

朱四明:自主品牌年销售超亿元,同比增长40%

■本报记者 李杨瑜 文/图

牛年伊始,位于南安官桥镇的南安阔达建材有限公司正热火朝天忙生产、赶进度。受大环境背景的影响,建材市场还比较疲软,在原材料上涨,产品售价走低的情况下,阔达建材坚守别墅外墙砖逆势而上,产销效益再创新高。2020年阔达建材自主品牌年销售额超过1亿元,较上年度相比涨幅40%。

“金霸狼”销售达1亿元

受益于产品质量、开发、营销政策三方发力,刚刚过去的一年,阔达建材的外墙砖遍地开花。“2020年我们的主打品牌‘金霸狼’销售业绩达1亿元,较上年度相比涨幅40%,占公司整体业绩60%。”创业不过6年时间,阔达建材总经理朱四明把一家名不见经传的企业,发展成拥有自主品牌的新锐企业,接下来他将继续在产品上发力、扩充产能,推动品牌发展壮大。

“一个品牌没有销量,是不可能创造出效益。而产品要走向市场,在服务好客户同时,也要加大开发力度、保持产品品质优异性。”一线生产管理出身的朱四明,在管理、生产、效益等各个方面积累了不少经验。

从安徽老家来到南安已有30余载,可以说,朱四明见证了南安建陶行业从小到大、从快速到高速再到平稳的发展阶段。“建陶行业变化迅速,处于自我迭代阶段,随着行业边界纷纷被打破,最考验企业综合运营能力,这时在研发方面、设备技改速度跟不上的企业都将被淘汰。”颇具商业头脑的朱四明毅然辞职创业,寻找发展机遇。

特殊时期的转型,管理者的战略



朱四明

定力和经营智慧尤为重要。在朱四明看来,只有选择方向正确才能让一个企业——一个品牌快速成长。

“创业初期,要想快速让企业走上轨道,买地建厂肯定是来不及的。通过大量的走访考察,了解到官桥一带有不少经营不善的建陶企业濒临倒闭,为何不与其合作,采取股份制方式,实现共赢?”当即朱四明就行动起来,引进了先进窑炉生产线,生产精品罗马柱系列产品。

经销商遍布100多个县市

随着市场变化,一大批外墙砖生产企业转向了内装墙地砖。在大家都不看好外墙砖的时候,朱四明又做了一个让人迷之的行为,非但没有转型反而加大投入生产线。

“外墙砖市场仍有潜力巨大,只是消费者的需求在升级,产品发展方向

也应当要顺应变化更新迭代。”朱四明表示,朝着致力于打造外墙砖第一品牌的目标,“金霸狼”品牌应运而生,而后农村外墙砖市场也让阔达建材得到了进一步拓展。

由于各地石矿限制开采,陶瓷罗马柱具有仿石材效果,很好地替代石材罗马柱,这让阔达建材尝到了甜头。“仿石罗马柱配仿石中板极大提升了外墙砖艺术观感,有效达到了石材的真实感觉。促使此类外墙砖在别墅、农村新建设、钢结构房、中板结合保温层等建筑中大量应用。”朱四明坦言,消费者可以享受陶瓷的价格,来达到石材的艺术效果何乐而不为。

“我们有10多个研发人员,能够有效保证产品开发、质量、服务保持走在行业前列,争取做到每个月都新品上市,并以高性价比来维系产品价格稳定。此外,也实施了专卖店经营模式,建立自有销售渠道。”朱四明向

张蓉:别墅石材外墙工程界的黑马



■本报记者 蔡静琦 文/图

要说南安中时装饰工程有限公司总经理张蓉是个奇女子,一点也不为过。加入石材行业,前后不到两年时间,她就成为别墅石材外墙工程界的黑马,不仅将投入的数百万元成本完全赚了回来,还实现了盈利。

理工科出身的她,满脑子都是生意经。大学期间,她为同学们配电脑、搞房屋租赁,实现了经济独立。大学毕业后,抓住了电商的黄金时期,投身电商行业8年,完成了买房买车的梦想,还攒下了不菲的财富。

她努力、上进,无论从事哪个行业,她都像“玩命”似的。从事电商8年时间,除了躺在产房的那三天,她不曾休息一天。而入局石材行业后,她就像个勇敢的“女战士”,每月有一半的时间都在去工地的路上。

她是石材界的“女战士”

翻开张蓉的抖音,发布的视频全是她的工作状态,不是与客户洽谈,就是去往工地的路上。每条视频点赞量都有几百,评论区也甚是热闹。经过近两年的抖音运营,她俨然已成为石材别墅工程界的大网红了。客户更是遍布福建、湖南、广东、江西、广西、重庆等大半个中国。

