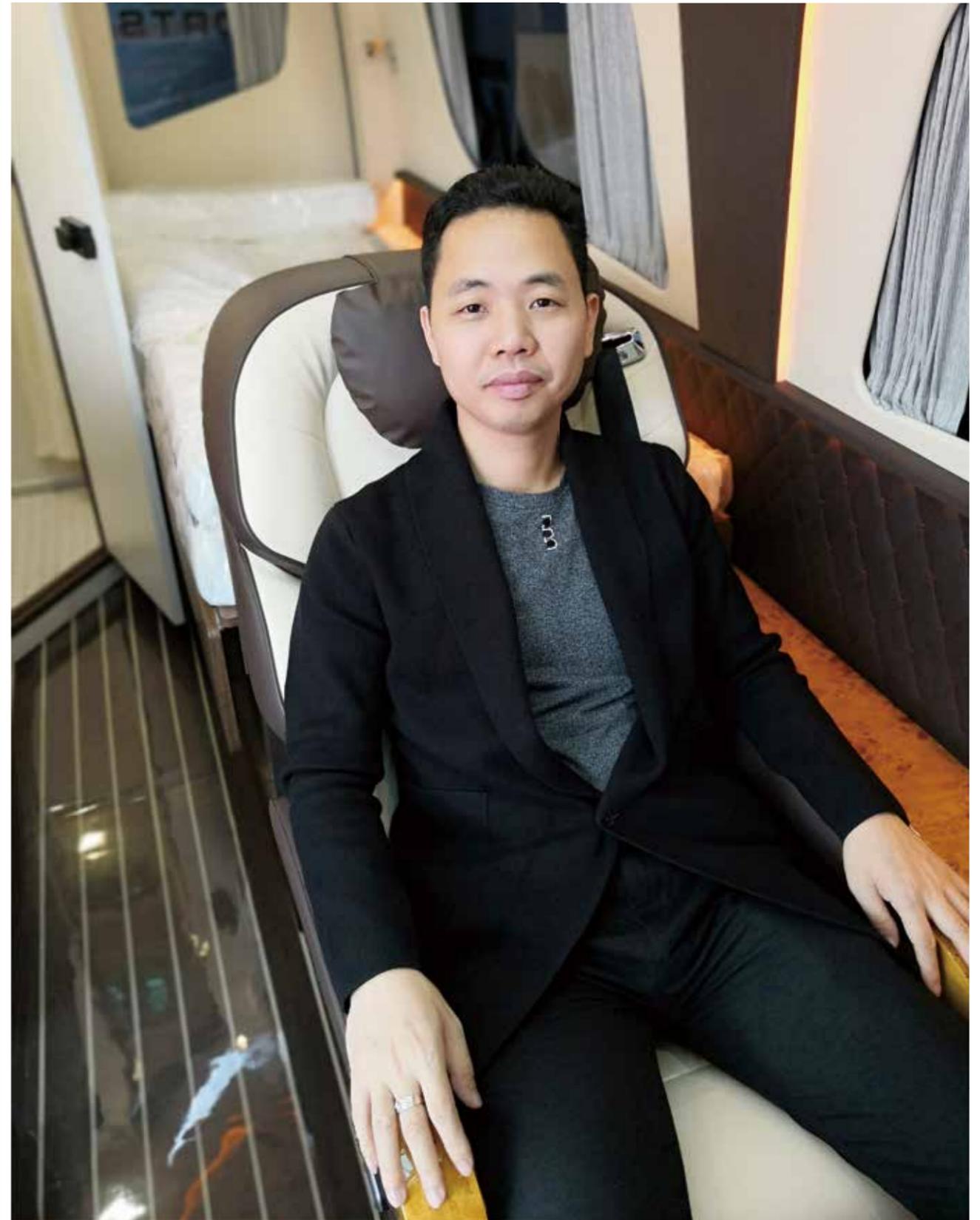
目前行业已经处于买方市场阶段，苏灌枫希望同行们不要满足于跟风和抄袭，而应该优化配置资源，发展属于自己的专长领域的优势产品。只有这样，VR的产业才会因为所有人的合力而开拓出更大的应用领域，创造出更多的需求经济，最终呈现百花齐放的景象。

换言之，把整个市场的蛋糕做大，应该成为业内从业者的共识。

虽然现有VR产品尚不是消费者的主流消费对象，仍局限于小众消费板块诸如体验类游戏领域。但苏灌枫对未来十分乐观，因为不管如何发展，消费者的娱乐需求始终存在。从大的趋势来说，随着AR设备的更迭和应用技术的革新，VR市场总客流量将不断增多。

另一方面，VR终端产品将会随着技术和应用的拓展加速大众化，产品更轻便，成本更亲民，应用更丰富更便捷。不难想象，当VR终端设备与物联网、大数据、云计算等交叉融合后，将会延伸到更多的行业领域和应用场景。

未来，可期。■



广州市影擎电子科技有限公司运营总监苏灌枫



扫描二维码
访问企业展厅

勇敢面对危机，捕捉创意火花 ——台湾美之岚39年品牌传奇

文_朱湘湘 责编_刘艳林

台湾美之岚的诞生故事

台湾地区习惯把从事机械零件加工的年轻人称为“黑手”，40年前，有个普通的年轻人也是“黑手”的一员。多年来，他一直遵循着代工零件加工的传统模式，只能拿到微薄的利润。直到1979年的春天，一个人的出现给他重复枯燥的生活带来了转机。

