

黄庆达:服务南安经济发展 创“新阶联”品牌

南安新阶联

会员风采

■本报记者 蔡静琦 文/图

20日,南安市新的社会阶层人士联谊会(以下简称“新阶联”)第一届(监)事会就职典礼召开。华润石油董事长黄庆达当选为新阶联第一届会长。

在人才济济的大南安,为何是黄庆达?当选会长后的他,又打算如何创建“新阶联”品牌?带着这些问题,记者走访了新阶联,采访了相关人员以及会长本人。

获会员们一致认可

刚刚成立的新阶联,可以说,涵盖了大南安各行各业的高素质人才,涉及海归、国内名校学霸、本土企业老板、企业管理精英等领域,会员人数近400人。

在这样一个人才济济的团体中,要挑选一个能够被大家广泛认可的领导者,真不是一件容易的事。南安市委统战部常务副部长黄文金告诉记者,确定这个会长人选,他们用了整整两年的时间,其间大家推荐了不少优秀人选,他们中不乏企业管理经验丰富、学识渊博的,但社会阅历方面都稍显不足。

黄文金坦言,当时有人推荐黄庆达,统战部人员对他并没有过多的了解,也曾在网搜关于他的新闻,发现媒体报道甚少,没有非常鲜明的特点,所以也只是把他当作候选人之一。关注多了以后,他们惊喜地发现,黄庆达创办的企业规模不小,而他本人却甚是低调、随和,但在学习和社会公益上却颇为用心,在很多培训和公益活动上,都能看到他的身影。

令黄文金感触特别深的是,春节期间,黄庆达能够在疫情暴发的第一时间,就发动了海外分公司和商业伙伴的力量,从海外采购到了包括1.6万个N95医用口罩(总价超50余万)的医疗物资,争分夺秒地将物资送到了国内,解了燃眉之急。



南安市新阶联会长黄庆达。

“庆达虽不是什么名校毕业,但是他通过后期学习考取了高级经济师,短短15年,能把企业做到如今这样的规模,他的努力是大家有目共睹的。而且会员们大多不在一个圈子里,但他能在短时间里,就获得众会员的认可,实属不易。”黄文金表示,当时,正式推选他为会长时,是直接全票通过的。

说起黄庆达会长,作为常务副会长的林雅双甚是感慨地说道,“和会长认识好多年了,他工厂有六七家,每天要处理的事情那么多,但是他还愿意抽出自己的宝贵时间,带领这个团体一起学习、成长,这样一个积极向上的会长,没有理由不追随。”

人称“黄校长”

从最初的一个小贸易部,到现在的7个石材加工厂,黄庆达不可谓不成功。

在做大企业的同时,他不忘回报社会,主动慰问革命老区困难家庭、捐资助学、义务植树……

谈及公益事业,黄庆达轻描淡写道,“小时候穷怕了,就希望自己有能

力以后,可以让更多人不用再经历那样的无助。”

在黄庆达看来,要想让自己能够帮助更多人,就得让自己更强大,而学习是让自己变强大的唯一途径。2005年开始创业的他,在迅速积累了一定财富以后,就开始走出去学习,至今,他已连续复训了8次《赢利模式》,还报名学习了校长EMBA、经营哲学等。

与此同时,他还带着公司中高层一同学习,2018年以来投入学习费用超500万元。他认为,一个企业只有少数人参与专业化的培训,是很难将一个计划或目标执行并落地,唯有所有人才知道企业的终极价值观,才能“劲往一处使”。为了让更多的企业员工能够在学习中受益,他发起创立了“雄鹰班”,并亲自担任校长,每天都抽出时间给学员们授课。

对于他的举措,很多同行不甚理解,认为他都是为别人作嫁衣。然而,他却不这么认为,不管人才最后能否为自己所用,只要他们能造福行业,他所做的一切就值得了。

其不计回报的育人精神,收获了“黄校长”的美誉。

创“新阶联”品牌

就如何创建“新阶联”品牌,黄庆达坦言,创建品牌的思路与各兄弟团体大体一致,都是“以社团为纽带、以社区为依托、以网络为媒介、以活动为抓手。”但每个团体的举措会不一样,会有鲜明的个性。

