蒙娜丽莎

文|化|创|造|价|值

总第 125 期

2022 年 11 月 30 日　星期三

主办 / 主管：蒙娜丽莎集团股份有限公司

准印证号（粤 E）L0160022

内部资料　免费交流

邮箱：29176020@qq.com

蒙娜丽莎艺术之门主题公园启用

以蒙娜丽莎的名义，为城市建设增添一抹艺术气息

2022 年 11 月 3 日，“绿色南海　共建共享——南海区第二批‘名企百园’启用暨优秀项目表彰”活动在南海狮山举行，活动宣布南海区第二批“名企百园”启用。作为南海区“名企百园”项目工程之一、坐落于佛山市南海区桂城街道南海有轨电车 1 号线夏西站 A、B 出站口地段的“蒙娜丽莎艺术之门主题公园”也正式启用。

蒙娜丽莎艺术之门主题公园由蒙娜丽莎集团支持建设，占地 900m²，在景观设计打造上遵循“感受艺术，品味生活”的理念，植入艺术景观、公共草地，打造集网红城市景观、文化展示功能于一身的场所，能够满足城市居民的休闲、游览、举办文化活动等需要。

公园的景观构思布局将古典艺术与现代设计融合，极富时代感。以陶瓷板为基底材料，用现代艺术的明快色彩重现百年名画《蒙娜丽莎》，再以蒙娜丽莎艺术岩板搭建画框，古典艺术与现代审美交融，一幅亮眼的艺术大作屹立在公园正中。《蒙娜丽莎》画作的背面是四川美术学院副院长、中国美术家协会油画艺术家张杰的绘画作品《消融的风景之七》，以蒙娜丽莎岩板将艺术与陶瓷板工艺结合，展现传统艺术与现代生活的融合创新之美。画作的两旁是一扇扇从低到高的渐进之门，门框自画中取色，化作纹理、颜色各异的艺术岩板，穿梭其中，五彩斑斓的视觉体验仿佛在引领参观者深入艺术的殿堂。

“蒙娜丽莎艺术之门”在建造材料上应用了蒙娜丽莎集团近年来科研创新的最新成果，应用的艺术岩板涵盖 900×2600mm、1200×2400mm、800×2400mm 等超大规格。中央的《蒙娜丽莎》陶瓷艺术壁画更是由无数个刻有蒙娜丽莎商标的色块组成，成熟精细的模具技术、高清绚丽的纹理花色、卓越的耐磨耐污功能，结合无缝铺贴工艺，让公园中的每一块装置都能成为一件精美的艺术品，既是蒙娜丽莎企业创新精神的展示，更是南海制造业精神的生动体现。

“名企百园”项目由佛山市南海区政府统筹，于 2021 年 12 月启动，旨在充分发挥社会各界的力量，用工业文化装点城市，为市民打造“家门口公园”，同时为南海制造业名企提供产品展示空间，打造成区域产业品牌宣传和致敬南海名企的优质载体。截至目前，“名企百园”已完成二批共 61 个公园项目的建设提升，新建或提升公园面积约 51.6 万平方米。

蒙娜丽莎集团积极响应，秉承“与城市共发展，创造美好人居生活”的理念，打造极具艺术内涵的蒙娜丽莎艺术之门主题公园，不仅丰富为周边市民营造了艺术休闲的氛围，让市民能够推窗见绿、出门赏艺术，更在美化城市、激活城市活力方面发挥着有力作用，助力高质量发展，推动南海乡村振兴和城乡环境改善。　（企划中心　崔敏华）

喜　讯

中国陶艺大展评比揭晓 蒙娜丽莎斩获两项铜奖

2022 年 11 月 3–9 日，由中国陶瓷工业协会、景德镇市人民政府联合主办的第十二届中国陶瓷艺术大展在景德镇国际会展中心举行。

中国陶瓷艺术展每四年举行一次，本届中国陶瓷艺术大展以“最美中国风，从‘新’向未来”为主题，集中展示了来自江西、广东、福建、山东、湖南等 29 个省、自治区、直辖市的 4000 余件(套)优秀作品。本届陶瓷盛会，琳琅满目的陶瓷作品让观众欣赏了不同地域的传统元素在陶瓷材质上的现代化演绎，感受到了当代艺术家对传统文化的热爱与传承。

获奖证书
CERTIFICATE OF AWARD
参展作品：竹影清风
在第十二届中国陶瓷艺术大展中
荣获　铜　奖。
This is to certify that you have won awards in the Twelfth China Ceramic Art Exhibition.

获奖证书
CERTIFICATE OF AWARD
程鹏、许雪娇
参展作品：竹影清风
在第十二届中国陶瓷艺术大展中
荣获　铜　奖。
This is to certify that you have won awards in the Twelfth China Ceramic Art Exhibition.

此次展会，蒙娜丽莎集团股份有限公司入选参展项目七项，其中由产品设计师程鹏、许雪娇联合设计完成的《竹影清风》和产品设计师黄泽毓完成的《THUPA》两件作品荣获铜奖。

（研发中心　黄玲艳）

产区成本差异重塑行业格局

■编辑部 王力

内卷不断,分化加剧。尤其是气价、环保、疫情,正成为当下行业分化的加速器,不同产区呈现出不同的生存状态,此消彼长间,行业正发生着深刻的变化。

一个明显的感受是,过去,行业主体之间的差异,更多集中在不同企业和品牌之间,今年以来,随着能源价格的大幅波动和疫情等不确定性因素的叠加,不同产区之间的经营差异更加凸显。

企业小、市场大、产区多,是瓷砖行业的基本特征。经过前几轮的环保整治、招商引资和产业迁移,国内瓷砖行业形成了东西南北中多个产区,每一个产区都有着自己的特色和竞争优势。尤其是在市场需求大幅下滑、成本高启而又疫情肆虐的2022年,产区之间的竞争愈加激烈,产区与产区之间的差异也更加明显,其开窑率、产销率和盈利能力呈现出截然不同的生存状态。

导致产区之间竞争加剧和分化的主要因素是瓷砖的生产成本。由于原料、能源、人工、物流、环保、土地等产业要素的影响,同一款瓷砖,不同产区之间的成本差异很大,许多企业,自己生产某款产品,成本远比到某些产区贴牌高很多,因此便停掉自己的生产线,到低成本产区寻求贴牌,这是导致市场订单逐渐向低成本产区集中的主要因素。瓷砖生产成本构成中,能源占比非常高。但是,无论是天然气还是煤炭,各产区之间的价格差异却非常大,北方跟南方,西部跟东部,气价相差2、3倍。这就导致那些天然气价格便宜、甚至至今仍然使用煤制气的企业,其生产成本远低于使用高价天然气的企业,仅此一项,就让不同产区、不同企业的成本出现严重分化。这也是今年以来广东产区陶企开窑率普遍偏低,而一些天然气价格便宜、或者使用煤制气烧成的北方产区生存压力相对较小的一大因素。

