8月3日对当地木制品加工厂的访谈参观

姓名: 刘同海

年龄:

学历: 初中一年级

身份: 优秀共产党员、太和县工会第十三次代表大会代表、木制品加工厂厂主（专注于木质工艺品生产，曾获高新培育企业、爱心企业认定）

工厂规模: 三个工厂（两个主营生产与组装，一个专营包装与电商业务），总员工70人，年销售额1500万元人民币。

主要产品: 木制工艺品，包括画板、画架、文创礼品、绿植罐子（3元）、灯盒（DIY，配套亚克力）、手摇木龙（传统文化主题）、包装盒、户外绿植花车、卡林巴琴（拇指琴）、家居摆件、豆腐盒、酱料架、古法造纸沥水部件等各种产品；同时承接大件加工如沙滩椅。

起始时间: 2010年起创业，最早从事儿童画框生产。

产品去向: 主要用于销售给国内培训机构、酒店、餐馆等线下客户；线上电商平台（占销售额50%）；跨境电商服务（如亚马逊，为卖家提供配套）；为其他工厂做配套产品；并为其他创业者提供木制品供应服务。

产量/销售额: 年销售额1500万元，电商渠道占比50%；大订单规模约10-20万元每单。工期不紧时，常规产品备货数十款，但产量受订单式生产影响。

成本: 原材料以本地桐木、杨木为主，高端木材（如红木、胡桃木）进口；边角料不可利用部分送至热电厂做燃料颗粒，以降低浪费。未提及详细成本数据，但涉及数控切割设备维护、物流（运输成本高）及研发合作支出。

新技术应用: 数控切割设备、半自动化组装生产线；拥有技术专利和实用性专利（涉及木工机械改进及产品设计）；与阜阳职业技术学院等等机构合作研发产品外观和功能性。是本地科技型中小企业。

应对风险的措施:

市场波动: 近两年销量受影响但体量小、灵活周转（短工期、多样化订单）；采用订单式生产，避免库存积压；乡镇预售成本高，故依赖配套合作。

生产安全: 配置消防管道、灭火器，每年2-3次消防演练，工人培训使用消防设备；日常隐患排查。

质量控制: 包装前实施全质检（规模扩大后，因客户高要求发展而来），不良品会维修。

物流: 运输成本高，直播间未做起来，后专注样品间宣传和预定模式。

销售途径: 以预定生产为主，线下销售给培训机构、酒店、企业；线上通过电商平台（国内）；跨境电商服务（无自有跨境订单，为卖家供货）；希望加强线上销售能力（当前不熟悉，依赖年轻团队）。

影响因素: 市场需求多样化、运输成本、原材料供应；质量控制与工人技能（早期工伤频出，后改进）；外国市场受政策影响

慈善活动: 反哺农村，每年中秋捐赠10000元慰问保洁员，提供头盔等物资；关注工人生活，对家庭条件困难者给予500-1000元支持；下工厂监督，改善福利，与工人打成一片。是当地爱心企业。

创业心得: 1997年从江苏昆山电子厂基层做起，2010年回乡创业，初期技术不成熟、订单被坑（2013年遇到挫折），靠亲朋支持渡过。后注重服务积累客户，扩展产品种类，电商兴起时引入年轻团队，部门专人负责；管理上学习沉淀，向优秀企业学习；定位为“加工配套专家”，灵活适应市场，支持年轻创业者。