

弘扬中国制造 促进全球贸易

焦点视界

FOCUS VISION

苏新出准印S(2018)00000143

内部资料 免费交流

苍洱间的“蓝天白云”

今年去哪里“发财”

2018,中美贸易战你准备好了吗

“特色小镇的特色产业”系列(二):中国智慧电气小镇“新坝镇”

“织中之圣”缙丝

如何开展海外社交媒体营销

毅冰:买手反感怎样的业务员

JAC:外贸路上,你走过的每一步都算数

幸福

2018/02

第 57 期

2017



2
0
1
7

红

与

黑

2
0
1
8



扫描二维码,尽享
《焦点视界》外留干货



认知

文_田可

电子书
限免！

买家说：什么样的供应商可以打动我？
买家鉴别优秀供应商的 6 大准则分别是什么？
出现哪些毛病的邮件，会被买家拖进垃圾箱？
为什么买家看完工厂就消失了？
如何接待买家才能获得 TA 的认可？
……

答案就在《买家说》

下载办法：

加微信“焦点视界”（focusvision），
回复“**买家说**”，获取下载链接。

《焦点视界》外贸实战系列口袋书

回复“**参展**”下载回复“**开发信**”下载

每天5分钟，GET 外贸新技能！

2018 开年总编说,就谈一些不务正业的“无用认知”吧。因为,2017 年,抛开业务的最大收获,是诸多“无用”的学习探索,以及顺藤摸瓜的延伸认知。当然,收获也好,认知也罢,更多是无奈和意识到自己的无知。选取部分记于此,如若碰巧跟读者有些共鸣,也算欣慰。

第一个,是心理问题。去年去北京,与一友聊天,他讲了自己前几年的一段痛苦经历:因为家庭变故,得了一场抑郁症,差点自杀。后找心理咨询师,慢慢疏导,最终解脱。我非常惊讶,在我眼中,他很有才华,对别人充满善意,对人生充满热情,抑郁症本该离他甚远。后来我去翻阅很多心理学书籍,才发现问题的严重性。中国人心理问题很多,但或因羞怯和旧观念,或因没意识到,大家很少直面解决,却给自己、家人带来了许多痛苦。由此,我开始有意识学习相关心理学知识,不为谋生,只为更好了解自己、家人、朋友以及采访对象,更和谐相处,也顺便帮忙解决问题。但在学习中,才发现心理学的深不可测,也越来越意识到自己的无知。2018 年,我会继续探索。

第二个,留守儿童问题。有段时间,由于自己和孩子爸都是上班族,孩子奶奶在乡下走不开,所以农忙季节女儿只能随奶奶回乡下,周末才能回去看她,每次都要经历一场惊心动魄的离别和刺痛。想来,我和女儿这么短的离别尚且如此,而中国有那么多的父母远在他乡打工,孩子留置老家久与父母隔离,他们所受的伤害又是怎样的呢?在更多探究中了解到,父母不在身边的孤单和安全感缺失,会长期折磨孩子,易产生焦虑、烦躁、悲观、不自信等一系列消极情绪,也容易造成柔弱内向、自卑孤僻的性格。它就像一根刺,扎进这个物资日

益富足的国度,一丝丝让人生疼,总有一天会让我们大家产生剧痛。作为一名母亲,留守儿童问题,是我最为关注却也最无能为力的社会问题。2018 年,我不会放弃,会继续关注。

第三个,就是如何做好父母、善待孩子。有一次去菜场,看到一 3 岁孩子痛哭,哭得昏天黑地。他妈妈刚开始只是推搡孩子并附之威胁:你再哭,我就不要你了!孩子哭得更大声了。这位妈妈很无奈,就直接把他抱到路边放下,然后大步走开。孩子一边惊恐地继续大哭,一边趑趄着去找妈妈。由于眼泪遮住视线看不见路,直接摔在了地上。但他立刻顽强爬起,继续去追妈妈。那一刻,同为孩子妈妈,我心几近炸裂。之前为迎接“妈妈”这个崭新岗位,我看了很多包括儿童心理学的亲子书,我知道,每个孩童无论妈妈怎么待他,在他内心最恐怖的事情,就是妈妈不要他了。而每个人成年后的诸如恐惧、不自信等,都或多或少与童年经历有关。有位儿童心理学专家说过,要把孩子当成人一样平视和尊重;每个孩子都有特别的、很棒的一面;要帮助孩子释放出最好的一面,而不是强迫、恐吓。而中国大部分父母,都没经过岗前培训直接上岗,在迎接孩子出生的喜悦中也迎来了种种问题。事实上,没有任何一个成功,可以抵过孩子教育的失败。我们无论为孩子做多少都不为过,都是在间接为社会做贡献,为社会输送心理健康、心怀善意和责任感的公民做准备。孩子,只是在父母家暂住的客人,总有一天他会离开;趁着他们还在,我们要珍惜和善待他们。

第四个,是思维模式。我一直很不解的是,人与人到底差异在哪儿。比如跟老板探讨业务,我发现,同一件事情,彼此的角度和看到的问

题完全不同,但回头再看时,发现老板总能从现象看到本质,从复杂中抽丝剥茧找到本源。为什么我们的思维模式差别这么大呢?难道真的是贫穷限制了我的想象力了吗?于是,我开始研究思维模式。我先用小学语文方法,也看了相关视频,最后还恶补了一些关于哲学、逻辑等方面的书。通过这样一顿折腾,尽管我的思维模式还是不甚完善,但回头再看时,我已觉悟、进步很多。

第五个,独立思考能力。做媒体工作的,面对海量的纷杂信息,独立思考能力是基本素质。到底何为独立思考?如何培养独立思考能力?为此,查阅了很多资料,惊讶于现在有相当一部分人是不具有独立思考能力的,因为他们选择相信或愿意相信的“真相”,多少具有主观偏向:和原有经历相比,符合自身价值观的;使自己能产生优越感,或能安抚自己的;能够用来打击“对手”的……而这几项,都是独立思考的禁锢。脱离了这些禁锢,我们才有可能真正独立思考,其中有两点建议,简单但很多人也难做到:多看书,尤其是有思辨特点的历史、哲学类书籍,能激发我们的思考能力;多调研、多实践、多动脑,它会验证出,你自己的独立思考能力是强大还是弱小。

版面有限,不再赘述。最后,有感这样一句话:限制人类发展进步的关键,是认知水平。人的认知水平大致可分 4 个层次:不知道自己不知道、知道自己不知道、知道自己知道、不知道自己知道,对应的占比大约是 90%、6%、3%、1%。很庆幸,我似乎混入了 6% 的行列。

你呢?欢迎交流:mag@made-in-china.com!



001 总编说 PROLOGUE

认知

006 图片故事 PICTURE

014 中国手工艺
CHINESE HANDICRAFTS

苍洱间的“蓝天白云”

018 2017 红与黑
UPS AND DOWNS

财经盘点·拐点

2017 财经事件关键词：拐点

财经盘点·事件

2017，日本制造的“末日”

财经盘点·谢幕

2017 财经人物关键词：谢幕

财经盘点·人物

“使命归来”贾跃亭

视野

今年去哪里“发财”

2017 那些你可能错过的“爆款”

未来

2018，中美贸易战你准备好了吗

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（二）：
中国智慧电气小镇“新坝镇”

工匠

“织中之圣”缙丝

观察

2017 中国重大成就盘点
“老三样”的新模样

智造

共生的设计——浪尖集团常务副总兼
创意总监姜臻炜专访

中国制造之美

用百卓供应链金融服务
“贷”来无限商机

垫资代采融资

应收账款融资

采购备货融资

库存质押融资

4 大融资方案

采购商 供应商 均可享受

简单：有订单就能申请贷款

高额：最高授信额度可达 1000 万

低息：会员专享利率，月息最高 1%，无手续费



百卓供应链金融服务由焦点科技股份有限公司（股票代码：002315）旗下一站式综合采购服务平台——百卓采购网（Abiz.com）面向国内企业，基于供应链上下游真实订单所提供的融资服务。致力于帮助企业解决资金周转期长、贷款难、资金链紧张等问题，提升企业竞争力，助力企业发展。

现在申请供应链金融服务，即可获赠价值 28800 元 / 年的采购管理服务。

025-66677777-7200 finance@made-in-china.com



www.abiz.com



400-6979-890



service@abiz.com



塞罕坝，生态奇迹之岭

图_视觉中国 责编_屈骞

2017 年 12 月 5 日，在肯尼亚内罗毕举行的第三届联合国环境大会上，中国塞罕坝林场建设者荣获 2017 年联合国环保最高荣誉——“地球卫士奖”。

塞罕坝位于北京正北约 450 公里河北承德境内，这里年均无霜期只有 64 天，极端最低气温零下 43 摄氏度，平均每年有 7 个月被积雪覆盖。很难想象，人们在这片曾经林木稀疏风沙肆虐、至今高寒干旱的冷僻高岭上，竟然建起 112 万亩世界上面积最大的人工林场。

塞罕坝林场 1962 年设立，当时这里茫茫沙地没有一棵树，只有一点黄草和柳墩子。但是，这些当年塞罕坝的创业者们早已规划好了一个现在看来仍然颇有远见的任务蓝图：改变当地自然面貌，保持水土，为减少京津地带风沙危害创造条件；研究积累高寒地区造林和育林的经验；研究积累大型国营机械化林场经营管理的经验。



半个世纪过去了，塞罕坝森林覆盖率从 1962 年的 12% 提高到如今的 80%，单位面积林木蓄积量达到全国人工林平均水平的 2.76 倍，全国森林平均水平的 1.58 倍，世界森林平均水平的 1.23 倍，以现有的林木蓄积量，塞罕坝每年释放的氧气可供近 200 万人呼吸一年；栽种的树木按一米株距排开，可以绕地球赤道 12 圈。塞罕坝已经成为中国北方的生态“奇迹岭”。

塞罕坝的成功，离不开三代塞罕坝人“钉钉子”般的坚守和努力。

亮兵台望海楼，海拔 1939.6 米，是塞罕坝的制高点。在这个全场海拔最高、条件最为艰苦的护林防火瞭望点，因由夫妻常年在此瞭望守护森林而得名“夫妻望海楼”。所谓望海，望的是林海，观的却是火情。12 年来，瞭望员刘军、齐淑艳夫妇一直坚守在这里。在每年近 10 个月的防火期里，刘军、齐淑艳夫妇每天的工作就是每 15 分钟拿望远镜瞭望一次火情，做好记录，不管有无情况，都要向场部电话报告。算下来，他们每天要瞭望 96 次，一年要瞭望 2.8 万多。50 多年来，共有近 20 对夫妻守过塞罕坝里的望海楼。目前，整个塞罕坝机械林场还有 9 座望海楼。

生态越来越好，塞罕坝的美景更是早已声名远扬。塞罕坝国家森林公园每年吸引游客 50 多万人次，一年的门票收入可达 4000 多万元人民币。

塞罕坝还启动了迄今为止全国林业碳汇签发碳减排量最大的资源减排碳汇项目，保守估计可以实现上亿元收入。生态兴则文明兴，中国正在努力探索一条超越传统增长模式的绿色发展道路。

如今，更多的“奇迹岭”正在建设中。河北省“再造三个塞罕坝”工程已启动实施，森林覆盖率由 3.8% 增加到 32%。其中，防沙治沙重点区域内的张家口、承德两市，森林覆盖率分别达到 39% 和 56.7%，由沙尘暴加强区变为阻滞区。联合国环境规划署执行主任埃里克·索尔海姆说，中国现在正处于一个转折点，致力于建设一个更加绿色的家园。一场绿色变革正以前所未有的速度推进，在此过程中，中国创造了新技术和新实践，这不仅满足了中国国内的巨大需要，给其他发展中国家也带来了益处。[1]



“无人驾驶”离我们还有多远

图_视觉中国 责编_屈骞

去年7月，百度创始人李彦宏通过视频直播展示了一段自己乘坐公司研发的无人驾驶汽车的情景；五个月后，搭载阿尔法巴智能驾驶公交系统的无人驾驶公交车又在深圳福田保税区首次尝试运行。当然，需要注意的是，阿尔法巴的驾驶座上是**有**驾驶员的，系统采用的是**有**条件的自动驾驶。事实上“自动驾驶”与“无人驾驶”的概念是**有**很大区别的，但大家又常常将二者混淆。美国汽车工程师协会将自动驾驶技术进行了分级，其中L0属于传统驾驶，L1和L2属于驾驶辅助，L3-L5属于自动驾驶，L5的自动驾驶技术等级最高，也被称为“无人驾驶”。级别越高则意味着人为参与的程度越低，智能化程度越高。简单来说，无人驾驶技术等级最高，等于完全的自动驾驶，即开车这事完全交给了无人驾驶系统。

不过不管怎么说，看起来似乎无人驾驶汽车的时代真的就快要到来了。除了中国，汽车的智能化进程在世界各主要国家几乎都已成为各自的国家战略。几年前，智能汽车充斥在街道和高速公路上的图景还只是天方夜谭，但如今，Uber、谷歌、NuTonomy以及特斯拉纷纷展开了智能汽车的测试，并在竞争中不断改善技术，智能汽车正逐渐成为主流。



美国：优步是比较早的开展无人驾驶研究的企业。2015年，优步从卡耐基梅隆大学聘请了众多的专家，开始了自己雄心勃勃的计划。而早在2016年9月他们就开始了无人驾驶汽车载客服务的测试。在旧金山，虽然因为一些安全隐患问题而暂停测试，但优步公司仅仅隔了三天就解决了问题恢复了测试。



日本：一辆丰田无人驾驶汽车正在路上进行测试，该汽车由日本的国土资源部、交通和旅游部门赞助开发。在无人驾驶领域，丰田是迟到者，不过它并不着急。现在的丰田双管齐下，一方面成立丰田研究院自己研究无人驾驶方案，另一方面又拿出巨额资金投资创业公司，并展开并购。



英国：谢菲尔德的这款未来的驾驶系统叫作Podzero。这个小型的无人驾驶汽车正在用于公共载客，每辆大约25万英镑，一次最多可以携带4名乘客。这种自动化的汽车可以每天接待大约100次旅程。该款无人驾驶汽车是由一家名为RDM集团的公司设计。



瑞士：这是Rinspeed公司的一款全新自动驾驶概念车Rinspeed Snap，采用了独特的底盘和座舱分离式设计，提高用车的多功能性。这款概念车由两部分组成，一部分是高耐磨材质打造的滑板造型底盘，其上安装有动力总成和其他硬件设备；另一部分则是乘客安全座舱。这两个部分拆分便捷，乘客座舱部分可以根据需要变身露营房车或移动商店。

探寻“战斗民族”爱国主义军事教育

图_视觉中国 责编_屈骞

在斯塔夫罗波尔的一所军校校训中写着这样一条“明天从今天开始”，这所军事学校以 19 世纪俄罗斯著名的军事家阿列克谢·叶尔莫洛夫将军命名，他为俄罗斯征服了高加索地区。

俄罗斯南部曾经是哥萨克人的领地，用俄罗斯人的话来说那是善战勇士的家乡。在俄罗斯，少年军校有悠久的历史，十九世纪时贵族子女都必须要到军校进行学习。直到今天，俄罗斯的尚武传统仍没有改变。

叶尔莫洛夫少年训练军校地处俄罗斯南部的斯塔夫罗波尔市，是一家国营机构，大多数该学校的成员来自于俄罗斯积极的军队家庭或者安全部队家庭。叶尔莫洛夫少年军校为了打造出坚强的战士，从青少年一进入军校开始就训练他们的军事技能，同时注重爱国主义教育。学生们除了遵循俄罗斯中学的传统教学大纲，还有军事教育和体能训练的课程，他们将要参加包括游泳、射击、跳伞、野外生存等训练。



少年军校一直在为战争做着准备。俄罗斯少年军校的招生条件非常严格，通过体检后还要进行理论与体育的考试，然后按高分到低分录取。据介绍俄罗斯少年军校每天上课为 9 小时，其中军事课占总课时的 30%，要学习军事历史、军事条令、兵器及军兵种等知识。

在军校内，学生的体能训练是一个重要课程，没有好的体力将无法完成各种军事技能。俄罗斯少年军校的学生不分年龄大小都需要跟队参加体育锻炼，军事强国就是从这里起步的。

现在俄罗斯把青少年的国防教育提升至前所未有的战略高度，可以说这也是俄罗斯不怕搞事的底蕴。 [RU](#)

CROV 开锣

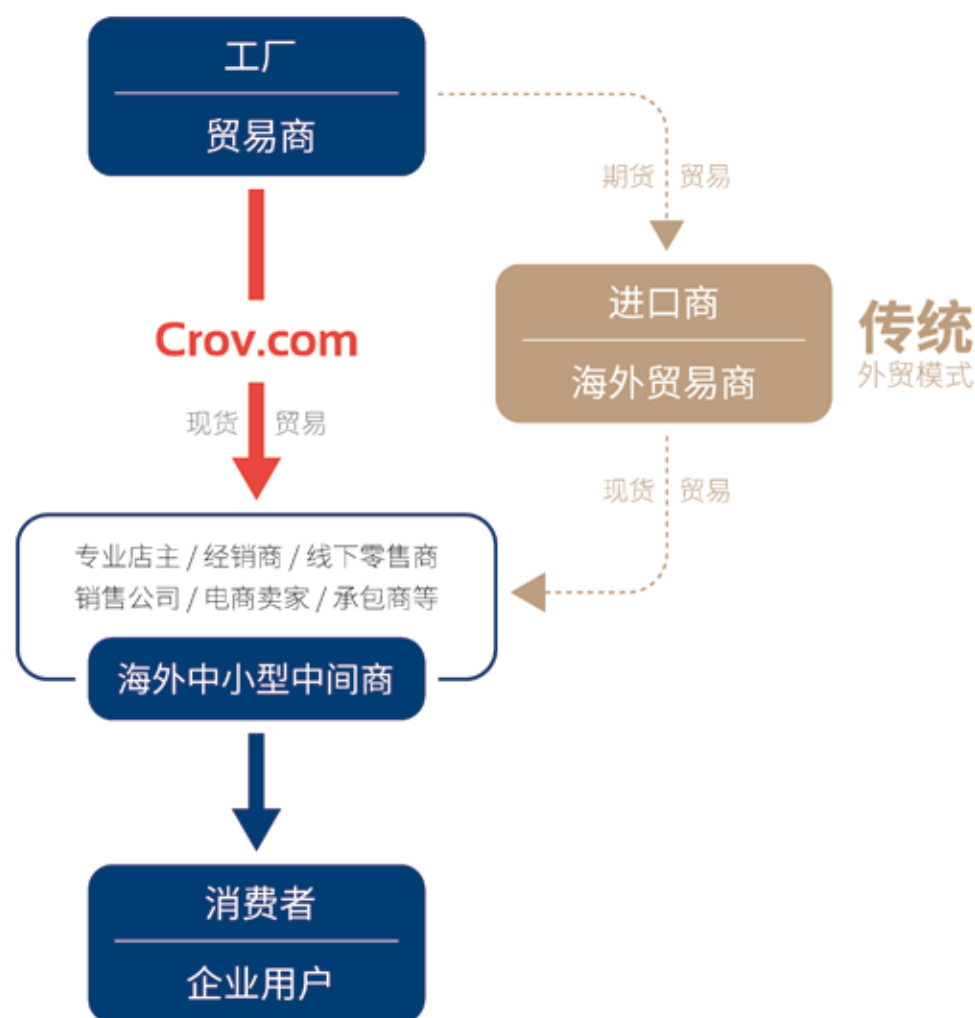
开锣 (Crov.com) 是中国制造网运营
商焦点科技于2017年推出的专业跨
境B2B在线交易平台。

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



段树坤

苍洱间的“蓝天白云”

采访_钱晶晶/任学奎 摄影_任学奎 责编_任学奎

段树坤说，白族扎染就是苍山洱海之间的蓝天白云。

1

风带走了沙，雨带来了花，白族的姑娘把扎染带回了家。蓝底上的各式图案清雅脱俗，洋溢着浓郁的生活气息，一如白族人古朴雅致的民族性格，引领人们回归自然静谧的生活要义。

苍山脚下，洱海之畔，汨汨的泉水顺着七拐八弯的巷道流淌，围绕着一座古朴幽静的自然村落——周城。在周城这座扎染之乡，最具话题性的风云人物还是张士绅，作为周城村最好的手艺人，也是云南省白族扎染唯一的国家级非物质文化遗产传承人。

上世纪四十年代出生的张士绅，自幼跟随母亲学习祖传扎染技艺。通过 20 多年的不断摸索，在祖传扎染制作工艺的基础上，张士绅创新发展了白族传统的扎法、花色品种，并在 1987 年成立周城村民族扎染厂。

作为工厂的领头人，他把厂子经营得红红火火，扎染产品远销日、英、美、加等 10 多个国家和地区，产值最高的一年曾达到 800 万元，外包扎花业务就带动本村和周边村民超过 5000 人。

不过，因为张士绅带领的扎染厂坚持使用传统板蓝根染料，恪守高品质传统制作工艺，致使制作成本高昂。在市场低价恶性竞争中效益不佳的周城民族扎染厂，最终在 2004 年倒闭关门。

接手扎染厂的人叫段树坤。

2

500 年前，周城段氏创建了“璞真染坊”。

段树坤作为染坊传承人的后代，从小就在耳濡目染中不知不觉掌握了扎染技艺。初中毕业后，段树坤曾在张士绅那当过几年工人。

“从小学习，我们是第十八代传人。”段树坤介绍，他们夫妇生长于云南省大理州喜洲镇周城村的扎染世家，对扎染有着深厚的感情，因为志趣相投，结为伴侣。

刚刚成家那两年，段树坤在扎染厂上班，妻子段银开在家扎花。当时，段树坤的两个兄弟还在上学，而扎染厂每月仅 100 多元工资，难以维持家用。1998 年，为了“淘生活”，段树坤从扎染厂辞职，恢复重建家庭作坊“璞真染坊”。段树坤恢复重建家庭作坊初期，正赶上大理市被列为全国首批对外开放的历史文化名城，渐渐成为游人向往和青睐的旅游热点城市。

本世纪初，大约 5 年左右的时间里，扎染迎来了高速发展期。

“哪怕你是北京的，拿货也要排队呢！”段树坤说起自己在 2003-2005 年赚得的第一桶金，有掩饰不住的自豪之情。

那几年，璞真扎染坊赚了两三百万元。他回忆，那时订单很多，北上广深的大工厂都自己找上门来要货，而大量的订单意味着高饱和和高负荷的工作量，段树坤夫妇每天要工作十四十五个小时，睡眠时间经常只有两个钟头。

2004 年老扎染厂倒闭，因为早年的感情，以及对市场的自信，段树坤夫妇决定筹资接下扎染厂。

3

2006 年，随着全村家庭作坊的复兴，扎染世家出生的非遗传人段树坤发现了一个问题：村里的年轻人都已经不再扎花，仅 60 岁以上的老年人继续参与扎花工作。段树坤产生了创建一所扎染博物馆，让扎染技艺延续的念头。



段树坤在染色

“年轻的时候，这个传统技艺对我来说并不是一个特别想做的工作，一直想放弃，但是因为当时生活比较困难，于是为了生存才坚持做下去。后来我们发现越来越多的年轻人都不愿意从事这个扎染技艺，整个扎染工人渐渐趋于老龄化。”



段树坤伸出自己的双手说，你看我们做扎染的手，都是老茧，而且指甲盖还显得特别脏，所以年轻人肯定不愿意做啊。此外，据段树坤介绍，与几十年前不同，过去学习扎染“事关生存”，现在生存压力没有了，很多老手艺人也不愿意再将一些复杂的技艺展示出来，“时间长了就会忘记，然后就会失传了”。

2008年，段树坤将老厂厂房完善成为两个“三坊一照壁、四合五天井”白族民居院落，并将其更名为“璞真扎染博物馆”。

博物馆的藏品包括扎染工具、扎染成品两大类。其中图样1900多种，塑料模板近3000张，色卡五六百张，服饰、头巾、床单、桌布、被面700多件，最古老的服饰、被面已有近百年历史。通过活态展示扎染历史和工艺流程，在博物馆传承扎染技艺，吸引了众多游客体验、参观。

段树坤告诉我们，扎染技艺到现在已经没有“传男不传女”的秘密，他希望能够起到“传承人”的作用，将这门手艺完整地记录下来，并传递出去。

如今他们年仅9岁的女儿，已经可以将扎花做得像模像样，“从传承人的角度讲，我希望她能将扎染继承下去，但从父母的角度

讲，未来我们还是尊重她自己的选择”。



扎染是一种独特的染制工艺，民间素有“疙瘩染”之称，即浸染前先在白布上印上设计好的花纹图样，然后用针线将“花”的部分重叠或撮绉缝紧，呈“疙瘩”状。经反复浸染后，拆开色泽未渍的“疙瘩”即成各种花形，成品蓝底或青底白花，清新素雅，韵味独特，有一种强烈的艺术感染力，因而深受人们的欢迎。

2003-2004年，很多背包客来大理采风。这些“文艺青年”喜欢扎染工艺但手头拮据，就问段树坤夫妇能不能给自己穿戴的T恤衣服围巾扎花，省个布料钱。段树坤告诉我们，璞真的态度一向是“谁来都会教的”，扎花的过程中，背包客们自己也有了参与和学习。

传统扎花最开始只有三种花纹（针法）：小蝴蝶、毛虫花、蜘蛛花，这些周城妇女都会，“没难度”。

当背包客到来，古老传承的扎染技艺和现代的设计理念发生了碰撞，一批批改良创新的时尚扎染产品诞生了：色彩上，打破了传

统的蓝白两色，出现了多层次染色；款式上，也出现了接近尼泊尔、泰国、印度风格的时尚围巾、服饰。

对段银开和段树坤夫妇二人来说，做扎染是一生的事业和追求。但身为白族扎染非遗的传承人，使他们不能仅仅满足于做与世无争、专心工艺的匠人。为了传承白族扎染，他们每年都组织村里的妇女，来接受免费扎染技艺培训，并为她们的成品寻找销路。

如今，在璞真扎染博物馆内有一块一百多平米的“扎染体验区”，灰色水泥地上摆放了六张矮矮的方木桌，桌布皆是蓝白扎染，每张木桌四周各有一张长条木凳。这里专供游客来体验扎染的扎花工艺。

现在段树坤夫妇除了创作的需要，已经很少再亲自去扎染，他们把主要精力放到“传承”上来。他们兼任了一些高校设计院系的“教授”工作，经常会有来自昆明或者更远方的大学生来璞真扎染博物馆学习。

苍山巍峨，洱海清澈，山水之间的大理周城因白族扎染更增添了一种韵味。一份情怀，一份坚守，段氏夫妇用自身行动诠释了匠心精神。 [E]

2017财经事件关键词：拐点

编撰_任学奎 图_视觉中国 责编_任学奎

向左，或是向右。这是 2017 年做得最多的选择题。

据日本媒体报道，造假铝制品波及客户约 200 家企业，以汽车厂商等为主，包括丰田、本田、马自达、三菱、日产和铃木在内的日本车企巨头都已受到波及。

1 日本制造“滑铁卢”

10 月 8 日，一条关于“日本制造”的重磅丑闻曝出，舆论哗然，业界震惊。

始创于 1905 年的日本钢铁企业神户制钢所当天承认，在 2016 年 9 月至 2017 年 8 月底期间，违反合同篡改了强度和尺寸等质量数据，涉及其中的产品包括铝制零部件 1.93 万吨、铜制品 2200 吨、铝锻件 1.94 万件，约占铝和铜业务年销售额的 4%。

事件影响巨大，日本媒体形容其为“动摇日本制造”的“神户冲击”。加之早些时候多家日企曝出的造假丑闻，“日本制造”这个国家品牌正在蒙上阴影。

2 共享经济“生与死”

2017 年，在创业圈最火的词应该就是“共享经济”。项目从单车、充电宝、手机，到睡眠舱、汽车、雨伞、服装、马扎等，可谓五花八门、层出不穷。共享经济已经成为 2017 年的资本风口。

在历经一年多爆发式增长后，“共享们”2017 年猛然刹车，沦为死亡重灾区。截至目前，共有 19 家投身共享经济的企业宣告倒闭或终止服务。仅共享单车行业，2017 年就有悟空单车、小鸣单车、酷骑单车等近 10 个项目相继停止运营。



根据国家信息中心分享经济研究中心的预测，未来几年我国共享经济仍将保持年均 40% 左右的高速增长，到 2020 年，共享经济规模会占到 GDP 的 10%，2025 年预计达到 20%。

3 乐视危局

仅仅一年的光景，乐视和贾跃亭，明星互联网公司和中国版的“贾布斯”，命运都发生了 180 度的转变。一年前那个舞台上风光无限的人，在 2017 年的 12 月跌入谷底。

从 2016 年 11 月乐视资金危机爆发至今，乐视危机就如同一部电视剧，既有贾跃亭的“中国好同学”真金白银来救火，也有融创“白衣骑士”融资输血 150 亿，还有易到与乐视 13 亿借款归属纠纷……

2017 年 7 月，贾跃亭辞去了乐视董事长职位，出走美国专注造车生态梦。这一年来，“乐视的未来”和“贾跃亭何时回国”一直都是舆论的焦点，乐视危机牵连甚广，最终以何种方式解决，我们也只能等待。

4 联通混改

混改是国企改革的重要突破口，在这个突破口上，中国联通作为首家在集团公司层面进行混改的央企已然出发。而这次联通混改，百度、阿里、腾讯、京东等 4 家互联网巨头纷纷现身，无疑成为一大看点。

对于联通来说，利润增长出路在于创新业务的快速发展，以及 5G 时代与互联网巨头形成优势互补的利益共同体。在这方面，联通正在迈出新步伐。

2107 年 12 月 8 日，联通在线公司在京挂牌，全面发力消费互联网领域。业内人士称，这预示着中国联通与 BATJ 等互联网巨头的联系

已经不局限在资本层面，而是在业务层面产生交集。

联通与 BATJ 等战略投资者的结盟，成长空间显而易见，联通混改“红利”数年之内必将显现，已成为机构共识。但我们现在的共识是，混改的“红利”尚未见端倪。

5 雄安！雄安！

80 年代看深圳，90 年代看浦东，21 世纪看雄安。

2017 年 4 月 1 日拉开大幕的雄安新区，是继深圳经济特区和上海浦东新区之后，又一国家级新区，被誉为千年大计、国家大事。一年下来，新区一派繁荣。央企、金融机构、互联网大佬等踊跃入驻，囊括建筑、能源、运营商、金融、房地产、网络安全等行业。

雄安新区承载着“非首都功能疏解”“区域增长新引擎”功能，是京津冀协同发展的重要一棋，是中国新时代城市群建设的标杆工程。

6 从炒房到住房

“房子是用来住的，不是用来炒的。”

2017 年，中国房地产遭遇“史上最严调控”。据不完全统计，2017 年 3 月至今，已有超百城发布 150 余次楼市调控政策，热点城市不断限购、限贷、限价、限售、限商。至 10 月份，10 个热点城市新建商品住宅价格跌回 1 年前，重点城市房地产市场呈集体降温之势，去投资化趋势明显。因此，许多投资者将目光投向了海外房产市场。

2017 年底，深圳再出“限售令”，关于房地产的调控政策至今未有放松迹象。图

2017, 日本制造的“末日”

文_刘朝晖 图_视觉中国 责编_任学奎

“德国制造”“日本制造”一直被视为质量过硬的代名词,尤其是“日本制造”,以先进、可靠和精益求精著称。很多年来,日本制造,是一个套着光环的神话般的存在。

成功易,守功难。

可能谁都没有料到,神话的覆灭会来得如此快、如此猝不及防。最近几年日本制造业丑闻频出,从丰田召回,到高田破产,再到最近传出神钢集团造假,“日本制造”的形象和声誉轰然崩塌,给人带来的冲击和留下的感叹,远远超过强者渐渐由盛到衰的渐变。

“神钢”造假十年坑惨客户

2017年10月8日,日本制造业巨人神户制钢所爆出数据造假丑闻震惊了全球。日本第三大钢铁企业神户制钢所承认篡改部分产品的技术数据,以次充好交付客户。

作为日本本土铝、铜产品的“百年老店”,神户制钢是一家以钢铁业为核心的综合性跨国公司,创立于1905年,是日本工业三大主力厂商之一,年营业额相当于1000亿元人民币。据悉,神户制钢



道歉的神户制钢 CEO 官川崎博



2017年8月底公司内部调查发现,旗下3家工厂和1家子公司长期篡改部分铝、铜制品出厂数据,冒充达标产品出售。

在截至2017年8月底的一年里,有约2.15万吨铝和铜制品流入大批企业。这些问题产品约占该公司年产量的4%。涉及的工厂在产品出厂前就早已发现了产品在某些方面不达标的情况,但这些工厂不但没有上报情况,反而还在产品检查证明书上强行修改了产品强度、尺寸等数据……

丰田、斯巴鲁、马自达等日本汽车企业、日本人引以为豪的新干线、日本国产客机的希望MRJ以及火箭H2A等200多家使用神户制钢产品的日本公司,由于使用了问题产品受到不同程度的波及。而在全球范围,受到问题产品牵连的企业高达500家之多。

由于铝和铜在制造业领域使用广泛,神户制钢这批有问题的产品涉及范围相当广泛,上至飞机、新干线所用零件,下到易拉罐材料。这些问题产品不仅“坑”惨了日本车企,还让通用、福特、特斯拉、英特尔、波音、空客等一大批跨国企业为之陡然色变。

这项丑闻一经曝光即引起极大震动,神户制钢股价在两个交易日内暴跌34%,市值跌去约15亿美元,日本制造业的口碑再次遭受沉重打击。

据央视新闻报道,神户制钢所副社长梅原尚人就篡改数据造假事件致歉,他承认问题产品“可能引发安全问题,我们也请客户进行检查。现阶段,尚未发现可能因此引发的安全隐患”。本次篡改数据造假事件牵扯了包括管理层在内的数十名公司雇员,也就是说篡改数据并非个别人所为,而是工厂、子公司整体性质问题。

事实上,这次伪造数据并非神户制钢的“初犯”。2016年,该公司就被曝篡改数据,旗下一家生产钢丝的子公司在9年里持续伪造不锈钢产品强度,将不符合行业强度标准的产品“以次充好”出售。调查还发现,神户制钢部分产品从10年前开始就一直沿用篡改后的数据。更有报道称,神户制钢篡改品质检测数据的“黑历史”至少可以追溯到40年前。

汽车企业质检丑闻频现

一波未平一波又起。如果说在神户制钢的造假事件中,日本汽车企业是受害者的话,那么还未从神户制钢所造成的负面影响中完全脱身的日产汽车和斯巴鲁汽车,又被爆出了质检问题,自己也成为了不折不扣的质量造假者。

2017 年 9 月，国土交通省对日本国内的日产汽车制造工厂进行突击检查，结果发现其使用无认证资格的员工进行汽车出厂安全检测。问题曝光后，日产汽车没有进行彻底整改，部分工厂无资质检验员依然在岗。随后的调查还显示，日产汽车在几乎所有国内工厂常年使用无资质检验员“糊弄”出厂安全检验。

新车出厂前的安全检查本该由国土交通省负责，不过为方便企业进行大规模销售，国土交通省允许通过了新产品型式试验的制造商自行完成对每辆新车的出厂检验，条件是必须由持有国家资格证书的检验员进行，以此保证结果真实可信。日产汽车采用了无认证资格的质检员工，这不仅引发了用户的焦虑情绪，还动摇了日本的认证体系。

为了最大程度上降低“质检门”的影响，日产欲在日本本土召回 2014 年 1 月至 2017 年 9 月制造的“NOTE”和“赛瑞纳”等 38 款车型，约合 116 万辆汽车，其中包括向五十铃汽车、铃木、马自达和三菱汽车进行贴牌生产供货的车辆。目前，日产汽车不得不停止出产汽车给日本市场，并且紧急召回 120 万台被未经授权的技术人员检修的汽车。

斯巴鲁汽车近日被爆出的车辆质检造假丑闻，让日本汽车的品质管理体制再次受到拷问。

据日本共同社报道，斯巴鲁汽车存在使用“无资格证检查人员”的问题，涉及“质检门”的两家工厂分别为斯巴鲁公司设在群馬县的总工厂和矢岛工厂。此次造假事件与此前曝出的日产造假一样，都是无资格人员在检查记录文件上盖章造假，并且报道指出这样的造假行为已经延续了 30 年之久。

有媒体统计，如果斯巴鲁决定将近三年以来生产的所有涉事车辆召回，涉及到的车型包括斯巴鲁森林人、傲虎、力狮、翼豹、XV 和 BRZ 等共计 25.5 万辆，召回费用约为 50 亿日元（约合 2.9 亿人民币）。

实际上，关于日本汽车的质量和造假事件，近年来几乎就没有消停过。

但对于日本汽车行业最大的打击，大概要数高田问题气囊事件。高田气囊原本是日本制造的骄傲，公司从 1987 年开始生产安全气囊，并在其鼎盛时期成为世界第二大安全产品生产商。



日本汽车制造商斯巴鲁总裁吉永泰之召开新闻发布会为“质检门”丑闻致歉

2008 年 11 月开始，本田首次因为高田安全气囊问题召回了 4000 辆车，没想到，从此一发不可收拾，因为使用存在安全隐患的气囊，使大众、通用等汽车公司被迫召回数千万辆汽车。

这起事件被美国媒体称为“有史以来最恶劣汽车安全丑闻”，而高田公司也因此于 2017 年 6 月申请破产。因气囊问题，高田的负债总额超过了 1 万亿日元（约 614.5 亿人民币），这也使得高田成为日本二战结束后最大规模的制造业破产案例。

一系列造假及质量事件，严重打击了日本汽车业的声誉和口碑。日本《朝日新闻》2017 年 10 月 26 日报道称，日本政府向日产汽车下达了罕见的无限期监视令。2016 年油耗造假丑闻曝光的三菱汽车也受到国土交通省严格监视，不过期限为三年。

日本企业缘何集体“沦陷”

日本国土交通大臣石井启一在得知神户制钢所造假后说：“它们撼动了日本制造业的信誉，日本制造业向来以高品质和安全著称。”当然，造成“日本制造”的崩塌，绝不仅仅是神户制钢的造假和汽车企业的质量问题，“大坝”崩塌前的“管涌”，在日本多个产业领域早已出现。

日本传统产业家电行业可谓是“集体沦陷”。

2015 年深陷财务造假丑闻，加上核电业务危机等，让本就经营状况不佳的东芝陷入泥潭，2017 年初不得不宣布变卖闪存业务以求自救。

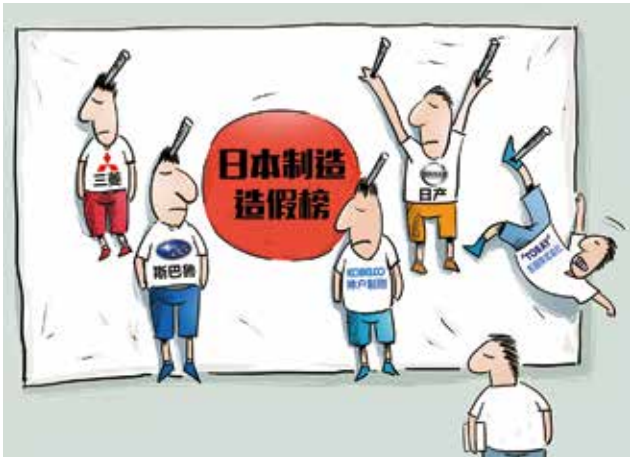
而在 2011 年和 2012 年连续两年亏损超过 7000 亿日元之后，松下电器忍痛对等离子、半导体等亏损业务进行剥离和重组。2008 年开始业绩持续亏损的索尼，虽然目前扭转了亏损局面，但已难重现往日荣光。夏普在陷入长期亏损后，最终不得不以 62 亿美元“卖身”给富士康。