此外,瓷砖是重货产品、短腿产品,其销售半径越大,物流成本就越高,而那些贴近主要消费市场的产区,比如贴近华东消费市场的高安产区、贴近西南消费市场的重庆产区,仅物流成本就比那些广东生产、北方销售的企业节约了大量成本,这也是导致其产区优势分化的另一主因。造成各产区之间竞争优劣势变化的另一因素是地方政府对陶瓷厂的态度。许多老产区,地主政府早已不再鼓励、甚至限制瓷砖生产线的新建与扩建,而一些新产区,地方政府则仍然在招商引资,对陶瓷厂的改扩建也持支持立场。此外,土地、环保、能耗指标等,不同产区之间也存在较大的政策差异,一扶、一限、一禁之间,不同产区之间的差异便凸显了出来。

在瓷砖市场,多年来,“佛山陶瓷”、“广东砖”都有着绝对的竞争优势,也是高品质的代名词。在终端市场,许多消费者虽然分不清瓷砖的品类、不熟悉瓷砖的品牌,更不懂得怎么样挑选一款高品质的瓷砖,但对瓷砖的产地却格外上心,“广东砖”,或者“佛山陶瓷”深入人心。这是无数佛山陶瓷企业历经数十年,用高品质的产品和依靠领先行业的创新优势一步步积累起来的市场口碑。因此,即便“广东砖”售价偏高,仍然得到消费者的普遍认可和喜爱。

但是,这样的领先优势,伴随着行业成熟度的提升和市场竞争的日渐加剧正逐渐弱化,一方面,行业早已进行成熟期,以佛山为核心的装备、工艺、技术、标准、配套服务等,早已形成全方位的辐射与带动,即便是一个新型产区、一家新建的陶瓷厂,只要企业愿意,在产品品质方面同样可以与“广东砖”相媲美;另一方面,头部企业在其它产区的布局和大规模贴牌,也逐渐缩小了不同产区之间产品品质的差距。真正形成品质差异的原因,不是因为装备、工艺、技术和标准,而是企业、老板对市场的认知和自身的定位。

随着行业几家头部企业在外产区的布局和一批本土品牌的崛起,瓷砖行业格局和产销模式正发生着深刻的变化,在中高端市场,仍然以“广东砖”为主,广东企业、广东品牌、广东生产(部分产品在外产区贴牌),全国销售;在中低端市场,以本土产品为主,本土企业、本土品牌(或注册地在广东)、本土生产、本土销售。

由于各产区生产要素、资源禀赋和经商环境的不同,尤其是天然气价格和环保、能耗等政策因素的影响,各产区之间竞争的优劣势正在被不断放大,广东品牌,广东生产,全国销售的模式正在被广东品牌、本土生产、本土销售的模式所替代。

未来的行业竞争,不仅仅是企业之间的竞争、品牌之间的竞争,还是产区之间的竞争。抛开政策因素不谈,哪个产区拥有成本优势,哪个产区更贴近消费市场,哪个产区将赢得更大的市场机会。

全屋高端定制,智能家居登场

■企划中心 梁思琪

当我们用指纹解锁开门,灯光亮起并自动调节成温馨模式,客厅窗帘缓缓开启,空调调整到了合适的温度,热水器里的水已经提前烧好……谈及家居生活空间,如今已经离不开智慧、智能等贴合生活需求的配置,尤其是对于有消费能力的中产人群,家也有了新的定义,既要有自己的个性化创意,满足日常生活所需,也要有为生活带来全方位的高端科技属性。

在AI、IOT和大数据技术的加持下,“智能”已经成为一种生活方式和社会潮流,智能家居技术应用的生活场景得到进一步丰富,从局限在智能门锁、智能音响、智能电视等单一智能或局部智能产品上,向全屋智能演进,逐步实现人和整体家居空间的全面链接,个性化场景定制正在让家庭中的多种设备进行相互配合,实现复杂的智能家居自主动作。**立足于在家居智能化基础上的新思维和高标准,在需求和技术的叠加推动下,“高端家居定制+全屋智能”的模式应运而生,聚焦高端智慧生活场景,打造高品质居住体验和全新生活方式。**

新体验,对应着巨大的市场空间和发展前景。据德国Statista发布的《2021年全球智能家居市场展望报告》预计,2020至2025年中国智能家居设备市场规模复合增长率为21.2%,预计2026年,中国智能家居设备市场规模将超过4600亿元。在充满想象空间的智能家居赛道中,除了美的、海尔等为代表的家电品牌和以华为、小米等为代表的互联网巨头外,索菲亚、尚品宅配、金牌橱柜等家居定制品牌纷纷加入布局,剑指高端生活场景的一体化打造,将智能家居与整装设计全面融合,推出了相应的场景化智慧家庭解决方案,为消费者提供成套设计、成套销售和成套服务,致力打造一站式抵达美好生活的全屋成套服务。

大多数全屋智能系统都需要在装修阶段介入,涉及到从入户到玄关,从客厅到阳台,从厨房到餐厅,从卫浴到卧室等场景,与定制家居具有高度的契合。与此同时,定制家居主打的是解决方案,并不是卖某个单品,这正与全屋智能的特性不谋而合。高端家居定制与全屋智能相融合,将解决大量不同品牌、不同风格的产品简单堆砌,场景风格杂乱等现象,在高端家居设计的同时,布局智能家居系统,通过整个系统设计,从而实现全屋互联、运行通畅、操作简便、风格一致并且连续可靠、生态完美的高端智能家居场景。从空间风格、色彩搭配、智能照明、电器控制、智能安防、环境调节、健康疗养、家庭娱乐等多个方面形成家居多维度全方位的高端化、智能化。

对于当下受上游房地产行业及多方因素影响处于低迷状态的传统家居建材行业,达到千亿规模的智能家居赛道或许会为其带来新的增长点。目前,海鸥住工、悦心健康、蒙娜丽莎、惠达卫浴、箭牌家居、帝欧家居等陶瓷卫浴上市企业,都涉入了智能家居赛道,通过提供生产、渠道、体验、营销维度的智能化,以此革新全屋家居智能新体验,抓住智能家居风口以打开新的增长空间。而是否具备全场景的设计能力、全链条的服务能力以及AI智能系统搭建能力等,同时给传统家居行业带来较大的考验,掀起一场技术研发、产品升级、用户服务、渠道建设等系统性升级,打破产业边界,打通并覆盖全产业链,从而实现跨平台、跨生态、成套化和互联互通,构建整体大家居智能定制系统与生态,为消费者多样性的需求提供完善的解决方案。

转换模式,从新出发

相信陶瓷产业一定是一个有源头无尽头的恒阳产业。

■佛山 若水

回首中国陶瓷数千年的发展史,从1983年佛陶集团从意大利引进首条全自动彩釉墙地砖生产线至今的40年,无疑是陶瓷产业这幅波澜壮阔的产业画卷中最高潮迭起的精彩片段。

天下大势,浩浩汤汤,兴衰盈虚,变幻莫测。身处百年未遇之大变局的洪流当中,陶瓷行业正面临着巨大的时代裂变与产业重构。许多人做了一辈子的陶瓷,步入2022年,却发现自己越来越玩不转陶瓷,看不懂这个行业了。

