

行业管窥

两家企业两代人：河北安平丝网产业升级记

■ 本报记者 刘国民

1990年，距离首都北京200多公里，位于河北省中南部的衡水市安平县居民张娜玲和她的丈夫，在一辈亲属指导下购买了价值1600元的车床，开始从事机械加工、医疗器械配件加工。河北金标建材科技股份有限公司这家专精特新企业的创业历程就这样开始了，张娜玲是该企业联合创始人。那一年，张娜玲的儿子逯千里（现为河北金标建材科技股份有限公司总经理）出生。

安平县被称为“丝网之都”。这里的丝网工贸企业不断提升丝网产业智能化、高端化水平，闯出了一批具有领先地位的龙头企业，走出了一条丝网产业转型升级、创新发展之路。

做丝网起步艰苦创业

张娜玲回忆起创业的艰辛，不无感慨地说：“刚刚创业的时候我上白班，千里的父亲上夜班。1994年我们在安平县城第二旅馆院内租赁了一间20平方米的房间，开设金标第一个小型丝网门市部。1995年，企业开始雇佣工人，我们夫妻跑市场，客户也是个个体户。那时候，千里的父亲骑着摩托车载着我去乡间跑业务，冬天天气很冷，只能把军大衣反穿着来御寒。回家时来不及做饭，只好买速冻饺子一起吃。”

1995年，张娜玲和丈夫进入丝网行业。在安平大大小小2万多家丝网企业中，这对新人行夫妻当时的丝网生意并不起眼。

安平丝网起源于明弘治元年，至今已有500多年历史，在后来不同历史时期都有十分亮眼的表现：1918年，从日本引进金属丝网生产技术；伴随改革开放，安平丝网远销190多个国家和地区，全球市场占有率逾70%。

“起初我们没有工厂，只能在家里搭棚子，其实就是个小作坊，雇佣了四五个人。1998年，我们建立一家小丝网厂，主要生产镀锌丝和刺绳。在创业起步时，我们赶上了改革开放的好时代。”张娜玲娓娓道来。

到2000年，张娜玲和丈夫在安平县南关村建成了占地面积6亩的第二个工厂，主要生产刺绳、隔离栅产品，正式进

军护栏网、隔离栅领域。2005年，他们正式成立安平县金标网栏有限公司，建成第三个占地20亩的新工厂，金标隔离栅已在行业中脱颖而出。2011年，金标成为安平县第一家引进并开始生产声屏障的企业，快速发展为交通安全制造企业。

“企业发展到一定阶段一定要有新鲜血液注入，仅仅靠老一辈创业者很难突破。”张娜玲感慨道，“90后”逯千里大学毕业后进入企业，不仅做起了外贸业务，而且还和高校合作，这使得公司产品逐渐增强了竞争力。两代企业管理者的理念不同，所以需要做好分工，逯千里负责销售、外贸，老一辈管好生产。

总面积只有500多平方公里的安平县，其蓬勃发展的丝网产业很快溢出到周边多个县市。和安平相邻的河北省衡水市饶阳县因为近水楼台，还建立了丝网产业园区。饶阳县境内的河北晨超金属丝网有限公司就是在这一背景下成立的。晨超公司一开始和丝网产业带的很多企业一样生产丝网，后来逐渐转向苗木生产销售及出口。

“我创业时目睹了安平和周边县市传统丝网产业的瓶颈：生产附加值低、员工能动性差、无核心竞争力和拳头产品，甚至和代加工性质差不多。我出差日本时看到了高科技农业的‘庐山真面目’。这深深触动了我，因此下定决心转型升级做苗木产品，沿着农业设施领域长期深耕下去。”河北晨超金属丝网有限公司董事长张国录回忆道。

幸遇跨境电商产品升级

不知是巧合还是必然，这两家成立时间、创始人子女年龄都相差一代的公司，在产品转型升级的关键阶段都遇到了跨境电商。他们如今聚焦的是不同于传统丝网的新型拳头产品，加上新的在线出口渠道，让各自的企业发展如虎添翼，也为这一产业带来新希望。