此外，日本空中自卫队 F-4 战斗机自行起火，被指也和神户制钢有关；一度被神话为“世界第一”的苍龙常规潜艇，因为性能不足接连在澳大利亚和印度招标中落败；英国引入的日本高铁，200 公里时速足以在中国高铁面前蒙羞不说，还在首次运营时出现大面积漏水、延误故障……

看到日本制造业的大溃败，人们不禁要问，日本制造业这是怎么了？

上海国际问题研究院副研究员陈友骏在接受采访时指出，经过“失去的 20 年”后，日本经济始终没能回到正常发展轨道，在这一背景下，日本企业进入较为艰难的生存期。为争取利益最大化、守住市场份额，不排除部分企业采取极端手段或欺骗手段的可能，这也反映出日本国内经济面临较大下行压力。

安倍政府虽在国内力推“安倍经济学”，强调通过结构性改革，促进制造业转型，但是，力度和成效不彰，这也给企业增加了负担。



实际上，日本制造业近年来有种“吃老本”的感觉，但老本的底子越来越薄，传统竞争力被周边国家蚕食。这导致企业在新竞争时代，尤其是泡沫经济破灭、全球金融危机之后，不能很好适应新的市场竞争环境，渐渐被经济全球化所抛弃。

《经济参考报》曾分析称，日本制造业的集体跳水，反映了日本制造业目前遭遇转型期的尴尬和试图“再崛起”的无奈。在夹缝中，曾经风光无限的日本品牌急于求成或掩盖下滑业绩，这是导致日本制造业近年来丑闻不断的根源。

每经网公布的一张排名表显示，1996 年时，财富 500 强榜单上的日本企业多达 99 家，与美国不相上下；但是到了 2006 年，已经减少至 70 家；再到 2016 年，仅剩 52 家，比 20 年前，锐减了将近一半。其中一些知名企业的名次下滑更是让人触目惊心。

造假丑闻背后更深层次的原因或许跟日本的文化土壤也息息相关。

新华社发文指出，如果跳出企业视角，日本的“隐瞒文化”“篡改文化”“歪曲文化”正在日本各界弥漫。以安倍夫妇卷入的森友学园丑闻为例，不仅首相官邸和自民党上下拼命捂住盖子，日本财务省的相关知情部门也在隐瞒、篡改乃至销毁对安倍夫妇不利的证据。而这些正在战胜日本传统的“耻感文化”，导致日本社会对谎言、造假的“耻感”阈值急剧降低。

然而在分析日本文化的代表作《菊与刀》中有这样的句子：“在‘耻感文化’中没有坦白忏悔的习惯，因为只要不良行径没有被别人发现，就不会感到耻辱，也就没有必要坦白忏悔而自寻烦恼。”

看来，即便在“耻感文化”中，也给造假篡改的行径留下了空间。日本企业如果不能正视一连串的造假丑闻正在敲响的警钟，神户制钢绝不是多米诺骨牌的最后一张。

因追求极致而一时领先，因实力不逮而终现原形，这是日本制造的惨痛教训。📌

2017财经人物关键词：谢幕

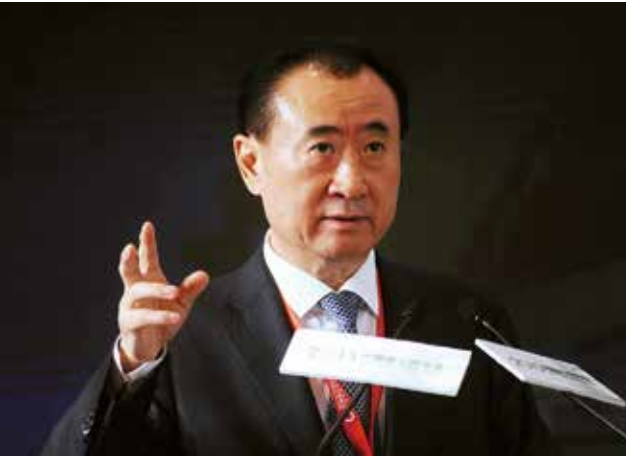
编撰_任学奎 图_视觉中国 责编_任学奎

编者按：

2017年，我们告别了一个时代。

一个令人唏嘘的时代。

1 “一无所有”王健林



2017年1月，王健林在万达年会上把崔健的《一无所有》飚出了专业水准，那时候是他人生的巅峰。在2017年上半年，王健林风光无限，万达集团资产无限逼近万亿，营收过千亿，各种国际化的并购消息不断……

然而，到了年中的时候，风云突变。

银监会要求银行系统排查万达等企业风险，万达系同步暴跌，遭遇股债双杀，王健林的资产大幅缩水。重压之下，王健林谋求转型，将文旅资产打包卖给了孙宏斌，酒店资产给了李思廉。

年底，一篇据说“居心叵测”的公众号彻底将王健林打落神坛，姑且不论其内容的真假，年初风光无限的王健林或许从没有想过这个年末居然会出现如此的反转剧情，不知道2017年的年会他还敢不敢再唱一次《一无所有》。

2 李嘉诚的“大买卖”



前华人首富李嘉诚“跑路”的猜测绝不是这一年刚出现的。数年前陆续从大陆撤出自己投资的项目开始，李嘉诚“要跑路”就成为坊间津津乐道的谈资。

不过李嘉诚本人虽一直动作不断，但却始终否认这些坊间的传闻。

他的动作在2017年达到了顶点。

1月以约424亿港元收购澳洲能源公司DUET集团；7月以144.97亿港元卖掉香港电讯业务，随后用142亿港元收购德国能源巨头。11月1日，李嘉诚又以402亿港元出售位于中环中心的股份，创下了香港商厦物业交易的最高成交记录。

一连串的“大买卖”让舆论产生出李超人加速“跑路”的猜疑，甚至有传闻称，李嘉诚全家已经移民加拿大。

3 退休吧，王石



2017年6月21日，王石发表公开信，他声称自己不再担任万科董事长，接力棒将传给郁亮。

对于王石来说，做出这个退休的决定是艰难的。正是在他的带领下，万科在最近30年里发展成为中国最知名的房地产企业。有人总结说，王石退休前给中国股市留下一个好公司，也给商学院留下了“万宝之争”的好案例，同样，也给舆论留下了小女友田朴珺的八卦轶事。

不过，万科的王石时代落幕了，并不意味着王石服了老。

就在2017年12月底，他宣布再次创业，成为一家推广赛艇运动的公司创始人……这是一个同样艰难的决定。

4 “教父”鲁冠球

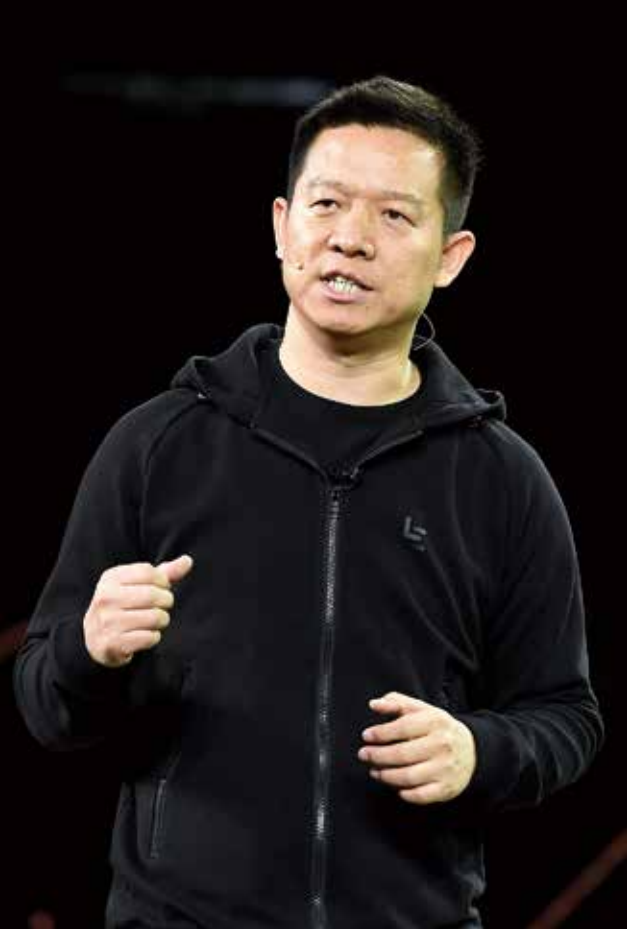


2017年10月25日，浙商代表人物鲁冠球逝世，享年72岁。

1945年出生的鲁冠球是第一代浙商群体中的“教父”级人物，被冠以民营企业家中的“常青树”。

1969年7月，带领6名农民，集资4000元，创办宁围公社农机厂。40多年后，这个手工作坊式的农机厂成长为今天控股4家上市企业、在海外10国拥有22家公司、年营收超千亿的“万向系”。

5 “老赖”贾跃亭



曾经的“颠覆者”变成了如今的“老赖”，贾跃亭的2017年无疑是一场不折不扣的“滑铁卢”。

半年时间内涨幅500%，峰值市值超过1700亿元，业务遍及电视、手机、体育、影视、网约车等多个焦点板块，作为上述过往荣誉的承载者——乐视生态，乐视网曾被誉为“创业板第一股”的公司，如今同时被深证成指、深证100指数、创业板指这三大指数踢出门外。

两年前被标榜为“贾布斯”的贾跃亭几乎是国内最耀眼的“资本宠儿”，现下其所持乐视控股、乐视致新、乐视网等众多股权被冻结，乐视生态多个业务环奄奄一息。

与此同时，贾跃亭也在2017年12月被法院列入失信联系人名单，北京证监局三次喊话，要求贾跃亭回国履责。12月31日，回来的是他的妻子甘薇。 

“使命归来”贾跃亭

文_陈炜 图_视觉中国 责编_任学奎



这大概是关于贾跃亭最近的新闻了。

2017 年 12 月 31 日是北京证监局要求贾跃亭回国的最后期限。这天早晨，贾跃亭妻子甘薇发布了一条定位于“北京首都国际机场 T3 航站楼”的微博，她称“2017 年最后一天，使命归来”。

甘薇“使命归来”，而贾跃亭继续滞留境外，为他最后的产业“FF”（法拉第未来）呕心沥血。

不可复制的人

北膏腴村隶属于山西省临汾市襄汾县汾城镇，总面积 9.8 万平方米。据当地村民介绍，该村的成形最早可追溯至南朝时期。自明代崇祯朝之后，林木茂盛，雨量充沛，久而久之，土壤日渐肥沃，使得农作物连年丰收。

之后这里人口剧增，逐步形成大村，因为这方土地肥得如同膏脂，腴得五谷丰登，便起名为“北膏腴村”，当地人习惯将该村称为“北高一村”。

44 年前，“著名商人”贾跃亭就出生在“北高一村”。

贾跃亭有一个哥哥，一个姐姐，哥哥名叫贾跃民，大贾跃亭 5 岁，姐姐名叫贾跃芳，大贾跃亭 10 岁。贾跃亭家的院子不久前还修整过，以前的环境更差，当年的土房没有玻璃，贾跃亭的父亲就用塑料布将窗户封住，抵挡风寒。据村民介绍，贾跃亭的父亲是当地一名教师，母亲没有固定工作。

贾跃亭小名叫“牛娃”，即使时光过去了近 40 年，与贾跃亭认识的村民们仍然难以改口。“当时以为牛娃会考上大学，之后在城里当个老师。”一位村民回忆说。

贾跃亭上高中的时候，他的哥哥和姐姐已经考上大学，离开农村，当时被视为全村的骄傲。虽然贾跃亭同其他的农村小孩一样，喜欢逃课，打架，但是每次考试成绩都很不错，这是贾跃亭同其他同龄小孩明显的区别。贾跃亭高中毕业后，顺利地考上了山西省财政税务专科学校。该校现任校长赵丽生说，该学校拥有深厚的历史底蕴，同时拥有强大的校友资源。但是，“贾跃亭没有回来过，同时我也没有听说他在公开场合谈到过自己的母校”。

在同学和同事的眼中，贾跃亭是一位非常果断的人，有着自己非常坚定的主见，同时拥有非常强的执行能力。“有些人点子很多但是执





2017年1月3日，美国拉斯维加斯，乐视电动车初创公司法拉第未来（Faraday Future，即乐视FF）在CES 2017大会上正式发布首款量产电动车FF91

行力差，很明显，贾跃亭并不属于这种人。”赵丽生说。

“我在学校并不过多宣传贾跃亭，因为他不具有代表性。”在赵丽生看来，贾跃亭的思维同培养他的学校没有必然联系，主要是靠自己。他的思维具有稀缺性，并不是每一个人能够具备，贾跃亭的成功很难被复制。

在公共场合，贾跃亭很少提及自己的过去，人们对于他的了解很大程度上也是停留在贾跃亭的乐视时代，这种身世的隐秘在赵丽生看来是贾跃亭自卑的体现，出身一般，没有耀眼的学历和学校背景，这些同贾跃亭宏大的目标有点格格不入。

2012年，贾跃亭为北膏腴村的村民捐了一口机井，村民则为贾跃亭立了一块功德碑，碑上写道，“贾心安及乐视网董事长贾跃亭共同商定由贾父子捐资八十余万元”。在碑文上，还记载着贾氏父子之前曾经为全村捐资盖了一幢钟楼的事情。

“变形记”

1995年，贾跃亭从山西省财政税务专科学校毕业后，跟随女友李莉去了垣曲县，开始了自己的职业生涯，并随后同李莉结婚。李莉是

贾跃亭在读书期间的同班同学。据知情人透露，李莉是山西省垣曲县人，而李莉的父亲李广彬当时是垣曲县的常务副县长。

大学毕业后的贾跃亭曾经在垣曲县地方税务局（后称垣曲县地税局）工作过一段时间，工作内容是做网络技术管理员。

据垣曲县地税局的办公室主任张伟回忆，贾跃亭是在税务体制改革后，从财政系统进入地税局。当时贾跃亭的工资大概在300元左右。在那个时候，300元左右的工资可以满足一般的消费需求，同时也是公务员的标准收入，这份工作令很多人羡慕。

“贾跃亭当时在这里工作不超过一年就离开了。后来贾跃亭曾经开办卓越学校，位置就在垣曲县职业中学边上。”张伟说。

但据了解，当时李莉的父母并不了解贾跃亭辞职后的情况。

在垣曲县时，贾跃亭和李莉育有一个孩子。贾跃亭同李莉离婚后，孩子则一直跟随李莉生活。后来，李莉改嫁给北膏腴村的村长，孩子也跟了过来。“直到最近几年，孩子才到北京生活”。

贾跃亭当时在地税局的同事李泽回忆，贾跃亭离开垣曲县税务局之后，第一个创业项目便是创办了卓越学校。之后，贾跃亭建立了垣曲县卓越实业有限责任公司，“这家公司的业务范围非常的广泛，只要

能赚钱的项目基本都会做。”

贾跃亭的整个职业经历非常复杂，“贾跃亭做过学校，不仅仅是电脑培训，还曾经做过私立中学，同时，还涉及了钢材生意和煤炭生意。贾跃亭的生意基本没有固定的范畴，基本是什么赚钱就做什么，只要有赚钱的机会，贾跃亭就会去做。”贾跃亭的大专同学李龙说。

贾跃亭当时买了一辆SUV，在不同的县里寻找合适的项目与合作方。就是在这不断的寻找过程当中，贾跃亭的财富越来越膨胀，也为贾跃亭后来的不断发展奠定了基础。随着生意越做越大，2000年前后，贾跃亭开始向太原和长治等城市发展。

贾跃亭“上城”

乐视网首次公开募股的招股书显示：1999年7月，贾跃亭设立太原市西伯尔电子工程有限公司（后称太原西伯尔），经营范围包括电力配件、防漏保护器材以及电子产品的批发和零售等。

据澎湃新闻报道，贾跃亭在太原发家靠的是“基站配套设备”业务。2002年，贾跃亭在一次吃饭的时候，偶尔从邻桌客人那里听说了“基站配套设备”这个名词，他敏锐地意识到，电信业迅速发展，而基站蓄电池在当时几乎是市场空白点。

于是，贾跃亭成立了以做基站配套项目为主的科技公司，也就是山西西贝尔通信科技有限公司（后称山西西贝尔），并在一年时间内，拿到了联通在山西大半的业务，赚得盆满钵满。

乐视上市后披露的财报数据显示，在2009年，山西西贝尔的净资产为14999.44万元人民币，总资产为16685.61万元人民币，资产负债率仅有10%，净利润为854.81万元人民币。

山西西贝尔通信科技有限公司主要业务是为边远、偏僻地区移动通信运营商提供基站信号放大业务。

2003年，贾跃亭作为自然人股东成立北京西伯尔通信科技有限公司（后称北京西伯尔）。2004年11月10日，贾跃亭注册成立乐视网信息技术（北京）股份有限公司（后称“乐视网”）。

2006年，贾跃亭成立西伯尔联合通信科技（北京）有限公司（后称西伯尔科技），初始注册资本1800万元人民币。2007年11月上市新加坡主板，主营业务为研究、开发计算机软件及网络产品以及系统集成。随着不断的增资，到2013年，该公司的注册资本已经达到4300万美金。

在新加坡主板，这家公司的名称为Sinotel Technologies，通过上市，该公司融资规模将近2亿元人民币。乐视上市后披露的公告声称，贾跃亭将山西西贝尔的部分资产注入了Sinotel Technologies。

据知情人透露，在从太原到北京期间，贾跃亭婚姻曾有过变化。贾跃亭曾经同在太原西伯尔打工的一位员工交往，但很快又分手了。之后在北京，贾跃亭认识了现任妻子甘薇。

财富之谜

贾跃亭从建立北京西伯尔之后，一方面成立西伯尔科技，继承北京西伯尔的科技实力，谋划新加坡上市，同时建立乐视网，不断探索新的盈利模式。

2004年，乐视网首次公开了自己的公司简介，当时的官方网站上如此介绍乐视网：乐视网信息技术（北京）股份有限公司是一家专注于3G手机移动流媒体的服务商，公司主要从事为互联网用户提供网络清晰视频服务、网络标清视频服务、个人TV服务、企业TV服务、为手机用户提供手机电视服务，为广告主提供视频平台广告发布服务。

据搜狐财经报道，贾跃亭初步建立乐视网的初衷主要是能够成为3G时代的手机流媒体内容供应商，一旦3G技术开始启用，手机应用将会出现巨大的革新，不仅仅是手机功能，包括各种软件、音乐、铃声、游戏等等将会在性能上同样获得较大进步。

在当时，众多的PC媒体盈利模式较为单一，据《全媒体时代媒体多元盈利模式的比较探析》论文描述，早期的视频网站唯一的盈利模式是通过引入巨大的流量后，吸引广告商的加盟。这种盈利模式不仅仅适用于2005年上线的YouTube，同样适用于中国随后出现的土豆网和优酷网。

但是，贾跃亭在众多视频网站试图吸引广告的激烈竞争中找到了新的道路，那就是在盗版视频横行的时代，贾跃亭成为了正版版权的“二道贩”。

据统计，乐视网在版权积累上的花费非常少，三年的版权费用加起来也不到6000万元人民币。

2007年底，当时的国家广播电影电视总局（现为“国家新闻出版广电总局”）和国家信息产业部联合颁发了“第56号令”，要求视频网站播放的所有节目内容都要有正规版权。至此，从2009年开始，版权的价格突飞猛进。

正是在版权价格的飞速发展中，乐视网在2009年后将三年内积累的版权销售给其他网站，从中获得了巨大的收益。同时也通过版权收益，获得了在创业板上市的车票。

2010年8月，名不见经传的乐视网在创业板上市，成为首家在A股上市的视频网站，澎湃新闻认为，乐视网的资产状况能够成为当时所有视频网站当中唯一一个成功登录A股的企业是至今业内未解的“谜题”之一。

2013年10月，40岁不到的贾跃亭持有乐视网的市值超过140亿元，成为创业板首富。**11**

（本文改编自《中国新闻周刊》2017年第30期，不代表本刊观点）

今年去哪里“发财”

整理_任学奎 图_视觉中国 责编_任学奎

编者按：

最新海关统计表明，在2015年和2016年，以人民币计算的中国外贸进出口贸易额曾经分别下降7%和0.9%，而在2017年前11个月，中国的货物贸易进出口总额比上年同期增长15.6%。其中，出口13.85万亿元，增长11.6%；进口11.29万亿元，增长20.9%。

这组数字说明了什么？就是在你觉得外贸越来越难做的时候，的确有些企业抓住了这一波机遇，赚到了钱。然而，并没有什么用……所以我不太喜欢看商务部或者海关的数据，这些数据太振奋人心，太宏观，同时也太抓不到头绪。

在一片向好的数字中，我们很难找到自己想要的“发财点”在哪里，但本文不一样。



1 如果我是你，就一定会相信印度并没有13亿人口的大市场

在印度，那些最大最明显的投资机会显然已经很难找到了。而且印度很多2C的平台现在面临的最大问题是，即使你可以不断地增长你的用户，但是，大部分用户都没那么多钱可以花了。

莫迪政府确实发布了一系列很好的经济政策，比如GST税改，“印度制造”等，但是这些政策的效果，还需要很长的一段时间才能体现。如果长期下去印度还是存在着大量的人力车夫、街头摊贩和搬运工人（而不是有固定就业，拿工资的工人和服务业从业者），那么它就并不能算一个13亿级别的市场。

我们也希望如果莫迪在2019年获得连任，能够采取一些更大胆的政策。但是对于投资者而言，任何政策的结果，都需要等待一段时间

才能在市场上反应出来。所以对于投资者而言，要找到下一个能够立竿见影的大机会实在是件很愁人的事情：不是说没有，而是说需要有超常的判断能力和非常好的耐心。

2 如果我是你，继续做拉美市场的计划吧，当然，只是计划

近年来中国电商在亚洲、东欧及非洲积极地拓展着市场，但是拉美却一直是一块难啃的骨头——距离遥远且当地环境复杂。

墨西哥航空的上海-提华纳线是中国与拉美之间唯一一个不需要中转的线路。而唯一一个正儿八经在做拉美市场的中国主流电商……因为涉及竞争对手，我不告诉你们是什么。



发展中的印度市场并没有想象中那么大

即便如此，大部分拉美国家的人均 GDP 还是比大部分东南亚国家高的，对于任何一个具备国际视野的电商来说，这个市场都不容忽视。而且比东南亚好的是，虽然海关、政策等都不相同，拉美国家的语言基本相通，文化也有很大的类似度（智利除外）。

所以，你在拉美市场很可能做到“以点带面”，当然，更大的可能是连这个“点”都保不住。谁让咱们的“一带一路”去不了那么远呢？

哦，对了，给大家看一组统计数据。

2017 年度，中国对美国、欧盟、日本等传统市场出口分别增长 15.4%、13.3%、8.8%；对巴西、俄罗斯、印度、南非、马来西亚等金砖国家和“一带一路”沿线国家出口快速增长，增幅分别达到 36.8%、20.4%、20.2%、17.4% 和 16.2%。

3 如果我是你，X 东市场是时候去看看了，别又去晚了

你们一定认为我说的“X 东”是中东对不对？不对。因为这里要讲的几个市场都带个“东”字，都打出来标题太长，看得累。

还是先说中东吧。

我们问一家在中东很成功的科技公司是怎么赢得这个市场的，他们的回答是：“其实也没什么特别的原因吧，早两年也只有我们在这里做……”确实，现在已经晚了。至于线下，你是说迪拜的龙城吗？第一批在龙城讨生活的中国人可能已经回国了吧。

中东还有个让人空欢喜一场的国家，伊朗。2015 年伊朗核问题解决了之后，有一些人跑去了这个市场，想着等美国解除对伊朗的经济制裁，可以抓住机会享受市场红利。结果特朗普上台……就没有然后了。算算特朗普的任期，还是 2020 年以后再谈伊朗比较靠谱。

除中东外，还有个非常值得推荐的、带“东”字的市场是东欧。

东欧市场拥有将近 3 亿人口，并且人均 GDP 高达 9000 美元。算下来整个东欧市场，是要比印度市场还要大。这里还有着良好的基础



东欧值得去看看

设施，大量科技人才以及稳定的经济增长，唯一的问题是，缺少认真的投资人。对，可能就是缺你！

4 如果我是你，我会“走出去”讨生活

难道现在做外贸就不是“走出去”吗？只能说算是吧，真正走出去的时候到了。

虽然网络的获客数量大幅上升，但质量却在下降，线上沟通的机会成本在逐渐上升，机会已经慢慢地转向最前线的客户所在地。也就是说，企业应该主动走出去，利用互联网技术或者平台，将自己的产品信息、品牌价值传递到客户面前。

有些公司觉得走出去成本太高，不愿意投入，但现在早已不再是应不应该走出去，而是应该怎么样走出去的问题。

走出去的方式很多，以前的外贸出口企业更多的是通过企业官网、搜索引擎、展会、B2B 平台等方式。

包括现在被炒得火热的跨境电商，它也只是“企业走出去”的一种方式，千万不能跟风转型跨境电商，更不能本末倒置，因为从长远来讲，B 端是持续、规模发展的基础，所以即便去做 C 端，也不能放弃 B 端积累的资源。想办法将自己的企业品牌做出去，而不仅仅是面对 C 端市场。

什么都比不上与客户面对面来得实在。随着交通方式的进步，地球早就成了“村”，把外贸当成内贸做，把营销做到客户的家门口……是时候了。

5 如果我是你，我会觉得继续在食物链底端折腾太 low 了

世界外贸格局已经出现了巨变，现在连非洲人都知道，并且也在用苹果手机了，也就是说，全球市场的总体需求已经从初级使用转为中级功能性的选择。低端产品的市场容量越来越小，这不仅仅是订单需求减少的原因，还在于低端产品已经供过于求。

如果企业再拿传统的生活用品，或者低端的加工产品去参展、跑客户，便很难再获得订单。因为这些产品不仅仅利润低，竞争激烈，而且市场需求也越来越小。

传统大贸易时代，谁的产品量多，谁就是老大。但在新时代，这种现象已经在逐渐发生转变，谁的产品技术结构强大，谁才是老大。

企业应该好好考虑一下产品结构，那些低端的没有任何技术含量的产品，如果利润太少，一定要果断砍去，升级换代，做技术性产品，满足更高层次的需求。

一年到头，累死累活挣点辛苦钱，看着别的老板吃香的喝辣的，真别抱怨，你就挣的辛苦钱。如果生意做到这份儿上了，还不想着去



是时候把广告做到客户家门口了

做点儿改变，我觉得还是放弃吧。你可能觉得做生意是自己的梦想，但我觉得这么做梦有点儿累。

6 如果我是你，不论企业大小，专业的、科学的“基本法”是该有了

我的老板曾经跟我说过一句话，现在很多中国企业还没有意识到采购是一门专业。我说这话绝不是为公司的某块业务做广告，而是要说，或许现在不少企业很赚钱，但管理模式依旧停留在粗放的时代。

从根本上来说，一个企业外部的敌人并不可怕，可怕的是企业内部的种种问题。制约大部分外贸企业发展的其实是内部的制度、体系、业务流程、员工素质等问题。现在的企业运作早就不再是过去那种粗放型的，而是需要更精细化的运作，妥善管理好每一个环节。

大部分外贸企业是依靠成本红利迅速发展起来的，这导致很多企业都有一个很明显的短板，那就是企业的内部制度、管理体系都不健全。而随着成本红利的逐渐消失，以及外贸形势的剧烈变动，企业自身的短板逐渐显现。基础不牢、自身修炼不够，很容易导致企业在产业升级换代的大潮中被淘汰掉。

比如大部分企业很容易忽视成本控制这一问题，也没有专门的一套控制体系，到了存量市场，在利润不会大规模上涨的情况下，成本控制不到位可能会让企业亏本，从而生存堪忧。

除此之外，还有企业的客户开发体系、品牌营销能力、公司内部客户分配体系以及业务员管理等制度的不完善。规范化、体系化管理是应对形势变革的最强武器，否则一旦一个环节使不上力，就可能让整个企业喝西北风。

现在有一种普遍的观点是，当企业效益好的时候尽量不做改变，但是你们有没有想过，改变了或许效益会更好呢？

后记

这些助你发财的肺腑之言，一般人我不会告诉他。

但就像很多金融产品推出时要说的那句话，我也要说一句：外贸有风险，投资需谨慎。走向成功的路有很多条，但能活着走下去的才会是赢家。

当你看完这篇文字的时候，请握紧自己的拳头，正视自己的梦想，大喊三声：2018，我要发财！

2017那些你可能错过的“爆款”

整理_任学奎 图_视觉中国 责编_任学奎

总有一些产品会在这一年“突如其来”，让人措手不及。

我们称这些产品叫“爆款”。



政客也玩的指尖陀螺

1 来去匆匆的指尖陀螺

指尖陀螺是一种可以在手指上空转的小玩具，其实它的内部只是个轴承，它的发明者至今仍是个谜。但是这个构造极其简单的玩物，竟然在 2017 年席卷全球，成为“莫名其妙”的爆款。

最初，带动这波潮流的是美国小学生，它的传播似乎和影视游戏《刺客的信条》中的一款形似的手镖有关，于是，它被孩子们带入校园，美其名曰“这是一款让人集中注意力”的产品，但是没过多久，它就成为校园禁品，有关它的议论也跃然网络。随着讨论指尖陀螺的信息增加，成年人和较大的孩子们也纷纷购买起来，有那么一段时间，亚马逊电商的玩具销售排行前 20 的产品全部是指尖陀螺，以及它的衍生产品方块陀螺。这款毫无技术含量的玩具在几个月内传遍世界，尽管它的玩法有限，但是在短短的几个月时间里，全球至少爆发出一亿条有关指尖陀螺的视频，其中包括喜剧短剧、开箱演示，甚至教学视频。

不少玩家认为它具有一定的“减压”功能，当一个机械物体在手指上不断转动的时候，会让人感到一种“即将起飞的感觉”；它还会给人一种“又土又酷”的娱乐感，因此，指尖陀螺可以轻易地从按压球、发泄按钮、压力公仔等减压产品中脱颖而出。

但就像它出现时那样，指尖陀螺的“落幕”同样匆匆。

2 比特币的造富神话

比特币在 7 年前价值仅有 6 美分（几毛钱），2017 年初还不到 1000 美元。而它在 12 月 1 日突破 10000 美元大关，17 天后，比特币美元报价已经冲上 20000 美元大关。2017 年比特币的涨幅接近 20 倍。

比特币的第一次交易被戏称为“亿元披萨”。

在 2010 年，一个美国程序员成功用 10000 比特币换取了两块披萨。按当时价格来算，10000 个比特币仅价值 30 美元。而现在，他相当于用 1 亿多美元买了两块披萨。



疯狂的比特币

除了惊人的涨幅外，在委内瑞拉，官方的货币体系几乎崩溃，比特币已经成为委内瑞拉人的命根子。

一个国家的央行是维持经济稳定的重要支柱，因为它拥有发行货币的无限权力。然而，委内瑞拉的本国货币贬值严重，5000 个玻利瓦尔才相当于 0.05 美元左右。日常生活中，数额巨大的本国货币给民众生活带来了很大困难。“使用比特币而不用本国货币，这不是政治问题，而是一个生存问题。”

当然，需要注意的是，2017 年 9 月 13 日，中国互联网金融协会发布风险提示称，各类所谓“币”的交易平台在我国并无合法设立的依据。并表示，比特币等所谓“虚拟货币”日益成为洗钱、贩毒、走私、非法集资等违法犯罪活动的工具，投资者应保持警惕，发现违法犯罪活动线索应立即报案。

3 刷脸的iPhone X来了



iPhone X 被库克称为“未来的手机”，它的确是 7 年来最大的 iPhone 升级。从 2017 年 10 月 27 日开放预定以来，这款新产品也把苹果公司股价推高了近 10%。其优点是采用了当前业内领先的 OLED 屏幕和拍照性能强大的后置双摄，缺点是仅有 19.5 小时的续航能力让那些电量一低于 75% 就开始陷入失联社交恐惧的现代人，更愿意把余额宝里的资金投入在“充电宝”上了。

最重要的是，它取消了 home 键以一个沉在屏幕下方的横条取代按键，这把以往最基础的交互方式彻底改变了。难怪苹果特别在 YouTube 上发布了一段时长 4 分 20 秒的教学视频，来说明这些新改变“简单易用”。

褒贬不一的 Face ID，让人想看个时间都得强迫性地照一下镜子。不过每次识别，Face ID 不只是判断你的身份，也是在学习。慢慢变长的胡子、去多了或者去少了健身房所带来的变化都会被它看在眼里。识别错误的时候，一输入正确的密码，它也会将识别错误的数

据用来学习。

是不是很神奇？



丧茶是一种什么文化？

4 喝一杯“快闪”的茶

不知道从什么时候开始，中国人也和美国电影里的上班族一样，捧着杯饮料在写字楼进进出出。它就像成年人的奶嘴，无论那些花花绿绿的杯子里装的是什么液体，捧着它的人就像是在昭示“缺乏安全感”，或许，它还是都市白领存在感的某种现实符号。

2017 年，网红餐饮风潮过去后，接踵而来的是网红饮品，除了排长队的“一点点”外，“喜茶”也成为年轻人争相排队的热店铺，在销售旺季，人均排队在一小时左右，部分门店限购甚至实名登记，“对标星巴克”成为不少饮品的最终目标。

然而，也有人对标喜茶，“丧茶”最初只是为了“怼”喜茶而开的一个小玩笑，最终发展成为快闪店，六款热门产品名字也十足古怪，“你的人生就是个乌龙玛奇朵… ‘加油你是最胖的紅茶拿铁’“加班不止加薪无望绿茶”云云……卖的是茶，表达的都是年轻人的日常苦恼。

与茶相对应的则是保温杯。

这一年“代表中年油腻”的保温杯以及蜂蜜枸杞茶也一样变成了网红。保温杯虽然不是饮料，却和喜茶、丧茶、星巴克咖啡一样，是可以捧在手中的身份符号。

中年危机的概念确实提前了。大多“80 后”，甚至部分开始脱发的“90 后”青年，对于这种危机的“追逐”，一方面是在表达着某种社会安全感的缺失；另一方面，“丧文化”所表达的“远离纷争”“勇当垫底”的安逸精神也在逐渐成为一种主流态度。

5 “贫穷限制你的想象力”

这是 2017 年的流行语，与之相对应的产品是蒂芙尼。

从这一年开始，你看到的曲别针可能并不是真的曲别针（可能是蒂芙尼新出的售价 1500 美元的 18K 金曲别针），还可能不是你以为的曲别针（也可能是 185 美元的普拉达回形针），这怎么看都更像一个哲学问题而不是时尚问题。

当然还有 2017 年的限量毛线球，纯手工打造，跟平常的毛线球在视觉上呈现的质地效果一样，连丝线的一股股拧成的纹理都清晰可辨，只不过它的材质是纯银的。描述仅寥寥数笔，售价为 87000 元人民币。

对于这个包含回形针和毛线球的新系列“日常用品”，品牌表示其创作初衷源自“美好的东西不应该被局限于特殊场合”的理念，它还补充道：蒂芙尼就是想办法让配饰美到令人垂涎。言外之意，它们

会在社交媒体上大热吧。

不只是蒂芙尼，2017 年从香奈儿的回旋镖到巴黎世家的宜家购物袋，感觉我们离艺术家派迪·墨吉在展览“Wheat is Wheat is Wheat”中，那个把所有奢侈品的包装用在了日常消费食物上的设想越来越近了。

6 巨丑的毛毛拖鞋你有吗

2017 年拖鞋异常流行，尤其是毛茸茸的那种。

早在 2013 春夏时装周，Celine 时尚总监菲比·费罗推出了毛装饰的勃肯鞋，随即引起了一小股拖鞋风潮，第二年，普拉达、Marni、马克·雅克布等品牌也纷纷推出了以拖鞋或勃肯鞋为灵感的款式，让原本难登大雅之堂的拖鞋实现了一次华丽转身。

凯蒂·佩里蹬着一双拖鞋就去了 2015 年的洛杉矶时尚盛典，算是将毛拖鞋带进了“时尚殿堂”。不过将毛拖鞋“推入凡间”的是后来的古驰，设计师亚历山德罗·米歇尔一上任就用皮草装饰的乐福鞋引发了关注度，随后合网红博主与流量明星之力，它的各种变体终于成了淘宝上一年四季的爆款单品。

事实证明，没有最丑只有更丑，设计师单姆纳·瓦萨利亚与 Crocs 合作的款给“傻大憨粗”的 Crocs 洞洞鞋加上了 10 厘米的鞋底，

虽然再一次挑战了消费者的审美，却在全球社交媒体上为两个品牌带来了 100 亿的浏览量。

谁说丑不是一件好事呢？

7 站上风口的家居机器人

机器人在过去的几年火了一把，而后风头渐落。不过，2017 年他们又杀回来了，并且有了愈演愈烈之势。因为，智能机器人终于掀掉了概念化的外衣，开始逐步走入寻常百姓家。

2017 年问世的戴森 360 Eye 扫地机器人让很多人眼前一亮，物如其名，它采用 360 度全景视觉技术，让强劲的吸尘器自动起来，走遍地板。科技外形，以及多圆锥气旋集尘技术，似乎正在成为一种家庭卫生的日常解决方案，不少消费者看到广告片中的产品外观，或是听到这些名词，心里便开始长草。

在一些同行看来，国产小米的吸地机器人路线规划也不错，性价比似乎更高，该品牌成套出售的职能家居设备，将净化、灯控、家庭监测、各类开关等等都聚集在一部手机上，似乎真的能让家庭步入自动化。

据说，此次 AI 热，让智能家居产品在未来 10 年间仍有数千亿的市场前景，这个诱惑让不少创业公司燃起希望。 **IFU**



时尚？丑？

2018，中美贸易战你准备好了吗

文_本刊编辑部 图_视觉中国 责编_任学奎



美国总统特朗普在白宫签署行政备忘录，指示美国贸易代表莱特希泽针对所谓“中国不公平贸易行为”发起调查，以确保美国的知识产权和技术得到保护

最近，朋友圈经常会出现一张“跨年”漫画。

内容是这样的：

一个名为 2017 的大人手牵着一个小孩儿，他要把这个孩子送给名为 2018 的另一个大人。2018 问 2017，这个孩子怎么样？2017 说，笨、傻！

就在 2018 牵上孩子转身准备走的时候，2017 在背后大喊：喂，对这个傻子好一点，拜托啦！

这是我们对新一年的期待，然而现实可能并不会真的像 2017 拜托的那样美好。就外贸行业来说，中美贸易战几乎一触即发，其影响或将波及全球。我们想说的是，喂，你准备好了吗？