回首过去40年的发展,由城市化带来的中国房地产业的蓬勃发展和中国加入WTO无疑是最大的市场红利。前者让中国建陶产业连续数十年保持着两位数的增长态势,人均瓷砖消费量位居世界前列,后者让中国成为了世界工厂,在大量引进国际先进技术的同时,也让中国多年雄居全球陶瓷砖出口大国的宝座。

张瑞敏说,没有成功的企业,只有时代的企业。过去数十年,陶业江湖风起云涌,几多沉浮。最终形成了十余个产区、近千家陶企、数千个品牌混战的市场格局。同时涌现出了一大批亮眼的产区、优秀的企业和知名品牌。

如果说这些产区、企业和品牌之所以能够取得一些成绩,虽然离不开主观因素的努力,但更大的成因却是这些产区、企业和品牌刚好顺应了时代发展的潮流,站在了市场的风口浪尖之上。

然而,时移世易。伴随着外部环境的急剧变化,2022年的陶瓷产业正面临着前所未有的严峻挑战——

从产品供需看,产能过剩严重,2022年尤甚,部分产区开窑率不足50%,大量产能面临着淘汰出局的危机;从生产方式看,瓷砖产品的生产正从过去的机械化、自动化转向数字化、智能化,许多产区、企业面对转型升级的要求力有不逮;从市场营销看,行业正从过去的工厂时代、产品时代转向用户时代,企业经营的重点不仅仅是产品、技术和品牌,而是要找出市场的痛点,瞄准客户的需求;从行业周期看,经历了萌芽期、成长期、成熟期的陶瓷产业,目前正处在衰退期的坡道之中,下山的路明显比上山的路还要难走。

从增长到发展,从增量从存量,从扩张到收缩,从暴利到微利,从引进消化到自主创新,从世界工厂到中国智造,中国陶瓷产业早已进入了下半场。悄然之间,行业发展的外部环境和底层逻辑已发生了根本性的逆转。在这样的形势下,整个产业的结构、版图与生态都需要重新规划与调整,市场所谓的品牌、产品、价格、渠道与服务等都需要重新定义与划分,让陶瓷产业再次回归初心,回归本源,从而从自身的发展规律中探寻出一条行业重生的发展路径。

当前,陶瓷产业面临的最大危机是市场需求萎缩所带来的压力。无论是房地产还是出口,无论是内循环还是外循环,短期内都难有有效的应对之策。而需求萎缩带来的直接后果则是产能过剩、行业内卷、停窑限产、裁员减薪……这是一种雪山崩裂式的危机,牵一发而动全身,一大批的陶企、品牌与陶瓷人,注定要被这场时代的产业变革所吞没与抛弃。

陶瓷是土与火的艺术,注定其对资源和能源的消耗惊人。在全球资源枯竭,能源掠夺战火连天的今天,陶瓷产业注定是一个不可能大规模、可持续发展的产业,低端产能、工厂、企业、品牌被淘汰出局是时代的必然。与此同时,绿色化、数字化、智能化的浪潮,都对陶瓷产业提出了更高的要求,无法逾越其门槛的企业和产区,同样面临着出局的危机。

此外,伴随着科技的日新月异,陶瓷这一古老的建筑装饰材料,正面临着一系列新材料的严峻挑战。虽然陶瓷产品与人类有着一种与生俱来的亲和力,虽然陶瓷产品在使用功能、人文属性方面远胜许多新型装饰材料,但这类新型装饰材料凭借其科技属性及规模化、低成本和高效率的优势,正一步步蚕食着陶瓷产品原有的市场份额。

在多年来替代与反替代的拉锯战中,陶瓷产品并未占据多大的市场优势。

当然,我们也不必太过悲观,相信陶瓷产业一定是一个有源头无尽头的恒阳产业,在经历了一次长达数十年的产业发展“高潮”之后,许多过往成功的经验正变成当下前行的包袱。此刻,我们需要来一次彻底的警醒与深思,以修正我们前行的脚步。

重新认识陶瓷,只为更好地出发!

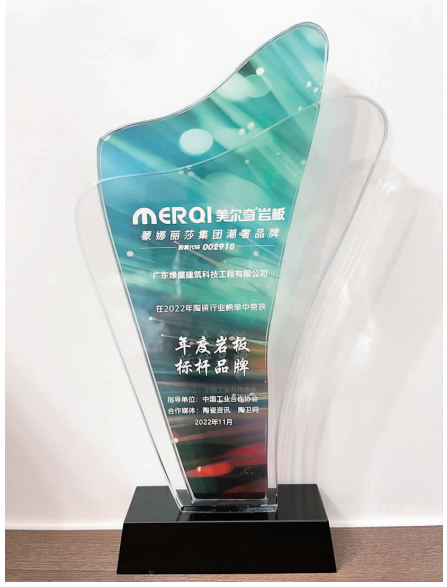
征稿启事

《蒙娜丽莎》长期向所有蒙娜丽莎人、经销商、合作伙伴征集各类稿件。只要是讲述蒙娜丽莎故事的精彩图文,都在征集范围之内。欢迎广大读者、通讯员踊跃投稿。一经采用,即付稿酬。

投稿请邮:29176020@qq.com

美尔奇岩板斩获
“年度岩板标杆品牌”

集团董事张旗康论道“绿色低碳,基业长青”论坛
2022中国建陶产业绿色智造论坛
陶瓷资讯 厨卫资讯 陶卫网



11 月 11 日，由中国工业合作协会家居整装分会、陶瓷资讯、厨卫资讯、陶卫网共同主办，由中国陶瓷总部/中国岩板新材展示采购基地协办的“绿色低碳 基业长青”2022 中国建陶产业绿色智造论坛在佛山陶瓷总部基地召开。会上，美尔奇岩板凭借强大的实力、产品创新能力以及行业影响力，斩获“年度岩板标杆品牌”。其背后，不仅是美尔奇岩板一年来的锐意进取和精心布局，更是全方位实力的厚积薄发。

今年，”美尔奇潮奢馆”总部展厅落成并对外开放。作为蒙娜丽莎集团旗下的高定岩板品牌，”美尔奇潮奢馆”从场景化、前沿性、互动性三方面入手，以“潮奢、岩定”风格为主线，多方位创造岩板材料及系统解决方案，打造一个符合现代都市精英和 Z 时代新青年审美的社交生活主场，为高定家居一体化带来更多选择与可能。

今年，美尔奇岩板推出了潮奢、芭莎、智族、风尚、米娜五大系列高性能全新产品，涵盖 8 大规格、7 大厚度、100 多个花色，全面打开岩板全屋家居应用领域。美尔奇岩板走在家居时尚潮流前端，敏锐捕捉国际当下的流行趋势，从色感、美感、触感、质感、光感多维度创新，让产品成为潮奢生活方式的代表，致力于为每一个中国家庭提供高品质的居家生活体验。

今年，美尔奇潮奢馆全国遍地开花。美尔奇岩板通过全国线上直播招商峰会、“突围”招商外拓活动实现精准招商。凭借着上市集团背书，百万广告流量支持，全案交付系统解决方案，9 大赋能终端支持等优势，赢得了建材专业经销商的青睐。强大的战略矩阵的建立，支撑美尔奇品牌的落沉下地，帮扶经销商逐步实现做大做强的愿景。