据介绍,新阶联人才济济,分为四大界别,具体包括民营企业与外资企业管理人员和科技人员,律师、会计师、税务师、社工师、专利代理等中介和社会组织从业人员,新媒体从业人员、自由职业者和专业技能人才等。拟任的主要领导班子成员,包括执行会长傅燕燕、监事长黄琪聪、秘书长王伟煊以及近30位各路精英担任常务副会长,并聘请财经领域的专业人士负责办公室日常事务。联谊会分工明确、高效运作,按界别、按区域开展活动,常务副会长以上联系各界别或区域,按轮值会长制度组织活动。每个界别或区域都可以单独或联合开展活动,这样就可以保证活动丰富多彩。

黄庆达坦言,新阶联刚刚成立,或许短期内看不到明显效果,但只要做好顶层设计,就会展露雄姿。这里也有一个关键,就是一切活动开展也要“服务市委市政府中心工作”,凝聚力量,加强交流,打造品牌,突出亮点。

他表示,会员在创新创业方面遇到的困难,新阶联会联系专家进行指导,提供法律咨询。因为新阶联集合来自全市近400名注册会员,本身就是各领域的行家里手。他们就像橄榄球的中间部分,是社会稳定的中坚力量,通过他们的影响力和号召力,能够让更多人守法遵法,从而在正确的道路上创造更多社会价值。

有人疑惑道,华润那么多工厂,黄庆达他哪里来的时间精力,去服务好一个平台?对于外界的困惑,黄庆达回答道,有没时间主要看会不会抓重点。他坦言,这些年来,他一直让企业的中高层走出去学习,就是希望慢慢放手,让每一个中高层都能独当一面,这样他才能出来身出来做更加重要的事。

多说好话,点赞南安;多做好事,给力南安。他希望,借助新阶联这个平台,整合更多有能力的人,让他们为南安的经济发展贡献力量。同时,他也希望,在自己力所能及的范围内,服务社会。

微观产业

抢占设计师渠道应注重策略

蔡静琦

CIID 中室学泉州室内建筑师中心南安办事处成立,鹏翔携手设计大咖蔡祝源。近些日子,南安设计界可谓迎来了高光时刻。不仅有本土新鲜设计力量的注入,亦有外地知名设计师的加持,好生热闹。

推行设计师渠道、做设计营销已是大势所趋。抢占了设计的主导权,就掌握了销售的主导权。而拥有良好的泛家居产业基础的南安,若能借助好设计师这条渠道,定能助推本土企业登上更高的台阶。但抢占设计师渠道应注重策略,应该思考企业能提供什么样的价值和服务。工厂销售端、设计师端、最终的客户端三者之间,有没有可能实现一个共赢的状态。

几年前,少数率先觉悟的陶瓷企业和经销商以设计师渠道作为切入口,确实取得了不错的业绩,他们通过为设计师搭建平台,让设计师认识自己的品牌,从而产生链接,再通过经常性互动以及后续的不断维护,产生了消费转化。比如蒙娜丽莎瓷砖、简一大理石瓷砖等,均已成为国内陶瓷界的领军品牌,并逐步布局国外市场,抢夺国际一线品牌客户。

其实,做设计师渠道背后的逻辑,就是通过设计师把产品做得更好,通过和设计师的互动,将品牌高度拔高,而非把所有希望都寄托在“设计师能不能帮忙卖货”上。近年来,有不少品牌开始意识到这一点,和设计师展开合作,推出联名款产品。

但现在似乎大家都看出了门道,纷纷效仿,直接克隆“先觉者”的运作模式,甚至用高于竞争对手的返点方式作为武器来抢单。现在不仅是在建材行业,放眼整个建材家居行业都有跟风,拉设计师、跑家装已经成为行业公开的秘密,大家都想通过设计师推荐等方式,争夺市场蛋糕。

南安也不例外,不少本土企业也早已意识到设计师渠道的重要性,也纷纷挖掘设计师渠道。比如英良石材,以及刚刚携手蔡祝源的鹏翔实业,他们都致力于与顶级大牌设计建立战略合作关系,共同推进石材在家居领域的运用。

要注意的是,设计师群体已经开始分层,设计师之间的专业方向也在细分,比如有主攻餐饮空间的设计师、酒店空间设计师、民宿设计师、家装设计师、大宅设计师等,石材企业要根据自身的消费群体,有针对性地选择合作设计师。

近年来,作为行业平台的水头石博会,也逐步把重心从展石材产品慢慢过渡到展石材设计,并与国内一些知名的设计机构IFI、IID、ID+C、湛江设计力量等建立合作,旨在把全国的设计资源引到水头来,助力石都转型升级。

