

数字化推动五金行业高质量发展



□ 双木

中国工业和信息化部近日印发通知,组织开展2022“三品”全国行活动。《数字化助力消费品工业“三品”行动方案(2022—2025年)》提出,到2025年,消费品工业领域数字化技术融合应用能力明显增强,培育形成一批新品、名品、精品,品种引领力、品质竞争力和品牌影响力不断提升。

事实上,作为重要的民生消费品行业,中国五金制品协会已经在行业内率先开展了数字化促进高质量发展的行动,对促进五金行业数字化转型、提升产品质量发挥了重要的作用。2022年1月,为了更好地适应时代新变化和行业发展新要求,推进五金制品行业的数字化、智慧化和信息化转型,中国五金制品协会成立了数字化促进委员会,数委会的成立将进一步提升协会为会员单位的服务能力,为行业、企业的数字化转型提供助力。数委会将依托大数据、互联网、人工智能等前沿科技为企业赋能,促进行业两化深度融合、生产方式改造升级,提升协会和会员单位品牌建设、生态与产业链建设、数字营销能力,打造行业最具公信力的数字营销与信息服务综合平台。2022年6月27日,华云数创(北京)科技公司正式成为中国五金制品协会数字化促进委员会的首家生态合作伙伴。未来,数委会将充分发挥其公信力和资源集约优势,为五金厨卫企业提供权威、可落地、针对性强的高效数智化产品和解决方案。

中国五金制品协会表示,当前,五金制品行业正处于增长动力转换的关键时期。面对不确定性的较大的经济形势,五金制品行业要在国家宏观经济政策指引下对国内外市场环境做出准确判断,明确方向,制定精准的发展战略。抓住开启“数智驱动”的增长新周期,与云计算、大数据、物联网、工业互联网、人工智能、区块链等新技术深度融合,将会促进产业全面转型升级,帮助企业提高智能化运营水平,实现降本增效,推动生产及服务模式、决策模式、商业模式的变化,带动五金制造业价值重构,占领产业链的价值高地。

在中国五金制品协会的推动下,五金行业的头部企业也展开了数字化的布局,如智能锁龙头企业凯迪仕,目前基本所有的研发、生产、制造、售后等环节都已逐步实现数字化,已全面实现传统制造向“互联网+”的数字化转变,未来还将接入5G等新技术,不断加快数字化进程。

知名企业埃美柯的数字化转型也早已开展起来,目前根据每年的发展环境和形势,制定或调整发展目标、战略,如今除了少量非标产品仍需要单独制造外,埃美柯铜阀门90%以上实现自动化甚至智能化生产,去年铜阀门厂区仅83名员工,就实现了2.3亿元的销售收入。

近年来,万和也在持续推进数字化转型,进行企业流程设计及优化,促进各业务系统高度集成,提高企业资源调配和响应速度;通过互联网技术应用与工业机器人、自动化、智能化设备的应用,改善制造设备的智能可控能力等。

据悉,工信部组织开展的2022“三品”全国行活动,是为了贯彻落实《国务院关于印发扎实稳住经济一揽子政策措施的通知》要求,加快推进数字化助力消费品工业“三品”战略实施,进一步提振消费信心、挖掘消费潜力,巩固增强消费对经济发展的基础性作用。

“三品”全国行活动开展以来,中国五金制品协会积极支持、参与,为“三品”全国行活动做出了五金行业的贡献。协会多次参加了“三品”全国行系列活动和会议,介绍了五金行业的情况,为活动提出了积极的建议建言,五金行业的多家大型知名企业积极参与到“三品”全国行活动当中,充分发挥了五金企业在活动中的积极作用。

高管辞职,定制家居龙头索菲亚跌停! 5万股民吵翻……

7月11日,国内定制家居龙头索菲亚忽然一字跌停,并引发股民热议。不少投资者认为和公司副总杨鑫辞职有关。据悉,杨鑫此前曾在另一家居龙头欧派家居任职18年,是国内全屋定制行业知名职业经理人,并于2021年5月宣布加入索菲亚。

值得注意的是,7月8日,履任仅一年的杨鑫便因个人原因请辞。

集合竞价跌停,股民急找原因

7月11日开盘,定制家居龙头索菲亚集合竞价跌停。截至发稿前,跌停板未打开,报22.01元,跌幅10.02%,卖一封单超26万户。

从今年的股价走势来看,索菲亚自6月15日起股价出现较大幅度增长,并在6月30日涨至年内最高位,区间涨幅达35.94%,但是7月以来又开始出现下跌,截至7月10日,已连续6个交易日收跌,区间跌幅11.05%。

