

弘扬中国制造 促进全球贸易

焦点视界

FOCUS VISION

苏新出准印S(2017)00000143

内部资料 免费交流

属于男人的泥咕咕

印度成为世界工厂的不可行报告

“莫迪”下的印度经济

“特色小镇的特色产业”系列：

中国“袜都”大唐镇

国家级非物质文化遗产：竹泓木船

邮件回复率提升300%的正确优化姿势（下）

老外眼中的中国销售

从底薪600到世界500强，毅冰的外贸之路

以公益为幌子

2017/12

第56期



印度的大国梦

扫描二维码，尽享
《焦点视界》外留干货



限免！ 我们出电子书啦



加微信“焦点视界”(focusvision)，回复“**参展**”下载



加微信“焦点视界”(focusvision)，回复“**开发信**”下载



每天5分钟，GET外贸新技能！

PROLOGUE

总编说

自律

文_田可



1

每次写 12 月刊总编说的时候，就意味着又到了年底了，又到了写年终总结的时候了。

每次对照年初计划写总结的时候，很多人会发现，日复一日，年复一年，人生似乎在不断重复。该改变的（比如惰性）没有改变，不想改变的（比如容颜）却变得无法无天。

王小波说，人一切的痛苦，本质上都是对自己无能的愤怒。但这种愤怒，有时候自己不易察觉，却会异化成对客观的抱怨，对周围的无力感，对任何事情的三分钟热度，对新鲜事物的熟视无睹，对时光逝去的无奈。

其实，任何时候的任何问题，根源都是自己。自律，是解决人生痛苦的根本途径。

好吧，2017 年的最后一期总编说，就说说自律呗。

2

谈到自律，就不能不谈时间。自律的人，往往有着极强的时间管理能力。即使再忙、再累，一切也都可以有条不紊。他们目标明确，每天、每周、每月、每年，要做什么事、想达成怎样的效果，都会心中有数。

做好时间规划有着神奇的效果，它能让你做每一件事时不再焦虑、着急，而是从容、专注。当你完成目标时，内心的满足感足以抵消你执行时的痛楚。据我了解，我们公司的高管们早晨起来，都有做 List 的习惯。

篮球运动员科比曾说，你知道洛杉矶凌晨四点钟是什么样子吗？他说：“每天洛杉矶早上四点仍然在黑暗中，我就起床行走在黑暗的洛杉矶街道上。一天过去了，洛杉矶的黑暗没有丝毫改变；两天过去了，黑暗依然没有半点改变；十年过去了，洛杉矶早上四点的黑暗仍然没有改变，但我却已变成了肌肉强健，有体能、有力量、有着很高投篮命中率的运动员。”

的确，早起的人生很赚。我是大学时候才悟到这一点。那时候，我住 8 个人的宿舍，每天早早就醒了，但怕起床吵醒室友，就躺在床上胡思乱想，硬生生把时间熬过去。后来发现翻来覆去睡不着、又赖着不起床的做法，会弄得一整天都头昏脑胀、状态很差，对我的人生没有任何益处，就索性顺应自己，醒了就起床，去读英语，读自己平常没时间看的书。这样坚持了很多年，比别人多读了很多书。

其实，早晨的时间是最美好的，思路清晰，适合学习、思考、读书和写作。而一年有 365 天，每天早起 1 小时，你就拥有了 365 个小时的高效时间。

很多小事，短时间的坚持不见得有多好的效果，但只要去做，你付出的每一分努力，都会在未来以另一种美好的形式回报于你。

写这些，并非说每个人都要早起，而是说，你要拥有控制自己时间的能力，去做高效的事情。

3

上周跟一位朋友闲聊现在的精英文化，感触很深：现在越有钱的人，似乎越自律，越重视自身的文化修养、健身学习和自我充电；越有钱，越勤奋。

就拿我们老板来讲吧，不管是戒酒、减肥、学英语，只要是确定了目标，就一定能做到。让人佩服不已。老板说，做到并不神秘：刚开始是在逼迫自己，跟自己的既有习惯做斗争，逐渐说服自己的身体，慢慢接纳、适应、习惯，但最后无不成享受的过程。而且，他从来都不会给自己找借口。

长期的坚持不是靠外在压力，而是内在动力的自律意识，唯有把这种意识融入血液才能坚持下去。

我有很多朋友都在坚持跑步，有一朋友已跑整整 20 年。他说，跑步的初衷是为了少去医院，但如今，跑步于心理上的意义更为重大。好像早

晨起来，经历了那种大汗淋漓后的释怀和畅快，一天才算真正开始。看似重复的机械动作，实则是给自己注入最强劲、鲜活的能量。跑步，让自己学会了隐忍和坚持，工作施加于内心的紧绷也得以放松；跑步中也易于梳理自己的思绪，从纷乱到清晰。

4

哲学家康德说过：所谓自由，不是随心所欲，而是自我主宰。

其实，越自律越自由，不自律的人，反而是情绪、欲望和情感的奴隶。从长远来讲，不自律的人是缺乏自由的，更无法得到随之而来的独特技能和能力。

不可否认，那些真正让人变好的选择，过程都不会很舒服。唯有你内心足够渴望，你才有顽强的意志力支撑自己去坚持，找到适合自己、变得更好的生活习惯。跑步、健身、读书、跳舞、画画等，无不如此。

很多事努力了不见得会有好结果，但还是要坚信厚积薄发、每天进步一点点，去感受自己成长变好的能力，去靠近那些看似遥不可及的梦想。一个人若是不自律，任谁都救不了。

如果不甘接受现在的平庸惨淡，不甘明年的年终总结还是平淡无奇，那么请从自律开始吧。

看到这里，你可能会说，我很想自律，但到底该怎么做呢？你似乎什么都没说嘛！是的，因为关于自律的攻略太多了，如果你真的想做到自律，建议现在就打开知乎，搜索跟自律相关的问答，选择最适合你的，Just do it！

最后想说，每期的总编说，我都刹不住车，说教太多。这一次，我真的想去改变，尽管话还没说完，但还是决定停下。我做到了。还顺手删掉了手机上的几个小游戏。

你看，意识到了，找到方法，立刻践行，自律也没那么难。 **10**



001 总编说 PROLOGUE

自律

006 图片故事 PICTURE

014 精品馆 SELECTION

属于男人的泥咕咕

018 市场 MARKET

前言

印度梦

综述

印度成为世界工厂的不可行报告

表情

哇，中国！

与印度客人的那些事儿

观察

“莫迪”下的印度经济

班加罗尔的“烦恼”

印度没那么糟

讲述

看人识印度

这是个好市场

042 中国制造 MADE IN CHINA

聚焦·特色小镇

“特色小镇的特色产业”系列：
中国“袜都”大唐镇

工匠

国家级非物质文化遗产：竹泓木船

观察

揭秘“钢镚儿”的诞生

大桥上的中国

——最近十年的中国桥梁Top10

中国人厨房里的“革命”

智造

共生的设计

——工业4.0时代下的设计创新

中国制造之美

保险网购 新一站 *让保险更保险*
xyz.cn

孩子看病 我报销 少儿门诊报销 就找新一站

新一站少儿门诊宝

疾病 意外 门诊 急诊 住院

通报



扫码了解投保详情

服务电话 400-667-5599 | 网址 www.xyz.cn | 新一站保险网

074 设计前沿 DESIGN

082 商学院 BUSINESS SCHOOL

特约专栏

邮件回复率提升300%的正确优化姿势（下）
怎样抓住客户痛点？

实战技巧

老外眼中的中国销售
JAC：企业招聘问题大汇总
来，说说外贸邮件思维

外贸茶馆

没有换位沟通就没有订单
为什么明白许多道理依然做不好业务？
如何走出职业倦怠期

环球视野

印度的名片

大神来了

从底薪600到世界500强，毅冰的外贸之路

114 外贸名人堂 SHOWS

东锦集团：和时间的竞争
弗格森的制胜之道
谷奇的源动力
邵钰婷的新理想主义
广东瑞荣泵业：
工匠精神，专心做好井用潜水泵
行进中的嘉万

120 展会推荐 EXHIBITIONS

122 焦点公益行
PUBLIC WELFARE ACTIVITIES

以公益为幌子

128 新媒体 NEW MEDIA

弘扬中国制造 促进全球贸易



苏新出准印S（2017）00000143 内部资料 免费交流

主管单位 _ Attached to
南京高新技术产业开发区管委会

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: 南京市高新区星火路软件大厦 A 座 (210032)
Block A, Software BLDG., Xinghuo Road,
New & Hi-Tech Development Zone, Nanjing, China, 210032
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 赛 Qu Qian
刘艳林 Liu Yanlin
陈丽丽 Chen Lili

设计师 _ Graphic Designer
葛世林 Ge Shilin
郑国俊 Zheng Guojun

赠阅热线: +86-25-6677 5000

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。

中国制造黄页



给采购商一个 选你的理由

国内权威可信的供应商资源库

供应商专享:

权威认证	对所有入驻供应商进行公司名称、国话、地址三重认证, 让采购商更信赖!
多渠道曝光	PC端、移动端、114查号台等多渠道同步展示, 让推广更全面!
超值服务	专享企业展示厅、进销存软件、供应链金融等增值服务, 拥有超值体验!



