

这一年,创业成就的人生精彩

本报记者 李亮

在时间长河里,2021年不过是刹那。对众多创业者而言,在遭受新冠肺炎疫情等不利因素影响下,正常的生活秩序一度被打乱,但他们有的选择坚定方向、勇毅前行,有的选择转型发展、重新启航……这一年,他们点燃激情、心怀梦想,踔厉奋发、笃行不怠,绽放出了美丽的光芒,书写了不一样的精彩。

这一年,创建了自己的品牌

“我总觉得,想把一件事做好,全身心投入就可以了。无论遇到什么困难,保持一种‘遇水架桥,遇山打洞’的坚定信念,就什么都能克服。”刘毅坚定地说。

2021年,刘毅不顾家人和朋友的反对,作出了一个大胆的决定:放弃原来文具店老板、商贸公司经理的身份,选择了一个新的领域重新创业——农特产品生产销售。

很多人不理解,刘毅的生活舒适安逸,为何要这样折腾? “商贸公司代理的都是别人的品牌,我想打造一个属于自己的品牌,一个与家乡有关的品牌,一个可以走出商洛、走向全国的品牌。”这是刘毅的回答。

今年33岁的刘毅是商州区大赵峪街道办事处人,他18岁进入社会闯荡,送过外卖、拉过货、开过便利店,可谓经历丰富。2012年,他回到商州,注册了一家商贸公司,代理火腿肠和酸奶。

那时候,商洛市场上经营酸奶的企业比较少,为了进一步打开市场,刘毅想了很多办法:摆摊宣传,并且购买了60多个冰柜,免费送给一些零售商店,给他们投放自己代理的酸奶。

“做过很多尝试后,市场渐渐打开,越来越多的商洛人喝起了酸奶,业务也越来越多。隔两三天,我半夜12点就要开车去西安拉一次货,回来又送到城区及外县,那时的日子忙碌又辛苦。”刘毅说。

后来,随着商贸公司业务逐渐稳定,刘毅开了一家文具店,日子过得舒适安逸,但他的内心却不满足。“做过商品零售、批发之后,产生了一些自己的想法,总觉得零售只是产业链的一部分,我想拥有一个自己的品牌,打造一个完整的产业链,将其做大做强。”刘毅说。

经过几个月的考察和琢磨,刘毅决定做农特产品销售。他认为,商洛自然条件好,农特产品品质比较高,但是一直没有形成品牌,很多好的产品销售不出去,他想先把这些产品整合起来,进一步标准化、规范化,全面打开销售渠道。

刘毅深知一个人的精力有限,无法再继续投入时间管理商贸公司和文具店。于是,他就把商贸公司进行改制,交给曾经跟他一起创业的朋友经营,把文具店交给了家人经营。

成立一家集产品研发、零售服务的专业品牌连锁运营公司,这是刘毅新的规划。深入研究之后,他确定了公司名称及logo。因商州又名“鹤城”,他以“鹤”为创意,请人设计了品牌形象“秦小鹤”。公司成立前,他还带领团队跑遍商洛、安康、汉中的市场,与一些优质的农特产品生产企业达成合作,并与多个商场、超市对接,开设了农特产品销售门店。

2021年6月,刘毅成功注册了山水华秦食品科技有限公司,并取得了版权、商标、域名的相应证书。为了打开西安市场,6月至8月,他冒着炎热,多次到西安考察,想在西安找一个合适的门店。“每一步都要做得扎实,不给未来留遗憾。”他说。

经过一年的努力,刘毅已在商洛开设了16个农特产品销售专柜,西安也有3家,专门售卖豆腐干、香菇、木耳、蜂蜜等产品。他还开发了香菇脆、“秦小鹤”毛绒玩具、狗娃味、土鸡蛋等20多个自有品牌产品。他创建了微信公众号,在传递企业文化和信息的同时,方便顾客线上购买产品。

刘毅非常注重货品的精细化管理,要求每一类产品的价签上都要标注产品的介绍、产地和文化。“我认为,农产品实际上就是食品,我们要做的就是从质量到包装,由内而外地做精做细,提升农产品的整体形象,让它可以出现在超市的货架上,进入大众的视野。”对于农特产品,刘毅有着自己的见解。

一路走来,刘毅收获了许多感动,他也用实际行动回馈社会。2021年8月,洛南遭遇水灾,他向红十字会捐款1万元;在2021年年末至2022年年初的新冠肺炎疫情防控工作中,他带领团队向18个疫情防控点送去200箱纯净水和40箱方便面。这一年,他在水滴筹上资助了236人,资助金额5700多元。