今年，美尔奇成品交付战略取得突破性飞跃。美尔奇岩板全案交付战略，以绿屋建科十六年的技术沉淀为基础，以自研岩板施工应用技术专利为核心，通过标准化、模块化的流程，为消费者提供岩板选材、设计、物流、加工、铺贴、辅材、售后等一站式交付服务。

除此之外，从依托经销商网点服务 C 端的成品交付到泛家居供应链战略合作、再到自主设计+品控、代工交付成品家具模式，美尔奇齐驱并进跑出发展的加速度。

未来，美尔奇岩板也将继往开来、锐意创新，积极构建良性的行业生态，推动岩板行业的蓬勃发展，积极发挥岩板标杆品牌的示范作用。 **(绿屋市场部 曾绮慧)**

蒙娜丽莎获南海区标准化及质量品牌表彰

11 月 1 日,2022 年南海区质量强区表彰大会暨经验分享会在季华实验室举行,重点表彰南海区 2022 年在质量品牌、标准化和知识产权领域取得优异成绩的 68 个单位及个人。其中,蒙娜丽莎集团作为“主导或参与国际标准及国家标准先进单位”获表彰。

“要以一座城市的名义,向全区质量领域表现突出的标杆企业、优秀团队和先进个人,致以崇高敬意、给予最高礼遇。”南海区委副书记、区长王勇在会上表示,这是南海继今年 3 月的质量强区推进大会后的又一次以质量强区为主题的盛会，以最高规格礼遇质量强企和先进集体，旨在充分不确定性的世界中,寻找到继续前进的动力。

(企划中心 梁思琪)

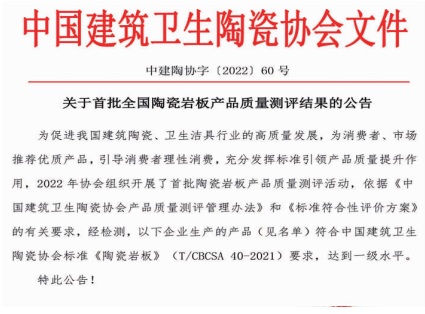
蒙娜丽莎荣获陶瓷行业绿色生产标杆企业

11 月 11 日下午,由中国工业合作协会家居整装分会、陶瓷资讯、厨卫资讯、陶卫网共同主办的“绿色低碳 基业长青”2022 中国建陶产业绿色智造论坛在佛山陶瓷总部基地圆满举办。在本次盛典上发布了 2022 年陶瓷行业榜单，表彰了在 2022 年度建陶卫浴行业表现卓越、引领产品创新的优秀企业并举行颁奖仪式。其中,蒙娜丽莎获“2022 年度陶瓷行业绿色生产标杆企业”和“薄板领跑者”。

在本次论坛上对话环节，蒙娜丽莎集团董事、董事会秘书张旗康对绿色低碳进行深度讨论。张旗康指出,陶瓷行业经历过环保风暴，到去年由于限电限产带出的能耗双控,到之后的双碳,相信环保风暴、能耗双控已经告一段落,接下来是双碳双控。未来的挑战和机遇是并存而行的。而蒙娜丽莎早在之前就已经集结了意大利萨克米连续辊压机、工业 4.0 智能化釉线设备、超大规格岩板喷墨机等全球尖端陶瓷岩板智能制造设备,七层干燥窑、智能储坯系统、移动搬运机器人的 AGV 叉车等节能高效智能设备。并通过蒙娜丽莎智能制造数字中心,运用绿色能源与绿色技术相结合,实现了全过程绿色生产。

(企划中心 梁思琪)

蒙娜丽莎岩板行业测评达一级


中国建筑卫生陶瓷协会文件

中建陶协字〔2022〕60 号

关于首批全国陶瓷岩板产品质量测评结果的公告

为促进我国建筑陶瓷、卫生洁具行业的高质量发展，为消费者、市场推荐优质产品，引导消费者理性消费，充分发挥标准引领产品质量提升作用，2022 年协会组织开展了首批陶瓷岩板产品质量测评活动，依据《中国建筑卫生陶瓷协会产品质量测评管理办法》和《标准符合性评价方案》的有关要求，经检测，以下企业生产的产品（见名单）符合中国建筑卫生陶瓷协会标准《陶瓷岩板》（T/CBCSA 40-2021）要求，达到一级水平。

特此公告！

11 月 10 日，中国建筑卫生陶瓷协会发布“关于首批全国陶瓷岩板产品质量测评结果的公告”，蒙娜丽莎集团岩板顺利通过测评并达到一级质量水平。

近年来,岩板市场异常火热,导致岩板产品泥沙俱下,不少质量不达标、甚至以次充好的岩板产品，严重扰乱了市场竞争,为行业健康发展带来了一系列不利影响。

为促进我国岩板产业的高质量发展，为消费者、市场推荐优质产品，引导消费者理性消费，充分发挥标准引领产品质量提升作用，2022 年，中国建筑卫生陶瓷协会以行业权威组织和第三方的身份，面向全行业组织开展首批陶瓷岩板产品质量测评活动，依据《中国建筑卫生陶瓷协会产品质量测评管理办法》和《标准符合性评价方案》的有关要求，对主要岩板生产企业的产品进行测评。经检测，蒙娜丽莎集团等 24 家企业生产的产品符合中国建筑卫生陶瓷协会标准《陶瓷岩板》（T/CBCSA 40-2021)要求,达到一级水平。

(编辑部)

蒙娜丽莎瓷砖获消费者信赖十大家居品牌

2022 年 11 月 1 日，历时 52 天，历经网络票选、专业评审的“2022 消费者信赖十大家居品牌”榜单揭晓。21 个品类超 200 个品牌脱颖而出，荣膺“2022 消费者信赖十大家居品牌”称号。其中，蒙娜丽莎瓷砖凭借实力和口碑荣登“2022 消费者信赖十大家居品牌”陶瓷品类榜单。

本次消费者信赖优质家居品牌评选活动由乐居家居主办，新浪家居承办。

通过全国消费者票选，专家评审团对产品品质、服务质量、消费口碑、品牌影响力四大维度进行综合评审，并通过消费者票选、专家评审、设计师与工长投票等环节，最终评选得出。

蒙娜丽莎瓷砖坚持以消费者的需求与服务为中心，面对消费者对于家居装修的全新需求，除了在陶瓷大板岩板的花色质感上不断创新升级，更通过一站式微笑服务、密缝铺贴的服务创新，为消费者提供更加舒适、更有品位的家居空间体验。作为陶瓷行业高质量发展优秀榜样，蒙娜丽莎瓷砖将进一步发挥品牌引领示范带头作用，为行业健康稳步发展贡献自己的力量。

(企划中心 崔敏华)

