

近百家石企纷纷上云 软硬件投资累计达2000多万元 大板市场全面迈向数字化“石代”

■本报记者 蔡静琦 文/图

大板市场再起风云。10月中旬,作为佰科石业线上平台,佰科云仓一举拿下康利大板市场6000个架子位,意欲打造成数字板仓的消息,在石材圈激起不小的浪花。随后,另一家南企胜利石业在租下南升石材城1000个架子位不久,再次拿下鹏翔石材城3号主通道一整片的位置,全面布局数字化智能云仓,为采购商免费提供大板排版服务。

佰科石业和胜利石业,既是石材大板数字化的开拓者,也是引领者。有业内人士告诉记者,不少南安企业早在三四年前就开始推行数字化运营,如今数字化从工厂走向了大板市场,也昭示着石材行业将告别包板、夹板的时代,全面开启线上便捷交易模式。

大板市场开启“101计划”

今年下半年以来,不少传统大板市场出现了空置率攀升的现象,即便是老牌石材市场,康利大板市场也不可避免地出现了近1/3的空置。为了降低空置率,康利开始寻求新的发展模式,这不,10月便携手佰科石业,开启“101计划”。

当记者来到佰科云仓康利点时,放眼望去,6000个架子位上方广告牌全是“科技蓝”,与周围的石材架子位明显独立开来。数字石材、全链服务商等广告标语,彰显着佰科云仓与传统大板市场的不同。据佰科云仓总负责人吴志峰介绍,所谓的“101计划”,实际上有多层意思,其一就是要招募101个石材品种,并对其进行数字化处理,帮助上云,增加曝光、销售渠道。

那为什么不是100个品种呢?吴志峰认为,这是石材人的一种美好愿望,100是个整数,但总要有突破,可以是101,也可以是199,但不应该是



大板数字化正在石材行业里普及。

停滞不前。“之所以选择跟康利合作,主要看中康利的工程品牌效应。很多大项目采购,会优先选择在康利挑选,加上佰科原本就与全国各大设计师和装饰公司建立了紧密的合作关系,双方合作属于‘1+1>2’。”吴志峰坦言,还有一点很重要,康利也相当认同佰科云仓的数字大板理念,所以双方一拍即合。“当然希望更多石材同行能够加入数字大板行列,让石材买卖更简单。”

在吴志峰看来,大板数字化已是必然趋势,只是很多石材贸易商还不愿去改变、去适应。“现在是买方市场时代,这么多竞争者可以提供服务,如果还想做包板的事情,生意很难持续。客户被骗一次,就不会有第二次。想要留住客户,并发展为回头客,就得让其买得放心、消费得明白,哪怕板材有暗裂也要提前告知,哪怕从价格上去弥补,也不能存在瞒天过海的想法。”

“我们刚推行数字大板的时候,业务员叫苦连天。业务员直接把每片大板的数据包给客户看,很多客户是接受不了这么多变化的,因而选择放弃我们。当他们在其他地方用高价买到包板以后,他们就会回过头来选我

们的坦诚。”吴志峰表示,数字大板起步很难,一旦客户沉淀下来,就很好做了。买板变得方便,客户不需要再冒倒板的风险,在大板堆里上蹿下跳;也不用拿着手电筒一片片查看,只需一部手机,就能把你买的每片板看得清清楚楚。

吴志峰尝到了大板数字化的甜头。今年3月泉州疫情期间,不少贸易商处于经营停滞状态,而佰科云仓却仍在照常经营。很多省外客户直接通过数据包选板,在线成交。吴志峰说,“101计划”仅推出一周,目前就有20多个品种入驻,还有部分同行在观望。根据当前的市场反馈情况来看,他认为,明年6月前,计划就能完成。

云上板仓随处可见

除了佰科云仓的“101计划”,其他石材企业也在探索数字化之路,纷纷让板材的所有信息同步到云平台。

胜利石业亦是较早推进大板上云的企业。早在去年下半年,胜利石业就与链石等科技公司合作,在工厂导入扫描仪等智能设备,并独立开发线上小程序,让企业的所有板材信息实现线上与线下的同步。今年下半年,

