海丝商报
总第376期
2022年12月21日 星期三
商周刊
N4 | 产经
责编:苏清彬 美编:柯吉 校对:王雯婷

□聚焦石博会

文化创意赋能 水头转型“石材设计之都”

编者按

12月25日—28日,第二十二届中国(南安)水头国际石博会暨石设计周(以下简称“石博会”)将在南安水头举行。过去3年,受疫情影响,传统建材行业如受困之鸟,想要飞却怎么也飞不高。在这期间,南安石材企业潜修内功,积蓄动能,时刻为再次腾飞做准备。在石博会举办前夕,本报推出“聚焦石博会”系列报道,选取文化创意、智能制造等几个方向,采访相关人员,旨在撩开迷雾,帮助石企看清发展前路,并推动水头从世界石都向石材设计之都、石材智造之都发展。

第二十二届石博会举办在即,本届展会主题从“石界不一样”调整为“石界无边界”,旨在通过设计赋能的方式,促进石企跨界合作,发现石材产业链发展的更多可能。

事实上,过去三年,石企们一直在努力尝试各种破局的办法,从工装跨越到了更加精细化的家装,从建筑材料到高附加值的家居饰品,通过设计之手,挖掘出更深的石文化、石创意、石活力。

今年,南安本地石材家居厂出现井喷态势,无疑是石企积极探索石创意的一个缩影。据不完全统计,目前已有近百家传统石材加工厂转型或开拓石材家居版块。在龙头企业的引领下,“石材+设计”让石材产业重新焕发出勃勃生机。

本报记者 蔡静琦 文/图

由英良主导的大师之家将亮相本届石博会。

龙头引领 近百家石企玩转家居

前观世界石材博物馆,后淘石材系列产品。位于水头海联产业园的英良集团,正通过文化突围的方式,被全国乃至全世界认识,并将由石材做成的各种产品卖到了各个石文化爱好者家里。

“石材以一个记录者的身份,记录着人类文明发展的历程与生命从古至今的奇妙演变。”英良集团董事长刘良告诉记者,福建省英良石材自然历史馆以石筑基,集中展示和讲述从天外陨石、岩矿化石、石器文明、石道建筑到现代石材艺术及产业应用的特色展览脉络。每有参观者走进这里,便会深深沉浸其中,也对石头多了几分好奇和喜欢。也正是因为参观者的喜欢,英良便有了大胆开拓石材家居系列产品的想法。为此,英良还专门成立了家居事业部和大师班,邀请国内顶尖设计大师参与设计,专门打造极具文化创意的家居系列产品。

过去,石材一直被当作建筑材料,常被用在楼堂馆所或高端别墅,鲜少出现在普通大众家里。而英良通过设计,把一方方石材变成了形态各异的产品,小到一个笔筒,大到一张桌子,把石材运用做到了极致。英良五号优品与五号仓库内,便聚集了琳琅满目的玉石工艺品、大理石创意家具、纹路各异的精品大板与各种美石空间,这让很多参观者流连忘返,也让他们情不自禁地想要把这些产品搬回家。

除了英良,华辉、东星、鹏翔、盛达、天一等企业,近年来也开始开拓石材家居版块,从一开始的工艺摆件、桌面,慢慢延伸到了卫浴、橱柜。截至本月,南安有近百家石材企业将触角伸向了家居市场,预计明年这个数量将翻一番。

作为石文化探路者,英良集团和东星集团不仅率先开拓家居部,还在工业旅游方面颇有建树,两者均被评为省级工业旅游示范单位。

“旅行团带来人流量,足不出户就能将我们的品牌推广给这些终端消费者。在参观过程中,他们除了了解石头故事,也会对东星留下深刻印象,成为潜在消费者,从另一层面反哺市场销售。”东星石材奢石博物馆馆长黄志强认为,就像禅茶文化的结合一样,石材与其背后故事的结合,才变得更加鲜活生动。