中国电信
号码百事通

Made-in-China.com
中国制造网



中国制造黄页是由中国制造网内贸站 (cn.Made-in-China.com) 和中国电信号码百事通共同推出的制造业黄页信息服务平台, 致力于构建中国权威可信的制造业供应商资源库, 全面帮助国内采购商和供应商建立联系、开拓商机, 促进国内贸易发展。

*目前暂支持江苏地区企业申请入驻, 其他地区即将开放。



立即扫码体验

月资费最低 仅需 38 元起

供应商入驻热线: 025-57930109

邮箱: hy-cn@made-in-china.com

网址: http://cn.made-in-china.com/114

世界各地“抢饭碗”的机器人

图_视觉中国 责编_屈骞

都知道咱中国的机器人制造行业蓬勃发展（详见上期第 58 页），今天我们走出国门，来看看别人家的机器人到底如何。其实啊，无论国内国外，都有越来越多的人要被机器人“抢饭碗”咯。



在意大利比萨的一场演出中，机器人竟然进军艺术界担当乐队指挥了！这是意大利男高音歌唱家安德烈·波切利与卢卡爱乐乐团在合作演出，他的指挥由瑞典科技公司 ABB 制造的双臂机器人 YuMi 担任。



日本软银机器人公司研发的一种名为“胡椒”的人形机器人，自称是第一种能够阅读人类感情的机器人。“胡椒”近期又被投入了一个新的行业：作为佛教僧侣主持葬礼，以减少支出。日本 Nissei Eco 公司对软银的“胡椒”机器人进行了改装，将其打扮成了僧侣的模样。让“机器人僧侣”诵佛念经仅需 50000 日元。



法国朗克河畔普勒迪安，29 岁的农民安托万在他的农场引入机器人，可以通过智能手机控制操作。这款机器人可以加工饲料，给牛添加饲料，还可以挤奶。



CROV 开锣

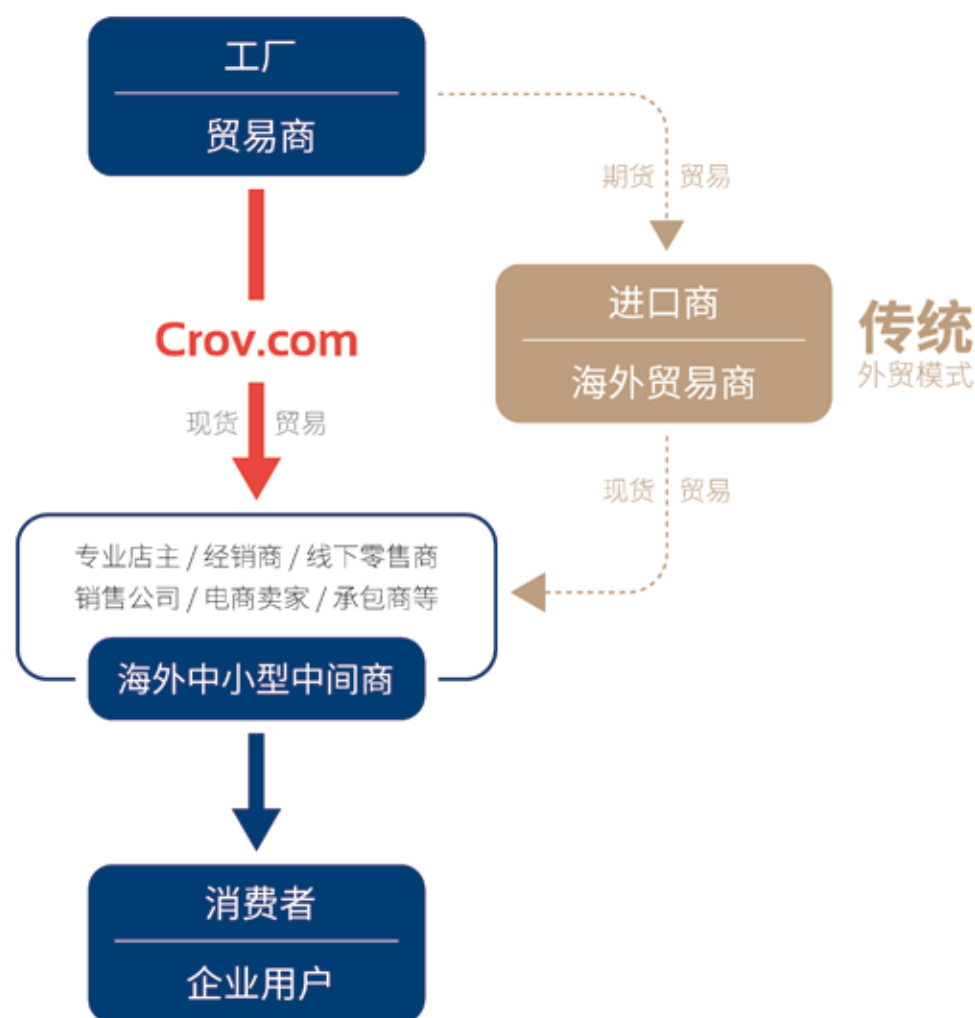
开锣 (Crov.com) 是中国制造网运营
商焦点科技于2017年推出的专业跨
境B2B在线交易平台。

作为中国供应商的跨境分销平台，
开锣面向海外各类经销商、零售商、
承包商、销售公司、电商卖家等中小
型中间商，帮助中国供应商以批发
销售的方式进入海外B类市场，提升
企业跨境销售额，实现利润最大化。

海外中间商的商品批发中心

中国供应商的跨境分销平台

CROV B2B 模式
直达!
海外中小型中间商



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

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! (活动截止时间:2018年3月31日)
- 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



属于男人的泥咕咕

文_任学奎 摄影_任学奎 责编_任学奎

浚县，古称黎阳，地处河南省北部。这个到了近现代不显山露水的地方，在中国古代却是赫赫有名。

黎阳仓初建于隋文帝时期，是整个国家储粮备荒的最重要官仓之一。光这一点，还体现不出它的重要性。黎阳仓西濒永济渠，东临黄河，水运极为便利，隋炀帝三次东征高句丽的军粮从河北和江淮运来并储存在这里。

那时候黎阳仓的粮食多到什么地步？据史书记载，唐贞观十一年，距离隋朝灭亡已经 20 年，储

存于黎阳仓的粮食布帛依旧没有用完。因此，黎阳仓素有“黎阳收，固九州”的说法。

黎阳仓的辉煌早已湮没在历史中，但相传与它同时代兴起的一门手工艺品“泥咕咕”却依旧留存于世间，成为浚县的一张文化名片。

杨俊广，国家级非遗项目代表性传承人，河南省高级民间艺术家，同时也是浚县泥咕咕的第六代传人。初见杨俊广时，他正在院子里和泥，谁也不能将那个浑身脏兮兮的“泥人”与民间艺术家联系在一起。



泥咕咕是男人的那话儿

泥咕咕兴于隋唐，但始于远古。早在旧石器时代和新石器时代初期的渔猎社会，人类茹毛饮血，狩猎为生，鸟卵、鸟肉便成为人类猎取的美味和最佳食品。远古人类由于生活对鸟的依赖，进而产生图腾崇拜。

据杨俊广介绍，虽然现在“泥咕咕”已经是浚县泥塑作品的统称，但最初的泥咕咕指的就是黑色的“咕咕鸟”，也就是斑鸠。“泥咕咕以这样的形象出现，除了是古代人对鸟图腾的崇拜，黑色的鸟儿其实也是男人的象征”，杨俊广笑说。

到了隋唐时期，泥咕咕的形式出现了多样化。隋末农民起义军首领李密，曾与隋军会战黎阳并驻军在山东麓，双方战斗十分激烈，义军伤亡惨重，军中会捏泥塑的兵士，便用当地的黄胶泥捏出许多“骑马人”，以缅怀牺牲的弟兄们。现在的泥咕咕作品中依然有大量“骑马人”的存在，其粗犷夸张的

艺术风格，很好地诠释了男人的骁勇善战。

会发声的泥塑作品

现在泥咕咕的种类特别多，其中鸟类有斑鸠、燕子、鸽子、麻雀、孔雀等，家畜类有牛、马、羊、猪、兔等，神话及历史人物类有十二生肖、八仙、封神演义人物、隋唐农民军英雄和三国人物等，共百余种。

泥咕咕区别于其他地区的泥塑作品，除了其艺术风格外，最鲜明的特点就是“会发声”。中间被掏空了的泥咕咕可以吹出“咕咕”的声响，杨俊广说，这也是浚县泥塑被命名为“泥咕咕”的一个原因。

据介绍，在古代泥咕咕的作用并不完全是装饰或者玩具，因其声音低沉具有穿透力，会有军队将它当做号角来使用。不过这段历史已经不可考，只是在现在的杨玑屯村口口相传。



如今杨圪屯村的泥塑艺人们为泥咕咕添加了新的功能。

杨俊广说，由于泥咕咕本来就会发出声音，艺人们就开始考虑是不是可以让它们发出更多种类的声音。他饶有兴致地用还没有烧制的泥咕咕吹了一曲“生日歌”，虽说声音还不能跟那些传统乐器相比，但也足以在一些庙会或展会上让它大放异彩。

集会上爆红的泥咕咕

前不久在合肥举行的国际文化博览会上，杨俊广带着他的泥咕咕去走了一圈，很快就被抢购一空。现在想起来，杨俊广依旧是开心得合不拢嘴。

泥咕咕这种泥塑作品起源于民间，同样也是在民间的集会上大放异彩。

浚县的两山每年有传统古庙会，“正月会”自农历正月初二到二月初二，庙会期间，河南周边各



省的善男信女或乘车、骑牲口，或徒步长途跋涉，或乘舟船走黄河经卫水，纷纷赶到这里朝山祭神。每天数万男女老少，挂着

印度梦

文_任学奎 图_视觉中国 责编_任学奎

每次同部门的妹子说绝不会去印度旅游的时候，我们都会一副“你懂”的表情相视一笑，不可否认的是，傲慢与偏见时刻存在于我们对于印度的认知中。另一方面，曾有朋友跟我讲，他的一位印度客户第一次来中国看厂，出了浦东机场的第一句话就是：天呐，我们是坐错飞机来到纽约了吗？

瞧，我们相互之间就是这么陌生。

这种认知上的矛盾很多年里真实存在于我们的内心，我们对于那个既近又远的国家，好像很熟悉，但常常又会觉得看不懂。我们通过新闻或影视作品认识了印度，但那是真实的印度吗？

近年来，我们总会在各种场合谈论“中国梦”，那是实现中华民族复兴的梦。印度人也有梦，“印度梦”从几十年前的尼赫鲁时代就已经崭露头角——他们追求的是印度的大国地位。直到今天，这种大国梦依旧深植于众多印度人的心中。

印度的大国梦

1944 年尼赫鲁被关在英国人的监狱里，虽然失去了自由，但也给了他充足的时间来思考

印度的未来。那时，民族独立运动在圣雄甘地的“非暴力不合作运动”的推动下，已看到了独立的曙光。

独立后的印度将建设成一个什么样的国家？被奴役了两百多年的印度人有没有自信和能力建设一个强盛的国家？这是尼赫鲁及其战友首先要考虑的一个大问题。他最后把他回顾几千年、上下求索后的思考写成了一本书，题为《印度的发现》。他在这本书里写了这么一段话，也可以说是书的主题：