不可忽视的敌视态度

在 2017 年全球经济风险事件中，中美贸易战一直是人们最大的担忧。这一担忧到了 2017 年底不但没有消散，在 2018 年升级的可能

性却在加大。

在美国总统特朗普访华并受到极为隆重的接待后，中美贸易战似乎转瞬变成了陈旧的话题，一些人已经开始憧憬着中美经贸新时代的到来。

然而，事实并没有这么简单。

2017 年 11 月中旬，华盛顿智库美国战略与国际问题研究中心（CSIS）开了一场关于“中美之战风险”的研讨会，会上，哈佛大学国际问题学者格雷厄姆·艾里森强调了他一直以来的观点：中美关系处于“修昔底德陷阱”的困境。

所谓“修昔底德陷阱”源自古希腊历史学家修昔底德的观点，在他看来，公元前 5 世纪雅典崛起引起陆地霸主斯巴达的警惕和战争，是一种普遍的历史模式，即守成霸主面对新兴强权的挑战多以战争告终。用这一观点描述中美关系并不新鲜，实际上围绕于此的辩论已持续数年。

但令人不安的是，在研讨会辩论结束后，有 51% 的现场观众表示赞同中美面临战争的风险在加大。实际上，在辩论开始之前，有 40% 的观众支持这一观点。在偏理性的智库讨论上，风向转变已如此明晰，在华盛顿，提议扩大美国对外国投资审查的声音也在汇流，中国则不可避免地成为了靶心。

中国首创创始人、董事长兼首席执行官傅成说，在过去的一年中，美国的主流政治中很多人变得对中国更加敌视。《外国投资风险评估现代化法案》就是华盛顿情绪向负面变化的具体表达。

不管历史是否会自我重复，但中美经贸一战的阴影却在加大。

海关数据表明，2017 年前十个月，中美贸易总值达 3.21 万亿元，同比增长 17.2%，实现较快增长。从经贸纽带的维度与层次上，中美双边走过了单纯的商品贸易阶段，已全面进入到服务贸易与双向投资，在贸易、金融、汇率、财政等多层次上建立了关系。但与此同时，2017 年上半年，中国遭到 37 起贸易救济调查，其中美国占 11 起，约占 30%，远超中美双边贸易在中国货物贸易额中的占比。

美国财政部前官员加里·赫夫鲍尔说，“我担心，特朗普会在 2018 年推动针对中国的贸易行动，尤其是钢铁产品或者在高科技产业等方面。特朗普不会和中国大打贸易战，但他会鼓励美国公司通过贸易纠纷带来案例。”

资本对中美合作说不

在特朗普访华期间，官方的表态是，两国元首达成了将继续致力于互利共赢的中美经贸合作的广泛共识。在中美峰会期间宣布的一系列总价值超过 2500 亿美元的商业交易，则是载入史册的规模。

从交易金额看，波音、高通等公司成为特朗普访华的赢家，但资本市场对此却表现较为“冷漠”。

中国航空器材集团公司与美国波音公司在北京签署了 300 架波音飞机的批量采购协议，其中包括 260 架 B737 系列、40 架 B787 系列和 B777 系列飞机，总价值超过 370 亿美元。中国是波音最大海外市



场，也是首个万亿级美元市场，波音的中国大单却没有激发其股价大涨，投资人认为中国采购有旧闻新报之嫌。

数日后，迪拜航空购买 225 架波音 737MAX 客机，是中东地区航空公司签订的最大一笔单通道飞机订单。这笔订单包括 175 架 737 Max 飞机和购买 50 架飞机的选择权，订单目录价格达到 270 亿美元。波音公司股价当天收盘上涨 0.42%。

通用电气与其中国合作伙伴在北京签署了 3 项商业协议，涉及 GE 航空集团和发电集团的最新技术和解决方案，以及与大唐集团签署“一揽子”项目合作协议，总价值达 35 亿美元。但在股价上，GE 今年以来成为道指中最弱的股份之一，发布的商业协议也未能力挽狂澜。

几桩天然气交易金额相当庞大，包括阿拉斯加 430 亿美元管道和液化天然气项目、西弗吉尼亚州与中国国家能源投资集团签署的《页岩气全产业链开发示范项目战略合作框架协议》，将向西弗吉尼亚州的页岩气、电力和化工生产项目投资 840 亿美元。这个表面看起来会带来巨额收益和巨量天然气出口的交易，被认为是最有雄心也最虚无缥缈的交易。

实际上，市场投资者对签署的协议的疑问集中于，一方面，协议并非完整的正式合同，另一方面，中美贸易的深层问题也未解决，因此相关企业的股价在消息传出后都有所下跌。

在 2500 多亿美元的交易中，一项涉及 50 亿美元的协议很快在美国掀起了舆论风波。

2017 年 11 月 9 日，中国投资有限责任公司副董事长兼总经理屠光绍与美国高盛集团董事长兼首席执行官劳尔德·贝兰克梵在北京签署了《中国投资有限责任公司与高盛集团战略合作谅解备忘录》，成立中美制造业合作基金。合作基金目标承诺投资额 50 亿美元，将投资于美国制造业、工业、消费、医疗等行业企业。

这个本意是通过开拓中国市场，进一步深化中美经贸投资合作的项目，遭到特朗普政府内部的一些高层顾问的指责，认为它与白宫为对中国采取更强硬的立场而进行的多项行动相矛盾。

中美一家亲只是幻想

2017 年 11 月 13 日，美国商务部公布对华胶合板产品反倾销与反补贴调查最终裁定则更为具象。根据这一裁定，中国企业倾销幅度为 183.36%；补贴幅度为 22.98%-194.90%。这一裁定给沉浸于中美一家亲幻想的人们当头一棒。

虽然 2016 年中国出口到美国的胶合板总额仅为 11 亿美元左右，仅占中国出口美国货运总量的 0.25%，但胶合板争端涉及到中美两国关系中的一个棘手问题：中国要求美国承认其市场经济地位，但美国拒绝这样做。

美国商务部 10 月末发布的一份报告中明确否定了中国的市场经

济地位。在这份报告中，美国商务部公布了其在铝箔反倾销调查中开展的“中国市场经济地位”问题调查结论，仍将中国视为“非市场经济国家”，在对华反倾销调查中继续适用“替代国”做法。

在中国看来，这是美国对华的一贯偏见。但这一决定使美国可以对认定的、获得非法补贴或以低于生产成本非法倾销的中国进口产品征收高额关税。

11 月 15 日，美国国会的咨询机构、美中经济与安全评估委员会公布了年度报告。该委员会由国会授权其监督、调查并向国会提交一份关于中国与美国之间双边经贸关系的国家安全影响的年度报告，并酌情向国会提出立法和行政方面建议。这个长达 600 多页的报告的重点是中国国有企业，当然中国的私企也在美国国家安全评估范围内，该评估重点是与国家安全有关的“资产的性质”。

傅成指出，也许现在比以往任何时候都更难让美国两党的政客们达成一致。但在这个阶段如果有一件事两党都赞同，那就是需要进一步遏制和限制中国与美国发展更深的经济和投资关系。

最好的例证是，中国政府在贸易和市场准入问题上让步的举措——这一中美关系向好中最亮眼的标牌也被泼了冷水。

2017 年 11 月 20 日的《华尔街日报》指出，知情人士称，中方提议让特朗普在访问期间与中国国家主席习近平一起公布一项计划，扩大外国公司在中国金融行业的准入。令中方感到困惑的是，美国对此不感兴趣。特朗普在人民大会堂与中方会晤时，中方再次做出提议。结果却是，在特朗普乘坐“空军一号”离开北京数小时之后，中国单方宣布开放的举措。

该报道指出，美国对中国的提议表现冷淡反映出美国对华战略出现了根本性的转变。这一转变意味着，美国开始大胆博弈，也意味着尽管本月早些时候特朗普和习近平在北京的峰会氛围友好，但两国关系的未来可能坎坷不平。

WTO 前官员西蒙·莱斯特说，据我所知，特朗普的亚洲之行并未试图解决任何悬而未决的美中贸易问题。预计在未来几个月内，这些问题将摆在台面上，但具体时间还不清楚。迄今为止，与朝鲜有关的安全问题使中美贸易冲突保持在最低水平。

一道跨不过去的坎

2015 年，中国对美直接投资首次超过美国对华投资。2016 年，中国企业对美投资 156 起，投资总金额达 850.16 亿美元，同比增长 76%，再次超过美国对华投资。中国跨境投资已从买公司、买股权转让到买成果，包括正在研发的和已成形的成果。

联合国贸易和发展会议的《2017 世界投资报告》显示，2017 年全球大部分地区经济增速回升及企业利润的改善将提振商界信心，激发跨国企业的投资热情。中国驻旧金山总领馆经济商务参赞杨依杭介绍说，在中国企业海外投资呈现下降的态势下，中国企业对美



（画外音）一家亲？你们想多了

投资增长了 34%。

中国在美投资的井喷引发了美国的多种忧虑，这种忧虑导致美国政客对改革美国外国投资委员会（CFIUS）的呼声越来越高。

负责对外国投资进行国家安全利益审查的 CFIUS 的机制被认为已过时，尤其在工作量激增、交易案更复杂更庞大、预算缩减等各种困境同时出现的情况下，CFIUS 疲于应对。

2017 年成为 CFIUS 的改革年，在为时近一年的努力后，11 月 8 日改革的成果 FIRRMA 宣告被跨党派推出，CFIUS 对小规模投资并购的监管权力被强化。此法案要求 CIFIUS 更加严格地审查外资收购美国公司，并对外国投资美国企业提供国家安全评估报告。

事实上，自 2015 年以来，CFIUS 在对处理中国在美投资时已表现得更为激烈、更有对抗性。CFIUS 正式叫停的交易数量在增加，更重要的是，CFIUS 对很多仍在初步意向阶段的中美交易直接就发红牌了，从而向买卖双方发出明确的信号：最终也是做无用功。

在这个时间点上，华盛顿智库美国企业研究所（AEI）美中经济问题研究员史剑道提醒说，中国人需要知道，特朗普总统访华并不意味着什么，领导人的个人会面也不像中方所想象的那样是中美关系最重

要的一部分。美国如今正走向保护主义，不仅仅针对中国。直到这种情况改变之前，美国和中国面临着发生更为激烈的经济冲突的可能性。

以 FIRRMA 为例，该议案的一个重要条款将扩大 CFIUS 审查的交易类型，包括那些需要美国科技公司提供知识产权并为外国个人提供支持的合资企业以及其他安排。该条款没有具体规定哪个国家，CFIUS 目前只关注那些将导致外国控制美国公司的交易，同时，CFIUS 对技术交易的审查权将不仅限于涉及成熟防务技术的交易，还将覆盖涉及新兴技术的交易，例如硅谷初创公司正在研发的那些新技术。

不仅在美国，CFIUS 在全球范围内为中国的高科技投资战略蒙上了深深的阴影，因为 CFIUS 有阻止中国投资美国本土以外的科技公司的权力和先例。

雪上加霜的是，自美国总统特朗普宣布对华发起“301 调查”后，两国贸易摩擦始终不断，2018 年 1 月美国可能会宣布“301 调查”的结果，从而决定是否对中国相关行业进行贸易制裁。

在税改最终法案出炉前，虽然特朗普政府的对华贸易政策不会有大的变动，但中美贸易 2018 年注定是不平静的一年。■

“特色小镇的特色产业”系列二 中国智慧电气小镇“新坝镇”

组稿_李惟拉/杨日 责编_屈蓐



新坝镇，第二批中国
特色小镇，中国智慧
电气小镇，也是全国
环境优美乡镇 @ 视
觉中国

新坝镇，位于长江第二大岛——江苏省扬中市的西北部，这里区位优势、交通便捷，已有五座长江大桥与外市相通，两小时内可直达南京、上海、杭州等长三角主要城市。2016 年全国百强镇排名，新坝镇位列第 69 位。2017 年 7 月，新坝镇成功入选第二批中国特色小镇，这在很大程度上得益于新坝镇高端化、集群化的智能电气产业。也因此，这里被人称作是“中国智慧电气小镇”。

新坝镇的发展之路

20 世纪以来，适应各种不同要求的电器不断出现，大到超高压断路器，小到家用开关，其容量增大、传输电压增高，

自动化程度不断提高。比如 20 世纪 60 年代出现晶体管时间继电器、接近开关、晶闸管开关等；70 年代后，出现了机电一体化的智能型电器和全封闭组合电器等，为了与家用电器区分开来，人们习惯将其称为“电力电器”或“工程电器”。

在这个领域，我国在改革开放之后，进入了以技术引进和自行研发相结合的发展阶段。1979 年 11 月，我国第一条 500 千伏超高压输电线路开工，国内厂家相继引入法国阿尔斯通公司、MG 公司、ABB 的设计制造技术，消化和吸收这些国外新技术，并进行国产化。到了 80 年代，随着当时的煤炭工业部规定煤矿井下供电从 660 伏提高到 1140 伏，低压电器进入了更新换代的时期，并形成了外资、民营和国营

企业群雄竞技的局势。到 90 年代更新换代工作基本完成，建立了第二代低压电器产品系列，并实现与国际标准的接轨。也就是在这时，民营企业开始跃跃欲试，进入低压电器行业，扬中的工程电气也是在这一阶段开始起步，并逐渐发展成为扬中的支柱产业，而这个产业基地，就在新坝镇。这里最开始的产品，主要是俗称的“老三件”——桥架、母线、开关柜。

在当时外资占据高端市场、国营又实力雄厚的情况下，民营电气企业们积极参与竞争。扬中工程电气产业始终一步一个脚印的稳步健康成长，并逐步占据了全国 12% 以上的市场份额，被誉为“中国工程电气岛”。从这里生产的产品被广泛应用到了三峡大坝、秦山核电站、广州地铁、人民大会堂、北京奥运村以及“神舟”五号载人飞船等国家重点工程当中。当然，三峡电站、西电东送、两网改造等大型工程，也给我国的工程电气产业带来了前所未有的发展机遇，使我国电气制造企业的装备水平、设计制造能力迅速提升，跃上了新台阶。

工程电气作为扬中的传统产业和主导产业，经历三十多年的发展，已经形成了以成套电气为特色的生产基地，拥有工程电气企业 600 多家，产品涵盖电力系统 35KV 及以下电压等级的输、变、配设备及其相关电工配套产品、材料，主要有高低压开关柜、电力变压器、配电箱、母线槽、电力电缆、电缆桥架、电力安装材料七大系列近千个品种。

如今，为了适应工业 4.0，扬中提出“中国智能电气岛+绿色能源岛”的双岛建设，而新坝镇也提出了“中国智慧电气小镇”的目标。智能电气，是构建智能电网的重要组成部分，智能电气设备技术进步的目标，将可以满足智能电网建设和发展的现实需求，在智能电网发展过程中扮演基础性支撑作用和角色。为满足市场需求，新坝镇不仅创新“老三件”智能母线、智能开关柜、全天候桥架，还大力发展“新三件”微电网、元器件、成套设备与系统集成。2015 年，新坝镇工程电气产业在全国市场份额已经占比达 23%，镇内 90% 的企业从事工程电气及相关产业的研发生产及制造。

生产制造突出智能化

据预测，未来的几十年，我国电力系统和电气工程依然会保持较快的发展趋势，新的电器电子技术、电子、电工材料、计算机及网络技术、先进的控制与管理将不断地影响着我们的生活。随着核能和其他可再生资源发展，科技和信息化水平的不断提高，以及全球资源与环境问题的日益突出，能源的开发利用面临着新的挑战。当今世界正在进行一场新能源大规模开发利用的产业革命。在对新能源不断开发和利用的同时，我国工程电气技术也进行着研究革新，逐步解决我国新能源开发和需求之间的矛盾，进而促进我国国民经济快速平稳的发展。

而新坝乃至整个扬中，将立足自身优势和现有基础，全面对接国家“新能源战略”，瞄准智能电网改革、高铁出海、核电重启等机遇，全力推进工程电气向智能电气转型，形成产业集群、龙头引领、骨干支撑、错位发展的产业发展新格局。

如今，新坝镇的企业正利用互联网+、云计算、人工智能等先进技术，推动产业由低端制造业向高端制造服务业转变。通过举办国际智慧能源互联网论坛，吸引“外智”汇聚新坝产业。

在镇内的大全集团，近日投资了 2 亿元精心打造了低压配电柜智能制造升级项目，基建建设现已全部完成。2 万平方米的现代化标准厂房内，工人们正有序搬运着智能设备。现场，镇江默勒电器有限公司（大全集团和德国默勒集团合作创建的中外合资企业）办公室主任徐然表示：“项目的投产将大幅提升工厂自动化和智能化的水平，助力公司智能制造再上新台阶。”

从自动化到数字化再到智能化，近年来，大全集团主动适应和引领新常态，通过产品智能化、生产自动化、管理信息化和服务网络化“四化举措”，积极应对市场需求下降、劳动力成本上升等严峻形势，在“中国制造 2025”和“互联网+”的大潮中，全面推进理念、管理、科技和机制创新，提升企业数字化管理和制造水平，整个集团走上了高端智能化的发展路线。

江苏大全凯帆开关有限公司的低压断路器智能生产车间，是“江苏省智能示范车间”，车间内，一条条整齐排列的自动化生产线平稳运行，每条生产线旁，只有两三名工人在操作。相关产品从生产线的入口被放入，工人们简单操作面前的电脑显示屏，产品便随着传送带在生产线上实现一道道加工工艺，最终到达出口时已是成品。

这里与镇江大全太阳能有限公司的太阳能电池智能生产车间一样，都是大全集团对外的一张“智能化生产名片”。大全集团技术部总经理陈永泉表示，智能化生产的好处有很多，最突出的优势就是快而好。目前，大全集团 FMS 柔性钣金生产线、精密模具加工中心、充气柜自动化装配线、母线自动化生产线等许多车间都实现了智能化，集团内数字化设备已占到全部设备的 70% 以上，智能制造在这里“唱主角”。

“不过，这不是亮点，智能产品才是我们高端智能化的体现。”手拿一台产品，陈永泉补充道，“就是这儿，这是一个智能元器件，它就像是一张身份证，又像是一个大脑，只要在产品里装上了它，无论产品卖到哪，我们都能‘追踪’得到。它会在线监测产品的运行情况，实现自我诊断，并不断向我们及客户传送运行数据，实现智能化运维管理服务和信息服务。”



组图：这些世界知名的建筑物内，均使用了来自扬中新坝的电气产品

据了解，目前，大全集团内中低压开关柜、变压器、箱式变电站、母线等产品都实现了智能化，通过“大全智慧工业云”平台，每时每刻，大全集团都可远程操控每一件卖出去的产品，为国内外 2000 多家企业提供优质的智能售后服务。正因如此，“大全云”电气大数据平台在 2016 年中国两化融合大会上获评“两化融合优秀解决方案”。

此外，自 2014 年起，大全集团便开始打造“数字化大全”管理运营平台，致力实现“让数字说话、让数字说实时的话、让数字说准确的话、让数字说有意义的话”的目标。目前，以 ERP 系统为核心，大全集团实现了营销、报价、设计、采购、MES 等 8 大子系统全流程智能化管理。数据显示，2016 年，大全集团运营效率显著提升，运营成本下降 2.1%，智能化产品新增销售收入 5 亿元。

“数字化制造让我们的产品更好、更活，数字化管理让我们的企业更优、更新。在新时代里，大全集团将坚定不移走好创新驱动和‘高端、高新、高效’发展之路，努力实现‘智能制造’的转型升级，朝着世界先进制造企业的目标迈进。”展望未来，大全集团总裁徐翔如是说。

产业链条突出一体化

近年来，新坝镇积极向上游引进产业配套生产企业，向下游引进延长产业链条的相关企业，培育发展新能源、智



能微电网等产业领域，打造成电气产业的有益补充。通过集聚资源加快推进优势产业，提高产业集中度和关联度，逐步完善智能电气产业链，提升产业集群综合实力和国际竞争力。

大航控股集团也积极向高端专业服务业企业延伸升级，有意识拉长产业链，以领航“能源 4.0”。2017 年初，大航集团响应国家战略性新兴产业的规划，成立了节能环保服务公司，定位发展集节能技术研发及推广为一体的大型综合性节能环保服务公司。截至目前，该公司已完成投资近 2.7 亿元，完成销售收入 1500 余万元。

大航集团董事长薛军强调，这是大航向高端专业服务业企业延伸升级的战略选择，将成为公司新的增长极。从太阳能发电到储能、节能，大航正努力拉长能源产业链，使光能、风能等能源利用最大化，实现从能源中获取收益的目标。



数据显示，2017 年江苏大航智能电气有限公司已形成销售近 18 亿元，实现了智能电气和新能源的跨界融合，一个微电网龙头企业正在快速崛起。

在大航控股集团研发中心院内，由新成立的节能公司投资建设的微电网示范项目已全面竣工。整个区域，屋顶分布式光伏发电装机容量 78KW，光伏车棚分布式发电装机容量 78KW，装有 1 台 5KW 垂直轴发电机和 1 台 20KW 水平轴电控性风力发电机，另有 20 盏风光互补路灯和容量为 120KWh 的储能系统。“这里，完全实现了自发自用、余电上网。”节能公司工程部部长陈文权介绍说。

走进光伏车棚，一台巡逻电动车正插在充电桩上充电，旁边一名保安说，这里有 1 台交流充电桩和 1 台直流充电桩，还有 1 台 10 路非机动车充电站，可同时给 2 辆电动汽车进行快慢型充电，还能供 10 辆电瓶车充电。“这些电都是由车棚顶上的光伏电池板所发，只要投个硬币或扫下二维码便可充电，极大方便了骑电动车的群众。”

在车棚旁还有一个长方形的集装箱，陈文权说，这便是整个多能互补项目的储能系统。“这个区域，日常能耗由风光资源提供，不足由市电补充，剩余的能源便进入储能，在高峰时段给电网进行补充，实现调峰的作用。”值得一提的是，储能集装箱可单独托运，遇到抢险救灾等应急事件，可随时调到现场，提供电力资源。

就收益情况，陈文权算了一笔账：“按光伏发电项目 1MWp 装机规模测算，相比常规的火力发电，每年可节约标准煤 425 吨，减排二氧化碳约 1100 吨，减排二氧化硫约 33 吨，减排氮化物约 16.5 吨，减排粉尘约 5 吨。本项目光伏系统装机容量 156.000kWp、风力发电系统装机容量 25KW，年理论发电值 179.420MWh，年发电收入 14.56 万元。20 盏风光互补路灯较普通路灯每年可节约用电约 7800KWh。”

“多能互补项目的建设运行，提高了企业土地的利用率，为企业在电费折价、降负减支、隔热节能、碳排放交易等方面带来额外效益，这也正是我们节能公司的收益所在。未来，大航将着力发展节能环保板块，这是我们致力建设高水平‘能源 4.0’，寄望领航‘能源 4.0’的重要支撑。”薛军如是说。

科技研发突出高端化

科技研发，是新坝人始终关注的重点。在新坝镇，有一个“十个百千”工程。

“个”，即重点建设一个华北电力大学扬中智能电气研究中心。华北电力大学校长杨勇平在去年扬中召开的第二届国际智慧能源互联网论坛上表示，与扬中市共建的智能电气



上图：新坝镇上的电气工业品城内，有一间中国工程电气博物馆

研究中心将充分发挥高校的学科优势和行业资源优势，立足扬中市产业定位和产业现状，将产业园打造成为国家级产业园区和具有世界竞争力的产业集群。此外，扬中市还与中科院、北京大学、复旦大学、华北电力大学等 20 余家知名高校共建，全面统筹建立了资源共享交易服务平台，实现区域高端科技成果及人才互惠共享。

“十”，即建成科研机构 60 家。2015 年 11 月，位于新坝镇的扬中智能电气产业园升级为江苏省扬中高新技术产业开发区，以发展智能电气、新能源、智能微电网等产业为重点，拥有完整的智能电气产业链。园区现在拥有国家级科技企业孵化器 1 家，院士工作站 6 家，博士后工作站 4 家，国家级技术研发中心 1 家，国家“863 计划”成果转化基地 1 家，建成国家实验室认可的国内低压电器检测站，与 90 余所高校、科研院所建立了长期稳定的产学研合作关系，产学研合作项目数、技术合同交易额增幅均超 30%。

“百”，即近百家企业参与或主动制定国家工程电器行业标准（主导或参与制定国家标准 29 个、行业标准 10 个），国家电缆桥架标准化分技术委员会、母线槽标准化工作站也落户扬中。多年来，新坝镇的一批领军型企业集团，结合自身所长，或单独或与国内重点单位、重点企业合作，共同制定智能电气的国家标准、地方标准、行业标准，占据了行业一定的“话语权”。

“千”，即各类高层次专业技术人员 6000 多名，团队 260 余个，其中引进国家“千人计划”38 人。人才始终是“传统加工”得以向“高端智造”提升的基础。新坝镇大力引进科技型企业家和高层次领军人才团队，建立创新性人才柔性引进机制，注重放大智能电气研究院的品牌辐射效应。同时，与高校合作，联合开办专业培训、学历进修等活动，分层分类提升本地人才的专业素质和能力水平。

据悉，新坝镇政府投资 1.2 亿元建成了两万多平米的科技孵化器与众创空间大楼，又投资 1.5 亿元建成了近三万平米的电气工业品城，为企业提供新产品展示、新技术交流、

技术对接、产品交易的场所与专家公寓。政府针对企业科技创新、吸引高层次人才、建立高层次产学研合作、培育企业上市等出台了一揽子扶持政策。

目前，新坝镇正在以扬中高新技术产业开发区为载体，推动“传统园区”向“特色基地”转变，努力打造国家级智能电气产业基地。这里已入驻企业 193 家，实现地区生产总值 170 亿元，高新技术产业产值占规模以上工业总产值达 75%，经济总量占全市工业经济 42%。新坝镇出产的电气产品，也正在从“传统电气”向“智能电气”不断升级。

投入产品创新，开拓国际市场

得益于上述产学研工作的推动，以及当地企业的重视，创新力优始终是新坝镇电气产业的特色。

让我们先来到江苏士林电气设备有限公司。虽然临近春节，但这里依然生产繁忙。江苏士林是一家集输配电成套、电力电气、太阳能组件等产品研发、制造、销售、服务于一体的现代化高新技术企业，拥有数十项国家专利，多项产品获得省和国家的高新技术产品称号，2017 年公司已完成销售 4.8 亿元。

士林始终坚持“创新发展”道路，2017 年，公司又投资 5000 万元与西南交大共同研发“智能型管型母线”和“高铁牵引供电采集装置”，并成功实现量产，该产品不仅获得

了镇江市“双创人才计划项目”，更填补了中国在铁路供电采集和高压电流传输领域的技术空白，领先国际。

“经营就像放牧，哪里有水草就往哪里去。现今，国家大力倡导‘一带一路’建设，这时候，转战高铁行业，可谓正当其时。”一边往 7 号车间走，董事长陈道华一边自信地说。

自去年下半年起，江苏士林电气设备有限公司便与西南交大展开了产学研合作，经过近一年的努力，今年 5 月，“智能型管型母线”和“高铁牵引供电采集装置”开始小规模量产，现已形成销售 1000 余万元。车间内，3 名工人正在操作机器，通过智能控制面板，庞大的机器在已设定好的程序下自动运作，源源不断产出“智能型管型母线”。

“高铁，是中国现代的‘新四大发明’之一，但其许多设备还都是从国外引进的，就拿高压电流传输来说，大部分是用的欧洲产品，因‘水土不服’，会出现爆炸等情况。我们生产的‘智能型管型母线’专为我国‘量身定制’，通过了 -40℃到 40℃的反复冷热循环实验，无论是上海还是西藏都可正常为列车输电。”

再往里走，便见着“高铁牵引供电采集装置”，项目负责人高教授正在和一名技术人员一起调试成品。“这个产品，欧洲卖给我们是 10 万元一个，每节车厢要用 6 个，也就是说一个车厢就要 60 万元，我们研发出来后便可取代他们的产品，价格肯定没那么贵，市场还是很广阔的。”高教授笑着说。



左图：GGM 三层共挤乙丙橡胶绝缘高压管型母线生产线，这是士林公司的原创性新产品

右图：目前的高铁牵引供电采集装置采用进口产品，一节车厢就需 60 万元，而士林自主研发的产品将能大幅降低成本 @ 视觉中国



除了研发新产品，江苏士林电气设备有限公司去年还投资了 600 万元将老旧的电缆桥架产品转型升级为“管廊支架、抗震支架和地铁预埋槽”，全公司共改造模具 60 套、自动拉挤生产线 4 条，并在焊接、铆接工艺环节分别引入智能机器人和数字化柔性高频铆接设备进行操作。陈道华介绍，旧产品转型升级后，相关生产环节效率提高了 3 到 4 倍，产品更具竞争优势。“以前，公司的产品都是用在电力上，现在，用于了高铁，我与同行玩笑‘士林算是从电力部转到铁道部了’。”展望未来，陈道华笑言。



超宇的产品已走向世界，图为其总经理与赤道几内亚客户合影

成立于 1996 年的江苏超宇电气有限公司，也具有很强的开发、设计、创新能力。他们的创新产品节能耐腐彩钢桥架，品质优良、性能可靠。现在，不仅是“鸟巢”、“水立方”、首都机场等国内大型建筑工程可以见到超宇的产品，就连安哥拉、乌兹别克斯坦、伊朗等“一带一路”国家都可以见到他们的产品。

在新坝镇，逐渐走向国门与世界品牌竞争的远不止超宇一家。比如威腾股份，2017 年 1 至 11 月的海关数据显示，出口销售额达 1200 余万美元，全年应可实现 100% 以上的增幅。

威腾现在是我国规模大、产品系列全、产业链完整的母线专业制造商，拥有高低压母线、成套电气、铜铝材和涂锡铜带、桥架和支吊架四大产品线，分设十余家境内外子公司，是新坝镇工程电气行业的领军企业之一。

在智能制造车间，美国 GE 数字化集团的团队正与威腾研发、制造团队一起认真分析讨论着相关技术难题。自 2016 年 12 月威腾与 GE 共同启动“工业互联网+智能制造”合作项目后，GE 便派遣专业团队驻扎威腾，至今已完成产线的设计、布局调整、部分设备定制和采购，目前部分产线处于调试运行阶段。

想要赢得国外企业的青睐，就要有过硬的产品质量和健



全的海外销售网络。在这点上，威腾从来都是不吝抛金的。在国内，产品想要在市场上销售就要有 3C 认证，而在国外，首先要通过该客户所在国认可的国际认证。

据悉，产品国际认证的费用很高，一个产品系列往往耗资百万元以上，而威腾系列母线产品已通过 KEMA、ASTA、CE、CIDET、GOST-R 等多项国际权威认证。2017 年，公司又顺利获得美国 UL 认证，取得了北美的通行证。此外，威腾新材涂锡铜带产品通过了 TUV、VDE、SGS 检测认证。

在国际业务扩展方面，威腾集团积极与 GE 等国际著名企业展开技术交流和战略合作，现已与世界 500 强 GE、Honeywell、ABB、Westinghouse 建立战略合作伙伴关系，威腾成套拥有着 GE、ABB 品牌授权柜及美国西屋智能中压断路器、开关柜的制造和销售权。

除了产品、销售国际化，威腾的人才和管理也是国际化的。在威腾，具有世界 500 强从业经验的中高层领导占比在 50% 以上，并高薪从国外聘请了专家。公司所推行的精益生产、六西格玛管理都是国际最先进的管理方式。

不久前，威腾集团核级中压树脂浇注绝缘母线的研发及产业化项目获得 2017 年江苏省科技成果转化专项资金支持，该产品取代国外进口，填补国内空白，项目的落地达产将为威腾创造较大的经济效益和社会效益。

目前，新坝镇在智能电气元器件、超高压变压器、断路器、全封闭组合开关、无功补偿装备等输变电成套设备方面的发展均取得重大突破，在新一代光伏、分布式能源系统集成、大规模储能等新能源核心技术上也不断攀高。产业市场也正向核电、军工、高铁、特高压高端市场、开拓国际“一带一路”和欧美重点市场全面拓展。近一年来，已经承接新疆、内蒙古多项国家级新能源微电网示范项目，且与瑞士、印度、哈萨克斯坦等多个国家达成合作项目 30 多个。

未来“十三五”时期，新坝镇将致力于加快打造“电气产地、创新高地、智慧胜地”的转型发展示范区。在产业结构的优化提升方面，新坝镇正在推进 B2B 电气贸易平台建设，策划建设智能电气会展中心，筹建新坝物流中心，完成产供销物流的整合，打造全国电气产业集聚集供平台，实现买卖产品相结合、线上线下相结合，彰显区域经济活力。 

上图：威腾集团是国家火炬计划重点高新技术企业、国家级重信用守合同企业，2015 年度“中国电器工业最具影响力品牌”

2017年12月12日，
观众在苏州嘉应会
馆美术馆观赏缂丝
大师陈文的艺术作
品《观无量寿经图》
@ 视觉中国

“织中之圣” 缂丝

组稿_李惟拉 责编_屈骞



缂丝，又称刻丝，一种历史悠久的丝织工艺。《尔雅》释义“治丝曰织”。而“缂”，属织的一种，《玉篇》释义“织纬也”。2006年，缂丝技艺经国务院批准列入第一批国家级非物质文化遗产名录。2009年，缂丝作为中国蚕桑丝织技艺入选世界非物质文化遗产。

缂丝是中国丝织业中最传统的一种挑经显纬，极具欣赏装饰性的丝织品。宋元以来一直是皇家御用的织物之一，常用以织造帝后服饰、御真（御容像）和摹缂名人书画。因织造过程极其细致，摹缂常胜于原作，而存世精品又极为稀少，常有“一寸缂丝一寸金”和“织中之圣”的盛名。

一寸缂丝一寸金

缂丝的编织方法不同于刺绣和织锦。它采用通经断纬的织法，而一般锦的织法皆为通经通纬法，即纬线穿通织

物的整个幅面。

缂丝是一门古老的手工艺，有其专用的织机缂丝机。这是一种简便的平纹木机，还有几十个装有各色纬线的竹形小梭子和一把竹制的拨子。



缂丝制作的舟形小梭和工具 @ 视觉中国

织造时，艺人坐在木机前，先在织机上安装好经线，经线下衬画稿或书稿，织工透过经丝，用毛笔将画样的彩色图案描绘在经丝面上。然后再分别用长约十厘米、装有各种丝线的舟形小梭，按预先设计勾绘在经面上的图案，不停地换着梭子来回穿梭经纬，然后用拨子把纬线排紧。织造一幅作品，往往需要换数以万计的梭子，其花时之长，功夫之深，织造之精，可想而知。

缂丝其实并非真的用刀来雕刻，这是一种以生蚕丝为经线，彩色熟丝为纬线，采用通经回纬的方法织成的平纹织物：纬丝按照预先描绘的图案，各色纬丝仅于图案花纹需要处与经丝交织不贯通全幅，用多把小梭子按图案色彩分别挖织，使织物上花纹与素地、色与色之间呈现一些断痕，类似刀刻的形象，这就是所谓通经断纬的织法。古人形容缂丝“承空观之如雕镂之像”。旧时刻丝著录所说的通经断纬，即指此意。其成品的花纹，正反两面如一。



匠人们根据画稿进行缂丝制作 @ 视觉中国

缂丝的工艺流程，一般有16道工序：落经线、牵经线、套筘、弯结、嵌后轴经、拖经面、嵌前轴经、捎经面、挑交、打翻头、箸踏脚棒、扞经面、画样、配色线、摇线、修毛头。

缂丝作品一般有三个特点：

首先是缂丝作品大多是一种集体创作的作品，后人判断这类作品价值的高低只能看其作品本身的工艺和艺术价值；

其次是缂丝的创作往往很费功夫，为了完成一件作品需要几个月乃至一年以上，所以，一件缂丝作品的完成往往倾注著作者大量的心血。

再次，缂丝作品具有很高的观赏性。许多缂丝作品既有平涂色块的平缂，也有构图造型的构缂、齐缂。缂丝作品一般立体感很强，加上缂丝作品的题材都是人们喜闻乐见的，故其艺术和观赏价值完全可以和名家书画分庭抗礼，甚至有所超越。

缂丝技艺在宋代以后不断发展，至清代缂丝业中心已移至苏州一带，所用彩色纬丝多达6000种颜色，采用缂丝法临摹的名人书画，工艺精湛、形象逼真，古有“一寸缂丝一寸金”、“织中之圣”之称。缂丝是中国丝绸工艺品中的精华，至今仍然被作为高级工艺品生产、收藏。缂丝强度远远高于任何的丝绸类工艺品，历代存留至今的丝绸艺术品，属缂丝保存的最为完好。

历朝历代的缂丝

缂这种繁复的织作据说源于古埃及和西亚地区的缂毛，其工艺于西汉时期通过丝绸之路传播到新疆地区。到唐宋时期，欣赏类缂丝的逐渐成形并发展到艺术高峰，便是深受桑蚕丝织文化的影响。

唐代缂丝

唐代缂丝制作多为丝带等实用品。缂织技法主要受织成锦和纬锦方法的影响，一般以平缂为主，花地之间的交接处尚有明显的缝隙即“水路”。此外，也有撮、构和搭梭等缂织法。

唐代缂丝的纹样题材一般以简单的几何形花纹为主，色彩主要是平涂的块面，还没有使用晕色匹配，故色彩层次不够丰富，但有的已使用金线作地纹，增强了装饰效果。

宋代缂丝

北宋的缂丝前承唐代，但花纹更为精细富丽，纹样结构既对称又富于变化，并创造了“结”的戗色技法。北宋的缂丝多用作书画包首或经卷封面。从北宋晚期开始，受皇帝的趣味和宫廷院画的影响，缂丝从实用和较单纯的装饰领域脱窠而出，转向层次较高的欣赏性艺术品的制作。

至南宋，缂丝作品大都摹缂唐宋名家的书画，表现山水、楼阁、花卉、禽兽和人物，以及正、草、隶、篆等书法，缂技已能灵活运用撮、构、结、搭梭、子母经、长短戗、包心戗和参和戗等多种技法，纬丝色彩不断增加，纬丝的松紧处理灵活，丝丝入扣，纹理匀细。缂丝作品的风格日趋写实，细致入微，形象生动。缂丝者中的一些翘楚以摹

右图：宋缂丝群仙拱寿图，表现了祝愿长寿的心意



缂名人书画为能事，如朱克柔、沈子蕃之辈，其作品蓝本悉取院体绘画精品，缂技极为精巧，又别具风韵，艺术价值有时甚而胜于原作，可谓达到了中国古代缂丝艺术发展的高峰。

元代缂丝

元代缂丝简练豪放，一反南宋细腻柔美之风。对金色的喜崇使织物内加金的作法成为风尚，且金彩又多盛行于与佛教有关的挂轴制作，如《纂组英华》记载元代缂丝作品释迦牟尼佛图轴，其中释迦佛用十色金彩织出。

元代缂丝由于未能很好地继承唐宋以来的优秀传统，技术和艺术水平没有更大的发展，明代高濂《燕清便笺》即评价“元缂迥不如宋矣”。

明代缂丝

明初，朝廷力倡节俭，规定缂丝只许用作敕制和诰命，故缂丝产量甚少。宣德朝后，随着国力的富强，禁令渐弛，织造日多，并重新摹缂名人书画，“南匠北来效技呈能，制作之精不亚宣和”。至明成化年，缂丝生产已再趋繁盛，作品主要产于苏州、南京和北京等地，尤以苏州出产者为上品。

