

伍泽思:做大南商朋友圈,树立南商新形象



■本报记者 苏清彬 黄俊涛 文/图

深圳市高帆家私有限公司董事长伍泽思最近有点忙。12月19日,在深圳市南安企业协会成立25周年暨第十二届理事会就职典礼上,他光荣履新,当选协会新一届掌门人。20日起,南安进入两会时间,他又马不停蹄地赶回家乡参加会议,并在刚刚闭幕的政协第十四届南安市委员会第一次会议上,当选为南安市政协委员。23日上午,伍泽思带领协会一行人赶往下一站——南安向阳乡马迹村,开展共建萌芽绿茶分红仪式。

尽管事业在外,但这位南安人心系家乡、情牵故里,他说:“过去五年家乡的变化有目共睹,特别是石井镇的未来,发展势头强劲,值得期待,为家乡点赞。”

会共赢
一同唱响南商名片

23日上午,向阳乡马迹村再次迎来了一群来自深圳特区的客人,这次带队者换成了深圳市南安企业协会新任会长伍泽思。走进向阳乡萌芽绿茶种植基地,看着长势喜人的茶树,占地数十亩的茶园,伍泽思露出了欣喜的笑容。

最令向阳乡萌芽绿茶专业合作社股东期待的,当属分红发放仪式了。“虽说入了3000元的股,是合作社的股东,可其实我一分钱也没有掏,全都是深圳市南安企业协会支持的扶贫资金。”当每人拿着1000元现金分红,23名贫困户们乐开了花。

贫困户喜当股东获分红,这得益于5年前的一次特殊“牵手”行动。2016年5月,南安市委统战部、市工商联(总商会)发动异地南安商会开展“百会帮百村”结对帮扶活动,深圳市南安企业协会积极响应号召,捐资支持马迹村开展精准扶贫项目——种植原生态绿茶,带动村民增收。向阳乡党委、政府结合实际,推行“专业合作社+基地+贫困户”模式,“向阳乡萌芽绿茶专业合作社”应运而生。

“协会捐资10.5万元帮扶马迹村开

展50亩绿茶种植,20多户贫苦户免费入股分红,变‘输血’为‘造血’,通过产业扶持、消费扶贫,给贫困户们带来了好奔头。”令伍泽思一行人欣慰的是,扶贫工作让马迹村贫困户在2017年年底就取得了全面脱贫的良好成效。

“深圳市南安企业协会来了8次,开展过5次分红。”79岁脱贫户方义芳



人物名片

伍泽思 南安石井人,南安市政协常委、深圳市南安企业协会会长、香港南安公会永远名誉会长、香港南安石井同乡会会长、高帆家私(香港)实业有限公司董事长、深圳市高帆家私有限公司董事长。

◀深圳市南安企业协会被向阳乡党委、政府授予2020年度向阳乡乡村振兴先进单位(左一为伍泽思)。

是精准扶贫的受益者,他不仅种植丝瓜等蔬菜,还养殖了数十只鸡鸭,每年可卖出300多个蛋,年收入2000元。现在生活除了忙碌这些事情,还要照顾30多岁智力残疾的孙子,可他生活却得到很大改善。

马迹村村党支部书记李南芳介绍,前几天,他们村购买12.5万株茶苗送给茶农,其中1.1万株送给脱贫户,让他们发展茶业,推进和谐村建设,助力乡村振兴。

与马迹村结对帮扶、精准扶贫,仅是深圳市南安企业协会热爱家乡的一个缩影。1996年9月,深圳市南安企业协会应运而生,成为全国第一家经民政部门批准成立的县级社团组织。25年来,“在深南商”抱团发展的同时,不忘回馈社会。据不完全统计,深圳市南安企业协会累计捐赠善款超3亿元。

“这得益于协会‘大包容、大团结、大发展’的办会理念。”接过“爱”的接力棒,伍泽思已经为未来协会发展描绘了蓝图,诚如他在就职典礼上所言:“不惧艰难,会拼共赢,唱响南商名片;刷亮南商品牌,做大南商朋友圈,树立南商新形象。”

