

两家南安企业斩获5900多万元工程大单

本报讯(记者 苏清彬)南安企业喜讯连连。近日,从百安消防科技有限公司传来好消息:其在合肥供水集团2022年度供水工程消防合格供应商(增补)项目招标中,被确认为中标单位,中标金额为12381880元。不久前,胜利阀门有限公司则成功中标榆林黄河东线马镇引水工程出露段项目,中标金额46862889元。

据了解,合肥供水集团始建于

1954年,为合肥市属国有独资大型企业,主要承担合肥市区和巢湖、肥西、北城等区域的供水保障与服务工作。此次百安消防斩获上千万项目,无疑是对这家老牌企业综合实力的肯定。

而胜利阀门中标项目位于陕西省榆林市神木市。该项目设计最大引水规模2.9亿立方米,年可供水量2.5亿立方米,供水保证率95%。工程规模为中型水利工程,由输水主干线、神木支线和

榆神支线三部分组成,主干线全长101.93km,批复概算总投资150.58亿元,工程总工期约48个月。胜利阀门将提供多品类、口径等阀门,如DN2000蝶阀、DN2000球阀、DN1600调流阀等。

两家南安企业相继拿下总计5900多万元,侧面反映了本土消防、阀门产业的优势所在。南安消防产业经过30多年的发展,已成为国内三大消防生产基地之一,初具产业集群效应,区域

品牌影响力与日俱增。而阀门产业也在数十年发展中,规模持续扩大,至今已有大大小小企业400多家。

“这几年,国家大力新建污水处理厂、自来水厂,以及水利工程、给排水、地下管网等项目建设,对阀门需求量增大,特别是水系统阀门仍然是增量市场。而南安九成以上阀门企业都是做水系统阀门。”对于喜提大单,胜利阀门总裁李良伟如是分析。



最高奖励800万元 这一省级项目启动申报

本报讯(记者 黄睿超 通讯员 李灿锋)近日,记者从南安市工信局获悉,为加快推进全市工业领域节能降碳、资源综合利用和绿色低碳发展,2022年省级节能和循环经济专项资金奖励项目申报日前开启。奖励项目范围包含节能技改(消耗自发可再生能源项目视同节能技改)、循环经济、兑现性奖励、能力建设4个方面,申报时间截至9月30日。

据了解,在项目类型中,节能技改项目主要包括锅炉(窑炉)改造、余热余压利用、节约和替代石油、电机系统节能、能量系统优化、区域热电联产、厂区可再生能源项目建设、合同能源(采用合同能源模式进行的节能技改项目,节能服务公司投资额占项目投资70%以上,并在合同中约定节能效益分享方式)。循环经济包括节水、节材、资源综合利用、再生资源回收利用。

其中,企业申报节能技改、循环经济项目,须为2021年1月1日以后建成投产,申报时已稳定运行3个月以上,2022年1月1日以后建成投产的节能项目须为省工业重点节能改造项目库项目。节能技改项目(单家企业有多个不同项目必须汇总整合成一个项目上报,即每家企业限报一个项目)年节能量应在500吨标准煤以上(含500吨),若涉及产品能效提升的节能项目,还要求产品能效达到行业先进水平;循环经济项目新增投资额须在500万元及以上。

企业申报兑现性奖励项目须为:2022年1月1日以后,获评国家级绿色工厂、绿色供应链;获评国家级、省级能效“领跑者”标杆企业;进入工信部再生资源综合利用行业规范名单的企业;完成能耗在线监测系统企业端建设任务的重点用能单位。

在奖励标准上,对于节能技改项目,工业领域节能技术改造项目(含合同能源项目),根据节能量按每吨标准煤不超过500元标准给予一次性奖励,单个项目最高奖励不超过800万元,且不超过项目投资额。循环经济项目,按照项目投资额5%的比例给予奖励,每项不超过50万元。

兑现性奖励项目包括:获评国家绿色工厂、绿色供应链管理示范企业每家给予30万元奖励;获评国家级、省级能效“领跑者”标杆企业分别给予100万元、50万元奖励,两者不叠加享受;获评国家级、省级能效“领跑者”标杆企业分别给予100万元、50万元奖励,两者不叠加享受;通过工信部再生资源综合利用行业规范条件的企业每家给予20万元奖励;重点用能单位完成能耗在线监测系统企业端建设任务,每家给予2万元奖励。

英良石材董事长刘良 被提名全国工商联石材业商会轮值会长

本报讯(记者 蔡静琦)日前,全国工商联石材业商会公告第四届第二任轮值会长人选名单,泉州英良石材有限公司董事长刘良被提名为会长人选。

据悉,为贯彻落实中办、国办《关于促进工商联所属商会改革和发展的实施意见》,以及全国工商联关于“商会党建与会员企业高质量发展”重点改革措施试点计划,全国工商联石材业商会会长实行轮值制,2年一轮换,不得连任,但可隔届提名。为保障轮值制的顺利实施,全国工商联石材业商会设常务会长,由5—7人单数组成。