这个年轻人的好友带了一个意大利友人去台湾玩，这位意大利友人是一家企业的CEO。游玩期间，年轻人把自己目前遇到的职业困境告诉了这位意大利友人，意大利友人鼓励这个年轻人建立自己的品牌，还帮年轻人品牌取名为“MYJY-LAND”：“MYJY”代表美丽，“LAND”是人类共同的母亲地球，中文结合翻译就是“美丽的地球”。这个名称除了包含时尚、科技、品质、客户等元素外，最重要的是希望使用者和创造者能爱护我们共同的母亲——地球。

这，就是这位年轻人开始研发环保型工具的起点。

同年6月，这位年轻人成立了美之岚机械工业有限公司，他就是这家39年老牌机械工具生产企业的创始人兼第一任经营者李纯昌。

面对危机，勇于迎难而上

创业之路并不是一帆风顺的。90年代，台湾大部分传统加工企业面临倒闭。当时公司的执行长李纯昌同样面临着严重的经营危机，也动了关闭工厂的念头。这时他忽然想起自己小学三年级时的一件事，有一天晚上母亲把他叫过来，交给他一条围裙，里面放了200元零钱，让他去菜场把台风前收割的蔬菜卖掉。那时市况不好，他总是思考怎么把当天的菜卖完，如何讨好客户卖出更多蔬菜，面对讨价还价的阿姨们怎么应对。

小时候不知道母亲为什么要这么安排，长大后才明白那段宝贵的经历训练了自己的思考反应力，正是这些成就了后来的公司一步步向前的精神。在任何困难面前，只有迎难而上才有生存机会。

现在“身经百战”的李纯昌先生常常提起哈佛商学院教授艾德蒙森说的“向失败学习”，他认为，失败对企业来说也可以是有益的。如果只是单纯地接受失败却没有思考如何从中吸取教训，那就是无视失败的愚蠢。

对于一个公司来说，最重要的是如何聪明地把客户的抱怨和投诉转化成对公司有帮助的失败，并努力避免没有意义的失败。

一个煎蛋赋予的疯狂灵感

2008年金融海啸过后，李纯昌应欧洲客户邀请，前往客户工厂参观。



台湾美之岚机械执行长李纯昌

参观期间，李纯昌发现操作人员全都带着耳罩在操作研磨机，原因竟是手持研磨机工作时会有大量高分贝噪音产生，对员工听力伤害非常大，就算带上耳罩也不能完全抵挡。

欧洲工厂当时也急于改善现状，希望能找到一款噪音值低于70分贝的工具。李纯昌了解原委后，对员工的健康也感到深深的担忧，于是带着团队全心投入研发新款低噪音研磨机。

刚开始研发低噪音研磨机时，经常遇到一些问题：马力达到了标准，但噪音值却太大；反之噪音值达到了标准，马力却不足。耗时长久，却成效甚微，研发团队心灰意冷，一度想要放弃。但就在产品即将以失败告终的时候，灵感就如砸向牛顿的苹果，从天而降。

有一天，李纯昌下厨为家人准备早餐时，发现煎蛋老是会沾在锅上，如果要保持煎蛋的美观，就必须使用许多的油，会造成大量

的油烟污染，非常不环保。这时李纯昌先生无意间拿起了旁边买了很久，却从未用过的不沾锅，发现即使只用少量的油，煎蛋也不会沾在锅上，也就不会因为吸入过多油烟而造成肺部的伤害。

他突发奇想，这样让不沾锅保持洁净的原理是否也能应用在研磨机的开发上呢？如果能让马达内部减少脏污的沾黏，就可以增加马达的马力，其运作的过程因此变得更顺畅，同时困扰多时的噪音问题也得到了解决。因为煎蛋而延伸出的疯狂灵感就此产生了！

贾伯斯在多年前也曾说过：“If any questions see me. Thanks.”错误与问题不代表失败，反而可能是灵感最好的引子，是改进产品的最快捷最有效率的方式。