200万起家
半年时间快速回本

南安人在国内家具品牌中扮演着重要地位。在深圳至今流传着这样一句话:“中国家具看广东,广东家具看深圳,深圳家具看南安。”同样从事家具行业的伍泽思,便是其中的佼佼者。

1983年,听说远在香港的亲戚办了家私厂,带着到大城市闯荡的简单想法,伍泽思加入了这个行业。彼时的生产线没有像现在这样高度自动化,凭借着吃苦耐劳、善于学习的精神,1995年伍泽思已经从一名员工晋升到了经理。

而几乎同一时期,他的弟弟伍泽川也走出了相似路线,从另一家家私厂的

普通员工干到了经理。彼时的深圳家具行业基本上是家族企业,不乏兄弟一起创业的成功人士。“刚好我们兄弟俩所在的两家企业,也是兄弟一起打拼出一番事业的。不如我们也一起创业吧。”1996年,两人毅然决然辞掉了经理职务,注册成立了深圳市高帆家私有限公司。

起初的高帆家私,并没有像如今占地4万多平方米的规模,更没有现代化写字楼,厂房也相对简陋,就连启动资金都是东拼西凑而来的。“当时我们找亲戚朋友借钱,好不容易凑齐了200万元。”伍泽思回忆道。

兄弟同心,其利断金。一开始,作为哥哥的伍泽思负责木材采购,弟弟伍泽川负责生产管理,两人配合得很有默契。由于沉浸家具行业多年,特别是有采购经验,伍泽思在贸易中发现了一条商机:木材进口一般是半成品,加工完后再销售,从中赚取利润。卖方市场占据主导优势,既然能从源头掌握原材料议价权,如果订单量足够大,成本更低,再从中把一部分销售给其他家私厂,岂不更好?

以这种模式,伍泽思兄弟俩在半年时间就快速回本。靠着这第一桶金,企业越走越稳。2005年,伍泽思再次踏上征程:投资1600万元在龙岗区购置4万多平方米的荒芜之地,用3年时间建起了近8万平方米的规模厂房,让企业走上了发展快车道。

时至今日,除了在龙岗拥有厂房,在紧邻惠州市惠东县,兄弟俩也有自己的工业园。

打响品牌
靠国际标准走出国门

在分享创业心路历程时,这位长袖善舞的企业家坦言,除了兄弟团结、客户信赖,更重要的是过硬的产品品质。

“公司一直重视环保事业,从产品原料采购到成品的每个环节,均严格遵守国家标准E1级,2004年更将E1标准推升至环保生产标准的高领域E0标准。公司成立至今,参加过多届国际家私展览,并屡次荣获优秀产品奖。”正因此严格执行标准,高帆家私备受国外市场青睐。

目前,高帆家私以现代版式家具以及实木餐台、餐椅为主,产品远销日本和美国,“这两个国家对产品要求非常严格,我们的质量达到国际标准,成为无印良品、三龙等多家国际级家具企业的最佳OEM合作伙伴。”言及此,伍泽思充满自豪。

从这些合作伙伴中,不难看出高帆家私的实力。2020年,一场突如其来的疫情冲击了全球供应链,一些出口型企业面临无单可接的窘境,生存堪忧。然而,高帆家私却是另一景象,位于龙岗区宝龙一路的车间内,一片热火朝天,工人们正加班加点,赶制订单。作为一家有着25年发展历史的家具企业,高帆家私正遭遇“幸福的烦恼”。

“近年来,作为一线城市,深圳一直对环保实行高规格要求,部分家具企业外迁。我们打算精简车间,腾出部分工厂用于出租,但现在手头订单很多,被迫推迟计划。”伍泽思表示。在大环境下,高帆家私同样走上转型之路。对于利润高的环节,由企业自主生产,做精做专;部分薄利环节则交给外协,以此提高生产效率。

除了国外市场,高帆家私在国内也积累了良好口碑,特别是酒店工程项目,曾斩获数千万元乃至亿元的大单,为三亚丽思卡尔顿酒店、三亚蓝海湾楼盘提供家具整体解决方案。“办企业讲究天时地利人和,虽然不在家乡创业,但也会一直关注南安,继续团结带领大家积极响应‘乡贤回归’号召,寻找更多优质对接项目,反哺故里。”采访最后,伍泽思说。

