

展会规模2万平方米 提供800个标准展位 2022首届福建(南安)年货博览会启动招商

本报讯(记者 苏清彬)进入12月,距2022年不到一个月。过完2022年元旦,虎年春节也就不远了。想必有些市民开始对春节充满期待,特别是一年一度的年货采购,更是憧憬不已。新的一年,到哪置办年货?不如到福建成功国际会展中心吧。记者获悉,2022年1月20日—1月24日,2022首届福建(南安)年货博览会(以下简称“年博会”)将在这里盛大举行。

据了解,本届年博会由南翼集团、福建成功国际会展中心管理有限公司主办,海丝商报(福建)传媒有限公司、南安市广电文化传媒有限公司、南安吉祥广告有限公司协办,以“潮味年货 虎气十足”为主题,展会规模2万平方米,约800个标准展位。

“为了营造节日祥和气氛,扩大传统节日消费,进一步推进稳安商工作,助力企业和个体工商户把握年终消费旺季,抢占终端市场先机,年博会招商也已正式启动。”成功会展管理工作人员秦海洋告诉记者,近年来,国潮概念兴起,不仅众多传统中国品牌借力“推陈出新”,以“国潮”为卖点的新品



由广东亚联展览股份有限公司承办的中山年货博览会,已经成为当地的品牌盛会。(资料图)

牌更是不断涌现。从美食品到服饰美妆,从电影电视到文创周边,从传统文化到现代科技……

本届年博会最大亮点之一,就是要打造“国潮年货节”。以这一全新展会形式,大力引入传统与科技兼备的产品展商,将年货集市、传统民俗、时尚国潮汇聚于

一街。展会同期还将举办美食节、春节花市配套活动,给市民带来绚烂美好的春节记忆、触手可及的民俗体验、回味无穷的美食味道、热闹非凡的守岁印象。

为更好地服务南安支柱产业,大力发展南安会展经济,2021年7月1日,南翼集团和广东亚联展览股份有限公司共

同成立了成功会展管理公司。而为了给年货精品流通企业、个体工商户与消费者搭建一个交易、对接、展示、购物平台,共同助力年博会发展成为本土地区规模大、品类全、影响广的年度品牌展会,主办方特举办本届年博会,展览范围如下:

- 1.食品年货类(糖酒茗茶、干果炒货、粮油杂货、送礼年货等);
- 2.生活百货类(家居用品、家私电器、日化用品、儿童用品等);
- 3.节日礼品类(节日礼品、工艺礼品、手工艺品、年饰年画等);
- 4.奢华精品类(珠宝玉器、金银首饰、钟表摆件、婚纱摄影等);
- 5.潮玩时尚类(美颜美妆、潮流服饰、动感电玩、穿戴设备等);
- 6.舌尖美食类(地道小食、全国传统小食、国外特色小食等);
- 7.绿色农副产品(精准助力扶贫农副产品,无公害有机水果、蔬菜等)。

招商联系人

李女士:13960329128

陈女士:13859778212

陈女士:18150565789

水头商会

赴遵义开展红色教育

本报讯(通讯员 李培林 记者 蔡静琦)为学习遵义会议精神,汲取初心力量前行,进一步深化非公经济人士理想信念教育,日前,水头镇商会名誉会长王金沙、会长黄明经、党支部书记洪继宗一行人,专程赴贵州省遵义会议会址开展红色教育。

通过现场讲解人员的讲解,水头镇商会一行被老一辈革命先烈坚定的共产主义信念和前赴后继的大无畏精神所震撼,为他们艰苦卓绝、不怕流血的爱国主义精神所折服。回顾革命战斗历史,他们深深感受到了老一辈无产阶级革命家的博大胸怀和感人事迹,也使大家更加坚定了听党话、跟党走理想信念。

通过此次红色教育,除了心灵上的震撼,思想更得到了洗礼。大家表示,作为新时代企业家,要追随革命先烈前行者的脚步,传承红军的长征精神,保持百折不挠的创新精神,坚定自己的理想信念,忠实践行自己的誓言,把长征精神动力转化为行动实力,高效落实长征精神,解放思想、大胆创新、真抓实干,苦干实干加巧干,助推商会及企业发展。