胜利石业在两处新设的卖场打出了免费排版的宣传语。

胜利石业总经理吴小雯告诉记者,为了跟上石材的数字化,他们在三厂成立之初,逐步走上智能化之路。“在疫情发生以前,数字化的便利性还没体现出来。但近3年来疫情反复,大家才真正感受到数字化的好处。”吴小雯说,有了大板数据包,不管客户来不来现场,都能看到每一片大板的所有纹理,不用担心包板问题,而且也能为客户省去来回成本和成本。

“现在敢在线上下单的,基本还是老客户。”吴小雯坦言,很多石材采购商都是四五十岁,他们对线上下单多少还抱有怀疑的态度,所以要彻底让他们放心,还需要一段路要走。但年轻人不一样,他们能快速地适应线上看板习惯,也敢于尝试线上下单。

“数字化产业升级正当其时。”英良集团董事长刘良在做《2022石材行业趋势发展报告》时称,工业互联网时代已到来,当前扫描仪已被业界广泛应用,数字大板、云上板仓也随处可见。受疫情影响,海外客户现普遍要求数字大板验货,云上展厅及VR展厅技术也日渐成熟。在工程领域里,对于数字化效果的呈现需求日渐增强。技术创新与设备升级已经普遍发生,数字化进程正在改变石材产业的生产效率和销售模式。

“其间工业互联网的参与,例如海尔卡奥斯等行业大伽项目的落地,也在很大程度上为数字化升级创造了条件。”他说,一方面是企业不断自觉加大升级力度,另一方面是基础设施正在全面普及。据了解,现已有近百家居石材企业在MES系统、石材营销、扫描等环节申请上云,软硬件投资累计达2000多万元,并有溪石股份等十几家企业购置时空魔镜等VR体验工具,实现线上选材、线下体验效果,助推石材产业向家装市场延伸。

打造新增长引擎 南安卫浴企业加速“出海”

■本报记者 苏清彬 文/图

在今年房地产市场整体下行的大趋势下,传导给卫浴企业的压力也越来越大。2022年以来,不乏大品牌企业陆续出现收入大幅下降,利润缩减,甚至亏损。

如何破局?以何种方式破局?在这道难题面前,各卫浴企业也是各显神通,或渠道下沉至农村市场,或加强与家装设计师的黏性,或涉足智能赛道谋求新增长点……在“全国水暖之乡”南安,部分企业加速自主品牌“出海”步伐,在国际市场上勇当弄潮儿。

卫浴品牌海外突围

最近,特瓷卫浴总裁吴财宝显得有些忙碌。

不久前,特瓷卫浴再次接到来自沙特阿美工程项目一批200多万元的订单,员工加班加点赶工,以最快速度顺利完成交货。“去年我们就跟这家公司达成战略合作协议,分批次供货。此前下过一次单,总货值100多万元。”吴财宝向记者解释道,原本6月左右要发第二批货,受疫情影响,推迟至10月中下旬。

吴财宝口中的“沙特阿美”公司来头可不小。作为全球能源巨头,沙特阿美是沙特国家石油公司,拥有全球最大的陆上和海上油田。11月1日,沙特阿美发布最新财报显示,今年第三季度营收1637亿美元,同比增长51%;实现净利润424.3亿美元(约合3085亿元),平均每天暴赚33.5亿元,堪称全球最暴利的“印钞机”,相比2021年同期增长39%。

那么,特瓷卫浴是如何牵手这家能源巨头?“去年国庆前后,公司迎来了一批特殊的客人,从穿着打扮来看,更像是海外客商。”彼时,接待这批来自考察团的,正是吴财宝。

经过一番细致沟通得知,沙特阿



特瓷卫浴生产车间,工人正在装卸产品。

美需要在中国找一家长期的卫浴供应商,产品涵盖五金龙头、淋浴器、冲洗阀等,前提是要保证产品质量、交货期,而且能够实现非标定制。而特瓷卫浴正好符合要求。在对企业综合实力进行详细考察后,双方最终签下了2300多万万元的合同金额。这也是特瓷卫浴自成立以来的,签下的一笔海外订单,也标志着特瓷卫浴成功进入世界石油行业公认门槛最高的沙特工程市场,实现了历史性突破。

