

十项行动见行见效

乡村振兴全面推进行动

静海区蔡公庄镇年产乐器40余万支 超8成出口海外

这个“乐器小镇”何以闻名全球

■ 记者 李杨 文并摄

老师傅付广成在调音。



每年4月至5月都是乐器生产旺季。眼下,位于静海区蔡公庄镇的乐器产业园内,铜器铮鸣、焊花闪烁,一支支西洋管乐器从生产线跃然而出,跨越山海,汇入全球“交响”。

年产乐器40余万支,超8成出口海外,年产值约3亿元……近半个世纪的风雨兼程,这座全球闻名的“乐器小镇”,完成了从家庭作坊到产业集群、从贴牌代工到自主品牌、从产品出口到文化出海的“三级跳”。以奥维斯、圣乐、萨博为代表的企业,各守赛道、各展所长,用品质、创新与数字化,共同奏响小镇从“制造之声”迈向“品牌之音”的雄浑乐章,让世界听见来自中国乡村的自信声量,也让世界看到乡村振兴的壮阔之景。



奥维斯生产车间

匠心铸音

极致品质 树立龙头标杆

走进天津奥维斯乐器有限公司(以下简称奥维斯)的生产车间,抛光机匀速转动,金属管件泛出温润光泽。从业三十余年的老师傅付广成端坐调音台前,指尖在按键间轻盈起落,哪怕细微的音准波动、分毫的气密性差异,都逃不过他那双久经“磨砺”的耳朵。“乐器是有灵魂的,配件差一丝一毫,音色都不对味儿。”付广成的话,道出了奥维斯坚守数十年的品质底线。

作为蔡公庄镇乐器产业的龙头企业,奥维斯自2001年成立以来便坚定走中高端路线,不拼低价,不做粗放量产,从长笛起步,逐步拓展出萨克斯、小号、长号、圆号、上低音号等八大系列产品,一步步成长为国内规模领先的西洋管乐器专业制造商。

但一路走来,奥维斯也曾长期“为他人作嫁衣裳”。工艺扎实、订单稳定,却始终贴着海外品牌标识,利润微薄,更没有属于自己的行业话语权。“做得再精,也是替别人扬名。”总经理马继坤说,正是这份不甘,推动企业下定决心,全力打造自主品牌。

为开拓国际市场,奥维斯相关人员常年奔赴上海、德国法兰克福等海内外专业展会,用实物直面全球客商。马继坤回忆,曾有一位英国客户相中企业短号,却提出英式形制“锥度”更小、与亚洲款差异明显的诉求。奥维斯团队连夜攻坚,仅凭客户提供的图纸,三天便交出定制样品,赶在对方返程前完成调试交付。高效响应与精准工艺,让海外客商由衷折服,也为企业赢得了长期稳定的国际合作。

奥维斯人深知,要在国际市场上真正站稳脚跟,仅靠快速反应与精准交付远远不够,真正的核心竞争力,源于对技术工艺的极致钻研与代代相传的匠心积淀。副董事长兼技术总监康德祥在行业深耕二十余载,对材质、音色、工艺了如指掌;儿子康康紧随其后,精通数字化设计与结构优化。父子俩常常围在一件试样前交流探讨,父亲凭经验找准问题,儿子用数据和图纸落地改良,一守一破间,老手艺与新技术自然相融,企业的技术实力也在代际接力中不断提升。

如今,奥维斯年均生产管乐器10万件,90%以上远销欧洲、亚洲、非洲、南美洲等地的数十个国家和地区,品质足以与国际高端品牌同台竞争。企业“奥维斯”“惠特斯曼”两大自主品牌在多个国家注册,其中,“惠特斯曼”上低音号亮相美国亚特兰大国际艺术节,获得专业演奏界高度评价。

“蔡公庄镇的乐器能名扬世界,正是近20年来中国制造强势崛起的体现,设备精度、制造水平早已跻身全球第一梯队。”马继坤透露,今年,企业还将推出4款新品,持续向高端化、定制化迈进,在世界舞台上奏响更加嘹亮的“中国强音”。

