

“三心四力” 吴文托解码青年创业



■本报记者 李杨瑜 文/图

在大众创业、万众创新的浪潮下,青年创业逐渐成为社会各界关注的热点话题。众多怀揣梦想的年轻人纷纷投身创业大潮,渴望在这片充满机遇与挑战的领域中,闯出一片属于自己的天地。

近期,《881 大来宾》节目特邀南安市青年商会会长、福建创力集团有限公司总经理吴文托,就《从梦想到企业:创业的挑战与机遇》这一主题展开分享。他与主持人就企业创新、企业文化与企业家精神等关键议题进行了深入对话,分享其在创业历程中的宝贵经验与深刻思考,为广大青年创业者提供了极具价值的参考。

项目选择与团队搭建的黄金法则

创业之路,始于项目选择。一个好的项目,不仅要契合市场需求,还需与创业者的自身能力和资源相匹配。作为青年企业家代表,吴文托的创业路径与成长背景颇具借鉴意义。“我出生在素有‘世界石材之都’美誉的水头镇,自幼便对父辈从事石材产业的点点滴滴耳濡目染,这段经历为我日后的职业选择埋下了伏笔。”2007年大学毕业后,凭借国际贸易和商务英语专业的优势,吴文托迅速投身于石材原材料海外采购的实践中。他巧妙结合家乡的产业优势与自身开阔的全球视野,开启了属于自己的创业之旅。

“年轻创业者应优先选择与自己专业背景相关的行业。如此一来,不仅能够降低试错成本,更能在创业初期快速建立起竞争优势。”在创业项目选择方面,吴文托有着独到的见解。对于“红海市场”,他并不讳避其竞争激烈的现实,反而认为这对于初创企



吴文托(左)

业而言,是一个难得的机遇,有现成的经验可供借鉴,初创企业更有可能实现突破,精准定位并实现可持续发展,进而形成自己的核心竞争力。

谈及创业风险评估与战略判断,吴文托提出了“一个正面、三个反面”的评估法则,即在做出创业决策或新项目立项前,创业者必须有一个坚定的方向判断,同时邀请3位熟悉行业的资深人士,从不同角度提出批评意见。通过对这些意见的反复推敲和印证,创业者能够在情绪激动和市场诱惑中保持理性,避免盲目决策。他指出,创业者必须具备“市场导向思维”,产品和服务必须紧密贴合市场需求。否则,即便创业者满怀热情,也很难在激烈的市场竞争中获得成功。

对于“爱一行干一行”还是“干一行爱一行”这两个论点,吴文托表示两者并不矛盾。“现实中,不少创业者并非起步于本专业领域,而是在实践过程中逐渐对所从事的行业产生兴趣,进而专注钻研、不断提升,最终做到精通。”他鼓励青年创业者秉持“干一行专一行,再精一行”的态度,唯有对所从事的事业充满热爱,才能全身心地投入,不断在试错中积累经验,实现成长。

在企业团队构建方面,吴文托分享了自己从初创阶段到企业发展期的用人策略转变。“初创阶段,企业往往以‘熟人+信任’为核心进行用人。随着企业的发展,则需要通过标准化流程、市

场化渠道招才引智。”他强调,选人重品德,用人重能力,留人靠情感。尤其是在团队壮大后,制度与文化要并重,这样才能确保团队的稳定与高效。

企业文化作为企业的灵魂,不仅影响着员工的归属感,更决定了企业的长远发展。“创立集团至今,已有数十位员工服务超过10年,这正是企业真诚文化的最好体现。”吴文托表示,企业管理者应将员工当作家人看待,关注他们工作之外的生活状况,给予人文关怀,如此才能营造出有温度的企业文化。

战略调整与文化强企的生存密码

“创新并非一句空话,而是企业持续发展的核心动力。”吴文托认为,创新的本质是“创造新的价值”,只有在产品、服务乃至整个企业运营体系中不断注入新思维,才能在激烈的市场竞争中脱颖而出。

现场,他分享了公司近年来从单一石材专业市场转型升级为建材综合市场,乃至快电商的历程。这种因地制宜、顺势而为的布局,正是创新精神的生动实践。

青年创业者如何培养创新能力?吴文托给出了“开放、学习、反思”的答案。他表示,创新不仅源于技术突破,更来自持续学习与自我觉醒。除了要汲取“读万卷书、行万里

路、阅人无数”的传统智慧,青年人的创新更应扎根于日常生活与行业现实,要源于对市场与用户的深度洞察。他还特别提及了石材产业近年来在设备和工艺上的技术进步,强调企业必须积极吸收新技术、拥抱变化,才能保持竞争力。

