

一家年产值1500万元的小企业为何引起央视关注

# 德诺:守信经营“风起”扬帆



台传媒通讯员江文辉/摄

4月7日至8日,位于松门镇东南工业区的温岭德诺机电设备有限公司迎来了一群不一样的嘉宾,他们是CCTV《信用中国》栏目摄制组的团队。

一家只有20多人,年产值1500万元的小微企业,为何能被央视所关注?

## 守信经营 引来央视专栏关注

据了解,《信用中国》是中央电视台一档演播室结合实景拍摄的大型信用企业访谈类节目。以演播室信用访谈为主体,以深入企业实景展现为亮点,以推出中国信用企业为内容,以推进商业信用体系建设步伐为目的,报道各行各业的守信案例,打造守信视听故事汇。

节目执行制片人吴森军介绍,《信用中国》栏目以前较多关注大型企业。三年疫情,国内中小企业表现出强劲的韧性,栏目组逐渐把目光投向了中小微企业,希望通过对中小微企业的诚信品牌宣传,助推企业的高质量发展。

据悉,温岭德诺机电设备有限公司成立于2015年,是一家致力于大型节能工业电扇研发、生产、销售的企业。主营产品以“风起”系列为主的大风量节能工业吊扇产品,为广大用户提供性价比比较高的通风设备,并根据不同用户提供适合不同工作环境特点的通风降温解决方案。

“我们栏目前期对中小微企业进行了筛选,确定后又与德诺负责人陈群威先生进行了多次沟通,还把他请到了北京,进行了一次访谈类节目的试录。德诺守信经营赢得客户的信赖,并专注细分领域做到行业佼佼者,这些都符合栏目的定位要求。”吴森军说。

在温岭期间,栏目组通过对企业实地走访,与产品供应商的访谈,全面深入了解德诺机电公司的经营状况、市场规模、管理体系、销售模式及未来规划等多方面情况。



德诺机电公司员工在安装风扇电机。

吴森军介绍,经过央视的多轮考察审核,栏目组邀请德诺机电公司董事长陈群威作为国内的诚信企业代表到北京参加正式节目录制。

## 优质售后 采购员发展成稳定经销商

在德诺机电企业经营的诸多诚信案例中,最打动央视栏目组的是有一位菲律宾临时采购商发展成为企业稳定经销商的故事。

“那是在2018年的4月,我们公司的外贸员意外接到一个来自菲律宾的国外订单,后来得知是客户在网上找到我们的,对方订购了8台大型工业风扇。那时也挺高兴的,我们很快出货。”陈群威告诉记者。

陈群威介绍,国内订单的话,公司都是派出技术人员上门服务,而国外的订单,则都是交由客户自己去安装。

大概过了两个月,菲律宾客户就打电话,说有两台风扇存在质量问题,已经不能使用了。

投产以来,基本上没有听到过使用1年内就出现问题的。“按照惯例,出现问题的产品要先退回公司,我们才能给他再寄新的产品过去,但我们考虑到菲律宾寄货回国不方便,而且成本又高。出于对客户的不方便,而且成本又高。出于对客户的信任,我们就又寄了两台工业风扇

到菲律宾。没承想,过了两个月,对方又来电了,说又有两台工业风扇罢工。”听到这个消息,陈群威有点懵了。

于是,公司马上与电机供应商ABM公司协商,去一趟菲律宾,查看一下4台出现故障的工业风扇究竟是怎么回事。

“经过我们现场调查之后发现,这个工业风扇故障并不是产品本身质量造成的,而是由于菲方当地电压不稳,以及工人直接拉闸断电等违规操作等综合因素导致的产品损坏。找出问题后,我们还给用户提供了解决方案,给客户的技术人员进行了业务培训。”陈群威说。

访谈中,操着闽南口音的福建人许海港告诉记者,当年将这个订单给德诺机电的就是他,那时他是菲律宾某企业的采购员。第一次与陈总合作,就被德诺公司的诚信经营和优质的售后服务感动了。

“问题找到了,不是产品质量问题,陈总这边没有跟我们计较得失,不仅白送了2台工业风扇,还搭上了来回菲律宾的路费。这次合作陈总亏了很多,但从此我们之间也建立了信任,两年后我在菲律宾开了一家贸易公司,采购工业风扇我就认准了陈总的公司,目前累计向德诺订购了工业风扇100多台。”许海港说。

## 品牌发展 掌握同行业“话语权”

德诺这家只有20多名员工的企业非常重视品牌建设,从创业之初,就想着如何在小众企业里掌握行业标准的“话语权”。

“我们深知,只有创立了自己的品牌,才不会在同行里被‘内卷’,所以我们在目前工业风扇行业还没有形成真正品牌时,就着手进行浙江制造行业标准的起草。”