苏州民间的缂丝作坊已形成行业规模，更兼其时苏州人文荟萃，吴门画派精品迭出，缂丝艺术风格深受江南文人绘画的影响，多摹缂当时名家的画稿。其佳作缂工精巧，配色鲜丽繁富，轻重得宜，可追原画之风韵。如缂丝艺人吴圻、朱良栋、王统等缂织沈周、唐寅、文征明等人的画稿即名噪一时，其中缂丝《瑶池献寿图》、缂丝《沈周蟠桃仙图》等佳作终为宫廷所收藏。

明代缂丝技法除继续沿袭宋元技法之外，又创造了装饰味很浓的凤尾戗与双子母经缂丝法。缂丝图案更加层次分明、疏密均匀而富于装饰性。明代缂丝色彩线的配制别具匠心，常用加织金线、孔雀羽线和双股强捻丝线等技法。缂丝题材除传统的花鸟外，有了更多的表现人物形象和故事情节的作品。明代缂丝艺术风格精丽艳逸，与宋代缂丝的典雅庄重相异其趣，可谓各有千秋。

清代缂丝

清初缂丝发展缓慢。直至乾隆朝，缂丝的发展上升到宋代之后的又一高峰。清代的缂丝中心仍在苏州，规模进一步扩大。



清乾隆缂丝宝典福书册，十六开，每开纵 29cm，横 30cm。清宫旧藏

故宫博物院现存的清代皇家珍藏多作于乾隆时期。除大量缂丝袍褂、官服、补子、屏风、挂屏、围幔、桌围、椅披、坐褥、靠垫、迎手、荷包、扇套和包首等实用品外，还有大量以书画、诗文和佛像等为内容的摹缂艺术品。

清代缂丝工艺表现更为扩大和多样化，如可用于双面屏风和扇面的双面缂（又称透缂），正反两面纹饰皆精细、平整、一致。还有用丝线缂织地纹、用毛线缂织花纹的织品，称为“缂丝毛”，花纹凸起，缂织的动物形象质感逼真。又有以两种不同色彩或不同明度的色丝合捻而成的合色线，用以表现物象的色彩肌理及明暗变化，例如以纯绿色的合

股丝缂织花叶的阳面，用深绿与黄绿的合色线缂织阴面。清代缂丝更新创“缂绣混色法”，即将缂丝、刺绣和彩绘三者结合，以加强织物的装饰效果，丰富和提高缂丝作品的艺术表现力，原藏于紫禁城的缂丝加绣九阳消寒图轴就是以“缂绣混色法”织制的典型的艺术珍品。但另一方面，此时期缂丝品上彩绘着笔的手法增多以致滥用也成了偷工取巧的途径，这种状况在乾隆朝以后尤为突出，大大削弱了缂丝独具的工艺特色，断送了它的艺术生命。

在历史上极具观赏性的艺术类缂丝几乎为皇家所垄断、创作和收藏，而现今国内专业制作缂丝产品的企业较少，主要分布在苏州、南通等地。技术的含金量，复杂的工艺流程，要求极高的工艺环境，使得缂丝艺术品拥有很高的欣赏及收藏价值。

陈文，缂丝路上的修行者

在苏州城中，有不少偏居一隅的手艺人，不管世事如何变迁，依然执着坚守着自己那一方天地。陈文及她的祯彩堂便是这其中之一。

缂丝，这在整个织造领域里小之又小的门类，在没有被列入国家非遗前，鲜有人问津。甚至现在非遗热，宣传的多了，来到祯彩堂的人中，依然有不少要为其费一番口舌，讲解何为缂丝。

“缂丝之难，便在于大家都知道它好、它珍贵，但靠它生活的人却举步维艰，连生存都很难”，陈文说道：“在如此环境之下，我们祯彩堂不仅能活下来了，在别人眼中还活的不错，这是我所骄傲的。”

询问起她当初因何机缘进入这个行业时，她却笑笑坦然道：“当时就认为这是一份职业嘛。”确实，在她作为设计师进入缂丝行业的 1989 年，苏州，正是缂丝发展的黄金时期，有着大批来自日本的和服腰带缂丝订单，整个苏州有一两万人从事缂丝织造，繁荣至极。

当时，苏州拥有苏州缂丝厂、吴县东山缂丝厂、蠡口缂丝厂、黄桥缂丝厂、陆墓缂丝厂等五大龙头厂；也有数千织户、上万缂丝机同时开工的盛景。然而，上世纪 90 年代，随着历史以及行业的原因，苏州的缂丝市场遭遇了“滑铁卢”，整个缂丝业遭遇严冬，很多人积压的货卖不出去，五大厂纷纷消失，缂丝从业人员从数以万计锐减至数百人，缂丝的辉煌一去不返。到如今，整个缂丝行业从业人员仅存四五百人。你难以想象，在仅存的四五百人中，竟有 50 余人是祯彩堂带领下的缂丝团队。

“现在缂丝这一支队伍太弱了，做的人太少了”，陈文惋惜道：“我们很有危机感，如果我们的师傅少一个，我们



左图：陈文

就少了一只手，虽然有新的人来学，但真的很少能有人坚持下去。”

经历繁荣，看过严冬，陈文比别人考虑的更多些，如何让自己真正所爱之物生存下来，如何让团队里的师傅们有饭吃，不为生计发愁，她要为缂丝寻找新的价值，寻找不一样的发展之路。

“80 年代苏州缂丝行业最繁荣的时候，有很多来自日本的订单，那这就算缂丝的发展方向了吗？我觉得不是，那段时间也只是有机会给大家练了手。有人为你买单，你



左图：祯彩堂摹缂八大山人《鲶鱼》缂丝艺术挂件

不仅练了手，还得到了成长，这是好的。但现如今没有人
为你买单，你需要靠自己吸引别人，让别人真心认可缙丝，
觉得它好愿意掏钱才行。” 陈文如此说。

从苏州工艺技校毕业后，陈文曾在设计公司画了七年
的设计稿，这七年的时间给了陈文极大的磨练，据她所言，
当时进这家公司主要是想在专业水准上更进一步。这七年
里，陈文也熟悉了缙丝的技艺，了解了缙丝的市场。从
1996 开始，陈文开启了个人的创业之路，开始自己做缙丝
的订单。

创业之初，陈文就决定不走简单的代加工路线，一方
面是因为单纯的技艺比拼很难有竞争力，另一方面自己的
设计所学无法得到运用。所以陈文从第一单开始，她就始
终把设计放在首位，客户提需求，陈文设计图样，反复交
流定稿后，再进行生产制作；即使是客人拿来绘制而成的
画稿，陈文也会再用专业的设计眼光，为客人把关，提供
真诚的建议，充分发挥设计的价值。

2001 年，陈文成立了祯彩堂，一方面依然承接日本高
级定制，一方面开始着手设计缙丝生活用品。

2008 年，祯彩堂第一家门店正式对外营业。除了高级
定制，复刻缙丝文物，陈文一心想让缙丝走进大众生活中。

“缙丝它不仅仅是作为艺术品存在的，虽然它很昂贵，
但在历史上它其实一直是可以使用的，哪怕是皇室礼服专
属织物，它也是有实际使用价值的。” 陈文一直在琢磨市
面上的缙丝产品，琢磨缙丝的织物属性，将自己多年积累
的设计经验赋予祯彩堂作品新的审美及价值取向。



从祯彩堂起初的山塘街店到现在的平江路店以及苏州
工业园区店，每一个门店的选择都是在人流密集的地方。
陈文认为也许路过的客人不是她当下的消费群，但是通过
一次两次的接触，就会有更多的人知道缙丝，了解缙丝。
陈文还在店里安排了缙丝师傅现场展示技艺，每当有客人
进店，都会一遍遍地对新来的客人说：“这是缙丝，是苏
州传统的手工艺，以前都是给皇帝织龙袍的，是十分宝贵
的技艺。” 陈文说：“与苏州的刺绣相比，缙丝对很多人而
言是一个比较新的技艺，我们就通过这样一次次的面对面交

流，告诉客人这是什么，怎么做的，让他们在脑子里有一
个初步的印象，让他们先认知，再逐步了解、喜爱缙丝。”

她的目的只有一个，让缙丝走到大众的生活中来。在
陈文看来，缙丝并不是高高在上的朝圣之物，要改变这种
看法，将艺术生活化或者将日常生活审美化是一个重要的
尝试。缙丝能够刻画内容的功用决定了每一件缙丝作品的
唯一性以及创作的多元性。对于缙丝的推广，需要把握“高
大上”与“接地气”之间的度。

一千个人眼中就有一千种缙丝，这对要取悦众人的陈
文来说，无疑是最大的难题。她却说“好的缙丝一定是美
丽的”，只要是花心思认真设计制作，看起来美的缙丝那
一定是好的，这是陈文对于缙丝最直白的理解。

陈文非常重视缙丝的设计，这也是祯彩堂的作品与他
人最大的不同。她认为缙丝的设计不是简单的拿来主义，
需要设计师的二次创作，要将原画作表达的信息精准捕捉，
又结合缙丝的工艺特点，提取画作精髓并寻找最适合的表
现方法，才能最终在缙丝上得以呈现。

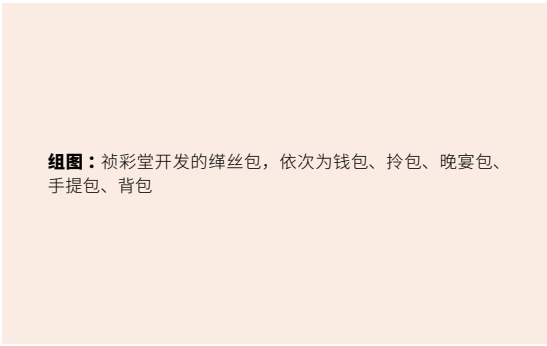
“我不认同什么作品都拿来直接做缙丝，我觉得每个东
西都应该有思想，特别是缙丝，它是一种表现绘画，表现
情绪、见地的方法。”

很多手艺如果没有思想，就只有匠气并无匠心了。正如
缙丝，简单的丝线当你赋予它思想，它就是一件有灵魂的作
品。“缙丝设计，你要了解它作为织物的技术原理，要提炼
设计精髓，提炼正统的文化、向上的理念，同时还要有眼界。”

生在苏州，生而就被浓郁的人文气氛包围。陈文更愿
意以“日常之美”以及“文化之韵”给缙丝设定新的发展方向。
于是，她找到了著名画家夏回寻求合作。在多方探讨之下，
经过一年时间的修改调整，夏回水墨花鸟画系列缙丝作品
陆续问世，钱包、手包、手袋、茶席、屏风、服饰、团扇……
完美呈现了缙丝的精湛工艺与水墨画的空灵静谧，充满了
美感与人文追求。

目前祯彩堂主要产品分为作品和日用品两大类。作
品具有极高的收藏价值，往往制作工时需要以年计算；日
用类的产品从包包、抱枕到门帘、茶席，产品种类比较丰
富，也要相当大的精力投入。所以祯彩堂每一款产品的诞
生，都是很慎重的决定。陈文说：“尽管我们前期会有很
多的市场调查，去了解市场的声音，但是在推广每一款产品
前，我们会先制作少量的成品，进行小范围的试销，并及时
调整，确保每一款产品都能让大多数人喜欢。”

也许正是因为这样的做法，让缙丝从最早的一份职业，
慢慢变成事业，到如今，已经是陈文人生中不可缺少的一
部分，变成了她要用毕生去守护的责任。



组图：祯彩堂开发的缙丝包，依次为钱包、拎包、晚宴包、
手提包、背包

缙丝的传承与守护

2017 年 11 月 28 日下午，“美在苏工”非遗传承巡展
第四季“织圣经纬——祯彩堂缙丝邀请展”在南京九华美
术馆正式开展。本次展览由苏州工艺丝绸有限公司及苏州
祯彩堂工艺厂联合主办。



走进九华美术馆，展厅内的“书法”“绘画”特别“吸
睛”，因为这些作品既有八大山人的、齐白石的，还有郑板
桥的，甚至还有宋徽宗赵佶的。这让人有了仿佛置身于博
物馆的错觉，不过定睛细看展览的海报，才明白这些作品
都是缙丝画。

在展览开幕前，祯彩堂的创始人陈文女士带来了关于
缙丝艺术的知识讲座，吸引了众多粉丝的参与。展览现场，
只要有人问到关于缙丝的任何问题，陈文都耐心、细致地
为大家答疑解惑，“我喜欢讲关于缙丝的东西”。

陈文还带了一名缙丝手艺人师傅现场为大家演示了织造
过程，并通过一台学习织机教大家进行简单的织造，众人
络绎不绝上机体验，想织出一段属于自己的缙丝，但体验
过后纷纷感慨道，想要做出一幅像样的缙丝真是太难了。

此次活动受到了一些媒体的关注，在赞叹缙丝技艺的
同时，也对苏工美的传承巡展活动表示大力支持。 [1]

左图：现场展出的“宋徽宗草书千字文”（实
为缙丝作品）

2017 中国重大成就盘点

文_庞梓 图_视觉中国 责编_屈菁

2017 年结束不久，回首望去，在过去的一年中，许多重大成就正将我国从崛起引领至复兴。这些突出的成果，既是工业 4.0 时代未来与他国竞争的利器，也是提升国民幸福感和生活质量的保障基础。去年，世界知识产权组织和康奈尔大学等机构联合发布了 2017 年全球创新指数报告，中国国际排名从 2016 年的 25 位升至 22 位，成为唯一进入前 25 名集团的中等收入国家。这也意味着，中国与发达国家科技水平的差距，正在逐步缩小。

我们盘点了 2017 年的中国成就，与读者详解其对于宏观大局的意义以及与我们生活有何息息相关的便利。

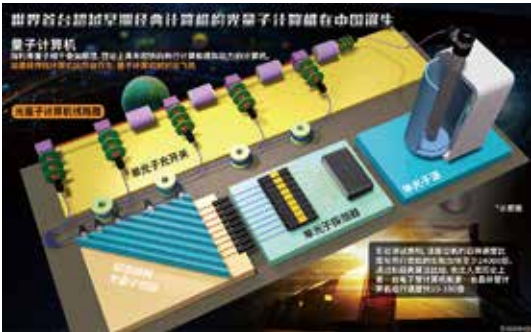
首艘国产航母下水



2017 年 4 月 26 日，中国第一艘国产航母 001A 型在大连造船厂正式下水。从此中国结束了不能建造航母的历史，我国一跃成为全球屈指可数的几个能够独立自主建造航母的国家，而且也是目前全世界仅有的三个正在建造 / 海试

大型航母的国家之一。据公开资料显示，我国首艘国产航母的长度是 315 米，相当于三个足球场的长度，其宽度为 75 米。该国产航母与“辽宁舰”的外形基本相似，但可搭载的战斗机数量会更多。

世界首台光量子计算机在中国诞生



2017 年 5 月 3 日，中科院发布了一个“重磅消息”：中国量子计算机诞生。这是历史上第一台超越早期经典计算机的基于单光子的量子模拟机，为最终实现超越经典计算能力的量子计算奠定了基础。

官方公布的实验测试声称，该原型机的取样速度比国际同行快至少 24000 倍，同时，通过和经典算法比较，也比人类历史上第一台电子管计算机（ENIAC）和第一台晶体管计算机（TRADIC）运行速度快 10-100 倍。

国产大飞机C919首次试飞



2017 年 5 月 5 日，中国首架具有自主知识产权的大型喷气式干线民用飞机 C919 的首飞圆满结束。这标志着大型民用客机的垄断市场在 A（Airbus 空中客车）和 B（Boeing 波音）之外，正式迎来了新的参与者 C（C919）。

从 C919 设计研发到总装下线，进而实现首飞，就有 36 所高校、200 多家企业、数十万产业人员参与研发，70 家企业成为 C919 的供应商或潜在供应商，已初步组成一条完整的飞机制造产业链。

它采用了更具流线型的机身设计，大规模应用了先进材料（第三代铝锂合金材料、先进复合材料用量分别达到 8.8% 和 12%），整体减重 3%，飞行油耗更低、运营维护成本更低，是一架极具竞争力的干线商用飞机。

C919 的诞生不是简单的组装飞机，而是配置属于自己的庞大民用航空工业体系。

可燃冰稳定试采成功



2017 年 5 月 18 日，我国在南海北部海域的可燃冰试采成功。可燃冰作为一种储量惊人的清洁能源，其储量几乎可以达到煤、石油、天然气总和的两倍，是公认的下一代清洁替代能源。此次试采标志着我国成为实现了在全球海域可燃冰试开采中获得连续稳定产气第一名的国家。

继美国引领“页岩气革命”之后，我国引领的可燃冰开采革命，有望推动整个世界能源利用格局的改变。可燃冰，学名天然气水合物，是由天然气与水分子在高压和低温条件下合成的一种固态结晶物质，可以像酒精块一样被点燃。作为固态的天然气水合物，其能量效率极高，1 立方米“可燃冰”就可以分解释放出 160 立方米以上的天然气。据预测，我国可燃冰远景资源量超过 1000 亿吨当量，潜力巨大。可大批量替代石油煤炭等化石能源。

中国首次实现海域可燃冰试采成功，不仅体现了我国在这一领域勘查和开发的核心技术得到验证，同时也彰显了我国装备制造的能力。在这次试开采中，由我国自主设计制造的“蓝鲸 1 号”海上钻井平台功不可没。

北斗导航第三阶段组网

2017 年 5 月 23 日，中国卫星导航系统管理办公室宣布，我国将全面启动北斗系统第三步建设，即北斗三号系统，2017 年下半年发射 6-8 颗全球组网卫星。



这正式标志着北斗系统第三阶段任务：全球组网正式开始。今年，还将先后发射 18 颗北斗卫星。北斗卫星系统将率先为“一带一路”沿线国家提供基本服务，直到 2020 年我国建成世界一流的全球卫星导航系统，最终形成全球服务能力。

而在智能手机领域，主流机型中均已支持北斗卫星导航系统，部分国外品牌手机已具备北斗卫星导航的功能。

北斗系统在共享单车、城市智慧管线等新兴市场规模化应用逐渐显现。虽然目前规模较小，但已经显示出巨大的生命力。

中国首颗 X 射线空间天文卫星“慧眼”升空

2017 年 6 月 15 日，我国在酒泉卫星发射中心用长征四号乙运载火箭，成功发射硬 X 射线调制望远镜卫星（Hard X-ray Modulation Telescope, HXMT）“慧眼”。

“慧眼”是我国自主设计的首颗大型 X 射线天文卫星，设计寿命 4 年，卫星总重量 2500kg，将运行在 550km 的近地圆轨道上，卫星搭载了高能、中能、低能 X 射线望远镜和空间环境监测仪 4 种有效载荷，具有大天区巡天扫描观测和高精度的定点观测能力，可观测天体 1-250keV 能量范围的 X 射线 / 硬 X 射线，并监测 200keV-3MeV 的硬 X 射线 / 软伽马射线爆发现象。

通过巡天观测、定点观测和小天区扫描 3 种工作模式，能够实现宽波段、高灵敏度、高分辨率的 X 射线空间观测。卫星成功发射和正常运行后，将使我国在 X 射线空间观测方面具有国际先进的暗弱变源巡天能力、独特的多波段快速光观测能力等，推动我国高能天体物理研究进入世界先进水平。

“复兴号”中国标准动车组



2017 年 6 月 25 日，中国标准动车组被正式命名为“复兴号”，26 日在京沪高铁正式双向首发。这是因为京沪高铁旅客占中国高铁旅客的六分之一以上，经济能力强和需求强，所以在京沪线逐步恢复 350 时速。

复兴号动车组列车，是中国标准动车组的中文命名，英文代号为 CR，高于 CRH 系列。三个级别为 CR400/300/200，数字表示最高时速，而持续时速分别对应 350、250 和 160。在 350 公里时速下复兴号与和谐号 380 相比，总能耗下降了 10%。复兴号从 300 公里提高到 350 公里时速，能耗大概增加 20% — 30%。

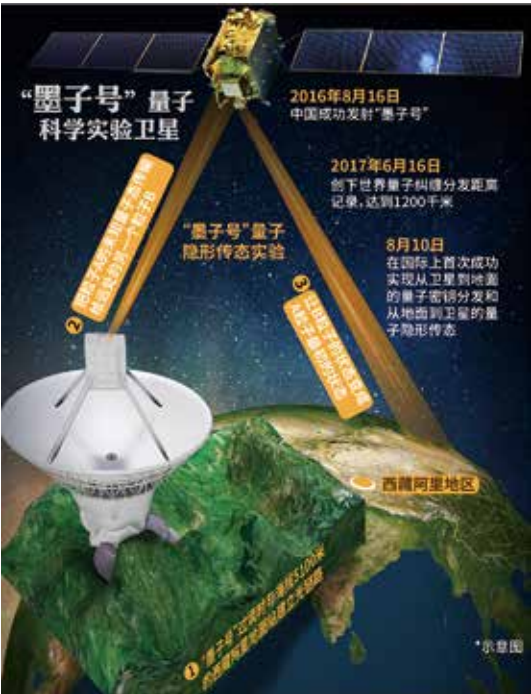
2017 年 8 月 21 日起，京津冀地区开行 22.5 对“复兴号”动车组列车，当时，“复兴号”动车组在京沪高铁率先实现了 350 公里时速运营，使我国再次成为世界上高铁商业运营速度最高的国家。而从去年 12 月 28 日起，复兴号的运营范围进一步扩大到我国中西部地区。

墨子号完成量子纠缠实验

2017 年 8 月 10 日，全球首颗量子科学实验卫星“墨子号”圆满完成了三大科学实验任务：量子纠缠分发、量子密钥分发、量子隐形传态，使得我国在量子通讯领域达到新高度。

作为安全等级最高的加密技术，量子加密早已成为各大国争相追逐的目标。早在 10 年前，IBM、微软等知名外企就率先开展研发，国内仅用于个别科学实验。谁能想到呢，只用了 10 年，中国在这个领域已经变成了当之无愧的领头羊。

量子通信涉及的现象远远超出了我们对于宇宙的传统理解，爱因斯坦称它为“幽灵般”的现象。因为它假定现存的粒子可以瞬间将信息“传输”到另一个纠缠的粒子，并且



这种纠缠似乎是超越时空的。无论在哪里，另一个纠缠的粒子都会产生感应。如果你的加密措施使用了量子通信，那基本意味着永远无法被对手破解。

拥有无法破解的通讯加密技术，其经济价值和现实意义不言而喻。墨子号在这条路上的探索正在引领潮流。

“墨子号”的地星量子隐形传态实验成果发表在国际权威学术期刊《自然》杂志上。杂志审稿人称赞实验结果“代表了远距离量子通信持续探索中的重大突破”，“目标非常新颖并极具挑战性，它代表了量子通信方案现实实现中的重大进步”。

“海水稻”初步成功



2017 年 9 月 28 日，黄海之滨，一片生长在咸水中的特殊水稻已稻穗累累、压弯枝头——由中国工程院院士、“杂交水稻之父”袁隆平挂帅的“海水稻”项目在青岛示范基地进行耐盐碱水稻材料评测会。

此前，袁隆平在《海洋科技与粮食安全》的主题演讲中表示将在 3-5 年内选育出在盐分浓度 3-8‰海水灌溉种植条件下，产量达 300 公斤 / 亩以上的耐盐碱水稻新品种。

“最高亩产为 620.95 公斤，大大超出了我们的预期！”在测产会上，“海水稻”实地测产结果一经宣布，现场人群沸腾了——这个亩产意味着我国在“海水稻”研发领域取得了重大突破。这次测产为海水稻取得最终成功奠定了坚实的基础，推广了海水稻的最新进展，树立了信心，推动了国家对盐碱地改造政策的落地。

中国“天眼”发现脉冲星

2017 年 10 月 10 日，中科院国家天文台宣布，“中国天眼”发现 2 颗距离地球分别约 4100 光年和 1.6 万光年的新脉冲星，这是我国射电望远镜首次发现脉冲星。

所谓中国天眼，是 2016 年 7 月 3 日建成的 500 米口径世界最大单口径球面射电望远镜（FAST），坐落在贵州省平塘县的大窝凼洼地，科研人员可以通过这部设备，观察星际之间互动的信息，测定黑洞质量，观测暗物质，甚至搜寻可能存在的星外文明的信号。

众多独门绝技让其成为世界射电望远镜中的佼佼者，这也将为世界天文学的新发现提供重要机遇。FAST 性能卓著，即使在未来 20-30 年，也将保持世界领先地位。



造岛神器“天鲲号”

2017 年 11 月 19 日，中国自主设计制造的造岛神器“天鲲号”在江苏启东下水。相比于它的前辈“天鲸号”，“天鲲号”不仅拥有更加“纯正”的国产血统，在性能上也更胜一筹。“天鲲号”具有非常强的挖掘效率和输送能力，最大挖掘深度可以达到 35 米，可以在一小时内将 6000 立方米的海水、碎石、泥沙混合物送到 1.5 万米之外。

换算过来，“天鲲号”能在不到一周的时间里，就在南海岛礁上搭起一个足球场大小的沙石堆。在工作时，“天鲲号”自航绞吸船的吸泥管会插入海中，吸泥管的前端装有绞刀，这些绞刀非常锋利，可以轻易切开坚硬的岩石。然后泵机将海水、泥沙和碎石的混合物通过输泥管输送出去，使泥沙和碎石在万米之外的预定地点堆积。

正是因为“造岛神器”的工作效率异常惊人，在 2017 年 5 月，中国商务部发布公告：为维护国家安全，对大型挖泥船实施出口管制，未经许可任何单位和个人不得对外出口。

暗物质探测卫星“悟空”有所发现

2017 年 11 月 30 日，国际权威学术期刊《自然》在线发表了中国首颗暗物质探测卫星“悟空”的首批成果：发现太空中的反常电子信号。根据“悟空”积累的观测数据，科学家们发现在 1.4 万亿电子伏特的超高能谱段突然出现剧烈波动，反映在图上是一个“尖峰”。



近年来，全球多个团队通过不同类型的设备持续寻找暗物质，比如地上有欧洲核子研究中心大型强子对撞机，天上有美国费米卫星。虽为后起之秀，但“悟空”不仅更“经济适用”，其电子宇宙射线能量测量范围也有显著提高，还能够最大限度地过滤掉宇宙射线的“杂音”。

上天不到两年时间，“悟空”发来的这份“捷报”，再度点燃公众对暗物质的热情。目前“悟空”在轨运行良好，探测器正常工作率平均达到 99.5%，有望超过 3 年设计寿命，继续工作 5-10 年。

尾声

随着我国三十多年的高速经济增长，一大批高新技术成果正逐步出现在公众眼前，走入产业化，进入到我们的生活。对欧美日科技上不可逾越的恐慌正在变成历史。随着科技上的水平日益提高，无论在国际贸易还是在国家交往上，世界对待中国的态度正在逐渐走向公正。 

“老三样”的新模样

文_肖珠 责编_屈骞

老三样也称“三大件”，随着时代的变迁，也有所不同。对我们而言，上世纪80年代的冰箱、彩电、洗衣机这“三大件”最让人印象深刻。当时，随着改革开放的深化，人们收入的明显增加，早期的自行车、缝纫机和手表早已变得不再稀奇，在家庭建设上，人们逐渐开始向电气化迈进。当然，那会儿这老三样的尺寸都不大，但即便冰箱只是单门的、洗衣机是双缸的、电视机是黑白的，可人们的生活也是比蜜甜。如今30多年过去了，在我国制造业水平的持续高速发展之下，现在“老三样”无论是外观、质量或品牌，都发生了翻天覆地的变化，这不仅代表着时代的变迁，也见证着中国的变化。

上图：普通冷冻和晶弘瞬冷冻技术（右）下的肉类对比

下图：瞬冷冻过后的水不结冰，但倒出来会形成冰沙

冰箱：零下五度都不结冰



以前的冰箱，冻出来的肉就跟石头一样硬，基本上得提前很久拿出来化冻才可以进一步烹饪，但现在有的国产冰箱就能做到基本上冻出来的肉可以不化冻，拿出来直接可以一刀切，方便又省时。

这项最新冷冻技术是中国一家冰箱企业晶弘在全球独创的瞬间冷冻技术，能够使食物里的水分保持在零下五度而不结冰。

晶弘的工作人员做了现场试验：从瞬冷冻冰箱当中的瞬冷冻室拿出一块瞬冷冻过的猪肉，再从普通冰箱当中的冷冻室拿出一块冷冻过后的猪肉。对比后可以发现，瞬冷冻过后的肉色泽度更加鲜亮，而且表面没有很多冰针，从硬度来说，瞬冷冻肉相对还是非常柔软的，无论是肉丝还是肉片，可以直接切。

传统冰箱冷冻过的肉不仅化冻的时间长，化冻过程有大量血水流出，导致肉类原本的营养流失。而瞬冷冻过的肉不仅节省了化冻需要的时间，还能最大限度地保留住肉类的营养物质。这种保鲜技术甚至能让一瓶在冰箱冷冻室里冻了8个小时的水保持液态而不会结冰，但当把这瓶水倒进碗里，就会在瞬间结成冰沙。

晶弘制冷研究专家解释：“瞬冷冻过后的水，在温度和撞击下形成冰沙状态。自然界中有过冷却的现象，这种现象指的是水在零下会不结冰，那么通过瞬间刺激，会使水结成许多微小圆润的粒子，这种粒子不会刺破细胞结构，从而保证食材营养不流失，那么我们就想到把这个技术运用到冰箱当中，从而为食材保鲜。”

这是一款获得过2016德国iF国际设计大奖、红点设计大奖的中国冰箱。普通冰箱的温差一般在正负3°C-5°C左右，而TCL这款冰箱的温差能保持在正负0.5°C内。这款全能型冰箱，来源于TCL在全球独创的一体变频风冷技术。

TCL高级经理李平介绍：“传统冰箱有几个痛点，第一个痛点就是有霜，直冷产品一般都会结霜，用时间长了要定期除霜，这是一个。还有一个就是制冷效率不是太好。”



TCL 的一体变频风冷技术冰箱

普通冰箱的缺陷，是因为传统制冷技术无法在制冷快、能耗低等方面实现全面的解决方案。俗话说，又想马儿跑得快，又要马儿不吃草，这是不可能的事。但这看似不可能的事情，成为中国冰箱技术人员立志要攻克的目标。

李平说：“遇到最大的难题就是我们这个产品，因为每个不同环温段对应不同转速，包括时间也好，白天和黑夜也好，我们都要从转速跟产品制冷效果要一一对应。”

经过反反复复的艰苦试验，经过一次次失败重来的顽强探索，中国冰箱技术人员终于找到了一条前所未有的解决路径，全世界第一款一体变频风冷技术的冰箱在中国生产线上诞生了，它做到了既能迅速制冷，同时能耗又小、噪音又低。

“我们把冰箱的主控系统跟压缩机的主控系统，用一个智能化的芯片来做了一个完美替代方案，这样好处就是，冰箱能根据不同环境温度、不同季节，来给压缩机提供指示，压缩机能保证在每一个环温段或是每一个时间段，都是一个最佳转速来运转，从而保证冰箱里的温度都非常合适”，李平说。



左图：2017年CES上展出的搭载Intel芯片的美的黑科技冰箱。美的与英特尔不断深化着智能家居方面的合作，推进中国家电智能化进程

这种全能解决方案，不仅让这款中国冰箱获得了多项国际大奖，而且还开创了冰箱很多新的使用用途。像高档的红酒、需要特殊存放的茶叶、名贵的药材、女性化妆品，以及母婴储存专区，都可以在这种新的制冷技术上实现分类储存，互不干扰。

如今，中国制造的冰箱不仅在技术上处于世界领先的水平，在互联网应用和人工智能上，更是取得了新的突破。冰箱已经不再只是厨房里单纯进行食物保鲜的家用电器。

近年来，美的智能冰箱在互联网应用和人工智能上不断取得新的突破。美的冰箱负责人戴江对此进行了介绍：“人们可以（通过显示屏）先来看看冰箱里面有什么，比如说第一层远处有个西兰花，然后人工智能识别的结果又显示中间有个大白菜，第二层稍远处有个黄瓜，更远处有个香蕉……”原来，这个冰箱在冷藏室里面有多多个高清的摄像头，当冰箱门关上之后，整个冰箱会自动去拍照，拍照完成之后，会把照片传到云端高性能的计算机服务集群。这就是中国企业在全球首创的食材智能图像识别技术，到今天为止，美的仍然是全球唯一——一个量产该技术冰箱的企业。

人机互动，食材识别，仅仅是智能冰箱发展的第一步。在智能冰箱的道路上，中国各个冰箱企业正在规划更美好的未来。

戴江还在做着展示，他通过简单的动作，就可以让美的智能冰箱获取所需的数据，并通过后台云计算得出他的身高、体重、BMI（身体质量指数）等参数，并给出相应的健

康得分。除此之外，美的冰箱还开发了智能用药提醒功能，可以提醒患者按时吃药。

在消费转型升级的时代潮流下，美的智能冰箱用技术改变了人们的生活方式，让冰箱不再只是一个存储食材的大盒子，而是一台为你贴心服务的健康管家。

电视机：还没两个硬币厚



右图：创维 Wallpaper 电视，还没有两枚一元硬币厚

2017 年十一黄金周期间，在深圳的一家电器大卖场内，一款新推出的国产超薄电视惊艳亮相，让每个从它身边走过的人都会忍不住停下脚步来欣赏一下。

这台电视的屏幕像一幅画一样“贴”在玻璃上，远远看去好像漂浮在空中，电视屏幕居然可以这么薄？最新的电视科技让路过的顾客纷纷发出惊叹的同时，也非常好奇，这款电视究竟有多薄呢？

在实验室里，技术人员用专业的仪器对它进行了测量。这款电视机的厚度是 3.65 毫米。而苹果 8 手机，它的厚度也要在 7 毫米左右，这款电视的屏幕厚度只有苹果 8 手机的一半。

两个一元硬币叠在一起的厚度是 3.7 毫米，而这款电视屏幕的厚度比两个硬币重叠起来还要薄一些，它就是中国电视机企业所生产的目前世界上最薄的电视。这款集美貌与实

力的电视，正是创维的 Wallpaper，它的屏幕与主机分体式设计，采用 65 英寸 OLED 柔性屏幕，4K 分辨率，内置 4GB 内存 +64GB 机身存储，运行酷开系统。

创维研发中心副主任工程师姚文兴表示：“极致超薄的屏体意味着要求更严苛的工艺，这样会导致屏体的良品率下降，成本上升。第二个就是散热，第三个就是变形，极致超薄的屏体要求更高强度的背板保证整体的平整度。”

从 1958 年我国制造出第一台电视机，到 1987 年中国电视产量超过日本成为世界第一，中国企业一共花了 29 年的时间。此后，中国制造不断在全世界电视机行业创造领先优势。

在北京的一家电视卖场里，售卖着中国企业生产的全球第一款搭载声纹识别的人工智能电视。这台电视不需要遥控器，只要在一定距离内喊一声它的名字，电视就会自己开机；对着电视说出自己想看的节目，电视便可自动寻找节目并播放——这正是长虹前不久推出的 CHiQ Q5K 人工智能电视。

近两年人工智能技术迅速发展，在庞大的云端计算和大数据应用的支持下，国产主流电视品牌大都推出了自己的人工智能电视产品。长虹在人工智能领域探索已久，早在 2016 年 7 月，长虹就推出全球首款人工智能电视，一举开创了如今的人工智能电视局面。



长虹 Q5K 电视的远场语音功能是以语音交互为核心的人工智能。此为首发新款带声纹识别、原景声的人工智能电视

去年 10 月份刚问世的 CHiQ Q5K 人工智能电视，正是一年多以来长虹智能战略落地实施的关键性成果。在这台电视上，长虹应用了国际前沿的 I-vector 技术为声纹建模，同时借助云计算平台，建立起每个家庭成员独一无二的声纹数据库，能够在家庭应用环境中快速精准地实现家庭成员的身份识别，并为之呈现个性化的节目资源推荐，识别率超过 90%。

据 CHiQ 电视产品经理陈科宇介绍，CHiQ Q5K 声纹识别功能的实现有着一个强大的后台支撑，即长虹的行业首个人工智能电视技术系统。基于该系统的硬件、算法以及数据



平台和媒体资源，CHiQ 的声纹识别、模糊搜片、远场语音采集才得以实现，为用户呈现更流畅的交互体验。

让我们把目光转向另一个家电巨头海信。

“激光电视就是下一代的电视技术”，海信电器副总经理、激光电视事业部总经理高玉岭说。在他看来，电视技术从第一代以 PDP、OLED 等为代表的发光成像一体技术，发

展到近十年来的发光成像分离的液晶电视技术，如今则进入了以激光电视为代表的三次技术分离时代。

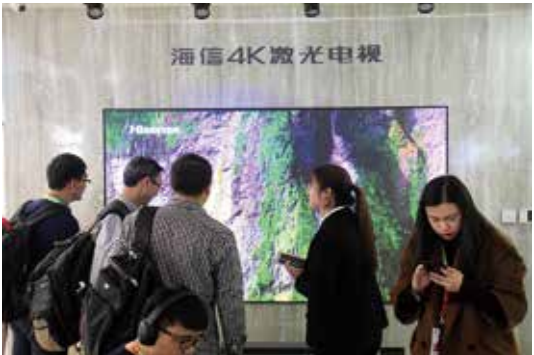
相对液晶电视而言，激光电视采用了反射光原理，更加护眼，而且更加节能省电。从激光电视的主机上发射出一束激光，打到投影幕布上，看起来就更加柔和。“由于它本身是反射式成像的东西，相对于直射式，直接进入人眼成像的话，确实长时间观看是会更加舒适一些”，高玉岭说。

而且与传统的投影电视需要长距离投射不同，现在只要距离墙面 18 厘米就可以投射出 100 吋的画面，而在以前，这需要 3 到 4 米。

十年前，激光光源技术还远未成形，基本没有可直接使用的家用激光器，但海信通过在电视市场的多年研发、销售与调查经验，在大部分同行之前确立了激光电视的研究方向，并在 2015 年就成功推出了激光影院电视。

高玉岭，1986 年从北大无线电系毕业就被分配到了青岛电视机厂。一直在研发一线上的他，见证了中国电视机制造业的发展最快的 30 年。对于近些年中国自主电视品牌的发展，高玉岭有着自己深切的感受：“中国这三十多年以来，

上图：海信激光影院获得 2015 年 iF 设计大奖



海信激光电视在 2017 中国家电及消费电子博览会 (AWE) 上引起众人瞩目 @ 视觉中国

研发人员水平的提高也是飞速的。以前的话，我们的产品和国外的产品可能有几年的差距，技术水平上的差距，到今天的话，我们和国外的产品没有差距，甚至比国外的产品还要领先一些。尤其是技术人员，会感受到，今天做一些新的东西没有那么困难了，我们周边的环境更适合于搞创新，更有条件搞创新，他们一些好的想法能很快变成一个产品。”

洗衣机：卫生纸放里面洗过后也完好无损

一个上世纪 80 年代的新家，如果有一台洗衣机就堪称完美了，这也是每个家庭妇女梦寐以求的。但那时候洗衣机属于半自动的产品。“双缸”是主流，洗衣机左侧是洗涤桶、右侧则为甩干桶。整个洗衣服的过程，都需要人工来操作。另外，震动响声大、衣服磨损大也是难以避免的问题。洗衣机的品牌更是多种多样，一直留存在“80 后”人的回忆当中。

