

海能达在巴西签订 2.52 亿元合同

本报讯（记者 苏清彬）24 日，由南安籍企业家陈清洲掌舵的上市企业海能达发布公告称，近日，下属全资子公司 TELTRONICBRASIL LTDA（简称“巴西孙公司”）与巴西巴伊亚州签订了关于专用通信及指挥调度平台的服务合同，该项目主要是在巴西巴伊亚州(除萨尔瓦多大都市区之外)建设指挥调度平台和 TETRA 专用通信系统，并向巴西巴伊亚州政府部门提供 TETRA 系统及终端、指挥调度等相关服务，项目总金额约 3949.59 万美元，约合人民币 2.52 亿元。

海能达称，该项目是公司在巴西市场又一个州级别项目突破，是公司

在巴西和拉美地区公共安全领域的一次重要市场拓展，进一步体现了公司在全球专用通信领域的综合竞争力。同时，随着全球各国的日常活动逐渐恢复，进入下半年以来，公司业务已开始显著增长。

海能达表示，本次项目公司将为巴西巴伊亚州(除萨尔瓦多大都市区之外)的所有城市综合通信中心提供指挥调度平台，并结合 TETRA 系统及终端产品提供专用通信一体化解决方案。随着全球各国对公共安全重视程度及要求的不断提高，融合指挥调度业务在专用通信整体解决方案中的重要性逐渐凸显，需求不断提升。海能达经过多

年的技术积累和市场经验，能够贴合用户需求，提供集窄带、宽带、宽窄带融合及综合指挥调度一体的综合解决方案。该项目的顺利实施，有利于公司指挥调度平台新业务在全球的推广应用，并对公司专用通信一体化解决方案的拓展起到良好的示范效应。

据悉，海能达自 2016 年起推出了指挥调度系列产品，在深圳南山公安、深圳城管以及一些大型赛事和活动保障中得到了应用。除此巴西项目外，今年 8 月初，海能达欧洲子公司与西班牙电信合作联合中标西班牙的阿拉贡省应急通信网络项目，指挥调度系统为项目重要组成部分；9 月底，海能达中标深圳南山

区政府管理服务指挥中心项目，为南山区智慧城市建设核心工程提供整体的指挥中心及相关的配套设施建设。

在海能达日前发布的今年前三季度业绩预告中表示，受全球疫情反复影响，海外业务有所下滑；国内业务受益于疫情管控，经营情况快速恢复，收入已实现增长；二、三季度以来新签订单较去年显著增长。

从公告的项目订单来看，2020 年海能达披露了 3 个订单且均为千万元级别，今年截至目前，海能达披露的订单公告已达 7 个，并有数个 2 亿元以上的大项目。区域分布上，除国内以外，拉美、欧洲、中亚均有大项目落地。



资讯

1—9 月南安出口交货值延续全面增长态势

本报讯（记者 黄睿超 通讯员 黄莲珠）近日，记者从统计局了解到，今年前三季度，南安出口交货值延续全面增长态势。

数据显示，1—9 月，规上工业实现出口交货值 176.41 亿元，同比增长 11.9%，今年三个季度以来保持全面增长态势。其中，石材陶瓷业实现出口交货值 57.91 亿元，同比增长 11.5%；日用轻工业实现出口交货值 87.72 亿元，同比增长 12.1%；机械装备业实现出口交货值 24.26 亿元，同比增长 9.2%；水暖厨卫业实现出口交货值 4.32 亿元，同比增长 19.4%；电子信息业实现出口交货值 2.19 亿元，同比增长 34.6%，延续上个季度的高位增长态势。

南安 5 家大理石企业位列全国前十

本报讯（记者 蔡静琦）日前，中商情报网发布 2016—2021 年中国大理石行业市场规模预测。数据显示，我国大理石行业市场规模由 2016 年 3080 亿元增至 2019 年 4194 亿元，预计 2021 年我国大理石行业市场规模可达 4946 亿元。

从中商产业研究院整理的数据可以看到，在中国大理石企业排行榜 TOP10 的名单中，南安石材企业就占了一半。它们分别是：溪石集团、南星大理石、东升石业、华辉石业、万隆石业，可以看出南安企业已占据国内大理石的大部分份额。

据了解，大理石主要由方解石、石灰石、蛇纹石和白云石组成，其主要成分为碳酸钙，约占 50% 以上。有较高的抗压强度和良好的物理化学性能，易于加工，随着经济的发展，应用范围不断扩大，用量越来越大，在人们生活中起着重要作用。