2020年11月6日,德诺起草的参与起草的《大型工业风扇》通过了浙江省品牌建设联合会的浙江制造团体标准发布,企业还联合行业内6家企业着手起草了“大型工业吊扇行业技术标准”,获得了国家相关部门的评审通过。

陈群威介绍,发布的浙江制造标准里很多技术要求是超过国家标准的,对他们企业来说是一种自我挑战。

企业还加大研发经费投入,申请通过了多项发明专利和实用新型专利。其中发明专利有《一种工业用防坠落的吊扇及其工作方法》《一种工业风扇用扇叶》《一种机械式调档风扇》;实用新型专利有《一种工业风扇》《一种高安全性工业风扇》《一种工业风扇用安装架》等,企业还被授予浙江省高新技术企业。

连锁品牌“包围”下

# 本土咖啡 靠啥出圈

台传媒记者邵思琪

4月10日中午12点半,在椒江商务区一家电商工作的杨女士饭后例行下一杯咖啡,对她来说,咖啡已成为工作时间的“常备品”。

身为咖啡爱好者的她发现,周边的咖啡品牌越来越多。“星巴克,瑞幸,现在又多了家库迪。这些连锁咖啡,味道不错,经常有新品,出品有保证,就算经常喝也不觉得贵,当作上班时候的小确幸还是挺不错的。”

正如杨小姐所发现的,在台州,咖啡已经不止是星巴克和瑞幸这些“老面孔”的天下,库迪、挪瓦、幸运咖、T97……一串串连锁咖啡在今年突然在台州遍地开花。

## 新品多、开店快、推低价 连锁咖啡全国“跑马圈地”

随着咖啡文化的普及和消费水平的提升,消费者对咖啡的接受度和认知度不断提高,咖啡的消费群体不断扩大。

如今的咖啡赛道变得异常火热,2021年,中国现磨咖啡市场规模约为876亿元,相较上一年增速为38.9%,据艾瑞咨询预测,预计到2024年,中国现磨咖啡市场规模有望达到1900亿元。

而在台州,自2019年10月瑞幸开出第一家连锁门店起,咖啡市场格局开始加快演变,各种咖啡品牌陆续来到台州“跑马圈地”。根据外卖平台的不完全统计,已有超过10个连锁咖啡品牌在台州各地广开门店。

各个连锁品牌为了打开下沉市场,不断推出新品,果咖、奶咖等新晋网红咖啡产品不断出圈……瑞幸就在2021年靠着生椰拿铁打下咖啡界的大半江山,而另一些则靠着更加优惠的价格抢占市场。不用任何优惠券,只要8元就可以在幸运咖买到一杯现磨拿铁。

“有人喝咖啡吗?快来,我这里一起点。”这些平价好喝的连锁品牌咖啡已经成为了很多台州上班族的办公室下午茶。不少台州市民,也从以

前的“一天一奶茶”,变成了“一天一咖啡”。

## 差异化、多业态 本土咖啡品牌见招拆招

连锁品牌陆续进驻台州市场,那么本土咖啡该靠啥出奇制胜呢?

4月10日午后,在椒江区亿嘉路的331/3RPM咖啡酒吧刚刚开门营业,年轻姑娘坐在咖啡店门口,晒晒太阳,拍拍照片。这家不大的门面,白天卖咖啡,晚上变酒吧,真正实现了早C晚A。比起连锁咖啡的制式化标准,这家咖啡店,更多了些个性化的氛围感。

该店主人小浩此前从事鸡尾酒行业并在台州开出第一家鸡尾酒酒吧。“近年来咖啡文化逐渐发展,正好我又想做一个全新的酒吧模式,更好地利用鸡尾酒白天空闲的时间,于是去年就开了这家咖啡店。”

对于附近越开越多的连锁咖啡店,小浩显得比较坦然:“我们不在同一个赛道,他们是解决咖啡需求,我们是生活习惯的养成,希望把早咖啡酒的生活习惯带给台州的年轻人。”

18RESERVA在台州是小有名气的本土咖啡品牌,从2015年7月在临海开出第一家咖啡店,如今已经在台州经营着6家门店。这些店的产品除了单一的咖啡,还增加了各种餐点,如去年6月在临海市赤城路新开的门店除了主打的咖啡外,还有甜点、西餐、中餐和创意料理。

18RESERVA的老板杨林跃拥有SCA世界精品咖啡协会高级咖啡师认证,同时还是WBC世界咖啡师大赛中国区认证评委,CBC2017年至今的中国总决赛技术评委。

“店越开越多,压力自然也就越大。不过还好,我们做的是差异化的咖啡店,本土化的咖啡产品。其他咖啡店对我们的业绩没有明显影响,反而相对连锁咖啡,我们更加自由一点。”杨林跃表示,最近在调整菜单,核心还是咖啡,其他产品围绕搭配咖啡为主,不同的门店也按照地区、顾客群体做一些产品区分。