“印度以它所处的地位，是不能在世界上扮演二等角色的。要么就做一个有声有色的大国，要么就销声匿迹。中间地位不能打动我……”

被长期殖民的印度有没有资格当一个大国呢？有！

纵观全书，尼赫鲁的论据是：印度是一个有着几千年文明的大国，从雅利安人的吠陀经，到近代莫卧尔王朝的辉煌，印度一直比西方富强，只是到18世纪才被西方打败。印度的屈辱是暂时的，印度的未来无疑源自几千年的文明。

值得说一说的是，当尼赫鲁读了欧洲人写的东方史以后，恍然大悟，原来印度人早在两

三千年前，也曾是远涉重洋的殖民主义者。这些先民大约先是做生意，后来就留在当地建立了一个又一个国家。

尼赫鲁在书中毫不掩饰他读了这些以后的“惊喜”。既然有这么辉煌过去，那么印度为什么不能有美好的未来呢？在这种心情下，尼赫鲁写下上述的那段话，就毫不奇怪了。同样，我们现在看到和听到的关于印度的事儿也就有了很好的解释。

几十年来，印度的领导人一直致力于“大国梦”的实现，从过去的尼赫鲁到现在的莫迪。只是，与尼赫鲁相比，莫迪更加“极端”。

极端的印度梦

经历了印度与巴基斯坦因宗教问题分裂的尼赫鲁一开始就主张印度是一个“世俗国家”，政府要超越各种宗教，让宗教只成为私人的事，不能干涉政治。但他的想法一开始就有人反对。

其中最极端的组织叫“国民志愿服务团”（RSS）。他们在年轻人中发展成员，实行半军事训练，穿同样的制服，是印度教的极端派别。另有一些组织和政党同它都有联系。现总理莫



迪也曾是 RSS 的成员，后来成为印度人民党的骨干。他们的主张简单说来就是“印度是印度教徒的印度”。

1992 年 12 月 6 日，位于北方邦阿约提亚的巴布里清真寺被极端的印度教徒拆毁，引起了流血冲突，导致数千人丧生。值得一提的是，在拆毁清真寺的人群中，有一个名叫约吉·阿迪蒂亚纳特的 20 岁的年轻人。他后来成了一名印度教僧侣的弟子，经常发表针对其他宗教信仰的极端言论。

1998 年，26 岁的他当选为人民院议员，并连任四期。今年北方邦选举中，莫迪领导的印度人民党大胜，阿迪蒂亚纳特被任命为首席部长，报纸以“印度教至上主义者强硬派将出任北方邦首席部长”为题加以报道。有消息说，他将来有可能成为莫迪的接班人。

印度成为世界工厂的不可行报告

文_伊洛 图_视觉中国 责编_任学奎



2009 年，我刚从印度回来，看见一位“花美男”穿了件紫色 T 恤，颜色非常鲜艳扎眼，便夸奖了两句。顺便替他担心：“这么艳，不怕掉色吗？”

他看着我，眼神像见到外星生物：“什么年代了，衣服还掉色？！”

我恍然惊觉：这是在中国，不是在印度呀。

也许，是自己在印度经历的那次“掉色事件”影响太大，落下病根了吧。

掉色的床单

那是 2003 年，我刚到印度。同事回国的時候，问我捎点什么东西回去。我想，这是第一次有机会给国内的亲友们带些印度的礼品，机会难得，马虎不得，便精挑细选了一些有特色的东西，其中包括几件床单。

这听起来很老土。床单有什么意思？但据常驻这里的“老印度”们介绍，当地的床单颇有异国情调，质地是绝对的纯棉土织布，花色图案是很有原始部落特色的抽象设计，带回国很受追求原生态的“小资”们欢迎。

我觉得很有道理，便照方抓药，买了几条，千叮万嘱、千恩万谢地托带给同事，还顺便多买了一条自己直接铺床上用了。结果，第二天起床，居然发现自己浑身上下五彩斑斓：被单的颜色染身上了！

赶紧打电话通知带东西的同事，谁知他办事太上心，刚下飞机当天就把东西分送到各家了！

我心里那个悔就不用说了，只好挨家挨户通知人家：千万别铺呀！当挂毯吧……

“床单事件”当然只是个例，也有别人买的被单还不错的，只是我不幸中招了。不过，那条床单具有了“印度制造”的普遍特点：真材实料，绝不掺假；设计有特色，民族风格突出；质量不靠谱，有时差到难以忍受的地步……

说来可笑，在印度，生活中最让我烦恼的一件小产品是接线板。市场上很少见舶来品，只能用本土制造。它们却非常幽默：你永远不知道哪一天哪个插孔心情好，能正常工作，只好每天遍插诸孔，碰运气。试过各

种不同牌子，咨询过专家、厂家、卖家，他们也深有同感，但爱莫能助。

不可挑剔的“印度制造”

小物件不靠谱，大件也一样。

印度汽车的骄傲、民族品牌“大使”牌，外形像是个大甲壳虫，样子数十年不变，至今仍是总理指定坐骑。据说，它的零部件都是手工用锤子、扳子一件件敲打出来的。这倒很像老红旗。

我慕名试乘了一回，感觉不错，就租了一辆“大使”到外地去出差。结果，天热机器开了锅，走不动了。印度司机倒不急不慌，从后备箱里拎出一桶水往发动机上一浇，抽支烟，继续上路。以后走走停停，人喝水抽烟，机器冒烟浇水。

我感慨：汽车还真不是“四个轮子俩沙发加铁皮壳子”那么简单。

在我们看来，印度产品档次低、质量差，但印度老百姓倒并不觉得，因为这种质量和他们的生活层次、消费水平倒很匹配。

在印度的电视、报刊杂志的广告中，占多数的是简单的家用产品，“乌莎”吊扇、“巴贾吉”三轮蹦蹦车、“鲁巴”背心、“巴塔”拖鞋等等是家喻户晓的“广告明星”。这些产品档次大概处于中国上世纪 80 年代的水平吧。现在的中国，大企业都不好意思生产这些小物件，更别说请大明星到处做广告了。

绝大多数印度家庭，对于电熨斗、微波炉、电饭煲、加湿器这些现代小家电，只是听说，连见到的次数都不多。德里很多洗衣铺，还在使用老式的铸铁熨斗，里面加火炭的那种。

在印度生活

哇，中国！

文_陈润 图_视觉中国 责编_任学奎

新中国之所以发展迅速，令印度望尘莫及，是因为无神论的普及；

中国是个近乎完美的发达国家；

避谈中印战争，是怕中国人受到“失地之痛”的刺激……

印度人对中国的印象和看法也许完全颠覆了你的想象。

我曾与不同阶层的印度人打过交道，还和其中一些成为了好朋友。本文中，我将讲述四个印度年轻人的故事。通过他们的家庭背景、眼界、理想和对中国的看法，希望大家展示印度人对中国认知最真实的一面。

婆罗门小伙：中国发展迅速是因无神论的普及

我要介绍的第一个人名叫 Arpan Chatterjee。Chatterjee 这个姓氏对应的是孟加拉地区的一个婆罗门家族，而我要介绍的这个 90 后小伙，则无疑是一位小婆罗门了。

在印度，望子成龙的模板大概就是“男学工程女学医”，Arpan 就是其中的一员。他的大学是被南方的一所理工名校的电子工程专业所录取。毕业后，他来到“印度深圳”班加罗尔，在一家从事测绘遥感的本地中型企业工作。

虽然走上了工程师的道路，但 Arpan 并没有忘记作为婆罗门的本分——思考一些哲学层面上的问题。

Arpan 出身于一个信仰“不二论”（“梵我合一”：世界如梦境一般，“梵”是唯一真实，梵与自我终究是没有分别的）的印度教家庭，在成长过程中他却逐渐走向了无神论。

当然，Arpan 有他自己的解释，他认为：“不二论”本身就是无神论，信仰的是一个至高无

上、唯一实存的真理，而不是什么人格化的神灵。他甚至觉得，一个真正的印度教徒必然是信仰无神论的。而新中国之所以发展迅速，令印度望尘莫及，就是因为无神论的普及。

我有一次问他，你说的这么有道理，你父母知道吗？Arpan 表示，在家里他还是要表现得正统些，虽然宗教信仰是很私人的东西，家人不会干涉，但如果思想太过叛经离道，家里就不好给他找媳妇了。

刹帝利小哥：印度和中国差太远了

在印度南方都市金奈，我认识了一个年轻有为的刹帝利（王公）小哥 Prakash Raju。Prakash 出生于 1990 年，现正在运营一个二十余人的商务咨询企业。

虽然 Prakash 对每一个中国朋友都笑脸相迎，但他也曾坦言告诉我，他的长辈，尤其是那些在军队服役过的亲戚们，大都因为 1962 年的中印边境战争，对中国多少抱有敌意。那一年，印度军队在中国军队的突袭下全线溃败。我因为想要照顾 Prakash 的感受，所以从未和他深入谈论过这段历史。

不过，后来在有一次偶然谈到了印度的军事水平时，我才得知，原来印度人有另外一种看待中印战争的角度：即印度“在战术上失败，但在战略上取得了胜利”——经此一役，保证了“阿鲁纳恰尔邦”（与藏南地区大致对应）五十多年的和平。而 Prakash 之前很少和我谈

论这场战争，也是因为怕我这个中国人受到“失地之痛”的刺激。

去年冬天，Prakash 出差来了趟中国，在北上广深四大城市转了一圈。回到印度后，他首先抱怨中国的天气太冷，说自己险些被冻死在北京。然后就开始对中国的基建水平赞不绝口：“新德里和北京差太远了，孟买和上海差太远了，印度和中国差太远了。如果我们的国家也可以发展得那么好，温度降到零下我也情愿。”

听了他对中国的赞美，我想知道，像他这样的准精英人士会不会憧憬移民中国。Prakash 回答说：“中国虽好，但给外国人的感觉还是太难融入了，相比之下，美国对我更有吸引力和亲切感。”

吠舍小伙：立志建立“中印贸易帝国”

Suresh 的祖辈曾是一个地位显赫的吠舍（商人或农牧民）商业世家——来自古吉拉特的“Jain”家族。这是一个典型的耆那教（Jainism）家族。这一教派虽然不如印度教或者佛教有名，但它却在印度商界很具影响力。