好的问题会使人不断成长、改变，会不断修正你最初的想法；一旦深入细节探索，给予自己时间寻找“可能”与“不可能”之

间的差异，再配上大量的实验证明，这便是孕育创意的最佳条件，得到的成果往往也会更加丰硕。

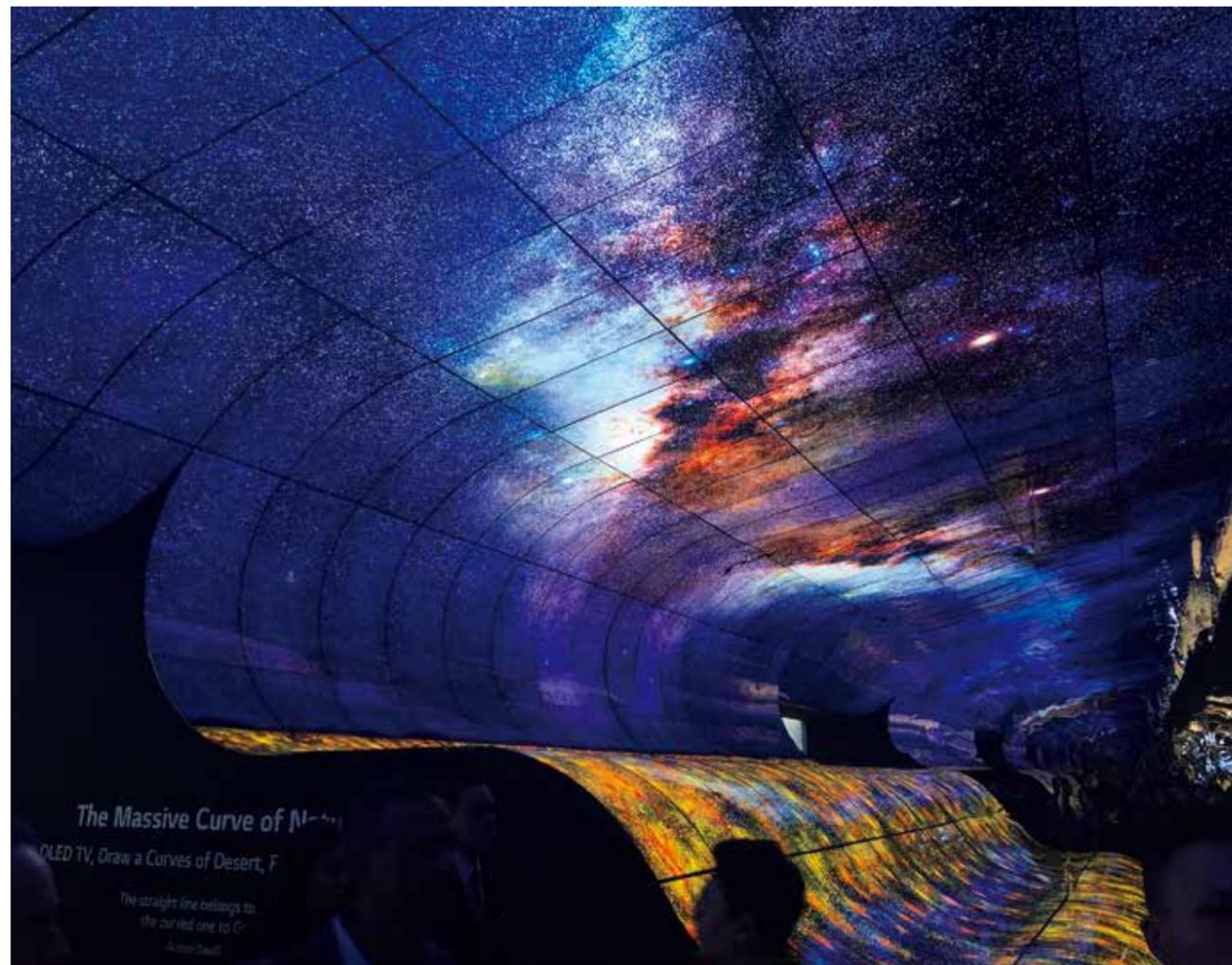
战胜危机，懂得创新，丰收就在不远处

经过整个团队的努力，低噪音研磨机的问题都被逐一地解决了，公司也在三年改革后再次步入正轨。台湾美之岚潜心研发的新型电动螺丝刀、气动螺丝刀等产品在日本获得了设计大奖，众多无油式低噪音的工具在世界上得到了广泛肯定。

现代社会普遍认为善于推销是公司卖出产品的最好方法，但台湾美之岚却深知产品创新的重要性，只有不断地向失败学习，不断地在问题中发现灵感并将好想法变成好产品，就一定可以找到彼此都想要的宝藏。■

2019美国拉斯维加斯 国际消费电子产品展览会 CES 2019

文_HenryWei_中国制造网商展部 责编_王若竹



LG展出的“Massive Curve of Nature”由超过250个弯曲的LG OLED电视组成，尤为壮观

“如果一辈子只能去一个消费电子类展会，那我一定会选择CES。”这是许多参展CES的买家的一致反馈。

CES，英文全称Consumer Electronics Show，美国拉斯维加斯国际消费电子产品展览会，是当今世界上规模最大、影响力最为广泛的消费类电子技术展，它同时也是电子科技领域的潮流风向标，代表未来一年科技发展的走向。每年1月，它在美国拉斯维加斯举行。从1967年首届举办至今，已经成功举办了52届。

CES以其专业性强、贸易效果好，在消费电子业内享有非常高的知名度及口碑。今年的CES现场云集了当今最优秀的厂商，如LG、

IBM、Intel、索尼、松下、三星、夏普以及中国的华为、TCL、大疆、京东、美团、海尔等。它们不仅在现场展示了最先进的技术理念，其中一些厂商还借助CES平台，在展会期间召开新品发布会。

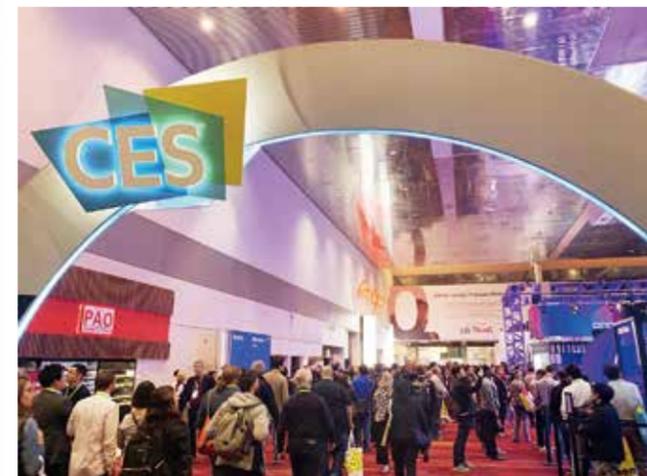
今年CES期间，展会现场共发布近千件新品，引领着消费电子的流行趋势，5G、8K电视、3D传感、脑机接口、可折叠终端、无人机等新技术和创新品大放异彩。

除了吸引众多的高新技术设备爱好者、使用者及业界观众外，CES还是全球批发商、连锁零售商及相关厂商的理想采购场所。根据往年现场的观察以及展后数据的研究，全美国

100大连锁店进口商及零售商基本皆会在此展中进行采购。

今年的CES，现场共吸引了来自全球155个国家及地区、总计大约4500余家的展商前来参展。其中，中国的参展企业大约1200家，仅次于美国，以致于今年的CES也被业界戏称为中国企业冠名的“China-ES”。但需要提及的是，这个数字比去年少了大约20%。