大方睡眠成立妇联组织

本报讯(记者 黄睿超)为延伸妇联工作触角、拓宽组织覆盖,着力推进“三新”领域成立妇联组织,推动妇联改革“破难”,日前,在诗山镇妇联指导下,福建大方睡眠科技股份有限公司第一次妇女代表大会召开。会上,诗山镇妇联主席林梅丽为大方睡眠公司妇联揭牌。

“今后将团结公司全体女职工,当好娘家人。”大方睡眠新任妇联主席陈玉凤表示,公司妇联班子将带头加强学习,恪尽职守,建好队伍,做好服务工作,用实际行动向全体妇女姐妹们交上一份满意的答卷。将在队伍建设中注重挖掘女性先进模范人物、技能人才、巾帼志愿者,引导她们发挥示范带动作用。将注重人才培养和技能培训,激发女性员工参与公司发展建设的积极性,提高女性员工立足岗位创先争优的本领。

敏华控股拟2.09亿港元收购高峰创建55%股权

本报讯(记者 苏清彬)12月1日,由南安籍企业家黄敏利掌舵的上市企业敏华控股发布公告称,其间接全资附属公司敏华实业拟以2.09亿港元收购高峰创建有限公司55%股权。

作为一家集研发、制造、销售和服务于一体的大型跨国智能家居企业,敏华控股专注沙发、床垫及智能家居领域,先后在新加坡和香港上市,目前在中国广东、江苏、天津、重庆、北欧波兰、立陶宛、爱沙尼亚、乌克兰以及亚洲越南建立了

12个生产制造基地。而高峰创建则主要在美国及澳洲从事中高端家具出口业务,业务遍布美国、加拿大、英国、法国、澳大利亚、新西兰、日本等40多个国家和地区,除美式沙发外,也生产高端沙发,近年来的收入规模在10亿港元以上,规模梯队亦可媲美华达利,并在中国、泰国及越南拥有多个工厂。

公告显示,近年来,受困于2019年中美贸易壁垒以及全球新冠疫情的持续蔓延,加上海运费及原材料成本的上

升,导致高峰创建的经营压力急剧增加。借此,敏华控股以高峰创建的3亿港元净资产作价,拟以约2亿港元完成此次收购。

敏华控股称,本次收购完成后,高峰创建的业务与敏华控股的业务之间将形成协同,并可提升敏华在中高端家具市场的优势地位,并且进一步扩大于美国及澳大利亚等外销市场的市场份额。此外,高峰创建组建了来自英国、法国、意大利、韩国、美国、中国等地的

优秀设计师团队,旗下产品从平衡实用性和舒适性发出,集合设计美学和创意,能为消费者打造兼具视觉美感和身心舒适的室内沙发产品,并可满足国内消费者目前的庞大需求。通过本次收购,敏华的产能亦获得大幅提升,在满足国内需求的同时,生产版图亦进一步扩展至东南亚国家,长远可减少敏华的生产成本,亦让公司多元化产品线及提升其产品于多个市场(尤其是欧式高端沙发市场)上的竞争力。

星艺装饰:做有温度有态度有人情味的装修



“今年6月,我们南安分公司就完成了去年全年的销售额任务,截至11月同期增长50%,超出了预期目标。”广东星艺装饰南安分公司副总经理、设计总监毕延武欣喜地分享道。

随着南安市区西溪半岛、盛景湾、保利、世茂及周边乡镇等楼盘陆续交房,近年来,南安装修市场刚性需求一直存在。三十而立的星艺装饰入驻南安18年,在不断完善服务理念的同时,规范化、专业化直接影响业主的认知和选择,逐渐取代“路边游击队”。日前,记者来到位于柳城街道普莲路的星艺装饰,听毕延武聊起了星艺的“生意经”。

本报记者 李杨瑜



星艺装饰设计效果图。

好品质让工地开口说话

“以前很多业主装修房子找的都是‘路边游击队’装修,他们缺乏装修知识,也不好辨别建材优劣,出现售后问题找不到人维修,造成了装修体验感差。”毕延武告诉记者,品牌家装公司的出现解决了这一系列问题,施工现场管理相对来说更规范,施工人员的工艺也较为到位,装修材料、价格透明,让业主更放心。