将卫浴产品打入海外工程市场的,还有龙头企业九牧。不久前,九牧在肯尼亚合作的第五个商用工程项目——肯尼亚中央银行(CBK)基金大楼正式启用。CBK基金大楼坐落于肯尼亚首都内罗毕的中央商务区,是非洲首个装配式技术超高层建筑,肯尼亚首都的新地标,对于带动肯尼亚乃至东非建筑业转型升级,推进共建“一带一路”绿色发展具有重要意义。而九牧为该项目提供了卫生陶瓷产品、五金和卫浴配件等各类产品。

除了上述两家南企,深耕水道用品20多年的天力卫浴,也在加速海外

市场布局。“我们的产品主要应用于水槽、浴缸、浴室柜、洗衣柜等领域,性价比高,已出口180多个国家。”天力卫浴董事长黄志胜告诉记者,虽然今年订单有所下滑,但目前在谈项目金额就有六七千万。

注重研发打开高端市场

从3家企业动作来看,在房地产、家装等市场整体下行背景下,海外市场前景可期。但与国内市场相比,要想与国外竞争对手同台竞技,特别是高端市场,对产品提出更高要求。以此次特瓷卫浴和沙特阿美合作为例,卫浴产品主要应用于员工宿舍、办公区域、生产车间等领域,均需要根据对方需求进行非标定制。

而这背后,考验的是企业在产品创新上的应变能力。“我们坚持变中求新、变中求进、变中求突破,不断加大研发投入。10年前,我们的自主研发专利仅有21项,现在增至43项;产品种类由原来的500多种,增加到现在1100余种。”吴财宝告诉记者,近年

来,除了沙特,他们还将产品出口到澳洲、加拿大、东南亚等国家和地区,并且在厦门成立一家分公司,专注欧美市场。

多年深耕,斩获累累硕果。数据最有说服力:2021年特瓷卫浴销售额突破8000万元,包括海外项目在内的工程订单突破2600万元,工程订单占比越来越大。而随着工程订单、项目承包、零星销售、抖音平台及电子商务等多渠道布局加快,2022年公司销售额有望突破亿元大关。

黄志胜也坦言,正是企业的研发实力做后盾,才吸引了来自海外源源不断的订单。“每个国家都有每个国家的标准,我们为其提供OEM跟ODM服务,从开模、设计到成品一条龙服务。”他举例道,水道用品品类多,规格、型号也多。一个订单下来,几十种产品,单单模具就要数百套,能够具备这样实力的供应商不多。

据介绍,天力卫浴组建一支近40人的研发团队,每年都会将年销售额的7%以上用于研发产品,单品产品就有上千款。其产品设计特别注重模块化,哪个模块坏了都可以实现替换,目前拥有100多项技术专利。黄志胜说,继去年在日本成立分公司之后,今年4月,天力卫浴进驻全球知名跨境电商平台——亚马逊,进军对产品要求更为严苛的欧美市场。

而今年位列“2022福建省创新型民营企业100强”第2名的九牧,更是离不开产品创新。据了解,九牧把“创新”二字根植于企业基因中,每年以不低于销售额10%的投入进行技术研发,在全球拥有3家高端制造灯塔工厂、12家5G云工厂、16个研发中心,累计获得192项全球设计大奖、1.5万项先进专利,为全球智能卫浴行业发展树立优质典范。迄今为止,九牧在全球服务的商用工程项目累计已超过1.5万个,覆盖国际五星级酒店、旅游度假区、国际赛事场馆、国际地标建筑等。



资讯

异地南安商会

掀起学习宣传贯彻党的二十大精神热潮

本报讯(记者 苏清彬 通讯员 王建)连日来,异地南安商会迅速掀起学习宣传贯彻党的二十大精神热潮,积极发挥组织优势,带动广大商会成员开展学习活动。

10月31日,厦门市南安商会党支部(流动党员支部)联合中共厦门市思明区嘉莲街道鹭江新城小区第一、二支部委员会,在鹭江新城小区党群服务站举行“礼赞党的二十大,共建美好幸福家园”主题党日活动。为开创党支部工作新局面,形成优势互补、资源共享、整体推进的共建合力,根据新时代党建工作的新要求、新特点、新任务,中共厦门市南安商会流动党员支部与中共厦门市思明区嘉莲街道鹭江新城小区第一、二支部委员会共同举行“党建共建”签约仪式。