集团发明专利破 200 件

近日，蒙娜丽莎集团股份有限公司收到国家知识产权局授权发明专利证书 8 件，授权实用新型专利证书 2 件。

截止 11 月共授权发明专利 201 件，突破 200 件大关。

专利是企业建立核心竞争力的不可被模仿的资源，未来公司将继续加强技术创新，不断提升技术研发创造力，加速科技成果的推广应用及知识产权保护，通过提高专利价值，让专利真正成为科技创新、提高企业核心竞争力、产业转型升级的核心支撑。 **(蒙娜丽莎研究院 黄玲艳)**

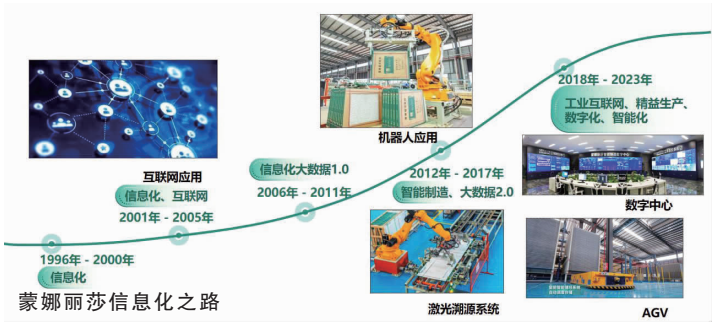
集团上榜“2022 民营企业发明专利 500 家”

近日,全国工商联在 2021 年度上规模民营企业调研基础上，对 8602 家营业收入 5 亿元以上民营企业科技创新情况进行分析，形成“2022 民营企业研发投入 500 家”“2022 民营企业发明专利 500 家”两个榜单。蒙娜丽莎集团上榜“2022 民营企业发明专利 500 家”,位列 210。

蒙娜丽莎集团素以技术创新闻名业内，以科技创新为核心推进企业发展。截至 2022 年 6 月，蒙娜丽莎集团已获专利授权 1087 件,其中发明专利 216 件(含国外发明专利 8 件)、实用新型专利 158 件、外观设计 713 件，涵盖建筑陶瓷设计、生产、应用和环保治理等多方面，在生产制造领域实现了较高的自动化与绿色化，处于行业领先水平。面向未来，蒙娜丽莎将坚定加大研发投入，构建研发规模优势，持续强化核心技术壁垒、数字化和智能化建设等，以产品需求牵引技术创新，持续推动核心技术突破。

(企划中心 崔敏华)

蒙娜丽莎数字化技能竞赛勇夺佳绩



11 月 12 日，由佛山市总工会主办，佛山市信息协会、佛山市 CIO 联盟承办的“2022 年佛山市职工职业技能大赛第二届开发者大赛”在佛山举行。

大赛以“数智赋能 融合创新”为主题，分为前端开发、后端开发、前沿技术、应用四个专题，共有 41 名选手展开决赛角逐。通过各专题激烈的技能比拼，最终，蒙娜丽莎集团收获一系列竞赛大奖，其中：集团公司获“优秀组织奖”（第一名）；聂小铭以“陶瓷行业烧成窑炉的数字孪生应用”荣获应用专题金奖，荣获佛山市职工技能竞赛技术能手称号；林福明以“基于物联网的调度系统实例”荣获后端开发专题银奖，荣获佛山市职工技能竞赛技术能手称号；李旭荣以“瓷砖生产数字化——数字赋能制造”获应用专题银奖；李海杰以“AI 识别技术在陶瓷仿版的应用”荣获前端开发专题铜奖；叶效强以“一种通过算法提升陶瓷图像识别的方法及装置”荣获前沿技术专题铜奖；麦金凯以“应用于陶瓷行业的智能生产排产系统”荣获优胜奖。

数字化，是国家“十四五”发展规划大力提倡建设的新经济形态，也是佛山制造业转型升级的大方向，在国家倡导制造业转型升级的当下，建陶行业如何以创新产品为突破口，实现数字经济与实体经济的完美融合，激发企业发展新动能，成为国内建陶企业大力探索的课题。

作为中国陶瓷行业发展的佼佼者，蒙娜丽莎是一家“样本企业”，“数智赋能、数据驱动”是蒙娜丽莎集团的战略核心项目之一。蒙娜丽莎数字化建设分几个阶段：从 1996 开始进行信息化建设；2001~2005 年开展信息化、互联网建设；2006~2011 年进入信息化、大数据 1.0 阶段；2012~2017 年进入智能制造、大数据 2.0 阶段；2018~2023 年，迈向工业互联网、精益生产、数字化、智能化阶段。

蒙娜丽莎集团数字化转型目标是全面提升公司管理效益，其建设项目主要包括营销数字化、经营管理数字化、智能制造数字化 3 大模块。

通过营销数字化平台建设，对集团公司营销进行整体管理，实现各环节的精细化支持；拉通全部经销商与蒙娜丽莎工厂的库存，实施一盘棋库存管理；拉通营销商体系管理，实施工程发货产品全面管理；通过营销主数据建设，进行规范化管理，提升效率和管理精细度；对营销订单进行整体统一管理，提升订单效率；对集团产销协同进行优化；支持多产业数字化协同；通过系统建设，拉通业务与财务体系，实现营销业财一体化，做营销业财融合机制；通过系统建设，全面提升门店管理，拉能终端与经销商、蒙娜丽莎各环节；加强业务人员全面业务环节管理，提升业务过程管理水平。

通过智能制造数字化平台建设，对集团生产管理进行 APS 高级排程建设、MES 生产过程建设、激光溯源平台建设、生产大数据平台建设、研发仿真平台建设、中控数字中心平台建设、能源管理平台建设、QC 平台建设，从客户排产、APS、MRP、生产各大工序、仓库、物流等一体化的拉通，提升工作效率和生产柔性化能力，提高产线产质量、降低生产成本，同时提升生产效能和现场管理水平，提高生产质量水平和质量管理水平。

通过经营管理数字化平台建设，对集团公司经营管理进行业财税一体化建设、全面预算管理建设、集团财务共享建设、HR 平台建设、绩效考核建设，从生产、销售、HR、考核、供应链和财务一体化的拉通，提高工作效率、降低经营成本，提升财务对业务管理水平，提升集团公司经营管理水平，为集团公司健康发展保驾。

蒙娜丽莎集团多年来都非常重视数字化人才的培养和数字化人才的技能提升，本次开发者大赛，蒙娜丽莎集团共派出 6 名数字化人才参与，最终取得丰硕成果。

（信息管理中心 黎晓珊）

博士后科研工作站一项目入选广东省基础与应用基础研究基金

2022 年 11 月 10 日，广东省基础与应用基础研究委员会对 2023 年度广东省基础与应用基础研究基金自然科学基金项目进行了公示，蒙娜丽莎集团股份有限公司博士后科研工作站全职博士后聂光临博士所在团队申报的“辉石–长石系复相陶瓷纳米微结构的热化学诱导机制及其力学性能调控研究”项目顺利获得 2023 年度广东省基础与应用基础研究基金自然科学基金资助项目立项，将获 10 万元科学研究经费，实现了建筑陶瓷企业获批广东省基础与应用基础研究项目零的突破。

