

# “跑得快，还要跑得稳”

——三家外贸企业在疫情“大考”中如何“应考”

## 阅读提示

受国内外疫情的影响，外贸企业普遍遭遇寒冬，订单断崖式下滑，但三家外贸企业却迎难而上，主动出招，他们或依靠“黑马”产品逆袭，或通过引入智能化生产线带来发展新思路，最终在疫情“大考”中成功“应考”。

“稳得住的亿和让客户吃下‘定心丸’，换来的实实在在的订单。”一季度，公司接到惠普的订单不减反增，销售收入提升到了同期的108%，整体对外贸易进出口同比增长134.4%。

6月份，亿和精密还将承接日本新客户关于新机种、整机的开工生产；8月份，惠普客户会将部分订单向威海进行转移，订单量及销售额预计实现逐月阶梯式增长130%以上，未来三年，进出口、销售收入和产值等硬性指标将呈现爆发式成倍增长。

“高质量发展是一场耐力赛，除了跑得快，还要跑得稳。”黄鹏说，公司面对疫情蔓延带来的风险挑战，加大了资金投入，建立了研发创新奖励机制，制定了人才培养方案，计划每年拿出专项资金用于研发新产品、新领域，为开拓新市场打下坚实基础。

### “黑马”产品不是凭空出现的

在全球市场“至冷”时刻，山东华菱电子股份有限公司这家生产热敏打印头的企业却取得了“飘红”数据，其一季度销售收入已达8789万元。

这并不是运气好，而是产品足够强。华菱电子生产的薄膜打印头产品，不仅成功填补国内市场空白，还打破了国外技术垄断。

“黑马”产品不是凭空出现的。多年来，

华菱电子一直以厚膜工艺的打印头为主，用于彩色、高分辨率精细打印的薄膜工艺打印头则长期被国外三家热敏打印头厂商垄断。在世界市场的热敏打印头销售数量中，薄膜打印头因工艺制程复杂，销售数量约占30%，但销售金额却接近60%。

压力就是动力，是挑战也是机遇。巨大商机之下，华菱电子立志要“啃下”薄膜打印头这块硬骨头。

研发过程中，如何让打印头打印浓度更均匀，成为攻克的难点。企业技术人员用了一年多时间，克服种种困难，最终攻克了薄膜打印头的核心技术阻值修正技术，精度达到目标值正负0.5%范围，打印出的照片色彩更均匀。华菱电子成为国内也是世界上唯一一家同时掌握厚膜、薄膜的热敏打印头厂商。

有了“金刚钻”才能揽下瓷器活。如今，山东华菱电子在国内市场占有率直奔50%，在全球市场占有率超过20%，位居世界第三。

已经冲向全球的华菱电子，丝毫没有止步的意思。眼下，医疗市场对心电图机、监护仪等医疗打印设备存有大量需求，华菱电子正在以最快速度开发高精细度高速薄膜打印头产品，争取开辟新的增长点。

### 加速向数字化工厂迈进

配料、熔化、成型、退火、切裁、装箱……走

进威海中玻镀膜玻璃股份有限公司生产车间可以看到，已经改造完成的3号自动化生产线正在有条不紊运行着，车间内工人寥寥无几，玻璃的生产过程基本实现了自动化。

眼前的自动化生产线是去年中玻镀膜玻璃投资1亿元升级改造的智能化生产线，目前主要生产应用于节能镀膜玻璃、太阳能发电TCO以及冷链加工上的在线超低辐射玻璃。

“目前这些玻璃基本上已批量投产，今年一季度，公司各类玻璃产量同比增长44%，利润比之前增长20%~30%。”公司总经理叶志会介绍，在疫情“大考”中，公司上下依靠技术创新成功“应考”，智能化生产线也给企业带来了发展新思路。今年，公司将继续发展高技术含量、高附加值新产品，力争打造国内一流、国际领先的功能玻璃生产基地。

