

德林智能携新品亮相上海铸造展 签单600万 达成意向合作订单4000万

本报讯（记者 李杨瑜）“展会于昨天下午结束！总结如下：好产品才有未来，任何解释都显苍白！”5月28日，随着第十九届中国国际铸造博览会圆满落幕，德林智能科技有限公司董事长陈建团次日发布了这样一条朋友圈。作为展会常客，德林智能每年都会携新品亮相，此次参展收获满满，一举签下600万元订单，达成意向合作订单4000万元。

今年德林智能首次向全球发布全新升级产品：全自动双工位造型机、铸型开放式输送线、高效转子混砂机，新品动态演示，吸引了诸多参展观众驻足观看，现场体验。

“展会是开启合作的起点，是合作之路的桥梁。今年，我们的展台准备得更加充分，斩获了多个省份客户，签约10台造型机主机。”陈建团介绍，展

会现场，公司与潍坊瑞晨机械有限公司、青岛开元阀门有限公司、潍坊锦模机械有限公司、湖北三叶机电制造股份有限公司、常州市轩顿机械制造有限公司、宜兴市天宇通用机械配件有限公司、常州邦德铸造有限公司、常州市博科铸造有限公司等企业签订合作订单。

除了自家王牌产品，德林智能还携带了与拙雅设计联合推出的新产品。在企业发展过程中，尤其是面对国际竞争对手，在注重研发核心技术的同时，也要提升产品工业设计及品牌形象，双方协同创新，打造整体竞争力。德林智能本次推出的全自动双工位造型机也在强调设计美感。“该设备整体造型灵感来源于器物‘鼎’，与企业文化‘立德牧人，聚众成林’相呼应，整体造型上从上到下内收，体现了

‘鼎’的悬浮感。”德林智能常务副总陈吉泳告诉记者。

可以看到，该全自动双工位造型机半圆包裹旋转砂芯，穿插着方形体块，使整个产品刚柔并济，更加具有包容感。而在细节上，底部倾斜面设计，增强视觉冲击力，前脸部分的支撑柱设计，增强了整款双工位的力量感。

“这款产品能够提高砂型成品质率，降低设备故障率，产出效果好，模具适用性广，开展当天就获得众多参展商、采购商围观。”陈吉泳说，如遇到大器件需要两人合力操作，宽敞的工作平台，可保证两人同时操作，避免操作空间不足给工作人员带来不便。

设计是一种富有创造性的活动，考虑到发生设备故障及日常清洁问题，在一张展示图中，记者看到该设备设计前脸下开门，操作人员可快速将

工作区域的前门放下，进入设备内部进行维修及清洁，避免进出不便带来的麻烦。而后部则是掀盖式开门，便于尾部器件维护。外部采用多功能保护漆，设备色彩美观。

2021年德林智能多点开花，进入快车道，新产品与国家级工业设计中心——拙雅设计建立合作，产品布局趋于完善，品牌竞争力日益增长。“相比于往届展会，今年规模更大，产品种类更多，创新力更强。铸造业仍有广阔的市场潜力和蓬勃的生命力，尽管大环境存在种种困难，但我们有信心，也有能力去迎接挑战，再创辉煌。”言及此，陈建团信心满满。

对标国际标准，德林智能正逐步往铸造整体解决方案供应商方向发展，也将持续通过工业设计的实践，为南安装备制造行业升级做一些摸索工作。

金鹿：打造党建文化馆 用红色资源促发展



■本报记者 李杨瑜 文/图

金鹿历时5个多月打造的非公企业党建文化馆即将建设完工，6月上旬有望举行揭牌仪式并开放。5月22日，记者来到金鹿集团党建文化馆，只见400多平方米的馆内以金“LU”系列为5个篇章，依次宣传展示了党的历史足迹、金鹿集团如何利用红色资源促进企业经营发展、党建管人才，加强人才队伍等内容。

