经济日报 ECONOMIC DAILY

贵州民族文化龙头企业“黔粹行”：

当民族工艺与时尚相遇

经济日报·中国经济网记者 王新伟

慧眼观企

“黔粹行”，顾名思义就是贵州精粹产品商行。

作为贵州省颇具代表性的民族文化龙头企业，贵州黔粹行民族文化发展有限公司创立于1989年。这里汇集了上万种贵州特色民族工艺品、艺术品及特产，堪称贵州展示民族文化的一个窗口。

公司自成立以来，一直致力于传承、推广贵州民族手工技艺和文化，为守护传统技艺、发现贵州人文之美作出贡献。

贵州黔粹行民族文化发展有限公司董事长付国艳告诉记者：“长期以来，我们深入挖掘古老民族文化的魅力，并辅之以现代化的创作理念，创造出许多民族感与时尚感交织的创新工艺品。”

目前，该公司已在贵阳、北京、广州、香港等地开设了分店或专柜，产品销往世界各地。

黔粹行下乡给绣娘开展培训，并收购绣品。（资料图片）

传承民族文化

民族的也是世界的。

多年来，黔粹行始终致力于把贵州的民族文化和精致手工产品推广到全国乃至世界。

付国艳告诉记者，自己出生于贵州安顺蜡染世家，从小就对民族手工艺品情有独钟。最初，她创办了蜡染手工作坊——贵阳力全蜡染厂，主要生产蜡染产品。1994年，她的销售店铺也开张了，专营贵州特色产品，这也是“黔粹行”的前身。在接下来的日子里，付国艳始终谨守初心，并乘着贵州旅游业高速发展的东风将民族文化产品的影响力不断扩大。

30年如一日，付国艳秉承匠心，始终坚守在贵州民族文化产业一线，并获得多项民族工艺方面的专利。比如，早在上世纪90年代初，贵阳力全蜡染厂就率先研发出蜡染真丝面料围巾。这项技术在1994年北京国际中小企业新产品新技术博览会上获得金奖。

针对手工产品标准化管理难度较高的特点，2011年，付国艳开始在公司内部探索改革，全面开展数字信息化建设，推动产品向标准化、程序化、数字化转型。

在此基础上，公司又以贵州特色民俗文化为基础，研发设计出兼具地方特色及时尚设计的民间工艺品、生活用品、收藏品、礼品等，以满足市场的多元化需求。

统计显示，如今，黔粹行90%左右的工艺产品为自主设计、研发、生产。其目标是要努力做到“同等价位的产品质量最好，同等质量的产品价格最优”。

诚信赢得市场

付国艳认为，诚信经营是做企业的底线。一方面，要合理定价，既不能追求暴利，也不能虚标价格再打折，蒙骗消费者；另一方面，要一视同仁、童叟无欺，对游客一定要明码实价。正是凭借这种纯粹的、诚信的原则，黔粹行在当地行业企业产品价格体系尚不健全的年代里，就打响了名气，拥有了很多忠实“粉丝”。

黔粹行的产品大多为民族手工产品。早年，黔粹行尚未建立起自己的匠人队伍，只能直接到村子里收购半成品。当付国艳看到，母亲把辛苦绣出的作品换成钱给孩子交学费时，她总是特别感动。她要求自己，决不打白条，决不压价格，要保证匠人们的收益。

为保证质量，她还在收购环节确定了“3比1”的数量管控法，即按照预售数量的3倍收购匠人们的作品。他们甚至会当着对方的面检验质量，现场将残次品销毁。此举深深震撼了与黔粹行合作多年的匠人们，大家都比着提高自己的技艺。

黔粹行认为，做企业不能过度追求高速扩张，而要努力在自我改进与提升的过程中积淀，“自然绽放”。

得益于这一理念，黔粹行获得了多项荣誉，如“国家级重合同守信用单位”“贵州省驰名商标”“诚信纳税企业”“巾帼文明岗企业”等。2016年，黔粹行与贵州茅台、中航力源液压等14家知名企业一同荣获“贵州省工业品牌培育示范企业”。黔粹行自主设计的产品也屡次在国家、省、市级大赛中获奖。