豪尔赛发布 2021 年三季报 实现营收 6.83 亿元，同比增长 61.90%

本报讯（记者 李杨瑜）25 日，由南安籍企业家戴宝林掌舵的上市企业豪尔赛科技集团股份有限公司，发布 2021 年三季报，公司 2021 年 1—9 月实现营业收入 6.83 亿元，同比增长 61.90%，归属于上市公司股东的净利润为 5476.01 万元，同比增长 47.78%，每股收益为 0.3600 元。

据了解，豪尔赛成立于 2000 年 6 月 7 日，于 2019 年 10 月 28 日在深交所上市，主营业务为照明工程施工及与之相关的照明工程设计、研发、照明产品销售。

值得一提的是，在 10 月 11 日，由陈伟霆、袁娅维联袂演绎的北京 2022 年冬奥会推广曲《一起向未来》正式发布上，由豪尔赛承接的“智慧冬奥”系列作品——光影舞动的“雪如意”、宛若“游龙”的国家雪车雪橇中心、“水晶鞋”般的首钢滑雪大跳台纷纷亮相其中。在地形陡峭的崇礼山峰上，在青松林立的延庆赛区里，在风景如画的首钢园区中，豪尔赛“智慧+”光影作品如画龙点睛之笔，成了冬奥会标志性视觉记忆。

而在这之前，豪尔赛就多次参与“智慧冬奥”项目，与冬奥会结下了深厚的“冰雪奇缘”。在项目的建设过程中，豪尔赛更是充分理解国家对实现“办赛精彩、参赛出彩”的殷切期待，在充分运用自身智慧技术优势的同时，积极传播奥林匹克精神理念，促进科技成果落地冬奥，力争向祖国人民、向国际社会交上一份满意答卷。

山西省闽籍兄弟商会篮球友谊赛闭幕 太原市南安商会夺冠

本报讯（通讯员 苏文韵 记者 苏清彬）22 日下午，由太原市福建福鼎商会主办，太原市南安商会、山西省水暖阀门商会、太原市福建安溪商会、太原市水产农特产商会协办的第二届山西省闽籍兄弟商会篮球友谊赛在太原市紫金篮球公园谢幕，太原市南安商会夺冠。

此次比赛共有来自以上 5 家闽籍商会的 5 支篮球队参赛，采取循环淘汰制方式，共设 10 场循环赛、2 场决赛、1 场三分球赛。比赛在 5 支球队全力拼搏下，经循环交叉淘汰，历时 6 天 12 场次的激烈追逐，赛出了水平和风貌，也更进一步赛出了彼此间的友谊。经竞技比赛，太原市南安商会篮球队在队长陈小军的带领下，以娴熟的攻防配合一举夺冠，太原市福建福鼎商会、山西省水暖阀门商会篮球队分别斩获亚军、季军。

据了解，该篮球友谊赛旨在活跃闽籍兄弟商会体育文化生活，是以球会友，凝聚乡情，共谋发展的一项重要活动，同时促进在晋闽籍乡贤文体平台的交流建设，共同致力于提升在外闽籍商会组织的凝聚力和影响力。

武荣工匠

■本报记者 李杨瑜
通讯员 黄佳萍 文/图

一身洁白的工作服干净整洁，身形精炼，皮肤白净，戴着一副眼镜……陈文磊给人的第一印象是气质彬彬的研发工程师。熟悉他的同事都知道，从对产品一无所知，到对家庭卫生杀虫用品行业与洗涤清洁行业的工艺、成本、市场需求全面了解，陈文磊带领团队为公司研制新产品及老产品技术改进 10 余项，争取了多项荣誉及百余万元政策补贴。他在创新中前进，用实际行动诠释了“工匠精神”。