受疫情影响，要实现这样的目标，谈何容易，但是叶志会却信心满满：“以产业智能化为引领，加速转型升级，在保持平板玻璃年产能330万重箱的同时，转换新增年产能110万重箱镀膜玻璃产能，推动公司由普通平板玻璃向高附加值的功能玻璃产业转型。”

除了加快主线改造，中玻镀膜玻璃还加速向数字化工厂迈进，计划从原料配料称量到产品抓取、堆垛、缺陷检测，全部实现智能机械化操作，“这样以来，用工人数减了32%，但车间生产效率却提高一倍多”。

打下国内市场，还要出征全球。眼下，威海中玻镀膜玻璃正加快由“生产型制造”向“服务型制造”跨越，进一步发挥差异化优势，提升市场占有率。今年一季度，共实现出口创汇1058万美元，同比增长30%，力争全年出口创汇4000万美元，同比增长6%。

## G 企事录

### 外卖对餐饮业的收入贡献率显著上升

事件：中国贸促会研究院于近日在京召开“外卖业务促进餐饮业高质量发展”报告发布会。会上发布的《外卖业务对餐饮业高质量发展的作用研究》显示，疫情期间，外卖对餐饮业的收入贡献率显著上升。餐饮外卖提供了新型餐饮消费需求，创造了新的餐饮消费需求。调查显示，54.95%的受访消费者表示因为餐饮外卖服务而增加了每周的餐饮支出。

点评：尽管我国餐饮行业受到疫情的严重冲击，但也迎来一些新的发展机遇，线上外卖就是其中之一。疫情期间，外卖业务成为很多餐饮企业的救命稻草，很多餐饮老板都在绞尽脑汁地思考，如何通过外卖来缓解餐厅堂食惨淡的局面，更多的餐饮企业则加大了外卖的力度，备战线上外卖。事实上，外卖业务对餐饮行业高质量发展的首要作用是培养了消费者，从需求端为餐饮行业创造更多的市场机会，与此同时，餐饮外卖创造了更加多样化的消费需求。

可以预见，接下来，广大消费者的信心恢复还需要时间，餐饮行业反弹也需要时间，谁能做好外卖业务，谁就能更好地获得客人的信赖，在市场中占得先机。

### 中国进口液化天然气价格创3年新低

事件：5月27日，海关总署全球贸易监测分析中心和上海石油天然气交易中心联合发布的中国LNG(液化天然气)综合进口到岸价格显示，5月18日~24日，中国LNG综合进口到岸价格为2184元/吨，较上周下跌638元/吨，跌幅为22.6%。

数据显示，2017年2月底，中国LNG综合进口到岸价格为2046元/吨，此后均高于2184元/吨。

点评：今年以来，天然气需求疲软，库存高企，导致国际市场各标杆价格屡创新低。

低气价有利于降低工商业用户生产成本，同时对中国管道气市场形成了挤压。目前，进口LNG已替代了一部分管道气，导致管道气库存压力较大，国内LNG工厂业务也受到了较大影响。为了应对这一情况，目前国内LNG相关企业采取了降价措施。比如，作为原料供应商，中石油对一些LNG生产商实行了“采购越多，优惠越多”的政策，在减少自身库存的同时，也帮助生产商降低部分成本。

不过，有分析认为，由于后期中国LNG长协综合到岸价格会继续走低，这一因素将造成什么样的连锁反应，还有待观察，对相关企业来说则必须做好各种预案，以应对可能出现的任何市场变化。

### 私厨平台“回家吃饭”停止运营

事件：近日，主打私厨的APP“回家吃饭”的用户陆续收到平台官方发送的暂停运营通知。短信显示，“近期接到北京市市场监督管理局朝阳分局通知，‘回家吃饭’暂停运营，为了您的资金安全，请您在6月1日前完成退款申请”。“回家吃饭”创立于2014年，主打家庭厨房共享概念。