所以我们要理智地认识到,装修公司现在是众多建材家居品牌的重要销售渠道,已成商家必争之地。因此,在和装饰公司合作的过程中,策略很重要。唯有与设计师建立感情黏性,提高设计师对品牌的忠诚度,才能更好地通过他们背后的设计师平台,链接到更多的设计资源,从而把本土产品推向国际大舞台。

傅燕燕:数据管控 带领家族企业逆势而上

■本报记者 苏清彬 文/图

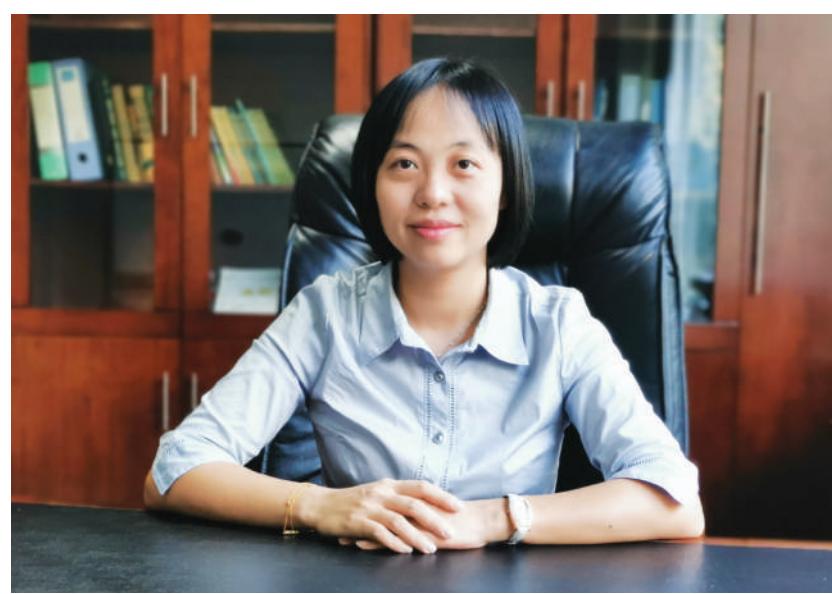
作为一名“创二代”,傅燕燕正式管理家族企业,不过两年多时间。凭借一套成熟的经营思路,她在融合父辈基因的同时,也接收了外界先进的经营理念,让福建利豪电子科技股份有限公司焕发出新的生命力。

诚信经营 打造行业标杆

出生于经商家庭的傅燕燕,从小看着父亲驰骋商海,血液里流淌的都是经商的基因。一路看着父亲从白手起家,到建立起令人尊重的商业集团,体会到了父辈创业的艰辛,也感受到了知识的力量。她暗下决心,刻苦学习,希望在她这一代能改变父辈在文化知识方面的不足,使家族企业不断升级发展。

1999年她考入福州大学材料科学与工程学院,2003年毕业后即进入家族企业工作。“一开始,从基层岗位轮流做起,其间积累了丰富的基层经验和管理能力。”2010年,已经历练了多年的傅燕燕和丈夫创办了富林(福建)进出口有限公司,供应天胶、通用合成橡胶、EVA等化工产品。经过几年的努力,公司成为福建地区橡胶塑料原材料供应商的头部企业,代理了中油、中石化、中海油、台聚亚聚、韩华等国内外石化厂的产品,客户基本囊括了福建大部分的鞋材厂跟轮胎厂,成为国内众多品牌运动鞋的原料供应商。

创业的道路从来都没有一帆风顺的,经过创业初期的快速发展,公司已经在市场站稳了脚跟。2015年,凭借公司在市场的影响力,趁着当时合成橡胶市场极度低迷,价格不断下滑,公司接下了大量的远期订单,市场一步



南安市新阶联执行会长傅燕燕。

步按照预期慢慢在发展。正当全公司人员都在期待这次能一局定江山的时候,天有不测风云,春节后几个石化厂接连发生意外情况、停产检修,市场货源迅速减少,价格快速拉升,中石化、中石油本来每个月给富林公司的合同量也没办法完全交付,短短3个月亏损了1000多万元。

“当时市场其他贸易商有不少人都把工厂订单取消了,很多客户都担心我们会毁约不交货。”但夫妻俩人始终坚持诚信为本,咬着牙硬是把所有订单全部履行完成。虽然经历了一段痛苦的时期,但血液里流淌的坚韧和顽强,造就了她不服输的性格。

