

## 我的创业故事(5)

## 敢闯敢干“三股劲”

## ——史晓亮投身材料应用领域的创业故事



史晓亮在察看巷道加固材料的使用情况。

5年时间，一个5人小厂发展成为在职职工70多人、年销售额上亿元的高新技术企业，这家公司的发展速度让井下围岩土工程材料应用领域的同行瞠目结舌。它是如何做到的？“创业者至少需要有‘三股劲’：拼劲、闯劲、韧劲。”3月1日，山西浩博瑞新材料有限公司总经理史晓亮给出一个精简版的答案。

大学期间，当“大众创业、万众创新”这个声音不断传到他耳畔时，他按捺不住内心的激动，问自己：“我能干什么？我要干什么？”

很快，他得出结论：“我要创业，为自己的将来拼一把。”毕业后，他投身于新材料领域，围绕矿用高分子材料的开发应用展开研究。

我省是煤炭大省。煤炭开采伴生着诸多问题，如地面塌陷、煤帮松软、地表裂缝、围岩断层等。史晓亮创业选择了高分子领域。据介绍，高分子材料渗入煤层裂缝后，可以提高煤岩体的整体强度，能很好解决各种具有安全隐患的煤层问题，减少煤矿安全生产事故率以及人员伤亡率，降低财产损失。

2017年，山西浩博瑞新材料有限公司成立了。“成立之初，公司人手不够，自己就是多面手。”史晓亮一人身兼数职，不论是材料配比、研发，还是生产、装货、运输、技术服务，他都亲力亲为。

一次，有一批货，客户要得急，公司初创5人团队加班加点赶工生产，两天一夜连轴干，生产好产品后，立马装车就给客户送货。半路上，货车车胎爆了，史晓亮赶紧联系车辆转运，在没有叉车的情况下，他和司机两个人徒步倒完5吨货。最终，货品被按时送到了客户手里。

“‘抓住机遇求生存’是公司那时提的口号，遇到什么困难，我们只想迎难而上，横下一条心，背水一战。”他说。

“一定要让自己走出去，让企业走出去。”凭着一股敢闯敢干的劲头，史晓亮带着企业攻坚克难，爬坡过坎。

有一段时间，我省多所高校的材料科学与工程专业课堂上，总能看到史晓亮求知若渴的眼神。除关心公司生产之外，去大学旁听专业课，曾是他每天必做的功课。翻资料、记笔记、虚心请教教授，这些“功课”，他一件都没落下。

行业展会，是了解企业所在行业最新动态资讯的前沿阵地。近年来，史晓亮的足迹遍布全国各大展会现场，结交行业精英，把

握企业发展机会。

展会上，一个微小之举，可能蕴藏着一次难得的合作机遇。在北京一次展会上，史晓亮在各大展位前仔细观看同行们的产品，他行走间，看见地上散落有几张名片，有的被人踩过，上面还留有鞋印。他弯腰拾起一张名片的瞬间，目光遇到另一个正在捡名片的人——一家高分子原材料的生产商。之后，那家公司成了山西浩博瑞新材料有限公司的合作伙伴。

“那家公司的规模虽然不大，但很有潜力，正是展会上我捡名片的无心之举，打动了对方。在之后的合作谈判中，对方作出了很大的让步。接着，有了两家公司的合作发展、共同进步。”史晓亮说。

作为一名共产党员，史晓亮时刻铭记党的教诲。他认为，企业的社会责任大于企业之利。

“乔木亭亭倚盖仓，栉风沐雨自担当。”2020年，一场新冠肺炎疫情突袭荆楚大地，随后蔓延波及全国。医疗物资短缺，是当时的一大难题，史晓亮在心里一遍遍问自己：“除了配合各项防控工作，我还能做点什么？”他想到应该主动承担社会责任，捐献爱心物资。

支援战“疫”一线，用实际行动助力疫情防控，彰显责任担当。

几经辗转，他找到一家消毒液生产厂家，购进15吨消毒液，赠送给山西省红十字会10吨，太原市尖草坪区红十字会5吨。当时，消毒液社会需求量大，生产厂家没有充足的人手提供包装服务，15吨消毒液，是由史晓亮和其他4名同事利用一天时间，一桶一桶装完的。

