

产值逐年递增 新三星石业跻身“10亿俱乐部”



■本报记者 蔡静琦 文/图

行吊机、大货车进进出出,头戴安全帽的施工人员在现场忙碌着。日前,记者来到位于水头镇蟠龙开发区的新三星石业,现场一片热火朝天的景象。

为了实现产能再突破,新三星石业对既有厂房进行了扩大改造。“在固有土地面积不变的情况下,我们将原有的部分厂房改造成两层和三层厂房,大大提高了土地利用率,也为生产争取了更多空间。”新三星石业副总经理徐中林告诉记者,公司年产值在2020年就突破10亿元,此后每年保持两位数的增长率,2022年产值有望接近13亿元。

始创于2001年的新三星石业,相比许多老牌企业,入行并不算早,但却发展神速,2020年就成为南安石材行业率先进入“10亿俱乐部”的3家企业之一。那么,它的创富密码是什么?

打造全品类供应商

作为石材行业的“优等生”,新三星石业并没有特别地倾向于某一个品类,而是奢石、花岗岩、大理石、人造石一起经营。更让人惊奇的是,每个产品的销量都保持在业内前茅。谈及销量屡创新高的秘诀,徐中林并不吝啬分享,目前,新三星石业在北京、武汉、深圳、南京、上海等一二线大城市有10多家经销商。

“这些经销商,都是经总部一再筛



新三星石业对厂房进行改造扩建中。

选,必须有地缘、客户资源等优势,才能做我们的经销商。”徐中林说,能成为他们的经销商,综合实力都不差,而有实力者想要加入,总公司的合作模式也很诱人。为了让经销商放心经营,新三星石业给出了“月初出货,月末付款”的商家扶持机制。徐中林坦言,强有力的支持机制,完全是出于对自家产品质量的自信。没有好的品质,就算经销商再有实力,也不一定卖得出去。

“工欲善其事,必先利其器。我们每年在设备投入上,平均都有几百万。”特别是人造石和奢石设备,大部分是进口设备,仅一台意大利进口绳锯就得500多万元。”徐中林说,设备虽贵,但加工出来的有很大区别,以绳锯为例,切缝仅0.9厘米,相比传统的砂锯细了0.2—0.3厘米,不但大大提高了出材率,还可以使板材切割起来更加平稳,减少缺角崩边的情况发生,让板面更好看。

据了解,新三星石业在做大板贸

易的同时,水头本地很多没有加工厂的贸易商,也会选择将一些比较难加工的荒料送到这里加工。即便新三星石业的加工费用高于市场价,依然不愁订单。“我们一直都在坚守品质,工厂配置的都是最先进的设备,一分钱一分货,所以加工户也能理解,想要好品质,就选新三星。”徐中林算了一笔账,一颗荒料多切出一片大板,一片大板按五六平方米算,奢石一平方米少则两三千元,多则上万元,可以帮加工户把加工费都赚回来。

参与国字号标杆工程

在徐中林看来,大板贸易和代加工只是企业发展的基础,而承接大型工程,才是企业实力和品牌影响力的象征。在新三星石业的宣传册里,记者发现,他们承接过的项目中,有10个项目都是国字号,包括中国共产党历

史展览馆、全国人大机关办公楼、人民大会堂、中国国家博物馆、鸟巢、延安革命纪念馆等项目,皆有新三星石业参与的身影。这些项目订单金额少则上千万元,多则近亿元。

徐中林告诉记者,新三星石业承接的项目,低于百万元的基本没有,基本都是各地的地标性建筑以及重大工程项目。“简单的小项目,很多小企业都能消化。我们承接的项目,一般都是难度比较大,而且工期又紧的重点项目。”新三星石业工程技术部经理周小华告诉记者,国字号项目,很多企业想接却又不敢接,这种项目利润少,要求严苛。

周小华举例道,2019年年底,新三星石业接下中国共产党历史展览馆并开始正式投产不到一个月,就遇上疫情,导致次年工人不能正常准时复工。工期因此变得紧张,加上疫情的缘故,设计师不能到现场确认,部分已经生产出来等待验收的产品只能全部排版出来。有时候排版出来,一摆就是大半个月,规模小一点的企业,完全没法操作。