尤溪——

# 以笋为媒 共富乡村



尤溪女子梦工场的主播们进行竹笋村播带货。

本报通讯员钱梦华文/摄)春暖风清,笋鲜茶香。4月12日,“尤溪有物·笋厨笋味”小镇春笋节在临海市尤溪镇于陈村拉开帷幕。

此次春笋节活动,以“尤溪有物·笋厨笋味”为主题,将春味、春景、春趣融于一体,集好吃、好看、好玩于一身,开展丰富多彩的各类活动,包括巾帼村播带货助农、厨王争霸赛、“笋王”争霸赛等。

在厨王争霸赛的现场,丰盛的全笋宴正在火热烹饪中。特色民宿的各位大厨们摩拳擦掌,一株株鲜嫩的春笋在他们的手中经过炒、炖、煮、煨等多道工序,制作出别具一格的全笋宴,吸引了众多游客前来品鉴。

“家人们,快来瞧一瞧,我们竹笋的生长地光照充足,雨量充沛,土壤有机质含量高,挖出的鲜笋品相佳、口感好……”村播带货的现场同样热闹非凡。来自尤溪女子梦工场的“村播”们正拿着鲜美的春笋,卖力地向顾客介绍。短短一个上午,300多斤春笋就被一抢而空。活动现场,尤溪镇和浙江左邻

右送农业科技有限公司以笋为媒,进行了“尤溪有物 村村共富”农特产品产销对接战略合作项目签约。尤溪镇股份经济合作社负责人袁荣明表示:“我们希望依托企业的销售平台,让尤溪春笋能够卖得更远,实现乡村与企业的共建共享,助力尤溪镇发展迸发新活力。”

据了解,尤溪镇现有竹林面积6.5万亩,其中省级笋竹示范基地一万亩,年亩产竹笋500多公斤,全镇年竹笋及笋产品收入800多万元。在春笋大量上市的季节,尤溪镇的鲜笋销往全国各地,深受食客喜爱。

此外,尤溪镇积极做好春笋文章,如搭建控笋体验馆,游客在当地笋农的指导下自行体验挖笋;农民收购竹笋制作笋干,搭配冬日腊肉成为农家名菜等。春笋,正逐渐成为尤溪镇共富发展的一把“金钥匙”。尤溪镇镇长陈强表示:“我镇将以此次春笋节为今年尤溪共富发展的新起点,积极发展竹笋种植及深加工产业,打通线上线下销售渠道,用‘小竹笋’撬动‘大产业’,助力乡村振兴。”

## 玉环: 牡蛎加工助共富



4月11日,在玉环市沙门镇滨海村吴友昌牡蛎加工点,几位老人坐在木板桌周围,娴熟地撬开牡蛎壳取出牡蛎肉,然后送往当地及周边餐饮业。

牡蛎肉味道鲜美、营养丰富,深受消费者喜欢。吴友昌瞄准这一市场行情,每天从外地采购牡蛎,组织村民进行加工,不但富了自己口袋,还使这些老人在家门口也能赚到零花钱。

台传媒通讯员吴达夫摄

平桥——

# 车间里讲奋斗史 滤料企业看蝶变

本报讯(通讯员徐宇博 夏仲超)“2003年,省委作出了‘八八战略’重大决策部署,在其指引下,严牌滤布认真谋划怎么走出去、怎么破解眼前困难、提升企业自身实力,打开发展格局……”

“这二十年来,华基环保从年产值几百万元的小厂,到年产值3.5亿

元的科技公司,给我最深刻的感悟是要跟上时代步伐,积极运用新技术、研究新产品……”

4月11日,一场以“‘八八战略’在身边,平桥有‘料’二十年”为主题的基层理论宣讲活动正式拉开帷幕,来自严牌、华基环保两家滤料企业代表以故事讲述的形式,

将企业发展的历程娓娓道来,用企业奋斗史讲述这20年来平桥滤料产业的精彩蝶变,赢得现场听众的阵阵掌声。

“来自研发、生产等不同战线的滤料产业亲历者,用他们的所见所闻所感描绘了生动的发展图景,这样的宣讲形式既接地气,也让我们有了更

深的感悟。”现场交流中,00后青年干部谢颖有感而发。

为积极推动“‘八八战略’在身边”主题宣讲,天台平桥镇积极探索理论宣讲新形式,以百年历史的滤料产业为切入点,由企业宣讲者讲述他们身边的“小故事”来反映平桥滤料产业发展的“大变革”。