

黄聪明:公益事业的“痴心人”

■本报记者 苏清彬 文/图

7月30日,南安市历史文化研究会成立,现场为26名顾问颁发聘书。深圳市欧美居家具制造有限公司董事长黄聪明上台获颁这份沉甸甸的荣誉,这是进入顾问名单为数不多的企业家。

虽然长期在外打拼,但黄聪明对家乡慈善公益、历史文化等领域的投入不遗余力,特别是慈善方面,在罗东发起成立了南安市黄良庵慈善基金会、浦头杏田三房基金会。

从偏僻村庄走出的家具翘楚

南安人在国内家具品牌中扮演着重要地位。在深圳流传着这样一句话:“中国家具看广东,广东家具看深圳,深圳家具看南安。”据统计,南安人开办的家具企业在广东等地占据巨大市场份额,仅深圳的家具企业就有八成企业跟南安有着千丝万缕的联系。

对此,从事家具行业数十年的黄聪明做了有意思的补充:“中国家具看广东,广东家具看深圳,深圳家具看南安,南安家具看罗东,罗东家具看杏田。”

为何会有这种说法?这还得从他的老家罗东蔡厝村杏田自然村说起。杏田,罗东最偏远的山区小村,驱车从镇区绕着弯弯曲曲的水泥路,一路盘旋而上,足足有四公里。

上世纪五六十年代,这条路是不存在的。居住在山上的杏田人,过着“面朝黄土背朝天”“日出而作日落而息”的艰辛农耕生活。为了走出深山,除了务农,当地人或补鞋,或补雨伞,或卖青草药。后来有人到外面推销对讲机、报警器,并渐渐走上家具生产销售的创业之路。

像黄聪明在深圳打拼的家具人还有很多。在这个人口1200多人的自然村,90%以上的人常年在外,开办家私厂、海绵厂、木材厂、沙发厂等大大小小企业400多家。

在黄聪明十几岁时,村里人黄文良率先前往香港卖起了家具,掌握了家具销售门道,看好这一行业前景,他集资只身到深圳办厂,成为杏田在深圳开办家具企业第一人。此后不断“招兵买马”,队伍越发壮大,杏田一个个被带到这个“创业者天堂”。

1995年,27岁的黄聪明创业激情在内心涌动。靠着前期补鞋、补雨伞、补脸盆的积蓄,他早已在梅山买了房子,但创业需要一大笔资金。他像其他同村人一样,四处借钱,带着好不容易筹来的50多万元,来到深圳,办了一家



黄聪明 1957年生,南安罗东人,深圳市欧美居家具制造有限公司董事长、惠州市家具行业协会副会长、泉州市江夏黄氏源流研究会副会长、南安罗东浦头杏田三房基金会副会长、南安市黄良庵慈善基金会副会长。

小型家私厂——深圳市鸿美居家私厂。

“起初只有两个股东,一个负责出纳,一个负责会计。为了请到专业工人,我们不惜重金请来设计师、厂长、部门经理、生产组长,启动资金在1年内便所剩无几。”没有资金,工厂随时面临关门的风险。1996年,黄聪明回到家乡,向梅山镇一位朋友借30万元,并以房产作抵押。由于信誉度高,口碑好,他拿着这笔钱走出了人生低谷。

凭借专业团队、过硬的产品品质,企业逐渐走上正轨。创业8年之后,员工达上百人,年产值2000多万元。“10年前,企业发展到一定规模,我们开始求稳,没有大肆扩张。”靠着稳扎稳打的战术,黄聪明今年才决定再次扩张。他与其他5名股东,在深圳市深汕特别合作区购买了3万多平方米的土地,联合投建金豪智能家具产业园。产业园规划厂房面积近10万平方米,有望于2021年年底开建。