面对节目中主持人提出的“企业文化常被简化为标语口号”的问题,吴文托给出了自己多年来在企业文化建设上的思考。“一个企业要有清晰的战略定位、愿景目标及明确的价值观,这三者共同构成了企业文化的基石。”

此外,他还进一步阐述了创立集团的文化理念——“三心四力”:三心是用心、细心、恒心;四力则是学习力、执行力、凝聚力和持久力。在他看来,企业文化不仅能提升团队的凝聚力和向心力,更能在市场中形成独特的品牌格调。

“品牌力的积累是一个长期过程,而这一过程的背后正是企业文化在持续发挥作用。”他强调,文化可以熏陶人、塑造人,使企业成员在共同的价值观下达成目标共识,从而增强企业的稳定性与创造力。没有文化的企业,如同没有灵魂的个体,难以在复杂多变的市场环境中立足。

成功的企业家不仅要有敏锐的商业头脑,更要有坚定的信念和良好的心态。“真正的企业家不仅是经营者,更是社会责任的承担者。”吴文托坦言,新时代的企业家精神应该总结为“爱拼敢赢、责任担当”。在他看来,“爱拼”意味着敢于直面挑战,不畏风险;“敢赢”则是不断突破自我,争取最优结果;而“责任担当”则是企业家区别于普通商人的根本所在。

吴文托还表示,在承担责任的同时,企业家也应拥有面对失败的勇气。他鼓励创业青年保持理性与坚定,尤其是在面对困难和迷茫时,要有足够的抗压能力和战略眼光。他引用自己很喜欢的一句歌词——“太阳下山,还有月光”勉励创业青年,希望与坚持始终并存。



资讯

异地商会招商推介南通专场举行 4个项目成功签约

本报讯(记者 李杨瑜 通讯员 薛文林 王金思)21日,南安市异地商会招商推介会·南通专场举行,4个项目成功签约。来自南安、南通市两地相关部门及南通南安商会全体会员、异地南安商会嘉宾、企业界人士齐聚一堂,共叙桑梓情谊,共商合作良策,共谋发展新篇。

推介会上,南通市南安商会会员企业代表李杨作南通市南安商会招商推介;南安市跨境电商平台负责人傅文良进行“南安优品”全链路出海模式招商推介;南安市创石科创服务有限公司总经理助理高灿凌作南安科技人才创新中心招商推介。

为推动“南安人经济”向“南安经济”实效转化,使异地商会资源优势成为招商引资工作的关键抓手,现场,南安跨境电商服务平台、南通市南安商会、中非(福建)供应链管理有限公司、南通博仁家纺科技有限公司、东升跨境网络科技有限公司等单位纷纷上台,就各自项目进行合作签约。

当前,国际贸易格局深度调整,挑战机遇并存。为积极应变,南安市委、市政府审时度势,成立南安市内外贸高质量发展指挥部,统筹推进“扬帆出海·再下南洋”行动。“此举旨在凝聚共识、拓展渠道、提升南安产业国际竞争力和经贸合作韧性,是面向未来的战略部署。”南安市委统战部相关负责人表示,希望与会的南通南安商会会员和企业家朋友们把握好家乡发展的重大机遇,发挥优势、回归兴业,以此为契机,积极投身南安全方位推动高质量发展超越的新征程,为全面建设社会主义现代化国家南安篇章作出新的贡献。

南安工商联 开展张謇精神学习之旅

本报讯(记者 李杨瑜 通讯员 刘乃玮)21日,南安市工商联组织部分民营经济人士到南通市张謇纪念馆开展“学思想 明方向 强信念 建新功”理想信念教育活动。

在讲解员的介绍下,企业家一行详细了解张謇创办中国第一家民营企业、中国近代第一所师范学校、第一所民间博物苑、第一所纺织学校、第一所刺绣学校、第一所中国人办的盲哑学校和第一所气象站等领一时风气之先的奋斗历程,学习了张謇在实业救国、造福桑梓实践中展现出的爱国情怀、开放胸襟、创新精神、诚信品格、民本意识。

通过此次活动,大家纷纷表示,被张謇实业救国的爱国精神、奋发自强的实干精神、敢为人先的创新精神深深打动,将在今后的工作生活中,传承张謇精神,真诚回报社会,切实履行社会责任,做爱国敬业、守法经营、创业创新、回报社会的典范。