“辉石–长石系复相陶瓷纳米微结构的热化学诱导机制及其力学性能调控研究”项目提出了将纳米强韧化技术应用于建筑陶瓷制备领域，在不改变传统建筑陶瓷制造工艺的前提下，首次实现了纳米建筑陶瓷的经济、高效制备，对于实现建筑陶瓷的超薄型化制造、拓宽建筑陶瓷应用领域、丰富和发展陶瓷材料纳米化制备技术与理论体系，具有重要的应用价值与科学意义；同时该项技术的开发也将助力集团公司进一步节能减碳和绿色生产，保持陶瓷薄板先进制造的技术领先。（博士后科研工作站 黄玲艳）

蒙娜丽莎“揭榜挂帅”零废弃物技术装备研发与应用示范

“揭榜挂帅”团队合影

11 月 17 日，2022 年全国建筑材料行业大会在北京友谊宾馆隆重举行。会上，第二批全国建材行业重大科技攻关“揭榜挂帅”项目正式揭晓，蒙娜丽莎集团联合同济大学等单位共同揭榜的“建材制造企业‘零废弃物’技术装备研发与应用示范项目”正式上榜。中国建筑材料联合会常务副会长陈国庆与揭榜单位代表通过线下+线上的形式进行签约。

今年 8 月，为在建材行业深入贯彻落实党中央、国务院关于加快构建关键核心技术攻关新型举国体制和科技高水平自立自强的决策部署，引导行业科技创新面向建材科技国际前沿、面向建材经济主战场、面向国家与行业的重大需求、面向人民生命健康，促进行业产业链供应链安全、先进、可靠，支撑行业绿色低碳安全高质量发展，中国建筑材料联合会创立了行业重大科技攻关“揭榜挂帅”工作机制，并围绕建材行业未来“六零”示范工厂建设、工艺流程再造以及关键无机非新材料与零部件的产业链供应链安全稳定先进等，创新性地提出了第二批“揭榜挂帅”攻关方向，发布了第二批全国建材行业重大科技攻关“揭榜挂帅”20 个项目榜单。

经过科学严谨的揭榜项目评审，最终遴选出 39 个研发团队承担第二批全国建材行业重大科技攻关“揭榜挂帅”项目。蒙娜丽莎集团股份有限公司（牵头单位）、同济大学、江苏集萃功能材料研究所有限公司、西安建筑科技大学、西安明江环保技术有限公司联合针对榜单任务 5：建筑陶瓷企业“零废弃物”技术装备研发与应用示范项目进行揭榜，项目名称为“建材制造企业“零废弃物”技术装备研发与应用示范”，挂帅负责人：刘一军，项目年限：4 年。

（研发中心 黄玲艳）

集团举行意大利之行分享会

意大利分享会现场

2022 博洛尼亚陶瓷卫浴展（CERSAIE）和里米尼国际陶瓷技术展览会（TECNARGILLA）如约而至，为加强国际化的技术交流及合作，蒙娜丽莎集团派出了由生产研发及国际贸易人员组成的 6 人参观考察组，远赴意大利参观学习。本次意大利之行六人先后参观了 CERSAIE、TECNA、上游相关企业（色釉料、设计、设备公司）及意大利陶瓷工厂。

11 月 6 日下午，“2022 意大利之行分享会”在总部基地知行生活馆六楼知行厅举行。

集团副总裁刘一军、总工程师潘利敏、生产技术总经理谢志军及股份公司研发中心全体研发、设计人员参加了本次分享会。清蒙生产基地、桂蒙生产基地、江蒙生产基地全体研发技术、设计人员以视频形式参会。

4 位从意大利参观回来的同事分别分享了所见所闻所想。

烧成二车间主任黄永信重点分享了里米尼国际陶瓷技术展（TECNA）所见到的新的陶瓷装备与技术，大部分的设备都向创新、可持续性和数字化推进。同时也对意大利博洛尼亚建材展（CERSAIE）和参观陶瓷企业的所见、所闻、所感进行了分享。

研发一部副经理邓来福首先分享了博洛尼亚陶瓷卫浴展(CERSAIE)产品的流行趋势，展示了意大利陶瓷上游企业和工厂具有代表性的产品色彩、设计和制造工艺。接着对里米尼国际陶瓷技术展(TECNA)上所展示的新的陶瓷装备技术进行分析，并对陶瓷上游企业的系统性实验、研发过程与产品展示以及工艺技术上升级进行了介绍。

设计部海归设计师王雨晴为大家简要分析了当今设计流行关键词，并盘点国际色彩趋势，对 2022–2023 年设计颜色及图形趋势进行精简介绍。

随后围绕博洛尼亚陶瓷卫浴展（CERSAIE）中的主流设计元素展开分享，并分析展示了装饰设计类新图案新质感，对相关设计概念及空间搭配加以讲解。

来自意大利的设计顾问 ANTONELLO 带来意大利陶瓷行业环境、展会信息以及未来的发展趋势分享，从能源、环境、成本等因素进行分析，简要介绍了意大利陶瓷行业现状。围绕博洛尼亚陶瓷展中出现的设计新趋势结合产品工艺进行分析，分享相关新陶瓷装饰技术设备并提出应用建议。

（研发中心 黄玲艳）

蒙娜丽莎瓷砖上市周年庆震撼来袭

2017 年 12 月 19 日，蒙娜丽莎瓷砖在深交所敲响上市的钟声，同时意味着蒙娜丽莎成为广东陶瓷行业第一家在 A 股上市的建陶企业。时至今日，已经是蒙娜丽莎集团上市第五周年，但蒙娜丽莎人依然秉承着传统制造行业踏实奋进的理念，在技术实力上不断创新，致力于为人类的建筑生活空间打造一个舒适安全的环境。进入 12 月，正值蒙娜丽莎上市五周年这一重要时刻，蒙娜丽莎瓷砖全面推出第五届上市周年庆活动，以上市周年庆作为 2022 年的收官之战，在做好销量冲刺，消化产品库存的前提下，围绕“密缝铺贴”推广主线，加快密缝新品投向市场，同时针对大规格产品做好营销策略，提升利润产品销量。

本次活动以度“密”月为活动主线，围绕五大方向，从 2022 年 11 月 28 日至 2022 年 12 月 19 日进行为期 21 天的重点推广：

1、聚焦密缝产品，以“新品+密缝工艺”高值服务套餐锁定“高值人群”，创造利润空间。围绕 900×2600mm 规格密缝套餐进行销售。借助蒙娜丽莎密缝产品需要搭配专属密缝辅材这一独特性，进行密缝产品、辅材的打包销售，降低销售人员的销售难度以及业主购砖时的选择成本。

2、实现大板销售常态化，应用范围多样化。对所有购砖满一万元的业主赠送一片 800×2400mm 规格大板。利用赠送属性探索大板销售应用场景和使用范围，打破大板销售局限性。

3、迅速形成业主实景案例，实现口碑营销，提升用户感知。通过 mcs 系统抽取十户业主给予密缝套餐 2918 元优惠，在终端快速形成业主案例并利用公司平台进行二次传播，链接潜在客户群体，塑造品牌密缝新标签。

