

九牧加入华为鸿蒙生态圈 三品类智能家居将面世

■本报记者 苏清彬 通讯员 林丹霞

22日,在东莞举行的 HarmonyOS Connect 伙伴峰会上,九牧集团董事长林孝发携研发总裁林晓伟等人应邀出席,并与华为消费者业务 AI 与智慧全场景业务部总裁王成录现场签约。随着签约仪式的举行,标志着九牧正式进入华为鸿蒙生态圈大家庭,双方形成合作伙伴关系,联合研发智能家居产业鸿蒙生态圈,致力于产品的网络化、数字化、智能化,这也是华为鸿蒙伙伴峰会上唯一专场签约的卫浴企业。

搭载鸿蒙系统的南安卫浴

此次峰会,华为公布了 HarmonyOS Connect 品牌升级的最新进展,并发布了品类丰富的鸿蒙智联新品,以及全新升级的鸿蒙智联解决方案。

此外,鸿蒙智联还与众多行业合作伙伴发布了多款优秀的智能硬件新品,覆盖智能家居、运动健康、智慧出行、影音娱乐、教育办公等场景,更多产品还在持续上新中。

在智能家居方面,再过不到两个月,市面上就能看到南安制造与华为合作的最新成果。“目前,九牧与华为正在针对卫浴产品的 HarmonyOS Connect 生态链进行全方位联合开发,预计 2021 年年底,智能马桶、消毒毛巾杆、浴霸等 3 个品类搭载着鸿蒙系统的九牧产品将率先面市,为消费者带来全新体验。”林孝发透露,未来,九牧还会有很多产品陆续以套系的形式接入鸿蒙系统,搭建起更智慧、更便捷、更健康的轻智能九牧卫浴空间解决方案,普惠广大用户。

随着 5G 时代的到来,万物互联的智能世界构建成为趋势。华为鸿蒙系统是一款全新的面向全场景的分布式操作系统,创造一个超级虚拟终端互连的世界,将人、设备、场景有机地联系在一起,将消费者在全场景生活中接触的多种智能终端实现极速发现、极速连接、硬件互助、资源共享,用最合适的设备提供最佳的场景体验。2021 年 5 月 18 日,在鸿蒙生态伙伴峰

签约仪式



九牧集团
董事长林孝发
与华为
消费者业务
AI 与智慧
全场景业务
部总裁王成录
现场签约。

产品“一家一个移动终端”的麻烦,让智能产品的终端操作更加简单。

“九牧与 HarmonyOS Connect 的联合,让卫浴空间升级成为智慧卫浴空间,让用户的卫浴体验更加舒心与安心,提升用户生活品质,共同携手开启智能卫浴无限可能。”林孝发认为,智能家居的发展已是大势所趋,作为民族智能卫浴领跑者,九牧从研发、生产到市场营销,有着完整的产业链构建,拥有领先行业优势。此次接入 HarmonyOS Connect,将成为九牧智能空间前行迈出的一大步。双方强强联手,九牧更深一步实现智能化、数字化的转型变革,发挥智能卫浴领导者的角色,推动行业发展。

迈出智能空间一大步

“作为全球智能卫浴领导者,九牧始终关注用户卫浴体验,拥抱时代,领跑行业,将科技创新智造作为质量提升的驱动力。”林孝发表示,本次九牧与华为携手,推出九牧·鸿蒙卫浴空间解决方案,打破传统单一智能产品的使用局限,协同卫浴空间全品类联动,为用户带来不同以往的空间体验。

九牧·鸿蒙产品构建的未来式卫浴空间,将带来哪些舒适体验?充满黑科技!当打开卫生间,如厕用智能马桶,集吊电器的新风系统打开,离座之时自动关闭,解决异味烦恼,带来家庭卫浴空间清新体验;在健康方面,九牧健康监测智能马桶可以实现体脂、尿液等的检测,在鸿蒙系统支持下,将协助用户反馈日常健康状况,生成专属健康档案,直观了解健康趋势。