黔粹行还尤其关心带动家乡人民共同致富。早在创业之初，付国艳就走村串寨寻找那些手艺好、家中又比较贫困的妇女，优先雇佣她们到公司工作，帮助她们提高收入，进而改善家庭生活条件。随着公司发展越来越好，与黔粹行合作的妇女也越来越多。据不完全统计，30年来，与黔粹行合作的农村妇女超过10万人次，越来越多的贫困山区妇女在黔粹行的帮助下走上了致富路。

与时尚同行

多年来，黔粹行的经营模式不断改进，但初心从未改变。他们一直相信，民族文化才是黔粹行的核心竞争力所在。因此，要坚定不移地继承发扬古老制作技艺，再辅之以现代时尚理念，使“艺术生活化，生活艺术化”。

黔粹行一直保持着采风的习惯。每年工作人员都会拿出相当多的时间翻山越岭，寻找最原汁原味的民族技艺。他们还与各个领域的传承人建立起良好的合作关系。

在此基础上，研发团队走遍了大半个中国，拜访了多位艺术家、业内专家及知名设计师，还引进了北京、香港的高学历人才，不断提高设计水平。

此外，他们还非常注重向国际高端时尚品牌学习。为此，公司骨干多次造访欧美，意大利米兰、法国巴黎、美国纽约等时尚之都均留下了他们的足迹。

从2018年开始，黔粹行牵手香港裕华国货，在香港开设贵州工艺快闪店，旨在展示并推广贵州民俗产品，让极具民族特色的手工艺品，包括蜡染、苗绣、水族马尾绣、苗族银器等走出深山。黔粹行随行的2名非遗工匠现场展示技艺，引来一片惊叹。不少观众表示，贵州民族产品不仅很有特色，文化味十足，而且很时尚，拥有不亚于国际大牌的品质。

“未来，我们将继续致力于发现贵州的美丽，推动贵州文化传承创新。希望有朝一日，我们能把贵州民俗文化呈现在世界舞台上，把贵州手工产品打造成世界级品牌。”付国艳说。

黔粹行旗舰店内部。（资料图片）

重庆海尔全面复工复产

本报记者 吴陆牧

重庆海尔工业园（以下简称“重庆海尔”）是重庆市江北区家电产业龙头企业，也是海尔集团除青岛本部外白色家电产品线最齐全、规模最大的生产制造基地。园区内有包括重庆海尔制冷电器、重庆海尔空调器等在内的7家海尔工厂。

记者近日在重庆海尔采访时看到，生产车间繁忙有序，工人们正加班加点作业。目前，重庆海尔的复工复产率已经达到100%，复工上岗人员超过7000人，整个园区的生产经营基本恢复正常。

面对工人返岗难、材料供应难等诸多难题，重庆海尔是怎么做到复工复产率100%的？“政企合力，分阶段、有步骤、有秩序地复工复产。”重庆海尔滚筒洗衣机有限公司总经理储昭宝告诉记者，重庆海尔在复工复产过程中经历了复工、打通配套供应链、复产3个阶段。

“复工阶段，重庆海尔按照流程组建了防疫领导小组，制定了防疫方案和预案，对员工就餐等九大活动场景进行提前演练，并储备了大量口罩、消毒液等防疫物资。”储昭宝说，在做好这些防疫工作的前提下，重庆海尔于2月14日通过了开工验收，当日即全面实现复工。

在重庆，仅海尔的供应链配套企业就有200多家，企业复工不同步制约了重庆海尔的产能恢复。为解决这一问题，江北区迅速成立了4个工作小组，与重庆海尔联合办公，推进产业链和配套企业复工复产。得益于政企合力，重庆海尔以最快速度实现了供应商、服务商、物流商的全面顺利复工，范围覆盖20余个区县的200多家供应链企业。

随着供应商复工复产，重庆海尔的生产逐渐步入正轨，但仍然面临着用工不足的问题。“在复产阶段，我们重点解决的是员工返岗难问题。”储昭宝说，一方面，公司加大招聘力度，通过线上招聘方式，重点招聘重庆当地可及时到岗人员。在政府部门帮助下，企业已累计招聘2000名员工。另一方面，重庆海尔积极协助联系“渝运二公司”，安排18辆“返岗接送专车”，力争“家门口接人、厂门口下车”，点对点专线接送四川、贵州等外省份近400名员工按时返岗。此外，在江北区直接指导下，重庆海尔还创新用工举措，采用共享员工方式，将其他单位员工组织到重庆海尔工作，有效缓解了企业的用工压力。