“山水华秦是我的信仰,我要和它一起,带着我们的产品走出大山。”对于未来,刘毅信心满满。

这一年,新建了床品生产线

“回来已经5年多时间了,每当遇到困难时,总会想到企业里那么多勤劳朴实的老百姓,只要一个家庭有一个人就业就不会穷到哪儿去,我就挺了过来。”胡博说。

今年45岁的胡博出生于丹凤县铁峪铺镇,他初中毕业后去西安一所服装学校学习服装设计与工艺。3年后,他因表现突出,被学校推荐到当时的西北纺院就读服装工程。6年服装专业的系统学习,使胡博对服装设计与制作有了较为专业的认知。

毕业后,胡博去了南方实习、工作,他从缝纫工、班长干到车间主管,之后又到伊韵儿、以纯等多家品牌公司担任生产总监、行政总监,在南方一待就是8年。“从基层到管理岗位,一路走来,我对服装企业生产制作流程、精细化管理及新产品研发有了深入了解,这也为后来创业打下了坚实基础。”胡博说。

2012年,胡博与朋友合伙,在郑州注册了一家服装企业,主要生产女裤。企业设有专门的研发部门,根据当下流行的时尚元素,研究出最新的款式,与一些女装品牌达成合作。企业实行的是订单式生产和贴牌生产,年产女裤可达到50多万条。

2016年,通过政府的招商引资,胡博回到家乡丹凤,注册成立了丹凤恩典服饰有限公司,成为丹凤中小企业孵化园第一家入驻企业。企业建设了5条生产线,于2016年年底投产,分流了郑州的生产业务。

服装企业是劳动密集型产业,回到丹凤创业办厂,除



胡博(右)和同事在新装修的车间调试设备

了几个专业管理人员和技术人员外,厂里200多名工人都来自当地,其中40%为易地搬迁户或贫困户。“能回到家乡,为家乡出一点力,心里还挺高兴的。”胡博说。

那段时间,胡博在郑州、丹凤两地跑。持续了3年之后,因为物流等方面原因,胡博不得不作出第一次转型的决定:从分流郑州的业务到以陕西当地的业务为主,从生产女裤为主变为生产厂矿工服、校服为主。

“当时还蛮有压力的,如果长期做女裤成本太高,肯定坚持不下去,如果转型,要做哪方面、业务从哪儿来? 背后还肩负200多名乡党的基本生活保障。”胡博说。

联系业务,严把质量、定价……胡博亲力亲为。不久之后,企业生产出来的服装制品受到多所学校的欢迎,他与商州、洛南、柞水、山阳的一些单位都有了业务往来,西安一些4S店也纷纷联系他定做工服。随着市场的打开,企业的业务也逐渐稳定。

2020年1月,突如其来的新冠肺炎疫情给胡博带来了严峻的考验,在熔喷布紧张、缺少口罩生产自动化设备的条件下,他仍积极响应政府号召,带领企业生产了31万只口罩,为60多家企业复工复产提供了支持。之后,为了配合抗疫需要,他还另外注册了陕西壹妃娜服装科技(丹凤)有限公司,生产隔离服、防辐射、防静电、防水、防火等特殊服装。

2021年,面对多地散发疫情的复杂严峻形势,胡博积极调整心态,主动研究市场,多次考察对接,作出了企业第二次转型决定:由原来只生产校服、工服扩大到生产寝室床品、窗帘、家居服等。他通过调查了解到,学校寝室床品在市场上比较混乱,价格高低差别大,质量也难以保证,很多学校为此发愁,而目前商洛没有一家大批量生产这类产品的企业。

作出决定,便只管朝着方向努力。胡博联系设备、新建生产线,5次南下江苏,与一家家企业对接寻求合作的工厂。“现在市场分工越来越细化,专业度非常高。就拿面料举例,有的企业只含60%化纤的面料,有的企业只含40%化纤的面料,所以,在与这些原材料厂家对接时,就比较费时,要一家一家谈,最后谈下来确定合作的有10多家。”胡博说。

经过努力,2021年9月,第一批寝室床品投入市场,市场反响良好,胡博悬着的心终于放下来。“床品和服装属于不同类目,无论是对我还是对企业,都是一次成功的跨越,所以,就很有成就感。”胡博笑着说。

丹凤恩典服饰有限公司还帮扶了6户贫困户,这几年,胡博经常去贫困户家里看望。企业生产出来女裤、棉被等,他会第一时间送给帮扶的群众,过年过节也会带上米面油之类的慰问品。“心里觉得亲切,好像多了6户亲戚,有啥好的东西,总想和他们分享。”胡博说。