到了十九世纪末英属印度时期，Suresh 祖辈因出色的商业才能，被英国殖民统治者委任，主管孟买辖区的谷物贸易，跻身当地名流。谁知在 20 世纪 30 年代，一场轰轰烈烈的社会运动令 Suresh 的家族从山峰跌入谷底。直到 90 年代“经济自由化”后，Suresh 父辈通过努力，



经营农产品贸易，才重新跨入中产阶级。

怎么样才能在 21 世纪再造一个有影响力的商业家族呢？Suresh 家给出的答案是——押宝中国。

Suresh 最开始对日语感兴趣（也是个动漫迷），但在报名外语课程时，却在其父母的建议下选择了中文。Suresh 对我说：“21 世纪是亚洲的世纪，尤其是中国和印度的世纪。我要把中文学好，将来建立‘苏瑞氏’（Suresh）的中印贸易帝国！”

另外，Suresh 学习中文的方式也颇可称道。掌握课本上的知识自然不在话下，在这之外，Suresh 还广泛涉猎中文名著，以“文艺青年”的标准要求自己。他开了微信号，记录自己的中文学习动态。Suresh 经常会发一些《道德经》名句，比如“天地不仁，以万物为刍狗”——可能是由于对老子思想情有独钟，当然也可能是迷上了《诛仙》。

首陀罗小哥：是名共产党员，熟读《毛主席语录》

Kalki，他的名字“Kalki”与印度教“末世战神”相同，可谓很有冲击力；而更吸引我的是，他竟是印度共产主义事业的“接班人”！

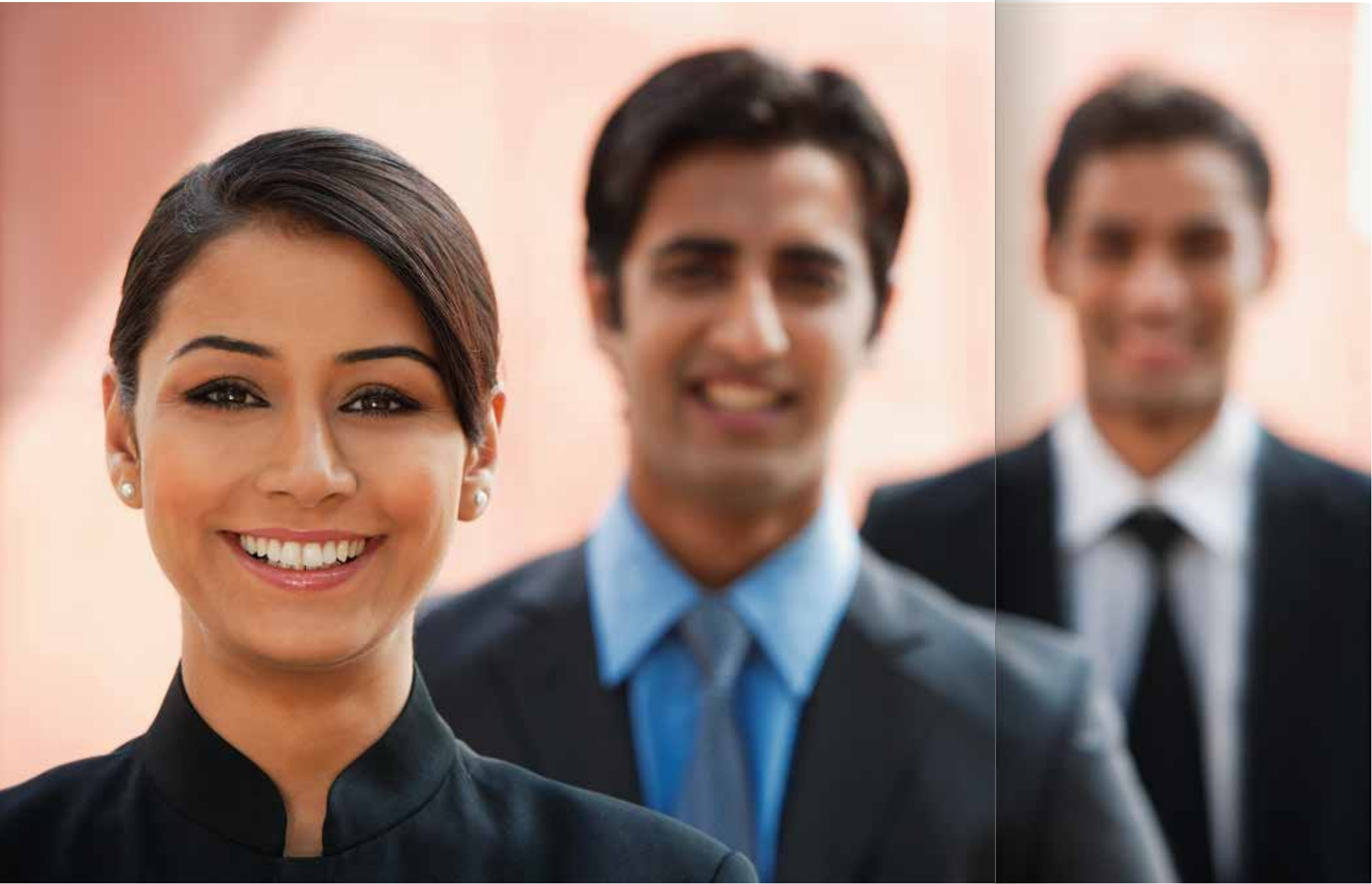
Vijay 积极参与了金奈党支部的建设与维护，还曾短暂加入安得拉邦的“人民战争集团”，参与武装斗争。他最大的梦想，就是能够在自己的家乡分到一片属于自己的土地，以为生计。可惜，九十年代的苏联解体令 Vijay 灰心丧气，他退出了民兵队伍，回到金奈，准备结婚生子。

Kalki 是受父亲影响加入了金奈的党组织，成为了一名共产党员。他自称熟读泰米尔语版的《毛主席语录》，而最喜欢的一句是：“高贵者最愚蠢，卑贱者最聪明！”而他理解的“高贵者”，不仅包括传统的印度高种姓群体，也包括近些年发家的一些低种姓资本家和政客。

Kalki 憎恨他们官商勾结，为富不仁——“我们正遭受着种姓和阶级的双重压迫”！

与印度客人的那些事儿

文_罗莹 图_视觉中国 责编_任学奎



人生足迹中，当你遇见的那些人是你喜欢
的抑或是不喜欢的，经历过的那些事是美好的又
或是糟糕的，我都视为命中注定的缘分。就这样
自然而然地存在和感受着，不偏不倚！

1

依稀记得 2008 年 8 月的某一天，那个初出
茅庐、充满活力的我，正式踏入外贸这个行业，

好奇而又紧张，兴奋而又忐忑，然而终究如愿以
偿地圆了初中时许下的诺言：做自己感兴趣的事，
专一 门体现能力的工作。转眼间，快十年的工龄，
这期间的妙趣横生将一辈子不能忘怀……

2009 年 7 月加班的一个晚上，整栋办公楼
在夜幕中显得格外安静，仿佛就连楼层东头卫
生间的滴水声都能听得清清楚楚。突然，办公
桌上的电话响起，电话那头传来的是一口带有
印度口音但又十分流利的英文，与我寒暄的同
时也在介绍他自己及阐述他的需求。无法让人
相信的是，仅凭这一个电话，竟然拉开了近十
年生意的序幕。

印度，人口大国，从国情上来看与我国似
曾相识却又截然不同；宗教多也就意味着信仰不
尽相同。很多人并没对印度深入了解过，却莫名
地反感，仅仅是因为那些负面新闻披露过少部分
残暴、粗俗的人群，以致国人对印度人的偏见越
加深。而我想表达的是，无论来自哪里的人都有
素质高低之分，只是看你能否遇到对的人。

2

2009 年 9 月第一次的合作，简单而又明了，
收汇及出货很是顺利。初次接触感觉良好，但并
没有过多的评价，毕竟我们只是才认识，唯一能
感受到的是客人做事的严谨值得学习；2010 年
到了做回访的时间，所谓知己知彼方能百战百胜，
那个时候最流行用的社交软件便是 MSN，因为
这个便与客人有了进一步的接触和了解，从文字
的流露和表达，渐渐发现这是个很暖心的客人。

凡是能领悟到以人为本的人，三观都会有一
定的共性。加上 2010 年的顺利翻单，使我甚
是喜悦，毕竟得到客户的认可和支持，这并非
是用大订单来衡量，而是实实在在的满足感。尽管，
当时的订单量仅仅是一个 40HQ。

久而久之，彼此间的熟悉造就了更多的默契，
当我要表达一件事情正卡住一个词语的时候，
对方便能准确地说出来，永远都是带着善解人意
般的口吻与你攀谈，风趣而又幽默，使你从未有
过的轻松，更不会有那种谈生意就像是上战场的
感觉。就这样从 2011 年开始随着客人生意的蒸蒸
日上，订单也跟着翻了好几番。

3

越是在祈祷一切顺利、平平安安的时候，
却要面对现实中的“天有不测风云，人有旦夕祸
福”这句话。

2016 年 7 月，客人因我的邮箱招黑客攻击，
被商业行骗损失了两万五千美金。当时我不知所
措，而客人却始终淡定，反之安抚我开解我，让
我从这件事得到启发和教训，避免再发生。

清楚记得出事的第二天，他飞来中国，老
板带着我俩去了公安局报案和立案，虽然后来一
无所获，最终自认倒霉，各承担一半了却此事，
但为此我也内疚了好久。毕竟，让骗子的轻易得
逞，是因为客人对我足够的信任，行骗人提出了
任何关于付款的要求，客人没有任何疑虑的无条
件答应，自己深深被感动到了。

如果说这是件足以让你懊恼的事，那么同
年发生的另一起，估计更让人崩溃。印度政府出
台的针对相关产品只能进口 SKD 或 CKD 的政策
越加严格，而客人的 3 个 HQ 不幸中招，滞留港
口无法清关直到现在还未能处理。