吃苦耐劳勇挑一线重担

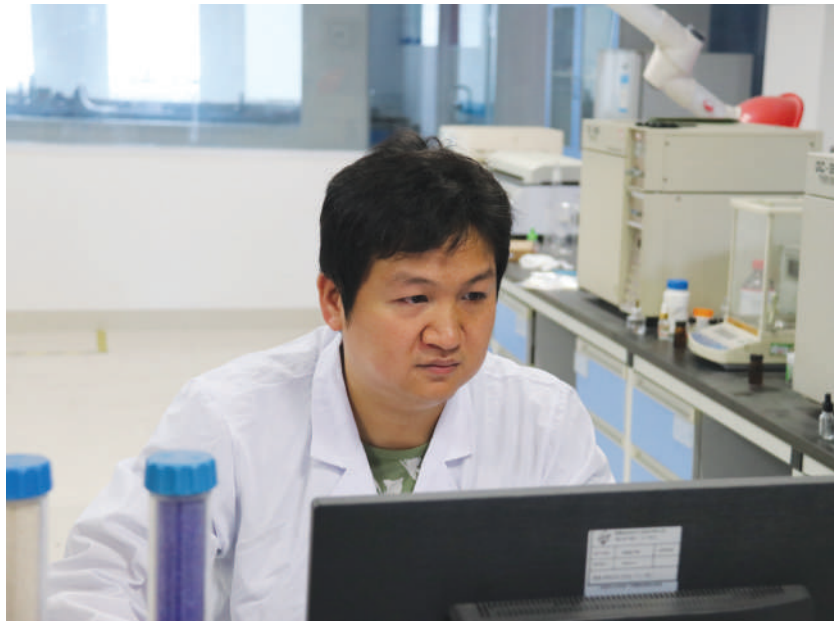
“为了迎接中国共产党成立100周年，金鹿集团创业40周年，在这样的历史交汇点上，金鹿党总支书记、董事长张华安提出通过打造党建文化馆，进一步教育引导职工群众凝心聚力，在创新发展中开启新篇章。”金鹿党总支副书记柯美辉介绍道，公司将在企业内部全面铺开党史学习教育，掀起学习热潮。

金鹿党总支前身最早成立于1989年2月，2020年8月升格为党总支，包含福建省金鹿日化股份有限公司、金鹿大酒店、南安市宝华彩印软包装有限公司、泉州市华达精细化工有限公司等4家子公司，现共有正式党员53名。

柯美辉告诉记者，党总支通过“三会一课”的学习形式，达到逐渐强化教育管理、提升团队素质、锻炼员工信念、激发内在动力、塑造奋斗精神和引领价值的效果。

有着30多年工龄的老员工傅清云，就是金鹿集团优秀党员之一。她刚开始从事蚊香白坯冲压工作，因表现突出被提拔为驻厂质检员，主要负责蚊香抗折力、平整度、水分、连续燃点时间等国家标准控制项目检验，并负责烟煤进货检验工作。

“每年蚊香白坯产量有3亿盘、线香7000万盘，每天都需要爬在1米以上的蚊香框上检验。”柯美辉表示，正因为傅清云吃苦耐劳、公平公正，确保



了产品交付合格率高达98%以上。

傅清云爱岗敬业，尽职尽责，严格遵守公司各项规章制度，发扬党员认真刻苦的精神，做到了“眼勤、嘴勤、手勤、腿勤”，以高度的责任感、使命感和工作热情，认真负责地做好每一批次产品检验，把好蚊香产品质量的“总开关”。

在儿子高考期间，傅清云仍坚持满勤，其他分厂需要帮工时，她在不影响本职工作的情况下，又主动顶岗，起到了党员先锋模范作用。

多年来，金鹿集团的党员发挥了坚强的战斗堡垒作用，在本职工作妥当安排后，在生产一线岗位“挑担”，用自身的行动影响身边的每一位职工。

“在金鹿集团里，员工不仅仅是把自己所从事的工作当作养家糊口的职业，更是当作一份事业来经营。”柯美辉说，公司工程师高少伟积极推动“名师带高徒”活动的开展，从2013年至今共带出化学检验工高级技师5名，工程师3名，中级有害生物防制员5名。

发挥党员队伍“头雁效应”

在党建文化馆里领“鹿”人篇章里，张华安经典语录收录的第一句就是：“作为企业领导人必须具备的条

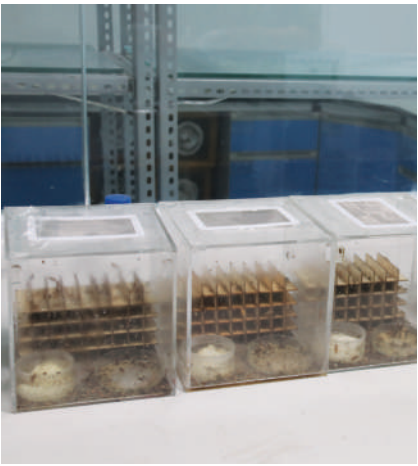
件：懂政治、精业务、会用人、会做人。”

