

2020年亚洲品牌500强发布 九牧芝华仕头等舱再次上榜

本报讯 (记者 苏清彬) 9月22日,由全球知名品牌价值评估机构——世界品牌实验室主办的“亚洲品牌大会”在上海举行,并公布了2020年《亚洲品牌500强》排行榜,南安企业九牧从海量品牌中脱颖而出,再次夺得“2020年亚洲品牌500强”,连续3年被国际权威机构评为“亚洲厨卫行业第一品牌”。此外,由南安人黄敏利掌舵的敏华控股旗下品牌芝华仕头等舱亦进入500强榜单。

世界品牌实验室评价亚洲品牌影响力的基本指标包括市场占有、品牌

忠诚度和亚洲领导力。今年是世界品牌实验室第十五次对亚洲品牌影响力进行测评,共有21个国家和地区的500个品牌入选。记者从排行榜看到,此次九牧排行2020年亚洲品牌500强第368名,芝华仕头等舱则排行421名。

作为民族高端卫浴品牌,九牧打破国际品牌对高端市场的垄断,成为鸟巢、大兴国际机场独家供应商,入驻中国文化地标颐和园、故宫,布达拉宫、大昭寺,向世界展示中国智造、文化自信。截至目前,九牧已连续10年行业销量第一,品牌价值行业首家超400亿元。

中国家居行业领军品牌——芝华仕头等舱,2017年至今已连续4年荣登这一极具影响力的榜单。专注于沙发、床垫等家居领域的敏华控股长期占据业内功能沙发零售市场主导地位,在中国的功能沙发市场占有率超过50%。其更是在亚洲越南、中国广东、江苏、天津、重庆,以及波兰、立陶宛、爱沙尼亚、乌克兰等地打造十二大生产基地,建立完善生产体系,使产品畅销美国、英国、加拿大、中国等近100个国家及地区,2020财年实现营收121.44亿港元(约合人民币111.25亿元),同比增长7.9%。

疫情之下,敏华控股加速产能扩张。近日公司发布公告称,在陕西咸阳建设生产基地用地1100亩,总投资额40亿元。据悉,该项目其主要用途建设多功能沙发以及床垫等生产基地;是集研发、制造、销售和服务于一体的智能家居生产线。

董事会认为,该次投资主要目的是迎合快速增长的中国市场需求,增加产能同时弥补公司在西北地区等地的产能空缺。其次,以解决西北地区以及“一带一路”的供应问题,以降低物流成本,提升国内市场竞争力。

微观产业

企业与员工应互相成就

蔡静琦

近日,水头一家规模中等的石材企业,遭遇了一个职业“碰瓷”的员工,这名员工在公司工作满11个月后,就到相关部门要求劳动仲裁。该员工在沟通中理直气壮地表示,“我就是缺钱,你没跟我签劳动合同,就得付我双倍工资”。

我们在谴责这名员工故意钻企业空子的同时,也应该反思企业内部管理制度的欠缺,以及新形势下企业与员工关系的构建。据说,企业未与员工签订劳动合同这类初级错误,在石材企业中其实并不少见。

随着80后90后成为企业的中坚力量,构建新型的企业和员工关系已迫在眉睫。我以为,企业除了逐渐规范内部的管理制度外,应与员工之间互相成就,互相促进。

“80、90后”大多是独生子女,也是高等教育改革、时代变革、市场经济,以及互联网、东西方文化的大冲突与大融合共同熏陶的“结晶”。他们敢于挑战权威和传统理念,许多原有的管理规则也被他们打破。因此,如何有效管理引导“80、90后”,发挥他们的长处,和谐企业氛围,为个人提供更好的职业发展空间,才能为企业创造更大价值。

其实,南安不少企业特别注重培养员工的企业归属感,比如官桥的协进建材。在协进工厂里,特地准备了不少套房,安排那些上有老、下有小的员工家庭。所以,三代人一起住在员工宿舍的现象比较普遍。此外,每年暑假,协进还会免费开设托儿班,请专人照看员工的子女。这种处处为员工着想的做法,让协进与员工们建立了和谐的关系。据了解,目前协进有员工近千名,而10年以上的老员工超百人。有了公司的细心照顾,员工就可以安心工作,公司也减少了相应的人员流动成本。