“春节前，园区的家电产品日产能是4万台，现在是4.5万台，已经实现了增长10%。”储昭宝说，全面复工后的重庆海尔正加紧赶制订单，争取把因疫情耽误的时间抢回来。目前，重庆海尔洗衣机有限公司复工后的首批滚筒洗衣机已经正式下线。重庆海尔空调器厂还承接了受疫情影响不能正常生产的外地企业的60万套空调的“订单转移”，重庆海尔热水器厂也承接了集团16个品系72万套热水器的“订单转移”。

宁夏吴忠仪表：

“流动工厂”需求大

本报记者 许 凌

初春的塞上，乍暖还寒。一大早，记者便看见几个车队缓缓驶出国能集团宁煤煤制油公司的大门，车身上印着的4个大字“吴忠仪表”十分醒目。

吴忠仪表的车到这里做什么？“宁煤是我们在西北地区的重要客户。这不，我们的‘流动工厂’专门上门为宁煤集团煤制油公司提供检修服务，整整忙了一夜。”32岁的吴忠仪表“流动工厂”宁煤项目负责人吴晓龙告诉记者，他们主要负责部件维修工作。经常会有客户提出紧急要求，连续作业几十个小时的工作强度，他们早就习惯了。

何谓“流动工厂”？吴忠仪表工程技术服务有限公司总经理闫中华说：“您知道军队里的野战医院吗？‘流动工厂’的性质跟它差不多。”

阀门是工业生产作业中的高端消耗品，一旦磨损或者损坏会影响工艺稳定性，并导致安全隐患。以往，客户遇到问题要么斥巨资重新采购，要么就要等很久排期维修，要么就只能让设备“带病运转”。闫中华说：“这正是我们建立‘流动工厂’的初衷。从1985年开始，我们吴忠仪表一直从事维修检修服务。2011年之后，我们依托自身深耕阀门领域多年的优势，建立起一支高水平的移动‘医疗队’，真正做到了客户需求在哪里，服务人员就在哪里。”

这个“流动工厂”别看规模不大，但装备齐全。它由焊接、加工、检测3台车组成，“常驻人口”有107人，还有360多名机动人员。

“经过多年探索，‘流动工厂’已经大幅拓宽了服务范围，从单纯的检修维修延伸到备品、备件更换、高端阀门解决方案等多个领域。”工作人员告诉记者：“2019年5月，神华集团鄂尔多斯煤制油分公司的加氢裂化热高分液位角阀因冲刷损坏，控制功能失效。原阀是从德国原装进口的，单台价值9000万元，原厂只能更换不能维修，周期长并且花费不小。后来，对方联系‘流动工厂’，我们只用30天就恢复了它原有功能，服务费用一共只有70万元。”

经过近10年的发展建设，吴忠仪表的“流动工厂”已从1套发展至5套，服务于广东、上海、山东、河南、河北、江苏、吉林等20余个省区市，客户遍布石油化工、煤化工等多个行业，产值从成立之初的8700万元一路攀升至2019年的2.2亿元。

东风日产连续5年销量破百万——

从产品驱动到价值驱动

本报记者 杨忠阳

生意经

尽管去年中国汽车销量总体下滑，东风日产乘用车公司销量却突破117万辆，不仅连续5年销量破百万，而且在排名前五的第一阵营企业中，成为唯一一家销量和盈利能力双增长的企业。

中国车市历来有“喜新厌旧”之说，要想赢得更好的销量，车企就得变着花样推新车。不过，去年东风日产并没推什么新车，为啥还能卖得这么好？

“关键是我们在产品力和体系力的基础上，构筑了企业发展的最强护城河——价值力。”东风日产乘用车公司副总经理陈昊表示，东风日产成立17年以来，始终秉承“领先半步”的企业精神，在行业发展的不同阶段均保持了较高的“战略敏捷度”，前瞻性地建立起不同形式的驱动力，推动企业稳健前行。

东风日产的发展历程大体可分为3个阶段。第一阶段是2003年至2013年，即在车市“黄金10年”中凭“产品力”赢得先机。依托强大的产品矩阵、创新的营销方式、团队的狼性文化、领先半步的全面布局，东风日产在整个行业高速发展的日子里乘势而上。