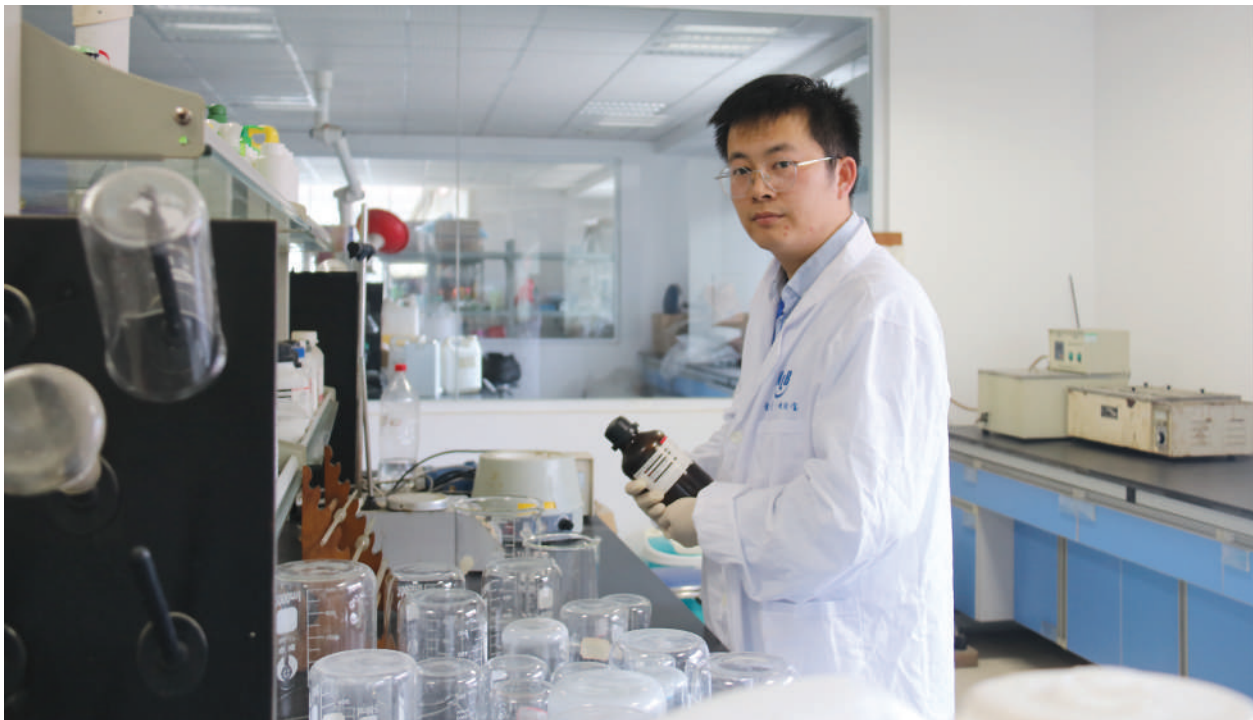
机会是留给有准备的人

在福建省金鹿日化股份有限公司的研发室内，办公室里，陈文磊总是忙碌的：负责质量管理、科技申报项目工作，又兼顾研发各项工作，开发新产品、改良老产品……

2013 年，从福州大学至诚学院化学工程与工艺专业毕业的陈文磊，入职于金鹿日化。初来之时，陈文磊在品检部负责质量管理工作，他发现学校所学的专业知识跟实际工作操作的差距，为了尽快转变角色，适应工作的要求，他不断地改变提升自我，练就了多项技能。

陈文磊对产品进行一系列的质量分析、出厂质检，并开始学习各项管理标准、产品研发工作手册等专业知识，通过自身的努力及同事的帮助，在提高自身的专业知识以及科研能力的同时，不断完善市场反馈信息收集，熟读家用卫生杀虫行业与洗涤清洁行业中相关的法律法规，并通过上网查资料、参加技术交流会、向同行业技术前辈请教等来拓宽知识面。

“成功没有捷径可走，必须脚踏实地，不断参加各类专业技术培训、相关部门组织的政策解读及技术要点培训课程。”陈文磊表示，在这期间他还考取了标准化员证书、双体系内审员证书、首席质量官证书、卓越绩效评价准



陈文磊

则自评师证书、AIB 中级证书、国家卫生城市与健康城市病媒生物防制标准证书等多个专业技能证书。

机会是留给有准备的人，此时的陈文磊在完成本职工作之余，也能较好地完成公司项目申报工作，还开始系统性接触产品研发及项目管理工作，并在产品开发和技术改进方面取得不错的成绩。

“每个产品从立项、研发、生产、检验、包装等环节都倾注了所有金鹿人的心血，每年研发中心都会重新梳理公司的产品配方，探索消费者需求，在解决消费者痛点上下功夫，提出改进方案调配试验，让产品成本有效控制，产品的效果得到提高。”陈文磊说。