到了 90 年代，洗衣机“进化”成全自动，只需要接通电源，倒进洗衣粉就可以了。另外，随着生活水平提高，消费者还可以选择羊毛衫的轻柔洗、大物件洗衣等等。

来到 21 世纪，家电行业更是进入高速发展期。日本、韩国等国家的知名家电品牌在国内卖得风生水起，国产家电品牌也不甘示弱，诸多厂商更是发展迅猛，家电行业的竞争激烈程度也是前所未有的。但是这么多年下来，震动和噪音一直都是洗衣机难以避免的问题。在很多人的印象中，洗衣机如果不靠强大的甩动，又怎么能把衣服洗干净呢？

在海尔集团旗下高端品牌卡萨帝洗衣机的展示中心里，一场严苛的测试吸引了不少人驻足观看。工作人员将 39 个玻璃酒杯垒成七层，摆放在卡萨帝双子云裳洗衣机上。随着洗衣机滚筒的转动，七层玻璃杯纹丝不动，连玻璃杯里的酒也没有出现晃动。卡萨帝洗衣机研发人员表示，这主要得益于他们的直驱变频电机技术，“第一，它控制精度更高；另外，它运行起来更平稳，噪音更低更安静”。

事实上，中国品牌的洗衣机不仅在运行平稳上领先世界，在洗涤技术上也独步全球。

众所周知，洗衣机是通过摩擦和摔打作用实现去污清洗。这就带来了一个两难的问题：摩擦力不够，会影响洗涤效果；而摩擦力太大，又会损害衣物。那么有没有一种办法，

能够轻柔地把衣物洗干净呢？

在另外一项测试中，工作人员先把两张同样的餐巾纸分别放进两台洗衣机，一台是普通的洗衣机，设置了 4 分钟的洗涤时间；另一台是海尔直驱洗衣机，洗涤时间是 5 分钟。洗涤结束后，打开洗衣机，可以看到两张餐巾纸截然不同的洗涤效果。传统洗衣机将餐巾纸洗得四分五裂，而海尔直驱洗衣机洗过的餐巾纸完好无损，甚至都可以揭开餐巾纸表面的薄层。能够这样轻柔地洗涤衣物的洗衣机，是中国洗衣机企业在全球的首创。

海尔集团洗衣机部工程师耿雪峰表示，当时他们找了很多资源方，包括和衣服面料厂家都合作过，但是后来不是很理想，最终他们发现最关键的问题还是把摩擦减到零这个地方，而摩擦为零的一个实现，对电机控制要求会非常高。

耿雪峰，是海尔集团洗衣机部门的工程师，今年是他大学毕业的第 12 年，用他自己的话来说，他这 12 年，始终在专心致志地洗衣服。

如今，这项对电机控制要求非常高的技术已经被海尔突破，中国品牌为全世界消费者带来了完全不同于以往的洗衣机。“保证没有摩擦力，没有摔打力，又保证了洗涤效果”，耿雪峰说：“原先的时候，大家都会买外资品牌的洗衣机，当我们的直驱技术上市之后，发现用户越来越相信我们国产的东西，而且我们远远把外资的一些品牌抛到了后面。”

而在全世界洗衣机行业都遭遇的另一个技术难题——二次污染的问题上，中国企业同样展现出高超的难题解决能力。

在 TCL 的实验室，几位工程师现场拆解了一台使用了 3 年的洗衣机，这台外表干净的洗衣机，里面是否也同样干净呢？

TCL 白家电事业部研发中心总经理席磊介绍：“大家可以看一下这上面是非常脏，因为平常我们衣服放在里边，但是外面还有一个桶盛水，那个桶也很脏，水在这里面循环，我们在洗衣服的时候，脏东西就被水带到衣服里去了，对我们的衣服造成二次污染。在 2015 年我们去做用户调研，其中有一个用户给我的触动非常大，因为老少三代人，他家有六台洗衣机，他家的阿姨偶尔还要手洗，当时对我的触动确实是非常大的。”

传统洗衣机的内部结构非常复杂，普通用户根本没有办法自行拆开清洗。因此，传统的洗衣机使用时间长了，从内筒底的三脚架到内筒底部，再到外筒底部，全成了藏污纳垢的地方，容易滋生病菌，本来是清洁衣物的家用电器，反而成了全家健康的一大威胁。



上图：TCL 免污式洗衣机，大桶内设计独立的专属小桶，采用的全封桶结构和单向水封技术，解决了洗衣中“二次污染”的问题

能否用一台洗衣机就能解决这些问题呢？经过 TCL 工程师长达三年的不断努力，中国企业终于研发出了全球第一台免污式波轮洗衣机。

席磊说：“它的内筒上没有孔，整个底部也是全部密封的，就是说我在洗衣服过程中，这个内筒外是没水的，脏东西也不会对我的衣服造成污染。”

这款中国制造的洗衣机通过独特设计，除了解决污水感染的问题之外，更重要的是能解决衣物交叉感染的问题。它采用了“大桶免污 + 小桶免污专属”的方法，在洗衣机的大桶内设计独立的专属小桶。可以分类存放衣物并进行分类清洗，避免了二次污染。

席磊说：“普通用户在家里只要用两个手指头轻轻一捏，就可以把它拿下来，就可以进行清理，拿水去冲一冲，清理一下，这样做出来以后，这个洗衣机即使你买后用了三五年，它对衣服二次污染防治方面和新机器基本是一样的。”

2014 年 5 月 10 日，习近平总书记提出推动“三个转变”的重要指示，要求“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”，引发了全社会的强烈反响。党中央对“中国创造”、“中国质量”、“中国品牌”的关怀和厚望，令人鼓舞，催人奋进。

以 2016 年为例，全球 65 % 的冰箱、58% 的电视、44% 的洗衣机都是中国制造。中国生产的电视、冰箱、洗衣机不仅价格便宜，质量也一点儿都不输于国外品牌，一些独特的技术和工艺甚至还在全球领先。 



共生的设计

——浪尖集团常务副总兼创意总监姜臻炜专访

文_杜翔翔 图_浪尖设计 责编_屈骞



右图：姜臻炜

2017年12月18日上午，被誉为中国设计界“诺贝尔奖”的光华龙腾奖（也是中国唯一一个所有设计行业的国家级奖项），其第十三届（2017）颁奖典礼在人民大会堂成功举行，来自全国的300多位创新设计领军人物齐聚北京，共同演绎2017年末设计业盛典。在备受瞩目的“中国设计业十大杰出青年”和“中国设计贡献奖”颁奖中，浪尖集团常务副总兼创意总监姜臻炜荣膺“中国设计业十大杰出青年”称号。

姜臻炜自2006年毕业就加入了浪尖集团，参与了数百个不同行业的顶级客户创新项目。十二年来，他伴随浪尖集团成长、壮大，为浪尖集团跻身全国工业设计领头羊行列做出了许多贡献。今天，请跟随笔者的脚步，一起走近这位勤勤恳恳、谦虚、热爱设计的姜臻炜，看他加入浪尖集团的十二年时光。



从毕业、实习再到浪尖

姜臻炜与设计的结缘，要从他小时候说起。据他介绍，因为家里是邮电系统的，全是各种科学类、科幻类杂志，自己从小就很喜欢画一些异想天开的画。经过了小学阶段自己“胡乱画画”之后，初中向父母提出要求学画画，于是从一个粤西的小镇来广州学美术。姜臻炜在高中时就独自背着书包，到清华美院（原中央工艺美术学院）游学了一年，当时他恰巧有一位师姐在广州美术学院就读工业设计专业，觉

得这就是自己想要的专业，“我这个人，那个时候没办法适应一直做重复劳动，刚好还有一位复读的师兄在强迫我每天5点起床与他一起练习绘画的基本功，现在想起来也非常感激他”，姜臻炜说。在高中时明白了工业设计是做什么的之后，姜臻炜考大学的时候就只报考了工业设计一个专业。后来姜非常感激汤重熹老师，没有他的推荐就没有机会进入浪尖。

然而刚刚加入公司，姜臻炜就遇到了困难，因为工业设计不仅仅是画图，自己竟然“什么都干不了”。从来没有接触过与制造业产业链有关的基础知识，那阵子，姜臻炜如饥似渴般，每天都加班到很晚，不断学习新知识、新技能，笔记本记了厚厚的一本，后来就养成了长期带着笔记本的习惯，累积下来都几十本了。姜臻炜说，2006年的时候手机应该是科技含量最高的产品之一了，基本上以手机业务为主，一来就有很多项目，在实习的几个月中，自己学到了有史以来最大信息量的东西。

但是似乎黎明之前总是黑暗的，当大四结束的时候，姜臻炜的父亲要求他考公务员留在广州，不希望他去深圳从事设计行业，为此，他还把自己关在家里一周，最后是母亲实在看不过去放他出来，从此踏上了义无反顾的设计之路，也没有想到在深圳这个城市，在浪尖这个公司就这么待了下去，或许冥冥中就注定了设计就应该在他的生命里共存。

十二年见证市场变化

姜臻炜正式加入浪尖集团后，参与的项目特别多，有时候一周两三个项目，有时候同时做六个项目。因为这种勤奋与努力，不到一年，刚好当时的主管离职，姜臻炜就升为主管；第二年又因为岗位空缺直升为经理。姜臻炜十分谦虚，他认为是自己“命好”，笑说自己就是典型的“圣斗士”。若要总结经验，其实是他从来不埋怨，静静琢磨很多事情，把工作、项目完成好。很多设计师都说加班太多很累，而姜臻炜在没有进入管理岗位的时候，因为工作质量高、效率高而基本不用加班。

姜臻炜不断在设计方面创新，给客户提交方案的时候，他又尝试很多新的表达方式，他认为，这份工作让他锻炼了口才、表达能力、思维、临时反应等方面，学会了分辨市场、察言观色。姜臻炜感谢做手机项目的这段时间，因为芯片技术、制造逻辑、体验方式都集中在一个手机里，可以说是“麻雀虽小，五脏俱全”，在做项目、讲项目、推项目时，是逼着自己得到了锻炼。

姜臻炜在浪尖集团的十二年，见证了手机行业的发展与变化。2006年，当时市场上的手机样式很多，百家齐放，竞争也大，有翻盖、滑盖、直板、大哥大、老人机……到了

2007 年，智能机、电脑、笔记本电脑等逐渐出来，iphone 也出现了；2008 年，手机市场风向变得更快了，功能机市场一下子出现了触摸屏手机，几乎把整个手机市场进行了颠覆性的洗牌，姜臻炜一直关注着手机市场的变化，那时候，公司一直跟华为等企业合作做了很多项目；2009 年，智能机时代到来，公司跟着国内的华为、中兴等顶级品牌做了很多类似国外的 AT&T 等项目，视野更加开阔。

姜臻炜说跟着罗成董事长学到了“忧患意识”，他认为，工业设计不能只做外观。从 2010 年开始，姜臻炜开始大量试错，做大量传统工业设计公司不去接触的延伸业务，他在不断与腾讯、360 等互联网公司的合作后发现，不但互联网等新兴企业需要软硬件结合，工业设计也需要软硬件结合，所以就必须要从产品级创新升级到系统级创新。开始尝试接下了视频体验、公司品牌、宣传广告、交互体验、产品线规划等类型的项目；2011 年，小米、红米等各种品牌的智能产品、智能穿戴等物联网产品开始出现了；2012 年，姜臻炜当上了公司副总经理，要管的部门更多了，他惊讶地说自己一年竟参与了 110 个项目，2013 年参与了 160 个项目，2014 年、2015 年参与了 180 个项目。总结起来，就是“各种跑”，除了设计外，研发、生产、组装、运输等，都要亲力亲为。那段时间，得到最大的收获是，可以面对客户公司最高层，与他们的董事长、总监深入交流，能够更好地做出判断。到了后来，开始尝试以设计入股的形式共同参与了更多的创新性企业中去，姜臻炜这个时候深深地感受到设计是产业链中光辉的一环，一个最具有链接性、牵引性的桥梁，就应该深耕在产业中与一线同在，就应该与各个行业共生。

下图：浪尖设计集团有限公司大楼，姜臻炜在这里度过了十二年的设计人生



尝试更深层的社会创新

2015 年，对姜臻炜、对浪尖来说，都是一个节点。浪尖在不断深入设计的过程中，开始尝试更深层的社会创新。浪尖不但开展了轰轰烈烈的 D+M 智造工场事业，也参与了“深圳城市梦工厂”发起，这是一个聚焦城市公共产品和公共服务领域的共同创新创业平台。当时公司的口碑也做成了，许多客户找上门。小到一个电路板，大到一座城市，都是设计，都离不开创新。“深圳城市梦工厂”首次由 7 家公司发起，分别为深圳城市规划院、腾讯、华为、深业、深能源、ADU、浪尖。浪尖一下子从设计一个产品，到给整个城市做设计。通过这个平台，姜臻炜接触到了一些城市级项目，认识了很多前辈、高人，当时姜臻炜就意识到，浪尖的能力很强大，但是“内秀型”。浪尖应该履行更多的社会责任与担当，或许改变不了世界，但可以改变自己力所能及的事情，全力以赴，多参与社会型项目。

设计企业甚至未来的企业最重要的是创新型人才，除了“深圳城市梦工厂”，让姜臻炜自豪的，还有创新性地开拓了全新的创新设计培训模式“尖兵团”，为大量的高校及团队提供有效且契合实际的创新设计思维培训，从更深层次地推广及发展设计。如何吸引更好的员工？“尖兵团”可以用 48 小时头脑风暴快速创新，一件产品在 48 小时内从概念到出原型。他认为，要用好年轻人，“90 后不是不好，只是你不懂他们在想什么”。“尖兵团”的效果很好，一发不可收拾，从 2015 年至今，覆盖全国多个城市，已经进行了 18 场内部、外部的“尖兵团”。

2016 年，姜臻炜有幸深度参与了深业上城智慧社区级别的项目，这个项目也会在 2018 年初对外开放使用，这又是一件让姜臻炜感到自豪的事情。在他看来，设计是除金融之外，又一个可以把所有行业资源连接起来的学科。设计师要学很多东西，这几年，姜臻炜进行了近百场演讲和交流，其 PPT 都不一样，因为他要制作企业、股东、学生等不同受众的不同版本，他笑称自己成“专业做 PPT 的了”。

十二年的时光如白驹过隙，十二年来，姜臻炜在浪尖集团一线从事设计及创新工作，不但服务华为、中兴、腾讯等国内一流企业，SONY、高通等国际顶级品牌，也为各大高校、中小企业、创业团队提供创新设计服务，服务案例超过千项。设计领域涉及消费电子、智慧健康、智慧交通、智慧教育、智慧地产以及跨界创新等各个不同的行业，并且为这些行业提供产品创新、系统升级、资源整合、转型发展、品牌塑造和创新变革等整体解决方案与落地服务。

在浪尖的日子，姜臻炜的每一天都是新的，所以“十二年来，在不消停地做新东西”，近几年大量的国际需求也在涌现，他发现了一个现象，中国的设计正在形成自己的风格



左图：姜臻炜参与的“合泰 - 中国心脏康复系统性解决方案”，浪尖入股企业项目

与文化，根植于产业链的设计，与西方的设计完全不一样的地方是，他们更加脚踏实地、更加善于将概念变现，而最大的市场又是在中国，其实国外很多年轻设计师是没有那么多项目锻炼机会的，会看到一些传承断层的情况，甚至有些设计费比国内设计公司还便宜很多，所以会发现中国的设计正在慢慢承担着更多全球性的责任，未来中国的设计是与世界共生的。

“我就没考虑过退休”

在忙碌的过程中，姜臻炜曾担心自己是否会把设计的初心给弄丢了，最后发现并没有。热爱这个行业，在做事情的时候不埋怨，不提个人要求，有时候还像个“垃圾桶”，大家有什么事都找他帮忙解决，姜臻炜感到很开心。他还说，设计这个事情很有趣，在与各行业接触的过程中，可以了解到大家都在做什么，因为有前瞻性的企业一般都是提前两三年储备新产品，接触多个领域后，就能大概做一些行业大数据，预估出未来可能会发生的一些行业变化，所以说，设计师的资源整合能力很重要，浪尖也要求设计师们，不能只在传统的外观及结构层次看待设计，更要整合资源和融合各个行业的优缺点，从全产业链设计创新的角度出发，这样才能完整地设计输出产品。

在忙碌中，姜臻炜也感悟到，事情太多，要学会“放”，即相信年轻人，给他们机会。浪尖的 D+M 智造体验馆即将开业，这个项目便是姜臻炜带着两个 90 后的年轻人做的，其中最年轻的是 94 年的，姜臻炜讲解了两次，第三次，他

就“独当一面”了，也很快升为设计经理。姜臻炜认为，只要给予年轻人足够的信任和引导，未来是属于年轻人的，本来就应该后后来者居上。而且姜臻炜在新生代身上发现，个性化定制是未来的趋势，每个企业、每个群体到每个人都有不一样的需求，随着智能制造等物联网技术的发展与普及，每个不同需求都能得到相对应的解决将成为可能，其实许多企业已经在着手这方面的准备了。

在采访过程中，姜臻炜十分谦虚，他觉得接触的事情越多，越战战兢兢，敬畏心越重，因为觉得世界之大，能人大有人在。他很庆幸自己能够从事着自己热爱的工作，有一个相爱了 16 年的初恋成为了自己的老婆，一起养育着两个爱情结晶，该有的都有了，他感慨自己是一个“很幸福的人”，更应该做更多回馈合作伙伴、回馈公司、回馈社会的事情。

最后谈到荣膺“中国设计业十大杰出青年”称号，姜臻炜笑称自己已经“麻木了”，因为之前已经入围了两次——他是 2015 和 2016 年连续两届光华龙腾中国设计业十大杰出青年提名奖获得者，这第三次终于“中奖”。他也感慨自己压力大，非常感谢各位评审的认可，因为 2017 年是首届光华龙腾奖“中国设计业十大杰出青年”、“2014 年中国设计贡献银质奖章获得者”浪尖集团董事长兼总裁罗成给自己颁奖，当从罗成手上接过奖章与奖杯，那种感觉是难以形容的，并在心中暗暗提醒自己，要不忘初心，继续前进。姜臻炜说自己深深感觉到，中国真的在重视设计，设计在深圳的重要性也不言而喻，“感激感恩，坚持下去，我就没考虑过退休”。



2017 中国制造之美优秀奖 获奖产品展示（上）

制造加工机械



数控电火花线切割机床
苏州市宝玛数控设备有限公司

“宝玛”牌数控线切割机床以“大锥度、大行程、高效率、高精度、新结构”著称，BMW 系列中走丝线切割机床的面世，将直接挑战快丝极限，直逼慢丝技术。宝玛集团与国内浙江大学、东南大学等多所知名院校合作，共同设立了技术研发应用中心、专业人才培养基地等，依托高校科研力量和产学研结合的方式加速宝玛数控机床高新技术成果的产业化进程，带动和提升宝玛研发人员的新产品开发能力。



全伺服高效婴幼儿护理裤数字化柔性生产线
江苏金卫机械设备有限公司

该生产线主要用于生产婴儿拉拉裤产品。项目创新集成自主研发的可调式侧腰贴加热与切断机构、芯体变速转位机构、多组带状调节技术、旋切切断技术等多项新技术，实现 700 片 / 分的整机高速生产，废品率降至 1% 以内。产品规格转换方便迅速，能大幅提高拉拉裤的生产效率和产品质量稳定性，降低拉拉裤生产成本，满足婴儿拉拉裤行业发展需求，打破国外制造商对高端婴儿拉拉裤设备的技术封锁和垄断，对依靠企业的科技创新推动我国一次性卫生用品行业的装备水平和产业升级有重要意义。



六轴卧式镗铣加工中心
昆山华都精工机械设备有限公司

汽车模具复合角度加工利器，高精密、高刚性，适合复杂曲面、孔加工。头部（专利结构）：超精密表面，主轴箱整体可摆动具 A 轴功能。适合模具斜面成斜角深孔 / 攻牙加工。提升生产效率及品质精度。立柱（专利结构）：高品质米汉纳铸铁体内部采用高强度拱桥型辅助结构，提高柱体刚性达 27%，两次电炉失效和两次振动时效，确保抗震长久不变形。回转台（专利结构）：采用油压紧固，重切削时，精度及稳定性优异。工作台回转采用程式控制，自动回转至美 90 度定位，适合各种加工需求。也可选择双涡轮伺服控制之回转工作台可消除运转背隙达到超高精度要求。

消费电子及周边



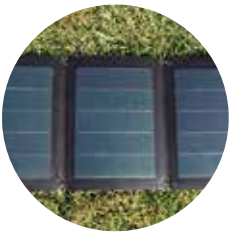
日蚀超薄空调
大业设计集团

随着科技的发展，轻薄化成为主流大趋势。日蚀超薄空调犹如一页纸，紧紧贴服于墙壁，同时大大提高了运输便利性；悬浮式面板设计，彰显产品的未来科技感；智能天气探测系统，根据周围气温、湿度的变化，自动切换模式，智能环保。



呼噜圈
深圳市云中飞电子有限公司

与同类产品比，产品的物理工作原理区别于市场上的产品，主要通过微声音跟微振动进行微弱止鼾干预，纯物理止鼾方式。外形小巧，非常便携。在晚上睡觉的时候，长按 3 秒止鼾器启动，佩戴在耳朵上入睡即可，产品附带有独自研发 app，可监控睡眠时的呼噜情况。



15W 汉能薄膜太阳能发电纸
北京汉能电子商务有限公司

采用美国高效 Miasole 芯片，弱光下发电效果更好，转化率更高。该产品采用没有光致衰退效应的半导体材料制作。厚度仅为 1mm，薄如蝉翼，轻薄便携，绿色科技无污染。广泛的温度适应能力，应用更加方便，使用范围更广。防水防晒材料，让使用和保养更加便利。

轻工日用品



阻燃高强度铝箔编织布
浙江鹏远新材料股份有限公司

采用升级后的阻燃低压高密度聚乙烯编织布，通过一面淋膜湿式复合，一面胶水干式复合的特殊工艺，在淋膜层和胶水层中都添加有一定比例的阻燃成分，使最终产品达到良好的阻燃效果。在阻燃的同时，因为双面复合的工艺不同，既保留了淋膜复合后材料的柔软性，又保留了胶水复合后材料的力学强度。



未漂白纸杯
长沙世通纸塑箸业有限公司

开创了不渗漏本色纸杯的先河。



防摔防爆玻璃奶瓶
深圳市酷萌宝贝母婴用品有限公司

一体式硅胶玻璃奶瓶，里面是高透晶钻高硼硅玻璃，经 600 度至 1200 度以上高温烧制而成，可耐高温 300 度和负 -20 度骤冷骤热不会破裂和变形。玻璃瓶 ±0.5mm 公差尺寸是产品亮点，而将硅胶注塑牢牢粘合了玻璃奶瓶（不是硅胶套上去的），可以防止奶瓶摔坏。

医疗器械及周边



一件式凸式肛肠造口袋
武汉市思泰利医疗器械发展有限公司

独特配方的水胶体胶片,柔软亲肤,抗腐蚀。内置过滤碳片,有效吸收分散袋内胀气。凸式和非凸式胶盘,适应不同类型的造口。无纺布内衬,对皮肤无刺激。独特的花边形胶片设计,可有效防止入浴时胶片翘边脱离。同时配合造口袋使用的附件产品,以帮助造口患者有更舒适的体验。



全自动液体样品处理平台
北京上品极致产品设计有限公司

模块化和半开放式是这款产品设计的主要特点,也是区别于其他液体样品处理仪器的地方。将样品瓶、主机和处理平台进行分离设计,可以明确功能分区,对操作者而言便于使用,方便维修,利于移动;打散后重组,将特定功能的模块进行多种组合而形成一个新的系统,来提高产品的附加价值。这种设计方式最大的优点便是使溶液的稀释配制更加简单、快捷、精准度更高,带来全新的技术提升。



电动轮椅
南京金百合医疗器械有限公司

便携式电动轮椅 D09 采用 7003 航太铝合金,整车重量只有 23KG,可以实现 5 秒钟折叠,折叠后尺寸小巧,可以方便携带上飞机,也方便用户旅行时放置汽车后备箱。

照明及灯饰品



天梯触摸调光台灯
深圳市中电照明股份有限公司

叠式结构设计,机械性能更好;可选高显指 LED (Ra90)。铝合金灯体,散热性好,可靠性高。智能触摸开关,无极调光,亮度记忆。手机充电器或充电宝供电,5V 低压工作,安全性高。



植物生长灯
中山市迈恩植物科技有限公司

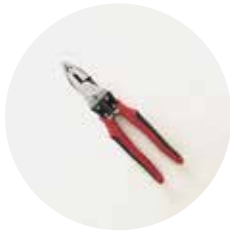
防水植物灯条,新设计专利产品,独特的透镜结构和反光杯,高效聚光,光谱辐射均匀,定向照射,光照利用率更高,比普通植物灯更加节能,实体灌封防水,更可靠。超薄厚度 21mm,大面积铝型材散热,温升低,寿命更长。适用于各类植物种植,水族箱,特别适用于高密度层架结构的植物工厂。



太阳能弧形感应灯
嘉善县长顺电子厂

产品造型别致,光路呈弧线形,美观且实用。产品利用太阳光进行能量转换,对环境友好。灯具带有红外线人体感应头,无人经过时微亮,有人经过时全亮,具有一定的警示功能。便于安装,几乎无需维护保养,无需布线,使用者有极佳的使用体验。

五金工具



多功能剥线钢丝钳
张家港欧美轻工工具制造有限公司

集四功能于一体的实用工具。前段分为四个功能区,依次分别为:前段钳功能可针对螺母进行使用;二段钳可进行截断钢丝线的功能;三段可进行压线操作;四段可进行尺码衡量及剥线工作。该产品的制造工艺为机械锻造打磨,后进行热处理及抛光工作。该产品的设计理念是多功能实用性强。



车载多功能铲子
唐山市长智农工具设计制造有限公司

铲子经过了严格的热处理工艺,硬度和韧性俱佳,侧面开刃可做斧头用,可轻松斩断铁丝。可以把角钢砍成 1 厘米深的缺口而铲子自身毫发无损。铲头还设计三角锥,用来应对人在车内遇险可破窗而出。褶皱型尖端设计,可用来防身或者打冰垂钓,挖掘沟壑。铲身有螺母孔,可拧 8 种型号的螺母。此外铲子还附带开瓶器和锯的功能。可以和铲子对接的是一个车掸子和车玻璃雪铲,可清除车身的灰尘和车身上的积雪/冰霜,不会划伤车身。该产品用双肩包乘放,方便易携带。



折叠镐
金华市明辉户外装备有限公司

该产品为一体多用的高性能高品质产品,十分注重多功能使用,实用性强,质量上乘,每件产品可以多用,同时还可以收缩折叠,省空间。该产品的制造工艺为机械锻造并加工,后期人工进行组装该产品。设计理念在于能够让产品多功能使用,一体多用,实用性强。

运动健身及休闲娱乐



瑜伽轴
苏州上品极致产品设计有限公司

整体设计灵感来源于“美人鱼”的形体线条,柔美、飘逸、变幻莫测;表面肌理运用轮廓分明的块体结构,将力量、刚毅融入其中。力量中带着一丝柔美,相互辅佐,相互配合,增强了舒适感与力量感。



X-TIME 儿童弹椅
大业设计集团

这是一款针对 0~6 个月婴幼儿的弹椅。座椅具有良好的包裹保护性,对宝宝脊椎发育提供良好的保护;丰富的玩具挂件可以锻炼宝宝的空手抓取能力,眼手、眼脑的协调配合能力;音乐的播放不仅对宝宝进行哄睡也实现了音乐早教。该产品的结构具有非常好的稳定性,结构支点受力强,安全耐用。

2017年度 最佳发明 TOP 25

The 25 Best Inventions of 2017

每年美国《时代周刊》都会评选出“让世界变得更美好”的25件新发明，来看看今年的榜单吧！



全球首款社交机器人 Jibo（售价：899 美元）

相较于谷歌的 Google Home、亚马逊的 Echo、苹果的 Homepod 这三款家庭智能音箱，智能机器人 Jibo 着重于全新的功能——他重塑了我们与机器的沟通方式！

他有着大大的圆脑袋和一个用动画图标来传达情感的脸；在他说话时，身体会旋转和转弯，就好像他在用无形的手辅助表达；他可以咯咯地傻笑，会跳舞，只要你说一句：“嗨，Jibo”，他还会根据你所在的位置迅速把脸转向你；他还可以概括新闻，或帮助主人拍照片。



让盲人重见光明的 eSight 3（售价：9995 美元）

eSight 可说是世界上最强大的眼镜，一旦带上它，它就会记录下大量高清晰度的视频，然后利用放大、对比和专有算法，把图像转变成成为盲人可以看到的的信息，使他们可以参与到多种活动中，甚至包括运动。

eSight 3 对 70% 的视力残疾者都有效！到目前为止，根据该公司估计，已经有超过 1000 名盲人朋友在使用 eSight。



吃不胖的冰淇淋 Halo Top（售价：约 5.99 美元）

好吃又不会胖的食物是每一个吃货的梦想之选。Halo Top 冰激凌，每 500 毫升的热量不到 360 卡路里（仅为普通冰淇淋的三分之一）。

过去一年里，Halo Top 的年销量同比暴涨了 25 倍，最近还打败了哈根达斯和 Ben & Jerry's 这两位美国市场前两大冰淇淋制造商，一跃登上了畅销榜榜首。

所有色号都能找到的美妆 Fenty Beauty（售价：34 美元）

这是美国流行歌手蕾哈娜（Rihanna）自创的美妆品牌。用她自己的话说：“化妆品就像是秘密武器”，因为它可以从细微的变化实现彻底的转变。但对很多人来说，这个秘密武器都太秘密了：不管是在广告还是产品设计上，化妆品公司往往只会迎合那些浅肤色的女性，而忽视了深肤色女性的需求。

2017 年 9 月，蕾哈娜发布了拥有 40 种不同色号的 Fenty Beauty 美妆品牌，产品覆盖粉底液、修颜棒、高光粉、唇彩等多个品种。她表示，自己的产品可以让每位女性都找到对应的色号。



智能温控马克杯 Ember Mug(售价：79.95 美元)

咖啡的温度一定程度上决定了咖啡的口感，太烫或太冷都会影响味道，据估算，人们只有大约 37 秒的时间可以享受处于最佳温度的咖啡。Ember 把不锈钢马克杯加固在白色陶瓷涂层里，通过 App 把杯子的温度设定在 49 到 60 摄氏度之间，同时给予一个充电杯托，从而可以让咖啡或茶的温度保持在最佳温度 1 小时。

这款马克杯自 2017 年 11 月 9 日发布以来，已经在美国的 4600 家星巴克店出售。



减轻束缚的运动头巾 Nike Pro Hijab (售价：35 美元)

Nike Pro Hijab 由轻便、透气且吸汗的网状材料制成，可以减少运动员在比赛时的风阻，同时缓解运动中的出汗问题。



水平移动电梯 Thyssenkrupp MULTI

MULTI 是世界上第一款无绳电梯系统，由德国蒂森克虏伯公司制造，它利用磁悬浮技术，可以像高铁一样平行移动。MULTI 电梯车厢打破了每个井道只有一个轿厢上下移动的模式，可循环运行多个车厢，且在多个方向移动，有效减少等待时间，从根本上改变建筑建造的方式，为城市建筑提供更快、更方便的中转。

该产品在 2017 年成功测试完成，第一款产品将于 2021 年在柏林发布。

超越智能的智能手机 iPhone X (售价：999 美元)

大名鼎鼎的 iPhone X 不用再多介绍了吧！其中“X”是罗马数字“10”的意思，代表着苹果向 iPhone 问世十周年致敬。迄今为止最昂贵的 iPhone，拥有真正的全屏、增强实境的优化处理器以及智能到可以让用户“刷脸”解锁的摄像头……就是不知道乔教主满意不满意了。



3D 打印的跑鞋 Futurecraft 4D

Adidas 联合硅谷高科技公司 Carbon 3D，用全球最为先进的 3D 打印技术，打造了这双未来跑鞋 Futurecraft 4D。不仅在尺码和形状上，甚至在灵活度、冲击形式、减震鞋垫等其他各种方面，Futurecraft 4D 都可以量身定制。

利用 3D 打印技术，Futurecraft 4D 在 2 小时内就能够完成制作，这意味着 Adidas 可以在商店里就把定制的鞋子生产出来。



高端诊所 Forward (会员费：149 美元 / 月)

并不是只有生病时才需要去看医生，Forward 定义了全新的诊所——它就像是高端的健身房，每月花费 149 美元，用户可以无限享受基因检测、血液检测、减重计划以及常规就医等服务。Forward 创始人、前 Google 高管奥恩 (Adrian Aoun) 认为，这种一站式服务可以让你看到未来，在更长的时间内检测和照顾自己的身体。

这家创立于旧金山的企业称已完成 1 亿美元的融资，并在洛杉矶开出了新的诊所，计划在未来几年覆盖美国的其他城市。



改变未来出行方式的特斯拉 Model 3（起售价：35000 美元）

特斯拉 Model 3 的设计以安全为先，旨在获得各类安全测试的最高评级。它还可以实现超过 200 英里（约合 322 公里）单程的行驶距离。这个特点非常吸引消费者，目前市场上对于 Model 3 的需求非常高，几乎每家销售公司预计每天都有 1800 个新增订单，而特斯拉正在努力生产以保证供应。



简易版家用安全系统 Nest Secure（售价：499 美元）

由 Google 母公司 Alphabet 的另一家子公司 Nest 研发的安全系统 Nest Secure，致力于让用户更简易地进入家中。只要挥动遥控钥匙而不是输入密码，就可以让特定人员在特定的时间进入家中，比如保姆可以在她工作期间进入。

智能手机的 App 可以让用户远程操控整个安全系统。当然，这款安全系统还拥有很多保护的功能，如果有入侵者试图破坏安全系统，它会发出 85 分贝响的警报，而配套的感应器在家中的房门或窗户被打开时也会立即向用户发出提醒。



NASA 火星内部探测器

美国 NASA 计划在 2018 年 5 月随“洞察”号（Insight）火星着陆器发射 2018 window。2018 window 顾名思义，就是会给科学家一个窗口来观测这颗红色星球的内部。

“洞察”号的探头将会深入火星表面 5 米以下以研究火星内部的热能信息，并测量相应的地质温度。同时，“洞察”号的地震仪还将研究火星的构成，X 射线无线电连接则会分析火星受太阳系引力影响而进行的旋转晃动，相机还会传回现场的全景和三维图片。



可独立运行的 VR 眼镜 Oculus Go（售价：199 美元）

Facebook 研发的 VR 一体机 Oculus Go，最大的亮点是容易上手，通过自带的主机就能实现独立运行，还配备了一个遥控手柄。Oculus Go 计划于 2018 年发布，目的不是要创造最真实的虚拟体验，而是想让这种体验变得轻松和容易进入。

可穿戴吸奶器 Willow Pump（售价：480 美元）

Willow Pump 智能吸奶器采用一体式无缝设计，哺乳的妈妈们可以把它装在自己的内衣里，随时随地吸奶。该产品由电池驱动，特点是安静并且足够小巧。既方便了对于婴儿的母乳喂养，同时又可以避免“春光外泄”。

该产品按照计划将于 2018 年正式面市，届时很可能会在行业里掀起一场革命。



自助烹饪伴侣 Tasty One Top（售价：149 美元）

Tasty 的烹饪视频在互联网上广受欢迎，但粉丝们从 Facebook 上看到的食谱和现实中做出的食物总是有很大落差。于是，BuzzFeed 产品实验室的负责人考夫曼（Ben Kaufman）和他的团队开始着手解决这种差距。

解决方案就是 Tasty One Top，一种和智能手机上的 Tasty App 同步的电磁炉，可以指导“未来的大厨”操作各种不同的食谱。内置的感应器和配套的跟踪温度计，通过 App 告诉用户什么时候应该给牛排翻面了，以确保适中的熟嫩程度。



直接摧毁有害污染物的空气净化器 Molekule（售价：799 美元）

大多数空气净化器都是用过滤器过滤有害污染物的方法来改善空气质量。Molekule 的想法更近一步——直接全部摧毁有害污染物。其中的关键就是它独特的纳米过滤涂层，可以通过光线的作用来防止包括细菌、病毒等颗粒的再生。



自拍专用无人机 DJI Spark（售价：499 美元）

大疆不愧为无人机的领导者。DJI Spark 解锁了新功能——帮助用户拍出更好的照片、视频和自拍照。为了实现这个目标，它比一般的无人机更容易操作、更不容易坠毁以及相对便宜。虽然它的最长飞行时间只有 16 分钟，比高端一点的无人机都要短，但你见过能上天的自拍杆吗？



米其林无空气轮胎 Vision Concept

不仅汽车越来越智能，轮胎也是同样。米其林公司在 2017 年发布的 Vision Concept，展示了轮胎技术的潜力。首先，它是无需注入空气的，不用担心爆胎；其次，它是用可回收的材料制造的，可以有效减少废弃物；最让人印象深刻的是它 3D 打印的轮胎面，可以在不换轮胎的情况下轻松更换，以适应各种路况。

米其林估计，这种先进的轮胎可能还需要 20 年的时间来研制。但诸如无空气的设计和提醒驾驶者胎面已磨损的传感器等部分特征，将会在接下来的几年里成为主流。

防黑客路由器 Norton Core（售价：279.99 美元）

和大部分只支持 WiFi 连接的路由器不同，Norton Core 可以检测异常，隔离黑客威胁。如果一台设备显示有病毒入侵，该路由器就会迅速将它与家中其他设备隔离，好像医院将传染病患者隔离那样。它还会定期更新检测软件，以保证能始终应对新出现的病毒威胁。



婴儿体温手环 Bempu (售价:28 美元)

体温监控手环 Bempu 在婴儿体温过低时会发出提示声并闪烁橙色灯光，可以让亲属及时为宝宝们调整保暖措施。到目前为止，该设备已帮助约 1 万名新生儿监控体温，遍及 25 个国家（主要在印度）。

2017 年，该手环获得了来自“在出生时拯救生命”机构的 200 万美元资助，迅速扩展了市场规模。

**自由畅玩的游戏机任天堂 Switch (售价：299.99 美元)**

任天堂 Switch 可以轻松实现家用主机和便携平板的连接，赋予玩家极大的自由度。它既是一个手持平板电脑，允许单一用户持续游戏；此外，在它两侧的控制器又允许多个用户进入操作。用户一回到家，就可以把平板电脑移到对接站，继续在家用控制台上游戏。

从 2017 年 3 月上市起，任天堂已经销售了 763 万个 Switch。

**更坚固的橄榄球头盔 VICIS Zero1**

VICIS 公司与华盛顿大学联合开发的 Zero1 橄榄球头盔，采用新型材质及人性化设计，更好地保护橄榄球球员头部。它可以起到汽车保险杠一样的作用，在撞击时立即减少碰撞的力量和声音，让运动员获得更好的保护。

Zero1 在美国国家橄榄球联盟（NFL）的年度头盔测试中获得了最高分，现在，该头盔被 18 支 NFL 球队的球员使用。

**让你分心的终极神器 Fidget Spinners**

2017 年终产品盘点怎么能没有大热一年的指尖陀螺！关于 Fidget Spinners，不同的人会有不同的评价，有的人说这款看起来永远在自转的指尖陀螺是无害的消遣玩具，有的人则说它破坏了美国的校园，分散了学生们的注意力。但不管怎么说，你都不能否认它已经在美国无处不在了。[4]



