



日本四分之一的棺材来自这家公司

日产过千,一个内陆公司如何打开海外市场



菏泽德弘木制品公司员工正在忙着赶制订单。

文/片 齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 李静 荆新年 张锡坤

从连续三年赔钱到占据日本1/4市场

在2006年以前,菏泽德弘木制品公司一直做着板材贸易的生意。公司创始人田林焕从木材商那里收购桐木拼板,然后转卖给日本的贸易商。最后这些拼板都被日本的工厂买下,做成了棺材。

彼时,日本老龄化问题开始凸显。日本劳动力成本提高,生产棺材的产能已经到了极限,日本本土的棺材价格从3000—4000元抬到了7000—8000元。日本在考虑产业转移时,第一时间想到了原材料产地——曹县庄寨镇。菏泽德弘木制品公司总经理冯香云说:“客户有意扶持我们直接生产棺木,集中培训了二十多天。”于是,“在客户的启发下”,他们有了开拓日本市场的主动性。

冯香云说:“这个过程比较坎坷,走了不少弯路。”首先就是价值观的不同,“中国的棺材与日本的棺材风格上有着很大的差异,我们尝试过两种棺材都做,但是后来发现工人做工会混乱,这样就导致产品不过关”。其次是技术不熟练,不能掌握里面的技巧,再加上公司初期规模有限等原因,最开始一星期只能生产1个货柜,每个货柜六七十口棺材,残次品率较高,公司连续三年都处于赔钱的状态。

随着技术改进、设备更新、与客户磨合熟悉等,2010年,企业生产力稳步上升,开始实现盈利。从最初的一个月1200口,到2012年一个月4000口,再到一个月1.6万口。棺木档次越来越高,整个生产流水线也越来越规范化。“现在每天能生产1200—1500口棺材。可以说日本四分之一的去世人口,用的都是德弘的棺材。”冯香云说。

生产过程100多道工序误差不能超过一毫米

在日本人的认知里,素洁、典雅、高档的棺木,不仅是死后的归宿,还代表着他们的身份。日本人在选择棺木原材料时喜欢用桐木,他们认为这是一种高贵的象征。日本人的棺木最后要和遗体一起火化,所以易燃、重量轻且不易变形的桐木也就成了最佳选择。丰富的桐木材料,也使得曹县庄寨在抢占日本市场方面有了先天优势。田林焕就对桐木做了深入的研究,从原材料上做功课。

除了原材料要讲究,生产技术也要过硬。生产一口棺材,有100多道工序,每一道工序都必须精益求精。冯香云说,“日本人注重仪式感,‘身后事’不能马虎,他们对细节要求非常严格。”不管质量,还是外包装,都要严谨。“一口成品棺长宽尺寸误差最多1毫米。一个钉子都有要求,钉子钉在什么位

几年前菏泽曹县一则“棺二代”的征婚启事引发热议,征婚启事中开出的嫁妆是自家经营的8家“棺材铺”网店。

棺材这一行,很多人觉得晦气、不吉利、不体面。然而菏泽曹县庄寨一家棺材加工厂,日均生产棺材1200到1500口,年产30万口,占据日本25%的市场份额。

2017年,日本东京电视台综艺节目《不可思议的世界》摄制组就曾走进曹县进行探访。据报道,日本人买的棺材9成都来自这个城市。

庄寨棺木行业的兴起绝非偶然,在打开日本棺木市场的背后,是一条不可复制的产业脱贫与制造业发展之路。

置,怎么钉,钉多长,都要严格把控。”

日本棺木大多是实木,对雕刻工艺要求极高。巧合的是,曹县是传承了百年的“工艺加工之乡”,有得天独厚的雕刻人才资源。“字迹必须工整,不能歪歪扭扭,雕刻的花样也必须美观,符合要求。”冯香云说。

和中国棺材直接在棺材板上浮雕不同,日本棺材需要单独雕刻,然后再将雕刻好的花纹贴到棺材上。“中国棺材早就可以用机器雕刻,但是日本人较真,必须用纯手工雕刻。”德弘木业的雕刻师傅用废过无数把刀具,双手都布满了老茧。

把产品当作工艺品 把工作当成一份事业

在棺木生产车间,王金叶正将绣着樱花的粉色丝布整齐地钉在长方形棺木上。棺木长1850毫米、宽550毫米、重25公斤。王金叶告诉记者:“我干这一行已经有七八年了,当时就是机缘巧合吧。”现在她主要负责产品包装。据她介绍,布棺使用的布料不能有任何褶皱,下料、成型、压机、组装等流程,都要保证最后的产品精致美观。

王金叶说:“虽然在传统的印象中,很多人都觉得做这一行不吉利、不体面,但是我没有这种感觉。我们是把产品当作艺术品,把工作当成事业来做,所以很自豪。”据了解,小镇员工月薪达到8000元,吸引了不少外出务工人员返乡就业。

冯香云说:“我们卖的不是棺材,是艺术品。”为了保证这个艺术品的质量,他们对员工也有一套严格的考核标准。300多名员工都是经过层层筛选,才能上岗。第一层筛选就是审美,只有经过办公室面试达标才能进入试用期。试用期为一周,看做事态度和工作作风,合格才能上岗。上岗之后的前三个星期是不允许做正式的产品的,只能打杂,从旁跟着师傅学习。“我们的员工进来以后很少有辞职的,他们把产品当成艺术品在做。有一次一个工人在装车的时候不小心用铲车碰坏了产品,负责加工的员工就气哭了,因为他非常尊重和爱惜这个