这一年,有了自己的团队

幽默的表演,诙谐的语言,地道的方言,接地气的主题,吸引了众多粉丝的关注。2021年,他被越来越多的人所熟知。

前不久,“丹江哥”上传的一个《闯祸了》的视频由于主题与当前形势结合紧密,表现形式生动活泼,受到人们的喜爱,获得了9万人次的点赞量,播放量超过800万次。

“我认为一部好的作品,首先必须是正能量的,要有它自身的传播价值或能够引发人的思考。”这是多年来,索丹江总结出的经验。

“丹江哥”名叫索丹江,地道的丹凤人,他10多岁就非常喜欢表演,常常模仿电视剧里的形象自娱自

乐。长大后,因为生存需要,他渐渐搁置了这个爱好,到西安当起了厨师。

粉丝们可能怎么也想不到视频里表演起来那么轻松自如、专业的“丹江哥”竟然是厨师出身。

20岁左右时,索丹江到西安一家中餐厅当学徒,从刷盘子洗碗、从事配菜、做厨师一直到管理岗位,五六年的时间,他经历了很多。

“那个年代,炒菜师傅对学徒要求非常严格,烫伤、烧伤都是常事,除了当下手,还要给师傅洗工作服,刷盘子洗碗,经常还会被师傅骂,受了不少苦。由于离家远,通信不发达,电话费又高,我常常躲在角落里哭。庆幸的是,我一直没有放弃。”索丹江感慨地说。

有了管理岗位的经验后,索丹江开始琢磨着自己开店。他先是在西安大明宫附近开了第一家饭店,经营一段时间后,由于效益不好关了门。后来,他又被邀请回到原来当学徒时的餐厅,与老板合伙开了3家火锅店。

随着餐厅规模扩大,员工越来越多,每年年末,店里都会举行联欢会,索丹江主动承担起组织的角色,并和员工一起自编自演娱乐节目,深受大家喜爱。

多次的鼓励、赞美,再一次激发了索丹江对表演的热爱。随着智能手机的普及,一些诸如配音秀之类的APP受到人们的追捧。闲下来时,索丹江会在配音秀里上传一些自己的配音,其中有一条诸葛亮的配音被“在商洛”微信公众号推送,一时间达到了10万多次的播放量。2016年,随着“在商洛”平台的联系增多,他主演了《来商洛吃面》等系列短视频。再之后,由于抖音、快手的普及,索丹江开始尝试自己拍摄短视频。

“一开始就是我自己摸索,包括选题、创作文案、拍摄剪辑都是我一个人在做,虽然不够专业,但因接地气,吸引了一些关注度。”索丹江说。后来,在朋友的推荐下,他到山阳一家传媒公司学习,极大地提高了拍摄和剪辑水平。

渐渐地,索丹江变得小有名气,商洛的一些旅游宣传活动主办方也会邀请他参加。在此过程中,他认识了一些“网红”,与他们常交流,学习了很多经验。

本着对网友负责的态度,索丹江对短视频的要求也越来越高。“当成为公众人物,有了一定影响力时,所拍的视频不仅代表自己,更代表着商洛的形象。”索丹江说。

短短一分钟镜头,可能要拍三四个小时,甚至一天。每次拍完视频,索丹江都会反复观看,从灯光呈现的效果以及个人、助演的表达和环境的铺垫等各个方面都会细致地抠,如果感到不满意,他还会重新去补镜头。

索丹江发布的视频都是他自己进行文案创作,过程十分艰辛,常常思考到三更半夜,或者一觉醒来,想到一个比较好的点,就立即记录下来,等作品成形后再进行反复修改。“毕竟没有受过专业训练,必须得认真推敲每一个角色,选择合适的助演,在不断地试验中,为网友呈现最满意的效果。”索丹江说。

2021年,对索丹江来说,是收获的一年。这一年,他注册了陕西丹江哥文化传媒有限公司,有了自己的团队;他加入了丹凤县新的社会阶层联谊会,参加了很多社会活动;他接手了“商洛商哥”的抖音号,由专门的团队进行文案创作、拍摄和剪辑,不再是孤军作战;他第一次参与了丹凤县网络春晚的录制,以一名演员的身份走进电视荧屏……

如今,索丹江除了积极参与一些宣传活动外,在短视频创作时,他更加偏向于宣传商洛的美景、文化、习俗和农特产品等,他想通过视频,让更多人了解商洛,到商洛游玩。近期,索丹江一直在通过多种方式学习直播技巧和经验,打算在今年把更多的精力放在直播带货上,把家乡的农特产品推荐给全国的网友。



拍摄中的索丹江



刘毅在展示“秦小鹤”