7月以来股价接连下跌,以及在11

日一字跌停后,股吧里不少找原因的投资者们也吵翻了天,有人提出和公司副总杨鑫辞职有关,认为杨鑫对索菲亚来说具有重要的战略意义;有人持反对意见,质疑“一个副总辞职就能跌停?”还有人猜测可能是公司中报出了问题……

那么,众人都有提及的杨鑫到底是什么来历,对于索菲亚来说又有多少大的意义?

全屋定制知名职业经理人,履新索菲亚一年便离职。公开资料显示,杨鑫出生于1978年10月,本科学历,是国内全屋定制行业知名职业经理人。

2003年4月,杨鑫入职欧派家居,此后在欧派的18年里,曾担任区域经理、总监、卫浴事业部总经理、董事长营销助理等职务。2015年,杨鑫接棒欧派衣柜后,推出了一系列创新举措,使得欧派衣柜板块规模从2015年的13.37亿元猛增至2019年的51.67亿元,数倍激增的壮举不仅让公司在与

索菲亚的“衣柜一哥”之争中获胜,也助力欧派坐稳了定制家居龙头地位。

2019年11月,杨鑫成功升任欧派家居集团副总裁,统筹负责橱柜、集成家居事业部、卫浴、欧铂丽、整装大家居、工程事业部等业务,并分管电商事业部、集团营销信息中心、集团品牌管理中心。

不过到了2021年4月,杨鑫忽然官宣离职,并引发业内广泛关注。彼时欧派家居刚成为定制家居业首个破千亿市值的企业不久,而为欧派立下汗马功劳的杨鑫离职后去向,一时间也传闻不断。

同年5月,传闻得以确认。杨鑫正式加入索菲亚,并担任营销副总裁,4个月后其又被调任公司副总经理,负责柜类事业部管理工作。对于杨鑫加入后是否能带领索菲亚再此赢得“衣柜一哥”,业内也是充满期待。根据索菲亚2021年年报,杨鑫税前薪酬为180.97万元。

然而令人没想到的是,今年7月8

日,索菲亚发布公告,称董事会收到了杨鑫的书面辞职申请。履职仅一年多的杨鑫因个人原因向公司董事会申请辞职,其后也将不再担任公司任何职务。

“踩雷”重大客户违约,净利暴跌近90%

作为一家主要经营定制衣柜及全屋配套定制家具的研发、生产和销售的公司,索菲亚在业内也具有较大知名度。

从业绩来看,索菲亚近五年来营收稳增长,且在2021年成功实现营收破百亿,全年收入站上104.07亿元高位,同比大增24.59%。不过喜忧参半,公司也首次出现净利下跌而增收不增利。数据显示,2021年公司归母净利润1.23亿元,同比大降89.72%。扣非后归母净利润为0.32亿元,同比大降96.98%。

对于归母净利润的大幅下滑,索菲亚表示,主要是公司的大宗业务遭遇了重大客户到期商业承兑汇票违

约,公司不得不针对该客户计提了专项减值损失,导致公司当年净利润出现大幅下滑。

“踩雷”重大客户到期商业承兑汇票违约后,索菲亚在年报中直言公司管理层进行了深刻的检讨和问责。并表示在未来的经营中,公司管理层的风险意识会不断加强。对于2022年经营策略,索菲亚表示2022年将践行大家居,执行“全渠道、多品牌、全品类”战略,实施“整家定制”品牌战略,并加速推动数智化。公司董事会也直言:

“从2022年开始,我们将用最快的速度,实现收入翻番”。

根据2022年一季报数据,期内公司营收19.99亿元,同比增长了13.53%;归母净利润为1.14亿元,同比下降3.39%;扣非净利润为1.06亿元,同比增长5.01%。

股东户数方面,截至今年一季度末,索菲亚股东总户数为51065户,相较于上期减少近2.5万户,减少了32.85%。

(深圳商报)