此外,用户还可以使用搭载着鸿蒙系列的智能手机,通过 NFC 功能实现智能产品的便捷操控,一贴一碰,无须下载多余的 App,避免了传统智能

产品“一家一个移动终端”的麻烦,让智能产品的终端操作更加简单。

“九牧与 HarmonyOS Connect 的联合,让卫浴空间升级成为智慧卫浴空间,让用户的卫浴体验更加舒心与安心,提升用户生活品质,共同携手开启智能卫浴无限可能。”林孝发认为,智能家居的发展已是大势所趋,作为民族智能卫浴领跑者,九牧从研发、生产到市场营销,有着完整的产业链构建,拥有领先行业优势。此次接入 HarmonyOS Connect,将成为九牧智能空间前行迈出的一大步。双方强强联手,九牧更深一步实现智能化、数字化的转型变革,发挥智能卫浴领导者的角色,推动行业发展。

华为云助力智能定制

九牧与华为的合作并非首次,尤其在智能定制领域,渊源颇深。客户可以在门店设计自己喜欢的卫浴产品,系统自动生成定制订单,订单从门店直接下发到生产工厂,工厂接到订单后,将客户的个性化需求通过平台,核实备料、确认供应商库存情况、产线排期、运输物流等信息,合理生成满足客户需求的生产流程。

九牧集团首席信息官叶火龙曾表示,华为云数字化供应链协同平台在立足于九牧自身渠道、供应链优势的基础上,进一步帮助其构建了更有竞争力的产品生态圈,打造了对外更具开放可行性的业务中台。华为云数字化供应链协同平台通过业界先进的工业解决方案,以云服务的方式提供服务,覆盖厂内、厂外及厂间的应用场景,快速补齐企业数据生产能力,进而利用全栈数据治理底座,确保企业间数据的安全高效流通,赋能合作伙伴。

截至目前,华为云数字化供应链协同平台贯穿九牧集团上下游,不仅提升了企业整个产业链上下游的数字化能力,而且增强了产业整体竞争力,通过乐石科技与合作伙伴共享数字化深度协同成果,共创发展新机遇。

后,是九牧借助华为云工业互联网平台 FusionPlant 的数字化供应链协同平台,联合乐石科技改造供应链,并对外输出的新能力与新模式。

在客户服务过程中,客户可以在九牧门店设计自己喜欢的产品,系统自动生成定制订单,订单从门店直接下发到生产工厂,工厂接到订单后,将客户的个性化需求通过平台,核实备料、确认供应商库存情况、产线排期、运输物流等信息,合理生成满足客户需求的生产流程。

九牧集团首席信息官叶火龙曾表示,华为云数字化供应链协同平台在立足于九牧自身渠道、供应链优势的基础上,进一步帮助其构建了更有竞争力的产品生态圈,打造了对外更具开放可行性的业务中台。华为云数字化供应链协同平台通过业界先进的工业解决方案,以云服务的方式提供服务,覆盖厂内、厂外及厂间的应用场景,快速补齐企业数据生产能力,进而利用全栈数据治理底座,确保企业间数据的安全高效流通,赋能合作伙伴。

截至目前,华为云数字化供应链协同平台贯穿九牧集团上下游,不仅提升了企业整个产业链上下游的数字化能力,而且增强了产业整体竞争力,通过乐石科技与合作伙伴共享数字化深度协同成果,共创发展新机遇。



拿下 80 亩宗地 和润石业进军西南市场

本报讯 (记者 蔡静琦) 24 日,南安企业和润石业与永川环球锦标石材城正式签约,拿下 80 亩宗地,将用于建设大型石材拉锯生产基地。

和润石业董事长黄庆达表示,在重庆建立大型生产基地这一经营方向在 2015 年就已经定下来,而且西南地区本来也是集团的五大战区之一,这是公司发展战略需要。和润五大战区包括天津、郑州、南通、重庆、云浮。重庆基地的投建,将是和润石业发展壮大的一个重要里程碑事件。

“重庆有江运优势,运输成本在石材的成本里面占比很大,重庆工厂可以辐射近 2.5 亿人口的市场。”黄庆达认为,重庆不仅运输便利,还有很多高校,企业能享受到当地的人口红利,这意味着能为整个集团发展输送源源不断的人才。至于设备投入,公司还是会秉承和润一直以来的传统,用最新、最先进的设备,特别是多用、用好石材生产制造智能设备。

