

产后，每个工人可同时兼顾两三道工序的操作工作。”车间相关负责人介绍说。

通过智能车间，工厂生产效率大幅度提升。数据显示，近年，在原材料价格不断上升的背景下，公司的运营成本反而下降了3.6%。产品的不良率大幅下降。工人的人均产值较之前提升46%。以芦荟胶为例，如今平均不到1秒钟就有1支芦荟胶走下生产线。探究完美公司为何能几乎无缝对接地走上数字化质量，其实可以从该公司“基因”中寻求答案。1994年诞生的完美公司，本身与“数媒土著”大致是同龄人。当然，这只是一种类比。在完美公司诞生以后，当时服务的对象当然是70后、80后那一代。特别是完美芦荟胶，堪称跨时代畅销单品。如今，当90后、95后甚至00后为主体的Z世代消费群体崛起后，有些媒体评论认为看不懂——为何完美芦荟胶这样的传统国货能在Z世代中圈粉无数。其实，完美公司很早便引入精益生产模式，采用QCC、提案建议、精益六西格玛等方式，持续开展各项改善活动，全方位赋能公司研发、制造、管理、品控、服务等业务全流程，公司通过工业化和数字化深度融合，各业务互联互通，智能化生产，不但提高了产品品质，缩短了产品制造周期，还降低了产品制造成本，实现不间断为消费者提供物美价优的产品的目标。而这些在移动互联网时代到来之前，也许并不广为人所知的情况，在当下，因完美乘上了数字化智能化的翅膀，而为更年轻的Z世代所熟知。



## 近一个阶段，完美芦荟胶等产品又走红在小红书、抖音和B站了。



### 在自媒体上一再走红

其实，即便70后、80后们，在迎接了数字世代的来临以后，也完全以Z世代的方式在认知产品，而不再迷信所谓的国际大牌。这确实是一个值得关注的现象。不少70后、80后的朋友告诉笔者，自己在油葱商城系统查阅过完美公司提供的共享给顾客的产品生成检验报告。

在新媒体时代，完美公司一些员工自谦是“妈妈级产品”的芦荟胶，却因为产品生成检验报告的上网，而在自媒体上一再走红，声量被一波又一波地放大，无形中为品牌创造了新的传播场域。

先是在微信上，有使用者发出

完美芦荟胶的文本使用体验。竟然有自媒体称这款产品是各个年龄层人士的“大众情人”。也有人因为太喜欢这款产品而专门研究并撰文分析打击假冒产品的办法。

近一个阶段，完美芦荟胶等产品又走红在小红书、抖音和B站了。笔者在搜索引擎打入“完美芦荟胶”，发现有超过万篇的推荐笔记及分享短视频。查看这些短视频，有时候真让人忍俊不禁——完美芦荟胶不仅频频上榜博主们“国货之光”“平价神品”的种草榜单，更是被不同年龄的消费者持续地“开发”出新的用法。不得不说，大多推荐完美芦荟胶的博主并非更具有话语权的明星或KOL（关键意见领袖），而是实实在在使用产品的消费者。这

下图：芦荟胶产品通过智能设备完成高度自动化生产。

