

6 经营故事 Business Story



■ 刘彦华

“这个世界前所未有的地被商业、通讯和旅游深度地连接在一起。但全球化的格局正在发生改变。”2016年3月,全球管理咨询公司麦肯锡在题为《数字全球化:全球流动的新时代》的研究报告中称,全球化的格局“已经进入了一个以信息、思想和创新流通为特征的新时代”。

得益于“数字全球化”新时代的到来,以敦煌网、阿里巴巴为代表的跨境电商呈现出强劲的增长态势,成为中国外贸的重要支撑。敦煌网创始人王树彤介绍说,目前,敦煌网已经达到140多万家国内供应商在线、拥有4000万种商品,遍布全球230个国家和地区的1000万买家的规模,每小时有10万买家实时在线采购。

“不忘初心”的选择

世界经济复苏乏力,全球化进程却并未放缓,其形势正在变化。数字全球化的直接受益者便是中国。短短几年间,中国在麦肯锡全球研究院连通性指数的排名从第25位飙升

在“数字全球化”的新时代,女企业家王树彤正致力于搭建一条新时代的网上丝绸之路,以帮助中小企业实现线上的全球通商,在她看来,这才是不忘初心的选择。

王树彤:为“全球”搭建丝绸之路

出舞台的暗淡光景。身处其中,每个人都必须做出选择。2016年,王树彤的选择依然是“不忘初心”,努力搭建一条新时代的网上丝绸之路,帮助中小企业实现线上的全球通商。

在创新中孵化“小敦煌”

蓬松的短发、精致的妆容、考究的衣着,王树彤身上散发出的女人味十足。作为一名企业家,她睿智的洞察力和敏锐的商业嗅觉也常常让许多男性叹服。

2004年,拥有微软最年轻的中国区高管、“思科亚洲最佳团队”主管、卓越网CEO等等靓丽履历的王树彤选择了独立创业。敦煌是古代丝绸之路的商贸重镇,更是东西方进行文化、经济交流的重要通道,王树彤的敦煌网正取旨于此,她希望敦煌网能为中国中小企业架起一条网上丝绸之路。

不过,此时的跨境电商领域早已不是荒芜一片,前有马云的阿里巴巴,后又国际巨头eBay、亚马逊,如何突围?王树彤始终坚信,唯有创新才是制胜利器。而在她看来,敦煌网的创新就在于,“早已从最早信息服务的1.0时代升级到跨境贸易的2.0时代,并开始引领数字贸易的3.0时代。”

据王树彤分析,数字贸易时代,是一个线上与线下融合,走出去和引进来融合、交易加上供应链服务融合的时代。

“对于全球的中小企业来说,缺少对接国际市场和金融服务的能力是制约其发展的最大障碍。”如何助力中小企业走出去?在2016年敦煌网重点实施的“四大升级战略”中,王树彤找到了答案。

首先是平台升级。敦煌网进一步完善了自己的中大额交易平台,王树彤希望通过他

们团队的努力,让所有的买家卖家都可以买全球、卖全球。

其次是供应商结构全面升级。通过直销、渠道和市场品牌建设,提升国内拓展辐射力。以往敦煌网更加着重服务网商,2016年则进一步优化了卖家结构,扩展到企业级卖家,包括中小企业和工厂以及大客户,企业级卖家比例大幅度提升。据王树彤介绍,今年,敦煌网发起招募全球梦想合伙人的大型品牌战略活动,目的就是希望通过带领优质卖家抱团走出去,打造中国诚信、中国品质、中国品牌形象。

再次,整合支付、物流、金融等更多的合作伙伴,提供一站式外贸综合服务,进行服务升级。最近,敦煌网与平安银行签订了合作协议,双方在“互联网+供应链金融”领域展开合作,共创供应链金融新模式。王树彤直言,“我们的目标是,真正实现中大额贸易线上交易闭环。”

为帮助中小企业“买全球、卖全球”,海外拓展一直是敦煌网的重中之重。不过,在2016年,敦煌网的做法有了一些新变化,“过去,我们以线下的方式和移动的方式拓展全球市场,然而今天,一方面,我们在买家端进一步下沉,贴近B类买家,通过和Facebook、腾讯等企业展开深度合作,实现线上、线下、移动、社交、O2O的全渠道拓展;另一方面,我们将设立多个旗舰店——数字贸易中心,同时搭建一网万店,建立‘线上交易平台+线下加盟店’,在全球裂变出更多的‘小敦煌’。”