“不管是项目甲方,还是装饰公司,他们除了关心价格以外,也特别在意企业有无相关经验。”徐中林告诉记者,2006年,新三星石业因承接了深圳南路的路沿石项目,2012年即被华为纳入集采系统。此后,双方合作了多个项目。

徐中林坦言,做地标性建筑刚开始很难,工艺要求极高,需要极为成熟的工人才能实现项目的高要求。新三星石业这几年之所以能节节攀升,与企业一直以来坚持的匠心有非常大的关系,品质做好了,一传十,十传百,才能被项目方优先考虑。



2021—2022天猫TOP品牌力榜发布 芝华仕九牧登上居家家装榜

本报讯 (记者 苏清彬) 日前,天猫品牌力研究所发布“2021—2022天猫TOP品牌力榜”,这是首次以消费者心智为主视角发布的品牌力榜单,聚焦食品饮料、服装内衣、时尚鞋靴、箱包饰品、运动户外等十二大消费品市场。其中,在居家家装榜单上,南安人黄敏利掌舵的上市公司敏华控股旗下品牌芝华仕,以及从南安走出去的卫浴品牌九牧榜上有名。

据了解,作为家居行业知名品牌,芝华仕拥有国际先进的供应链管理体系以及高效配送的物流网络,独立自主研发的功能铁架与电机,为芝华仕的产品研发生产、配送、设计提供了有力支撑。除此之外,芝华仕运营网络横跨亚、美、欧、澳等大洲,产品远销美国、英国、加拿大、中国等100多个国家及地区,而在保证产品质量的基础上,芝华仕不断提升科技水平。独有的生产优势、实力雄厚的工作以及创新先进的科技研发等,让芝华仕成为中国极具价值与影响力的家庭品牌。

而九牧同样当仁不让。九牧从创立之初坚持以质取胜,追求卓越质量,坚守“质量强企,质量强国”理念。其在行业首创健康安全标准,先后建立实施七大质量管理体系,不断加强全面质量管理,打造了从研发、采购、生产到售后等全环节的100%品检质量闭环。九牧还以高效能的生产智造和过硬的产品实力,实现卫浴行业销量中国第一、世界第四,凭实力获得消费者的喜爱与市场的信赖。不久前,九牧就曾荣获2022中国家居消费趋势研究卫浴行业典型样本企业,同时获得“消费者喜欢的卫浴品牌”荣誉。

据悉,天猫品牌力模型秉承了过去5年天猫在企业数字化经营方法论上的成功经验,在品牌人群资产指标(FAST)的基础上,构建了品牌人群心智指数(NEO):从创新力、沟通力、价值力三个角度衡量品牌在目标消费者中的独特心智,分别代表品牌推陈出新且在消费者心目中树立牢固差异化认知的能力,不断拉近消费者距离,维持消费者热度的能力,持续创造消费者价值感与体验感的能力。

吴森阳:创新发展模式 南安花卉业闯出新路子

■本报记者 苏清彬
见习记者 傅雅兰 文/图

最近,福建省金阳园林工程有限公司董事长吴森阳开始忙碌起来。上个月,他的“金阳百花园”又多2个新招牌——泉州乡村好货馆、泉州惠农中心。眼下,3000多平方米的花园内,摆满了琳琅满目的花卉品种、造型各异的盆景,将百花园点缀得格外好看。

“除了花木,我们将引进泉州农副产品的林下产品、农资、伴手礼、工艺品,让群众在家门口就能够买到泉州各地的乡村好货。在提升本地花卉市场之余,还将结合第一、二、三产业,促进乡村振兴、乡贤回归。”除了张罗这些,吴森阳经常到园林工程现场走走看看。善于借力使力、多元发展,也让他成为南安园林工程佼佼者。

从提供景观到打造品牌

驱车前往南安霞美金山村金山路口,一座办公楼矗立在花卉园林之中,特别显眼。这便是吴森阳的金阳园林公司。走进一楼客厅,“守合同重信用企业单位”“泉州市科技特派员示范基地”“全省十佳花木种植企业”等诸多牌匾挂满了墙,在袅袅茶香中,他打开了话匣子。