整整一年过去了，客人仍然是一副不骄不
躁的态度，从未对我有过半点抱怨。反之，带着
共商讨、共进退的想法与我们交流。这样的胸襟，
这样的为人，不禁让人佩服。

“莫迪”下的印度经济

整理_文静 图_视觉中国 责编_任学奎



当“国金禁令”发出，莫迪的冒险主义政客形象也逐渐浮出水面。

破与立

《印度慢吞吞》是 BBC 驻印度超过 25 年，对印度有深刻了解的马克·塔利写作的一本游记，也是时事观察书籍。如题，印度的发展之所以缓慢，作者给出了自己的答案：印度仍旧笼罩在殖民地官僚风气之下，印度已经变为官僚作风与腐败的同义词。

在著名的印度理工学院，印度 IT 的摇篮，这里的工作人员要出差，需要填写一张表格，交通工具可以选择骆驼，也可以选择独木舟，这张表格规定了申报包括不含餐点的蒸汽火车二等车厢，也规定了如果搭乘有轨电车，需要申报里程。出差当然可以搭飞机，这也是选项之一，可殖民征服令人眼花缭乱的仪式感却在处处侵蚀着现代印度人渴望着的效率。

在印度，这个号称境内有 7 万公里高速公路、排在世界第三的国度，从新德里到斋普尔的高速路仅仅 260 多公里，却可能要跑上一天，仅交高速费就得排上近一个小时的队。高速路上汽车、马车、神牛、骆驼车、摩托车、三轮车并驾齐驱，汽车更是无需顾忌交通规则肆意穿插，车辆超载是常态。

而 3.3 亿神祇，林立的教派，即使货币上都要印刷 15 种语言，复杂而割裂的文化处处给印度的现代化进程制造着难题。经济上的割裂抬高了交易费用，更使印度无法形成统一的大市场，削弱了 13 亿人口潜在的规模效益。

《印度慢吞吞》已出版了 15 年，印度仍慢吞吞地吞噬着它的增长潜力。当印度迎来了它急吼吼的总理莫迪，一切似乎都在改变，当然，破与立似乎永远无法摆脱的是混乱的开局。

7 月 1 日，印度正式施行税改的第一天，在这样一条混乱的普通公路的尽头，在印度西孟加拉邦 Mahadipur 陆路港口的边上，货运卡车排成了长龙，印度与孟加拉国的贸易被迫停止数小时，原因是海关部门的电脑没有按照新的商品与服务税制度（GST）进行升级。公路上停驶的汽车被渲染为莫迪政府不计后果税改的一个坏的例证。



新德里民众欢庆莫迪政府的税改（GST）

GST

GST 是一场被万民欢呼的改革。

作为联邦制国家，印度各邦都拥有自己独立的行政管理权力及部分课税权，而印度的税收来源主要是对商品生产和流通征税，这种间接征税体制再加上各邦间税务独立，形成了“国中之国”的税收分割。货物在印度各邦间运输，常会有“邦际销售税”产生，两个邦的边境上货车排成长龙缴税。

调查显示，一辆从加尔各答到孟买的卡车，沿路经过各邦不同检查站，至少浪费 32 个小时，占整个运输时间的四分之一。企业疲于应付，抱怨印度商品在国内运输销售甚至比出口还复杂。

印度有 13 亿人口的大市场，可印度制造却一塌糊涂，毫无竞争力。可现实是，税收上的邦际分割一直掣肘，几十年却雷打不动。历史上历任政府似乎都在努力，如上世纪 80 年代拉吉夫政府决定用单一增值税取代多个流转税种，却纷纷失败。

建立全国统一的税收体系有望缓解企业税收压力，降低成本，一个统一的大市场也有利

于吸引更多的外资。成本的降低也将提高该国制造业的价格竞争力，从而推动出口的增长。

印度国家应用经济研究理事会的研究表明，GST 若能全面推行，印度 GDP 增幅有望提升 0.9-1.7 个百分点。可莫迪之前的领导者要么囿于当时衰退的经济形势，要么被党派之争拖了后腿，面对这样一个称得上是印度独立以来最有价值的经济改革，都一筹莫展。也的确，影响如此巨大的经济改革，从法律层面上必须争取 29 个邦中多数同意，同时在上下议院中还需获得三分之二多数的选票，其难度可想而知。

莫迪能做到，这凸显了其枭雄政治家的本色，当然也有天时、地利、人和的因素。

当 2011 年，时任总理辛格欲推动统一税制时，莫迪所在的古吉拉特邦对此还反对，莫迪给出的理由是印度的计算机网络并不完善，GST 很难在全国范围内执行。实际上，那些经济发达的地方政府都不愿自身利益受到侵蚀。要想说服他们，再令反对党让行，印度当代史上也只有莫迪担此大任，也难怪他被称为“印度的邓小平”。

印度这个国家识字率不高，文盲多，电脑

盲比例更高，因为缺乏大批合格的劳动者才选择了发展信息服务业的道路。在同一起跑线上起步，如今把印度远远甩在后面的中国的映衬下，整个国家流露出了前所未有的失败情绪。莫迪之所以上台和这种情绪有关，GST 的实施也是这种情绪的副产品。所谓知耻而后勇，印度国家的发展潜力正因为里程碑式的税改展现出来。

当然，“鱼龙混杂、泥沙俱下”，急迫中实行的 GST 也带来短期的混乱和停滞。实际上，在印度独立以来最大的税收改革之前，零售商们大幅降价、清除库存，已经使印度遭受了折扣狂潮的冲击。

此次税改落实的时间限度为三个月，印度商界因此呼吁政府给他们更多时间来进行调整。根据新税法，税率划分为 5%、12%、18% 和 28% 四个等级，食品等生活必需品税率低，奢侈品税率高，所有的市场参与者须于

7 月 1 日始登录由政府制定的统一网站，并对自身所经营产品进行登记。可仍有很多商人对自己经营商品该归为哪儿登记拿不定主意，尤其是那些无力雇用会计人员的小企业和零售店主，他们甚至不得不暂停营业。

税改带来的另一种混乱则是商品价格的不确定性。新税制要求企业将通过 GST 获得的税收优惠返还消费者，可直到 GST 实施，商家们也不知道该如何给商品定价。据彭博社报道，印度全国范围内的汽车经销商，由于尚未收到汽车价格的调整通知，因而无法进行销售结算。

当投资者普遍预计印度将因统一市场而步入增长快车道的时候，其税务改革的第一个月的采购经理人指数（PMI）从 6 月的 52.7 暴跌至 7 月的 46，创下金融危机以来最大下滑；核心服务业活动从 53.1 骤跌至 45.9。印度服务业比重占到 GDP 的一半以上，税制改革引发的混乱几乎将服务业停滞。

狠角色

这不是莫迪政府第一次匆忙中出台重大的经济决策，当然也不是第一次遭遇大规模的经济混乱。莫迪似乎胸有成竹，深谙不破不立的道理。去年 11 月 8 日晚，莫迪发布政令，从当日午夜 12 时起，市面上流通的 500 卢比和 1000 卢

班加罗尔的“烦恼”

文_ Derek Ching 图_ 视觉中国 责编_ 任学奎

班加罗尔一直以来都是印度崛起的同义词——它是印度的科技动力源，拥有众多为西方跨国公司服务的大型外包企业、呼叫中心以及高端研发设施。随着印度如雨后春笋般发展的互联网经济引发的高涨情绪，这座拥有1000万人口、拥挤的南部城市正经历着一些人所说的“二次崛起”。



班加罗尔一直以来都是印度崛起的同义词——它是印度的科技动力源，拥有众多为西方跨国公司服务的大型外包企业、呼叫中心以及高端研发设施。随着印度如雨后春笋般发展的互联网经济引发的高涨情绪，这座拥有 1000 万人口、拥挤的南部城市正经历着一些人所说的“二次崛起”。

在班加罗尔全市最高端的零售综合物业 UB City 的一家餐厅中享用晚餐的时候，同事突然问道，“你能举出 20 个关于印度的关键词吗？”

胸有成竹，我慢慢数出，但数到第十个词语后，心中惊觉已然词穷，只好把“恒河”这种人人皆知的名词都用来凑数。尽管如此，数到第 18 个词语时，仍然要败下阵来。

虽然我们是邻居，但我对印度的了解却少得可怜。就像这刻，当我身处班加罗尔灯红酒绿、洋溢着奔放音乐的环境中，很容易把进驻了 LV 和劳力士的商场看作是班加罗尔的全部，又进而把班加罗尔看作印度未来的缩影——当你所知越少，就越容易作出错误假设。

事实上，不断涌入的人口永远改变了这座城市曾经安静的“养老者的花园之城”，在 IT 和外包产业的支撑下，如今成为受过高等教育者的机会之地。

耐人寻味的是，这座城市业已在飞速发展的 IT 业和远远落后的市政建设的双重速度中，浮现出一座座城市中的岛屿，他们也许像 UB City 一样，是富人们的销金乐土，又或者像 Infosys 的总部班加罗尔电子城一般，是企业家在其中运筹的堡垒；但无法忽视的

印度没那么糟

文_扁宗 责编_任学奎



无论你对印度有什么样的偏见，都不能否认，2015 年经济危机肆虐最为严重的时候，印度是金砖国家中唯一一个增长保持上升势头的国家。

同样，无论你对印度工人的素质有多么不屑，都不能忽略精英教育的施行为印度培养了大量高素质的人才。中国前驻孟买总领事袁南生曾表示，自独立以来，印度培养的科技人才的数量一直名列世界前茅。印度的商学院教育十分发达，很多生活在海外的印度经理人在跨国大企业担任 CEO，比如微软、谷歌等。

印度时间观念淡漠，以至于飞机、火车、汽车晚点时，他们也不会有任何抱怨，但这并不意味着他们效率低。2003 年，在全球被评为软件能力成熟度 5 级的 72 家企业中，印度就有 50 余家。

其实印度并没有我们认为的那么糟糕。

穷而不苦

印度人均 GDP 比中国低，但幸福指数却不低。

袁南生表示，一是印度实行全民公费医疗。他回忆，他在孟买时的同事、驻孟买副总领事的女儿不慎受伤，送往公立医院医治后分文未取。但有报道称，如今，印度的免费公立医疗现在只是看上去很美。由于糟糕的服务质量，数以亿计的印度人正转向私立医院求诊问药。