创新破音

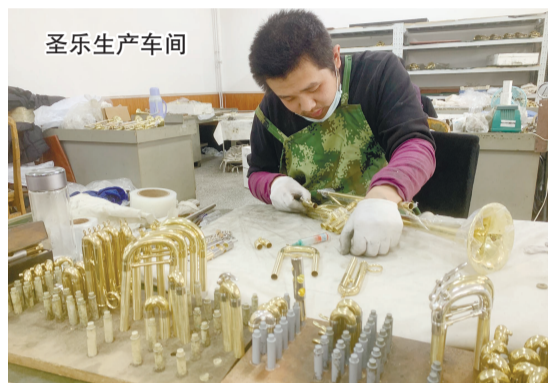
细分研发 开辟崭新赛道

在天津圣乐乐器有限公司(以下简称圣乐),藏着两个小“新”思:一个是主攻“细节控”的配件改良,一个是远销海外的“迷你乐器”。凭借这两“小”特色,企业产品远销全球60多个国家和地区,出口占比高达95%,在激烈的国际市场上闯出了一条独属于自己的新赛道,成为蔡公庄镇乐器产业中保持创新活力的领军企业之一。



▲ 萨博生产车间

▶ 圣乐迷你乐器系列展品



圣乐生产车间



谈起圣乐与国际市场的第一次“牵手”,总经理刘学洪记忆犹新。“多年前的上海国际乐器展上,我们遇到了来自美国康萨尔玛公司和德国GEWA公司的客商,但初次见面,对方并没有抛出大额订单,只谨慎地下了8支乐器的试单。”刘学洪说,对一家志在走向世界的企业而言,这单生意体量不大,却意义非凡。圣乐没有丝毫懈怠,从下料、成型到调音、包装,每一步骤都拿出超高标准,得到客户高度认可。如今,仅这两家公司的全年订单就稳定在7万支左右,成为圣乐海外业务版图中的忠实伙伴。

采访中,刘学洪多次提到“创新”二字。在他看来,做乐器不只是造器物,更要“懂人心”,围绕用户需求不断开发新产品、新技术、新功能。曾有一次,刘学洪与欧洲客户交流时,对方无意间提起,不少亚洲生产的乐器配件间距偏短,对手掌偏大的欧美乐手很不“友好”,长时间演奏格外吃力。

这句不经意的“吐槽”,被刘学洪深深记在了心里。他带领团队一头扎进研发室,反复对比亚洲与欧洲乐手的手模数据,不断调试结构方案,最终成功研发出可调节弹簧扳手,如同为乐器装上了“灵活关节”,通过伸缩结构自由调整把位距离,让不同手型的演奏者都能运用自如。小小配件起到了“四两拨千斤”的作用,不仅解决了长期困扰海外用户的痛点,更让圣乐的国际市场竞争力,悄然跃上新台阶。

如果说专业乐器展现了圣乐的“硬实力”,那么“迷你乐器”则诠释出企业的“软实力”。走进企业展厅,一件件精美绝伦、造型逼真的“迷你乐器”让人眼前一亮:手指大小的小号长笛,可做胸针佩戴的萨克斯挂件,比例精准的小号模型……这些“小乐器”如今占到企业总销售额的20%,且绝大部分出口海外。

“它们深受欧美音乐爱好者的追捧,不少音乐学院的学

生会特意买来作为毕业纪念品,企业或乐团也常定制带logo的款式作为馈赠客户和乐手的伴手礼。它们已经不只是一件简单的工艺品,更是中国文化‘出海’的创意符号。”刘学洪介绍,如今,“迷你乐器”产品年销售额约1000万元,从演奏工具到文化IP,圣乐正用“乐器+文创”的模式,让中国乐器以更“轻盈”的姿态走向世界。

数字铸音

触网出海 奏响云端新声

晚上8点,天津萨博乐器有限公司(以下简称萨博)直播间的灯光准时亮起,主播手持自主品牌的萨克斯现场吹奏,一曲婉转旋律刚落,选购咨询便在屏幕上接连弹出。“初学者可以选择这个基础款,它采用优质黄铜做原料,价格实惠,而且音色通透。”伴随着细致的讲解,直播间客流量不断攀升。