随后,在社区会议室里,三个共建党支部召开学习宣传贯彻党的二十大精神党员大会。厦门市南安商会党支部(流动党员支部)书记郑明芳分享了自己的感悟:“作为一名青年企业家,我感到十分荣幸。我们生逢其时,干事创业正当时……”

会上,与会党员们结合自身工作实际分享了党的二十大精神学习过程中的收获与体会。大家纷纷表示,一定要学习贯彻落实好党的二十大精神,一字一句学深学透,以身作则,准确把握党的二十大精神丰富内涵、思想精髓、核心要义和实践要求,以更大热情、更足干劲、更高标准奋进新征程,建功新时代。

11月3日,无锡市南安商会开展了“学习二十大,奋斗新征程”专题学习会。会上,大家就认真学习宣传贯彻党的二十大精神谈收获、谈体会,就发挥党建引领作用促商会改革发展,认真研究贯彻落实的具体思路和举措,推进学习宣传贯彻走深走实、落地落细。

“我们要以更加昂扬的精神状态和奋斗姿态,坚持怀揣企业家的责任担当,用爱心传递回馈的善心,克服困难,在时代的潮流下,推动企业向前发展,用行动诠释新时代的优秀企业家精神。”无锡市南安商会党支部书记许清志在会上说。

11月4日,太原市南安商会党支部组织召开学习宣传贯彻党的二十大精神专题会议。谈及未来,太原市南安商会长尤建军表示,将持续带领商会以党建统领全局,听党话、跟党走,开拓创新、追求卓越,聚焦“七个突破”,在助力乡村振兴,坚守诚信创新、打造特色工作品牌上,积极投身现代化经济体系建设,为太原市经济社会发展继续作出应有的更大贡献。

为期一个月

南安开展石材行业污染治理

本报讯(记者 蔡静琦)日前,泉州市南安生态环境局发布一封致南安石材企业的信。为进一步提升南安石材行业环境管理水平和污染治理水平,保障群众环境权益,促进行业健康、规范和可持续发展,按照南安市生态环境保护委员会办公室要求,即日起至11月底,开展为期一个月的石材行业污染治理集中攻坚工作。

整治期间,泉州市南安生态环境局将对191家中央生态环境保护督察反馈突出环境问题的石材企业加强巡查,督促指导规范类企业持续整改提升,严防关闭类企业死灰复燃;并强化巡查机制,保持零容忍高压态势,针对与居民区混杂、严重影响居民正常生活环境的“小散乱”石材企业坚决予以取缔。

与此同时,泉州市南安生态环境局将规范石材污染防治基础设施建设,并鼓励企业采用先进生产工艺和高效污染物净化技术,提高行业和污染源的排放控制技术,降低污染物排放强度。

信内还指出,对不正常使用或擅自闲置污染治理设施、偷排超排等环境违法行为依法立案查处,涉嫌违法犯罪的,依照相关法律法规,移送司法机关追究责任;对拒不配合或者经整治后仍不能达到要求的,停业整顿至符合要求;对整治无望的石材企业,提请市政府进行关闭取缔。

工业战略性新兴产业企业启动申报

本报讯(记者 黄睿超 通讯员 黄福龙)近日,记者从南安市工信局获悉,为进一步提高我市战略性新兴产业在规上企业的比重,优化我市产业结构,第二批工业战略性新兴产业企业启动申报。

据悉,工业战略性新兴产业涵盖了新一代信息技术产业、高端装备制造产业、新材料产业等多个产业,具体通过国家统计局发布的《战略性新兴产业分类(2018)》进行查询。列入战略性新兴产业企业培育库企业和符合条件企业的企业可于12月3日前进行申报。对新增纳入省战新年报库的企业,省级财政每家给予奖励5万元,我市财政给予配套奖励3万元。