而在水头的不少石材企业,则把员工的成长作为企业的重要事项。比如华辉、鹏翔、华润等企业,真诚地帮助员工成长,送员工去培训,为员工们建立正确的职业规划,甚至帮忙解决员工子女教育问题等,从而激发员工的责任心和创造力。因此,这些企业的规模总量、质量效益、产品创新等指标能够连年进入中国石材行业前列。而且,企业与员工的良好关系,还能形成聚集效应,吸引越来越多的人才流向水头,为石材行业创造更多价值,让水头享誉全世界。

以上这些鲜活的例子表明,为员工的进步所做的投入,不是成本支出,也不是员工福利,而是“生产性投资”。提高员工业务技能,才能有效促进企业生产力水平的提升。员工知识水平的提高,自主创新意识的增强,才能在日常生产和管理事务中脱颖而出,成为企业管理人才储备。因此,企业与员工之间应互相成就,企业让员工能成长、有尊严,无后顾之忧;员工为企业尽心尽责,付出智慧出创造,这样就能保证企业可持续发展。

在落实科学发展观,强调以人为本的今天,企业的发展与员工的成长不应割裂开来。企业的发展不只是依靠管理者和决策者就能达成,同样,员工的成长也不只是员工个人去解决的问题。一个企业的发展离不开员工的贡献,同样,员工的成长也离不开企业提供的大舞台,二者的关系是相辅相成、共同促进的。

秘书长 访谈

陈加明:成就事情的共通性就是奉献

■本报记者 李杨瑜 文/图

最近陈加明有点忙,深圳、南安两地奔波,9月2日与会长带领深圳南安企业协会返乡团一行,到南安6个乡镇开展为期3天的“同心阳光行动”;11日到南安罗东镇参加决胜小康基层宣讲活动;13日赶回深圳为交通银行深圳分行200多名中层干部授课。

他身兼数职,是深圳市西丰成实业有限公司董事长、深圳福建商会执行秘书长、深圳南安企业协会常务副会长兼秘书长、厦门理工学院、泉州师范学院客座教授等多个社会职务。“人的本事是被逼出来的,按本色做人,按角色做事,按特色定位,摆正自己的位置。商会的基础是乡情,商会的力量是团结,商会的资源是共享,商会的发展是共赢。”陈加明笑着告诉记者。

因地制宜 开展精准扶贫项目

见到陈加明的当天上午,他刚参加完会议,准备下午到罗东镇参加决胜小康基层宣讲活动。“因地制宜造产业,真帮实扶助脱贫”这是下午要分享的课题,定点扶贫、结对帮扶、干部驻村,从“输血”到“造血”,从资金扶持到产业,要顺应市场经济发展。”陈加明娓娓道来。

陈加明所言不虚,近年来,变“输血”为“造血”的异地商会帮扶项目,为贫困户们带来了好奔头,切实筑牢精准扶贫扶贫“硬堡垒”。2016年,深圳南安企业协会响应南安市提出的“百会帮百村”结对帮扶活动号召,结合向阳乡马迹村实际情况,支持村委会开展精准扶贫项目,种植生态绿茶。

“我们跟村里成立了专业合作社,采用‘专业合作社+基地+贫困户’模式,发展绿茶种植,吸收贫困户为社员并入股分红,带动村民增收。”陈加明表示,除此商会还为村里贫困户支付股金,让其入股成为合作社的“股东”。通过合作社种植绿茶、商会包销



的形式,让贫困户股东们得到持续而稳定的分红收益。合作社吸纳有劳动能力的贫困户作为管理员、技术员,增强贫困户“造血”能力。

陈加明坦言,扶贫工作要根据企业优势和结对村实际开展,要真正做到“到什么山唱什么歌,有什么水养什么鱼”。而今,马迹村村民每年都能收到绿茶专业合作社的股金分红。据不完全统计,2016年至今,深圳南安企业协会为南安各项公益事业捐赠了543万元。

促进发展 游走于各项职务

众所周知,商会工作开展的成效,很大程度上取决于秘书长,其在商会工作中显得相当重要。陈加明也深信这个理,游走于各项职务。“到了商会之后,企业就交给儿子打理,在深圳南安企业协会担任18年秘书长,深圳福建商会12年,深圳泉州商会创会3年,精力有限,现在就没有继续担任深圳泉州商会秘书长一职。”