观众方面，根据官方展后的数据统计，4天展会时间里，共大约有180000人次到会参观，其中国际观众达到了45000人次。除此之外，有超过6500家媒体对今年的展会进行了报道。



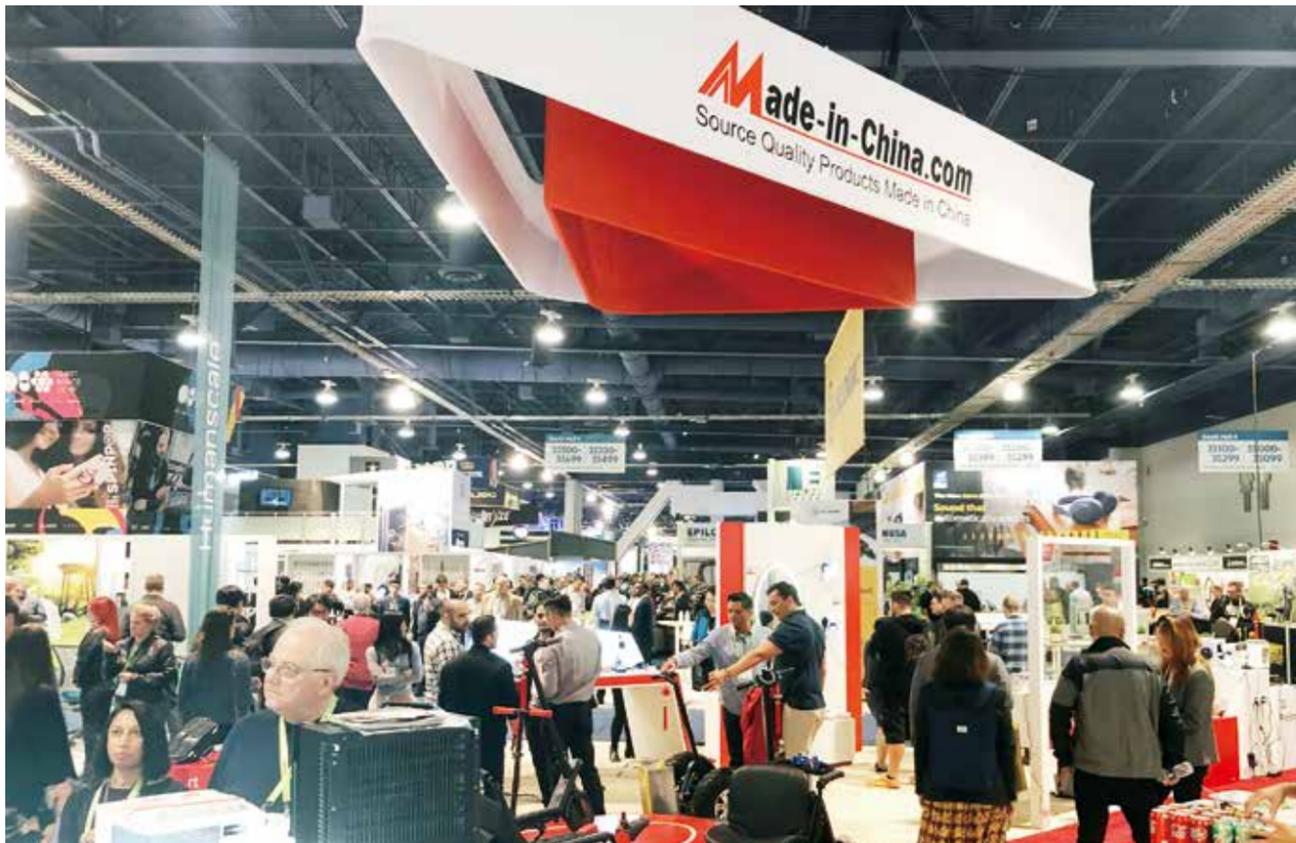
展会现场



Bell公司展示的混合动力空中出租车Nexus，倾转旋翼、混合动力、垂直起降



高通在CES上宣布，已有超过30款5G终端正在设计中



中国制造网现场展位

中国制造网在现场

本次展会，中国制造网以145平方米的特装展位盛大亮相。

我们甄选了来自100家企业的154件中国“质”造精品亮相CES，其中有15件是来自“中国制造之美年度评选”的获奖产品，包括可手持移动拍摄的专业级全景相机、具备沉浸式效果的智能影院、整机无死角旋转的空气调节扇等。值得一提的是，从前期征集、甄选、寄样、包装、报关、海运数周，到最终远渡重洋来到美国，呈现在全球采购商的面前，期间所涉及的费用都由中国制造网承担。

现场除了基本的产品展示外，如有国外采购商对这些样品感兴趣，我们会先引导采购商通过我们现场的SMART EXPO虚拟展会系统，到线上获取更多的产品细节和公司信息。如果买家意向明确，我们则会在现场

直接把这位买家的信息发送给供应商，由供应商亲自跟进。因为有了我们在现场的前期铺垫，这样触发的询盘质量都非常之高，只要后期供应商及时跟进，促成最终订单的几率非常之大。

SMART EXPO虚拟展会是中国制造网这两年针对平台高级会员，实力打造的一款集合线上线下，双线并推的推广服务。线上依托中国制造网网站资源，利用360°全景、视频等展示手段呈现供应商的优质样品，帮助买家寻找意向产品；线下同期利用中国制造网丰富的展会资源，帮助供应商落地该行业明星展会，挖掘现场买家，双线收获订单。