2019年12月2日,全国工商联石材业商会第四次会员代表大会在北京隆重召开,福建省华辉石材股份有限公司董事长王清安当选首任轮值会长。为保障轮值制的顺利实施,王万传、王清安、叶维新、刘良、杜运伟、卓布国、洪成设等7人(按姓氏笔画为序)为常务会长组成人员。

石材加工产业 启动石粉调研开放课题

本报讯(记者 黄睿超)8日下午,南安华大石材产业技术研究院立项的“南安石材加工产业石粉调研开放课题启动会”在水头镇南安华大石材产业技术研究院召开。

会上,课题负责人阐述了课题背景、构思和目的。与会人员就石粉现状、处理方式、工作重点难点等进行深入讨论,明确任务分工与协作、周期、时间节点等。据悉,该课题将在摸清南安石材加工产生的石粉的现状基础上,调研国内外石粉处理的先进技术和方案,结合南安石粉特点,提出针对性的解决方案,为南安石材加工行业的健康发展提供技术支持。

力盾实业:从销售端带动生产端 布局全国市场

不久前,第十八届南安水暖泵阀暨消防器材交易会福建成功国际会展中心顺利举行。为期3天的盛会,再次让业界感受到“南安供销大军跑全国、全国水暖行业跑南安”的奇特景象,这一景象也凸显了南安人在水暖终端和销售渠道的独特优势。

“南安人经济”不同凡响,如何变“南安人经济”为“南安经济”?近年来,南安掀起了“回归创业潮”,不少在外打拼的南安人,通过整合优势资源,纷纷落地家乡,事业做得风生水起。今年首次在展会亮相的力盾实业,便是典型代表。“我们做销售将近30年,积累了丰富的渠道资源,为了保证产品的稳定性,后来逐渐转向集生产、销售为一体。”力盾实业总经理吴添元告诉记者,他们的目的是从销售端带动生产端,进而布局全国市场。

本报记者 苏清彬 文/图



金鹭星卫浴车间,工人正在组装水龙头。

线上订货会精准招商

9日,当记者走进南安仓苍高新技术园力盾实业采访时,忙完展会事宜的吴添元,早已开启了飞行模式,远在山东出差的他,正在力盾临沂水表生产基地安排下阶段工作。

除了临沂水表生产基地,力盾实业在全国还有七大生产基地,包括泉州卫浴、铁阀门、铜阀门、消防、软管五大生产基地,以及潮州陶瓷生产基地、石家庄管件生产基地。“通过参展,展示企业实力,了解客户需求,填补市场空白,在与同行交流中也能寻找发展空间。”疫情之下,线下招商模式优势削弱,为了将新品更好地推向市场,满足终端市场需求,今年5月以来,力盾实业还

创新“打法”,用线上订货会形式精准招商。

“这是我们的新产品智能数显淋浴柱,可升降,四挡切换出水……”7日上午,力盾实业主营卫浴的“金鹭星”品牌电商直播团队,针对终端网点开启了线上推介模式,逐一对新产品的特点,甚至市场流行趋势进行详细讲解。

“发展一个新客户是维护一个老客户成本的数倍。正因如此,我们特别珍惜老客户,像这样的线上订货会,一周举办2—3场。”金鹭星营销部负责人王敬伟告诉记者,金鹭星自创办以来,在全国先后布局70多个网点,这些网点在经营卫浴

的同时,还会根据自身渠道优势,销售铁阀门、铜阀门、消防、软管、管件等产品。

由于每家网点销售产品不同,面对大量的新品上市,在选择上难免会无所适从。对此,金鹭星并非通过一场线上订货会,让70多家网点相聚“云端”,而是根据区域网点的特性,进行精准施策。

“在家就可以了解到新产品,用手机就能订货。”不少网点经营者纷纷点赞道。虽说是小试牛刀,但反响还不错,王敬伟说:“随着大数据技术的普及,线上招商更加便捷、精准。高峰期,一场订货会下来,签下订单数十万元。”

打造一站式生产供应平台

从销售转型生产,面对双重困难:一方面,从买到地到建厂,投入大;另一方面,从项目投产到人才引进,周期长。如何以最快速度打开市场?

力盾实业选择在原产地进行资源整合,直接租厂房,购置设备、招聘员工,很快即可生产产品。“比如,南安在卫浴、铁阀门、铜阀门、消防、软管有原材料优势,成本相对较低,生产基地就设在这里。”王敬伟进一步解释道,将生产基地设在不同的地方,品质管控不容放松,他们都会在当地寻找优质合作伙伴。

拥有如此多的产品品类,快速响应市场需求,对企业来说也是很大的考验,力盾实业做到了。“每成立一个生产基地,我们就会设立一个仓储中心。”吴添元表示,江苏是经济大省,今年他们在南京成立分公司,将重点开发江苏市场。

吴添元所言不虛。2021年江苏经济总量迈上11万亿元新台阶,达到116364.2亿元,同比增长8.6%。面对这一潜力无限的市场,渠道下沉至更多的乡镇市场,对仓储、物流配送提出更高要求。对此,力盾实业在南京一建材市场租下大型“中央仓库”,这一举动让业界颇为震惊。