金标的跨境电商之路始于2008年。那时，阿里巴巴组织包括金标在内的企业到杭州参观，点燃了金标管理者的外贸热情。逯千里坦言，北方企业家比较实在，在外贸和跨境电商方面确实需要

有人指点，阿里举办很多此类培训，转变了传统制造企业的思想观念。

“现在的外贸部经理2010年就和我搭档一起做外贸。目前，公司的外贸团队总共20多人，由国内十几人加上新加坡团队构成。我非常看好外贸前景，希望扩充外贸部门，把金标的外贸业务做得更好。”逯千里介绍说，公司在阿里国际站的产品主要有两大类：声屏障产品+光伏产品。海外订单大多是定制的，比如新加坡订单需要把产品做到20年防腐，美国洛杉矶的户外酒吧，需要降噪产品。未来，他们还要努力让新产品通过欧盟的CE认证。

虽然目前金标内外贸占比为7:3，但在逯千里眼中，外贸部门是战略性部门，希望外贸团队多向公司管理层反馈“国际视野”“国际需求”，帮助公司拓宽思路，延伸产品宽度。

无独有偶，晨超公司2015年开始试水跨境电商和外贸业务后，也对外贸情有独钟。张国录认为，做国外业务取决于公司综合实力，而不只是打感情牌，通过外贸业务能提升公司实力。该公司内外贸占比也是7:3，外贸订单主要来自阿里国际站，产品主要出口到美国、加拿大、澳大利亚、泰国等。

张国录清晰地记得刚开始试水阿里国际站做外贸时的懵懂。“2015年，晨超公司入驻阿里国际站，当时有什么产品就卖什么产品。一年推广花费了几十万元，却找不到多少外贸客户。”张国录回忆说，阿里的区域经理开始手把手教他们做跨境电商，并提出了许多推广举措。后来，晨超公司学会了每年做海外客户市场调研，还给客户做售后回访收集需求，弄清楚客户最想要、最担心、最渴望的是什么，进而汇总整理。客户的每个要求，他们都很重视，第一时间改正并以此作为技术研发方向。他们还积极把产品生产过程和运用场景拍成视频、图片发给国外客户，让他们对公司产品有更直观的了解，增强可信度。从2017年开始，晨超公司外贸情况有了明显改观。当年张国录在阿里国际站的第一单外贸生意还不是农业设施产品，而是丝网产品，当时一位国外客户就下了3个集

装箱的丝网订单。现在，晨超公司合作5年以上的国外客户发展到40多位，并有了石家庄12人、饶阳县4人的外贸团队，还打算在上海建运营中心。

面向未来，张国录也觉得可做之事很多。他打算在石家庄建研发团队，主要吸纳机械工程师、研发工程师；针对国外客户每采购一种产品就要花很多心血了解不同企业信誉的痛点，晨超公司想基于老客户对公司的信任，尽量为海外客户提供农业设施全套采购服务和解决方案……

文化传承践行社会责任

从一个产业带或产业集聚区的头部企业身上，除了产品和服务意识，我们还能看到更多。晨超公司和金标都很重视对企业创业发展历程的汇总展示。

在金标一楼大厅，展示了一件从企业创始人父亲那里传下来的极具历史沧桑感的老旧机器，时刻提醒着每一位员工不要忘记创业的艰辛。

除了平时积极从事公益慈善事业、救助贫困儿童，2008年汶川地震时，金标联合创始人张娜玲亲自到灾区做志愿服务，这极大地带动了全体员工共同参与公益的热情。

不只是企业，当地整体的产业文化传承意识、社会责任意识都在不断提高。2010年，安平县建立了安平丝网博物馆，以珍藏照片、记录视频、收集今昔实物等门类资料为主要展示内容，采用象征、寄寓等多种艺术表现手法，将高科技展览手段与传统布展模式相结合，全景式、多角度、立体化地展示安平丝网的历史、现在与未来。