说起自己从事石材的缘由,她习惯性地转动了下她的大眼睛说道,“原本是看好新媒体这块,想来水头从事新媒体工作,奈何扎入石材行业,发现喜欢上了与石材打交道”。

2019年的三四月份,在朋友的引领下,张蓉来到了水头,原本精通电商的她,在对水头市场进行一番考察后,她发现石材电商尚未可行,但她认为,在新媒体推广方面,大有可为。

为了能够更加深入地了解石材生产、销售的各个环节,她加入了一家专门做别墅石材外墙的企业,利用自己的电商思维,开始网上拓客。

在前半年时间里,毫无石材经验

了整个生产流程,还学会了看项目图纸、量尺寸、报价,并通过公众号、抖音等平台,开始慢慢积累客户。

她说,承接别墅石材项目,洽谈的过程十分漫长,短则两三个月,长则一年半载。这半年,虽然承接了一些小单,但根本无法维持基本生活。在没有基本工资的情况下,她度过了人生中感觉最为漫长的日子。

哪怕入不敷出,但意志坚定的她终日奔波在工厂与工地之间,跟着经验丰富的师傅学习石材的方方面面。空闲之际,她把自己的工作日常剪辑成短视频发到了抖音,没曾想受到了众多粉丝的关注,经过近半年的努力,她终于接到了第一个百万大单。

频频获得“大客户”认可

张蓉的成功,绝不是偶然。她不仅果敢,还有常人所没有的韧性。

人行石材不到一年,她就勇敢地创业了。2020年,受疫情影响,很多工程不能及时开工,很多工厂都差点交不起租金了。然而,她却拿着多年攒下的数百万元积蓄和一个靠谱的石材朋友,租下了办公楼还有一个几百平方米的加工厂,开始了再次创业。

张蓉坦言,她很幸运,幸运的是身边很多朋友对她人品的认可,在创业初期,介绍了很多的大订单给她做。

“去年,我们承接的百万客户不少,其中有一个广东的客户,是格力的配件供应商,经济实力雄厚。他在湖南老家的别墅,仅石材部分花费就要数百万元,当时经由朋友介绍,让我们参与报价。”张蓉回忆道,当时参与报价的石材供应商并不止中时一家,但是因为她一个举动,客户毫不犹豫与她签订了合同。

张蓉说,这栋湖南别墅,方案前后改了一二十次,每改一次方案就要重新报价一次。在最后一次提交方案时,她正在出差的途中,客户让她再次报价。她跟客户许诺,当晚到家一定立马做出来。在连续驾车10多个小时到家后,她不顾满身疲惫又立马投入工作中,当她把报价做好时,已经凌晨一点多。次日,客户主动打电话过来,表示合同可以签了,并说了一句让她特别感动的话,“在你的身上,看到了我当初创业的影子”。

在张蓉看来,诚信守时是做生意



张蓉

的基本准则,另外要想获得客户的绝对信任,更要严把质量关。客户可能遇到的问题一定要在出厂前消化掉。另外在施工过程中,她也会到现场亲自检查,保证在交付时不给客户挑毛病的机会。

也正是这种慎之又慎的行为作风,让张蓉获得了一个又一个客户的认可。她说,南宁市工商联南安商会会长苏清全老家的别墅也是中时承接的。去年,苏总在看完中时历史承接的别墅项目,并实地考察了工厂后,没有再进行第二家的比价,直接签订合同,并预付部分定金。在施工过程中,客户也多次到场观看,并没有提出不满意的地方。此后,还介绍了许多客户。

张蓉表示,中时正式创立不过一年时间,但已迅速在别墅石材圈打响名气。谈到规划,她认为“共享工厂”会是主要方向,让中时的技术和服务遍地开花。

大学期间就成包租婆

很多人以为,张蓉是在石材界里发迹了。实则,早在她的大学时期,就赚得了人生的第一桶金。

大学期间就玩游戏设计专业的她,在入学没多久,就发现了第一个商机。因为专业属性,每个同学都得配

记者透露,为了保证经销商的利润空间,阔达建材以县市为单位设直营店,省去传统分销商中间环节,既保证合作客户的直接效益,也让其加有动力。而今阔达建材的经销商遍布10多个省100多个县(市),吸引了众多客户及合作者。

以人为本把员工当成家人

除了是一名创业者,他也是位“讲师”,亲自培训业务员,为其授课分享专业知识。

“销售涵盖的范围很广,读再多书,听再多案例也不见得能总结出一套万能的法则。人的格局和眼界始终是有限的,真要说有什么制胜方法,那可能就是‘思变’。”在他看来,固有的思维会让人触及天花板,只有适时跳出这个怪圈,才能柳暗花明又一村。

采访当天,刚好有人前往应聘业务员岗位,等待朱四明面试。“一线管理出身,更能清楚地体会到除了工资,员工还需要企业的尊重和更多的人文关怀。只要把员工当家人,员工自然也会把公司当家,每年外地员工的返厂率都达到95%以上。”朱四明表示,自己只是投资者,企业效益可以说是完全靠员工创造出来的。