扫码查看手机版

如何开展海外社交媒体营销

文_韩席军 责编_刘艳林



@ 视觉中国

084 FOCUS VISION_Vol.57

越来越多的外贸人开始使用各种社交媒体扩展自己的海外业务。在此过程中，困惑很多人的一个问题是：我该发些什么内容？另一个同样被问很多次的的问题是：我该如何发布这些内容？

根据这两个问题，本文将围绕三个互相关联的话题展开：在海外社交媒体营销过程中，什么是优质的内容，如何制造和发布优质内容以及增加效率的黑科技和工具。

海外社交媒体包括的范畴比较广，本文主要围绕主流的 Facebook 和 Twitter 展开，中间也会提到其他的平台，但仅一带而过。

什么样的内容才称得上优质内容

1、通过用户画像，了解你的粉丝

在制造和发布内容之前，应该先对你的目标读者(注意不是客户)进行分析。从年龄、性别、地域等基本信息入手，再具体到读者群体的兴趣爱好、谈论话题、活跃网站等等。这些行为的总称，就是用户画像。

做用户画像，是为了尽可能地了解你的目标粉丝群体。在这个基础上，有方向地制造和他们相关的、他们喜欢的话题与内容。

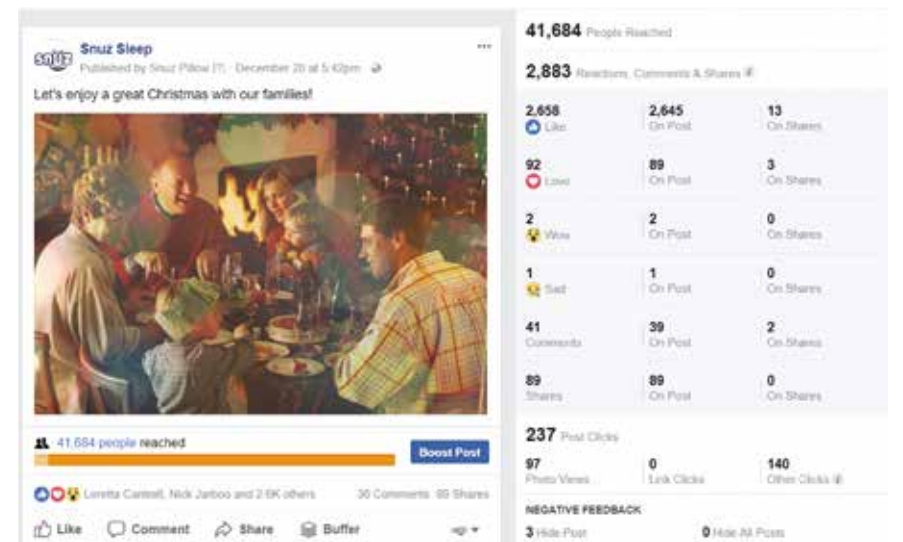
可以这样画像:锁定 20 个典型的目标粉丝,分析他们在社交媒体上的轨迹,看看他们在分享哪些内容。这样就会基本上知道你的粉丝喜欢的类型和风格。以此顺藤摸瓜,找到信息发布的源头,跟随学习。

如果觉得繁琐，也有专门对目标人群定位画像的工具，最著名的 Sprout Social (sproutsocial.com) 是一款付费工具，可以到搜索引擎搜索 Sprout Social Alternatives，能搜到很多类似的工具。

2、与目标读者相关，并且有一定的搜索量

(1) 相关性。根据用户画像的数据，规划和粉丝喜好相关的内容。请注意：这些内容不需要总是和你的产品有关，最核心的是要符合粉丝的趣味。

举例来说，我们在刚刚过去的圣诞节，发布了两套不同的贺卡，一套是品牌相关的，另



简单的圣诞家庭图片，获得41684阅读，2883互动

一套只有一张家人团聚吃饭的图片。虽然我们的品牌贺卡做得很精美，但是后者的阅读和互动远远超过前者（获得 41684 阅读,2883 互动），就是因为在这个时刻（圣诞），一张家庭团聚的照片更能够唤起共鸣。

(2) 内容搜索量。除了相关性，在拟定文章标题的时候，还要在标题中加入搜索量大的关键词。核心概念是：用意思相同、但搜索量大的关键词和短语，替换你正在用的词汇。

假设，你本来要用的标题是：Good Plants for A Better Sleep，经过调查，发现很多人都在搜索 Natural Plants for Sleep Problems and Apnea。两者意思是一样的，但是后者搜索量

Ad group ideas		Keyword ideas	
Keyword (by relevance)	Avg. monthly searches	Competition	
sleeping positions	10K – 100K	Low	
sleep better	1K – 10K	Medium	
sleep problems	1K – 10K	Medium	

使用Google Keyword Planner获得关键词的每月搜索量

2018.02 085

要做到这点，更加需要对粉丝有深入的了解，知道他们的痛点、痒点，在此基础上，有针对性地提供靠谱的方案。可以到 Quora 以及类似的社区，通过关键词搜索和类目查看的方式，观察人们关心什么样的问题。

4、内容有趣，使人愿意分享到朋友圈

同样是说话，有的人说出来平凡无奇，甚至让人哈欠连天，而有的人说出来则妙趣横生。这也就是为什么大家都有一条舌头一张嘴，很多人却愿意花钱听别人说话。

社交媒体的内容，面对的都是真实的个人，而且还是国际友人，非常考验内容的质量和趣味性。要尽力为内容加入有意思的、让人愿意分享的元素，包括：最新的、搞笑的、新奇的、技能 GET 类的、名人明星的、宠物的（尤其是猫）、知识汇总类等等。

遵循这样的原则：假设你是粉丝，当你看到自己的内容后，你愿意分享到自己的 Facebook 时间线吗？

5、长短适中、重点突出，便于读者快速获得核心意思

上面讨论的都是内容的类型，除此之外，内容的形式也很重要。

(1) 标题长度，介于 40~60 个字母的标题，阅读几率最大；

(2) 视频长度，一般介于 60~90 秒，被看完的几率最高；

(3) 文章字数 1000 字左右，拥有 4 张图片的文章，被转载的次数最多；

(4) 发布节点挑选用户有时间泡在社交媒体上的时候，当地时间的午餐、晚餐、睡前等时段；

(5) 使用“How To”，“Lists”之类的标题，可以用搜索引擎搜一下 Best Blog Titles，有很多例子；

(6) 将重点的部分，通过排版、字体颜色、大小等方式突出，便于读者一下子抓住重点。不浪费读者的时间，是对自己账号质量的起码尊重。

通过这一部分，我们大致了解了优质内容

的一些标准。实际上，这些准则也不是一成不变的，因为每个粉丝群体都或多或少有一些差异。在实际操作过程当中，一定要灵活变通。

如何制造优质内容并且正确发布

1、制造内容的3种方法

(1) Creation – 100% 自主原创

顾名思义，就是自己拟定主题，然后创作完全原创的文章和内容，也包括找外包的写手写作的文章。

由于是完全原创的文章，所以不论是对于读者，还是搜索引擎来说，质量都是最高的。如果没有时间或者写作功底达不到要求，可以到 Fiverr、E lance 等网站上面寻找外包作者，一篇文章 5-10 美金不等，不仅语言地道，还会符合搜索引擎对于关键词等的要求规范，性价比很高。

(2) Curation – 汇总编纂

现在网络上流行的很大一部分内容，其实并非原创，而是通过 Curation，也就是汇总编纂的方式制造出来的。通过将某个话题的各种素材集中到一起，可以为读者提供集中一站式的内容，同样很受欢迎。很多优秀的 Curation 文章，甚至超过了原本文章，成为热门文章。

例如：一篇特定的文章，如：“如何和德国的客户谈价格”或许只能吸引 1 万人阅读，但如果将 10 篇类似的文章汇总起来，成为：“如何同世界上这 10 个国家的客户谈价格”，则毫无疑问会吸引更多的阅读。

汇总编纂内容的目标：让读者看到这篇内容就足够了，没必要再读任何其他相关的文章。这个目标很难，但取法其上得乎其中，对自己的要求还是要高一些，才有精品。

汇总编纂的流程：锁定优质内容源（下文有列出）→筛选内容素材→组织并重新编纂新的内容→发布内容→分享内容到多个平台。

(3) Sharing – 分享优质内容

互联网有一句话就做 Sharing is Caring，这足以说明分享是一种受到肯定的行为。在没有自己制造内容的日子里，可以多逛逛别人的页

面，看看他们的推文，看到精彩的，和你粉丝相关的内容，都可以评论一下，转载到自己的时间线。

如果经常和一些大 V 互动，评论和转载他们的内容，也能够建立起某种联系，对品牌的营销曝光，有众利而无一害。

2、如何寻找新鲜的优质内容

很多人也知道要制造好的内容，并且也清楚了自己的粉丝喜欢什么，但是却卡在了找不到好的内容素材。这里我们推荐多个好用的内容搜索引擎（Content Search Engine），用来收集内容素材，进行原创或者 Curation。虽然大部分都是付费工具，但都会提供免费试用。只要更换一个邮箱，就可以继续试用。

(1) BuzzSumo –www.buzzsumo.com 最著名的内容搜索引擎，通过某个关键词，可以搜到大量的相关文章，并且每篇文章都有在各个平台被分享的次数数据。如果你要分享到 Facebook，则锁定那些在 Facebook 分享次数最多的文章即可，十分方便。

(2) Epictions –www.epictions.com 和 BuzzSumo 一样，不过内置的文章质量更加上乘一些，而且还带有数据分析的功能。

(3) AllTop –alltop.com 完全免费的内容引擎。免费注册账号之后，就可以订阅自己的话题，每天登陆看一下该话题的最新最流行内容，然后转发。

(4) Zest –zest.is 完全免费的 Chrome 浏览器插件。使用谷歌 Chrome 浏览器，访问 zest.is 安装插件，打开任意新窗口时，就会显示当前网络中最流行最火爆的内容。

(5) Feedly –feedly.com 偏技术宅的内容引擎。里面集合了很多优质的博客，通过关键词搜索找到相关的博主，查看 Ta 的最新内容，也可以联系博主进行合作。

(6) SocialAnimal –socialanimal.io 另一款和 BuzzSumo 类似的平台，免费注册使用。

3、一个可以直接使用的具体流程

如果还是不知道如何入手，可以按照下面的简单流程，开始制造和发布内容：



Curation- 汇总编纂方法流程图

(1) 在 Facebook 寻找 10 个同类中做得最好的品牌，观察他们发布的内容、时间、频率。

(2) 寻找 10 个可以让你每天获取新内容的源头，比如 BuzzSumo、某个大 V、某个网站、自己拍照等等。渠道不限,但要高相关,易阅读,好传播。

(3) 制定详细的每日计划，比如：周一一张图片、周二一段文字、周三分享视频、周四发布原创等等。每天至少发布 1 条。

(4) 在目标粉丝活跃的时间段进行发布，会获得最多的阅读和互动。可使用 Buffer 或者 HootSuite 一类的工具，进行定时发送。

(5) 坚持并循环这个过程，不断优化内容的阅读量和互动比例。形成良性闭环，也就是：你可以发挥的空间越来越大，能够制造 / 分享的内容越来越多，读者数量和互动也逐步上升。

4、目的不同，格式多样

根据不同目的，内容的形式也有很多种，除了熟悉的文字、图片、动态图、视频之外，还有幻灯片（Slide Show）、调查（Poll）、电子书（E-Book）、程序（App）、竞猜（Contest）、抽奖（Sweepstakes）、直播（Live Video）、网课（Webinar）等等。

形式是为了服务目的而存在的。不要固执于某一类内容，在不同的场景和需求下，选择最合适的形式，可以将营销效果最大化。

5、复用（Reuse）

和上一条相呼应，我们可以将每次内容制造当成是一个独立的项目。文字内容仅仅是内容的核心，有了文字内容之后，要融合到具体的场景中，发挥内容的最大价值。内容的复用又包含两个层面：

(1) 多形式复用

比如：你制造了一篇关于“如何和这 10 个国家的客户谈价格”的内容，接下来完全可以将它从文章变成信息丰富的 PPT 上传到 SlideShare，或者录制一段视频，讲解其中的概念和操作上传到 YouTube，抑或是举办一次有奖竞猜活动，设置几个类似“哪个国家的客户看重价格、哪个国家的客户喜欢验厂”的问题，让粉丝参与进来。

一篇文章，只要改换一个形式，在被复用之后，价值能够被进一步挖掘，而且还不用再去花心思在内容本身上面，也能达到互动的目的。

(2) 多平台复用

好的文章就不要仅仅放在一个页面上，转到你可以触达的各个平台。这样做不仅仅是为了获得最大化的曝光量，而且还会测试出各个平台粉丝对于不同内容的偏好。



扫码查看手机版



扫码关注作者公众号

我是怎么拿下这个荷兰客户的？

文_索菲 图_123RF 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。十年外贸实战经验，擅长商务英语写作，勤奋乐观，热爱分享。

背景简介：通过谷歌开发找到荷兰当地品牌的饮料制造商Mike，通过结合Find Email工具进一步搜索，找到他的企业邮箱地址，预备推广促销礼品。



Part 1

一封开发信和后续3封跟进邮件

第一封开发信：

Hi Mike,

It's Sophie from PAE China. Hope this email finds you well.

Consolidating your purchases from China has never been easier, we have completed numerous projects in Europe and you may even know some of the brands we've worked with.

There are a wide range of variety of marketing materials can be offered for your budget. What will the sound of your brand be? Find me on WhatsApp: XXXXX and let's discuss more.

Best Regards,

Sophie

小结：

这封开发信我主要讲清楚几点：

1) 要整合那么多不同种类的产品出柜，并不容易，但在欧洲已协助过很多品牌生产制造商完成了类似这样的项目。以此突出我方实力。

2) 促销礼品种类繁多，我们会根据客户的 budget 预算和品牌定位，做出适合的促销礼品方案。

3) 一个小问句 “What will the sound of your brand be?” 引起客户好奇心。因为促销礼品，说到底就是 get branded.

客户的最终目标是通过带有公司 logo 或促销语的礼品来提升和打造企业的品牌形象，同时引起媒体关注和吸引消费者。而不是干巴巴地说“我能提供马克杯”“我能提供圆珠笔”“我能提供帽子” 这类的表述。

附上这样一句话，他很可能会感兴趣，我们到底能为他的品牌做些什么？这已经将客户的注意力从产品牵引到品牌上了。

两天后，客户没有回复，意料之中。

我写了一封跟进邮件：

Hi Mike,

It's Sophie again. Last time I mentioned we can offer the marketing materials.

Trust you're very busy, but I've been wanting to have a quick chat about bringing promotional items presentation to you.

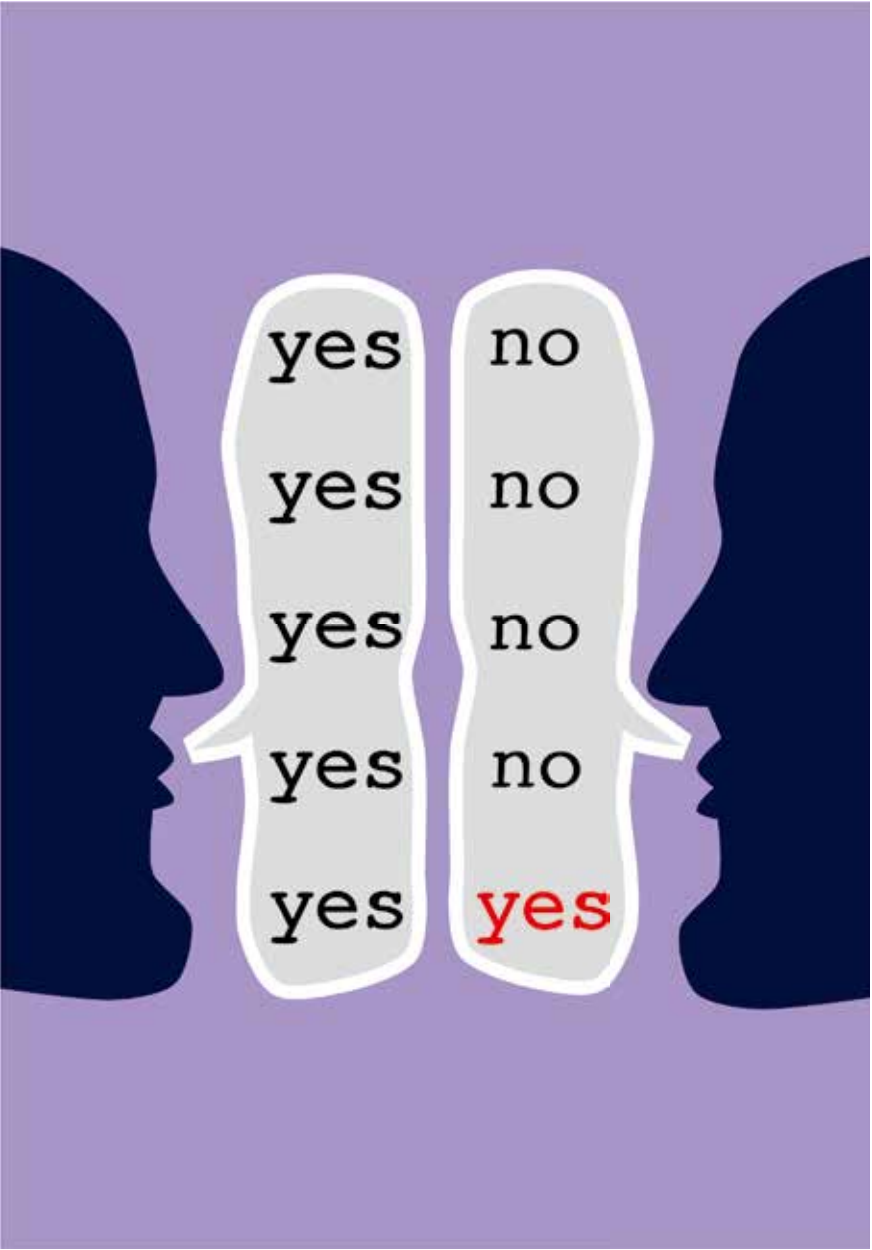
If 10 minutes of your time isn't too much to ask, then maybe we could jump on a quick call to discuss this?

Best Regards,

Sophie

小结：

这封跟进邮件直接开门见山，我想跟他进一步约电话沟通促销礼品方案，语气表达得很



尊重很委婉，理解他忙也明白他时间宝贵，但仍旧想争取。

客户依旧没回复。

三天后，我又追了一封邮件，开始下猛料：

Hi Mike,

Based upon your Instagram you're a big fan of Coca Cola - inspiring me to reach out to you again.

You know we have been also authorized to produce some give away items for Coca Cola - South Africa.

Please see attached the photos for your reference.

Best Regards,

Sophie

小结：

我注意到这位 Mike 很喜欢可口可乐。虽然他也是做饮料的，但是时不时都会在 Ins. 上面晒可口可乐。我猜想他很欣赏可口可乐的文化，所以文中提及到这点并且附上南非可口可乐授权后我们供应的促销赠品图片。以此进一步表现出我们的实力。可是，客户仍旧没有反应，沉住气。

五天后，继续跟进：

Hi Mike,

Good day.

I would like to share you with the inspection report for 20 kinds of promotional gifts shipped recently.

Thank you for taking the time to read my email. Really hope we cross paths in future.

Best Regards,

Sophie

小结：

附上一份验货报告，完整地给客户呈现出各种促销礼品的款式、工艺流程以及验货、出货环节的细节。

Part2

客户已有合作多年的供应商，怎么撬动他？

三天后，客户首次回复我：I am happy with my current suppliers. They are also in China. We have working with them for about 5 years, and we are very satisfied.

这封邮件第一遍看，简直就是残酷的拒绝。就好像表白四次，结果收到了对方的好人卡：别再写来了啊，我们已经有合作多年的供应商，而且大家合作得很满意。

再看一遍的时候，就会多一点乐观，起码客户回应我了，并且告知了实际情况：他们在中国已有供应商。

琢磨了半天，我回复如下：

Hi Mike,

Thanks for your feedback.

Many of our current customers have used different suppliers in the past. Despite how much I really want your business, I'm sincerely happy for you & your company and how your vendors have performed.

When struggling to overcome delivery, prices etc challenges, please come to us for a quote or solution. You can always depend on our quality service.

I will keep updating you our new arrival of gift items if it will not bother you.

Best Regards,

Sophie

小结：

1) 首先指明，我明白他的意思，目前我们很多客户过去也曾和其他的供应商合作过。

2) 无论现在多想和他合作，但仍要为他所提及的情况而高兴，所指是他的供应商目前一切都让他很满意这件事。

3) 提醒他当遇到交货期和价格等难题时，可以随时找我报价或者提供方案。也就是说，

我愿意当一个备胎，（划重点：备胎在外贸里不可怜！）表示他可以信赖我们的服务。

4) 继续委婉表达，如不打扰，我会一直将新款的促销礼品消息传递给他。这是在给后期的持续跟进埋伏笔，如果不回复，我就当他默认。

与此同时，我一直关注他在 LinkedIn 和 Ins 上面的动态，在他产品发布的时候我就发邮件：Congrats for your new launch. It looks really awesome.

此后我按照每个月在他面前露一次脸的频率进行跟进，对社交平台保持密切关注。在有新品的时候给他发邮件，在有折扣或者有参展消息的时候给他发邮件。整个过程客户都不回复，但是从显示邮件已读这点看，沉默不代表不感兴趣，也不代表反感。

三个月后，收到客户的首封询盘：

Dear Sophie,

Please advise us quotes for 10,000pcs round neck shirts to consolidate with our 40'hc other gift items. Artwork is as attached.

Mike

那个时候真的特别开心，他终于松动了。

分析发来的询盘：

- 1) 设计稿齐全，2 款；
- 2) 数量明确，10000 件；
- 3) 他有一个 40 尺高柜要出，订这批衣服预备一起拼柜出货。

他的询盘内容，衣服材质不明确，纯棉还是涤棉？或是其他规定的材质？数量 10000 件是两款的总数量，还是每款各 5000 件？尺寸的配码如何？小码多少件？中码多少件？大码多少件？还是有特定的码数要求？其他的货已经完成了吗？我需要把货送去哪里？这关乎运费核算。印刷方式是热转印、烫印还是局部绣花、局部热转印？还是局部丝网印、局部热转印？

通常这些是我和供应商询价时，供应商问我的各种问题，但是我不这么去烦客户，我们要做的，是让客户省心，高效解决他的需求。



于是我按照每款 10000 件报价。根据设计稿图案面积，我建议全身烫印。考虑到促销礼品的性质，我建议了三种材质，第一种假设给他的老客户做公司礼品用，那么建议 100% 纯棉，质量好，舒服透气；第二种是莫代尔材料，手感好，环保人造纤维，价格适中；第三种，如果他是短期做活动，促销赠品，建议涤棉材料，价格会更便宜。

在报价的时候，根据出货经验估算了运费，摊到单价里去。

上述所有的问题都根据自身经验去给客户建议。如若他有特殊要求，肯定会在询盘中提出，或者在后续邮件中指出。

Part3

客户给我挖坑，如何和他进一步谈判？

在询盘里，我突出了一个亮点：Guarantee color of pattern would never run. 因为客户的设

计稿中衣服是深色的，图案很复杂，如果是劣质产品，很容易洗后掉色。为减轻客户顾虑，我特别强调图案的颜色不会掉色。

客户选择了全棉材质，并问我一个问题：Confirm color will never fade? What guarantee? 看出他给我挖的坑了吗？我原文用 never run 指图案不会掉色，他问我是不是颜色 never fade 不会褪色。

给大家科普下行业知识，褪色是指纱、线、织物或有色基质上的颜色，经日光照射或空气中的燃气熏燎导致在色光、深度或艳度方面所出现的变化。防止褪色的关键是选用性能稳定、不易褪色的颜料。而掉色就是洗了一下以后，水里会含有部分布料上的颜色。掉色是因为在印染过程中，有染料没有去净，而形成的浮色。严格的讲只要是全棉制品，没有不掉色的，所以那些回答你“不掉色”的人，就需要多小心点儿了，多半是化纤品。

我回复：

There may be loose color after first time

of washing as the round neck shirts are dark colors. But we guarantee the color of pattern will not run after times of washing. Please advise your decision accordingly.

即便他已经和我有互动了，很可能有机会合作，但是前期得把细节沟通清楚，不然后续合作也是隐患不断，如果第一次合作就出现质量问题的投诉，不是花样作死吗？

所以我的解释是，因为圆领衫是深颜色的，在第一次洗涤之后可能会出现浮色，这是正常现象，但是多次洗涤后，图案上的颜色是不会掉的。

客户两天没回复，我继续跟进：Friendly reminder on the below email so we can proceed.

他回复我：Please bear with us. We are also enquiring in India where fabric is relatively cheaper. We shall advise once we get the firm prices from those suppliers. 他让我保持耐心，他们在和印度的供应商比较价格。印度的布料价格相对便宜，等他从其他供应商那拿到价格后，会通知我到。

当今的竞争就是这么激烈，不仅国内千帆竞渡，国外也互争雄长。

我回复：Well noted. If it is ok, please feel free to send us your target. We will see how to adjust to meet your requirements, thank you.

因为他的回应是在暗示，他在收集供应商的报价。所以价格要很有比较优势，而我的回应表示，如果你能告诉我目标价的话，我可以根据你的价位来调整质量。

我不会说给最便宜的价格，因为永远有人比我更便宜，但是只有质量的调整，价格才会相应变动。如果想追求低价，你就得对质量妥协。

继续等待，一星期后我跟进：Could you please help update the status? Thank you. 询问他最新进展。

他回复我：

Can we have a sample? 我当天安排寄出，五天后样板到他手后，他回复：Please

wait as many changes are needed as per new guidelines. 继续等，根据新条例有了很多新变动。

我也不知道具体是什么，回复：Thanks for your update. Have a nice day. 既然他让我等，就证明我还有机会。那就等，保持常规跟进就好。

Part 4

客户和我讨价还价，如何赢得他的订单？

五天后，Mike 回复：Quotes from India are at \$2.25 for a round neck shirt. Hope you would be able to match the prices.

我的报价是 USD3.4，从他的回复可以看出两点：

1) 他说希望我能达到他的目标价，而能百分百肯定的是，他愿意给出比印度供应商报价高出一块多美金的价格来和我谈，结合他之前提问过我掉色的问题，说明他重点考虑质量。

2) 更重要是，这个目标价肯定是有水分的。不然怎么会和我谈，不是去和低价的那位谈？

想到这些，我特意晾了他一天。

隔天，我回复：Please advise if we can adjust the material/quality a little bit to meet your target. We will update you the details tomorrow.

是否可以接受调整质量去对应他们的目标价，我没说降低质量。我说的是 adjust，调整。因为不想给他感觉，你想要便宜的啊，那质量很差哦。这样会显得很赌气，很不专业。

他 回 复 我：Please stick to the cotton material. 他还是要棉质。

我继续晾了他一天。

来梳理一下价格：原先报价 USD3.4 100% 180g 纯棉，价格含有 12% 利润。因为是 EXW，我可以让利 5% 给他。但是我不愿让他感觉我是在质量不变的情况下降价。不然以后他会习惯一直讨价还价。

其实行内人都知道，160g 和 180g 的纯棉在价格上几乎是没差别的，可是我得和他传递出差别。因此我再次报价过去，USD3.2/ pcs 100% 纯棉 160g，并且表示：This is our rock-bottom price for the cotton material. We don't want to compromise the quality which may bring future headache. Hope you can understand.

在报这个价格的时候，我很仔细地斟酌了大半天。因为我担心他会直接去找原来的供应商或者跟低价走和印度那边下单。所以我和他强调现在这个价格已经是最低价，暗示他一味妥协质量，后续可能会带来不必要的麻烦。

三天后，他确认了订单。一分钱一分货，并且他也看过我们样板的质量。至此，我们开始了第一次合作，32000 美金的订单，是个很不错的开始。

Part 5

案例总结和实用句型分享：

我想给大家总结的是：

开发信并不是一劳永逸，要持续跟进。前几次的跟进最好要在邮件中和客户回顾下之前的内容，refresh 一下。不然客户可能都忘了你是谁，你之前发了什么。

当客户说明 I am happy with my current supplier 或者 We already have a supplier for that 的时候，并不要看成是一种回绝。尽可能去了解对方是谁，再来对症下药。

分享一些有效的回复句型：

--I'm happy that you have a good relationship with your current vendor already. Does they bring you 100% the results you are expecting or are there still areas where value can be added? 开门见山，很高兴你们已经和现有的供应商保持良好的合作关系了。他们是否 100% 符合您期望？还是我们还有什么空间可以补充上的？因为你不知道客户现在是否和他的供应商存在合作痛点。

--At this point, I'm not asking you to rip anything out. We'd just like the opportunity to

show you how we're different and how we've provided additional value to our clients. I can present you some case we've done for our other clients. 表达现在没有想从你这拿走什么，只是想能否给予机会展示一些案例，来证明我们公司也很有竞争力，一直在为我们的客户带来价值。

--Have they ever let you down? Are you looking for a more reliable vendor you can have confidence in. If possible, we can schedule a follow up call. 如果你的公司特别有实力，并且了解到你们远胜于竞争对手，可以直接自信和客户这么说，请求是否可以电话细谈。

--Thanks for your information. We'd like to be your backup if you don't mind. Any inquiry or requirements, you can get the prompt attention from us. 表示如不介意，我们可以做后备。欢迎任何垂询。

--It sounds like things are pretty good. Is there anything that you think could or should be better? 试图挖掘出客户的痛点，询问他是否觉得目前还有待改善的空间。

而从这个案例可以得知，老客户一定要用心去维护。还是那句话，每一个老客户，都可能成为别人的新客户。

我做采购十年，站在买家角度，无论合作得多密切的供应商，我们还是会准备很多后备供应商。当出现状况，比如合作的供应商出现交货掉链子等问题时，可以做到有备无患。因此，买家不会拒绝任何优质供应商给予的支持，多刷刷存在感，才能加强印象。

在还价过程中，我没有被客户牵着鼻子走，反而要牵引他把注意力从关注价格转移到关注质量上去，不然就是没完没了的压价阶段。所以当客户和你还价，不要第一时间降价。即便降价，不要毫无理由由毫无原则地降价。客户在这方面不能惯着，不要因为着急拿单，就马上接受客户的压价。

最后，一定要斟酌客户对细节方面的提问，不能落入客户的坑里。比如交期时间要有所保留去说 working days 工作日，而不是具体多少天，以免客户到时回头和你算账。 



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。



《阴阳鱼给外贸新人的必修课》

作者：阴阳鱼 定价：45.00元
出版日期：2017年11月 出版单位：中国海关出版社

轻松4课，分享独家找客户、谈判秘笈
简易便携、随用随查的口袋书，帮助新人快速成长



《外贸高手客户成交技巧 2：揭秘买手思维》

作者：毅冰 定价：55.00 元
出版日期：2018年1月 出版单位：中国海关出版社

62 个真实案例 + 全方位细致剖析
30 个“冰”氏原创思维导图，建立高效客户开发体系
以买手视角，带你走出交易“陷阱”，逆势成交



《跨境电商多平台运营，你会做吗？》

作者：董振国 贾卓 定价：48.00元
出版日期：2018年1月 出版单位：中国海关出版社

揭秘跨境电商多平台创业秘籍
精选电商运营实用小工具
助力多平台整合营销，提高效率，节约成本

买手反感怎样的业务员

文_毅冰_ 精选自《外贸高手客户成交技巧2：揭秘买手思维》_中国海关出版社 图_123RF 责编_刘艳林

关于作者：

毅冰,资深外贸人,多年行走外贸江湖,为人低调。所著《外贸高手客户成交技巧》《十天搞定外贸函电》《毅冰私房英语书——七天秀出外贸口语》位居国内“外贸类”图书销售排行榜前三甲,帮助中国外贸人解决实际工作中的难题,深受外贸人推崇。



扫码查看手机版



在讨论如何赢得客户喜好之前,我先做一个反向的分析。客户喜欢的供应商必然有各种各样的优点,但是客户讨厌的供应商,往往就是那么些缺点。为什么我这节的标题写的是“业务员”,而不是“供应商”?理由很简单。因为客户直接接触的往往就是业务员这个对外的“窗口”,业务员就代表了公司的形象,也反映了客户对这个供应商的第一印象。

如果业务员非常专业,客户就会觉得这个供应商的员工很懂行;如果业务员回复客户电邮速度很快,客户就会认为这个供应商效率很高;如果业务员举一反三,能给客户一些有效的建议,客户更会认为这个供应商是值得考虑的合作对象。

反之,如果业务员脾气很差、很容易不耐烦,客户会觉得这个供应商服务很烂;如果业务员一问三不知,客户自然觉得这个供应商不靠谱,可能是“皮包公司”;如果业务员乱报价格,随意涨价或降价,即使订单已经在客户手里,他也会再掂量掂量。

一切的一切,其实都在于人。我们都知道,一家店要经营成功,生意兴隆,除了产品好外,服务也必须跟上。在当前的市场竞争环境下,很少有供应商有完全独特、占据绝对技术优势、竞争对手无法复制的产品。换言之,大部分产品,海外客户都很容易在中国找到供应商,可以货比三家以选择最适合自己的。所以我们一定要做好细节,不要因为一些小事,或者不经意的失误,而失去宝贵的机会,那就得不偿失了。

哈佛大学营销学教授杰拉尔德·萨尔特曼(Gerald Zaltman)有一个著名的“95%理论”。他认为:人类95%的想法、情绪,以及学习都是在无意识下发生的。

这说明了一个很重要的观点,可以将其应用到我们的外贸工作中。具体而言:95%的客户选择你,其实未必是因为你价格最好、产品最好、性价比最高,是他经过综合衡量后的选择。他们可能只是一时冲动,只是主观上觉得你不错。我们要抓住客户,就不应该去找客观的理由,而应该尽一切可能让别人喜欢你,觉得你很棒,觉得跟你合作很开心,觉得跟你合作能赚到自己想要的。

我们不能要求所有的客户都喜欢我们,这不现实,没有人能让所有人都喜欢。但是我们可以尽量把事情做好,把细节做好,让客户不那么讨厌我们。

最让买手反感的业务员

最让买家讨厌的是“挤牙膏”型业务员。说得更直白些,如果有别的选择的话,没有人会有时间和兴趣去不断“挤牙膏”,因为实在太辛苦、太受折磨了。换句话说,如果你想让客户心甘情愿用“挤牙膏”的方式跟你沟通,除非你的产品独一无二,或者你的价格独一无二,让客户没有别的选择。

客户最讨厌的,往往就是以下这种情况。

案例 1-1 A depressed conversation (让客户抓狂的询价)

客户:请问你们做电动牙刷吗?麻烦看一下我电邮附件里的图片,这一款有没有?我们希望采购这款牙刷,在德国销售。如果有的话,麻烦帮我报一下 FOB (装运港船上交货) 价格,同时请在报价单里注明详细的尺寸、产品描述、涉及的材料、包装资料、外箱尺寸、起订量等,并提供图片。谢谢!

业务员:感谢您的询价,我们有这款电动牙刷,FOB 单价 35 元人民币。图片请看附件。

客户:麻烦提供一下报价单和外箱资料,以及相关的产品信息,并提供 FOB 美元价格。

业务员:好的。

(客户经过多次邮件和电话催促后,终于催来了报价单。不过可惜的是,里面信息依然不全,除了产品图片,两三句简单的描述,一个 5.38 美元的 FOB 单价外,还是没有别的信息……)

客户:请问一个 20 尺小柜和 40 尺平柜能装多少?我这边要计算一下海运运费。

业务员:20 尺柜可以装 89,568 个,40 尺柜可以装 179,136 个。

客户:明白,那外箱尺寸具体是多少?多少个装一个外箱?

业务员:48 个装一个外箱。尺寸我要让同事算一下,晚一点发给你。

客户:麻烦一并提供一下外箱的毛重和净重。

业务员:没问题。

客户:报价单里你写的材料是 plastic (塑料),请问是哪种植料? PP (聚丙烯) 还是 ABS (丙烯腈)?

业务员:是 ABS。

客户:牙刷头和牙刷手柄都是 ABS 材料吗?

业务员:不是的,手柄是 ABS,但是牙刷头是 POM (聚甲醛)。

客户:手柄和开关的橡胶部分呢?是 PVC (聚氯乙烯) 吗?德国市场很严格,我们不接受 PVC。

业务员:不是 PVC,是 TPR (热塑性橡胶)。

客户:那牙刷的刷毛是什么材质?

业务员:我们用的是杜邦尼龙。

客户:这款电动牙刷你们出口过德国吗?

业务员:应该有的。

客户:能告诉我销售给哪些客户吗?是进口商?还是零售商?

业务员:不好意思,这是我们的公司机密。

客户:那你们做过哪些测试呢?

业务员:我们进行过 CE (欧盟 CE 指令) 和 FDA (美国食品药品监督管理局) 相关测试。

客户:FDA 是出口美国市场需要的,而 CE 是欧盟认证。我想知道的是,你们有没有做过其他物理或者化学方面的测试?

业务员:这个我要问一下。

客户:有没有做过 LFGB (德国新食品和饮食品相关检测)? 还有 PAHs (多环芳烃)、Phthalates (邻苯二甲酸盐)、Cd (圆二色谱) 检测?

业务员:我要问一下老板。

客户:有没有清晰一点的产品大图?你报价单里的图片太小了,看不清楚。

业务员:我去拍一下,回头发邮件给你。

客户：那请问你们的起订量是多少？

业务员：5,000个。

客户：我们能否先下试单，比如 3,000 个？

业务员：不行，这样的话，我们单价要涨 20%。

.....

机械“互动”不可取

很多朋友都经历过这样一问一答式的“互动”。我把“互动”这个词打上引号其实是一种讽刺。因为这根本就不是互动，而是客户一直追问，业务员只是回答。这里面，客户推一下，业务员动一下，业务员没有任何主动的行为，没有提出任何建议或方案，没有展现出任何优势，只是机械地回答客户的疑问。

这或许是大多数业务员的通病，不知道该怎么应付客户，不知道该说些什么。一旦客户没有回复，就只得催促进展如何、什么时候下单、有没有最新消息。从来不去思考为什么会没有下文？是不是自己的工作方式有问题？是不是报的价格有问题？是不是还有什么别的原因？

上面的案例其实是一个特例，因为很少有客户会如此有耐心，一次次地提问，一次次等待业务员的回复。大家或许觉得这没什么，那是因为很多环节没法在案例中体现。如果把每一个疑问和每一个回答，都拆解成一封一封的邮件，大家就会明白，为什么客户会消失，会不回复，会没有下文。实际上，客户往往不想这样“挤牙膏”，而这种“互动”方式会使业务员错过最佳沟通时机，也许就在这漫长的过程中，客户的采购计划已经变了……

体现出你的专业性

那么，怎样的回答才可以让客户满意呢？我们可以回归客户最初的询价。

案 例 1-2 High efficiency offer with full details（高效完整的报价）

客户：请问你们做电动牙刷吗？麻烦看一下我电邮附件里的图片，这一款有没有？我们



希望采购这款牙刷，在德国销售。如果有的话，麻烦帮我报一下 FOB 价格，同时请在报价单里注明详细的尺寸、产品描述、涉及的材料、包装资料、外箱尺寸、起订量等，并提供图片。谢谢！

如果用英文表述，客户的邮件可能是这样的：

Dear Michael,

Glad to hear that you’ re a manufacturer of electric toothbrush in China.