“我们的园林工程主要集中在房地产、小区、园区等领域,目前泉州在建项目有7个。”吴森阳坦言,这两年整体大环境改变,特别是房地产市场低迷,园林工程难免受到冲击。

尽管如此,金阳园林去年依然略有增长,而这得益于多年前的未雨绸缪。“做园林市场其实很残酷,同样的质量,甲方会选价格低的;同样的价格,客户又会选择质量高的;如果质量和价格都一样,客户就会选择服务好的、信誉高的。这正是突破的秘密所在。”吴森阳回忆道,2012年可以说是金阳园林发展的关键一年。

花卉园林作为霞美的特色产业,经过数年的发展已具有相当规模,被誉为泉州的“后花园”。然而10多年前,回乡创业的吴森阳看到了行业面临的瓶颈:花卉园林企业打造的景观园林,大多为市政及小区景观园林,但仅是打造景观,订单量小、竞争大,也难以满足甲方一站式服务需求。

“说到园林景观,很多人认为只是植树造林,实际上这个行业是跨学科的,包括植物学、生态学、艺术学、建筑学等。”为



人物名片
吴森阳 南安霞美人,1977年生,福建省金阳园林工程有限公司董事长、福建省花卉协会园林分会会长、中国民生银行泉州分行金融合作社泉州市花卉园林行业分社社长、南安市花卉协会会长、福建花卉协会副秘书长、福建省侨界青年联合会副会长。

此,吴森阳提出,要从设计、种植、销售、养护等多方面入手,提供全方位一体化产业链服务。此举得到项目方的青睐,不仅带来了源源不断的订单,更是增厚了企业利润,在市场上逐渐崭露头角。

令人感到诧异的是,2012年当大家在广增苗圃、广种花木时,他不走寻常路,而是投入200多万元盖起了办公楼。“企业要做大做强,除了提高核心竞争力,硬件也要跟上,才能从提供景观向树立品牌转型。”实践证明,当初决定的正确性,金阳园林逐渐擦亮了金字招牌。

“北漂”青年返乡创业

吴森阳最初并没有进入这个行业的打算。高中毕业后,他只身前往北京开启了“北漂”之旅。在京奋斗多年,有了一定积蓄的他,2006年选择回乡创业。那时候,霞美的花卉园林行业初具规模,吴森阳经常听亲戚朋友讨论谁回乡搞起了园林绿化,谁在种绿植,每次聊天他都听得心痒痒,到处打听怎么做的?

带着一份好奇心,这位门外汉误打误撞进入这个领域,但创业之旅并非一帆风顺。起初,他租了八九亩土地,搞

起了属于自己的小花棚。种植看似简单,做起来却困难重重,因为这需要极大的耐心和付出。幼年苗木十分脆弱,最容易遭受病虫害,一不留意,几个月的努力成果可能就会化为乌有。

“年少,没经验,对病虫害防治知识了解不多,第一次种植的苗木从根部开始烂起,八九成遭受侵害,苗木几乎‘团灭’。”很长一段时间里,他都灰心丧气,最终在亲戚朋友的鼓舞下才重整旗鼓,继续创业。

为了更好地照顾自己的花花草草,他不耻下问,向前辈虚心请教各种园林种植问题。看着悉心照料的花卉苗木渐有起色,以为只要能长大就不用愁卖,然而却在成苗的销售上遇到了大麻烦。自己跑市场、搞技术、跟踪客户……靠着一份执着与坚持,这位“北漂”青年花了6年多时间,才逐渐站稳了脚跟。“人生不是每一段经历都会是成功的,但每一段经历都会给你留下丰富的经验知识,厚积薄发。”吴森阳说,“北漂”经历虽然不是很成功,但开阔了眼界,看到了不一样的发展理念,最总让他走向了转型创新之路。

至今,他依然保持一个习惯,每年

都要到广东、浙江等地交流,了解市场上优质花卉品种,吸收同行先进管理经验。为了充电,2008年他进入福建省委党校经济管理专业学习3年。此外,他还加入福建花卉协会,借助协会平台让企业走得更远。