从G20峰会中观察数字经济

2016年9月,二十国集团领导人第十一次峰会在杭州举行,这是近年来中国主办的

级别最高、规模最大、影响最深远的国际峰会。

面对这样一场为全球所瞩目的盛会,致力于搭建“一带一路”下的“网上丝绸之路”的王树彤自然不会缺席,这一次,她的身份从企业家摇身一变成为了意见领袖——二十国集团工商界活动(B20)中小企业发展议题组联席主席。

作为G20峰会的重要开场活动,B20的使命是代表工商界为G20出台全球增长对策和全球治理方案建言献策,为实现全球经济强劲、可持续和平衡增长做出贡献。

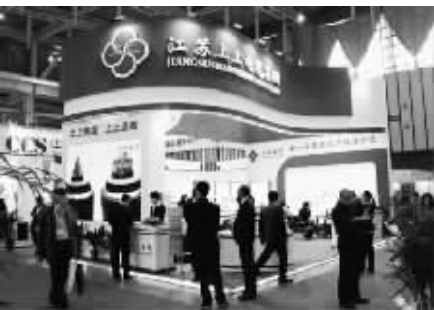
在此次B20活动上,作为B20中小企业发展工作组联合主席,王树彤最关注的问题可以概括为两个关键词:数字经济和中小企业。

事实上,从2012年进入APEC担任中小企业服务联盟企业家委员会轮值主席,到今年作为B20中小企业发展议题组联席主席,王树彤告诉记者,其实她越来越能够感觉到,在国际舞台上,中国企业家的话语权正在不断提升。

“尤其是跨境电商领域,全球都在看中国。”王树彤解释道,在中国,近千万中小企业受益于数字化平台。2015年,约有25%的电商交易占比由跨境电商贡献,并且,中国电商贸易直接创造了1500万工作岗位,间接提供了3000万工作岗位。因此,无论是中小企业还是当地政府,都将跨境贸易看作提振当地经济的最佳途径之一。

记者采访王树彤时,她正在秘鲁利马参加APEC中小企业峰会,虽然行程紧张忙碌,不过她却乐在其中,她希望互联网上崛起的每一个中小企业都能得到呵护,因为“每个梦想都需要被认真地对待!”

上上电缆: 做中国制造业的“上上之选”



连续5年电缆销售额破百亿元、产品出口80多个国家和地区、成功研发三代核电AP1000壳内电缆填补世界空白,率先挤入世界线缆企业规模排名前10……近年来,江苏上上电缆集团不断崛起,成为中国制造业一张日益闪亮的名片。

这家成立不到50年,位于江苏省溧阳市的“无名小厂”,如何“蝶变”为电缆行业中国第一、世界第九?近日,记者走进上上,一探究竟。

专注质量提升 技术改造永远在路上

“产品质量一定要万无一失,否则就是一失万无。”在上上电缆,董事长丁山华几乎逢会必提这句话。

来自上上电缆船缆分厂的王兰告诉记者,上上电缆每一位员工都是检验员,在做好“自检”的同时还要“互检”,真正让质量控制环环相扣。

质量提升源于技术进步。丁山华说,电缆产品虽然其貌不扬,但是其研发、制造并不容易,是实实在在的技术活。“没有先进的生产设备和精致的生产工艺,很难做出质量上乘的电缆产品。”

为此,上上电缆不惜投入巨资引进国际一流装备,并进行一轮又一轮大规模技改。

2008年金融危机时,当别的企业都在减投减产设法渡过金融寒冬时,上上集团反而“逆势而上”,斥资23亿元,进行了上上电缆史无前例的大规模技术改造。经过三期工程建设,上上电缆先后建成全国规模最大的特种电缆生产线,世界首个“超高压CIMS集控中心”、73000平方米中压电缆与特控电缆车间,为上上电缆产品做精做专做批量打下坚实基础。

此外,基层员工数量众多的小技改同样为产品质量提升做出了重要贡献。上上电缆集团副总经理朱洪祥介绍,集团一直高度重视一线员工的业务优势,通过有组织的“小改小革”,鼓励员工为产品质量提升提出合理化建议。2013—2015年,上上电缆共完成改进项目2988项,累计产生效益5.1亿元。

专注前沿创新 勇攀电缆行业险峰

2013年4月27日,世界首批AP1000壳内电缆由上上电缆集团交付给国核工程有限

至第7位。

对此,有着“中国跨境电商第一人”之称的王树彤深有体会,“敦煌网作为跨境电商B2B在线交易平台的开创者,我们观察到,过去十年,千千万万中小企业汇聚在平台上。不过,2016年这种情况发生了变化,传统大型外贸企业也开始拥抱平台,拥抱互联网。传统OEM工厂、传统外贸企业都在积极借助平台与海外采购商达成贸易,寻找‘互联网+’的转型之路。”