东西。”

据介绍,德弘木制品公司现拥有多项外观设计专利。他们还有自己的团队,专门研究日本的文化习俗和消费习惯。日本的棺材分为“木棺”和“布棺”,木棺是维持棺材原本的木质表面,在木头上雕刻花纹。布棺是在木质的棺材表面,加盖一层布。“老人去世后,儿女们会帮忙挑选他们生前最喜欢的颜色。”在公司加工厂,可以看到粉色、白色、天蓝色等五颜六色的布料。

为了更好地满足日本市场的需求,做好这个“工艺品”,除了功能完备,还要不断推陈出新。比如在樱花季推出樱花元素的棺木,或者根据不同人群设计刺绣图案,据介绍,他们每年投放到日本市场的新品比例能达到25%。

不再单纯生产棺木 向综合性产品转型

德弘木制品公司去年棺材发货量为32万口,出口份额占据整个日本市场的25%—30%。这些棺材由巨轮运往日本横滨港,再分销至各地,在日本,德弘已经成了一个有名的中国制造品牌。

除了“质优”,价格也是日本人“买买买”的重要原因。日本本土生产的棺木价格为4000余元,而德弘生产的棺材贵的也只有日本价格的一半,便宜的只有二三百元。冯香云说:“我们不能算是做得最大的,也不能算是做得最好的,只能算是尽了最大的努力做到现在。”

一口棺材,打开了一个内陆小镇直通海外市场的门户,也使得这个小镇摆脱贫困成功“逆袭”。

庄寨镇的传统木材加工产业开始于上世纪80年代初,依托优质的桐木资源,享有“中国木材加工之乡”的美誉。而棺木的生产加工仅仅是桐木制品的一种。庄寨镇共有28个行政村,从2017年相继建立32个扶贫车间,其中29个从事木材加工。当地90%以上的人口,都从事木材加工相关行业。不仅带动了交通运输、餐饮住宿等行业的繁荣发展,还吸引了河南、河北、四川等十几个省市的人员前来经商务工。

庄寨镇大部分生产厂家已经不再单纯生产棺木,而是向综合性产品转型,产业效应已经凸显。近年来,当地政府针对产业落后状况提出“个十百千万”的产业发展规划,私营企业、个体加工户更是如雨后春笋般涌现。目前,全镇木材加工企业有600余家,个体加工户2000余户,带动6万余人就业。这个面积不过64平方公里的小镇,年木材加工量300万立方米、产值500亿元,木材加工业年税收2亿元,占全镇总税收的80%。

未来,在现有产业基础上,庄寨镇将加快新旧动能转换,推进产业转型发展,争取3—5年内将庄寨镇木材加工产业打造成千亿级产业集群,形成更加鲜明突出的特色支柱产业。

■资讯

新能源车发力 “主攻”换电模式

在日前发布的《新能源汽车产业发展规划(2021—2035年)》中,“加快充换电基础设施建设,鼓励开展换电模式应用”成为一个亮点。

换电模式是指将电动汽车和电池拆分,当车辆电量不足时到换电站更换一块满电的电池即可。今年以来,换电模式的热度一直居高不下,利好政策接连发布,在此背景下,众多车企也加大了在换电模式方面的投入。截止到现在,北汽新能源已在全国19个城市建设换电站209座,运营169座;全国累计投放换电车辆1.86万辆,累计换电667万次,累计换电9.64亿公里。

除了北汽之外,宁德时代、蔚来汽车、国泰君安和湖北省科技投资集团共同投资成立了武汉蔚来电池资产有限公司,上线蔚来电池租赁服务,推进换电模式。

据新华社

险资财务性股权投资 正式“松绑”

中国银保监会13日对外公布《关于保险资金财务性股权投资有关事项的通知》,宣布取消保险资金财务性股权投资的行业限制,通过“负面清单+正面引导”机制,提升保险资金服务实体经济能力。

《通知》还提出建立财务性股权投资负面清单,禁止保险资金投资存在不具有稳定现金流回报预期和确定的分红制度、最近三年发生重大违约事件等十类情形的企业,同时鼓励保险资金开展市场化、法治化债转股项目。明确资金性质要求,允许保险机构运用自有资金和责任准备金开展财务性股权投资。

据央视

全年新增减税降费 将超2.5万亿元

记者从国新办例行吹风会上获悉,今年全年预计为市场主体新增减税降费超过2.5万亿元。助力企业增活力、增效益,减负的红利正在持续显现。

今年前三季度,全国新增减税降费累计达20924亿元。国家税务总局收入规划核算司司长蔡自力表示,政策效果主要体现“一降、两增、三稳”。

其中,“一降”是指市场主体负担持续下降。

“两增”,一是市场主体的活力增强;二是企业经营效益增强。

“三稳”,一是就业人数稳步回;二是企业投资稳步恢复;三是发展预期稳步向好。

“全国新增减税降费政策预计全年为市场主体新增减负超过2.5万亿元,”财政部副部长许宏才表示,这有力支持了市场主体纾困和发展,在稳定市场信心和稳就业方面取得了明显成效,市场主体和人民群众的获得感显著增强。

据新华社