

这轮疫情呈现多点散发态势,供给和需求两端承压,经济大省江苏的企业生产经营情况也被市场格外关注。4月中下旬,现代快报记者深入江苏南北多地企业采访发现,各级政府与企业正在形成合力共渡难关:政府出台政策大力纾困,减轻企业经营负担,缓解企业的“急难愁盼”问题;企业积极调整经营战略,聚焦国内统一大市场、互联网+等关键词,抓住数字化机遇,多管齐下谋转型。

现代快报记者采访了苏北、苏中、苏南三家不同领域的民营企业,来听听他们的故事。

现代快报+记者 姜振军 毛晓华 王新月 熊平平



疫情下3家江苏企业生存故事

盐城克莱斯曼工艺品有限公司 产业链抱团 开辟国内市场

讲述人:常务副总经理 徐志海

克莱斯曼成立于1997年,主要生产玻璃制品、工艺品等,1000多个品种出口日本、欧美等国家和地区。作为外贸企业,尽管受到疫情影响,但我们车间里大家依然在忙碌,工人们忙着吹制各种玻璃工艺品、打包装运……

全球疫情让外贸企业的物流受阻、运费增加,个别客户遇到困难,公司也会遭遇“肠梗阻”。最常见的是货物没有发出去,资金也就没有办法全部回笼。我们外贸订单是下单后客户支付30%的货款,发货后再支付剩余的70%,一般不存在欠款。

通常情况下,克莱斯曼90%的货都经上海港出口,集装箱从上海港到盐城往返1天时间,现在至少要2天,还需要多人服务通行,无形中增加了成本。过去我们运费控制在货款的3%以内,现在已经上涨到5%左右。举个例子,以前去日本一个集装箱运费是200美金,现在近1000美金,运去欧美的运费也涨了。

前段时间我们有一批急货,客户自己承担运费,上海港暂时没有订到集装箱,我们便找到宁波港,因为距离较远,加上司机回来还要隔离,包车送到宁波费用一共7000元,成本增加不少。

令我们感动的是,本轮疫情发生后,盐城市亭湖区、东亭湖街道以及环保科技城都设身处地为企业着想,尽量减少物流对企业的影响,不断在工作中探索简化流程。园区安排了疫情防控驻厂员,高速口有疫情防控押运员24小时待命,保证闭环管理,街道还提供便捷的审批服务。

我们公司办公室主任智奇感触最深,他说以前



盐城克莱斯曼工艺品有限公司车间
本版图片均由受访者提供

盖章办手续需要排队等待,现在5~10分钟就能完成,而且24小时有人。

保民生现在是最大的工作,我们确保不停工,不欠职工薪酬。作为工厂负责人压力很大,但我们做了25年外贸,有一定的资金积累,有忠诚的客户和优秀的供应商,我们有信心。

考虑到自身产品的品种多、数量少、加工难度大的特点,也鼓励供应商多做一些库存,让利给上游企业,保证供应链的流畅。疫情下,公司与客户、供应商三者的关系是先要抱团活下去。

克莱斯曼也在尝试打开国内市场,扩大内循环。过去100%出口,产品都是按照西方消费者偏好设计的,但我们发现出口国外的一些工艺品和科技产品也逐步被国内接受。目前,克莱斯曼与国内的创意公司和文创展览馆开展合作,国内市场占公司销售额达5%~6%,预期今年提高到10%~15%。

另外,我们希望地方政府部门在出口退税等常规的服务基础上,还能够帮助外贸公司在国内市场上打开一些销售渠道,增加一些宣传和对接平台。

外贸人都在积极寻找解决方法,一起努力把产业链保护好,相信一定会迎来峰回路转大幅增长。

泰州会宾楼 纾困政策+互联网,助泰州最大餐饮企业渡难关

讲述人:总经理 翟利龙

受疫情冲击最大的行业是餐饮业。会宾楼是泰州一家老牌餐饮企业,全市共有大小11家门店,员工上千人。今年3月中旬,泰州开始出现零星病例,随之而来的是管控措施升级,会宾楼的11家门店中,有8家歇业,这让企业经营受到很大影响。

员工工资、水电能耗,我们算了一笔账,每天的开支近30万元。怎么缓解因疫情带来的经营压力?