在她看来,这些变化的背后正是“数字全球化”趋势在发生作用。“数字全球化将带来一场巨变,未来5至10年,传统企业将快速地走到线上,而互联网企业也不断下沉到线下,人们不再强调做线上、还是做线下,线上、线下将没有界限,会是你中有我,我中有你,达到根本上的圆融统一。”

“这样的深层融合,会让每个行业出现新的冠军,整个行业生态体系也将被重塑。相对应的,纯粹的传统企业和纯粹的互联网企业,都将消失。”王树彤表示,现在,是最好的时机,也是最坏的境况:是创新的春天,也是停滞不前的冬天;是拔得头筹的荣耀时刻,也是退

公司,并运往三门核电站,铺设在核电站最关键的安全壳内,为连接壳内核设备、传递各项指令发挥关键作用。

回忆起这一幕,丁山华说:“能为中国啃下核电缆这块硬骨头,打破国外同行的技术垄断,我为上上人感到自豪。”

三代核电壳内电缆,由于其要经受高温、高压、高辐射的恶劣环境,需要极高的材料技术与近乎苛刻的制造水平,是电缆业界出了名的“硬骨头”,国内外很多电缆制造商只能“望而却步”。

面对挑战,上上发起了一场核电缆技术攻坚战。由于缺乏经验,很多工艺技术都是从零开始摸索,反复进行试验。经过两年多努力,上上电缆最终攻克了这一世界难题,并填补了世界核工业领域的一项重大技术空白。

“做‘人无我有,人有我优’的特种产品是上上电缆的发展战略与取胜之道。”丁山华说,当前国际电缆行业竞争特别激烈,要生存发展,必须要有自己的“绝活”,开发一些门槛高的特种电缆。“我们很多产品堪称电缆之最,除了核电缆外,卷筒电缆、橡皮类机车电缆等都在全球领先。”

专注电缆行业 一辈子做好一件事

近年来,制造业利润下降,一些企业开始炒房、搞副业,也常有人劝丁山华涉足房地产,但是丁山华每次的回答都很坚决:“上上电缆每分钱都要花在电缆研发与制造上,我们只做电缆。”

丁山华的这份“固执”,源于他对电缆行业的信心。“只要地球不毁灭,电缆行业就灭不了。”丁山华说,虽然电缆业的扩张高潮随着国家经济增速放缓迟早要过去,但电缆已经广泛应用于新能源、输配电、建筑工程、轨道交通等众多领域。无论是个人生活、城市运作,还是企业生产,都离不开电缆。

然而,上上电缆同样深知市场竞争的残酷。目前,仅国内就有大大小小5000多家电缆企业。“我们必须不断生产符合市场需求的高质量产品,才能立于不败之地。”丁山华说。

上上电缆近半个世纪的坚守,也是对中国制造业民族品牌怀有的一份责任。“目前我们已经跻身世界线缆企业规模排名第九位,而且与国外一流电缆企业的差距也越来越小。”据丁山华介绍,以前国内即使是1万伏的电缆都要进口,现如今上上电缆自己就能生产从220伏到50万伏的全系列电力电缆,产品更是远销美国、英国、日本等80多个国家和地区,品牌知名度快速提升。

“行业状元,百年老店”是上上电缆孜孜以求的奋斗目标。”丁山华说,未来50年,上上电缆将继续专注质量提升与前沿创新,不断增加品牌价值,努力做到每天都有新提高、每天都有新进步。“我们要让上上电缆成为全球客户的上上之选。” (陆华东 樊曦)

深挖IP内涵 打造概念“粉丝店” 国际潮牌哆啦A梦童鞋发布2017夏季新品

日前,哆啦A梦童鞋2017夏季新品发布会于泉州总公司盛大召开。从今年7月至今,哆啦A梦童鞋已出现在国内主流万达广场/百货、茂业百货、天虹百货、万象城城市广场等知名Shopping Mall、购物商场、百货中心,足见其发展势头。

经典IP驱动 黑色哆啦A梦成动漫新主流

国际动漫形象哆啦A梦风靡全球且经久不衰,是中国80后、90后童年的经典记忆,具有相当高的形象价值。

保持哆啦A梦经典形象的同时,福建尼西儿童用品有限公司经过大量的市场调研和消费分析,给这个具有46年历史的国际卡通形象赋予全新的生命力:经典的哆啦A梦用“黑+白+黄”三个颜色来展示。深度挖掘其益智、向上的探索精神,以更具潮流的时尚产品进行演绎,打造“国际动漫+潮流元素”的国际潮牌形象。全新提炼出来的黑白哆啦A梦线条简约,颜色更炫酷,更容易被传播和识别。