Now we are looking for the item as attached photo for Germany.

Do you have the exactly same item? If possible, please send me offer sheet with FOB price. Please also help to provide us with the product size, specification, material, carton measurement, MOQ, photos, etc.

We look forward to hearing from you soon.

Thanks and best regards,

Nina

假设这位德国客户 Nina 写了这样一封询价的邮件给业务员 Michael，这时候 Michael 要做什么？必然是第一时间给 Nina 准确详细地回复。因为 Nina 要报价单，也要相关信息，所以 Michael 必须根据 Nina 的要求有针对性地回复，这是基础。如果要更进一步增进对方的好感，那仅仅这样还不够，还需要体现自己的优势和特点。如果 Michael 能做到以下的水准，相信一定会给 Nina 一个非常好的第一印象，也一定能打败大批同行。

Dear Nina,

Thanks for your kind inquiry! We have the same model as your photo.

Here is our draft offer below. And please

check the attachment for offer sheet and product photos in detail.

Product name: Electric toothbrush

Category: Dental care

Item No.: FET-275x

Material: ABS body, TPR handle and switch, POM replaceable head, Dupont Nylon bristles, lithium battery, and other accessories

Product size: 3cm x 26cm

Cleaning action: sonic- 31,000 cycles/min

Power source: Rechargeable lithium battery

Battery life: Up to 30 min per charge

Charge time: 12 hours

Charge indicator: Yes

Guarantee: 1 year

Packaging: 1 pc/color box

Pcs/carton: 48 pcs/carton

Carton size: 38cm x 28cm x 14cm

Pcs per 20’ /40’ /40’ HC: 89,568pcs/20’ ; 179,136pcs/40’ ;211,104pcs/40’ HC

Gross weight/ Net weight: 22.5kg/21.5kg

MOQ: 5,000pcs

Testing report: LFGB, PAHs, Phthalates 6P, Cd, etc. by SGS

FOB price: USD 5.38/pc

We have exported this item to Germany for several years. Please don’ t worry for the quality. I will send you our testing reports for your reference in a separate email.

Please feel free to contact us if you have any further question.

Thanks & best regards,

Michael

这是 Michael 回复的第一封邮件，虽然看起来很长，但是全部言之有物。他首先对客户

询价表示了感谢，告诉 Nina，我们有与你要求的一模一样的产品。然后把报价和相关信息写在邮件正文里，同时也根据客户要求，准备好了详细的报价单以及产品图片，并将它们插入了附件。

这样做一方面是为了让客户在收到众多供应商报价邮件时，在没有点开附件的情况下，就能看到己方给出的专业报价和产品的详细信息。先给客户一个好印象，再吸引她去点开附件的报价单和产品图片。

邮件随后强调了这款产品已经出口德国多年，请对方不必担心品质问题，也表示会另外写一封邮件将测试报告发给她。这既强调了己方在德国市场经验丰富，同时也让对方知道，我方手里有测试报告。用证据和事实来说明自己的产品品质是没有问题的。

然后，Michael 又跟进了第二封邮件：

Dear Nina,

Here enclosed the testing reports for your review.

Thanks,

Michael

第二封邮件，就是为了回应第一封邮件里留的尾巴——“测试报告”的问题。可能大家会有疑问，为什么不把测试报告一并在第一封邮件里给对方？其实这不仅是为了不让一封邮件内容太多，附件太大；也是为了让客户觉得自己专业，一封邮件只说一个主题。另外在表述上条理清楚，层次分明，也更容易赢得对方好感。

发送测试报告的时候，只需要在附件里插入文件就行，正文内容不用写太多，一两句话说清楚就可以，也没有必要再大打广告。

然而，这两封邮件，只是做到了“效率”“完整”这两个方面，吸引了客户的眼球，能让 Michael 在同行中脱颖而出吗？其实未必。因为能做到这两点的，还有很多竞争对手。那 Michael 要让 Nina 满意，就必须突出优势，再往前多走几步。

他可以马上跟进第三封邮件：

Hi Nina,

It’ s me again!

Regarding the electric toothbrush, I have 2 suggestions for packaging.

1) Color box as I quoted.

2) Double blister with display box. (It seems better to display it in the retail stores for consumers and only cost 10 cents more for each piece.)

Please check the attached photos for color box & double blister with display box for comparision.

Best regards,

Michael

当然，这封邮件发送后，可以继续写第四封：

Dear Nina,

FYI. Attached is our factory audit report by INTERTEK.

Thanks and best regards,

Michael

这封邮件继续补充了内容，发送了验厂报告给客户参考，向客户阐述了己方的优势和专业，也表示工厂是经过检验的，管理和生产都没有问题，消防、环保评估、人权、反恐等也可以达到欧美的要求。

你如果觉得这还不够，当然还可以跟进第五、第六、第七封邮件。比如第五封可以专门发送一些现有的产品图片，其他德国客户购买的产品；第六封可以写一下自己对于德国市场的看法，并旁敲侧击地探查客户的产品定位和渠道；第七封可以写己方新开发的、准备投往德国市场或者其他中欧市场的产品，请她参考，并反馈意见。

看了上述这两个案例，希望读者朋友们思考一下：假设你是 Nina，你会对哪种业务员更满意？在不认识的前提下，谁会赢得你良好的第一印象？谁会让你愿意继续沟通下去？我想答案是显而易见的，客户一定不喜欢“挤牙膏”型的业务员！

如何在客人看厂时一鼓作气拿下订单

文_黄姨平 图_123RF 责编_刘艳林



扫码查看手机版

关于作者：

黄姨平，现任广州市顺力机械有限公司外贸经理，曾创办鹰单国际有限公司，焦点商学院培训讲师；十年外贸经验，曾带领团队一年完成两千多万的销售额；曾用三个月时间从零开始做到 B2B 平台排名前 10 名；在外贸操作、客户谈判、获取订单技巧方面有着非常丰富的实战经验。



从 2006 年开始接触外贸业务，到现在已走过 11 个年头，经历了太多变化，从市场的求大于供，到现在的供远大于求，产品竞争激烈、价格透明、同质化严重等等。不变的，是面对客户的专业态度和实战技巧。

回归主题，老外客户来华看厂时，我们如何拿下订单。本文主要分为四个部分：第一阶段，谈判前的精心安排；第二阶段，谈判初的细心观察；第三阶段，谈判中的技巧应用；第四阶段，谈判末的安排。下面就逐一道来。

第一阶段，谈判前的精心安排

我们需要提前安排和准备些什么呢？客户需要了解的资料：公司的宣传画册、公司产品介绍 PPT 或者视频、产品样品。招待用品：小礼品、茶水、干果等等。

营造仪式感。如果是大客户的话，还可以把对方的国家国旗和中国的国旗一同摆在谈判桌上。公司大门上如有 LED 显示屏门楣，可以提前在上面设计好“Welcome A company Mr. B visit the factory”，这样客户进来后，感觉比较受重视，也很有大公司的规范。

与客户见面后应主动交换名片，并邀请客户到会议室里坐下，冲好咖啡或者倒上茶水，如果是泡茶的话，还要准备一点白糖，中东、印度的客户喜欢喝茶时放点白糖。

落座后，递上画册，打开公司的 PPT 或者视频。介绍公司信息时，首先介绍接待业务员的学历、工作年限、经验等等，然后再通过 PPT 等形式详细介绍公司及产品。通过声音和图片让客户更全面地了解我们，如果客户提议可参观工厂，回来再接着洽谈。

当然有些朋友会说，参观完车间不是更清楚了吗？干嘛要做视频或者 PPT？其实参观车间多半是走马观花，客户知道了工厂的规模有多大，大概有什么设备，有多少工人在工作，如果我们能把公司画册做成精美的 PPT 或者视频，这样解说起来会更方便。在车间里没看到的证书、成品、成功案例都可以通过这些方式展现出来，尤其像做设备机械类的厂家，在车间里很多时候只是看到产品的配件或者半成品。



谈判不要急于求成。曾经陪中东客户到某工厂洽谈业务，接待我们的业务员已有两三年外贸经验，到办公室刚刚坐下来，还没来得及各自介绍，茶水也没有，她就递上画册开始介绍产品。由于产品型号比较多，所以她滔滔不绝地介绍产品各个参数。她的英语听得我一头雾水，估计客户也没听懂多少。

客户翻翻画册，就其中几个产品询问价格，外贸业务员拿着报价表和计算器开始报价。她每报一个型号，客户就摇头说：“too expensive, give me some discount.” 业务员当即打电话给老板确认能不能降价，挂完电话说可以再少 200USD。客户觉得还是不能接受，强调这次是双方第一次合作，如果合作顺利以后还会有大订单，那业务员又出去打了几个电话，回来后，还是坚持说没办法再低。双方就一直僵持在价格的问题上毫无进展，最后我和客户无奈离开。

这样的接待应该是我们外贸过程中很常见的情况。其实在接待客户时，不用操之过急，客户千里迢迢来中国，肯定安排了时间考察和对比工厂，最后敲定合作的厂家。所以我们要好好地和他们谈，不能急。订单都是谈出来的，甚至是磨出来的。

第二阶段，谈判初的细心观察

当介绍了公司的概况以及产品参数后，客户对公司和产品有了大概的了解，这时我们尽

量询问客户对哪类产品感兴趣，是画册上的标准产品，还是定制产品。这一阶段应该让客户多讲，自己多听。不懂的要记下来，再次确认时间清楚，千万不能客户说什么答 Yes，尤其听不太明白客户的技术要求时，应该要求客户画图解释清楚。

还有一点要注意，如果客户带了同伴，我们也要照顾周到，千万不能忽视他的同伴，眼神沟通方面要顾及到。客户带着同伴一起来谈判，肯定有他的作用。要么是老板，不参与谈判过程，但最终由他做决定；要么是他的 partner，对最终结果起关键性作用。我曾经接待过很多同老板一起来的客户，但与我们谈判的多数是懂技术、又懂英文的工程师，而老板才是拿主意的人。这一点我们可以通过与客户交换名片得知对方的大概身份。

这一阶段我们一定要细心观察客户，尤其在他讲解对产品的要求时，可以得知他是行家还是新人，对中国市场及产品的了解情况，以便为我们下一步做报价时提供更多解决方案。

第三阶段，谈判中的技巧使用

通过前面两个阶段的准备和初步沟通，我们进入最激烈的环节：产品价格的谈判。很多新人会问我，和客户沟通过程中最难缠的是什么呢？那肯定是产品的讨价还价了。

给客户的报价，取决于对客户了解程度。上一阶段的细心观察，我们可以得知该客户是行家还是新手，对行业的熟悉程度。

对待行家，我们要多给他介绍产品的优点，列举产品与同行的不同点，甚至直观地把两家产品的细节、不同点做成一个对比图，这样显得更自信，也容易赢得客户信任。在向客户介绍你的产品及企业时，应特别强调产品的优良品质及企业的良好信誉。报价方面不能一下子给出最低价，我们要给自己预留一定的还价空间。大客户都是经过双方的你来我往，慢慢磨

合而敲定的最终价格。

就算有让价的空间也不要随意让步。比如要给客户 5% 的折扣时，我们可以争取更长的交货期，这样可以有效避免某些节假日交货，运费上涨的风险或者汇率波动带来的影响。再者可以要求付款方式由 T/T30% 上升到 T/T50% 或者 L/C 尾款改成 T/T。总之不可轻易无条件地给出折扣。

曾接待过印尼的一位客户，大家沟通得很好。客户对我们的信誉、产品质量都比较

认可，但是谈到价格时，他犹豫地表示价格有点高，然后我假装让步说如果你数量再增多一点的话，我们可以给你 5% 的优惠。客户便把数量提到一个高柜的量，然后他说我数量增加了，你应该给我更优惠的折扣。这时我们如果立即给出额外折扣的话，客户肯定觉得这么轻易就让他八成买贵了。此时我和他说，这个是我们能做到的最低价了，再低于这个价没办法保持这个质量，或者我们更换另一款配件行不行？其实这么说的意思，是让他知道这个价格已经最优惠，如果

要降价就要降低质量，换成其他配件的话才能降低产品成本。

其实这个客户我是有把握拿下的，因为从与他的谈话中得知他已经来中国十天了，看过好几家工厂，对我们的工厂规模、产品质量很满意，从他要求折扣然后增加订单数量开始，在他心底就认定我们了。但为了尽快签下这笔订单，我当场打电话给我们老板再申请看看能不能优惠。其实我心里就有底价，根本不用劳烦老板，当时也假装出去了一下，回来我和他说，申请了 3% 的折扣，但是要在一个星期内付款才有效，如果一周内收不到订金的话，恢复原来所谈的价格，折扣失效。最后客户在规定的时间内付了订金。

再和大家分享一个失败的案例：前段时间，有贸易公司打电话说有一位尼日利亚的客户需要来厂参观。我说随时欢迎来访。在约定的时间内，贸易公司 A 业务员带着尼日利亚的客商 C 来厂了。记得那天下着倾盆大雨，我让公司业务员 K 准时到车站把客户接回来了。因为电路问题，公司大门口的迎接门楣没有打开，所以看不到欢迎客户来访的字样。

快接近中午客户才到达工厂。我询问客户是否先一起进餐，下午再讨论产品，可是这个尼日利亚的外商 C 说要赶时间，看完产品后要去火车站坐高铁。时间比较仓促，所以我让业务员 K 就产品做了简单的介绍。

期间客户问：“这产品可以不用接电源的吗？”尼日利亚经常停电，电力属于紧缺资源，他担心停电会导致产品无法使用。

当客户问完后，我听到业务员 K 发出了冷笑的声音：“不会吧，连电都没有，那产品肯定没办法正常使用！这种产品你们没有用过吗？必须要接电才能工作的。”

客户听到答复后，略显尴尬地说：“是的，我们当地电力是不够的，我也没用过这种产品。”

如果客户不是脾气好，我想他听到那一声冷笑后，当场走人了。业务员 K 好像也意识到自己的语气不太好，但是也不知道如何去挽回这个局面，只好继续讲产品特点。最后这个订单黄了完全在意料中。

接待客户过程中，要特别注意说话语气，



做到不随意取笑任何国家的客户。一些非洲国家的发展水平和对新颖产品的接受程度可能比不上中国或欧美发达国家，但是业务员的讲话语气、语调都必须把握好，做到不卑不亢，认真记录下客户的要求，才能与客户进行更深入的沟通。

第四阶段，谈判末的安排

经过紧张的谈判后，建议与客户来个温馨大合影缓缓气氛，问问客户接下来在中国还有其他什么安排；如果需要，我们可以安排业务员当陪同、做翻译、导游。最重要的是不让客户有机会再去同行家看。

客户答应也好，不答应也罢，我们都要礼貌地向客户提供帮助，如果需要可以提供司机和车，或者欢迎客户随时联系，晚上邀请客户一同进餐等等。

临走前不要忘了为客户准备的小礼品。总之要让客户感觉到他的重要性及我们的待客之道。

以上我们从四个不同的阶段分析来厂的客户买家，谈判的过程中要做到层层递进环环相扣，让客户认可你的为人，认可你的产品，认可你的公司，最后成交订单。

最后，几个谈判技巧小贴士

A: 双方谈判，语气要缓和，态度要坚决。无论生意有没有谈成，要想办法让客户成为你的朋友。在商务谈判中切忌与客户争辩，我们是商务谈判，不是辩论赛。

B: 细心观察客户对产品价格的接受度。如果客户注重质量，那么重点介绍产品的差异化，列举产品的优点 PK 同行的缺点，陈述曾经与知名公司合作的案例。如果没有那就多列举一些曾做过、服务过的案例图片，就用公司的证书、产品通过的认证来体现企业的实力和产品的价值。

C: 手握王牌，不到关键时刻不要随意发出。不要随意让步，价格每降低一次都要让客户接受一个条件。

D: 一定要让客人觉得他才是胜利者，好的价格及服务都是由他的努力争取而来的。说白了，就是要有手段，挖好坑等人跳，随机应变最重要。

E: 讨价还价的过程中，适当沉默，沉默能给对方传递压力。另外应该有一人扮红脸一人扮白脸，但要让客户待在安全范围内，当出现冷场或僵局时可以中途休息 20 分钟，或者换个场所。等气氛缓过来后，再继续。❶



塞尔维亚之夜

文_轻裘 责编_刘艳林

2017年9月17日，我在塞尔维亚的NOVA PAZOVA和友人宴请朋友；白天按照计划准备宴食，晚上和朋友一起，品着珍馐美味，饮着琼浆玉露，随着手风琴声和体育赛事，收获了难忘的异国之夜。

Jovan是我的朋友，也是我的第一位塞尔维亚客人。2017年9月初，我第二次来到了塞尔维亚，寄住在朋友Jovan家。之前Jovan已将我介绍给他身边的朋友。我以客人的身份参加过Jovan朋友的邀请聚会。为了表达对朋友的感谢，我们做了一个重要的决定——以主人的身份，邀请朋友于9月17日星期天下午4时许共进晚餐。用餐地点选择在Jovan朋友Nishki的餐厅，餐厅距离Jovan家驾车15分钟。

Nishki先是我的朋友，后来也是我的客户。他既是Ameena的好丈夫、三个孩子的好爸爸、四个孙子的好外公，也是餐厅和塑料厂的老板；他弹得一手好风琴，还会唱歌；他曾经是南斯拉夫国家军队的战斗机飞行员，参加过抗美援朝。单从外表看，真的看不出来他竟然这么优秀。

在塞，人们最喜欢且最常吃的肉类非猪肉莫属。结合当地人吃烤肉及BBQ的习惯，和我曾未亲眼目睹过，我们决定烤乳猪。

9月16日星期六，我们预定了一头乳猪。9月17日早上9点，处理好的乳猪已送到了Nishki的餐厅。上午9点半，我和Jovan来到Nishki的餐厅，喝过morning coffee之后，就开始烤乳猪的准备工作。



Jovan和Nishki在烤箱前准备木柴

Nishki的餐厅门口，有一个大大的烤箱。Jovan和Nishki两人一起，将乳猪身上的毛去除干净，全身擦满盐；接着，拿来螺丝刀，从烤箱上卸下长长的烤架，把整个乳猪串在烤架上用螺钉固定住。我们把烤架复位至烤箱内，开始在烤乳猪下面用木柴生火，然后添加煤炭。

烤箱的后面有个发动机，插上电，横穿乳猪的烤架开始旋转。早上10点半便真正进入了烤的过程。在烤制的过程中，我们还不断地往猪身上擦盐水，让烤猪肉更入味，到下午2点多，烤了将近4个小时，烤乳猪终于完成。期间，Nishki店里的常客也来围观，有些热情的顾客还帮我们拨弄炭火。

下午三点左右，我们回到Jovan家，换上正装，准备赴宴。我们是招待方，必须在约定时间准时或提前到场。

Jovan身穿深色西裤，白衬衣，庄重大方。我着做工精良的红色旗袍，旗袍的前面绣着金色凤凰。这旗袍，不仅代表着我的国籍，也彰显中国经典传统文化，借此展现东方之美。在中国，我是绝对没有胆量穿旗袍的，因为自己的年龄、修养、谈吐和气质还未能与旗袍相得益彰。

受邀的客人包括餐厅老板Nishki和老板娘Ameena、常住加拿大正在塞度假的Dragan和Ivana夫妇、年轻的集装箱司机Dejan、Jovan的三位退休的飞行员同事和经常到该餐厅消费的几位常客。

下午4点，我和Jovan准时回到餐厅。餐厅的服务员已经摆好桌椅和餐盘。Nishki的妻子Ameena老板娘也已经到了。我们互相正式的问候，互亲脸颊三次，入席。Ameena看着我的旗袍，摸着柔软的料子和凤凰刺绣，特别喜欢，有心托我也帮她买一件。

我们坐在餐桌旁，各自点了酒水。此时，餐厅老板Nishki和厨师正在厨房里把整个烤乳猪切成小块，并准备面包、开胃菜和蔬菜沙拉。

5点左右，被邀请的朋友们陆续到来，正式开席。开胃菜、烤乳猪肉、各种甜椒酱、面包、蔬菜沙拉一一呈上。烤乳猪肉很是鲜嫩，咸淡正好，烤乳猪皮更是充满韧性，一口下去，回味无穷。



烤乳猪是宴席上的重头菜

Nishki弹奏了很多经典歌曲

在餐桌上，只有我是外国人，而且不讲塞语。Ameera坐在我旁边，她会一点点英语，我们偶尔有交谈。在席间，我既是招待方，也是一个陪同人员，更是一部录像机。朋友们的一举一动，一颦一笑都收录在我眼里。朋友们尽情地享用美食，觥筹交错，很是热闹。

6点半左右，第一回合告一段落。餐桌上的食物、酒水也所剩无几。几位客人因临时有事，提前离席。6点45分左右，姗姗来迟的Dragan和Ivana夫妇终于出现在餐厅里，接着餐厅服务员呈上新食物和酒水，宴席开始第二回合。

7点左右，Nishki胸前扛着手风琴，拿出手写笔记本，开始为晚餐助兴。他一边演奏手风琴，一边唱着塞语经典歌曲。

Nishki弹奏了很多经典歌曲，除了《莫斯科郊外的晚上》，他演奏的其他歌曲我都是第一次听到。在悠扬的旋律里，我似乎看到了繁盛的南斯拉夫时代，塞尔维亚人曾经拥有的美好生活以及对未来永不泯灭的希望。

9点左右，所有客人都酒足饭饱，有些客

人提前离席，剩下的客人们谈笑风生。晚上9点30分，2017年欧洲男篮锦标赛的总决赛（斯洛文尼亚VS塞尔维亚）把晚宴推上了高潮。餐厅里的所有理所当然都支持塞尔维亚国家篮球队。塞尔维亚队得分的时候，大家高呼、尖叫；斯洛文尼亚队得分的时候，众人眼中微微透露出担忧。欢呼间替哀叹持续了整个赛程，最终斯洛文尼亚国家篮球队以93比85的得分战胜塞尔维亚国家篮球队，成功夺得冠军。塞尔维亚队没有卫冕总冠军，所有塞友人的脸上有着淡淡的无奈和失落。总决赛落幕了，晚宴也随之结束，我们与客人们一一道别。

在回家的路上，Jovan问我对今天的宴客有什么感受。

这是我人生中第一次亲眼见烤乳猪；从早忙到晚，初次体验做主人的不容易；Nishki多才多艺，令我刮目相看，也深感敬佩；塞尔维亚人都很热爱生活，友好、且活得真实，在他们面前我感到轻松自在，重拾了对都市生活的信心；唯一的小遗憾就是塞尔维亚国家篮球队与冠军失之交臂。

感谢这个难忘的夜晚，感谢所有这一切。🇷🇺

外贸同行们的 2017 过得怎么样？

整理_王若竹 图_视觉中国 责编_刘艳林

12月底，我们在“焦点视界”微信公众号（focusvision）开展了一次分享活动：你给你的2017打几分？收到了百余位读者留言讲述自己的2017。

看完了所有留言，感触很深，以下摘录部分，希望他们的经验或经历能够给你以启迪，以鼓励。



扫码阅读手机版

他们在创业的道路上……

@CHARD-TV SUPPLIER 刘飞：2017 年给自己打 8 分吧，因为今年办成了一件在大多数人看来不可能的事情，为今后的业务发展打下坚实的基石。作为一个出道 20 年的老外贸，最初从一个不被大多数人看好的外贸公司的小业务员一步一步奋斗到部门经理，公司副总，再到出来创业，到今年如愿以偿拥有一家自己的正规化的家电工厂，最终被逼无奈走上了搞实

体这条不归路。20 年外贸，太多的酸甜苦辣和悲欢离合，凭着自己的执着和努力，从一个农村娃逆袭成了开豪车住豪宅的“成功人士”。是外贸成就了我，改变了我。也是外贸让我学会了很多人做事的道理，领悟了很多人生哲学。新工厂已经试运行 2 个月了，即将盛大开业，感谢这么多年一直关心和支持我的新老客户，感谢我的团队不离不弃，感谢我的家人一如既往的付出。2016 年外贸难，2017 外贸很难，2018 年更难，这年头没有什么容易的，既然选择

了这条路，就是跪着也要走下去！！

@Huno.Tsai：2017 年，我不知道打多少分才合适。2016 年 4 月份出来创业，遇见了一个比较大的墨西哥客户，几乎 2016 年的所有利润全都是他带给我的，9 月份的时候我给自己买了一辆全新科鲁兹。然而 2017 年 2 月份他却离我而去，原因貌似是觉得我的价格比别人贵。有时候想想生意上面真的没有朋友，只有利益。他们父子俩每次来中国，我从他们下飞机的那一

刻陪同到他们上飞机，甚至我还带他们回家吃饭。2017 年颓废了近 4 个月，这 4 个月我打球，玩四驱车，玩游戏，想逃避现实。好在最后调整心态，从 7 月份反弹，16-17 年截至目前为止，一个人的 SOHO，销售额接近 160 万 RMB，希望 2018 年每个外贸人都过得更好。

@ 温柔女人 (Tina)：2017 年，工厂初创年！不足中也透着欣慰！给自己打 7 分吧。我自 3 月工厂成立以来，销售额约 700 万 RMB，工厂的员工约 20 人，建立起同行业同地区中管理比较规范、产品质量控制比较严格的体系。销售队伍包含我一共 4 人，其他人都是新进入这个行业，没有出单，所有订单是我一个人拿到。10 个月的时间，除了两个月淡季，每个月都要加班。但销售团队的能量还没有发挥出来。2018 年，把团队带出凝聚力和业绩，让每个人都能找到自己的定位！实现 1000 万的业绩，加油！

@Joyce 简：在工作的第六个年头，2016 年 10 月份开始 SOHO 外贸创业，至今已经一年零二个月。按 10 分算我给 2017 坚持的自己打个 6 分。SOHO 创业是一个不断发现自己、完善自己的过程。拖延症、自制力、执行力、时间管理和规划、孤独感和情绪化，以及社交范围缩小，这些问题都是在 SOHO 中产生。我很高兴自己发现和意识到了这些问题，并在解决的道路。2017 年总共做了差不多 15W 美金，利润在 20% 左右，下单客户都是创业以后自己重新开发的。总的来说单子最终还算是令人满意的，因为我是个特别细心的人，对质量把控严格，创业初期我认为情愿少赚也要把质量把控好，这样才能留住客户。自己一个人负责开发客户，拿下订单，选择供应商，跑工厂，验货发货，看似简单的过程由于经验不足经常会有各种事故发生，到后来以平常心待之，其实入坑就是花钱买经验教训。差的 4 分，主要是由于精力有限，依然有些计划任务没有完成。感谢一路走来帮助我的那些人和信任我的那些人，2018 我会一如继往更加努力！

他们开启了外贸第一年……

@ 半江萧瑟半江红：我会给我的 2017 年打 10 分。今年毕业，来公司成交了 9 个新客户，

做了三百多万美金的业绩，去国外参展了三次，工作很顺利。之前异地恋的男朋友今年也来到我的城市，现在我们的感情比以前还好。假期很多，国内旅游了四次，回老家看家人的频率比上大学的时候还勤，自己工作经济独立，吃穿住行尽管任性。总而言之，2017 年的生活我很满意，相信 2018 年一定会比 2017 年过得更好！期待！

@ 媚：2017 年，开始工作的第一年，毫不犹豫地选择了外贸，来到了一个陌生又偏僻的城市开始了漫长的外贸之路，时常堕落，时常激情满满，想过放弃转行，但是最终还是选择坚持，因为想证明自己是成功的，只是时间汗水加那么一点点运气。公司并没有给自己什么压力，销售目标是 30 多万美金，目前是达到 90%，比自己预想中的要差很多，所以自己觉得只能打 7 分。But anyway，2018 继续努力奋进，争取接更多的订单，超出设定的目标。Fighting！

@Jessie：2017 年，是我做外贸的第二年，同时也是从实习到出来工作的第二年。对，实习就开始跳入外贸的坑。大学读国际贸易时和同学们一起信誓旦旦说不会做外贸，结果现在只剩我一个还在做外贸。一入外贸深似海，只会越踩越深。虽然如此还是感谢外贸，这不仅语言更是销售的挑战，很多东西都是自己一步步摸索学习。2016 年进入刚起步的外贸公司，整年人来人去结果只剩下自己一个一直坚守外贸部，美工、视频、跟单、销售等等都是一脚踢，身边做外贸的朋友一个个都放弃外贸，自己也好多次都想放弃。但当真的要放弃时，迎来两位很有经验的前辈同事，他们都很愿意分享自己的经验，我们之间相互帮助一起分担苦甜。2018，我仍然会继续和他们肩并肩把外贸部撑起来。

他们在寻找突破的空间……

@Cacy：6 分。一毕业就在这边工作，已经四年了，然而 2017 年业绩还是没有完成 15% 增长的目标，跟 2016 年业绩持平。不足：2017 年重点都是在已有的潜在展会客户里面持续开发跟进，但对于已经成交客户的维护力度不够大。进步：来访看工厂的客户成交率 70%（主

要是基数小），整理客户资料并分析客户，可以把重点放在更潜在的客户，重拾学习能力。展望 2018，合理有效率的安排计划开发维护客户，抓客户同时也要兼顾 B2B 平台。另外工作再重要也需要健康的身体，多运动，多看走走。

@Wanglan：自打 11 月以来一直处于郁闷之中，2017 给自己打 7 分吧。到这个公司第二年，年初给订 120 万美元的销售任务，完成了 90 来万。不是自己不努力，不用心，我一个业务员几乎成了部门领导和老板的私人助理，琐碎的事情占去了大半精力，曾经一度觉得做业务是我的兼职，配合领导和其他同事才是主要工作职责。到了 11 月开始做一年一度的工作总结，只提我的销售任务没有完成，只字不提那些花费我最精力的杂事和助理工作。工作这么多年，这一年最心力交瘁，委屈万分，然而我并不认为自己做的很差，90 来万美金的订单中有 30 多万新客户的订单（成交 9 个新客户），暂居公司新客户成交额第一位，所以给自己打个及格以上的分吧，给不到的 3 分留给自己思考和下一年何去何从的斗争。

@Marry U：2017 年已经接近尾声，而我不知道该打几分，上半年还在想出口额应该会比去年高，说不定老板说的奖励出国旅游会实现，可是 5、6、7 月一下跌落谷底，广交会结束后满怀信心的给客户报价，却石沉大海，老客户也觉得价格高，不能接受不确定的交期，新客户更是不理人。直到 10 月份广交会，我们工厂又停产半个月，更是雪上加霜，临近过年了，出口额有所回升，谢谢在低谷期一直支持我的客户们，没有你们，我可能会一蹶不振，虽然 2018 年的价格不会降太多，但是我愿意用我最好的服务来对待你们！希望我们共赢！

@Elly：给自己 3 分，离职在家呆了半年，思考未来之路，何去何从，过三的人如何还能和过二的人抢职？同龄人应该都有这种感觉。唯一出路，2018 年 SOHO。大家一起加油，共勉！

2017 外贸难不难？其实每个人有每个人的不易，但每个人也有每个人的成长。以上仅是部分节选，还有更多的留言可以扫码查看，也欢迎你分享你的 2017。祝愿 2018 能够收获更多订单，能够平安健康。

英国人的文明

文_王重和 责编_刘艳林

那年公司在伦敦推销柔软剂受挫后，总结教训，除了有市场等客观原因外，不了解英国人的价值观念、思维方式和是非标准，致使准备内容、表达形式不适合当地文化也是重要因素。

之后顺访英国期间，我们在各种场合仔细观察，用心琢磨，对英国人说话、行事等文化习俗有了一些了解。

曾在英国留学的陆先生把我们带到一家酒吧，为每人点了一罐啤酒和一份三明治，他说，在英国任何地方点菜或购买东西都要说声“请”，当你拿到需要的东西包括找回零钱时一定要说“谢谢”，或者使用肢体语言，比如点头微笑或友善的眼神来表示谢意。这些规则还适用于商店、餐馆、火车站、飞机场等服务行业。

英国虽然是一个对阶级高度敏感的社会，但上述敬语的使用却显示出一种礼貌上的平等，因为从事服务行业的大多属于下层阶级，而被他们服务的顾客往往社会地位要高一些，英国文化习俗要求，侍者不必对顾客卑躬屈膝，而被服务的人却必须对那些为他们提供服务的人们以礼相待。

陆先生告诉我们，大多数英国成年人每周至少光顾一次酒吧。酒吧是英国唯一不需要正式排队就可以买东西的地方，但是在吧台前围着的人群以及他们面对的侍者都清楚谁在先，谁在后，在你之前抵达酒吧的顾客一定会早于你得到相应的服务。等候的顾客有时也会因着急拿着空杯在手中旋转，意思是时光飞快流逝，但不会使用粗鲁的手势，更不会用言语催促；



英国绅士被你撞了他会先说对不起

侍者收到讯息，也会用一个微笑或一次点头来作出回应，但绝对不会因你着急而先给你提供服务。陆先生说，在英国这叫隐形队列规则，开头我们还不信，但到吧台边实地观察后，个个心悅诚服。

结束对伦敦的访问后，我们计划去格拉斯哥。伦敦是全英铁路枢纽，共有八个火车站分别前往不同地区。经查去格拉斯哥的列车在尤思顿火车站发车，团组让我先去买票。到了车站售票大厅，为了寻找对路的窗口，笔者不小心撞到了一位买完票急着赶车的乘客，我还没反应过来，对方竟抢先说了声“对不起”，像这种被撞的人自觉主动地说 sorry 的还真是第一次见到。

后来听说绝大多数英国人在公众场合被人撞了以后，即便自己一点过错都没有，他们也会说声对不起，特别是那些上了年纪的人士，这是一种根深蒂固的绅士风度。

陆先生说：“哪怕被撞到路边水沟里，只要上述碰撞看上去明显是无意的，他们恐怕都会向你道歉。当然这种道歉并不意味他主动承揽过错，而只是一种礼貌的条件反射，一种类似膝跳反射的反应。”

有人说排队是英国人的爱好，其实他们心里追求的是一种平等，英国人认为一个愿意排队的人，关心自己也关心他人，他渴望生存也给予他人生存的空间，他等待自身权利实现的同时也在履行义务。虽然只是排了一次队，但几乎做到了一个英国人一生笃信的所有事情。

听陆先生说，在英国虽然插队被视为极不道德，然而插队者却最容易得手，老实排队的人见有人插队最多叹息几下，咳嗽几声或者嘟囔一句“难道我们都当成透明人？”但就是不站出来阻止，连目光都不敢与插队者对视。在这里插队的多为外国人，当地人自小受此文化熏陶，除非队列难以辨认，否则不会有意识插队，许多场合就像有一个看不见的指挥员，约束人们走到整齐的队列中去。

格拉斯哥先锋报广告部主任沙博安是我们的老朋友，知道我们到访的消息热情邀请我们到他家作客。那天我们坐沙博安的车去他家，出乎意料的是他的车窗上满是积灰，车内还有喝完没扔的饮料盒，沙博安不好意思地说，这



笔者摄于格拉斯哥先锋报门口

些天实在太忙，真是失礼了。我们奇怪沙博安在英国至少可以算中产阶级上层人士，为何车况会如此不堪呢？

陪同我们一同前往的冯先生夫妇，就职于香港媒体。他告诉我们，和人们想象的不同，英国人经常自己动手洗车打蜡，把座车弄得干净闪亮的多为中产阶级下层或工人阶级上层，而社会高阶和低阶两类人则时常靠暴雨洗车，只有等到车前窗模糊一片、车后窗被邻家小孩灰中作画的时候才会送去洗刷保养，当然少数有仆人料理车辆的极富裕人士则另当别论。



沙博安家中没有成套家具，地毯也不是满铺

沙博安家中的家具不是成套的，沙发用绒布蒙面，看上去都很旧了，地毯不是满铺，但看得出是一块有年头的波斯地毯，客厅墙上也没有其他商人常见的大尺寸电视机。

冯先生说，在英国只有那些新贵才置买成套高档家具和新款皮革沙发，这些人用于装修装潢的钱要比中产上层高出许多倍，后者多讲究格调品味，粗看还有点杂乱，他们家中的电视机和音响都放在一个专门的视听室中。

我们受邀和主人共进晚餐，虽然菜式不如中国招待客人的家宴，但比传统英式一肉两菜的晚餐要丰盛许多。这么多年过去了，笔者还

清晰记得那晚餐桌上有两种菜汤供客人选择，这在英国是难得一见的例外。绝大部分英国人对饭菜的要求不高，他们并不期望端上桌的食物会是什么人间美味，只要吃饱、卫生、有营养就足够了。英国电视也播放烹饪节目，然而那些主妇通常一面观看，一面却把超市买来的速食晚餐放入微波炉，三分钟后就可以吃了。

到了该告别的时候了，冯先生的太太路易莎代表我们向主人辞行，冯先生暗暗让我仔细观察地道的英国人是如何说再见的。

听说英国人很重视这个仪式，将其称为“saying our goodbyes”，许多外国人无法理解为何再见要用复数，亲眼看到后才明白过来。只见路易莎和沙博安夫人互相说着告别的话，显得依依不舍，足足花去了一刻钟时间。路易莎说：“太晚了，真的该走了”。我们随路易莎走出门外，她俩站在凛冽的寒风中把刚才那番车轱辘话又重复说了一遍，等到大家都上了车，路易莎还把车窗摇下来，又多说了几句告别的话。座车终于启动了，透过后窗我看见沙博安夫人把手放在耳边，用大拇指和小指做成电话状，意思是“一定要再联络啊”。

我由衷地钦佩：“英国人真是讲究礼节”，冯先生笑着说，这只是一种仪式，说不定此时沙博安夫人正在说：“天呐，我以为他们永远都走不了了呢”，“路易莎这人什么都好，就是太啰嗦了”，听了冯先生幽默的话语，车厢里响起一片笑声。

有位客商谈及英国的习俗时说，习俗不属于法律、制度这类显规则范畴，它只是一种文化，是道德上的要求。如果社会上大多数人，特别是有钱人、有权人都能这样做，大家将此视为做人的基本操守，即便有暂时做不到的人存在，他们也不会因为不做而受到指责，可是遵守规则的社会风气使他们感受到一种巨大的压力，这种压力会鞭策他们也这样做。

中国是礼仪之邦，文明礼貌是中华民族五千年传承的美德，现时中国，想要成为一个富人已不是梦想，但要想成为懂礼貌、讲规矩的“绅士”，使文明融于信仰，成为下意识的行为还需要经过几代人的努力。笔者以为矫枉必须过正，从这个角度讲，英国人“特有的礼貌”也是一种值得借鉴的药方。 

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。



JAC：外贸路上，你走过的每一步都算数

口述_JAC 责编_陈丽丽

关于JAC:

焦点商学院战略合作讲师，杭州利贸企业管理咨询有限公司创始人兼首席咨询顾问，世界500强企业外贸特别咨询顾问，3本外贸畅销书作者，外贸论坛红人，深受外贸人喜欢和追随。

2006年，从中国矿业大学刚刚毕业一年的JAC，以“相思寸寸”为笔名，在外贸之家论坛上发表了自己的第一篇外贸文章，从此，开始了他的外贸博客生涯。JAC写外贸文章是出了名地勤快，一个月可以写个20多篇，迄今累计写下了近1000篇原创外贸实战文章，阅读量超过1亿次。他说写博客已经成为一种习惯，这么多年，遇到各种各样的客户和外贸企业，有什么感触，晚上写下来，长久以来就会成为一种沉淀。回头看看从一开始到现在的文章，见证了一个人的发展历程，也见证了一个人的思想变化。