作为蔡公庄镇乐器产业里极具活力的新生代代表,萨博于2022年注册成立,是华娱特色乐器孵化基地的首批入驻企业之一。这座由蔡公庄镇四党口中村村集体经济联合企业投资2000万元打造的平台,占地1.33万平方米,专门整合零散加工、销售与电商企业,如今已集聚乐器生产企业15家、电商商户数十家,成为蓬勃发展的创业孵化器。

“能快速站稳脚跟,全靠基地的保姆式服务。”萨博总经理刘振龙直言,对初创企业而言,考察场地、选购设备、审批手续等每一个环节都是不小的挑战,尤其是乐器喷漆环节的环保达标设备投入,更是让不少小厂望而却步。而在孵化基地,喷漆线、催化燃烧炉等“共享设备”一应俱全,企业无需自建重资产,真正实现“拎包入住”。刘振龙算了

笔账,企业自建生产线至少要投入数百万元,如今,企业启动运营的成本直接下降七成左右,真正做到了省钱、省时、省力、省心。

从工商注册、生产布局到供应链对接及市场推广,基地全程保驾护航,让萨博得以“轻装上阵”,把全部精力放在产品研发和营销上。成立仅几年,企业便拥有10余种萨克斯型号,自主品牌“萨博”迅速打响,年产值突破1000万元。

除了硬件方面的支撑,萨博更抓住了数字时代的风口,走出一条与众不同的线上新路。“以前,我们也曾尝试过参加各种海内外的专业展会,但对于初创企业来说,投入不小,见效却相对较慢,得益于基地完善的电商服务体系,我们积极探索数字化转型,很快就铺开了市场,目前产品已畅销东南亚、欧美等多个地区。”刘振龙说。

为了实现差异化经营,萨博“主攻”年轻消费群体,主打2000元至4000元价位的入门级萨克斯,并搭配免费教学视频,降低初学者的上手门槛。“凭借贴近年轻人的内容与灵活的运营模式,我们迅速积累起海量人气,如今月销萨克斯超300支,‘粉丝’量突破百万,现有订单已经排到了7月底。”刘振龙拿着密密麻麻的排产计划表,笑着对记者说。

小镇有新声,小企业有大梦想。在刘振龙看来,自己赶上了产业升级与数字发展的双重机遇。“小镇上的新生代企业共享设备、错位竞争、互补长短,形成小而精、小而美的产业集群,既避免了内耗,又实现了抱团发展。”对于未来,刘振龙信心满满,这家乘着数字东风崛起的年轻企业,正用流畅的云端旋律,奏响属于中国乐器小镇的青春乐章。

结语

奥维斯守品质、立高端,扛起龙头担当;圣乐重创新、拓细分,激活转型动能;萨博借平台、触云端,展现新生代力量。三家企业路径不同、定位各异,却共同勾勒出蔡公庄镇乐器产业的立体化升级图景:从单一制造向研发、生产、品牌、营销全链条延伸,从线下封闭生产向线上线下融合拓展,从产品外贸出口向文化价值输出迈进。

因乐而兴,因匠而强。如今的蔡公庄镇,已集聚乐器生产制造及配套企业114家,拥有3000余名产业工人,年产西洋管乐器40余万支、100余种品种,年产值近3亿元,出口率超过80%。这个乡村小镇坚持“产品高端化、品牌国际化、产业多元化”发展思路,建设乐器文化创意产业基地,推动产业与文化、旅游、美育深度融合。四党口小学成立校乐团,让音乐种子扎根乡村;各类乐器文化节、演奏比赛接连举办,吸引全国各地音乐爱好者前来交流。

从“制造之声”到“品牌之音”,“乐器小镇”的发展之路,是匠心坚守之路,是创新突破之路,更是实干兴邦之路。蔡公庄镇人大主席曲维敏表示,下一步,镇里将继续围绕乐器产业强链、补链、延链,加大对企业技术改造、品牌培育、电商拓展、人才引育的支持力度,推动乐器制造与文化、旅游、电商深度融合,不断提升区域品牌影响力和国际市场竞争能力,让特色产业真正成为乡村振兴的强大引擎。

乡村走读

大山里架起“应急通信网”