点评：早在3月底，“回家吃饭”的用户就收到平台通知，称受疫情影响暂停一切服务，但有分析认为，疫情并非该平台停止运营的根本原因。

2015年前后，借着共享模式吹起的风，以“回家吃饭”为代表的一系列家厨共享APP上线。不过，这种私厨模式的餐饮制作过程由于缺乏监督，家厨制作环境脏乱差等问题被数次曝光。

2016年7月，国家食药监总局发布了《网络食品安全违法行为查处办法》，其中明确规定通过第三方平台交易的食品生产经营者应该具备且公示生产经营许可证以及营业执照。

业内人士大多认为，这一监管政策的出台实际上将私厨外卖平台置于合法范围之外。未来，共享家厨将走向何处，能否重回人们视线，这些仍是待解之题。 (本报记者 方大丰)



### 智能化助力企业提质增效

5月27日，在重庆市北碚区两江蔡家新区的安波福电气系统有限公司重庆分公司生产车间，工人们在忙着生产汽车用线束。近年来，重庆市北碚区积极协助和引导80多家企业通过技术改造、机器换人、云上平台等智能化改造提升，提高企业的产量和质量，抢占国内外市场，确保市场供给和企业效益“双赢双赢”。

秦廷富 摄/人民图片

# 黄河上游孕育出冷水鱼养殖企业

## 阅读提示

依靠“天凉好养鱼”的独特优势，青海成为冷水鱼养殖企业快速成长的一块“福地”，在这片不可复制的绿色宝地面前，如何处理好冷水鱼企业发展和生态环境保护之间的关系，成为摆在决策者和养殖企业面前的重要课题。

作人员介绍说。

“到了龙羊峡，发现有这么美丽的一片水域，它的面积足够大，常年不结冰，是不可复制的绿色环境，真是冷水鱼养殖的天堂，当时看了以后就觉得特别振奋。”时隔多年，说起当年的发现和选择，青海民泽龙羊峡生态水产养殖有限公司董事长应米燕依然有些动容。

在这片不可复制的绿色宝地面前，如何处理好冷水鱼企业发展和生态环境保护之间的关系，成为摆在决策者和养殖企业面前的重要课题。

“目前我们主要养殖品种为虹鳟三倍体，不会就地繁殖，不影响库区原物种，养殖密度低，网箱最高每立方米不超过6公斤。”青海民泽龙羊峡生态水产养殖有限公司总经理杨旭说。

### 冷链物流的高效对接

“我们是采用订单捕捞的形式，当天客户下单汇总，第二天捕捞加工后立即送到机场，通过航空运输送到客户手上，不超过24个小时。”

时，保证鱼的品质和新鲜度。”杨旭说。

在养殖基地的捕捞现场，智慧捕捞让人印象深刻：企业引进的降温和宰杀平台，在一个个网箱之间流动宰杀，快捷高效。把鱼集中到一起后，利用吸鱼的真空泵，把鱼吸上来，鱼和水就分开了，经过电击后割腮进入冰水桶后打包，运到加工厂，呈现出最现代化的全冷链的宰杀流水线。

为了补齐冷水鱼产业发展短板，政策层面，青海每年安排一定的财政资金，对从事渔业养殖、加工、流通和物流服务的企业进行扶持与补贴，实现产地市场和销地市场冷链物流的高效对接。

作为青海第二大冷水鱼生产和苗种生产企业，凯特威德公司的苗种场则供应着青海大部分冷水鱼养殖企业的鱼苗。

“其它养殖企业从凯特威德买进鱼苗，我们通过检疫证确定之后，在每尾2.5元的销售价格基础上，一尾苗补助1元钱，等于1.5元一尾苗。”青海省渔业环境监测站相关负责人表示。