痴心慈善公益事业

除了事业有成,黄聪明还有两个额外的“工作”:罗东浦头良庵大宗祠宗长

和南安市黄良庵慈善基金会副会长。对于这两份“工作”,他投入了大量精力。

2011年冬季,南安市黄良庵慈善基金会筹备组准备前往深圳募捐。得知消息后,凌晨3点多,冒着寒冷的天气,黄聪明就早早在深圳同乐高速路口等候。虽然离开家乡多年,但得知基金会以黄良庵宗祖之名,集族裔乐善好施之大成,他不但是第一个捐赠者,还主动承担接待和带动筹备组人员前往各地募捐。

2012年基金会成立后,他被大家推举为副会长。上任后,他为基金会的发展壮大积极出谋划策,为基金会筹集资金不计付出,常常深圳、南安两地跑。10年来,南安市黄良庵慈善基金会共筹集善款600多万元,用于奖教奖学、扶贫济困超过500万元,受益人近2000人。

在他人看来,基金会能够持续有力地开展慈善公益活动,宣传慈善文化,与黄聪明的付出是分不开的。

黄聪明对于慈善公益事业的热心和痴心,有口皆碑。良庵大宗祠举办黄良庵诞辰七百周年活动,他认为这是尊祖敬宗、弘扬祖德的好事,带头捐款并

动员深圳宗亲踊跃捐赠;当埔头要成立“良庵南音社”,他得知后当即让女儿捐赠活动经费;为了让村民更好地发展事业,他带头捐款并成立杏田三房基金会,筹集资金800多万元。

“基金会每年坚持给村里60岁以上老人发放1000元慰问金,对于品学兼优的学子考上大学,每个发放3000元至5000元的奖学金。”在办好企业之余,黄聪明一门心思做公益,累计向社会捐赠数百万元,很多人说他“太傻”,可他从不介意,他常说一句话:“我奉献,我快乐;人人奉献,人人快乐。”

“携家带口”上小学

黄聪明学识不高,但在社会这所大学却是渐行渐长,获益颇丰。他尤其注重子女教育,令他引以为豪的是4个子女有3个是大学生。

原来,结婚生子之后,为了让下一代享受到优质的教育资源,靠着辛苦打拼,黄聪明有了一定积蓄,上世纪90年代在梅山买了房子,把家从偏僻的山区搬到了热闹的街区。直至到深圳创业打拼,他对于子女教育仍十分上心。“生意再忙,我都会抽空带着孩子到老师家里,了解子女学习情况,让他们在学业上更自觉、更上进。”

种种这些,与他早年的经历相关。“小时候家里人口多、劳力少,还没到上学的年纪,就担起了照顾妹妹的责任。”黄聪明有两个妹妹,每当父母到山上、田里劳作,他就负责照看她们,大的用手牵,小的则背着。也因这个缘故,他失去了上学的机会。

“那时很羡慕能够上学的同龄人,但因自己‘携家带口’,会影响其他孩子学习,所以老师劝我不要上学。”面对这位求知欲望强烈的小伙子,最终老师同意他在教室窗外旁听。就这样,带着两个妹妹在教室外断断续续旁听了3年。严格来说,他没有上过一节实际意义的课。正因为他这样,他懂得说普通话,但不怎么会写字。

谈及此,他笑了笑说:“这没有责怪社会、责怪任何人的意思,那时候大家都苦,我还不是最苦的,至少孩提时还有三餐,饥荒时也没有饿坏。”尽管经历了苦难的童年岁月,但回忆这段往事,他风轻云淡的话语中还是透露着乐观与豁达。

忆苦思甜,感恩社会。如今,65岁的黄聪明依然活跃在公益道路上,他常常身披红色志愿者服装,走进敬老院、慰问贫困户、关爱困难学子。

欧联厨卫举办新品发布会

本报讯 (记者 李杨瑜) 7月28日—30日,为期3天的欧联厨卫新品发布会暨年中会议圆满举办。来自全国各地百余位代表齐聚在欧联总部,共同见证了一系列的政策发布、合作签约、新品上市等环节。