4、制造度“密”月话题焦点，全域曝光创造声量(视频号、公众号、小红书、抖音等平台同步宣传覆盖，创造声势)在活动过程中以度“密”月为活动主线进行媒体宣传推广，对密缝产品以及本次密缝政策持续内容输出，让密缝高频触达用户感知，并借助线下宣导、多平台广告投放、直播等多重形式实现密缝推广传播矩阵。

5、直播常态化，“爆款”低价产品抓住刚需人群，引流线下门店销售。由总部搭建直播平台，做好相关直播推广以及直播素材，赋能终端销售，同时由区域进行直播需求提报，最终选定直播场次，并制定相应的直播邀约观看任务、直播成交任务等，确保活动效果，通过竞选直播场次让区域及终端更加主动，提升直播效果，最大程度实现流量转化。

本次促销活动将围绕这几个点而制定：

活动 1、大板狂欢，蒙娜丽莎瓷砖上市五周年，500 户大板空间补贴，惠享全国。活动期间，业主购买 900×1800mm 及以上规格大板即可获得一张抽奖券，微信扫码即可享受参与抽奖，大额购砖减免优惠派送不停。大板装家，尊享时尚新宅！

活动 2、上市五周年家装盛典，2918 片 800×2400mm 大板免费派送！活动期间，业主注册成为蒙娜丽莎钻石会员，且全屋购买蒙娜丽莎瓷砖满 10000 元即可获赠一片蒙娜丽莎 800×2400mm 岩板，奢享福利大板装家！

活动 3、密缝新体验，风靡全国，40 平方 900×2600mm 密缝岩板装家套餐仅需 16800 元！活动期间，业主注册成为蒙娜丽莎钻石会员，即可获取蒙娜丽莎密缝新品专属体验特权，大规格密缝超值套餐震撼来袭，密缝大板、专属配套辅材一站配齐，至大至雅，尊享“无痕”新家！

活动 4、上市狂欢购，2918 元“密”月卡装家优惠派送不停，蒙娜丽莎邀您度“密”月！活动期间，业主购买蒙娜丽莎大板产品即可在门店获得一张抽奖券，微信扫码参与抽奖即有机会获得蒙娜丽莎“密”月卡享受购买密缝产品 2918 元优惠。福利放送，惠享全国！

活动 5、蒙娜丽莎上市五周年，一站交付更省心，辅材家装礼包九折尽享！活动期间，业主成为蒙娜丽莎钻石会员即可享受蒙娜丽莎一站式微笑服务体系，享受设计、量房、配送、铺贴等蒙娜丽莎专属服务，更可享蒙娜丽莎全系列辅材产品九折优惠，让您装家省心更安心！

（智能家居市场部　张文亮）

粤东区举行密缝铺贴培训

随着家装市场上“密缝”及“成新交付”的概念越来越普及，消费者对家装的关注焦点已经不仅仅放在瓷砖这一“半成品”上，他们更看重配套的“服务”，以及最终铺贴到家里的实际效果。

11 月，蒙娜丽莎瓷砖华南销区选择粤东区，在本年度辅材产品发货优异的地区门店，轮番举行进行关于蒙娜丽莎辅材、密缝铺贴和“微笑服务”体系的线下培训落地，此次培训包括潮汕地区的金石、惠来、河婆及陆河等门店，并且召集附近区域的门店店员前来一同进行学习。

培训过程中，不仅让店员了解蒙娜丽莎辅材的优势——与中科院合作，自主研发，是其他品牌无法比拟的，还剖析了每一款产品的特性、适用情景及使用注意事项，让店员在日常销售时更加清楚地为客户介绍蒙娜丽莎辅材产品。并着重讲解了“密封铺贴”辅材产品以及铺贴工艺，让店员更深入地了解“密封铺贴”使用的专属辅材和铺贴流程与普通薄贴工艺的区别，为接下来公司重点推广蒙娜丽莎密缝铺贴体系打下坚实的基础。

本次培训还为店员讲解了一样实用的服务体系——“微笑服务”，作为蒙娜丽莎成品交付服务体系，“微笑服务”包括三大体系九大服务，从产品搭配、精准量房、铺贴建议到产品安全运送到新家，上墙下地，到售后服务，都可以形成标准化的流程，并且结合蒙娜丽莎专用辅材，更全面地解决客户的家装痛点。

本月于粤东开展的线下培训落地起到很好的效果，终端可以更清楚地了解厂家的动向，可以更好地配合公司的营销方针。

（智能家居市场部　冼毅华）

集团总部高频次在终端门店举行密缝系列培训

川甘区举办密缝铺贴训练营

瓷砖铺贴过程中的施工标准、施工工艺、验收标准等，一直是交付项目中的常见问题。随着市场竞争越来越激烈，面对种种交付问题，想要更好地解决终端消费者的顾虑，为经销商在销售“最后一里路”保驾护航，离不开专业的服务与专配的产品。

为顺利推进蒙娜丽莎瓷砖尊享交付项目，提升终端门店密缝铺贴专业水平，为消费者带来更美好的铺贴效果体验，11 月 23 日，蒙娜丽莎瓷砖于四川泸州成功举行密缝体系精英培训。会议开始，蒙娜丽莎瓷砖市场部辅材负责人占振从密缝体系优势讲解为切入点，为在座学员详细介绍了蒙娜丽莎辅材与中科院落地合作的发展历程以及辅材相关应用标准。同时，通过对每一款辅材产品的产品特点及作用做了深入讲解。并且对密缝铺贴常见的售后问题及产生原因给出了专业分析以及避免入坑的指导方法。最后，现场举行密缝铺贴施工工艺、方法和标准演示，为经销商讲解蒙娜丽莎辅材产品的具体使用方法及铺贴技巧。

在终端，越来越多客户认识到，能不能密缝铺贴，是判定该品牌瓷砖产品好不好最直接的检验标准！所以，通过本次密缝体系精英训练营培训，传达完善的成品交付体系，让经销商增强应对未来信心的同时，也让经销商门店可以更好地服务终端的每一户家庭，让顾客在蒙娜丽莎终端门店从买砖、设计、铺贴、到最后的铺贴效果呈现，都更加的省心省力！

（智能家居市场部　陈龙照）

冬天来了，陶企怎么过？

地产退潮、需求萎缩、疫情肆虐……旷日持久的低迷让行业深陷寒冬之中，无数人发出“2022，我太难了”的感叹。二十大已胜利闭幕，中央经济工作会议召开在即，疫情持续泛滥，市场毫无回暖的迹象。许多企业开始考虑停窑放假，不少人对 2023 年的行业走势仍持悲观态度。

冷冷清清的市场、哀鸿遍野的商家、焦虑迷惘的陶企，行业正经历着最严峻的考验。这个时候，不是拼规模，拼增速，而是看谁基础牢、实力强，看谁挺得住，活下去。企业之间比拼的是内功，是其综合实力。谁能够在一波接一波的冲击中屹立不倒，谁才能笑到最后。