2020 年,重庆市永川区与重庆艾美佳置业发展有限公司签订“建设环球锦标石材加工及仓储物流中心项目”合作协议,该项目位于永川国家高新区三教产业园核心区域,项目总投资 52.5 亿元,规划面积 1500 亩。环球锦标石材城项目整体建成后,可容纳 800 家以上石材行业加工销售企业,涵盖精品天然石材、人造再生石、石材机械辅料、智能家居等行业。

南安市装备制造业协会 召开第二届第四次会长会议

本报讯 (记者 李杨瑜 通讯员 林佳琦) 22 日下午,南安市装备制造业协会召开第二届第四次会长会议。

会上,秘书长黄卿旺就今年初以来协会开展各项工作进行汇报。5 月 20—22 日期间,协会组织 40 多家会员企业 50 多人,前往三明开展为期 3 天参观考察活动。其间,5 家会员企业与三明签订了购销合作意向,推动两地产业深度整合。

此外,协会先后主办近 10 场(期)企业管理、技能培训,邀请国内资深专家举办专题主讲,得到广大会员企业的积极响应,近 1000 名企业高管人员参加培训。协会还配合举办“南安市企业家总裁班”,协办“泉州市企业标准化培训班”“机械安全国家标准讨论会”“惠企政策进万企”等活动。

为了挖掘放大协会平台作用,让会员企业走出去,为产品卖出去提供广阔空间,加强与异地南安商会沟通协作,协会也积极响应南安市委市政府号召,先后组团参加西安、昆明两地行业协会与异地商会互动活动,与异地商会、乡贤企业签订互动发展战略合作协议 7 项。其中,协会与西安、昆明、海南、厦门等地南安商会签订了战略合作协议,还迎来了三明机械行业协会赴南安考察团、厦门南安商会乡贤回南安考察团,并组织会员企业前往厦门参观。

接下来,南安市装备制造业协会将精心筹办第三届时博会,服务产业发展,确保 2021 年 12 月 3 日如期开幕,提升协会形象。

阳光中科与世茂股份签约 在石狮试点光伏发电

本报讯 (记者 苏清彬) 20 日,上市房企世茂股份发布公告称,公司与南安企业阳光中科(福建)能源股份有限公司正式签署《世茂商业体系光伏开发战略合作框架协议》,共同推进世茂商业体系项目的可持续发展更新。阳光中科副董事长洪文波、世茂股份营运总监许焯、石狮世茂摩天城项目总经理徐宏伟等共同出席了签约仪式。

世茂股份在石狮世茂摩天城首个试点光伏发电,近日该“绿电”项目正式启动。协议约定,石狮世茂摩天城商业屋顶将安装约 6000 平方米的光伏方阵,为购物中心场内 200 多家商店、餐厅、室内游乐园、电影院等场所提供清洁电力。

“建成后,预计年发电量达到 78 万度,每年可减少二氧化碳排放 585 吨,相当于每年种树 5265 棵。”世茂股份工程部相关人士表示,“这将是泉州地区领先的商业综合体分布式光伏发电项目。通过运用节能科技突破屋顶空间边界,既减少能源消耗,又能够很大程度地降低后期运营成本。”

据了解,世茂股份光伏发电的首个试点石狮世茂摩天城项目正式启动后,将对未来全面推广绿色节能及落地应用奠定良好的基础。据了解,双方将充分发挥自身优势,在世茂商业体系内规划建设光伏发电项目,实现多能互补,提高综合能源利用率,实现商业价值最大化,共同打造多赢可持续的战略合作伙伴关系。

连志明:逆市上扬 将黑石做到极致



■本报记者 蔡静琦 文/图

大学教师投身石材行业,成为黑石界知名人物,他就是泉州市黑石赫哲石材有限公司总经理、黑石超市创始人连志明。

这两年,传统石材加工厂受疫情、环保影响颇大,但精准定位墓碑石的赫哲石材,不但没受影响,销量反而逐年上涨。“工程可以不做或者延期,但生老病死是不可改变的,所以这个市场需求不会萎缩。而且可能随着人们消费水平的提高,会更加舍得对墓碑石的支出。”连志明说。