在香精评定工作上，陈文磊与研发团队人员也在不断地改进摸索，使评审和用香工作得到规范化和专业化，领先于国内同行。公司发明专利：一种水基型电热蚊香液及其制备方法的成果转化也让其收获颇丰。项目获得 2016 年度南安市科学技术奖科技进步奖一等奖和 2017 年度泉州市科学技术奖科技进步奖三等奖；一种空气净化型的香及其产业化获得第二十

四届全国发明展览会银奖等。

令陈文磊印象深刻的是，每次产品配方优化，他们都会进行无数次试验。“会与研发部的同事们轮流跟进，实验等待的过程中，对蚊虫、蟑螂、小白鼠的特性也有了更深层次的了解，甚至也会参与到蚊虫的喂养中，探索更多的可能性。”

行业标准的主要起草人

随着人们消费升级，消费习惯也发生变化，这让电热液体蚊香类、杀虫气雾剂类销售额比重逐渐递增。金鹿日化在巩固原有“消杀类产品”领域“疆土”的同时，也大展拳脚将市场拓宽到整个“家庭卫生清洁”领域，大举开拓洗涤类、纸品类、母婴类等其他产品，以更丰富的产品品类，打造企业多元化的发展。

多年来，产品的创新迭代，不仅为金鹿日化产生良好的经济效益，市场也一片好评，金鹿日化更是连续多年作为国标、行标的制修订单位，涵盖了蚊香、电热蚊香液、杀虫气雾剂、杀蟑胶饵等消杀产品，在行业内的影响力不容小觑。

原材料上涨、能源短缺 一周上涨或将成陶瓷业常态

■本报记者 蔡静琦

“我们已经涨价好几回了，前后一平方米涨了两块多。”日前，南安协进建材有限公司营销负责人林时迎在接受记者采访时说道。受原材料上涨、能源短缺等问题的影响，2021 年下半年陶瓷行业掀起了“涨价潮”。

记者通过走访发现，近期不少陶瓷企业都忙着和工程客户、经销商、贴牌商沟通产品涨价的事宜。“现在陶瓷工厂处境很尴尬，生产线一开，做一片赔一片；不开的话，亏半片不说，还面临客户丢失。”“怎么涨都是杯水车薪，工程方面有一个集采战略，基本都是年度合同，瓷砖定价以签约时为准，不能随意调。”“现在在大家都很痛苦，有

生意的痛苦，没生意的痛苦，生意好的也很痛苦”……

进入 2021 年，“涨价”已经成为陶瓷企业的常态。广东、福建、山东、广西、湖南、江西等地数百家陶瓷企接连发出涨价通知，瓷片、中板、厚砖、岩板、西瓦……所有产品均无法避免。有的陶企“3 天涨价 2 次”“1 个月涨 2 次”，瓷砖涨价速度甚至赶不上成本增加的速度。

“煤价上涨、库存上涨、运输上涨，一平方米砖的生产成本差不多涨 7—8 元。”阿博说砖创始人吴思博在直播中说道，“国庆节的时候，煤价大概 2000 元/吨，过完节，现在到工厂的煤价已经涨到了 2400 元/吨，而且还在继续往上涨。”

在气价、煤价不断攀升的背景下，“用电难”同样在影响陶瓷企业。“7—8 元/㎡的成本增加只是直接成本，受停电影响造成的损失还没算进去。接下来一个星期一个价是常态，最起码持续到春节前后。”有行业人士这样判断。

而林时迎则很确切地告诉记者，11 月份立马就有一波涨价，如果天然气涨到 6.9 元/㎡，瓷砖必将再次迎来一波大涨。

“现在即便涨 10% 都是杯水车薪。”有行业人士提道。“以 30 元/㎡的原始定价，7—8 元/㎡的成本增加来计算，即便涨 10%，也只是上涨 3 元/㎡，连一半的成本增幅都难消化。”源隆建材总经理王瑞阳甚是无奈。

更为关键的是，工程战采的订单一般是年度合同，一年一签或者三年一签，合同内一般有特别规定，瓷砖售价只能按照合同签订时的价格，不得随意上调。

一家有 OEM 需求的陶瓷企业提道，“我们也理解贴牌方工厂涨价的需求，但是工程单签了，自己产品的价格上不去，也没办法调整价格，最后就只能看谁亏得少一点。”

谁亏了呢？“爆雷”事件也让陶企重新审视工程渠道回款问题、资金安全问题，但回款问题，毕竟可以通过风控等手段进行积极应对，而成本上涨、政策影响的问题却是时时波动并且难以预料的，难以进行价格传导，对于陶企的运营压力可想而知。