“目前,公司各项设施正快步的发展建设,旨在创建全新的风貌,为员工营造舒适的工作、生活氛围。仅在春节期间,我们总共为200多名留厂员工发放价值20多万元现金红包及新春礼包等福利,过年不停产,让留厂员工有事做。”朱四明说,这是一个双赢的选择,接下来将集结研发、销售、生产等团队力量,在5月左右,将圆形陶瓷罗马柱产品推向市场,新的工厂也将在3月投入生产,力创2021效益新高点。

微观产业

满足个性化是必走之路

苏清彬

随着消费者个性化意识的增强,鞋服企业个性化定制渐成趋势。新建总部大厦、加码服装生产、引进咨询公司……作为南安鞋服龙头企业,新春伊始,福建省顺景科技集团“内外兼修”,做好新一年的规划。颇为引人注目的是,计划投200多万元引进两条快速线,以应对订单量少、个性化需求大的现实窘境。

顺景科技集团以出口型为主,年产中高档运动鞋800多万双。作为劳动密集型行业,员工拥有数量达2000多名,在创造大量税收的同时,也解决了不少就业问题。然而,时代变化太快,面对严峻的市场变化,近年来,顺景科技集团接过订单只有数百双、几十双甚至只有一双的尴尬情况。生产一双鞋子,流程非常多,涉及鞋面加工、车线拼接、快速烘干、包装出货等数十道环节。按照以往大批量订单,流水线生产成为鞋企的共同选择,员工按计件拿工资,多劳多得。

然而,当遇到订单量少的情況,如果还是按原来的工序,对企业而言意味着生产成本增加,自然鞋子单价也跟着变高。如何控制成本,降低单价?顺景科技集团要引进的快速线,将解决这一问题;缩短流水线长度,人员从60多人减少至30多人,大大降低人力成本。

源于上世纪80年代的中国运动鞋服市场,走过了漫长的代工、创牌之路。特别是福建,诞生了包括安踏、特步、361度、匹克、双驰、贵人鸟等服饰运动品牌,流水线生产依然是主流。然而,互联网时代改变了消费者的生活习惯,也改变了消费者与企业的角色,使得两者角色互换,企业之间话语权发生倒转。

从知名大企业的发展可见趋势。无论是耐克运动鞋前些年推出的“专属定制”业务,还是优衣库在官网提供定制衬衣服务,抑或是阿迪达斯以“自己选择款式、材质,再刺上个性签名,打造独一无二专属鞋”模式,都昭示着,在消费升级的市场大潮下,企业需要的是往前主动迈进一步的主动性和敢于转变的创新性。

在南安,主动应变的不仅顺景科技集团一家,泉州市正域数码科技有限公司也是其一。正域数码涉及产品达600多种,包括服装、鞋帽、箱包、饰品、家居用品、工艺品等。其以柔性化生产实现产品个性化、在线定制,借助跨境电商平台出口欧美国家,完全可以做到“零库存”。

有研究报告指出,随着行业市场需求的不断变化,以及消费市场的不断升级,消费者将更加看重科技功能性产品。未来运动鞋服行业竞争将遵循马太效应,即“强者越强,弱者越弱”的局面。毋庸置疑,全面个性化定制将成主流。与此同时,鞋服3D可视化、3D打印、人体数据库建设及互通互认、三维人体测量等技术将普及应用。

纺织鞋服作为南安日用轻工行业的重要细分板块,受疫情影响需求端消费疲软,产销表现较为平淡,2020年实现产值275.6亿元,同比下降4%。

2021年作为“十四五”开局之年,纺织鞋服企业要从低端市场走向中高端市场,从数量型向品质型和效益型转变,产业升级换代是必走之路。谁能够从中先抓住机会,谁就会赢得发展的新机遇。而如何满足个性化定制,必将是企业弯道超车的关键期。

明发集团尚有21家附属公司未完成董事会重组

本报讯(记者 苏清彬)2月26日,明发集团(国际)有限公司发布一则集团中国附属公司董事会重组进展情况公告。

此前公告透露,于复牌日,明发集团仍有30间中国附属公司正在准备申请变更其各自之董事会,而公司估计此等中国附属公司董事会的建议重组事宜,将于2021年2月下旬完成。

在最新公告中,9间中国附属公司已完成其各自董事职务变更;2间中国附属公司已向负责登记机构提呈其董事变更的申请,正等待发出相关批准;余下19间中国附属公司正在准备向负责登记机构申请变更。

明发集团解释称,余下中国附属公司未按原先估计般完成其各自董事会重组事宜的主要理由为:需要额外时间整理有关建议董事变更的文件,以达成负责登记机构之登记要求,加上2021年2月期间适逢中国的农历新年公众假期所致。

明发集团表示,基于最新文件准备进展及与余下中国附属公司所在地方登记机构的联系,公司最新估计为余下中国附属公司建议董事会重组事宜预期将于2021年4月下旬完成。