电商企业强有力拉动
1-11月全市限额以上零售额增长13.4%

本报讯 (记者 黄睿超 通讯员 曾明静) 近日,记者从市统计局了解到,1-11月南安实现限额以上零售额157.01亿元,同比增长13.4%,其中11月同比增长5.1%,增速较10月加快6.1个百分点。

1-11月,全市限额以上单位18个主要零售商品类别中,有13类商品零售额同比实现增长,其中10类商品增幅超过15%。一方面是年关将近,居民对日常消费和升级类商品需求大量增加。粮油食品类、服装及鞋帽类、家用电器和音像器材类、通信器材类11月当月分别增长62.8%、88.4%、81.7%、151.5%,累计增速均超过50%;另一方面是得益于双十一,各大电商平台大促,刺激消费。全市目前在库49家电商企业,11月当月通过公共网络实现的零售额4.33亿元,同比增长193.6%;1-11月累计18.14亿元,同比增速111.0%,有效拉动我市限额以上零售额增长6.9个百分点。

石材行业职工技能竞赛
获奖名单出炉

本报讯 (记者 蔡静琦) 22日,由水头镇人民政府主办的2021年南安市石材行业职工技能竞赛圆满落下帷幕。经过大赛裁判委员会评审,南安市石材行业职工技能竞赛获奖名单出炉。

据了解,来自华辉股份、建明石业、嘉丰石业、新三星石业等企业的近百名参赛选手,分别在华辉股份、建明石业、海西石材城、南安华天石材产业技术研究院、海丝石业等竞赛场地进行CAD技能、五轴数控桥切、叉车操作、行吊操作、大板补胶等5个项目的激烈角逐,南安市石材行业职工风采尽展。其中,6名人员获得CAD技能项目奖,4名人员获得五轴数控桥切机项目奖,6名人员获得叉车操作项目奖,6名人员获得行吊操作项目奖,6名人员获得大板补胶项目奖。

获得CAD制图、五轴数控桥切、叉车操作项目第一名的选手,可按程序向南安市总工会和市委人才办申报“南安金牌工人”称号;获得各项目第一名的选手,可按程序向市人社局申请授予“南安市技术能手”称号。

泉工股份“派工系统”
开发进度完成65%

本报讯 (记者 李杨瑜) 23日,记者从泉工股份市场部获悉,公司数字化与商业智能部所开发派工系统将于2022年1月份上线,目前开发进度完成65%。

“该系统里,车间主任将引用生产工单生成派工单,进而填写工序及加工人员。工序完成后,由专门人员对派工单进行扫码报工,且派工单随物料转移,待派工单所有工序完成后,物料则会移交给入库人员扫码入库,派工系统可以实现制造执行系统的部分功能,加强对生产执行计划的管控,细化对生产管理的颗粒度。”泉工股份数字化与商业智能部相关负责人介绍。

据了解,当前,不少行业企业里还存在着传统派工模式。生产管理人员根据所收到的生产计划单,更多的是凭借经验和简单的计算来对人员进行派工,容易导致车间作业和派工信息不对称,造成生产过程衔接不畅。而生产部门缺少生产作业计划执行过程的监控,就无法预测各个阶段的生产和库存状况,保证不了生产有序进行。该数字化与商业智能部相关负责人表示,这样不仅费时费力,还容易出现一些人为错误,导致数据错漏,无法满足公司精益生产的要求。

经过一番市场调研,并结合企业自身生产经营情况,泉工股份“派工系统”应运而生。泉工股份董事长傅炳煌表示,系统正式上线后,通过以线连片,聚片成面的联动效应,能够切实有效地提高信息流转效率,便于排产、工序等后续环节管理,最终达到提高产品质量,实时监控生产进度,合理调度,均衡生产的目标。