能为抗疫尽一丝绵薄之力是史晓亮的愿望，他希望自己的努力，能与全国同胞的努力连成一片，一起传递社会正能量。“事情做过了就知道它并没有那么艰难，责任尽过了，方知更有一份苦尽甘来的喜悦。”

拳拳之心、热血之志。什么是热血？“热血是千磨万击还坚劲的韧劲，是越艰险越向前的勇气。”史晓亮做好了迎接挑战、一往无前的准备，“公司将打开解放思想的阀门，积极推进科技研究院项目，向国际化企业方向挺进。”他说。

记者 弓凤飞  
(图片由史晓亮本人提供)



## 闲置成鸡肋 售后还挺好

## 热销网红小家电的冷思考

只靠颜值难长久

它们外观可爱，操作简便，解放双手，是“单身经济”“懒人经济”时代下的产物，加之“宅经济”的助推，智能扫地机、迷你洗衣机、低糖电饭煲等一批个性化、智能化、多样化的小家电“闯”入人们的视野。然而，因其产品质量良莠不齐、售后服务不到位饱受消费者诟病。中消协近期发布的“2022年全国消协组织受理投诉情况分析”中，新兴家电热销的同时也成为投诉热点。“3·15”来临之际，记者进行走访为您揭秘消费者与网红小家电的“爱恨情仇”。

## 盲目跟风成闲置

## 售后维修不到位

三明治机、酸奶机、迷你榨汁机、豆芽机……准备搬家的市民徐女士看着眼前一堆家用小电器发了愁，这些东西不经常使用，还占地方，感觉像鸡肋。“当时听着主播口若悬河的讲解，头脑发热，立马就下了单，谁知道，热情过后，这些东西却成了又占地且落灰的东西。”徐女士说，前两年她在网上跟风买东西成瘾，却对不少小家电的实用性欠考虑，体验感并没有想象中的那么美，时间一长，多数闲置。

同样“被种草”的还有陈女士。她是单身白领，崇尚品质生活，颜值高、个性化的新网红小家电“闯”入她的生活。可买到的内衣裤洗衣机、蒸蛋器等小家电让她想吐槽。“就拿这个洗衣机来说，容量小不说，宣称的高温除菌功能就是摆设。”她说，这款内衣裤洗衣机只能放入两条内裤，洗涤时间却是20分钟，所谓的除菌就是简单加热，最主要的是洗出来的效果并不理想，“还不如用开水泡后再手洗的干净。”

使用体验感不佳，自然被弃用落灰，这是部分网红小家电难逃的命运。记者在二手交易平台上看到，闲置小家电转手信息中不乏厨房类及洗涤类的产品，几乎是八九成新，虽然价格不贵，但成交量并不乐观。

价格不便宜的电动牙刷，使用了半年就充不了电，这让消费者李女士很郁闷，想维修，但联系当时的卖家博主时，却被三番五次推脱，最终没下文，只能弃用。与李女士“同病相怜”的消费者韩先生网购的洗碗机也“翻车”，使用过程中多次出现卡顿现象，只能强行关机，他联系售后上门维修，却被一拖再拖，后经确认存在质量问题，但已经超过了退货时间不能退货。

原本想着解放双手体验高品质生活，但实际情况并非美好，这让不少消费者对网红小家电产生质疑。记者在走访中了解到，消费者除了在体验感方面不满意外，部分小家电在功能宣传上含“水分”、售后难有保障也是吐槽的原因。

今年41岁的闫先生血糖有点高，便想在饮食上有所控制。他偶然发现网上一款“低糖电饭煲”卖得很火，欣然下单购买。该产品主打“低糖”概念，但实际使用效果并不明显，对此，他有些疑惑。后来，他从广东省消协发布的一份“低糖电饭煲”对比实验结果得知，这种电饭煲只能在一定程度上降低米饭中的含糖量，但与降低人体血糖完全是两个概念，如果商家以降血糖为卖点就需要特别注意。

价格不便宜的电动牙刷，使用了半年就充不了电，这让消费者李女士很郁闷，想维修，但联系当时的卖家博主时，却被三番五次推脱，最终没下文，只能弃用。与李女士“同病相怜”的消费者韩先生网购的洗碗机也“翻车”，使用过程中多次出现卡顿现象，只能强行关机，他联系售后上门维修，却被一拖再拖，后经确认存在质量问题，但已经超过了退货时间不能退货。