二是印度公立学校的学费很便宜。例如，公立中小学校每生每月学费平均仅 40-50 卢比（约合人民币 9.5 元），贫穷大学生一般都有助学金。

三是国家在法律上尽可能促进社会公正。1950 年印度宪法颁布，其中一个主要精神是法律面前人人平等，不能有任何歧视。如印度法律规定：有多少残疾人，公务员中就必须为他们保留相应比例的名额。

此外，印度管理成本很低，公务员与纳税人的比例是 1：92。政府没有会议室，没有文山会海。

杂而不乱

现代印度以“杂”为基本特征，主要体现在语言上。据 1962 年统计，印度人讲的语言有 1652 种，仅在孟买，大街上人们说的至少有 26 种语言。

印度的“杂”又体现在数百个政党林立，无论国大党还是印人党，都得依赖地方小党的支持才有可能在中央执政。于是，印度政坛长期呈现“四两拨千斤”、“小党唱大戏”的局面。

尽管这样，印度总体上仍是运转有序。自印度独立以来，从未发生过军事政变。每次大选都有条不紊地进行，与邻国巴基斯坦形成鲜明对比。

印度的精英治国与草根一人一票的两难困境在民主实践中展露无遗。有印度人谈到，去年的印度大选中就有印度人民党到农村送大米拉选票的情况，甚至发生了某党派的关键人物眼看形势不利，临阵倒戈的故事。

腐而不败

印度重大腐败丑闻从来都不绝于耳，受贿索贿也绝不鲜见。

但另一方面，印度没有吃喝风，也没有天价烟酒，公务往来和红白喜事没有人敬烟。许多烟民宁愿买一支抽一支，且常常躲起来抽。

印度没有公车攀比风，自政府总理以下，官员乘坐的都是同一牌子、同一款式、同一颜色的国产车，几十年来都是如此，以至老百姓形成了这样一种观念：乘外国车、高档车的都不是当官的。

即使印度国防部大楼里，海军参谋长、空军参谋长和陆军参谋长这样的最高将领（总统是三军总司令）的办公室也没装空调。夏天高温常达 45 摄氏度左右，他们的办公室里也只有电扇在转。袁南生表示，他曾去过多次的孟买市长等的会客厅和宴会厅，里面也没有空调。

这不是因为印度太穷，而是议会不批准这方面的开支，印度大的公共支出必须经议会批准，批准前要经过多番公开辩论。找部长、邦

看人识印度

文_任学奎 责编_任学奎



扫码阅读手机版

陈国大他们有一个微信群，名字叫“援助印度那十年”。

群里都是一帮做印度市场有十年或者更长时间的老朋友，闲下来他们就会在群里聊上几句，有时候是信息上的互通有无，有时候则是发些跟印度有关的段子。

这也是一批在印度尝到了甜头的人，“2005年左右，进入印度市场的基本上都是老牌的国企，或者是大型民营企业，像我们这种中小企业很少能进去，所以当时竞争并不激烈，价格也容易卖上去”，陈国大告诉我们。

陈国大是合肥欧意克机械有限公司总经理，他总喜欢跟身边的人分享自己看到的印度，到最后还得笑着加上一句“可不能让客户知道我在吐槽他们”。

爱耍小聪明的印度人

很多年前，外贸圈子里就流传一个众所周知的印度商人形象。他们挂在嘴边的口头禅就是“it's so expensive”，无论有没有真的看报价，他们都会像这样变着法儿说价格贵。

陈国大笑说，跟那些在价格上真的特别较真的中东人相比，你完全没必要太在意这句话。

虽然印度商人对产品质量的要求远低于价格，但他们说“太贵了”并不意味着自己真的了解你的底线，完全就是一种试试看的态度——万一你真的同意降价了呢？

“这时候没必要在价格问题上过多纠缠”，陈国大介绍说，事实上很多的中国制造产品在印度市场上一直在持续涨价，这与原材料价格上涨无关，而是中国制造越来越好，越来越有底气，“我们非常自信，相信自己造出来的东西是物超所值的，印度客户其实同样知道”。

因此，当印度客户讨价还价的时候，需要看他们是真的对价格不满意，还是仅仅作为一个采购策略，如果他们只是习惯性地这么做，不妨从其他地方满足他们“爱贪小便宜”的心理，把他们的视线从价格转移到其他地方。

不过需要注意的是，与印度客户打交道光注意这一点是不够的。陈国大和他的朋友们为印度客户总结出了几条非常有意思的特点——就像是段子手一样。

“狡诈”的印度商人

如果你真的认为印度商人只会砍价这一招，那就“太傻太天真”，迟早会掉到沟里去。

据陈国大介绍，印度商人有几个非常有意思的特点：旺季时谈交货期，淡季时谈价格，合作时谈实力，付款时谈困难。

简单来说，就是每逢旺季，印度客户就会用手持大量订单为由来在交货期上提出严苛的要求；而到了淡季，他们会讲事实摆道理，言必称“货不好卖，一定要给我们降降价”。

刚开始谈合作的时候，印度商人会讲自己产业的规模和在当地的实力，一副“我们做过很多世界五百强的产品销售，代理你们的产品绝对没有问题”的架势，可等到付款提货了，他们的实力“大幅下降”，保不齐还会告诉你，“哎呀，不是我们不付钱，是银行放假”……

陈国大说，这几乎是他与朋友们近十多年来见过最多的印度商人形象，“不能说百分百，但绝大部分是这样的”。

但这并非不能接受，做生意嘛还能不让别人用些手段？真正让陈国大颇有微词的是，印度客户相比于其他地区客户，没有忠诚度可言——即便是合作十年的客户，同样会因为价格因素转投他家。

“讲感情的印度客户不能说没有，但很少。”



合肥欧意克机械有限公司总经理 陈国大

如果你的客户讲感情

在陈国大过去的经历中，愿意去谈感情讲义气的印度客户“不多”，时间长了，陈国大说，如果你有这样的客户，千万要珍惜。

他说的珍惜不仅仅是指“珍惜友情”。

不少印度商人有“到港不提货”的恶习，原因很多，有的因为资金，有的因为市场。但也不乏有人恶意占“小便宜”——如果你没法处理这批货，就会被海关拍卖。

对于有实力的企业来说，可以在印度设立自己的仓库，提前把货提到仓库去，“等旺季到来的时候，客户急着要货的时候，这批货就可以加价卖给他们，把仓库租赁的费用都能消化掉”。但对于大部分中小企业来说，设立海外仓并不现实，这时候“讲感情”的客户作用可就大了。

“你可以把货物以减掉订金的价格卖给感情好的客户，他们会非常乐意帮你把货解决掉，这是个双赢的结果”，陈国大说。

爱恨交加的印度市场

陈国大对印度市场是有感情的。

这是个好市场

文_任学奎 责编_任学奎



扫码阅读手机版

严加春是江苏孚安科技能源有限公司董事长，公司主要生产锂电池模组、电动车动力锂电池模块等。

在严加春的心目中，印度是个潜力非常大的市场。

当初在他前往班加罗尔考察的时候就发现，仅班加罗尔市区，路上跑的新能源汽车就达到 80 万辆，锂电池市场规模达到 80 亿元。不过市场虽大，但印度商人也开始变得愈加精明。

精明的印度商人

严加春说，其实早期的印度商人远不像现在这样对价格斤斤计较，“那时候也是只要报价在合理范围内他们都能接受”。

但随着网络的发展，印度人能够越来越近、越来越多地接近中国厂家，他们惊奇地发现，原来价格还可以这么便宜。众所周知，跟印度人做生意最难的就是他们的问题特别多、特别细。

“他们喜欢拆我们的电池，主要就是为了仿制和谈价格”，严加春觉得，这还不算是最“过分”的。印度客户在拆电池的过程中如果遇到什么问题，还会来仔仔细细问个清楚——这的确是个好习惯，不仅学到了技术还弄明白了价格。

如今，印度商人砍价套路已经路人皆知，让人觉得他们过于精明，以至于有中国企业只要看到来自印度的询盘一概不搭理。

其实这多少有些因噎废食，资本逐利本就是常情。曾经有一位义乌印度商会会长说过一句话：“你出生在什么家庭不能选择，有怎样的兄弟姐妹也不能选择，但是你的生意伙伴是可以通过你的智慧来筛选的。”

乐观的印度制造

这两年，印度制造一直有着谜一样的自信。

在印度的媒体上，印度制造替代中国制造成为世界工厂已经是大势所趋。总理莫迪也带着“Make in India”在全世界范围进行推广，一切都乐观得让人难以置信。

严加春重点考察过的班加罗尔被称为印度“硅谷”，进驻了大量的软件人才和顶尖软件企业，除此以外，印度也不乏塔塔这样的世界五百强公司，但严加春认为，印度制造能不能取代中国制造，说到底并不是看这些大公司的实力。

“印度的中小企业依旧处于小作坊的时代，看起来很像是上世纪八九十年代中国企业的样子”，严加春如是说。

在中国制造已经纷纷走上升级转型道路的时候，大多数的印度企业却依旧在制造业最低端挣扎，“他们的人工的确便宜，但人却并不勤奋，单个工人的工资是中国的三分之一，但他们也需要有三个人才能完成一个中国工人的工作”。

作为在印度市场打拼多年的年轻企业家，严加春并不否认印度制造在近年来的高速发展，他认为，印度有可能用十年或者二十年的时间赶上“现在的中国”，而中国制造到了十年二十年之后是什么样了，“也许跟印度制造的差距会更大”。



江苏孚安科技能源有限公司董事长 严加春

现实制约聪明人

重商的莫迪和人民党政府在2014年5月的上台，尤其是“印度制造”战略的提出——它的核心是利用外资和吸收技术，做大做强印度的制造业，这在很大程度上提高了国际市场对于印度的信心，客观上有利于外商的投资。

最明显的例证就是中国企业的反馈——中资迎来 2008 年之后的第二波投资印度的热潮，很多中国公司纷纷进入印度市场或者进行考察市场的工作。

与经济最直接相关的是印度巨大的人口红利，以及相关联的巨大消费市场。统计显示，目前印度 35 岁以下的人口数量占总人口 13 亿多的 65% 以上，工资水平却极为低廉，远低于东南亚水平。