当参访者在快速行驶的小轿车里注视着窗外安平、饶阳的景象，映入眼帘的是大量的丝网门店和一些或大或小的丝网企业。目前，安平全县拥有丝网工贸企业2万余家，从业人员21万人，辐射带动周边10个县市，带动外来务工人员10万人，丝网产业营业收入达到760亿元。

在河北中南部这片土地上，朴实的当地人正在用勤奋、坚韧和一天的坚持告诉人们，再小的起点也有做大做强、做出世界级产业集群的希望。

持续提升品牌美誉度

■ 本报记者 周东洋

“品牌是生产者和消费者共同的价值追求，也是供给侧和需求端升级的发展方向，更是企业乃至国家综合竞争力的重要体现。”茅台集团党委书记、董事长丁雄军近日在2022第十六届中国品牌节年会上表示，当前我国新兴品牌日益崛起，传统品牌加速升级，中国品牌在国际市场上的影响力和美誉度持续提升。

十三届全国政协副主席、民革中央常务副主席郑建邦表示，品牌是态度和承诺，从国家品牌的角度来说，要求我们以更开放的胸怀面对全球的人才、技术、知识、数据、资金，建立更加规范有序的社会主义市场经济机制，并一以贯之，才能在全球范围内建立令人信赖的国家品牌形象。对于城市品牌来说，需要我们以开放的思维不断优化营商环境，鼓励科技创新，才能加速新旧动能的接续转换，在企业心中建立起扎根奋进的城市品牌形象。

例如，长沙在这方面有很好的尝试，品牌建设成效显著，不仅仅建立了自己的美食、娱乐城市形象，还深入推进“放管服”改革，长沙营商环境在全国所有城市中排名第9位，连续三年保持中部第一，在教育、文化、机械工程、高端装备、制造领域取得了卓有成效的成绩，拥有三一重工、中联重工、蓝思科技、山河智能等企业。

“对企业来说，我国对外开放的步伐加快，这意味着更深、更广的竞争。”郑建邦表示，这要求企业不断地创新产品，以优质的技术、产品、服务来面对竞争。同时，我们还必须意识到传播是品牌发展的助推器，我国企业不能只是埋头搞技术和产品，还必须强化品牌意识，通过理念、组织、行为和视觉的品牌建设，形成品牌体系，再通过传播走向全国、走向世界。

丁雄军介绍说，茅台作为中国民族工业品牌的代表之一，坚定不移走品牌兴业、品牌强国的道路，以美为内核，不断地丰富茅台品牌“美”的表述，努力向世界展示中国品牌的美学魅力和时代活力。

“当前在新发展格局和高质量发展的背景下，很多企业尤其是民营企业发展路径由上市融资、资本运作转入项目和公司的精细化运营、品牌树立和运营方面。因此，品牌的营造和发展越发重要。”卓尔控股董事长、武汉市工商联主席阎志分享了卓尔培育贸易品牌的思考和探索。在互联网大潮冲击下，贸易方式和供应链的数字化是增强供应链稳定性的必由之路，也是降低产业运营成本，提升经济效率的必要选择。当前，卓尔侧重于贸易方式的数字化，把新一代数字技术大量应用到传统贸易中，推动国际商贸流通和国际商贸活动的数字化。

奥康控股董事长、浙江省工商联副主席王振滔表示，品牌的崛起离不开新定位、新赛道和新资源。每个行业、每个企业乃至每个品牌都拥有自身的优势，专注细分的赛道，可以一己之力撬动市场机遇。据他介绍，中国皮鞋市场超千亿元，其中有些垂直行业依然是一片蓝海，所以奥康聚焦于男鞋赛道，赢得新的商机。