活动中,欧联厨卫相关领导分别从欧联的定位、发展、规划等方面,梳理了欧联的品牌发展历程以及全新的发展布局,来自福建、江西、江苏等省市的10多位客户成功与欧联厨卫达成签约。

无推广,不品牌。作为本次大会的重头戏之一,各类媒体的集体签约成了现场的焦点。欧联厨卫分别与腾讯、百度、新媒体、高铁、云展会等各类形式的广告签约,全方位的推广方案,将更大范围、更加持久地提升欧联品牌的知名度与美誉度,极大提升了现场客户的信心。

本次大会上,欧联厨卫还重磅发布了前置净水项目。“该前置净水器目前在国内普及率不到5%,且健康饮水观念越来越受到重视的背景下,前置净水的未来可谓是一片蓝海。”欧联厨卫项目负责人王宗耀介绍,本次发布的新品,不仅款式新颖、安装方便、过滤效果好,且不用换芯、自动清洗、价格实惠,相信这些优势将助力欧联厨卫抢跑净水市场。

值得一提的是,本次的活动还邀请到专注行业管理与营销咨询18年的曾金老师现场授课。通过本次培训学习,让与会人员再次对店面管理、促销活动、新媒体引流、新工具应用等方面有了全新的认识,在今后的市场营销中,也将更加得心应手。

太原南安商会召开退役军人座谈会

本报讯 (通讯员 傅志鹏 记者 李杨瑜) 日前,太原市南安商会在商会会议室召开退役军人座谈交流会。商会党支部书记洪天星、常务副会长黄振星、副会长兼退役军人服务站站长陈小军等人参加座谈。

座谈会上,与会人员回顾分享了各自军旅生涯故事及退伍后所从事的工作,进一步拉近彼此之间的了解。其间,洪天星等人就在座退役军人身体状况及家庭生活、社会保障等情况表示询问关切。

洪天星表示,商会退役军人服务站将以此次活动为契机,勇于担当,履职尽责。紧密联系到实际工作中,为全体退役军人提供全方位、精细化服务,维护退役军人合法权益,做好退役军人的服务保障工作,及时解决退役军人关心诉求。

据了解,太原南安商会“退役军人服务站”成立于2020年7月,现有退役军人20名。在积极响应“双拥”工作的同时,太原南安商会结合实际开展相关拥军优属活动,由商会领导班子带头挂钩帮扶,主动帮助退役军人解决实际问题,了解其就业创业情况,帮助他们出点子、找门路,并对相关“双拥”政策信息予以宣传、落实。

下一步,太原市南安商会将以点带面,深入推进服务站“标准化、示范化”建设,切实解决退役军人政策落实、服务保障“最后一公里”问题,不断增强军人荣誉感、获得感、幸福感,在商会系统中营造尊崇军人职业的良好氛围,打造在外闽籍退役军人的另一个家。

金鹿集团举办40周年庆典

本报讯 (记者 李杨瑜 通讯员 黄佳萍) 8月1日,金鹿集团举办以“金鹿四十载开创新未来”为主题的40周年庆典。来自全国各地的经销商、供应商及公司员工们共赴金鹿酒店,回顾与庆祝过去40年里所取得的成就,共商未来发展大计。

会上,金鹿集团总经理张向荣表示,过去的40年金鹿虽历经曲折、艰难,但也取得了发展、收获了成绩,得到了社会各界的肯定和好评,可以说交出了一份满意的答卷。展望未来,任重道远。新的征程开启,将继续秉承“企业唯有益于社会,才有其存在的价值”的经营宗旨,在这个行业里精耕细作,努力守护好每一个小家。