印度有理想、有人口、有市场，但工业发展所需的基础设施和产业链条却十分缺乏。

“我们国内对于印度的报道，往往会突出他们负面的一面，比如暴力冲突、刑事犯罪，真实的印度其实并非完全如此”，严加春告诉我们。在班加罗尔，那些高档豪华的住宅边上往往是很多低矮的“贫民窟”，穷人和富人混居在一起，双方“和谐”地生活在一起。这样的和谐源于他们相同

“特色小镇的特色产业”系列： 中国“袜都”大唐镇

组稿_宗和 图_视觉中国 责编_屈赛

编者按：从本期开始，我们将对中国部分产业特点十分鲜明的特色小镇做出持续性的全景式报道。“特色小镇”的概念，于2014年在杭州云栖小镇首次被提及，后2016年由住建部等三部委力推。根据《开展特色小镇培育工作的通知》，国家特色小镇的认定有五大核心特色指标（特色产业、宜居环境、特色文化、完善设施、灵活体制），首先就是“要有特色鲜明的产业形态”。这种在块状经济和县域经济基础上发展而来的创新经济模式，是供给侧改革的重要实践。同时，不少小镇的产业却是构成“中国制造”版图的重要部分，这都促使我们产生了一探这些产业特色小镇究竟的冲动。



浙江省诸暨市大唐镇，号称“袜都”

大唐镇，隶属于浙江省诸暨市，位于浙中北群山之中。2016年10月14日，大唐镇被列为第一批中国特色小镇。这里以大唐镇为中心、辐射周边17个乡镇的区域，是全球最大的袜子生产基地，产量占中国的70%，世界的30%。在这里，任何一款袜子都能生产，任何一种原材料都能买到，又因其生产成本比其他产地少近1/3左右，因此大唐镇还有个称谓，叫做“国际袜都”。

拥有完整产业链的特色小镇

从袜业机械制造到各种原料生产，再到袜子的生产、销售乃至物流，面积仅有50多平方公里的大唐镇上有着极为完整的产业链。

原料加工是袜子生产的第一道工序，原料的好坏决定了袜子质量的高低。一般袜子的原料有棉、腈纶、涤纶、氨纶、莫代尔等，每一双袜子都由或多或少的不同原料混合组成。

袜子的制作，主角就是袜机。袜机分为很多种，有绣花袜机、提花袜机、毛圈袜机、罗口直下袜机、4.5寸羽毛纱机等等，不同袜子的花型就需要不同袜机进行生产制作。

中国人厨房里的“革命”

文_肖珠 责编_屈骞



@视觉中国

无火不成灶，无灶不成厨，无厨不成家。对于民以食为天的人来说，厨房是家的重心，但也是一个最脏最烦最闹心的地方。如何才能告别中式厨房的烟熏火燎，让下厨变得更简单、更有乐趣？

1、集成灶、吸油烟机



这种专门为中式厨房发明的侧吸下排式集成灶，油烟吸净率最高可达到 99.99%

嵊州，被誉为中国厨具之都。抽油烟机的技术来自西方人发明，而集成灶的技术却是中国人自己的创造。在一家集成灶生产企业，研发人员黄勇正对新一代灶具产品进行测试。这是一间相对密闭的实验室，四周没有通风口，燃气灶上放了两个出烟锅，模拟人们在炒菜时产生的浓烟。试验开始，白色的烟雾很快向四面八方飘散，黄勇打开了这台新式灶具。灶具开始工作后，浓烟在一瞬间就改变了方向。

跟传统吸油烟机不一样，这种新式灶具的吸烟口设计在炒锅侧面，而且烟雾是向下被排走。黄勇表示：“集成灶用户对家庭环境，对厨房环境要求越来越高，所以出于这种考虑，我们就是把风道系统进行升级改进。”虽然烟锅产生的浓烟被迅速吸走，但要想达到更高的油烟吸净率还需要持续不断的尝试。根据空气动力学的原理，把风道吸风口重新设计，让浓烟不产生漩涡，从而提高油烟吸净率。

现在中国生产的集成灶油烟吸净率最高可达到 99.99%，在吸净率上处于世界领先水平。黄勇希望，这种专门为中式厨房发明的侧吸下排式新灶具，能够让更多消费者的厨房变得干净整洁。



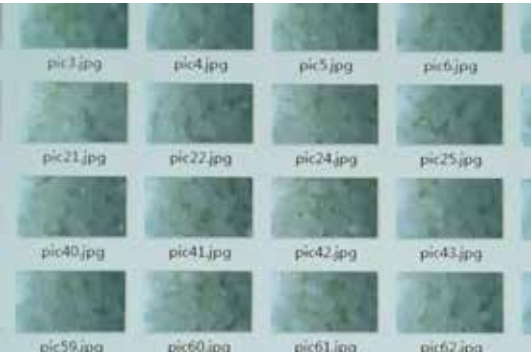
不再需要人手淘洗大米，不再需要考虑加水量的多少，全部工作能否交给电饭煲来完成？而此前，无论是日本还是韩国，都还没有类似的产品，中国工程师再一次向电饭煲的巅峰领域发起挑战。

光是淘洗大米一个环节，秦小华和他的团队就扑在上面用了两年时间。自动洗米的准确性以及合格率从 50% 到 60%，再到 70%，85%，甚至达到了 95% ！

秦小华说：“当时我们技术人员就想，认为是不是 95% 其实就可以上市了，但是我们就觉得不行，因为我们今天要做精品工程，我们要为消费者做一款好产品，我们必须做到 100%。”

一个小洗米仓秦小华他们就做了 40 个样板，一个个样板逐渐演变到今天的成品，每一个零件都折射出中国工匠自我超越的精神。现在，只需要拿起手机在操作程序上用语音对电饭煲讲话，就可以完全命令它实现放米、洗米、加水的步骤。另外，它还可以自动识别出 15 种市场里常见的大米种类。根据不同的大米适配不同的加热曲线，从而煮出更好吃的米饭。

为了能让电饭煲自动分清这些不同种类的大米，电饭煲智能化研究工程师周宗旭这些年共集了十几万张大米照片，建立起一个庞大的大米数据库。跟现在热门的人脸识别技术不一样，每一粒大米的生物个体参数都是不明确的。



周宗旭说：“我们现在应用比较多的门禁刷人脸这样一种识别方式，相对而言比较简单，因为我们人脸的生物个体参数是比较明确的，但是如何去识别一粒米和它的米种就比较难了，因为米的生物特征参数不是很明确，那个时候，就是摆在我们团队面前的第一个问题，同时识别大米，这在整个图像识别领域讲，应该是金字塔塔尖的技术，这个对于我们来讲是非常难的。”

秦小华的公司现在全球最大的电饭煲制造工厂，但是实际上他们整个出口的份额，自主品牌只占 5%，还有 95% 其实在给别人贴牌，就说明中国自主品牌的信任度太低，在国外的影响力还太小，这也是对他们最大的挑战。



共生的设计

——工业4.0时代下的设计创新

文_姜臻炜_浪尖设计集团常务副总 图_浪尖设计 责编_屈骞

我是一名来自浪尖设计集团、热爱设计的设计师。非常幸运，从业近 12 年来，我参与了数百个不同行业的顶级客户创新项目。正因为设计是在整个商品输出生态链条上最前端也是粘性最强的职业，同时开发过程中每一个产品都是提前一两年来设计与研发，所以作为设计师的我们能隐约触摸到两年后未来市场上的脉络。正因为需要不断地整合资源和融合各个企业的优缺点来进行企业转型的创新设计，所以在浪尖内部要求设计师，不能只在传统的外观及结构层次看待设计，要能够在全产业链设计创新的角度了解及管理一系列多领域的各种设计，这样才能完整地设计输出产品。

在了解大量的信息量后，我做了个未来市场创新升级的趋势分析，可以分为五大板块，生命升级—欲望升级—技术升级—金融升级—环境升级。

从总体上看有一个核心是，大家都吃饱饭解决了生存问题后，会产生各种欲望需求。在整个生命升级中，由于互联网引发信息爆炸，没有了传统的信息差，使得市场上会不断地细分深化不同群体与领域，所以传统品牌符合绝大部分人群的产品设计已经碰到了很大的阻力，具有急需转型升级的需求。但是，只要创新就有可能犯错，就必须面对风险，如何能降低试错的风险，传统的设计方式是没有办法帮到企业家的。



2017 “中国制造之美” 大奖展示



类别：安全防护
名称：电击擒拿抓捕手套
企业：深圳森讯达信息技术有限公司

该手套能两秒启动引擎;隐蔽优势明显, 便于近身作战;手套表面采用人性化设计, 符合人体工程学; 电子脉冲方式, 瞬间即可解除束缚, 对皮肤表面无任何创伤。



类别：电气电子
名称：网系列租赁 LED 显示屏
企业：深圳市齐普光电子股份有限公司

采用公司自有的自主控制系统, 箱体自带重力感应, 图像随箱体自动旋转, 属行业内独创; 箱体侧边弧度刻度边锁设计, 可拼接 -15° 到 15° 的任意弧形, 满足用户的多层次需求; 箱体多功能快速锁连接, 连接快速、简捷; 单箱体可单独断电维修, 不影响其他箱体正常工作。



类别：交通工具及汽摩配件
名称：阿波斯 P5000 系列拖拉机
企业：雷沃重工股份有限公司

驾驶室密封效果好, 室内噪声可低至 80dB; 优化人机工程设计, 提高驾驶员操纵舒适度; 高效增压发动机, 扭矩储备可达 40%;燃油消耗率达 210g/kwh;变速箱采用两速动力换挡技术且换挡平顺、降低了驾驶劳动强度; 作业档位速度分布合理, 且多档位可供选择, 能满足多种作业的需要。



类别：家装建材及家居摆设
名称：生物质复合材料围栏
企业：东莞铭丰包装股份有限公司

该产品采用绿色环保的生物质基复合材料制备而成。不仅解决了围栏造价高, 形式和功能单一, 组装费时费力, 易发生生锈、腐蚀、虫害, 生产效率低等问题, 而且还具有围栏与园艺盆栽互用的多功能特点。