刀剪老字号闯出发展新道路

□ 本报记者 陆俊

由于疫情的影响和经济形势的变化,社会的方方面面都产生了不同程度的改变,特别是人们的生活观念和企业的发展模式受影响尤为突出。面对日益激烈的市场竞争,行业企业普遍认为压力较大。五金刀剪作为重要的民生产品,也在积极寻求突破,适应新的发展形势,特别是对于十八子、张小泉、王麻子这样的传统老字号而言,在全新的商业环境下,面临的竞争压力不言而喻。为了更好地适应新的商业业态,这些企业采取了一系列转型措施,走出来一条“老”字号的“新”道路。

走上市之路
提升企业整体实力

为进一步规范企业发展,吸收更多资本以投入创新研发,为消费者创造更多优质产品。2021年9月,拥有400年发展历史的张小泉成功上市,上市首日股价便大涨394%,市值更是一度达到了60亿元。400年风雨历程为张小泉的品牌奠定了坚实而广泛的市场基础和良好口碑,但面对科技的进步和时代的发展,老字号的弊端也暴露出来,生产手段落后、营销水平低、经营成本上升、品牌意识不强等都成为制约老字号发展的因素。张小泉也深知企业症结所在,为了帮助企业能够屹立潮头,张小泉选择上市,借助资本力量提升品牌支撑力、增强人才吸引力,为企业的长期成长加注筹码,全方位提升企业竞争力。上市后,张小泉不断扩充业务版块,将企业打造成为一家集设计、研发、生产、销售和服务于一体的五金制造企业,并不断向由新人群、新场景构成的新消费市场迅速延伸。

辛苦的付出也使企业收获了良好的回报。年报显示,张小泉集团2021年收入7.6亿元,同比增长32.81%。其中,刀剪产品实现收入5.26亿元,同比增长20%;新开拓产品厨具厨电类目实现收入1.49亿元,同比增长95.90%;新开拓产品家居五金类目实现收入7867

万元,同比增长47.77%,可见上市之路对于张小泉发展的重要促进作用。2022年一季度,张小泉实现营收约2.09亿元,同比增加28.09%。老字号始终给人们一种过于传统、没有活力的固有印象,张小泉的上市之路让市场看到了老字号的成功,也看到了老字号焕发活力的一种新方式。

走多元之路
增强品牌影响力

在数字化媒体的背景下,众多全新的广告铺天盖地,与新兴行业相比,老字号在这方面则逊色不少,为了提升产品宣传力度,老字号也在纷纷跳出传统观念,开展了一系列多元化的宣传方式,在市场上展开了新一轮的竞争。

2021年,拥有370多年历史的王麻子重新启航,携子、寅、辰、申四大系列新品重磅登场,重塑企业形象。今年,为了进一步提升企业形象,王麻子相继在CCTV央视和高铁媒体投放广告,企业宣传片在CCTV-1、CCTV-2、CCTV-7播出,向全国展现王麻子的品牌力量。王麻子品牌身影也通过高铁车身、车内海报、语音播报、LED屏等多种媒体形式呈现,不断加深着消费者对品牌的认知度。

十八子则是根据企业特色将产品与旅游相结合,开创出工业旅游的宣传模式。“民以食为天”,“食以刀为先”,阳江十八子特别为此推出多间十八子专卖店和十八子饭店,提供吃喝玩乐、购物等一条龙服务。结合“去侗坡旅游,到十八子购物”“阳江之旅,尽在十八子”等宣传,扩大“十八子”企业文化价值,让“十八子”的品牌深入人心。

张小泉紧跟时尚,通过直播的形式加强品牌宣传,并将电商直播间直接搬到了生产基地,现场把老字号的传统锻造工艺展现给直播间的网友。很多网友一边肯定张小泉的产品质量,也一边惊叹老字号的创新能力,如打造“变形金刚”“良渚文化”等文创联名款产品以及自主研发的空气炸锅等衍生产品,吸粉无数,提升

了品牌影响力。

走技术之路
筑牢产品质量基础

提到老字号,由于悠久的发展历史,大多数人的脑海中都会不约而同地浮现“传统”“接地气”“手工”等词汇,除此之外很少有人会真的深入了解这些老字号的背后,甚至不乏有人给老字号贴上“技术含量低”“过气”“疲态”等标签。老字号想要改变他们的传统观念很难,只有他们真正去深入了解老字号名称背后的科技创新与技术储备,才会意识到对其认知的片面性。