在装修行业,无论前期业主与设计沟通得多么顺畅,设计效果、规划多完美,家装的本质还是得回归到实施落地过程,加上目前各大装修公司之间的差距并不大,决胜点就在于服务一体化的衔接和求实。

为了能够做到更好,星艺装饰的设计师们所提供的服务,并不仅仅局限于风格的设计,也会为客户提供全方位服务。“从一开始和客户沟通,到前期设计方案的形成,再到后期房屋的整体装修效果,每位设计师都会竭尽所能把设计方案专业化,以满足客户的个性化需求。”毕延武说,大到房间的布局、方位,小到软装的摆放,设计师们都事无巨细地为客户尽心尽力。

“不少业主白天都忙着工作,没办法每天都到现场查看施工进度,为此我们提供了‘星钻7+1’微管家服务,通过星艺装饰的‘高管+中层+现管+第三方监理+设计师+线上+配合商+业主’等方面来‘直播’房子的装修进度,以便业主及时发现问题并解决问题。”毕延武向记者透露。此外,他们还对服务进行升级,直面对接业主的同时,也衔接了主材商跟进落实每个环节。

走进星艺装饰施工工地,可以看到这么一句话:产品就是人品,品质就是尊严。他们将工程质量视为企业生命,率先发出质量宣言:好品质,让工地开口说话,郑重向客户承诺:工程质量不合格,砸掉免费重做。

“我们有一本装修宝典——《星艺装饰工程管控手册》,它凝聚了无数星艺人的智慧结晶,总结了星艺30年来的施工经验,共收录了70余套施工工艺、540个验收节点和1000余张工艺实景图,50余项新工艺与新技术,成为所有星艺人的装修指南。”毕延武坦言,满意交付不是服务的终点,只要是星艺装饰的业主,所有隐蔽工程的质保都是5年起,且终生服务。

守住经典流派冲破圈层

“你好,楼上只要一开水龙头,我们楼下就会漏水。”“我们家墙纸发霉了,可以帮忙来看下吗?”……毕延武打开微信向记者展示,在星艺装饰的微管家服务群里,经常会出现已交付使用的业主发来的各类问题。

“东海泰禾的这个业主,我们的师傅上门去检修的时候,发现是开发商排水管检修盖松了导致漏水;而保利的这个业主,遇到的问题则是空调挂机滴水,所以房间墙布发霉,业主找了空调师傅沟通问题无法解决,在告知我们情况后,免费为其处理发霉位置,更换了墙布。”尽管都不是自身装修的质量问题,但在毕延武看来,做装修等于做朋友、做亲戚,他们愿意跟客户处成家人,要怀着感恩之心做有温度、有态度、有人情味的装修。

这只是星艺装饰千千万万个服务对象的缩影,他们也会通过大量的售后回访、及时跟踪服务等措施,保证家装工程质量。毕延武坦言,市场是做出来的,品牌靠的是口碑相传,这就是对星艺装饰最大肯定和认可。

“我们有50%的订单是来自客户转介绍。普莲小区住户是13年前最早服务过的一批业主,今年9月,有个业主找上门来说门坏了。市场找不到同款,让我们帮忙,设计师当天就去沟通解决。”毕延武举例道,而这个客户今年给父母买了房,还没过户完就指定要星艺装修。

“设计新颖、施工精湛、服务周到、诚信可靠……”这些都是业主送给星艺装饰的一面面锦旗。这些肯定与称赞,时刻激励着星艺人不忘初心,砥砺前行,竭诚打造让更多业主满意的作品。

“当得了‘网红’才能吸引挑剔的‘Z世代’,让传统的风格流派都在时下的勾兑中演绎出多元的面貌。”毕延武表示,当下的装修设计逻辑千变万化,如何在守住经典风格、流派的同时,冲破圈层是一个值得思考的问题。

而今,毕延武也在规划着2022年的发展规划:提升自身管理与服务水平,稳定订单增长态势;坚定不移地加快引进人才和培养人才,培养一支更高效服务的队伍;整合资源,提供家装一站式服务,不断地“修炼内功”,以“设计幸福,为爱筑家”为出发点决胜于市场,帮业主把房子打造满意的家。



星艺装饰提供“星钻7+1”微管家服务,以便业主及时发现问题并解决问题。