基于这种创造背景,哆啦A梦童鞋孕育而生。该品牌以国际化的品牌视野、现代化的经营理念、现代化的生产运营,为都市儿童提供奇幻动漫、趣味百搭的时尚童鞋,塑造一个充满欢乐、纯真有爱童话世界。品牌渠道布局中国二、三线城市各类商圈,力求为生活在不同城市的孩子带来独具哆啦A梦文化,兼具趣味与潮流的时尚体验。

经过半年的终端反馈,哆啦A梦童鞋打造的“个性”、“潮流”的特点,为此经典卡通注入全新的生命力。“现在小朋友对于穿衣打扮都有自己的一套,不仅要卡通的,还要够有范,哆啦A梦童鞋对于潮流格调的把控更为到位。”一位经营十几年高端童鞋的资



深代理商说。

集合动漫衍生品 打造哆啦A梦“粉丝店”

由哆啦A梦童鞋引爆的潮流范,不仅把哆啦A梦的经典卡通形象再升级,还将搭建另类的,以哆啦A梦为场景的品牌“粉丝店”。

基于潮酷哆啦A梦童鞋的整体元素,2017夏季新品延续哆啦A梦卡通的二次元创作,无论从细节的处理还是对物料的选取,以及对做工要求的精致度,在这一季都得到了完美提升。沿袭亲子、健康、街潮、流行四大系列,进一步细分与深化产品价值创新与优化,通过设计师的妙手,把舒适、潮流、健康等诸多元素根植到童鞋中,试图打造最具国际卡通潮流的童鞋。

在精于设计的同时,哆啦A梦童鞋对于细节的考究也值得一探。本季哆啦A梦童鞋新品在延续四大系列之余,更深入挖掘商品街潮印象,增加了街潮系列商品的延伸,通过更为出挑的色彩搭配,大面积使用剪影、金属、铆钉、幻彩等街头流行元素,打造夏日至IN潮流。

值得关注的是,此次订货展厅的整体文化道具和焦点陈列,处处充满了哆啦A梦的气息。哆啦A梦公仔、玩具、书包等动漫衍生品,与哆啦A梦童鞋交相辉映,打造了一个梦幻般的童话世界,仿佛让小朋友坐着时光机回到了动漫剧情中。这种卡通场景,也就是哆啦A梦童鞋2017年力推的“集成概念”,将集合哆啦A梦童鞋及众多哆啦A梦动漫衍生品,打造哆啦A梦“粉丝店”。 (蔡明宣)

襄阳工厂3D打印助力智能制造

原先通过采购定位工装,生产准备周期至少在10天,如今用3D打印技术只需要6个小时就能解决问题,并且每批次产品的生产准备费用由原先的1000元,降低至现在的50元。近日,在东风德纳车桥襄阳工厂桥壳车间,由3D打印机打印的定位工装成功应用在桥壳附件焊接加工中,大大缩短了产品的制造周期,降低了生产成本。

随着新型客车桥的市场需求大幅攀升,该厂生产的客车桥壳品种越来越多,由于市场订单的不确定性,大量的异形附件定位问题成为制约桥壳正常生产和按时交付的一道难题。如果采用传统的工装来定位焊接附件,工装到货周期短则10天,长则1个半

月,难以保证客户交付周期。在工装到货前,部分桥壳附件只好采取人工划线方法进行定位焊接,不仅消耗大量的时间而且精度保证能力差,生产效率受到较大影响。

为解决这一难题,该厂工艺科迅速成立了课题攻关小组。通过分析研讨,最后得出结论,需要使用3D打印来设计新增定位工装才能完成产品交付。该课题组工艺员张小明介绍,“一开始我们抱着试试看的心态,没想到通过试验验证,采用3D打印零件能够保证定位精度,大幅度缩短生产准备周期,减少生产准备费用。”他还算了一笔账,按每年20次新品试制计算,一年大约就可节省1.9万元费用。

不仅如此,在生产现场,操作者也开心的为3D打印技术点赞,“以前的工装都是铁家伙,用起来很累,现在的工装居然比一杯水还轻,干活更轻松啦!”

据了解,3D打印技术在该厂车桥制造中的应用,突破了传统的工装及制造理念,促进了工装模块化、定制化的设计理念的发展。利用3D打印技术可以在几小时内打印并获得零件成品,其优势在于缩短制作周期、降低制作成本。与传统的机械加工方法相比,3D打印技术无需大批量采购原材料,为企业快速响应市场需求、提高智能制造和创新能力提供了有力保证。

(周辉)