“秘书长要扮演多个不同角色,既

是配角,又当主角;不光参与,还要做一个好参谋,想方设法将大家的力量凝聚在一起。正确处理好与会长、会员关系,做到主动参谋,决不越权,要将商会领导的作用与商会组织整体作用有机结合起来。”陈加明讲道。

异地商会由于其自身的特殊性,与原籍以及当地政府都有千丝万缕的关系。陈加明深知自己有在异地开展会务活动的职责,也有组织会员回乡创业的任务,作为深圳福建商会秘书长,他也比其他商会秘书长更多一项联系沟通两地党政等有关部门的工作内容。

“要带头处理好与各分会、各行业商会、各团体商会、同一区域各籍商会之间的关系,处理好与秘书处内部办事机构人员的关系,注重树立在外经商的整体良好形象,促进商会健康发展。”事无巨细,陈加明相信在以会长为主导下开展工作,商会将焕发出不一样的光彩。

负债起家 热心各项公益事业

除了社会职务,陈加明原先也是

个创业者。

1984年,他只身来到了深圳西乡,开始了他的创业之旅。与大多数白手起家的人不同的是,陈加明是负债起家。

从合作社花苗公司到私营企业,陈加明利用特区对来料加工的优惠政策,自己没有机器就利用来料加工厂的机器生产,购买国产的原材料给香港来料加工厂加工产品,畅销国内市场,还一度将表壳压注产量做到了世界第一。公司曾连续6年被深圳市评为“文明企业”“诚信企业”等称号。

“以前通信靠吼,交通靠走,治安靠狗,要不是经历那么多苦,真的是受不了。认准了一件事就要勇往直前。”陈加明说道。

而最让他自豪的是,培养了五六十个老板。而今年74岁的他,常将以苦为乐、自寻其乐,知足常乐、助人为乐这四乐挂在嘴边,出行也会自己开车,他说不想麻烦别人。

“数十万的闽南人在深圳,这片改革开放的热土上,从拓荒者到后来成为各自领域领军人物,已然成深圳发展的重要力量。事业有成后,我们都希望能为家乡和社会做点贡献,这是南商身上最美的传统。不论是从个人而言,还是从协会大家庭出发,这几年来,大家都在这方面付出了很多努力和行动。”陈加明说道。

长期以来,陈加明非常关注支持家乡南安丰州镇教育、医疗事业。1997年独资建造阳光小学教学大楼,1999年投入20万改善办学条件并设立奖教奖学基金,累计为阳光小学捐资150多万元;热心医疗事业,为改善卫生院医疗条件慷慨解囊30多万元……

“开弓没有回头箭,20年来如一日,做公益要坚持。为了不给子女增加负担,单独成立了基金会,目前户头里已有170多万元,将用来支持家乡奖教奖学。”陈加明表示,不管是做企业、服务商会、做公益还是教育子女都是有共通性,要有奉献精神。

原材料进口大幅下滑 云贵川石材受热捧

■本报记者 蔡静琦

日前,中国石材协会发布上半年石材行业运营简报。数据显示,2020年上半年,石材进口558.7万吨,同比下降16.7%;其中,二季度进口量同比下降30.1%。进口额10.6亿美元,同比下降14.2%;其中,二季度进口额同比下降34.4%。

国外原材料供应不足,已成为不争的事实。没有原料加工就会断了销售,为扭转原材料供应不足的局面,国内石材人纷纷到云贵川寻找新的原材料,并通过短视频等新兴传播渠道,实现新品的快速推广。

云贵川成石材人的主战场

“现在只要有好矿口,石材人跑得可以比兔子还快。”21日一早,在赶飞机途中的黄美英跟记者微聊了她近日行程。在她看来,赶早班飞机,对石材人来说不算辛苦,反而是一种乐趣,如果真能碰到一个好矿口,那就

是件大喜事,开心还来不及。

在石材行业,像黄美英这样,一年有大半时间奔于各个矿山的人并不少见,今年尤甚。黄美英告诉记者,受疫情影响,国内的人不敢出去点料,国外原材料供应急剧下滑,到第三季度,很多去年的囤货基本清空了。如果再不去寻找新的矿口,坐在家里会比赶路难受一万倍。