数智赋能 提升电网精益运营水平

本报讯(记者 周海文 通讯员 傅泓源 陈曦)近日,国网泉州供电公司南安计量分仓成功上线“计量资产主动配送系统”及“批量新装物资现场直配”机制。这标志着该公司率先在全省试点推行计量物资供应“主动配送+直配现场”的运营模式,进一步实现计量物资供应链的数智深度优化。

“在新的配送模式下,一来我们可以主动监测到各三级库存需求,及时补充物资。二是通过直配批量新装现场的方式可以大幅提升现场装表接电效率。”国网南安市供电公司供用电部计量班班长陈曦形说。针对传统计量资产管理中可能存在的需求预测偏差、配送计划滞后、三级库房监管薄弱、批量新装用表手续繁杂等问题,国网泉州供电公司以资产全寿命周期管理为核心,围绕“精准预测、精细管控、精益配送”三要素,组织专业技术人员构建“计量资产自动配送系统”,使需求预测准确率提升至90%以上;建立的二、三级库房数字孪生系统,实现了库存100%可视化,同时推行资产直配现场,免去批量新装物资供电所出入库环节,配送效率提升60%。

得益于本次技术创新,国网泉州供电公司打造了“主动配送+直配现场”的立体智慧配送体系。依托系统内部数据,实现了物资需求自动监测、生成、配送工单智能触发,辅以扁平化的直配体系,以“分仓-现场”的高效配送模式,为供电所三级库、小区批量新装现场物资配送精简两个传统中转环节,物资交付时效显著提升。

得益于此,南安计量分仓为例,截至目前,依托主动配送系统,已高效完成超过3.73万只计量资产的主动配送工作。同时,现场直配模式已成功应用于四个新建小区,累计为1300余户居民用户实现物资的现场直配,实现配送环节精简30%、服务响应效率提升40%。下阶段,国网泉州供电公司将围绕“库存最优化、配送智能化、服务精准化”的目标,进一步推动电网数字化转型、优化电力营商环境,为区域经济社会高质量发展和民生用电品质提升提供坚实电力支撑。

探童装出海机遇 破跨境发展难题 泉州市跨境电商电子商务协会组织会员“取经”

本报讯(记者 李杨瑜)日前,泉州市跨境电商电子商务协会组织开展走访会员企业活动。当天,该协会一行人来到南安煌达服饰有限公司(以下简称“煌达服饰”),深入探寻泉州童装产业在跨境出海征程中的机遇与挑战。

童装海外市场潜力无限,然而,在人们固有的印象中,该类目在拓展海外市场时 also 面临诸多难题,如客户对材质和款式要求严苛,认证门槛也相对较高。此次到访煌达服饰的泉州市跨境电商电子商务协会会员企业中,不乏传统童装外贸企业、亚马逊女装大卖公司代表等。他们各抒己见,对婴幼儿童装赛道展现出了浓厚的兴趣。

座谈会上,协会企业代表们纷纷吐露心声:“在生产制造环节,童装成本不断攀升;而在线下实体店销售时,价格却难以提升,利润空间被不断压缩。”同时,在国内电商平台和直播领域,童装类目的退货率也居高不下。尽管如此,大家依然对跨境电商海外市场的童装前景充满期待。他们认为,要精准把握

不同国家和地区婴幼儿童装的偏好,为产品注入更多的情绪价值,并巧妙设置赠礼场景,以提升产品的吸引力。

随后,煌达服饰电商部负责人分享了公司爆品策略,为与会人员带来不少启发。“童装不仅仅是一件衣物,更承载着情感价值。欧美人偏好个性鲜明的产品,如今‘一件定制’备受关注,煌达服饰完全可以在婴幼儿童装和用品领域实现一件定制。”该负责人表示,煌达服饰始终将产品质量和设计放在首位,同时高度重视市场调研和消费者需求分析。通过深入剖析目标市场的消费习惯和趋势,公司能够精准定位市场需求,打造出契合消费者心意的爆款产品。此外,公司还积极与消费者互动,广泛收集反馈意见,持续优化产品设计和功能,确保产品在市场上始终保持强劲的竞争力。