■ 记者 徐杨

温暖的4月,草长莺飞,芳华渐绽。

蓟州区北部山区蜿蜒的山路旁,一群身穿反光背心的施工人员正忙着布设设备,为应对极端灾害情况下“断路、断网、断电”织起应急通信网。

近日,记者跟随蓟州区应急管理局应急指挥中心的专业技术人员来到位于下营镇的一处山体高点,这里正在建设一处高点视频监控点,建成后高点视频监控设备有效监测半径可达10公里至15公里。

该中心负责人汪洪福说:“这个点位在下营镇小平安村漫水桥,这一带是沟河行洪主河道,是突发暴雨指挥调度的关键区域。有了高点视频监控设备,一旦出现险情我们就能第一时间发现、组织抢险救援。”

作为蓟州区应急领域信息化建设的核心成员,今年开春以来,汪洪福已不清跑了多少趟山区乡镇。从点位踏勘到

设备安装,从信号测试到调试优化,每个环节他都盯在现场。

“蓟州区北部山区地形复杂,而这些区域又直接面临山洪威胁,必须把监测触角延伸到群众最需要的地方。”汪洪福介绍,今年以来,蓟州区按照天津市应急管理局的部署要求,对原有视频监控点位进行调优、补充,重点在行洪主河道周边、灾害隐患点加密布局,全力打通应急监测的“最后一公里”。

在沟河沿线,几处新建的视频监测点位正陆续投入使用。记者在下营镇青年桥看到,施工人员正准备在附近安装3台5G高清摄像头。这个点位同时兼顾沟河主河道和一条支流的监测,还配备了72小时不间断备用电源和两套照明设备,确保夜间和断电情况下也能正常运行。

据蓟州区应急管理局相关负责人介绍,全区正对既有防灾监测视频点位进行优化升级,新增太阳能供电无线视频监控点位,进一步提升设备的抗干扰和抗恶劣环境能

力。按照整体部署,全区将在沟河沿线新增设9个视频监控点位,实现重点区域全覆盖,其中下营镇7个、罗庄子镇2个,部分重点点位还将配备鹰眼摄像头。

此外,蓟州区应急管理局还在黄崖关村、小平安村、罗庄子村、杨庄水库、王庄村等重点区域布设8套视频自组网固定站并配备2套便携站,可根据实际情况机动部署,构建起“专线优先、无线备份”的视频网络体系,确保在极端情况下也能实现视频监控画面的稳定回传。

在黄崖关村一处新安装的视频监控点位旁,记者通过技术人员随身携带的笔记本电脑清晰地看到整个风险区域的实时画面。“以前全靠人巡,现在有了这些‘千里眼’,哪个地方有情况,指挥中心第一时间就能看到。”汪洪福说。

通信不仅要“看得见”,更要“联得通”,一张覆盖蓟州区全区的应急通信网络也正在徐徐铺开。

在罗庄子镇的一处基站建设现场,施工人员正在调试370兆赫兹窄带集群设备。“370兆赫兹频段穿透力强,绕射能力强,特别适合山区通信。”现场负责人告诉记者,这套设备将与卫星电话、北斗终端形成互补,全面提升极端灾害场景下应急通信的稳定性。

“应急通信建设就是在跟时间赛跑。”汪洪福说,“蓟州区山区面积占全区总面积的三分之二以上,一旦发生山洪、泥石流等灾害,通信就是生命线。我们的目标就是在极端环境下每片区域、每一个村都能‘联得上、呼得通’,实实在在为群众生命财产安全托底。”

据悉,蓟州区此前已建成高点视频监控点301个,370兆赫兹通讯设备115套,初步构建起稳定的应急通讯网络,但沟河沿线等部分地区仍未做到全覆盖。此次“断路、断网、断电”通讯项目建设,目的就是补盲、调优,让山区特别是高风险区域监测更精准、通讯更畅通,这也是蓟州区应急管理局推进治理模式向事前预防转型的具体实践。

从下营镇的沟河岸边到罗庄子镇的群山之巅,蓟州区所有新建和优化点位将在今年汛前全部投入使用,为全区平稳度汛筑牢一道看不见的“通信防线”。蓟州区应急管理局局长王宏伟说:“我们要建好、用好、管好这张‘网’,守护好山区群众的生命财产安全。”



施工人员布设应急通讯设备。照片由受访单位提供