痛定思痛,傅燕燕和丈夫两人对公司进行改革,重整旗鼓。浴火重生后的富林,虽然损失惨重,但却赢得了市场的普遍认可和信任。加上之前几年打下的基础,富林公司迅速崛起,整个业务版

模和竞争力也比之前更上一个台阶。

数据说话 带领企业转型升级

2018年2月,利豪电子正值缺人之际,在父亲及世交长辈的劝说下,傅燕燕重新回到家族企业,正式接任总经理一职。有了前期创业成功的经验,这名“创二代”在管理起家族企业来更是轻车熟路,如鱼得水。她花了半年时间,重新熟悉了生产、销售、工艺等流程,找出公司多年积累下来的问题,抓住关键要害,在企业内部进行大刀阔斧的改革,提升产品质量、改进工艺,提高产品稳定性,降本增效,大幅提升了公司竞争力。

傅燕燕非常重视人才的引进和培养,她深知人才是企业最核心的竞争。2019年她从上市公司重金挖来的资深高管,就发挥了很大作用。这

名高管帮助利豪电子完善了绩效考核体系,通过制定指标、奖惩措施实现目标管理,激活了公司沉闷已久的氛围,最终实现每张纸基覆铜板降低成本2元左右,而成品率提高到95%以上。

在销售方面,这位“创二代”善于用数据说话。当财务人员向其汇报财务数据时,傅燕燕惊讶地发现,覆铜板从生产、销售到回款,少则半年,长则一年,如此长的账期严重影响了公司的利润跟欠款的安全性。她成功说服了父亲,改变了公司沿用了10多年的销售模式。她取消了之前以量为导向的账期模式,而是采取以利润为导向的方式,把账期从90-120天以上压缩到60天以内,大幅提高了资金利用率。

就这样,利豪电子在今年疫情这种特殊时期仍然表现不俗,逆势而上,处于良好的盈利状态。

随着科技的进步和时代的发展,材料更新换代也在倒逼企业转型。傅燕燕通过历年的企业数据和行业数据分析发现,公司生产的纸基覆铜板已经进入微利时代,每一年的市场容量也都在消减,取而代之的是复合基覆铜板的崛起。“因此,我们调整了产品结构,往中高端发展。”傅燕燕介绍,针对现有的纸基覆铜板,努力提高性价比,保持现有优势,在新产品上,投入5000多万元引进新生产线,寻找新的增长点,提高公司盈利能力。

短短两年多时间,傅燕燕带领家族企业不断创造新辉煌。2018年9月,利豪电子生产的主导产品“纸基覆铜板”荣获福建省经信委授予“福建省制造业单项冠军产品”称号;2019年2月,公司连续第三年被南安市委、市政府授予“明星企业”称号;2020年4月,被南安市人社局授予“2019年度企业劳动保障守法诚信A级单位”。

溪美商会开展大规模走访活动

本报讯 (记者 苏清彬) 15日下午,溪美商会会长陈东升带队走访部分会员企业,希望能更深入了解会员企业发展状况,精准掌握会员企业的实际需求和对商会发展的期许和想法,从而有效整合资源,共谋发展。

在常务副会长企业沪航科技集团,陈思良董事长介绍了公司发展历程、产品特色、党建工作、股权结构等情况,以及如何通过“分散作战”做大做强阀门、消防等产品。为了让企业更好地前行,沪航不久前与福建国信企业管理咨询有限公司签约合作,计划在车间试点“目标绩效管理”项目,进一步提高生产效率,真正做到降本增效,释放更大的发展空间。

作为南安一大特色产业,消防产业主要集中在溪美、美林、省新等乡镇(街道)中,溪美商会会员企业占了不小的比重。此次就走访了两家副会长企业——双龙消防、晋源消防,皆是行业佼佼者。其中,双龙消防去年一口气斩获了“国家高新技术企业”“福建省高新技术企业”“福建省科技小巨人领军企业”等多个含金量极高的称号。而晋源消防董事长洪顺伙正在筹备南安市消防器材行业协会换届工作,并有望成为新一届会长。对此,陈东升一行表示祝贺,并希望协会积极发动,补充新鲜血液,抱团发展,做大做强南安消防产业。最后一站走进有着60多年历史的南安市第一建设有限公司。