“推动数字化转型,过程无疑是漫长且艰巨的,数字化与商业智能部将围绕泉工的整体目标与战略,全面检视工作状态,统一计划、协调和沟通工作,让其在战略与交付实施之间起到中坚作用。”傅炳煌说,相信通过跨部门的通力协作,能让泉工的明天更好。

水头石材行业刮起“轻奢风”



■本报记者 蔡静琦 文/图

紫山水、普拉达绿、鱼肚金、鱼肚灰……今年下半年,水头涌现出许多经营轻奢石材的贸易商。所谓的轻奢石材,每平方米价格普遍在500元-2000元,介于普通大理石和奢石之间。

“轻奢石材的纹理和色彩,通常比普通大理石丰富,而且板面更具抽象,价格却又低于高端奢石,广受年轻客户青睐。”今年刚刚入驻水头的云浮石材企业鸿昇·轻奢老板黄莱告诉记者,轻奢石材在云浮市场已经卖得非常好,下半年很多云浮石材商都来水头开拓市场,相信明年上半年,轻奢石材就会风靡整个水头,或将成为继灰白色系之后,下一个流行趋势。

莫兰迪色系石材受追捧

近年,在家居、服饰等领域的设计应用上,莫兰迪色都颇受市场欢迎。受流行趋势影响,石材行业经营者也开始纷纷物色这一色系的石材产品。

雾都蓝、石英粉、贝姆绿……目前,记者在走访水头大板市场时发现,不少原本摆放在多拉灰、奥特曼的架子位,悄然换上了非洲景泰蓝、普拉达绿、鱼肚灰等色彩和度低,却极具抽象的大板。

唐古拉石材总经理邓荣浩告诉记者,他们做了不少香港、澳门的高端工程项目,早在2019年,香港的设计公司就对鱼肚金、鱼肚紫、巴西绿石这些色

彩偏灰调的石材产品感兴趣,而且也应到许多项目中。如他们供应的澳门四季酒店就用了不少轻奢石材。

“香港、澳门很多流行元素都会在内地传开,几年前,我就开始慢慢着手经营轻奢产品,目前有五六款。”邓荣浩告诉记者,普通大理石在板面纹理上相对传统,没有太大变化,而轻奢石材的数量相对大理石少了许多,板面像极了抽象画,与年轻人特立独行的性格不谋而合。

专业市场轻奢区激增

“下半年我们市场一下子增加了五六家经营轻奢产品的企业,加上本身就有三四家经营这一风格产品的商户,加起来都快10家了。”鹏翔石材城经理陈婉儿告诉记者,随着经营轻奢石材商户的增多,市场正在规划一片轻奢区,做

成市场的特色专场。

之所以做出这一决定,陈婉儿表示,今年刚入驻的几家轻奢商户,销量都还不错,有一家才两个月,就进入市场销量风云榜前五。“市场方也希望多吸引能够带流量的产品或者商家进驻,这样才能推动整个市场的火热。”陈婉儿说,目前,鹏翔石材城已设置了山水画背景墙一条街、灰白专区,接下来就是推动轻奢专场做强做大,让每一个模块独立运营,又相互带动。

今年5月进驻到鹏翔石材城的黄莱,主营产品是偏雾都蓝的非洲景泰蓝。“未来石材一定是越做越高端,也越做越简洁。”黄莱坦言,从几十年的流行趋势可以看出,由欧式到简欧,再到现代风、轻奢风,工艺也发生了很大变化。

“轻奢石材既符合年轻人的审美,价格上相比高端奢石而言,又亲民了许多。”黄莱说,他身边有许多同行都在迭代品种,品种以蓝色、绿色、白色居多。

而早有洞察先机的弘一石业,也早就创立了弘一轻奢城,产品从价格三五百元到几千上万元都有。“集团非常看好轻奢石材的未来发展潜力。太贵的奢石消费群体少,所以也要适当吸引一些中端客户。这样一来,把一些普通的大理石拒之门外,对于想要入驻的中端商户,我们也会进行筛选,有实力的才能入驻,这样整个市场的流量一下子就上来了。”谈及创立轻奢城初衷,弘一石业总经理戴玉音如是说。