政府及时给我们送来政策大礼包。4月初,泰州市出台进一步帮助服务业领域困难行业渡过难关的若干政策措施,新政共有22条,仅免征征收2022年房产税、城镇土地使用税,我们就能省下近百万元。

政策的出台是雪中送炭。但同时,企业也要积极转型谋发展。经过摸索积累,我们也做外卖,增开生鲜超市,网上直播卖菜……可以说,会宾楼开始了一场持续的革新,从一家传统的餐饮企业,逐渐发展成为依靠多种渠道来拓展业务,运用当下流行的直播方式寻求增量,使出浑身解数来弥补线下的损失。

举个例子,厨师长的战场不再只是厨房。4月16日晚,鼓楼店厨师长张岭戴走进直播间,直播几家家常菜的烹饪过程,网友边看边买,一些特色菜上架几分钟就卖完了。

总结下来,我们借助互联网转型的尝试主要是三块,也可供同行参考:

首先开始尝试的是外卖业务。其实早在2020年,因为断断续续的疫情,企业就开始进行外卖尝试,一是开发出了70多个外卖品种,其次企业推出了5公里范围内免费送货,效果很好。每个月外卖销售接近正常三分之一,其中卖得最好的是点心,每个月接近100万元的销售额。

其次,企业推出了3家生鲜超市,这里面既有原料,也有半成品,市民可以直接买回家自己烧制,价格比在店里便宜。比如我们一款卖得很好的菜品鱼香肉丝,店里堂食是38元,而在超市只卖28元,我们省下了人工和服务,这块的费用就回馈给消费者。老字号百姓信得过,我们发挥销量采购、质量把控、菜品研发优势,价格品质有保证,就能迅速打开市场。目前这种生鲜超市早7点到晚9点营业,



直播带货

卖得好的每个月也有几十万元营收。

三是在直播带货方面,专门去买了专业设备,比如补光灯、手机支架及收音话筒,摸索着前进。目前每周可播六场,周四休息一天,这六场分别由六家分店进行,每次直播时,要求主厨和负责人出镜,另外再配两个主播,每次都会有一些福利产品引流,比如50抵100的券、1元抢20元早茶券等等。

原本我们店里烤鸭是168元一只,半只也需要88元。我们在直播间一只鸭分成三份,一份只需要29.9元,还配好了酱料和卷饼,很受欢迎。

我对泰州市烹饪行业协会执行会长方培力的观点非常认可。他说疫情给餐饮带来很大冲击,也倒逼企业深入思考,除了传统业务之外,餐饮企业应该如何更好地借力互联网拓宽服务半径、拓展经营模式。

现在最重要的是重塑老百姓的消费信心,服务型企业要创新经营方式,也建议政府可以通过尝试发放消费券的形式,让消费重新流动起来,只要循环起来,对于整个服务业都能起到拉动作用。

南京科沃信息技术有限公司 多管齐下,打磨产品和服务留住客户

讲述人:总经理 苗珍



科沃植物工厂AI+智慧农业大数据平台

我们是一家深耕农业物联网技术的国家高新技术企业,核心业务内容是智能农机产品的研发和销售。由于农业智能化装备属于新技术产品,最好的销售方式是给客户现场演示,手把手教客户如何使用。眼下正是农忙季节,本应是产品销售旺季,因为疫情原因,产品销售被迫暂停。

比如我们研发销售的产品云控智能水肥机,集灌溉、施肥和打药功能于一体,相比较传统施肥灌溉而言,水利用率提高40%~60%,肥利用率提高30%~50%。这种新兴产品通常需要客户现场考察后,再结合自身生产环境判断。

客观地说,疫情影响了我们公司的业务拓展、产品研发、产品交付、人才招聘等各个方面,还有海外项目也按下“暂停键”。比如疫情刚发生时,我们正准备交付一个泰国项目,但是受疫情影响,项目不得不交付延迟,因为农时不能耽误,给对方造成的损失就得依据合同约定来赔付。

好消息是,政府出台了一系列纾困政策,省政府最近在原先40条纾困措施基础上,又推出了22条。得益于这些惠企政策,公司为人才团队在江苏软件园区租了五套人才公寓,最近也享受了3万元人才公寓租金减免政策,包括2021增值税期末留抵退税22.5万元也已到账。

针对疫情带来的一系列负面影响,国家和地方政府出台的对冲疫情影响的政策,对我们这类小微企业而言,至关重要。政府出台纾困措施是及时雨,帮我们减轻了企业运营的部分压力。从长远来看,我们企业自己也要做好疫情常态化的打算,着眼未来,用积极的心态正视困境。

由于前期公司积累了较好的品牌和口碑,科沃当前能够依靠存量项目维持企业发展。我们给客户提供的“软件+硬件”的服务模式,因为硬件研发已经基本稳定,所以后面就在软件优化上多下功夫,深化软件算法设计、优化作物生长模型,提高软件类产品销售在核心业务的占比。比如设施农业的病虫害预警分析,通过现有物联网系统,在不增加硬件成本的情况下,丰富软件功能。

此外,我们还利用原有的合作渠道,请多地区本地合作商在疫情防控的小范围区域帮忙推广产品,开拓更多代理商和潜在使用群体。目前线上培训是比较受欢迎的一种方式,地方农业局都会有计划地组织新农人进行线上培训,我们的技术专家经常被邀请做水肥一体化系统的科普讲座,这也是现阶段产品推广销售的方式之一。

目前各界都在积极为企业减负,我们自己也要苦练内功,努力利用数字化技术转型谋发展,不惧挑战,迎接疫情过后的大发展。