“水头的架子位租金堪比厦门的高级写字楼,哪里能让它闲置。”黄美英坦言,过去水头大板市场卖的很大部分石材都是从国外进口的,包括她自己也是,之前主营土耳其的产品,现在基本都是卖国产。

石材专业人士苗先荣告诉记者,今年很多水头石材人都奔向了云贵川,因这一带矿山资源储量相对比较丰富,矿口产较多都灰色石头,比较符合当下的市场需求。好一点的矿口,每天都有几十拨人前往,稍微犹豫的,就被“捷足先登”。

“过去,石材人对国产石材比较不屑,即便有好的石头,也是深藏大山,不为人所知。”苗先荣坦言,按照今年

石材人的行动力,云贵川有望火一把。像贵州的古堡灰、凯撒灰、新云朵拉灰等产品,现在就已经很火了。但要让一个产品持续、健康地经营下去,一定得做好矿口保护,有计划地开采。

石材人从坐商变行商

“今年水头出现了好多新材料。好的材料市场上没人竞争,价格可以自己定;而不好的,无人问津。因而,做新材料精准高效的推广显得特别重要。”山水矿业总经理李珊珊告诉记者,今年石材人对于互联网传播有了较深的认识,在很多短视频平台上,都能看到他们的身影。

李珊珊坦言,作为地地道道水头人,做了十几年的石材,见证了行业的发展。而一直以来,水头人都喜欢用“大高炮”“显示屏”等户外广告来宣传自己的产品。这种看似直截了当的推广方式,在今年,似乎变得不是那么吃香。相反的,石材人都纷纷开始学讲故事,在短视频平台上,娓娓述说着产

品的来由、产品的情绪……

李珊珊告诉记者,通过两个多月的学习塑造,她已经成为石材圈小有名气的网红,而且在抖音上已积聚了两万多名粉丝。令人意想不到的是,她在网上直播的过程中,凭借自己专业的石材解说能力,吸引并添加了很多精准的客户,成功卖出产自云贵川的100多颗石材荒料,打破了石材线上买卖的“不可能”。

可能很多外行人对100多颗石材荒料没有太大的概念。换算成人民币,一颗石材荒料少则十几万元,多则上百万元。也就是说,李珊珊凭借行业网红的影响力,在两个多月的时间里,不用上门拜访,轻轻松松实现了上千万元的交易量。

“一场疫情,彻底让石材人从坐商变成了行商,不再坐家待客。”水头石博会总干事潘鹏章坦言,正是这场疫情,加速了石材与电商的结合,让石材线上营销成为可能。过往,现实没有把石材人逼到极限,很多新的推广渠道,他们总不愿尝试。实际上,唯有用发展的眼光,才能驱动石材产业转型升级。

石材机械辅料联合会签订三方协议 探索境外抱团发展路径

本报讯 (记者 蔡静琦 通讯员 李培林)

21日上午,盈科外服总裁叶小培、印度中国商会副会长陈焱,厦门贸促会(国际商会)秘书长陈俊丞一行参观考察石材机械辅料展贸城项目和展厅。

南安市石材机械辅料联合会会长李群生向叶小培总裁一行介绍了联合会发展概况和为会员企业引进商机、扩大发展领域的相关工作,同时希望双方能够建立合作渠道,为进一步交流合作建立基础,以求今后更好地为会员企业外发展和考察投资提供服务。

当天下午,座谈交流在厦门贸促会继续进行。经过进一步充分讨论,联合会与东方天骏、盈科外服三方达成了共识,共同发起“中国石材生产技术走出去,共建境外国家级石材工业园”项目。在与会人员的见证下,三方签署了战略合作协议。

根据协议,三方将积极响应习近平总书记“一带一路”号召,努力推动中国石材生产技术走出去,帮助“一带一路”沿线国家提高石材行业的生产技术水平,协助中国石材企业开展对外投资。其中,东方天骏负责项目的整体策划;联合会作为坚强的后盾,提供专业技术支持;盈科外服提供一站式跨境投资并购、公司设立、财税咨询、人力资源与商务方面的专业服务。