他不是外贸做得最成功的人，却是外贸界最具分享精神的人。熟悉他的外贸人会称呼他“村长”，他笑称自己是带领大家发家致富的外贸新手村村长。

他从最基层的外贸助理做到外贸经理，再到创办自己的公司，坚持一线外贸14年，团队管理9年，培训咨询3年，创立了2家外贸公司，1家外贸咨询管理公司，为400多家企业做过咨询辅导，接触过2000多家外贸企业。他励志要做中国外贸界的“麦肯锡”，帮助更多外贸企业少走弯路。如此丰富的外贸实战经历，使他形成了一套独特高效的外贸方法论，在开始与JAC对话之前，先亮出他多年来最核心的实战精华，以飨读者。

七大体系

专业，是外贸业务员能够在新外贸形势下的立足之本，也应该成为企业对自己员工的基本要求。JAC把整个产品层面的专业知识分为七大体系：

1. 供应体系：

原材料购买的时候使用了什么样的卫生标准，从原材料端来保证卫生，保持原色等，而且原材料到达工厂后，采取了什么样的检验方法保证原材料完全合格，或者说你有一个很牛逼的采购经理，对整个原材料工厂非常了解，对质量控制非常在行……

2. 生产管理体系：

参与生产的工人都是如何上岗的，整个生

产过程是如何控制以保证产品合格的，或者说因为老板是技术出身，对产品质量的要求有着变态的严格，整个生产环境是如何保证卫生的。

3. QC体系：

采用了什么样的制度进行抽检，QC人员有多少年的经验，如果有耀眼的履历就更好了，公司采取了什么样的制度保证检测结果真实不受干扰，如果卖出去的产品出现了质量问题，QC要承担什么样的责任……

4. 包装体系：

用了什么样的包装，可以保证产品在运输过程中不会破损，不会沾染脏污，又能保证多装货，不浪费空间，中间商客户不需要再进行任何更换，可以直接销售……

5. 库存体系：

如何保证库存中货物不会因为意外而破损或者污染……

6. 出厂前检验体系：

出厂前是否还有检验，如何抽检，如何处理次品，就如同上面的QC体系，是靠肉眼检验，还是有专业设备……

7. 售后服务体系：

如果真的出现了各种问题，公司是不是有一个很完善的售后服务流程，还是全都靠老板拍脑门决定？如果有流程，流程是怎么样的？客户会有什么样的保证？

你要从这七大体系里找出所有的可以支撑你的产品属性的点，然后把这些点提炼得更易表达，再加入各种证据，例如图片，视频等，这样才能让你的产品脱颖而出。

现在就拿出一款产品，试着这样做一遍，不明白的环节全部搞清楚，一套流程下来，你绝对专业！

案例分析

工作中，你会发现，每次遇到障碍的地方，出问题的地方，犯错的地方似乎一直在重复，这其实就是一种思维漏洞。如果没有找到问题的症结所在，无论怎样努力都是徒劳。

如何跨过这道坎儿？JAC送给外贸业务员的另一个终极武器就是案例分析。我们很难改变一个人的想法，但是可以改变他们的行为。案例分析就是帮你找到工作中的不足，把你的错误明明白白放在你面前，把造成的后果也放在你面前，然后给出方法来修正这些不足，给出管理机制来监督这个方法的实施，久而久之大家就形成了新的习惯。

如何进行案例分析，JAC总结了六步方法：

第一步，建立销售漏斗模型；

按照常规比例，以100个客户询盘作为样本，客户有回复的大约有30个，在这30个询盘中，经过和客户的沟通，探讨到产品设计阶段的约20个，继续沟通，确认打样的有10个，对样品满意的客户有6个，最后能够成交的客户可能有4个，这其中还有个别客户还可能复购。如图：



第二步，找流失环节，按照流失找客户；

把与客户的往来记录，邮件、电话、即时工具沟通记录等都翻出来，先进行自我分析，为什么当时会这样写邮件，这样打电话？这个分析会让我们思维里的漏洞清晰地展现出来。

第三步，汇总所有同事的这个阶段的案例分析；

对于外贸经理或老板来说，最希望看到的是整个部门业绩提高。而在其他伙伴身上，也



旅行中的 JAC

可以看到自己可能发生的错误，所以，最好的方法就是把部门的人集合起来，一起分析，效果加倍。

第四步，写总结，分析错误，拿出方案；

针对这个案例，每一个同事必须写出总结，深刻分析自己的思维错误之处，最终拿出以后处理同类客户的方案。

第五步，复盘；

每名同事都要学会分析自己的案例，甚至是别人的案例；这样才会形成正确的思维模式，不会再重复犯错。

第六步，把分析过程标准化。

标准化

谈到当前的外贸现状，JAC 非常焦虑。快言快语的他曾经在北方的某个城市讲课的时候，当着几个县级领导的面对在座的上百位企业代表发飙，因为真的为他们着急。JAC 说之前一直关注外贸技术层面的东西，写文章也好，讲课也好，出书也好，都是教外贸业务员怎么做。如今，他发现很多问题的症结在老板，企业的很多问题，业务员做不了主。除了推出新书《给外贸公司老板的企管书》，JAC 还想通过企业管理咨询的方式，帮助更多外贸公司成长，而其中，最有效的方式，就是标准化。

虽然标准化这个名词听上去很高大上，其实很多企业都有朴素的标准化，比如某个业务环节，有统一的模板去执行，但彻底标准化的企业几乎没有。

JAC 在讲课中，也反复提到过标准化。但按照他的方法去做的企业少之又少，因为标准

化非常复杂，实施起来又相对漫长。

标准化需要调动整个公司的资源，自下而上地理顺每一个环节，经过反复修正，为每一个环节制定可执行的标准化文件，并通过后期监督来保证机制的运转。这种事，老板没时间做，业务员又做不了，很多中国企业就是这样被拖死的。

JAC 坚信标准化是每个企业必须要走的一条路。JAC 坦言，之前的 70 后、80 后比较听话，现在是 90 后的天下，这些人自我意识非常强，如果你不严格告诉他们怎么做，他们就照着自己的方法去做，有可能方法就是错的，这无疑增加了公司的试错成本，而且现在的外贸形势严峻，靠自己摸索，成长很慢，错过了很多发展的良机。

标准化最大的优势在于，试错成本降低，

人员流失降低，人员成长更快。

JAC 给我们讲了一位浙江做切割机的老板的故事。因为企业发展遇到了瓶颈，老板下决心通过标准化来激活企业。而最后证明，标准化的效果特别好，团队成长非常快。老板之前是业务出身，很多精力都用在帮下属解决问题上。为不同的人反复解决同一个问题，非常浪费时间。如今，老板解放出来了，专注采购，成本明显降低，他们的产品价格就有了优势，整个团队的业绩也在蒸蒸日上，大家的干劲十足。

JAC的外贸路

以下为《焦点视界》和 JAC 的采访对话，《焦点视界》简称为“焦”。

焦：您的职业经历非常丰富，从体育记者到外贸经理再到自己创业，其中对您影响最大的是哪段？

JAC：整个职业生涯中对我改变最大的是中企动力。2005 年，从齐鲁晚报出来，就进了这家企业。一年半时间，接受的是高压高薪的制度。每天早上两点半睡觉，五点半起床，竟然没有任何不适，成了一种习惯。你会发现，人没有吃不了的苦。

后来出来创业也好，做其他工作也好，这种影响已经成为流在血液里的一种东西。比如半夜一两点去见客户，很正常啊，只要客户说：你过来吧，我等你。我就会立马冲过去，不管几点。

他们所创造的执行力文化，狼性的文化，不达目的不罢休的文化，还有那种为自己赋能，让自己的职业生涯值钱的观念，让我感到非常幸运和幸福。如果说转折点，那就是这个。

之前不是感觉这个工作太轻松，就是那个工作太简单。一到这里发现，工作还可以这样做。我认同它是因为我觉得它对我有好处。

焦：对于这样的工作，很多年轻人可能会抱怨辛苦，而您分析的却很理性，是性格使然吗？

JAC：在业务方面，我是偏激进的，也是中企动力对我的影响。给客户打电话，现场谈

判能力，向客户逼单，也是那个时候锻炼出来的。后来做外贸，没人教我电话，也没人教我面对面谈判，我上来就可以做得很好。

在中企动力，一天 200 个电话，一年下来，6 万多个，你什么人都接触过，什么话也都听过了，有什么好害怕的。一天至少见 5 个客户，300 天，1500 个客户，面谈了 1500 次，有时候一天 10 个客户。就这样，打电话和谈判的能力都出来了，后来做外贸，和老外谈判，发现比内贸简单多了，无非就是语言的问题嘛。

焦：您的外贸谈判效率非常高，是怎么做到的呢？

JAC：在齐鲁晚报的时候会经常跑比赛，曾经去了英国和荷兰，一呆就是 7 个月，这两个都是足球大国。后来做第一份外贸工作的时候，老板是做水泵的，也派我去澳大利亚呆了 7 个月。这两段经历，极大锻炼了我的口语，也让我知道怎么去判断国外客户的思维和想法，同时学到了很多欧式的管理模式。

我做事比较直，不像其他中国人那样绕来绕去。很多客户跟我说，和我合作，是因为和我谈判很爽快，有什么就是什么，没有就是没有，不用猜我的想法。很多中国人在说话的时候不敢说绝，客户对他们还抱有很多幻想，但谈了半天发现根本没戏。对我来说，可能直接跟他说死了，不能做就是不能做。别人可能会说 maybe，我直接说 impossible。老外很适合这种模式，因为他们也是这样沟通的。我们现在公司的谈判效率也非常高，基本是你还在和客户磨这件事的时候，我们这边就签了。其实，对于客户来讲，他们也希望找一个高效的客户合作，回答及时，交货及时，处理事情也及时。

焦：有没有经历过特别艰难的时刻？您是如何度过的？

JAC：现在回想起来，大约是 2008 年，第一次出来创业。当职业经理人的时候，压力小呀，所有的压力不过是来自老板的绩效，我对这个任务有把握的时候，就没有压力了。创业的时候，所有的资金和各种问题都压在自己身上。那段时期自己是怎么撑过来的都不知道了。

一开始的时候没有什么投入，资金也不多，基本就是两个人，闷着头注册免费 B2B，我注册了 698 个，同事注册了 710 个。当时只要可

以注册的，我们都注册了。如今我那份表格还留着，不过现在，里面的 698 个 B2B 平台，估计有 400 多个不存在了。中国制造网也是那时注册的，到现在还有询盘。当时做免费的 B2B 也是朴素的想法，没有想到这个东西会突然爆发，突然有客户跑过来问我们：我到处看到你们的信息，你公司应该很大呀。弄得我们也是一愣。

焦：如何看待当下的外贸境况？

JAC：现在外贸最尴尬的情况是，越小的人越少的企业，成长越慢，越发展不起来，每年都是三五个人，销售额在 100 万来回徘徊，这种企业会越做越小，早晚会被淘汰。

外贸企业困境有几个方面，人才可能是企业遇到的最大困境，但这个困境大部分由企业自身造成的，企业对人才还不够重视，不肯花时间花精力，当然很多老板确实没有时间。

第二个困境，是转型时期的混乱或者迷茫。外贸原来很好做，很多老板是从那个年代的业务过来的，大局观不强，现在竞争非常激烈，不知道要不要转型，怎么转型。

转型时期是倒闭最快的时期，现在这个周期又变得更短更快了，没有考虑和等待的时间。很多企业在观望，但是在观望的期间，今天是一个样子，明天又是一个样子，完全跟不上了。

焦：形式如此严峻，企业如何应对？

JAC：现在外贸企业理论上有三条路可以走：

第一，老板自己武装自己，出去学习，把新鲜的东西带到企业内部。

第二，招职业经理人，先分析企业的问题，比如这个公司就缺一个外贸的头儿，老板又没有时间做，就去招聘一个外贸职业经理人。但是中国的外贸职业经理人制度十分不成熟，第一个是因为老板不太信任这帮人，还有一些家族企业，职业经理人调动不了资源，另外，就是中国人的传统观念，凡是有点本事的人都去创业了，这也是中国人浮躁的表现。

第三条路，我们叫外脑，比如外贸咨询管理公司。老板没时间，咨询管理公司来帮企业分析问题，来做标准化，并进行监督实施。 



扫描二维码
访问企业展厅

飞鸽友联： 做好机器做好人

文_刘艳林 责编_刘艳林

江苏飞鸽友联机械股份有限公司（以下简称飞鸽友联）专业研发生产塑料挤出机和回收设备，主要包括：吹瓶机、挤出机、PVC/HDPE/PPR 管材线、PVC 型材设备、木塑挤出设备和塑料片材设备以及相配套的各种辅机、PET 瓶回收生产线和造粒生产线。

总经理谢明飞笑称自己是塑料机械行业的“老家伙”，2004 年以业务员的身份进入这个行业，2006 年开设外贸公司，2011 年正式成立工厂，13 年的时间，谢明飞和飞鸽友联都发生了很多变化。

即使是业务员出身，谢明飞自认并不擅长做贸易，他陈述了一系列的制约因素：没有自己的实体工厂；没有自己的产品标准；明明不是自己的产品不得不跟客户说来自自家工厂；每个产品都要跟厂家博弈，厂家希望卖高一点，买家希望更低的价格，最后好不容易达成一致，厂家降低了产品品质。回忆起那段时光，谢明飞的感觉就是三个字：很痛苦。好在痛苦并未持续太久，谢明飞抓住机会转型创办了自己的工厂。

“做贸易离不开制造本身，因为贸易的升级一定建立在生产的升级之上。”

有了自己的工厂以后，谢明飞摒弃了以规模生产、成本控制、产品配置去竞争价格的老路，而是着重于培养自己的开发能力和技术团队。“技术才是核心竞争力，好的产品不需要业务员说太多；相反，业务员说得特别多的产品，可能不一定就特别好。”谢明飞对产品与营销的关系有着自己的见解。



江苏飞鸽友联机械股份有限公司总经理 谢明飞

2016 年，飞鸽友联研制成功的高端塑料吹瓶机投入市场，这款耗时三年多的新产品在技术性能上完美甩开同行的各项参数指标；全球范围内，也只有意大利和德国屈指可数的寥寥几家企业的产品能够与之抗衡。谢明飞告诉笔者，2017 年的德国展会上，这款机器成了展位的明星产品，参观的人络绎不绝，且第三天就被一位欧洲客户以普通产品 2.5 倍的价格买走，利润非常不错。

谢明飞对行业的前景非常看好。他说，越是经济活跃的地区和国家，对瓶装饮料的消耗

越大。欧美市场趋于成熟，东南亚、非洲等发展中地区的市场需求正在迅速成长，而且会越来越来。如果在这个过程中，提供给客户的产品做到能效高一点，能耗低一点，利润规模不言而喻。正因为如此，产品的节能指标在市场竞争的过程中，显得尤其关键。

提及未来，谢明飞保持着谨慎乐观的态度，“目前我们规模还比较小，但一直坚持对品质的要求，坚持对客户负责；无论是对外招揽客户，还是对内吸引人才，只要大方向不错，慢慢就会把对的人聚集到一起。” 



扫描二维码
访问企业展厅

百年做好一张板

文_刘艳林 责编_刘艳林

2016 年，加拿大小城麦克暮瑞堡发生火灾，十万居民紧急撤离。木制的房屋在高温烧烤下噼啪作响，大火将整座城市变成了炼狱。

根据中国消防在线报道，2016 年，国内共接报火灾 31.2 万起，亡 1582 人，伤 1065 人，直接财产损失 37.2 亿元。

随着世界各国对建筑防火问题的日渐重视，木质类的可燃有机板材被严格限制使用在建筑工程上，而纸面石膏板、硅酸钙板、矿棉板或者水泥板等防火板材在强度、韧性、耐水、二次加工性能方面，并不能满足建筑施工的需要或兼顾隔音、保温、防火、节能的各项应用要求。

张家港市盛港绿色防火建材有限公司（以下简称盛港）董事长葛庭洪说，从产品的防火、环保理念来说，氧化镁板材是目前市场上比较理想的替代建材。葛庭洪告诉笔者，万科的精装修房已采用了盛港的新型板材，未来，随着产品技术的成熟和发展，市场还会有更大的空间。

巨大的市场空间并不意味着极低的准入门槛。葛庭洪一直致力于将产品品质打造成行业标杆，没有技术支撑可不行。据了解，盛港先后与高校、研究所开展深度合作，依托他们的技术力量，合作开发新产品。随着合作的深入和产品技术的积累，盛港的软硬件达到一定的水准，葛庭洪正在向有关部门申报设立国家镁质材料的重点实验室。这是个技术产业转化的一个专业平台。如果报批成功了，对盛港的发展前景意义重大。



张家港市盛港绿色防火建材有限公司董事长 葛庭洪

“我一直没有放弃一个梦想，就是带着企业走进资本市场，成为一个公众企业，只有这样，企业才能吸引更多的人才。”做企业离不开人，葛庭洪心心念念的是“人才”二字。

人才是企业实现转型的前提。在激烈的市场竞争中，企业依靠粗放型发展模式获取利润的空间已经越发逼仄。仅仅在十年前，张家港的防火板材业又是另一番景象。

那是镁板材的暴利时代，从手工作坊到规模企业大小不等，形态各异，最多的时候有 180 多家生产商。随着市场的透明，竞争的白热化，提升产品附加值走差异化路线变成了一

条出路。葛庭洪早早地意识到，一个企业没有高端的技术人才，没有技术的合作和引进，很难在市场上立足。

2017 年，盛港投入研发项目的费用占到了利润的 50%，主要用于产品改良、开发、检验、测试、仪器、人才引进这些项目合作。

大浪淘沙，曾一起初创一起竞争的同行们要么转型失败，要么竞争失利陆续消失在视野里。葛庭洪对此有些唏嘘，“如果继续做实业，他们或许不会消失得这么快。在他们转行的时候，我还在琢磨着改造机器，在这个行业十几年，就只有一个理念，百年做好一张板。” 



扫描二维码
访问企业展厅

火箭式增速背后的三个“第一”

文_陈丽丽 责编_刘艳林

张家港市万金机械有限公司（以下简称万金），始建于 2000 年，致力于酒、饮料成套灌装机械的研发、生产、销售与技术服务。

张家港位列 2017 年中国百强县前三甲，这里工厂林立，不乏国内外知名大型企业，我们特别关注万金，是因为万金这两年来被同行津津乐道的火箭式增速。2017 年万金获封江苏省高新技术企业称号，并于年底挂牌新四板，同行之中少有这样的荣誉。

万金如何脱颖而出？董事长秦志洪和总经理江小兰向我们讲述了背后的故事。

产品：质量第一

秦志洪说，非洲市场虽然涨势不错，但万金最终对标的是欧洲市场。产品的质量永远是第一竞争力，特别是机械产品。欧美客户更看重产品质量，不会和你使劲砍价，同样卖一台设备，利润率更高。啃下欧美这块硬骨头，再进击其他市场都不会费力。

如何达到这个目标？就是不断地向欧美顶尖企业学习。参加当地展会是一种行之有效的方 式，比如 2017 年 9 月去德国参展，特地到全行业最老牌的克朗斯、KHS 等名企参观学习。在国内的话，也可以到购买使用他们产品的中国公司学习。秦志洪平时都在研究琢磨这个行业的产 品，行业内几乎 80% 的产品他都略知一二。

为了保证产品的质量，万金的核心电机采用的是德国西门子品牌，部分零配件也采用德国原装产品，价格虽然贵一点，但对产品性能有很大提升。比如万金采用的一个塑料滑套，比原有成本增加 70% 以上，但使用寿命变长，减少可能发生的意外故障，不需要维护，也减少很多售后麻烦。



张家港市万金机械有限公司董事长秦志洪和总经理江小兰与客户合影

宣传：口碑第一

正是万金的高品质为它在海外赢得了良好的口碑。

江小兰说很多订单都是老客户介绍过来的。比如一家卢旺达的客户，在万金采购了 10 条灌装线，几个朋友在客户的工厂看到了万金的产品之后，直接来电下单，要一样的就行，不需要看厂，简单痛快。其中一个客户在产品运转了一个月之后，立马下了第二个订单。

万金在印度也有一家大客户，在饮料行业的地位相当于印度的“农夫山泉”，对万金的帮助也很大。当有其他印度的客户想要了解万金的产品时，江小兰就会推荐他到大客户那里看厂，俨然变成了万金的示范基地。

这种口口相传的故事，万金还有很多。

用人：人品第一

企业的竞争最终都离不开人才的竞争。

万金在技术研发方面的投入占到了利润的 15%-20%，人才队伍不断壮大，研发成果也十分显著。2017 年，万金全新研发了一款高效节能全伺服吹瓶机，旋转式加温比普通加热系统节能 40%，速度可达 1500 腔每小时，同时还能节约 3 到 4 倍的劳动力。

如今，高速发展的万金对人才的需求更加旺盛，对于招人，秦志洪有自己的坚持：人品第一，能力第二，期待更多有志之士加入万金。

秦志洪对万金非常有信心，2018 年，将继续围绕自己的核心竞争力纵深发展，力争 3 到 5 年登陆主板上市。 [FU](#)



扫描二维码
访问企业展厅

征服客户的另一种可能

文_刘艳林 责编_刘艳林

从张家港市阿波罗机械有限公司（以下简称阿波罗）成立到现在，销售额大约每年增长百分之三四十。总经理阎庄峰总结，之所以能保持这么高的增长速度，一方面是产品的质量和服 务一直在提升，另一方面得益于公司具有前瞻性的战略布局。

这两年，政府将节能减排、环保生产落实到了执行层面，不少中小企业苦不堪言，勉强支撑。而阿波罗早在 2008 年就将节能环保作为产品研发的重要方向。阎庄峰认为，这样的布局是有意义的，因为阿波罗一方面满足了客户对产品研发改进的需求，另一方面，在环保的高压之下，阿波罗比同行更主动，也更适应，这是个竞争优势。

阎庄峰每年有三分之一的时间跟生产和研发在一起。企业建立之初，阿波罗的定位就是重研发，重质量，不跟风，不打价格战，做自己的特色。

工程师出身的阎庄峰将年销售额的百分之十用于投入研发，以行业内平均三到五个点的标准来看，算是比较高的。阎庄峰喜欢评估对照阿波罗的各项软硬件在行业里的位置，“目前来说，我们的技术是处于行业前列的，同行们更多的是依靠规模化生产获取利润。”

规模化生产辅 以销售型主导的模式不是阎庄峰看好的方向，当然，阿波罗目前也没有这样的实力去和已经走规模化道路的企业抗衡。然而，以目前百分之三十的速度增长下去，未来阿波罗也将具备规模化的实力。届时，是走原来的差异化道路，还是走不看好的规模化道路？

阎庄峰沉思一番之后给出这样的答案：“成熟的产品规模化，高端的产品差异化。前者保证企业稳定的营业利润，后者用于探索市场的



张家港市阿波罗机械有限公司总经理 阎庄峰

各种可能并保持研发技术的先进性，这样企业可以两条腿跑路，又稳又快地往前走。”

这也是中小企业升级转型的方向。只是有些企业光是活着就拼尽全力了，他们在这个过程中对市场造成的负面影响常常需要所有的中国供应商们去买单。

阎庄峰在展会上遇到过不少对“中国制造”尤其是“张家港制造”有成见的客户，此时的他不卑不亢，主动提出免费帮客户修理机器。当修好客户的机器以后，外壳仍是别人家 logo，运行软件却是阿波罗 logo，这种奇妙

的组合让国外客户对阿波罗的技术实力刮目相看，不少客户因此找上门来。

阎庄峰一手创办了阿波罗，在塑料机械这个行业起起伏伏二十余年，企业渐成规模，展望未来，他自信满满：“这是有技术就可以独立发展的行业，保持技术的领先优势是企业的发展之道，如果丢失这一点的话，阿波罗走不到今天。”

按照阿波罗现有的技术实力，阎庄峰说，即使重来一次，创业依然可以成功。这大概就是安全感的来源。 [FU](#)



扫描二维码
访问企业展厅

小营销, 大产品

文_刘艳林 责编_刘艳林

英国商品研究所研究报告显示, 中国已成为世界上最大的铜管生产国, 铜管出口幅度逐年递增。这几年, 华宏集团旗下的江阴和宏精工科技有限公司(以下简称和宏精工)的外贸业务量也相对地逐年增长。

和宏精工目前主打产品为铜合金冷凝管、大口径铜镍合金管、高效换热管、镍基耐蚀合金管、无氧铜等管棒以及法兰锻件等系列铜产品, 年产量3万多吨。产品广泛应用于海水淡化、核电、石油化工、船舶、汽轮机发电、压力容器、热交换器、中央空调、家用电器及铁路、城轨交通等领域。

“产量规模化、产品精细化、成本最低化、市场高端化、客户多元化, 全面提高公司的核心竞争力, 以稳定的产品质量和优质服务, 积极参与市场竞争。”在和宏精工的官网上可以看到这样的一段话, 它更像是为企业提升核心竞争力指出了方向。

外贸部经理徐志刚跟笔者介绍, 围绕市场需求去研发改进产品, 是市场与企业共同的选择。依据这个思路, 徐志刚结合原先的行业积累和现有的材料技术, 协同公司的研发团队开发出铜合金的法兰锻件, 满足了高端市场的多元化需求。

“这款法兰锻件的研发成功对公司来说, 只是多了一个利润增长点, 占比很小, 但在我看来, 目前就像一只鸡的鸡翅膀, 肉不多但味道鲜美。另外, 它能够和公司现有的铜合金管配套使用在换热器上, 有效地丰富了产品应用范畴。”



江阴和宏精工科技有限公司外贸部经理徐志刚(右一)和他的战友们

在徐志刚的概念里, 一个企业是否具备研发制造某种产品的能力很重要, 这跟营销无关, 与实力有关。

和大多数行业一样, 消费市场对高、中、低端各种档次的产品各有需求, 部分工艺落后、高能耗低产能的厂家仍有一定的生存空间, 但徐志刚并不惦记这部分市场。“不是所有的市场都是我们的目标市场, 蛋糕吃多了会吃坏肚子的。”徐志刚笑着说。通过早年的资本和技术积累, 和宏精工逐步完成结构改制和企业转

型, 巩固了企业在中高端市场的竞争地位。

有了过硬的产品和技术团队做后盾, 业务人员在前线厮杀就显得游刃有余。和宏精工的外贸团队只有三个人, 不仅包揽了公司外贸业务, 还积极收集市场反馈和客户需求, 协助技术团队改进产品技术, 为企业的良性发展打下重要的基础。

不管市场环境如何变幻, 好的产品和团队, 总能找到属于自己的蛋糕。 

保险网购
xyz.cn

新一站

让保险更保险

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



幸福

文_任学奎 图_视觉中国 责编_任学奎



幸福是什么？

有时你的梦想达到是一种幸福，有时梦想破灭也是一种幸福；有时得到是一种幸福，有时失去也是一种幸福；有时成功是一种幸福，有时失败也是一种幸福；有时富有是一种幸福，有时贫穷也是一种幸福。

她，感动四川

她叫陆学英，一名普通的彝族妇女。

陆学英是攀煤花山矿的一名退休职工家属，家住攀枝花市西区矿建社区一山坡下用泥土夯制的土墙房里，房顶上没有瓦片，仅铺着一层毛毡、篷布。房间内设施简陋，一台旧冰箱是家中最好的电器。

自 1990 年以来，陆学英除了抚养自己的 3 个孩子以外，还陆续收养了 4 名孤儿。为了孩子，在井下采过煤、推过车，在建筑工地搬运材料、修路、捡垃圾，在焦化厂炼焦，帮当地的农民栽秧种地，自己还开垦土地种菜、喂鸡、养猪。陆学英靠着微薄的收入将 7 个孩子养大，供他们读书。

大家称她为“矿山妈妈”。

1985 年，陆学英跟随在花山矿上班的丈夫将自己和三个孩子的户口从云南的农村迁到攀枝花。当时条件非常艰苦，为了减轻家里的负担，她便开始捡废品，变卖后挣点钱，维持家里的生活开销。

五年后的一天，她在街上捡废品时，救下了一个正被欺负的孩子。这个孩子名叫古丽华，时年 7 岁，彝族人。父亲因病去世，母亲远走他乡，只剩下他一个人无家可归在外流浪。陆学英把古丽华带回家里，找来自己儿子穿过的衣服给他穿上，对他说：“小华啊！就在我家吧，我养活你，你就是我儿子了。”这是她收养的第一个孤儿。

1998 年，陆学英又同时收养了情况与古丽华类似的姐弟俩，罗小明和罗刚。父亲去世后，母亲为了抚养孩子不得不出外打工，一个老板以介绍工作为由，给了她一包东西让她带往云南下关（大理）。那是一包重达 120 克的毒品，姐弟俩的母亲因此被判无期徒刑。听说

了这件事的陆学英辗转找到姐弟俩，把他们带回了家。到了 2003 年，陆学英又收养了因父母离异而被遗弃的汉族男孩马松。

如今，最小的马松已经 14 岁，其他的六个孩子都已成人。古丽华在陆学英老家盖起了自己的房子，并结婚生子。罗晓明、罗刚纷纷从技工学校毕业，有了自己的工作和生活，自己的三个孩子中有一个也成家立业，有了很好的生活归宿。

但年过六旬的陆学英并没有因为孩子大了而闲下来。几年前她加入了社区志愿服务队，并迅速成为服务队的志愿者骨干。

陆学英的隔壁邻居是一位企业退休孤寡老人，行动吃力，性格内向，少与外人接触，陆学英便主动照顾起老人的起居生活，帮老人清洗被褥，打扫卫生，偶尔买了好吃的，也会给老人送去一份。在她的细心照料下，老人屋里和身上都收拾得干干净净，没有异味。

在陆学英的心里面，帮助别人是一种快乐，只要邻里有需求，她都会尽心尽力地帮助解决。她从来不会对别人说自己辛苦，每当别人问她会不会很累，会不会后悔，她从来都是笑着说，“我很幸福，很充实”。

2012 年，陆学英被授予“攀枝花市第二届道德模范”称号；2014 年，陆学英获得“2013 年度感动四川十大人物”的荣誉称号。

她，想见父亲

这是个不知名的孩子，我从志愿者的手里拿到了她写给老师的信。

信的部分内容是这样的（有修改与删节）：

我在 2 岁左右，我爸就因为犯了错，走了不该走的路，所以就进了监狱。我长这么大了也不知道他长什么样。这样现在的我都不知道怎么去面对，等他回来那天我不知道该不该接受他。因为从关系的角度来讲，他是我爸爸，怎么可以当一个不孝之子呢！

（父亲入狱后）我和我姐、我妈来到了姑姑家的一个旧房子里住着，他们住自己的新房子。他们给我妈一些土地种着，可能有一年多吧。每天我妈都会煮俩个鸡蛋。煮鸡蛋的同时

她会煮一些我们自己种的菜，当然鸡蛋肯定是我和我姐的，就这样过了一两年吧。

后来，我妈去了浙江或者江西去打了一年的工。这期间我姐在我的叔叔家，我在我叔叔儿子家里。

那时候我 5 岁左右的样子，有点记忆了。我记得他们每天都会让我很早就起床，让我每天都去找猪草。后来他们搬了家，养了些羊，他们每天都会让我去放羊。那时的我总是跑不赢那些羊，每天都是哭着去赶羊，但是我表哥他们从来不会出来帮忙。不过我很高兴的是，他们每天都会用白糖给我泡一瓶水。我很感恩，毕竟他们给了我一些活路。

后来我妈回来了，我妈让叔叔给我们建了个全是木头的房子。后来我妈送我们姐妹俩去姑姑家去上学，自己就在攀枝花打工。

在我二年级的时候，我又换了个人家，一直到现在我回去都回那里，就是我姨妈家。我欠了他们那么多人情，可能许多人都无法想象，那种感觉无法说明。来到了初中我慢慢懂了些事情。我妈一直在为我们姐妹俩努力着，本来那些都是我爸的责任，但是她扛起了这个责任。

我看我妈的身体一天不如一天，那种感觉心真的碎了。我也开始越来越想念我爸，因为好像在我心里就没有过这个人了，每次想起我都会止不住自己的泪水。

上次（开学）我本来真的都决定了不报名的，只是我妈来了。我想用那报名费的 2600 元去沈阳看下我爸，然后回不来也值了。（她一直以为父亲被关在沈阳的监狱，经志愿者协助，目前已查清她的父亲在昆明附近的监狱服刑）但我不想让我妈失望，她有自己的梦想，但是她为了我们放弃了。

就在星期四，我的一个表妹给我说，我妈经常躲在一个角落里自己一个人哭泣，我听到这些我真的无法说明那种感受是什么样的，也没有人明白我的感受。这些事经常在我梦里出现，半夜把我惊醒。有时候想着这些事使我无法入睡，有时候甚至到了两三点都还不能睡着。

很多时候我都对自己说，不要抱怨自己的生活有多苦。但是我的心情好复杂啊！没有人

明白，我每天想的可能要比别人多得多，我真的想找回生活的信心，但不知道怎么去改变。

……

他们，抱团取暖

在格萨拉平原村有一对兄弟俩，哥哥叫明祥，弟弟叫明华（为保护孩子隐私，孩子姓名均为化名）。

4 年前我第一次去平原村时认识了明祥，那时候他 7 岁。我给他拍了一张照片，脸上脏脏的，但笑得很开心。第二次去是一个多月后，为了送一批爱心捐赠过去，正好遇到了他的父亲和弟弟，我说，给你们父子拍张合影吧，他们高兴坏了。

再后来，我每次到平原村都会看到明祥和明华，但没有再见过他们的父亲。

听村里人说，大约在明祥 4 岁时，他们的父母离婚了，母亲离开了村子没有再回来。由于孩子还小，没有人照料，在外打工的父亲不得已赶了回来。

不过等孩子稍大一点，大概是去年，他再次外出打工，不过这次没走太远，就在攀枝花。从那以后，操持家务、照顾弟弟的重任就落到了不满十岁的明祥身上。他们并不知道，父亲在打工的日子里又重新组建了家庭。对于父亲来说，他们像是孤悬海外的岛屿。

到了兄弟俩的家里，明祥找了一个破旧的手包给我，里面是他们家的照片，大部分是父亲的，有两三张母亲的，还有两三张是他们兄弟俩的。

“想爸爸的时候，我们就会拿出来看看。”

“不想妈妈，因为她不要我们了。我们知道她现在在哪里，但不会去找了。”

2017 年 9 月，他们曾经上学的平原小学被撤销，兄弟俩和村里其他还愿意读书的孩子一起去了格萨拉中心校，在格萨拉乡上。那是他们第一次走出村子，“学校特别大”。但是每次上学和回家都特别累，因为有 30 公里山路等着他们。每周往返 60 公里，大约需要 9 个小时。



摄于 2014 年 5 月，年仅 7 岁的明祥



摄于 2014 年 6 月，明祥兄弟与父亲在一起



摄于 2017 年 12 月，形影不离的明祥兄弟



我说想陪他们走一遍试试，明祥瞪大了眼睛，似乎并不相信我能走下来——事实证明，我确实做不到。

就在半个月或者一个月前，心疼孩子的父亲找了辆车每周接送孩子，兄弟俩觉得幸福多了。我问他们想不想再去更远的地方看看，比如渔门和攀枝花，他们说不想，“因为还没有习惯坐车”。每个月，父亲都会带一些水果或者糖回来看他们，那两天是他们最开心的日子。平日里，他们只能吃去年（2016 年）留下来的土豆，有时候想换换口味，就会吃“你们（志愿者）送给我们的米”。等父亲回来了，说不定还能吃上一顿肉。

到学校以后，我们听老师说，不久前明祥刚跟同学打了一架，起因就是明华被人推倒在地，擦伤了手臂。“他似乎心里有心事，但是从来不跟我们说，怎么问都不会讲”，负责照顾他们的老师说说的是明祥，偶尔明华还是会说漏嘴的。

离开的时候，我说给你们兄弟俩再拍一张照片吧，明祥说好，但是没有笑。 [FU](#)



2018 全球买家节日历下载！

图片版请加微信“焦点视界”(focusvision)，回复“2018”，下载 2018 上半年全球买家节日历。



1月6日
伊拉克·建军节 Army Day

1921 年 1 月 6 日，现代化的伊拉克军队正式建立。目前每逢每一年的这一天，伊拉克都会首都巴格达举行大规模的阅兵式。

1月6日
多国·主显节 Epiphany

天主教及基督教的重要节日，纪念及庆祝耶稣在降生为人后首次显露给外邦人（指东方三贤士）。

1月6日
俄罗斯·东正教平安夜 Orthodox Christmas Eve

按照儒略历法，东正教徒于 1 月 6 日迎来圣诞节平安夜，教堂届时会举行弥撒。以东正教为主流信仰的国家包括：俄罗斯、乌克兰、白俄罗斯、摩尔多瓦、罗马尼亚、保加利亚、希腊、塞尔维亚、马其顿、格鲁吉亚、黑山。

1月7日
俄罗斯·东正教圣诞节 Orthodox Christmas Day

俄罗斯人从 1 月 1 日元旦开始休假，假期一直延续到 1 月 7 日的圣诞节，期间的假日称为搭桥（Bridge Holiday）。

1月8日
日本·成人礼 Coming-of-Age Day

从 2000 年开始，1 月的第二个星期一为日本的成人礼，在这一年进入 20 岁的年轻人会在这天由市政府主持特别的成人礼仪式，并被颁发证书，以示他们从当日开始作为成年人，需负担起社会责任与义务。随后，这些青年会身着传统服饰到神社拜谒，感谢神灵、祖先的庇佑，请求继续“多多关照”。这是日本非常重要的传统节日之一，源于中国古代的“冠礼”。

1月14日
斯里兰卡·泰米尔收获节 Tamil Thai Pongal Day

这是印度教徒用来感激太阳神苏里耶赐予冬季丰收的节日。对于斯里兰卡和南印度的泰米尔人而言，1 月是收获的季节，人们会在这个节日里吃一种叫蓬珈（pongal）的食品，还要举行大象比赛。

1月15日
美国·马丁路德金纪念日 Martin Luther King Jr. Day

这是美国联邦法定假日，纪念马丁·路德·金牧师的生日。马丁·路德·金为黑人谋求平等，发动了美国的民权运动。

1月26日
澳大利亚·国庆日 Australia Day

1788 年 1 月 26 日，英国船长亚瑟·菲利普带着一队囚犯在新南威尔士登陆，成了首批抵达澳大利亚的欧洲人。在随后的 80 年间，总共有 15.9 万英国犯人被流放澳大利亚，所以这个国家也被戏称为“囚犯创造的国家”。如今，这一天已经成为澳大利亚最隆重的年度节日之一，各大城市都会举行各种大型的庆祝活动。

“幸福”是什么？

幸福，就是饿了的时候能有一口热乎饭吃；
幸福，就是困了的时候能有一张暖和的床睡；
幸福，就是回家的时候能看到父母的笑颜如花；
幸福，就是有书读、有衣穿，有童年、有梦想……





inQbrands™ 国际品牌计划



inQbrands，您创建国际品牌、产品直销美国的最佳伙伴。

inQbrands Inc. 是焦点科技股份有限公司（股票代码：002315）在美国设立的全资子公司



400-665-0758(中国) | 1-(909)390-7788(美国)



china@inQbrands.com