一直以来,金鹿集团也在逐步融入互联网,逐步实现智能制造,同时与世界接轨,要在国际上有份额、有名气、有品牌。传承和创新并行,重视匠心精神,以质量作为发展的根本,张向荣相信,在全体金鹿人共同努力下,一定能实现“企业强、员工富”,以及“打造百年企业,成为行业领跑者”的宏伟目标,再创新辉煌。

此外,会上还颁发了30年以上、40年员工服务奖及优秀经销商、员工勋章等奖项。

特易通新厂房动工建设,项目用地48亩总投资2亿元投产后年新增600万套对讲机产能

■本报记者 李杨瑜 文/图

日前,伴随着施工设备启动,泉州市南安特易通电子有限公司新厂房建设正式动工。新厂房项目用地面积约48亩,总投资达2亿元。该项目预计于2023年竣工并投入使用,投产后,每年可为特易通新增600万套对讲机。

“尽管2020年遇到了疫情,今年又碰到‘芯片荒’,但是公司销售额相较去年同期还是增长不少,并与联想、TCL等众多一线品牌达成战略合作。”特易通生产部负责人王尚谦表示,市场需求的激增,与他们每年不断的技术投入有着莫大关系。

使对讲机走向智能化之路

作为对讲机之乡,南安对讲机在全国的“领头羊”地位毋庸置疑。在数字化时代大背景下,对讲机如何朝着智能化、个性化方向发展,实现人机交互,考验着企业主,也考验着南安企业。

“随着对讲机行业专网的技术发展步伐迈向宽窄融合、公专结合,尤其是专网通信用户需求不断提高,行业内也一直在加速变革,而多模智能对讲机已经成为行业专网用户的新宠。”在王尚谦看来,在人工智能、物联网等新兴技术兴起的时代,只有将产品从硬件、通信、应用等多个层面进行融合,才能在保证用户体验统一的同时,使得对讲机走向智能化之路。

在不乏国内外巨头,竞争激烈的专



特易通生产车间。

SMT自动贴片及其他自动化设备。其自动螺丝机可自主完成加工,并实行数控一体化,一个工人就可操作两台设备,仅一条生产线就可加工5000个对讲机板。”王尚谦告诉记者,在这些高精度的机器面前,灰尘对于这些微小元件的贴装精度和焊接质量都有影响,目前他们也在进行局部的无尘车间改造。

增强区域品牌影响力

为了达到精益生产,跻身国际市场,特易通每年除了斥资上百万用在技改上,也会在产品研发上下功夫。在特易通南安、深圳两个研发基地,有近

70个技术人员,形成的技术梯队覆盖数字、模拟,涵盖公网、软件、硬件、平台等岗位。而在去年,他们就解决了多个技术难题。

“我们的研发人员发现,对讲机使用年限一长,屏幕就会有缺笔现象,看似行业通病,但仍要尝试去解决问题。我们对其工作原理进行分析,首先在原材料上要求供应商要对零部件进行老化处理,其次在公司的实验室内,设计购置了零部件回来,组装测试架进行试验。”王尚谦记不清他们到底尝试了多少次,损耗了多少元器件。

功夫不负有心人,公司组织操作人员、设备部人员及研发人员,共同完善这项技术难题,获得了海内外经销商、客户的一致好评。此外,对于在工地上用了一段时间喇叭声音越来越小,音膜上吸附很多粉尘的现象,他们也研发出了一款随时可替换的喇叭,为不同行业用户提供不同的解决方案。

“信息技术、人员精细化管理应用场景的延伸,让对讲机与人的关系将越来越密切。我们也一直在探索推动多模智能对讲机,届时可通过使用者身份识别技术,在声纹识别、人脸识别和指纹识别基础上,实现巡更、传输视频、室内定位等智能化、精准化的人员监管功能。”王尚谦如是说。

在产品定位上,特易通也将从一家单纯的设备供应商,逐渐往服务供应商转型。眼下位于南安霞美光伏基地的新厂房,是特易通增强区域品牌影响力、跻身国际对讲机市场的最大动作。