2003年，怀着“镀金”心态的柯美辉进入金鹿集团质检部，当起了一名质检员。同年3月份，公司组织的一个关于两会精神传达的学习机会，让他下定决心要在金鹿沉淀、提升。

“当时，张华安董事长刚出席全国两会回来，在公司召开了一场两会精神传达学习会，从历史与现实、理论与实践相结合的角度，宣讲内容通俗易懂，阐释道理深入浅出，对于大家理解把握都有很大帮助。而在学习会结束后，董事长甚至还注意到我，询问工作生活情况。”此时，作为一名新党员的柯美辉心中肃然起敬，决定带着一份初心，在岗位上创造更多价值，兢兢业业干好每一项工作任务。

经过努力，柯美辉先后被提拔为质检部副经理、生产车间厂长等职务。“2006年，主动申请到市场部做业务，一来可以提高收入，二来也想让自己得到更全面的学习锻炼。”柯美辉回忆，当时董事长就问了他一句会不会喝酒，一向不善于对外交际的他被问住了。董事长让他放心，公司对他们每个人的职业生涯都有规划，在适当的时候自然会有安排。

2009年，随着金鹿集团江西分公



▲为了做实验，金鹿研发中心人员每天跟蟑螂打交道。

◀在金鹿研发中心，工程师高少伟正在进行新产品研发。

司的发展，柯美辉被委以重任，担任分公司总经理主持在江西的全面工作。从生产管理到生产经营，在柯美辉的带领下，江西分公司屡创佳绩。经过分公司的历练，又回到了南安总部，迎接新的挑战。从总经理助理到工会主席，再到现在的金鹿日化党支部副书记。

在全体员工的努力下，金鹿工会获评“全国模范职工之家”。2020年还被福建省总工会授予“党建带工建示范点”，党支部也多次获得泉州市、南安市、洪濑镇的“非公党建示范单位”“先进达标党支部”等荣誉称号。谈及这些，柯美辉会心一笑，这是对金鹿党建工作的肯定，也是对自己的肯定。

发现人才、培养人才、大胆引进人才、用人之所长，是金鹿人才管理的四要素，体现了党建管人才的原则。从创业的十八勇士到历年来涌现的优秀员工，从优秀班组到研发中心、劳模工作室，金鹿人才培养制度与企业生产相融、互为表里，驱动企业升级发展，充分发挥企业党员队伍的“头雁效应”。

而今，金鹿集团在职员工就有30多人取得教授、中高级经济师、工程师、技师职称；6人多次当选县市两级党代表、人大代表、政协委员；30多人被评为南安、泉州高层次人才。

微观产业

卫浴品牌加速年轻化

苏清彬

以“拆盲盒”新潮形式发布“奥运营销”计划；中国跳水奥运冠军林跃成为首位冠军合伙人，开创“体育明星+卫浴品牌”新格局；现场签约65家经销商，签约金额达3900万元。刚刚闭幕的上海厨卫展上，作为九牧集团旗下年轻国货品牌，小牧优品首次亮相便成焦点，其以“年轻无限 品质无价”的态度主张，用炫酷又大胆的国潮跨界破圈，和Z世代年轻消费者进行一次走心又个性的对话。可以预测，在消费升级、消费群体改变的背景下，卫浴品牌年轻化已势不可挡。

随着Z世代年轻一辈对家国情怀的簇拥和对民族文化的偏爱，中国品牌迎来了自己的“当打之年”，一大批国民品牌受到“90后”和“00后”们的极力热捧。后浪涌起的Z世代正逐渐成为新一届的消费担当，而他们也正在成长为当下社会的责任担当。

正如Z世代拥有的特质，“年轻、时尚、科技感、国潮风”亦是小牧优品的亮点。针对年轻消费者“宠爱自己、强调自我、文化自信”特性，全新设计明星产品——MIX现代套系；针对年轻消费者对国货的偏爱，联合敦煌研究院发布的国潮新品——敦煌飞天套系；针对年轻消费者对黑科技产品的热爱，推出第四代AI增压除垢花洒……

令人诧异的是，小牧优品真正推向市场不到3年。但林晓伟用实力证明，卫浴也能打造潮牌。权威机构胡润百富此前发布的《2020胡润Under30s创业领袖》中，27岁的卫浴品牌创业者林晓伟名列其中。小牧优品因聚焦年轻消费和民生，高品质、高颜值、高性价比的卫浴产品受到年轻消费者的热捧，发展势头迅猛。截至目前，其全国门店布局超2800家。