如果展会现场有想开发线上交易的美国买家或中国供应商，开锣网(www.crov.com)作为中国制造网在美国本土推出的跨境B2B在线交易平台，我们专业的美国团队能够为中国供应商和海外中间商打通线上

交易之路。

同时，我们还在现场为所有中国参展商的优质样品提供专属的美国展厅展示服务。但凡是优秀的中国供应商，都可以在展会现场前往中国制造网展位报名参与。

如果我们觉得样品合适，则会在展会结束以后，把优质样品送往我们公司位于美国安大略分公司的展厅进行展示。后期还会有母语为英语的专业商务人士针对产品进行专门的介绍和线下客户接待，同时也会不定期邀请潜在买家参观我们的展厅，陪同买家体验产品。如果买家对产品有采购意向，还可以通过开锣网向供应商直接下单交易，非常便利。

这项活动既保证了优质产品在美国当地市场的长期曝光，又帮助国内参展商解决了样品回运的问题，一直深受现场中国参展商的喜爱。📺

第19届中国厦门国际石材展览会

CHINA XIAMEN INTERNATIONAL STONE FAIR

stone
XIAMEN FAIR

展览面积
180,000 m²

展位数
9,300个

参展企业逾
2,000家

2019.3.6-9
中国·厦门国际会展中心

领跑石界
LEADING THE GLOBAL TRENDS



官方微信 / WeChat

电话/Tel: (86)592-5959616

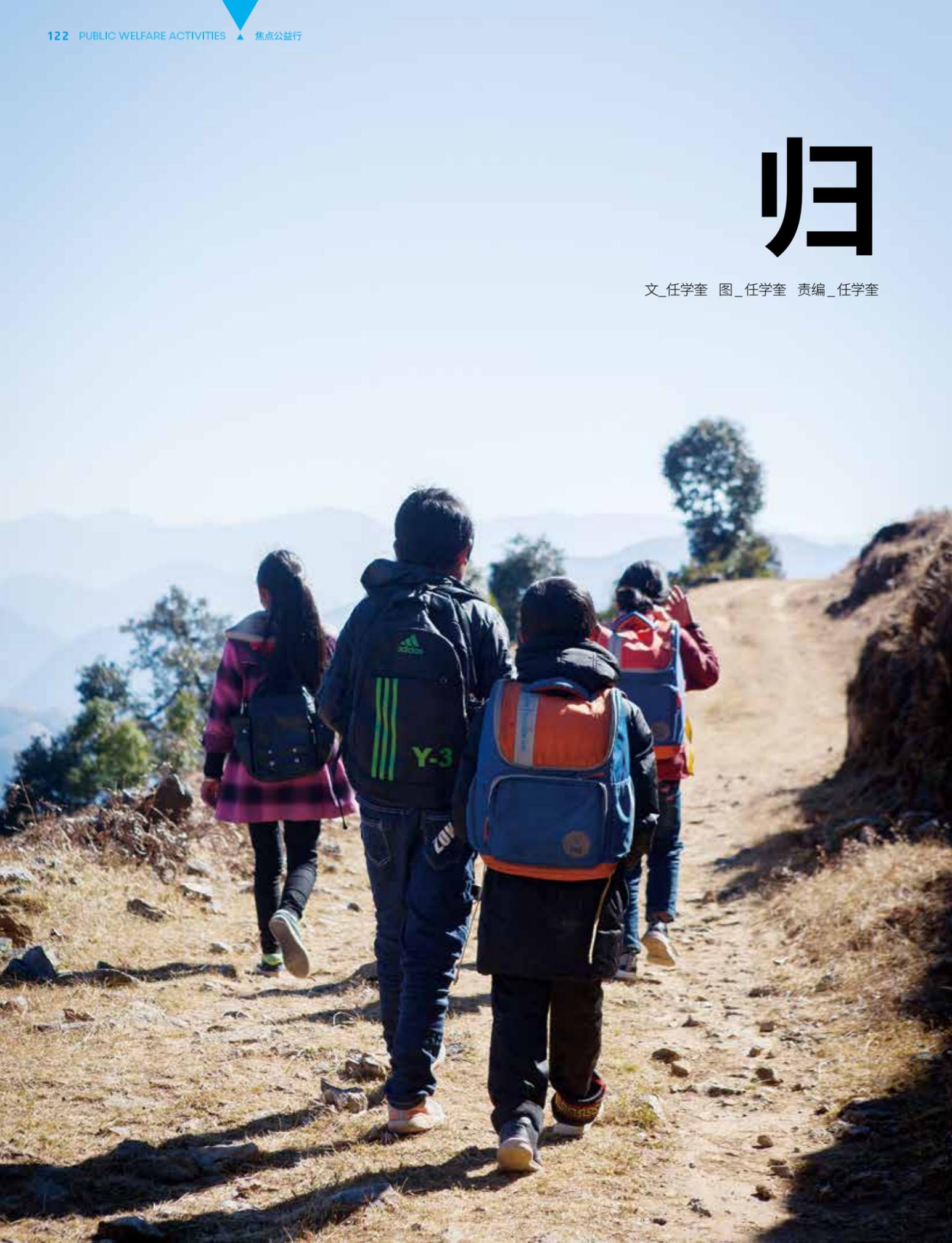
网址/Web: www.stonefair.org.cn

传真/Fax: (86)592-5959611

邮箱/Email: info@stonefair.org.cn

归

文_任学奎 图_任学奎 责编_任学奎



从保安营机场出来，到攀枝花市区，山路两边长满了刺桐。火红的刺桐花峭立在枝头上，热烈得很。

刺桐是福建泉州市花。在中世纪，泉州就以刺桐城驰名欧洲、非洲和中东，马可·波罗更是将泉州港称为“刺桐港”。不过这并不妨碍攀枝花人喜欢刺桐，我常与人说，攀枝花是个神奇的城市，在那里你会发现很多你原本熟悉的花卉和水果被“更改了生物钟”。