中国五菱助印尼发展新能源汽车

■ 余谦梁 郑世波

上汽通用五菱印尼有限公司在印尼推出的首款新能源汽车近日在印尼五菱汽车工业园正式下线。

出席下线仪式的印尼经济统筹部长艾尔朗加·哈尔塔托在致辞时表示，五菱Air EV是五菱面向全球开发的最新款纯电动汽车，印尼成为这款车的首发站。五菱将先进的新能源汽车产品和技术带到印尼，支持全球节能减排和环保战略的实施，引领印尼汽车出行新理念，推动印尼电动汽车产业快速发展。

艾尔朗加表示，五菱Air EV已被印尼政府确定为今年11月在巴厘岛举行的G20峰会官方用车。希望五菱以优质的产品和服务为G20峰会的顺利举办提供保障，并以此展现印尼在实施节能减排、保护环境方面的努力。

据了解，上汽通用五菱印尼有限公司2015年在印尼西爪哇省勿加泗投资10亿美元建设占地60公顷的汽车工业园，生产面向印尼和东南亚市场的汽车产品。截至2022年6月，五菱在印尼已有140家本土经销商，共有6类车型在印尼市场生产销售。



专家预计下半年国内经济有望逐步抬升，政策发力或提振国内消费，有助于提振相关消费，也会利好相关行业对包装用纸的需求量。图为在山东日照某造纸公司的现代化生产车间内，工人们紧张有序地进行作业，抢抓工期，全力保障生产目标的完成。（光明网记者 李毅成 摄/光明图片）

智能驾驶领域要做好专利挖掘工作

■ 本报记者 钱颜

近年来，新一轮科技革命和产业变革深入发展，全球汽车产业也在不断转型升级，“电动化、智能化、网联化、共享化”成为汽车产业的未来发展方向。在日前举办的2022汽车知识产权网络研讨会上，商汤科技集团知识产权副总刘娟表示，随着信息通信、人工智能、大数据等领域相关技术与汽车产业的高度结合，知识产权成为车企核心竞争力的重要来源，加强自主品牌创新能力、提升专利质量，是我国新能源汽车共同的目标。

“全面开展智能驾驶领域专利挖掘工作，需要构建技术维度和法律维度的结构性思维，体现

企业在专利布局方面的专业性。海外布局需要重点调查以下方面：公司产品、技术服务的出海情况；客户产品出海情况，客户在国内购买，但搭载在其产品后销往国外；行业通用技术和行业热点国家情况；竞争对手产品出海情况等。”刘娟介绍说，具体而言，未来3到5年潜在市场在何处，知识产权就应该布局至此。应对海外环境，应当考量的因素有：一是专利类型和特点，指标准专利、侵权检测性强的专利、针对竞争对手海外市场布局的专利；二是市场容量和客户需求，应抓住全球主要市场和新兴市场，主要发达国家的专利布局需要尽量全面；三

是竞争对手因素，具体是竞争对手市场地位、竞争对手专利布局等；四是法律环境，专利执法是否倾向维护权利人利益，是否能够顺利颁发禁令等；五是布局成本，主要包括专利申请与维护成本、诉讼成本等。

刘娟表示，知识产权管理应基于企业自身实际情况，不应直接照搬其他企业的知识产权管理制度。首先，知识产权部门或知识产权工程师要配合研发部门，实施专利布局、专利挖掘，做好专利侵权防控，针对风险专利指导研发部门做侵权规避设计。其次，配合供应链部门和商务部门的工作集中对合同知识产权条款

进行审核，确认合作方式。在采购产品、技术、硬件时综合考虑知识产权情况，帮助供应链部门明确知识产权的归属和侵权责任的承担。再次，配合人力资源部门对员工设定保密协议、竞业限制条款。最后，配合公共关系部门就知识产权成果进行宣发。

“在侵权风控方面，应从侵权风险制度及流程建设开始把握，主要工作包括管控知识产权侵权风险，制定并落实侵权风控制度及流程；供应链风险排查；部门内培养侵权风控业务能力，公司内培养研发人员侵权风控意识。”刘娟说。

服務四凌 誠信天下

中國專利代理(香港)有限公司
CHINA PATENT AGENT (H.K.) LTD.
www.cpahkild.com

廣告