2017 “中国制造之美” 大奖展示



类别：医疗器械及周边
名称：新松床椅一体化机器人
企业：北京品物堂产品设计有限公司

本产品将医疗床和轮椅很好地集合在一块, 将把行动不便人员从床上转移至轮椅上这一过程变得轻量化, 方便他们在睡觉和活动两种模式之间自由切换。



类别：照明及灯饰品
名称：极一投影吸顶灯
企业：大业设计集团

该灯颠覆了传统吸顶灯的设计, 巧妙地将投影仪融入到吸顶灯里面去, 使其同时具备投影和照明功能。极其巧妙地解决了传统投影仪的安装方式是突兀的裸露在半空中、不美观的问题。



类别：消费电子及周边
名称：便携商务投影机
企业：大业设计集团

创新的磁吸式遥控器设计, 集自动对焦、无线充电、会议激光笔等众多亮点于一身。整体造型设计手法采用方、圆等几何元素, 极具美感; 产品的机身外壳, 采用富有质感的铝合金阳极氧化工艺; 整个产品配置了更加自由角度调节、高度调节的三角式立架与吊装支架, 可以在更多应用场合自由使用。



类别：运动健身及休闲娱乐
名称：多米索智能教琴神器
企业：多米索集团有限公司

产品附带的大屏可放到任何乐器上进行智能教弹; 智能声音识别功能能够让人愉快地学习弹奏钢琴或者交响乐。



想要更大的订单？
想要更牛的团队？
想要成为更强的BOSS？
是时候「充电」了！



焦点商学院
Focus Business School

人才成长 外贸无忧

成为焦点商学院VIP会员

专享 线上精品课程全开放 \ 线上直播课程每周1-2次
线下大咖讲座每月免费参加 \ 优先推荐行业人才
活跃社群拓展人脉 \ 专属客服贴心服务

从新人到BOSS
全面提升企业人才核心竞争力



无忧人才计划
扫码了解更多
联系方式
025-66775070

 师资雄厚

JAC、Jamal、钟景松、洪似泽等
30多位行业大咖齐聚焦点商学院课堂

 价格优惠

用两个iphone的价格
和你的团队一起系统学习外贸实战课程

焦点商学院VIP会员 服务清单

服务 项目	价 值	会 员 等 级	
		“人才通	

来，说说外贸邮件思维

文 _ Ben 图 _ 123RF 责编 _ 刘艳林

BE 虽然注重实战，但一向是 "Reaction" 比 "Action" 多。如何跟老外斗智斗勇的戏码看了不少了，这次我们没有什么惊人的套路，来简单说说跟进客户。

好几次在朋友圈发有关著名的 CRM 漏斗的看法，不知道这是什么的读者上网找找。这些不是我们发明的，而是前人对 sales process 的总结，已成经典，值得大家花点时间去理解一下。我在这篇文章里引用一下这个思维，试试看是个什么视角。

坊间有不少书本在介绍这个 sales process 的学术观点，好像要深耕客户，了解需求之类。本次主题围绕过了破冰和确认需求的两个 milestone，进入了 negotiation 的大致前期。简单来说，又是“报价没回复怎么办”的老问题。跟 too expensive 又不同，因为不回复你的可能性比说你贵了的还要多，随随便便我都可以列举一堆可能性：

- A：没有空看你的报价；
- B：你贵到根本不想再聊下去；
- C：故意放着，因为明知你会来找我，主动上门我才好杀价；
- D：在等待其他资料，以作比较用；
- E：“喔了”的意思，只是连那个 thanks 都忘了打，因为你连值得他喔一声的份量都不够；
- F：价格 OK，但项目根本不急。特别是那种主动去开发的客户，自然被动一点；
- G：项目死了，已经没有需求了，不用再找新供应商；



- H：这位客户已经离职；
- I：这位客户意外离世；
- J：人家系统突然不知咋地把你的域名 block 了；
- K：人家事儿多，以为自己已经回你了。啊，原来未回
- 每每我碰到这些“本叔，报价没回是为啥”的问题，我都感慨万千，太多可能性了。你猜？猜什么，问啊！这时候，各种纠结又出来了“那人家会觉得我烦吗？”，我不想再回答了。
- 来看邮件原文：

为什么明白许多道理 依然做不好业务？

文_沈阳 图_123RF 责编_刘艳林



扫码关注作者公众号

很多新人会有以下疑问，平时很努力地学习外贸知识、外贸技巧、外贸课程，但是结果却不甚理想，究竟是技巧不管用，还是不适合做外贸呢？

面对客户砍价的时候，为什么之前学过的砍价技巧收效甚微？别人用大神的方法拿到了订单，为什么到我这儿就不管用了？

壹

我们先看一个例子：

前几天，和老婆去逛屈臣氏，她指着一个罐子说：“你看，同样的产品，反而是 200 毫升的价格比 80 毫升的还要便宜，我不买 200 毫升的就对不起这个价格了。”

本来我是不信的，但是在仔细核对过之后，不得不承认这是事实，但是感觉这明显不符合常理，肯定是商家的小手段。毕竟学过一点营销课程，就侃侃而谈：“这是商家的销售策略，故意给大容量的标低价，让你觉得占到了便宜，其实这个价格还是比其他地方的要贵。”

原以为自己这番完美推论可以成功让她放弃购买，结果她说：“那倒不是，超市里同样产品的价格我也看过，这个 200 毫升的价格比超市的便宜。”

话说到这个份上我还能怎么办，买吧。

如果单单看我的推论是可以成立的，商家也的确可以利用大容量低价位和小容量高价位的对比方式让消费者认为自己占了便宜，从而提升销量。但是实际上，我却忽略了一个最基础的事实，大容量的价格是否真的比同行卖得贵呢？

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掠地……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。



从底薪 600 到世界 500 强， 毅冰的外贸之路

口述_毅冰 图_123RF 责编_陈丽丽

关于毅冰：

世界500强采购总监，进出口业务覆盖2/3个地球；外贸优势谈判技巧提出者，欧美国际采购公司必修考核技能；5本外贸畅销书作者，长期占据当当网外贸丛书销量第一名；福步殿堂级特邀嘉宾，开发信和业务两个原创帖点击超过3000万……

提到毅冰，伴随他的都是响当当的名头，让人忍不住觉得，这位神龙见首不见尾的厉害人物，定是个香港老教授（毅冰的微博昵称是“毅冰 HK”）。很少人知道，1983 年出生的毅冰，在外贸江湖，早已久负盛名，成为无数 90 后甚至 80 后外贸人的精神导师。

毅冰说，他人生最大的转折，是从福步开始。2010 年 4 月 29 日，毅冰在福步上写下自己第一个长帖《新手如何写好开发信，加大成交率？》，创下单帖点击 2700 万，回复近 2 万的论坛神话，至今无人超越。毅冰，也从此一战成名。

被问到怎么想到在福步上发帖的，毅冰笑言：“其实最初，是我刚进外企工作的时候，真心觉得跟供应商打交道太累太辛苦，很多业务员明明思维方式很弱，没改造过来，还在用大量的时间来做无用功，感觉有些心疼。因为自己当初就是这么过来的，真心觉得应该把我自己的经验和经历分享出来，希望大家能少走些弯路，知道如何直接跟客户交流，



扫描二维码
访问企业展厅

东锦集团： 和时间的竞争

文_刘艳林 责编_刘艳林

十九大结束后，有个话题被民众热烈讨论：我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。

什么是“美好生活需要”？简单来说，就是人们对更“高质量”产品和服务的需求。这一点，相信我们每个人都有切身的感受。

上海东锦食品集团有限公司（以下简称东锦集团）认为，在过去，人们要解决的是衣食住行的基本需求。现在的我们，更关心的是如何穿得更舒适，吃得更美味，住得更安心，行得更方便。这些更高的需求，看似是“矛盾”，其实更是机遇。

总结趋势东锦集团发现，未来经济增长倾向于消费拉动，消费结构转变为从中低端消费转向中高端消费，提供更多高质量的产品和服务，进入“高质量发展阶段”。

东锦集团就在这样的市场背景下，适时推出了魅力厨房系列的“懒人”食品。

东锦集团是一个有着 33 年历史的食品集团公司，老板在创立东锦之前，就职于无锡一家制药公司，多年的制药行业使其将制药



上海东锦食品集团有限公司品牌总监 陈强

人的严谨精神一以贯之。品牌总监陈强透露，东锦旗下这么多食品和调味品品牌，33 年来没有发生一起食品安全事故。

但仅仅做到安全是远远不够的，想要在

市场上独占鳌头，需要做到更多。市场上不缺产品，只缺好的产品。而能够解决消费者痛点的产品，才能算得上好产品。

陈强介绍，新厨房系列产品中主打



扫描二维码
访问企业展厅

谷奇的源动力

文_刘艳林 责编_刘艳林

上海古奇数码科技有限公司（以下简称谷奇）曾是数码材料行业的领头羊，无论是PVC、PET 激光打印材料、喷墨打印材料、数码印刷材料，还是各种免层压制卡材料及工艺，谷奇都有自己的专利技术。尤其令人侧目的是，谷奇是公安部二代身份证打印材料指定唯一生产厂家。这对谷奇的综合实力是一个旁证。

当下的市场竞争体制下，传统制造业想要转型只有两个发展方向，一是追求极致的性价比，以规模效应实现更具竞争力的价格，这只是行业内少数做到行业寡头企业的选项；对大多数企业来说，另一个方向或许值得一搏：拥有自己的核心技术。

总经理赵洪军给笔者打了一个比方，产品的核心技术就像一把钥匙，没有它谁都打不开市场这把锁。拥有垄断整个行业的技术，才是安身立命的本钱。比如拥有 8000 多项专利的世界五百强 3M 公司，以技术研发为驱动力，具有独霸一方的实力。在赵洪军眼里，专利是那个“1”，品牌、渠道、服务都是“1”后面的“0”。

在越来越注重打造核心技术的同时，谷奇不再单纯追求卖更多货给客户，而是致力于以市场需求为核心，围绕终端消费者的需求做全产品周期的开发和运营。谷奇联合清华大学的技术力量，开发的最新核孔膜过滤应用技术，



上海古奇数码科技有限公司总经理 赵洪军

满足了消费者对当下恶劣环境的改善需求。不同于传统的 RO 反渗透膜或无纺布过滤棉，核孔膜具有稳定的机械性能，保证在过滤液体或气体时达到精确的滤除标准，是制造 PM2.5 口罩、防霾纱窗的高端应用材料。

有了天时地利更离不开人和。在完善产品、推向