我一直觉得刺桐的花期非常应景，它寓意“红红火火，吉祥如意”很是契合春节的氛围。不过这种花在去往格萨拉的路上很少见到。尽管如此，我还是非常享受从攀枝花往格萨拉去的风景。

时间悄悄就走到了我与他们相识的第五个年头，但我总是会有很多的期待，就像他们对我一样。就像这一次。

放学

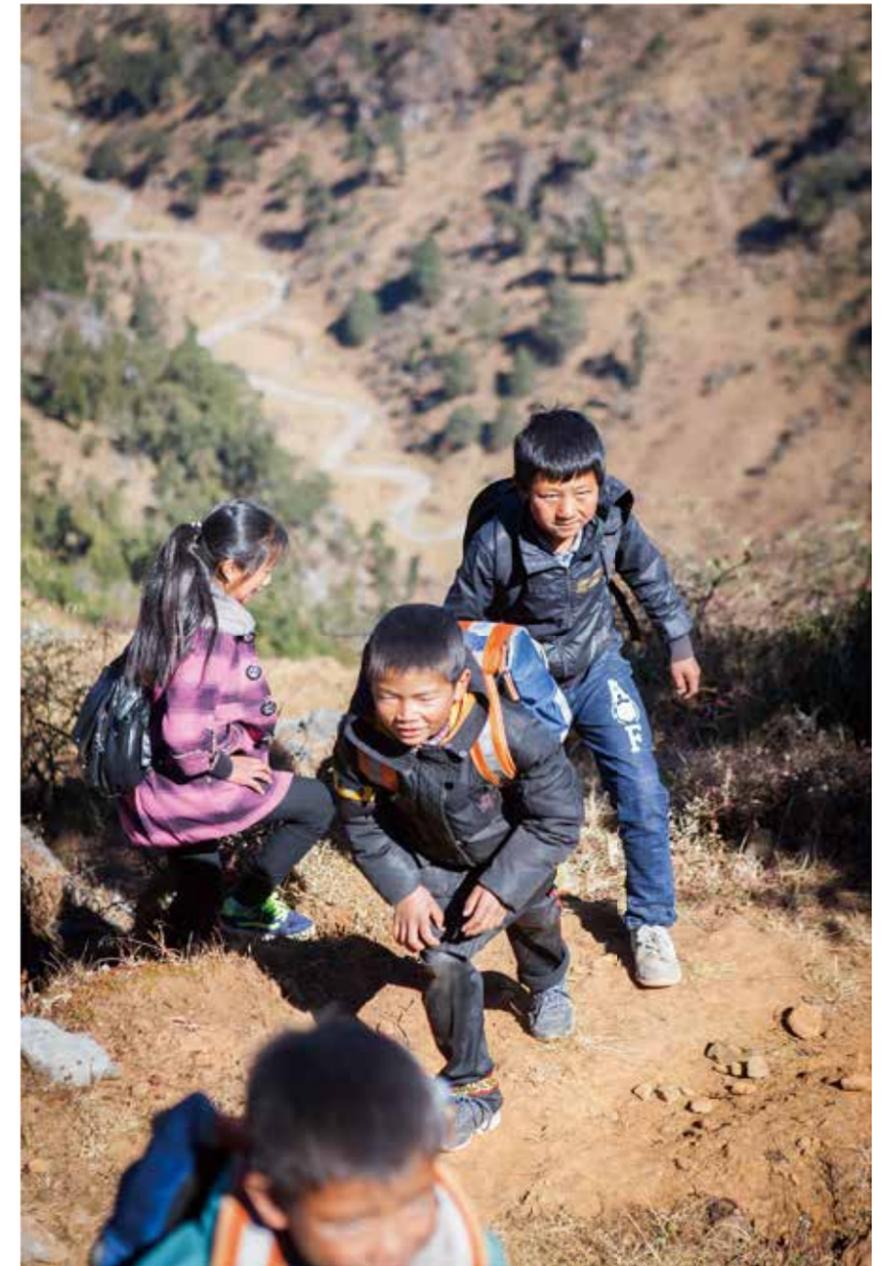
由于生产环节的一些问题，今年壹基金的温暖包到达川南的时间特别晚，所以我们并没有像往常一样，能够将温暖包随车带到格萨拉。

我们到达格萨拉中心校的时间是一个周五的中午，大约 11 点半。对于学校的孩子来说，这会儿的心思已经完全不在教室里了。山里的学校都会在每周五中午就开始放假，因为大量的孩子需要在天黑前赶到家。

学校的午餐时间是 12 点整，上午已经没有课的孩子会背着书包到操场晒太阳。天气好的时候，这是他们唯一能取暖的方式。格萨拉的海拔在 2800 米左右，即便是冬天，在太阳下也会晒得脸上火辣辣地疼。

没有分发温暖包的任务，我就靠在车子边上，静静地看着操场上的孩子们。他们偶尔也会看一下我，然后腼腆地笑一下又立即把脸转开。

12 点，下课铃响了。原本安静的校园突然就向炸开锅一样，孩子们端着饭盆从四面八方冲出来，最后汇聚到食堂。一会儿又端着盛满的饭盆出来，蹲到墙边，蹲到操场上，蹲到每一寸能被阳光照射到的地方，开始他们的午