原本想着解放双手体验高品质生活，但实际情况并非美好，这让不少消费者对网红小家电产生质疑。记者在走访中了解到，消费者除了在体验感方面不满意外，部分小家电在功能宣传上含“水分”、售后难有保障也是吐槽的原因。

今年41岁的闫先生血糖有点高，便想在饮食上有所控制。他偶然发现网上一款“低糖电饭煲”卖得很火，欣然下单购买。该产品主打“低糖”概念，但实际使用效果并不明显，对此，他有些疑惑。后来，他从广东省消协发布的一份“低糖电饭煲”对比实验结果得知，这种电饭煲只能在一定程度上降低米饭中的含糖量，但与降低人体血糖完全是两个概念，如果商家以降血糖为卖点就需要特别注意。

价格不便宜的电动牙刷，使用了半年就充不了电，这让消费者李女士很郁闷，想维修，但联系当时的卖家博主时，却被三番五次推脱，最终没下文，只能弃用。与李女士“同病相怜”的消费者韩先生网购的洗碗机也“翻车”，使用过程中多次出现卡顿现象，只能强行关机，他联系售后上门维修，却被一拖再拖，后经确认存在质量问题，但已经超过了退货时间不能退货。

原本想着解放双手体验高品质生活，但实际情况并非美好，这让不少消费者对网红小家电产生质疑。记者在走访中了解到，消费者除了在体验感方面不满意外，部分小家电在功能宣传上含“水分”、售后难有保障也是吐槽的原因。

今年41岁的闫先生血糖有点高，便想在饮食上有所控制。他偶然发现网上一款“低糖电饭煲”卖得很火，欣然下单购买。该产品主打“低糖”概念，但实际使用效果并不明显，对此，他有些疑惑。后来，他从广东省消协发布的一份“低糖电饭煲”对比实验结果得知，这种电饭煲只能在一定程度上降低米饭中的含糖量，但与降低人体血糖完全是两个概念，如果商家以降血糖为卖点就需要特别注意。

价格不便宜的电动牙刷，使用了半年就充不了电，这让消费者李女士很郁闷，想维修，但联系当时的卖家博主时，却被三番五次推脱，最终没下文，只能弃用。与李女士“同病相怜”的消费者韩先生网购的洗碗机也“翻车”，使用过程中多次出现卡顿现象，只能强行关机，他联系售后上门维修，却被一拖再拖，后经确认存在质量问题，但已经超过了退货时间不能退货。

颜值高却不实用，产品质量和售后难有保障，这是不少消费者对一些网红小家电的体验感受。中消协近期公布的“2022年全国消协组织受理投诉情况分析”指出，随着各种新兴家电受到消费者追捧的同时，相关领域投诉问题也不少，主要体现在：料理机、空气净化器、扫地机器人、投影仪等热门新兴家电产品层出不穷，发生纠纷后消费者维权难；部分“网红”小家电产品质量饱受诟病，比如，虚标功率、无“3C”认证等，存

在安全隐患；安装维修收费混乱，如商家承诺免费上门安装，却以欺骗手段推销各种昂贵的辅助材料或收取之前未明示的费用。

许多小家电通过网络“引流”成功实现“突围”晋级“网红”产品，打破了传统家电行业疲软的僵局。然而，体验感欠缺成为前进道路上的一块“绊脚石”。

一位资深业内人士认为，新兴家电如果没有品质与技术沉淀，在市场上就不好站稳脚跟，只拼营销的路走不远。

## 购买认准正规品

如何购买到品质有保障的家电产品，记者采访了省家电行业服务协会秘书长李桂琴。“价格太便宜的产品不建议购买，毕竟任何产品都有成本。”李桂琴建议，市面上各种小家电产品鱼龙混杂，质量也参差不齐，所以，尽量选择电器品牌专卖店，或大型商超家电售卖专区去购买；如果网购，一定注意产品的生产厂家及地址，关注有无售后服务保障等。

购买小家电产品时，最好认准正规品牌，仔细查看产品是否标注“3C”标识，是否标有各项技术指标，尤其注意厂家的售后服务电话是否准确。“使用当中如果发现问题，应第一时间与商家进行沟通解决。”李桂琴建议，消费者如遇纠纷，与商家协商不成，可以向市场监管部门及消协投诉举报，合理合法维护自身权益。

记者 李晓琳