变三角债为现金交易

就读于厦门集美大学的连志明,毕业后选择到泉州理工学院(现为泉州职业技术大学)任教。

作为一名财经老师,连志明除了教授学生知识,周末放假也会与父亲探讨可持续的商业模式。但由于缺乏实践经验,纸上谈兵难免显得苍白无力。看出他内心想要从商想法的父亲,故意用了激将法:“拿那么点工资,还不如回来帮我管理工厂。”

父亲的一席话,让他原本躁动的内心,更加坚定了离职的想法。2013 年,他正式回到家族企业,扛起父亲的担子。

虽然初涉商圈,父亲对他丝毫不“手软”,父子俩定下了一个“君子协议”:工厂经营权可以交由他,但必须在 6 个月内实现盈利。

拥有扎实财经专业的连志明,在接手工厂的第一个月,并没有做出特别大的动作,而是先对整个市场的定



连志明

价做了一番彻底的调查。他发现,在石材行业的交易里,全额交易极少,基本都是预收定金,话语权掌握在客户手里,应收账款回收难。加上运输破损,原有的平方数又被打折。之后再被客户要求去掉账款的尾数,所有利润基本都被砍没了。

“确诊”了工厂不赚钱的原因,连志明先调整收款方式。原本一平方米要卖到 48 元的大板,他直接降了 5 元,但要求现金交易,即在装车前付款。对于这么大的让利,客户很难不心动。但这对工厂来说,也保证了现金流。

连志明坦言,2013 年微信刚好发展得如火如荼,他借用微信的拍照、拍视频功能,在发货前先给客户确认货品,再拍清单过去;客户付款后,再由客户自行叫货车。这样不但让客户相信自己的货是装到位,避免了扯皮问题,途中产生的各种风险也都转移给客户。

在他看来,小型加工厂很难无限制大规模投入,而盘活库存,提高周转率,避免市场下行风险,是企业长存和变强的捷径。

连志明在市场调研中了解到,国人对墓碑石比较重视,他们可能认为老人这辈子只用一次,根据老人的想法

从黑石市场找到盈利点

在解决完工厂账款收付问题后,连志明开始更为深入地研究市场真正的盈利点。他发现,黑色石材的应用范围很广,不管是地铺石还是台面,都没有墓碑石的利润高。

连志明在市场调研中了解到,国人对墓碑石比较重视,他们可能认为老人这辈子只用一次,根据老人的想法

法,活着不能好好享受,死了就要厚葬,所以在墓碑石这块特别舍得用。比如江西、广西、江苏、贵州等省份,为了防止祖坟墓碑白化,几乎一两年就要换一次墓碑。一些私墓,一块墓碑就要 10 多万元。

“除了中国,日本、韩国对墓碑的要求也特别高,也特别舍得花钱。”连志明说,日韩等国对墓碑的重视程度,不亚于中国。像日本,有人舍得花 100 多万元去做一块大型墓碑,墓碑上的雕花精细无比。

所以,2019 年连志明在漳州矿山封停后,来到了南安,在石井创办了一个石材加工厂,不仅生产普通板材,还做花岗岩深加工,而墓碑石就是其中一个主营业务。

来到南安以后,连志明惊喜地发现,水头品种齐全,单纯地做生产就是暴殄天物,应该在这个优越的基础上把市场平台做大做强。就在今年 2 月,连志明租下了位于明利酒店对面的绝佳店面,开起了“黑石超市”,经营品种数十种,包含了市场上主流的印度黑、山西黑等。连志明坦言,选择做“黑石超市”,最先考虑的就是利润,黑石相对白色和灰色花岗岩,利润更好。而父亲也经营了长时间的黑石加工,对黑石的属性更为了解。

目前水头不少石材经营者崇尚单品战略,而连志明却特立独行,搞起综合市场。他认为,现在市场竞争非常残酷,每天都有新品问世,所以一个产品的消逝,都是悄无声息的。对于企业来说,经营的单一产品一旦被市场抛弃,就必须面临转型,一切又得重新开始。

“市场对石材的忠诚度是很低的,所有人选择品种都是站在能否为自己带来高差价的标准上。”连志明说,他在店里,经常遇到有客户拿着一块样品问他,能否找到价格更低的替代品。所以他渐渐明白,真正的优势不是你有独家材料,而取决于谁掌握的信息更多,以及对工厂的熟悉程度。