“石材行业的一大趋势将是用设计来提升附加值。”南安石材协会会长王清安表示,“未来石材将通过与家具、厨卫等建材领域合作来展现,打破消费者眼中石材是单一卖大板的定义,将石材赋予工艺、文化以及创造,来拓宽石材领域上的应用。”他认为,随着石材运用范围的扩大,对工人的技能水平要求更高。“石材应用到家居领域,不同于传统的饰面装饰,需要掌握更加复杂的工艺,还有更加精细化的生产标准。”

跨界融合 为石创意提供更多可能

石材产业转型升级固然是好事,但企业如果没有倾听消费者的声音,不理解空间的语言,盲目滞后的复制,也是无法走进消费者心中,最终依然会出现滞销的局面。唯有通过设计与创新,与石材进行搭配,才能让设计作品发挥出最佳效果。

石博会总顾问、海西设计联设计师董会联合创始人朱亮认为,石材不仅应该面对业界和地产界推广,更应该面向设计界和千家万户推广,而设计师就是把石材带到千家万户的人。在传播上,他们也是美好生活的重要发生者和意见领袖。所以在本届石博会,他将策划多场企业与设计师之间的座谈会,希望设计师变成企业的“产品经理”,和企业一起来设计石材产品、应用石材空间,将设计师流量转化为惠及全行业的产品研发资源和商务渠道资源。

据透露,本届石博会上最重磅的、由英良主导的大师之家,不仅联合了设计大师,也联合了艺术名家。除此之外,在设计大咖的选择上,也注重邀约不同风格的设计师,既有新中式风格,也有潮流时尚风格。刘良希望,通过这些头部名家带领更多的设计师关注石材、热爱石材、设计石材,帮助全国石材产业能够更多地和设计界发生关系,与设计融合,让石材走进千家万户。

此外,中国建筑学会室内设计分会年会也将与本届石博会联动,将500多名资深设计师带到水头,带到石企身边,助推设计与石材产业不断深入嫁接,促进设计行业与石材产业的融合发展。

与此同时,本届石博会还将结合全国绿色建材下乡活动,组织20家—30家绿色建材企业,以专场展示的方式展出家具、人造板和木质地板、陶瓷砖、卫生陶瓷、人造石、水磨石等消费属性较强的装饰装修类建材产品,丰富展会品类的同时,也给石材创意提供更多可能。

近年来,石材行业快速实现文化转型,得到了政府部门的引导和支持,也离不开行业协会的推动。不久前,南安石材协会青委会联合南安华大石材产业技术研究院、华侨大学石材产业中心举办了文化赋能石材产业沙龙活动。会上提出,要通过石材文创的商业应用转化为优质的、有互动形式、有故事内涵的产品,同时整合文旅属性和资源来实现石材文创价值的最大化;要让石材文创产品在传播石材文化的同时,也能将消费者对石材产品的传统印象,转化为更加故事化、具象化和喜闻乐见的产品和消费场景,让石材文创产品在为人民美好生活增砖添瓦的过程中焕发新的生命活力。

□关注南企“出海”

出得去、抢得到、回得来

政企联动 助力外贸企业“海外抢单”

最近,南安企业着实忙了起来,奔向世界各地,与3年未面对面接触的老客户沟通,全力以赴开拓新市场、结识新客户。从预定境外展位开始,到办理出入境手续、赴海外参展、入境疫情防控保障等方面,南安积极推进“海外抢单”专项行动,为企业提供全程、全链条“保姆式”服务,有效缓解新冠疫情给外贸企业带来的订单下滑、供应链不畅、经营压力大等问题,为企业提供便捷,帮助他们节省时间。

本报记者 李杨瑜 通讯员 吕嘉发 文/图

泉工股份外贸团队境外参展。

7家企业斩获海外订单1.2亿元

这几天,刚出差回来的泉州市三联机械制造有限公司总经理傅晓斌,正忙于安排订单生产进度。“发100封邮件不如见一次面!”对于此前沙特展行程,傅晓斌甚是满意,意向签订数百万美元的制砖、制板设备订单,加上之前的累积订单,需求量排到了明年上半年。