开启“公司+合作社”新模式

2013年,吴森阳还干了大事——成立南安市协众花卉专业合作社,开启了南安花卉产业由单打独斗到抱团发展的崭新时代,“公司+合作社”模式也让农户尝到了发展的甜头。

“南安花卉园林产业存在规模小、花卉品种不丰富、品种附加值不高等多种隐患。特别是资金、融资难成为摆在大家面前的难题。”9年前,同样受房地产业不景气影响,花卉园林行业日子不好过。而企业要想扩大市场占有率,又不得不扩充种植规模,提升花卉品种档次。但花卉种植土地属农业用地,不能作为固定资产进行评估抵押。这无形中导致产业中小企业多,龙头企业少。

为了推进行业发展,2013年7月,花卉园林经营大户吴森阳发起创办了南安市协众花卉专业合作社,为社员企业提供购买、销售、运输、技术等服务,并定期邀请泉州农科所、福建农林大学等单位、高校专家学者来给种植户传道解惑,指导科学地培育苗木。而为了破解花卉企业融资难题,在吴森阳的积极奔走、牵线搭桥下,2013年7月13日,中国民生银行金融合作社泉州市花卉园林行业分社宣告成立,为行业发展注入新的活力。这也是全省首家民生银行花卉金融合作社。

“贷款一定额度免抵押,社员就可大胆地引进新品、租用土地、搞研发等。”作为社长,吴森阳深感身上的责任和使命更重了。在他的带领下,合作社社员由最初的100多名发展到现在的500多人,高峰期一年为社员融资近亿元,受益中小企业300多家,目前每年仍有6000多万元贷款需求。

聚是一团火。有了前几年的积累,2017年,吴森阳被推举为南安市花卉协会会长。2018年12月,其发起成立的南安市协众花卉专业合作社更是被授予“国家农民合作社示范”称号。2021年7月31日,福建省花卉协会园林分会在泉州成立,这位南安人当选首任会长。他在就职典礼上说:“将充实分会力量,开展特色活动,加强行业间有效互动,书写好‘省花协园林分会’崭新篇章。”

市工商联(总商会) 开展军地联谊主题活动

本报讯 (记者 李杨瑜 通讯员 王金英) 8日,南安市工商联(总商会)副主席吴冬芸、副会长黄云华率队,带领机关女干部职工和女企业家代表们,前往某驻南部队开展“巾帼心向党 喜迎二十大”“三八”国际妇女节军地联谊主题活动,与部队女兵共叙军民鱼水之情。

当天,一行人在部队相关领导的陪同下,先后观看旅队征兵和女子特战分队的宣传片,观摩女子特战分队攀登、特战小队房间突入、模拟对抗等科目演示,并亲身体验模拟射击、伞降等,还走进女兵宿舍同女兵们交谈,了解和关心她们的生活起居情况。

座谈交流会上,与会人员表示,在新时代的新征程中,将继续发挥巾帼力量优势,积极投身军地双拥共建、融合发展,同心协力、携手并肩,为我市争创省级双拥模范城“九连冠”做出新贡献,在党的二十大来临之际共同谱写军政军民团结新篇章。

泉工股份举办电机产品及选型培训会

本报讯 (记者 李杨瑜) 为进一步提升电机操作水平,做到规范化操作、程序化管理、标准化达标,近日,福建泉工股份有限公司在生产基地B区三楼会议室组织开展西门子、Simogear减速电机产品及选型专题培训。

此次培训,泉工股份特邀西门子泉州办负责人授课,讲师采用多媒体课件辅助授课的方式,用翔实的电机模拟仿真路线图、生动的语言,对西门子电机产品、Simogear减速电机产品和选型、常见故障及故障排查进行系统性介绍,并就Simogear减速电机安装使用、日常维护保养、售后问题处理等进行系统性讲解分析。

培训授课内容量大、面广,知识结构全面细致,实用性强,参训人员纷纷表示,通过本次学习增强了对电机的认识、对提高自身的专业水平具有很大的促进作用。未来,会将所学到的理论知识应用到实际的工作中去。