餐。依旧是米饭、白菜、土豆，看不到一丁点儿荤腥。

我在人群里看到很多熟悉的人，都是平原村的孩子。肖胡兰是 2018 年攀枝花市少代会的代表（关于肖胡兰的介绍，详见第 59 期《焦点视界》“父与女”），她看到我们的时候开心坏了，端着饭盆就跑过来，结果发现只盛了米饭，忘了盛菜。

小小红跟同学围在一起，边吃边聊天，偶尔转头看看我们。我问她，哥哥在哪。李红说，去寝室了。一会儿我看到李鹏的时候，发现他是去寝室换了一条干净的裤子，准备回家。这是我第一次看他穿干净的衣服。

据学校的老师介绍，这些孩子很少是镇上的，他们来自格萨拉乡的多个村子，“最近的翻过前面一个山头就到家了，只要两个小时”。

翻山

从格萨拉乡到平原村稍微远一点，需要翻两个山头。

因为我们的最终目的地就是平原村，所以几个平原的孩子就跟着我们一起上路了。确切说，是我们跟着几个孩子上路了。

现在从乡上到村里的路比几年前好走多了，修了水泥路，据说是攀钢捐赠的。所以原本人迹罕至的村子现在也开始多了很多人烟，想逃格萨拉景区门票的车都会经过平原村。时间长了，村民倒也见怪不怪。

平原村的孩子是在2017年9月开始转到中心校来上学的，因为他们之前的学校因为生源不足已经被撤销了。

他们很少能搭车回家，每次放假都是靠两条腿翻山越岭，风雨无阻。

有人问我说，雨雪天气，他们这么爬山不危险吗？这让我想起了另外一件事，有一位曾经来格萨拉的朋友，在回去之后跟我说，特别想给孩子们捐赠新的筷子，一想到他们的筷子上可能爬满了“黄曲霉素”就特别纠结。

我当时是用抖音上很火的一句话来回复她的：“都混到吃泡面了，谁还在乎健康？”在温饱都没有解决的情况下，谁还在乎安全和卫生？

不过对于这些山里的孩子来说，有时候即使能搭车，他们也不是很乐意，因为晕车晕得厉害。后来因为两个孩子在车上晕车，我们开始下车步行。从车上下来的那一刻开始，前一秒还蔫儿了的孩子就有了精神。

他们就像是羚羊一般在山路上撒开了腿，我发现陪他们一起走山路是一件很不明智的事情，说到底就是我低估了他们高估了自己。

孤独

和我们一起从中心校回来的是苏明祥兄弟、李红兄妹和张艳。张艳是以前平原小学张老师的小女儿，今年五年级。她是沿途第一个到家的。

到家的时候，她略微磨蹭了一下，似乎并不愿意回去，好像想说什么但又没说出口，然后就低下头推门进了院子。我们跟着走进去，就看到她站在院子中央颤抖的背影。同行的志愿者问她怎么了，她突然就哭出声来，说想妈妈。张艳的妈妈是一位特别能干的彝族女性，虽然身体一直不是很好，但操持家务是一把好手。她听不懂汉语，每次都笑嘻嘻跟我们打招呼。

11月下旬，义工协会突然接到张老师的电话，说阿莫（老婆）的眼睛看不见了，不知道怎么办。义工协会帮助联系了省城的医院，

让他们去成都做个手术。临走的时候，夫妻俩去学校看了一次张艳。

那时候张艳觉得天塌下来了，成都对她来说是个遥不可及的地方，平常村里人生病最多就到乡卫生院。在她看来，去成都治病，那是件很了不得的事情。她在学校的时候一直把心事藏得好好的，直到进了家门就再也忍不住。

与张艳相比，回家以后更加孤独的是苏明祥兄弟。

虽然父母不在家，但张艳还是需要照料好家里的鸡和小猪，她终究是能等到父母归来。但苏家兄弟不同，除了邻居家那只一直围着他们转悠的大黄狗，他们没有伙伴，甚至连说话的人都没有。他们也在守候父母，兄弟俩会看着发黄的照片，等待或许再也不会回来的母亲，以及在外打工但已重新组建家庭的父亲。我们谁都没有告诉他们真相，我们也想象不到他们





怎么在那个四面透风的家里熬过冰冷的冬夜，但有些盼头总归是好的。

然而最为残酷的是，除了些许钱物，我们不能给他们任何实质性的帮助，义工组织将他们兄弟俩这样的情况归类为“事实孤儿”，但由于他们并不是被真正遗弃（父亲每年会回来看看他们几次），因此无法办理领养手续或者其他更深入一些的帮扶。

曾经有同事问我，他们的希望在哪里。我只能说，或许没有希望。

冷啊

每次去格萨拉，我都会去李红家，这次也不例外。

格萨拉平原村的海拔在2800-3000米之间，这里的冬天其他地方都会长很多，往往到五月份依旧寒气逼人。不过今年的冬天不像过去那样，白天的时候晒着太阳，暖洋洋的，还挺惬意，所以温暖包“迟到”并没有给他们带来太大的影响。

李红穿着比她的脚足足长了一倍的鞋子，往年收到的羽绒服和靴子也还没穿上。我问她冷不冷，她说白天不冷。晚上爷爷和哥哥睡在火塘边的木板上，她和奶奶睡屋子里的床上。夏天的时候，透过镂空的屋顶可以看到银河，

但到了冬天，这个体验就不怎么好了。我下意识地问了李红一句：“在学校还冷吗？”她说不冷。其实原本我的目的是为了告诉她要珍惜学习环境，好好学习。但问出口以后就发现不太合适，如若阿婆能听懂我的话，心里大抵是不怎么舒服的。