据介绍,煌达服饰成立于1993年,2016年转型涉足跨境电商领域,专注于欧美针织男装、女装、童装及配饰生产销售。目前,该公司自营跨境

电商亚马逊、速卖通、Shein等平台,主推童装品牌“咪咪熊”。该品牌精准定位0-12岁欧美风童装市场,以针织工艺为核心,主打安全舒适与时尚设计,深受消费者喜爱。

作为一家从传统外贸成功转型跨境电商工贸一体的企业,煌达服饰近年来业绩斐然,年销售额保持稳定增长,年均增长实现翻倍。其核心竞争力主要体现在快速响应的产品开发能力、稳定可靠的供应链体系及多元化的渠道销售布局。在外贸代工方面,该公司曾承接日本、美国等地订单及品牌定制服务,展现出强大的生产实力。同时,煌达服饰连续3年在亚马逊、速卖通等平台打造爆款,如针织抱被、圣诞主题婴儿衣等,进一步提升了品牌知名度和市场影响力。

“公司过去采用传统的毛衣生产技术,一件衣服需要经过多道工序才能完成。而且,随着年轻一代对工厂工作的意愿降低,车间工人平均年龄偏大,给生产带来了一定的挑战。为了提升生

产效率,公司果断引进了一体成型毛衣机器,并建立了与跨境电商下单生产相匹配的快速反应机制,确保在7天-10天内就能完成交货。”煌达服饰董事长黄辉煌表示,战略层面上,他们始终紧跟市场需求,积极推动技术进步和产品研发,同时,公司采用了成熟的智能生产管理方案。正因如此,公司单一爆款产品在海外市场全年销量可达数十万件,“小爆款”也可达到数万件。

“煌达服饰的成功经验,为泉州童装产业跨境出海提供了宝贵的借鉴和启示。”参与走访的协会会员代表们纷纷表示,要想在激烈的市场竞争中脱颖而出,提升知名度与美誉度。此外,企业还需要加强品牌建设和推广,提升产品知名度和美誉度,为企业的长远发展奠定坚实基础。

斩获行业大奖、与京东共建百亿零售新生态 九牧以持续创新锚定全球市场

本报讯(记者 李杨瑜)20日,《2015-2025“智能马桶这十年”调研报告》发布会暨“探索下一个十年”高峰论坛在广东佛山举行。九牧集团一举斩获“智能卫浴领军企业”“智能卫浴领军品牌”“智能卫浴科技突破奖”及“智能卫浴领军人物”多项重磅荣誉。

据介绍,该调研报告基于对九牧、小牧等来自12个城市的68家产业链头部企业及消费者的深度调研,首次系统性梳理了中国智能马桶产业的十年进化史。厦门、南安、佛山、台州、潮州等地的卫浴产业核心产区头部企业,中国

建筑材料流通协会、中国建材市场协会两大国家级协会及主流行业媒体齐聚盛会,共瞻产业未来十年发展方向。大会清晰传递出,中国智能马桶产业正在步入以核心技术、生态协同、深度普及和用户价值为核心的“精耕时代”。

十年间,从昔日国人“赴日抢购马桶盖”到如今自主品牌引领全球,中国卫浴产业依靠品牌塑造与创新联动实现了跨越式发展。九牧集团相关负责人表示,此次斩获多项领军荣誉,不仅是行业对九牧集团十年引领的认可,更是对其开启“科技新十年”的殷切期许。未来,九

牧集团将持续以创新锚定全球市场,让世界见证中国卫浴的科技品质。

当前,以安全、绿色、智能为导向的以旧换新持续拉动新消费,推动消费市场从满足基本需求向追求更高品质转变。近日,九牧集团与京东集团签署百亿销售全面战略合作协议,双方就“百亿目标”达成全面战略合作关系,九牧集团旗下JOMOO九牧、小牧、THG、Urban、Poggenpohl、Goldreif、智牧家用机器人七大品牌与京东集团零售业务全面深化战略合作,力争在京东集团零售业务(零售+电商)实现百

亿销售额,达成“百亿京东”战略目标。

据悉,双方将聚焦供应链、电商及终端销售渠道、物流配送安装、中后台售后服务、未来营销机会拓展、品牌共建等全场景平台共建,通过资源整合、优势互补、战略升级,全面推动国内智能卫浴产品的普及与市场拓展,创新发展“中国零售+中国电商”的商业合作新模式,在百亿京东合作基础上,双方形成可复制的成功模式后共同开拓全球市场,助力九牧实现百亿中国、百亿国际战略新目标,成为中国品牌出海新机遇中的创新模式标杆。