“原先我们设备在中东地区就受市场认可,占有率高。由于疫情限制,无法派人出国,和客户的沟通慢慢就变少了,本次与老客户再次相见,他们都非常高兴,也给了他们不少信心。”傅晓斌告诉记者,除了参展,他们还参加了走访中东客户、了解考察中东市场等商务活动。

对于不少企业而言,此次南安组织的“海外抢单”专项行动,是一场“及时雨”。福建群峰机械有限公司副总经理黄文伟表示,“受疫情影响,这3年来订单量有所减少,今年也是近3年第一次到国外参展。我们先后组织工作人员到菲律宾、沙特、阿联酋参展,相关单位部门为我们提供办理手续便利,参展补贴力度也大,其中促成了200多万美元订单,希望能继续支持企业出国抢单。”

除了三联机械、群峰机械,12月6日,福建泉工股份有限公司外贸团队走出境外,亮相俄罗斯展,这是两个月来他们参加的第6个海外展。“真的是个暖心行动。每次出行我们除了拜访老客户,也在寻求新客户。在没有见面的日子里,有一些老客户还未下单,我们也想搞清楚原因。而通过这些展会展示,比如在德国宝马展现场就签单300万美元,意向订单1500万美元,泉工机械所属的策尼特公司现场签单500万欧元,意向订单4000万欧元。”在泉工股份外贸部总监陈静宜看来,走出去是值得的,他们也将加快生产速度,保质保量完成订单,让海外顾客能用到崭新的设备。

南安马不停蹄地组团出国已见成效。据了解,目前南安共组织25家企业56人赴境外参展、1家企业2人赴境外走访客户,共有7家企业获得海外新订单1.2亿元。

多措并举推动订单回流

外出“抢订单”需要勇气,如何“抢”却是门技术活。早在南安这轮组团密集出国之前,企业已提前部署在行动。作为国内砌块成型机行业的龙头企业,泉工股份的产品涵盖全系列生态砌块自动化设备,拥有成员企业德国策尼特机械制造有限公司、印度阿波罗策尼特科技有限公司、福建泉工模具有限公司。

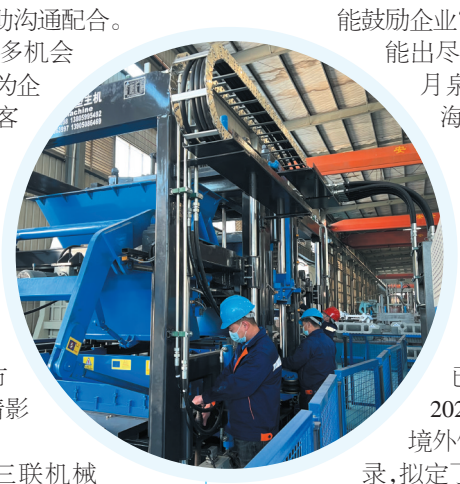
“我们海外市场主要集中在非洲、中东海湾、南美等地区,这3年陆续都有销售、技术人员在海外跑市场和服务客户。在这过程中,发现不少海外友人对‘泉州制造’十分感兴趣,并期待能来到企业实地参观。”陈静宜回忆,2020年12月他们便开始出差中东国家,今年3月对接参展,6月以后先后组织走访越南、印尼、阿曼、埃及、尼日利亚、墨西哥等国家,目的是让客户深入了解泉工的前沿科技与创新产品,同时也让企业更能精准掌握市场趋势和客户的切实需求,多拿订单。

机会永远留给有准备的人,在海外获取订单行动中,三联机械也有不同的作法。“砖机行业售后服务很重要。疫情期间我们派了不少人员出去,他们除了要完成新客户设备的安装工作,还要对老客户设备进行维护保养,所产生的费用都由公司承担。”傅晓斌坦言,像西欧、中东地区的服务行动,让很多摇摆不定的客户都重新倾向三联机械,这也是疫情期间他们还能持续接单生产的主要原因之一。