一直以来，我内心里在面对这些孩子的时候都是矛盾的。一方面希望他们能好好学习，通过读书来改变命运，另一方面又害怕他们过早地见识到外面的社会，再回头看自己生活的环境，产生巨大的心理落差——就像曾经饱受非议的一个节目一样。

事实上，这种事儿在这里，在凉山州，或者在其他贫困地区并不鲜见。很多人在走出大山之后便一去不回，即便把一家老小都扔在山里都“义无反顾”。其实，站在他们的角度，我们无法去谴责他们。前段时间权健的事情刚爆出来的时候，很多人说，怎么会有那么多人会上权健的当呢？有个朋友在朋友圈写过一段话我觉得放在这里也合适，“那些说别人傻的人，只是没有经历过真正的绝望”。

对，我们之所以谴责“一去不返”的人，是因为我们没有经历过他们对生活的绝望。

不过尽管如此，我依旧会希望他们能走出去，能先跨出去一步，“开眼看世界”。至于以后的事，以后再说吧。■



关于“看世界” 公益项目的物资征集

为丰富贫困学生在校期间的生活，增加他们对世界的认知，我们拟在50所贫困学校建立“未来教室”，在这个教室里他们可以通过观看纪录片、阅读等方式去“看世界”，看他们的“未来”。

我们向所有《焦点视界》的读者个人以及企业，征集以下物资：科学书籍、电脑、投影仪。并不一定是全新的哦，二手的我们同样需要，只要能让孩子们正常浏览网页即可。

如果您想参与到我们的项目中来，可以发邮件与我们联系：

mag@made-in-china.com 或
renxuekui@made-in-china.com

本期外贸热点事件速览



外贸大事早知道，扫码加微信“焦点视界”（ID：focusvision）

美国豁免这些产品的额外关税

美国贸易代表办公室（USTR）批准了 984 项进口自中国的产品的豁免关税请求，豁免产品包括用于船舶推进系统的火花点火发动机、放射治疗系统、用于空调或取暖系统的恒温器、蔬菜脱水器、输送带、模具滚轮机、不锈钢刀具等。被豁免的产品将在豁免公告发布后一年内免除追加的 25% 关税。请加微信“焦点视界”（ID：focusvision），回复“豁免”，获取全部豁免产品清单，请重点关注表格最后一栏“Stages”，看到如果是“Granted”，则表示产品获得了关税豁免。



扫码查看更多详情

印尼海关又出新规，重点打击这种出口方式

印尼下调进口免税额，将印尼买家每天 100 美元的进口关税免税额下调至每天 75 美元。这条规定已经于 2018 年 10 月 10 日正式生效。印尼财政部海关总署长赫鲁说，印尼海关发现很多进口商在利用规则逃税，比如在线上购买了价值数万美元的商品，然后将其拆分成几百笔交易，每笔价值 100 美元，以逃避关税。他们发现，这些商品主要集中在手表、皮包、衣服、眼镜等。目前印尼海关已经采用了反分割订单的智能系统，通过算法来验证国外发往印尼的包裹。这条规定对 B2C 和 B2B（尤其是小 B）卖家的影响非常大，请大家引起注意。



扫码查看更多详情

埃及大幅调整进口关税

埃及自 2016 年 1 月起第二次大规模调整进口关税，目前调整已生效。关税上调的产品包括：对旅游机构进口的机器和设备（除客车外）征收 20% 的关税；对临时进口、维修后再出口的货物征收 10% 关税；婴儿配方奶粉进口征收 2% 关税；塑料制淋浴喷头从 40% 提高至 60%；果汁从 20% 提高至 60%，等。详细调整请下载公告全文。下载方式：加微信“焦点视界”（ID：focusvision），回复“埃及”。全文为阿拉伯文，可通过 HS 编码查找对应商品的关税，或者有相熟埃及老客户的，可直接发给其确认。



扫码查看更多详情

“市场采购”贸易方式有何实惠

2018 年 11 月 13 日，海关总署发布公告，市场采购贸易试点范围继续扩大。根据中国海关统计，2017 年和 2018 年的前 8 个月，全国市场采购贸易出口额分别同比增长 54.2%、71%，明显高于同期全国的总体出口增速。“市场采购”是相对于“一般贸易”来说的，它是要解决“单小、货杂、品种多”的无票出口贸易，它具有免征不退、扩大报关限额、归类通关、关务秒审、结汇创新等优势，感兴趣的朋友可扫码了解详情。



扫码查看更多详情

他们看到的世界，
是远处的大山，
和更远处的大山



FOR 焦点公益行动
THE FUTURE

焦点视界
FOCUS VISION

入驻 CROV 开锣

抢占 跨境 批发蓝海

① 您可以多一个新的跨境销售渠道

开锣 (Crov.com), 专业跨境B2B在线交易平台, 帮助海外中小型中间商在本地直接批发中国优质产品。

② 您可以开拓海外中间商市场, 提升您的B类市场销售额

您可以提供多种起订量和交付方式的组合, 通过与之对应的不同利润空间比例, 吸引各类经销商、零售商、承包商、销售公司、电商卖家等海外中小型中间商。

③ 您可以省心、快速开展业务, 一路都有我们助您前行

- ✓ 专业团队帮您一起选品定价
- ✓ 为您解决国际物流, 帮您报关退税
- ✓ 美国自建海外仓, 为您提供仓储和当地配送
- ✓ 提供融资为您解决资金周转问题

手机扫码
关注微信公众号



开锣火热招商中!



服务热线: **400-677-7600**

① 签约可享限时钜惠:

免基础服务费一年! (具体优惠时段请咨询开锣招商经理)

② 招商品类:

家具家居、运动、户外、办公用品、创意礼品、建材卫浴、营养原料、汽配、工业品等