而在仓苍的卫浴生产基地,记者看到,菜盆、角阀、龙头等一件件打包好的成品,整齐摆放在立体仓库货架上。对于未来发展,吴添元说,作为以工程为主、渠道为辅的企业,力盾实业近年来也在不断拓展工程项目,而工程所涉及的产品种类多,一站式、全品类采购成为大势所趋。在这种大背景下,力盾实业的目标便是打造一站式生产供应平台,在市场竞争中更具优势。

渠道下沉打通最后一公里

提及卫浴行业,就不得不说到“渠道下沉”。近年来,随着城镇化的推进,不少主营中高端产品的卫浴品牌,在深耕一二线城市的基础上,将目标放在了蕴藏着丰富消费潜力的三四线城市,甚至乡镇市场。城镇化带来很大的机遇,但由于网点和运输上的阻力,对于企业

来说也是不小的挑战。而金鹭星一开始就找准定位,将发展方向锁定在广阔的乡镇市场,广开五金店。“专业的人做专业的事,仓苍镇有成千上万家中小企业,在五金产品上有很大优势。因此,我们在中国水暖城设立加工厂,从市面上找到极具性价比的配件进行组装、生产,力争做到物美价廉。”在王敬伟看来,一些卫浴品牌在渠道下沉时,发现自身不适应下沉后的渠道市场。究其原因就是在渠道下沉前,没有对自己的品牌定位、产品系列及价格体系进行系统研究和分析,而是建立在自己过往大中城市的营销模

式上,其结果就是下沉后没有换来代理商和市场成长。

产品物美价廉,售后服务同样不能少。在卫浴行业,大品牌企业物流配送一般发到县级、镇级配送中心,需要买家自己提货。为了打通物流最后一公里,作为新兴品牌,金鹭星可以做到配送到家。“每一家网点相当于一个配送中心,我们做到点对点配送,每天全国各地有数百辆车奔波在路上。”王敬伟透露,实际上这些网点大部分是金鹭星的股东,是唇齿相依的关系,只有将产品、渠道和服务做好,才能让股东受益,实现共生共赢。



异地南安商会别样过中秋

■本报记者 苏清彬 通讯员 王建

海上生明月,天涯共此时。刚刚过去的中秋佳节,异地南安商会纷纷举办了形式多样的活动,大家欢聚一堂,畅叙乡情,共庆佳节。

8日,在无锡市南安商会三届二次会员大会上,除了迎中秋晚会,现场还安排了多项议程:授予翁金用等15人为“2021—2022年度商会优秀会员”称号;增补3名常务理事、8名理事,新聘江苏中首建材市场有限公司总经理王金火为商会名誉会长;为2021年、2022年度会员子女考上大学颁发奖学金。

值得关注的是,为了更好地打造

信息通道,架起交流桥梁,团结凝聚会员,促进资源共享,经无锡市南安商会议事会审议通过,决定在宜兴市场、五洲市场设立“商会会员之家”。而为了响应无锡市工商联关于“红梅花香·锋彩商会”党建领航三年行动计划安排,更好地履行社会责任,投身志愿服务,开展公益活动,现场还成立了“无锡市南安商会志愿服务队”。

这样其乐融融的景象,同样出现在鹭岛厦门。在日前举行的厦门市南安商会三届六次会员大会上,一场别开生面的南安特色农产品推介会同期举行。会上,秘书长黄金圣向来宾推介了南安市永利源综合食品有限公司、厦门味华香

食品有限公司、南安市乐峰镇福山日腾面粉厂、福建怡庆食品有限公司、南安市天之怡食品有限公司等5家生产南安特色农产品的企业。他表示,此次推介会是为了让更多人认识家乡南安的特色农产品,希望通过发挥商会平台的作用,服务赋能家乡企业发展,助力乡村振兴。

在这个特殊的节日里,每一个海外游子都通过各种方式表达自己的思乡之情。日前,菲律宾南安同乡总会东北吕宋分会、东北吕宋南安商会举行一场热闹的中秋晚会。一首首脍炙人口的国民歌曲,唱出了在外游子的心声。

晚会在《花好月圆》的歌声中拉开

序幕。随后开始了精彩纷呈的表演,舞蹈《GIRL IN THE MIRROR》把小朋友天真活泼的一面表现得淋漓尽致;抗疫歌曲《听我说谢谢你》致敬最美白衣天使;经典老歌《爱你》《甜蜜蜜》《最美的光》带大家更多美好的回忆;国民歌曲《最炫民族风》一响起,更是引发了全场大合唱,把晚会推向了高潮。

当天还准备了赠送月饼、中秋博饼、抽奖等环节,给晚会助兴。现场,东北吕宋南安商会会长黄侨艺发表了中秋寄语:“每逢佳节倍思亲,特别是远离家乡的海外游子们,今天欢聚一堂庆祝中国传统佳节,我坚信保持中国的传统就是思念家乡最好的表达方式。”