### 冷水鱼养殖成脱贫致富大产业

在青海，星罗棋布的水库为高原冷水鱼养殖企业发展提供了广阔空间，成为当地贫困群众脱贫致富的大产业。

依托拉西瓦库区，青海凯特威德生态渔业有限公司，从2005年至今，已发展成为集虹鳟、白鲑等科研与生产销售为一体的省级龙头企业，网箱养殖面积14688平方米，养殖三倍体虹鳟52.5万尾，养殖总产量达1000吨。

黄河经青海海东市化隆回族自治县的甘都等8个乡镇73个行政村，流程168公里，水域面积达到11万亩。青海化隆县充分利用优越的水域资源，大力发展绿色水产养殖产业，通过组建农民养殖专业合作社，大力开展渔业生产。化隆县向东村村民马木亥是最早一批投身冷水鱼养殖的农户。

“这几年，各级政府政策好，市场行情也好，只要能把钱实实在在地装进口袋里，带动村里的人越来越富裕，这个鱼就没有白养。”马木亥说。

根据《青海省养殖水域滩涂规划(2019—2030年)》，到2022年，青海将建成国家级水产种质资源保护区达到14个，国家级水产健康养殖示范场点达到50个以上，产地水产品抽检合格率保持在98%以上，基本实现渔业产业转型升级目标。

### 安琪酵母一季度电商收入增长40%

本报讯(记者邹明强 通讯员李成群)酵母行业龙头企业安琪酵母一季度季报显示，一季安琪酵母实现销售收入20.5亿元，同比增长12.68%；电商事业部销售收入增长40%，烘焙国际等五个事业部实现20%以上高速增长，其他四个事业部均实现稳步增长。

位于湖北宜昌的安琪酵母公司，在疫情防控的严峻时刻，科学部署筑牢疫情防线，稳生产经营保市场供给，取得成效。

集团公司党委、工会新媒体联动，全覆盖、立体式普及疫情防控知识。公司总部租用了七家酒店供1365名员工集中住宿，开通了10台专车，专人专车送餐到酒店，派专人在酒店驻点服务，并严格执行落实好工作场所通风换气、分散办公业、分批就餐等措施，确保员工的身体健康。

疫情当中，交通受阻，防护物资和生产原料采购举步维艰。公司采取措施全力采购应急防护物资，同时紧密联系原料供应商，多举措保障原料供应。安琪家用小包装产品因为疫情成为“网红”，局部地区出现一袋难求的状况，公司调动国内几千家经销商加强补货。线下突破阻隔发货的同时，公司充分发挥电商优势，线上线下融合发力。2月份，海外疫情尚未蔓延，总部即指导两家海外公司及时研究制定国际市场应对策略，确保了海外市场的稳定。

本报记者 邢生祥  
本报通讯员 毛永亮

地处世界第三级的青海，素有“三江之源”“中华水塔”之称，境内水域资源丰富，水体总面积超过2000万亩，占全国内陆水域总面积的16.1%，可利用渔业养殖开发水域面积82.3万多亩。而在青海境内黄河干流中，有300公里的水域属冷凉水体，10℃的年均水温加之水域纯净无污染，被国内外公认为养殖冷水鱼条件最好的地区之一。

近年来，依靠“天凉好养鱼”的独特优势，青海成为冷水鱼养殖企业快速成长的一块“福地”，一条条冷水鱼游火了高原冷水鱼产业，初步形成具有高原特色的冷水鱼养殖发展模式。

### 不可复制的绿色养殖模式

夏天的黄河龙羊峡水库，波光粼粼，一碧万顷。在青海民泽龙羊峡生态水产养殖有限公司的操作监控室，工作人员正在观测网箱的投喂情况，远处的每个网箱都可以实现近距离观测，水面下网箱里的一条条鱼儿清晰可见。

“这是我们引进挪威的AKVA自动投饵平台，投喂器投到哪里就可以转到哪里，现在水面上看到的这个水花，就是投饵器在往外甩饲料，整个水面都可以监控到。”监控室工