第二阶段是2014年至2017年。这段时间内，车市总体重归冷静，从高速增长转入微增长态势，东风日产也据此提出了由“快”到“稳”的经营方向，通过强基聚力、补全短板，以“体系力”稳步跨入百万销量大门。

第三阶段是2018年至今。随着车市调整加深，东风日产不再仅仅依靠体系惯性，开始从体系力驱动探索向价值力驱动转变，初步形成了以“尊重”“引领”“责任”为核心的价值观，为企业高质量发展不断蓄势赋能。

何谓“尊重”？即尊重市场、客户、伙伴。东风日产坚持尊重市场，敬畏市场。一方面，坚持将监测工作延伸到一线和市场最前沿，注重精细化管理与数据颗粒度；另一方面，紧跟潮流、顺势而为，不仅在合资阵营率先发布新能源战略车型，而且针对市场需求进行业务创新，比如成立全新官方认证二手车品牌等，提前布局并占据先发优势。

说来令人难以置信，在东风日产，销量是可以预测的。“推动精细化管理与数据颗粒化是永恒的工作。”东风日产汽车销售有限公司总经理辛宇告诉记者，公司可以完成精准的销量预测，数据能精确到某一天、某一家4S店、某一个细分级别某款车型的某个颜色。“基于这样强大的预测能力，东风日产对每个市场的销量以及能够占领的市场份额，都能做到心中有数，并拥有可执行的计划。”

再谈“引领”。在去年底举办的广州车展上，东风日产深度结合消费者生活场景，通过智行驾控、智行供能站、智控踏行、智影空间、智行感知助手、全智视界、智行伙伴以及智行顾问八大体验组成的“日产智行城市”，不仅为消费者带来了一系列科技趣味互动，更展示出其自身理念和技术实力的引领实力。

“将智能驾驶、智能动力、智能互联三大领域逐步导入领先技术及产品，东风日产以日产智行为核心，通过持续提升技术创新的速度、效率和竞争力，不断夯实科技创新引领的开发竞争力，把最适合中国消费者的技术与产品以合理节奏推出，真正做到先行。”东风日产技术中心副中心长周锋说。

在智能制造方面，东风日产通过四地五厂的布局与日产全球标杆工艺水平，进一步夯实全价值链制造实力。自2017年东风日产将日产智行概念引入中国以来，便开始不断推进这一概念的落地。从2018年轩逸·纯电的上市到天籁搭载的超变擎可变压缩比发动机，从2018年劲客互联版上市到去年8月车联网用户迅速突破100万，东风日产不断引领汽车行业智能制造水平的跃升。

“东风日产要实现二次增长，需要自我革命的勇气和转型升级的决心。”陈昊表示，当前东风日产正以“放弃马车、跳上火车”的姿态，完成自我革命和转型升级，努力超越产业周期律的限制，进入“第二增长曲线”，实现自我成长。

除了“尊重”和“引领”，“责任”是东风日产的又一重要驱动力。

“真正走得远的企业，不仅要靠产品和技术驱动，更离不开强大的使命感和责任感。”东风日产党委书记赵书良告诉记者：“基于这样的认识，东风日产成立17年来，始终秉承‘共创价值、共谋福祉’的企业使命，在产品力和体系力的基础上，强化价值力驱动。”

比如，公司的“阳光关爱”活动，11年来累计为近85万师生带去精神与物质扶助；连续赞助成都马拉松，倡导更健康的生活方式；走进大学校园，与青年学子交流沟通。“这些看似与业绩没有直接关系的举动，都从侧面输出了东风日产的价值观，也为走进东风日产大家庭的人们提供了正能量。”赵书良说。

随着新一轮科技革命和产业变革蓬勃推进，汽车行业也面临着变局。“越是在外界环境不确定的情况下，越要有正确价值观的牵引。”赵书良表示，未来东风日产将以价值力确保企业激流勇进的定力，修炼以“尊重”“引领”“责任”为核心的企业价值观，推动企业和行业高质量发展。

发电企业全力确保复工用电

图为位于安徽省利辛县的中煤新集利辛发电有限公司正在生产。连日来，该公司全面落实各项疫情防控措施，全力确保疫情期间的电力供应及复工复产后企业的用电需求。胡卫国摄（中经视觉）