阳江十八子作为刀剪行业老字号企业,也在不断加强企业技术的提升与创新。4月20日,阳江十八子高端刀剪制备技术集成应用重点实验室、工程技术研发中心暨广东海洋大学校外实训基地揭牌仪式举行。合金材料和五金刀剪行业是阳江市的支柱产业,该项目为广大五金刀剪爱好者提供了优质的平台,能够帮助行业培养一批热爱合金材料和五金刀剪并有能力为行业做贡献的人才队伍,他们对阳江合金材料和五金刀剪行业的技术进步、产业升级和产品升级换代,将起到积极的推动作用。

张小泉基于对新的市场趋势和消费群体的探析,引进了全自动化生

产线,对生产链条进行数字化改造。通过机器人把老师傅的技艺记忆下来,让机器人磨剪刀、磨菜刀,以此推动传统技艺的标准化,同时进一步保证产品质量的稳定性。智慧工厂试制车间内,一排排崭新的自动化设备连续运转,作业现场只有寥寥数名员工,整个生产过程高度自动化。据悉,张小泉是全国刀剪行业率先应用机器人企业之一,开刀机器人、焊接机器人、水磨机器人等自动化生产设备一应俱全。除了东洲制造基地,张小泉的阳江刀剪智能制造中心项目也完全复制应用未来工厂成果,甚至在自动化、信息化建设方面投入力度更大,成效更好。

时至今日,老字号在人们心中可以说是承载着中华民族工匠精神和优秀传统文化,为了振兴老字号,2017年,商务部等16部门联合发布《关于促进老字号改革创新发展的指导意见》,提出“推动老字号传承与创新,提高市场竞争力”。

随着时下国潮之风的盛行,老字号也在通过自身的努力不断焕发新的活力,企业深知只有将百年老字号与现代商业模式和技术相互结合才能激发出更大的活力,若是固守老字号的手工制造必然被现代社会日益改变的需求所淘汰,老字号的新道路将是走向新生代的必然过程。



箭牌家居荣获2021年中国定制家居行业百强品牌企业

近日,由全国工商联家具装饰业商会主办,中国建博会联合主办的2022年中国家居业领军企业家(夏季)年会暨商会定制家居专委会第二届理事会就职典礼在广州隆重召开。作为全国工商联家具装饰业商会定制家居专业委员会副会长单位,箭牌家居受邀出席会议,与一众优秀企业代表齐聚一堂,共商企业发展之道。

在本次盛会中,定制家居百强名单强势出炉,箭牌家居定制赫然在列,入选“2021年中国定制家居行业百强品牌企业”,再度传来捷报,可喜可贺。

作为箭牌家居集团旗下的家居定制品牌,箭牌家居定制入局中高端定制,至今正走向第十二个年头,逐年向好,跻身2021年度百强家居企业行列,又一次贏

得业界的高度认可。在刚结束的第11届广州定制家居展上,箭牌家居定制以全新的品牌面貌亮相展会,时尚轻奢系列产品引领行业家装风潮;始终坚持零醛添加的天然环保理念,采用无醛添加板材“箭牌新一代升级禾香板”打造“高颜值、有品、环保”的居家生活空间,收获业界好评。凭借近年来在定制家居领域树

立的典范作用,箭牌家居定制在本次盛会中还被授予“定制家居专业委员会副会长”称号。

未来,箭牌家居定制将不负盛誉,承担起作为定制家居优秀品牌的企业良心与社会责任,继续发挥行业典范的榜样作用,砥砺深耕,为消费者打造安全环保的绿色家居生活,与定制家居行业共生共荣。

2022第26届长春家居建材展将于2022年8月5-7日在长春国际会展中心举办。本届展会预计规模将达到5万平方米,汇聚1000多家企业。历经25年的发展,长春建材展已经成为影响力大、展贸效果显著的专业展会。

2022长春家居建材展设有七大展区:移门推拉门、五金装饰材料、木门、定制家居展区;智能家居、安防展区;家具木工机械展区;系统门窗幕墙展区;厨电、卫浴、集成吊顶展区;供热、供暖展区;建筑节能展区。

2022长春家居建材展已经成为规模大、品类全的一站式采购平台,将为定制家居、木门、移门玻璃、橱柜衣柜、五金锁具、装饰材料的客户提供更加细化、精化、专业化服务,为家居建材全产业链上下游企业搭建高效商贸交流平台。展会预计吸引5万名观众进场参观采购。

(吉林日报)

长春家居建材展将在长春国际会展中心举办