卫浴行业瞄准年轻消费群体的，不止小牧优品一家。同样今年登录上海厨卫展的浪鲸卫浴，也针对年轻人推出轻旅、伯格、国潮等系列新品。轻旅系列适合独立、潮流、喜欢二次元的年轻人；伯格系列适合向往“两人三餐四季幸福”的年轻夫妻；国潮系列则让喜爱国货的年轻人感受到古今碰撞的国潮味。

而从2021年3月24日起，浪鲸卫浴还联合网易家居发起全国性的年轻人潮流生活方式调研，并基于社交网络产品年轻用户行为特点，于上海厨卫展首发调研成果《新浪潮生活图鉴》，记录和解析时代潮流，展示当代年轻人对于生活和居住的思考。《新浪潮生活图鉴》总结出基于新浪潮生活方式的七大用户画像，分别是：流行追风人、个性潮行者、二次元潮玩达人、带“电”大师、新舒适主义、黑科技极客、“颜值”爱好者。

作为这两年的热门话题，“消费升级”一词频频在各大场合出现。借助消费升级的风潮，有的品类乘风起势，有的则没那么顺利。消费升级的真正内涵是追求更好更便宜的商品，而非更贵的商品。当下，企业要想抓住“消费升级”的风口，除了提升品质外，还要不断满足消费者的个人需求，即打造真正符合消费者需求的好东西，才能抓住消费者的心。

上海南安商会监事长洪凯 当选南安市民间文艺家协会会长

本报讯（记者 苏清彬）5月30日，南安市民间文艺家协会第二次会员大会在南安市文化馆举行，会议选举产生协会第二届理事会领导班子，上海市南安商会监事长、南安英都人洪凯当选会长。

据了解，南安民间文学、民间艺术丰富多彩，民间信仰、民俗文化异彩纷呈。目前，南安有11个国家级重点文物保护单位、18个省级文物保护单位、65个市级文物保护单位、公布了8批103项南安非物质文化遗产名录，非物质文化遗产得到深入的挖掘和保护。

“南安是我们的故乡，摇篮血迹。脚踏这一片充满神奇而魅力无穷的土地，我们心生敬畏，满心欢喜。”对于未来，洪凯做了长远规划：要建立健全协会会员档案，结合会员特长，适时推荐加入上一级协会；加快国字号“中国楹联学会英都创作基地”的建设进程，尽快筹集资金以完善创作基地硬件、软件设施，在楹联文化的推广、创作和教育等方面，发挥创作基地应有的作用。团体会员翁山书苑连续3年举办的百名中小學生书法、作文、绘画比赛，已产生良好效应并形成一定的影响力，要持续支持、推动和宣传，精心打造成为一张靓丽的文化名片。

此外，协会还将组织会员开展采风活动，同其他县区民协进行多项目、多形式、多层次的合作；推动会员之间的技艺交流，互相携手，互助互利。洪凯表示，今后将进一步做好对本土民间文化遗产的挖掘、整理和保护。发挥民间文艺家的优势，立足专业特长，为南安社会、经济和文化建设做好参谋工作。

水头中学将开启机械研学之旅



本报讯（记者 蔡静琦）6月1日16:30-18:00，“石尚路，我们带你走”直播间将携手水头中学开展“‘六一’研学·走进临工”研学活动，探索机械行业奥秘，让课本上的知识和现实连接起来。

纵观往期直播，直播间的在线粉

丝们多以社会各阶层人士。而对于致力于传播石文化的“石尚路，我们带你走”直播活动而言，让更多“新生代”了解石材，行业未来才能更好发展。为此，本次联合山东临工，为广大学子搭建一个研学基地。

石材的发展离不开机械装备的不断创新。然而，在水头，石材就像触手可及的亲人，而机械就像藏在深闺的美人，看起来遥不可及。研学基地的建立，不仅可以让机械设备更广泛为人熟知，也能大大提高企业品牌形象。

选择山东临工，不仅是因为公司综合实力，更在于其对机械文化普及的重视。始创于1972年的山东临工，

是一家国际化工程机械企业，主要生产装载机、挖掘机、道路机械及核心关键零部件等系列工程机械产品，这些广泛应用于各行各业的机械设备，对学生们来说，更容易激发兴趣。

据透露，首期参与研学的是来自水头中学的600名师生。作为本土公立学校，水头中学不仅输送了一批批优秀的石材老板，也正在培养未来的石材精英。这样一所与石材紧密相关的学校，注定与石材产业链上的各种企业有着千丝万缕的联系。研学的开展，无疑是将后期的认识提前接入到前期的基础学习中，也便于未来更快地融入石材发展建设中来。