“此外,我们也通过海外分公司、代理商或客户将产品、宣传资料,带到海外展会现场推广洽谈,而我们则在线上辅助沟通配合。这样一来就有更多机会结识海外新朋友,为企业培养更多潜在客户。”傅晓斌说,“代参展”的模式,让企业得到了曝光亮相,尝到了甜头,明年他们将恢复海外市场,安排团队复耕原来做好的市场,服务因为疫情影响沟通的老客户。

泉工股份、三联机械只是南安企业出海“抢订单”“抢时间”的缩影。今年初以来,南安鼓励企业通过拍摄高质量产品宣传片、VR展示产品、VR验厂、视讯谈判等先进技术助力“代参展”抢订单,委托当地代参展人员进行海外展会现场推广洽谈、访客接待、客户资料收集等工作,目前已有德林机械等5家企业应用VR技术向海外展示产品,达成意向成交金额450万美元,其中,现场成交额约150万美元。

“两年一届的土耳其伊斯坦布尔锻造及冶金钢铁展览会虽规模不大,但专业极强,尤其是针对冶炼、铸造、锻造行业,首次参展收获颇丰。”德林机械常务副总经理陈吉泳说。



三联机械车间忙生产,订单需求量排到了明年上半年。

政策保驾护航破解外贸困局

尽管南安企业出海“抢订单”已持续了一段时间,但泉州、南安两地政府部门的持续发力,还是传递出不少深意,推出了一揽子惠企暖企的政策。

今年,泉州率先在全省出台《海外抢单专项行动方案》等一系列鼓励企业出海抢单拓市场扶持措施,尽最大可能鼓励企业“应展尽展、能出尽出”。在12月泉州召开的海外抢单专题会上,全面谋划2023年市、县海外抢单拓市场工作。目前,已牵头梳理2023年107个境外优质展会名录,拟定了2023年度开拓国际市场扶持政策措施。

“这些扶持政策涉及线上云展会、线下参展、线下代参展、组团参展、海外大走访、品牌体系建设等方面,是近20年来市场开拓扶持范围最广的一年。”南安市商务局相关负责人表示,南安也及时组建由市政府主要领导任组长的海外抢单工作专班,加强专项行动的统筹协调,坚持整体谋划、整体推进、整体联动,专班成员单位切实履职尽责,全力服务我市企业海外抢单的组织实施。

同时,南安市商务局积极做好综合协调和策划组织工作,全面整合企业赴境外的相关渠道资源,促进提高政策知晓度,为外贸企业提供“一站式”高效便捷服务。在开展的“千名干部进千企一企一策促发展”专项行动中,“面对面”指导企业用好海外抢订单拓市场相关政策,累计出动政策宣讲小组26人次,走访企业58家次。

工业稳增长,对稳定宏观经济大盘发挥着重要作用。随着疫情防控政策持续优化,泉州也持续发力提振工业经济。日前,泉州市人民政府办公室印发《“抢订单、早开工、开门红”系列措施的通知》,梳理了工业经济十条措施、纺织鞋服四条措施、建材家居九条措施、食品饮料四条措施等四大方面内容,以统筹做好泉州市明年工业经济工作,立足抓早抓实、边谋划边落实,确保一季度“早开工、开门红”。

“线下展会一直是传统外贸企业接订单的重要渠道,本次在工业经济十条措施中明确提出,要深入实施海外抢单专项行动,调整优化2023年开拓国际市场措施,加大组团包舱力度,全方位服务保障企业海外大走访。”上述负责人表示,南安也将借助印尼等16个海外商协会平台,推进南安优品海外分销网络搭建和海外展销中心建设,聘请海外侨亲担任海外市场代表,组织专场推介、带队外出对接供需等经贸促进活动,拟于元旦前开展2场推优活动,真正帮助企业“出得去、抢得到、回得来”。

社址:南安市美林街道江北大道广播电视中心大楼14层 邮政编码:362300 印刷:福建日报(泉州)印务有限公司 地址:晋江市梅岭街道梅岭路507号 发行:中国邮政集团有限公司泉州市分公司 全年定价:235元