凛冬已至。对于陶企而言，做好以下几点尤为重要：

做好过冬的准备。凡事预则立，不预则废。面对复杂多变而又“黑天鹅”频发的市场环境，企业经营者在做最大努力的同时，也要做好最坏的打算，千万不要心存侥幸。如果接下来的形势更加严峻、竞争更加激烈，企业该怎样应对？自己能坚持多久？有没有好的转型思路和方法？要从思想上、行动上高度重视冬天的来临，做好过冬的各项准备，而不是一味地抱怨市场环境的残酷。

保持充足的现金流。大家都知道现金流是企业的血液，不管你有多大的应收，但在没有到账之前，都存在一定的不确定性，而应付款项，尤其是银行贷款、员工工资、供应商的货款、保险、税金等，这些都是刚性支出，到期就必须支付。一旦逾期，将会影响企业的信誉。

许多企业不是因为经营不善而出局，而是因为现金流短缺而倒下。尤其是在当下的市场环境中，企业稍有风吹草动，将让多年积累的信誉出现雪崩式垮塌。企业经营者，必须未雨绸缪，作好财务规划，甚至是相对保守的财务规划，保持合理的现金流，维持企业的良好信誉，才能让企业持续经营下去。

严控投资经营风险。许多企业被洗牌出局，不是因为竞争太过激烈，而是因为被风险所吞噬。当企业不能控制好自己的欲望，就会漠视风险的存在。综观多年来行业被淘汰出局的陶企，一是因为本身实力不够，而又盲目投资，最终造成资金链短缺，二是经营过程中对风险管理不到位，尤其是战略合作，工程业务，让企业陷入经营困局。随着中国经济进入高质量发展的通道，市场变得越来越成熟、规范，持续、平稳、健康地发展才是企业经营的王道，宁可错过，也不可做错。此外，要靠发展来解决当前面临的危机。许多困难和问题，陷入当下的环境中是无法找到解决答案的，而保持业绩的持续增长，许多问题便迎刃而解。

向管理要效益。行业上升期，企业管理的好，可以多赚点，管理的不好，那就少赚点，但目前行业已进入下行期，许多企业已逼近亏损的边缘，因此，企业必须实施精细化管理，向管理要效益，从干毛巾里拧出水来。对于陶企而言，降低采购成本，减少管理费用，节能降耗，降本增效，优化流程等是一场永无止境的修行课。通过提升管理水平，将企业的优等率、收成率、开窑率、产销率、回款率、单位生产成本、人均产值等指标一步步向行业先进水平看齐，增强自身的造血功能，夯实企业的生存基础。

精减业务，轻装上阵。企业赚钱的时候，大多喜欢跨界投资，以寻求新的赛道和增长曲线。然而，残酷的现实证明，许多投资项目都如同鸡肋，并未能真正助力企业转型，或成为新的增长点。面对日渐严峻的市场形势，企业经营需要做减法，需要将有限的资源放在核心业务上，继续突出自己的长板，同时将那些非核心业务、不赚钱的业务，长期亏损的项目、子公司，大刀阔斧地进去裁减，减少企业不必要的支出，让企业轻装上阵，在自己最擅长的领域保持领先的市场优势。

加快经营模式的转变。对于企业经营而言，管理者的思想、理念、经营风格是决定其命运的关键因素。面对日新月异的市场环境，传统的做法、成功的经验，许多时候正变为企业迭代精进的包袱。企业经营理念必须时时更新，与市场接轨，才有可能逆势翻盘。这也是许多企业大量高薪引进年轻管理者的原因所在。疫情三年，许多人的三观都已发生了改变，更何况企业的经营理念。

在错综复杂的信息时代，传统的经营模式正遭遇巨大的挑战，如：消费市场的年轻化、产销模式的数字化、品牌推广的娱乐化、终端渠道的社区化、新品开发的个性化、直播带货的网红化……每一个风口、每一种趋势，都需要企业具有敏锐的市场嗅觉和应变之策，加快转型升级，跟上时代变化的节拍，才有可能获得一线生存下来的机会。

（佛山　艾陶）

开窑率、超长假期及其他

这是一场形势异常严峻且前所未有的行业大洗牌，一定会有一批落后产能、企业和品牌被淘汰出局。只有那些实力雄厚，满怀信心，踩准节拍，应对得当的企业，才能够在残酷的竞争中生存下来。

2022 年，陶瓷行业诞生了一个新的热词——开窑率。用开窑率来衡量一个产区、一家企业的产销情况，简单而又直接。从前三季度的运行状况来看，广东产区开窑率普遍偏低，低谷时有超过一半的生产线在车间内蒙尘睡觉，没有任何的产出。

没办法，谁让房地产市场过山车般跳水呢。仅仅在 2020 年，甚至 2021 年上半年，许多产区都是窑红火旺，货如轮转。那个时候，闲置的生产线并不多，头部企业基本都是销大于产，只好四处贴牌，将许多闲置的生产线变相盘活。如今，随着地产的快速退潮，产能过剩的矛盾急剧凸显，大量生产线不得不停了下来。

相比其他产区，佛山、肇庆、江门、清远等产区开窑率普遍偏低，最主要的原因还是广东砖生产成本居高不下所致。广东陶企“煤改气”占比较高，从去年到今年，天然气价格轮番上涨，与那些至今仍然使用“煤制气”的产区相比，仅能耗成本就高出一大截。广东陶企采购的煤炭，基本上从北方和中西部地区购进，而广东砖又在全国市场销售，因此其原材料、产成品物流成本，相比中西部和北方产区以周边区域市场为主的产销企业要高很多。

此外，中西部及北方产区经过多年的发展，其产品品类不断丰富，产品质量快速提升，与广东砖的差距正变得越来越小，本土企业、本土生产、本土销售的低成本模式正一步步挤压广东砖的市场空间，导致广东陶企的市场优势不再明显，停窑率偏高便成了必然趋势。

生产线开不起来，或开起来的时间越来越短，对陶企来说，面临的一大难题就是员工的裁减与优化。事实上，过去也曾出现过陶企大面积停窑，期间只发生活费导致员工维权事件的发生。但过去是个别案例，今年却是普遍现象。

今年以来，许多陶企先是减少员工上班时间，同比例降低薪酬，接下来又是一波波的裁员潮，或通过品牌、展厅、事业部的合并，大幅减少用人。直至近日，终于有一家实力颇为雄厚的陶企率先发出长假通知：“公司放假从 2022 年 11 月 1 日起到 2023 年 3 月 31 日止”。长达 5 个月的假期，背后折射出企业经营的艰难和困局。

只要还有一线希望，相信没有哪个老板愿意做出这样的选择，但现实就是这么残酷。

事实上，随着地产的大退潮，陶瓷行业的大洗牌才刚刚开始。接下来，会有更多的陶企不得不通过停窑、裁员、降薪来纾解经营的压力，会有诸多曾经风光无限的品牌逐渐淡出人们的视野，会有不少曾经令人仰视的陶企陷入破产暴雷的危机，会有越来越多的陶瓷人，最终不得不离开自己拼搏多年、熟悉而又让人又爱又恨的陶瓷行业。

2022 年的陶瓷行业真是太难了，地产退潮，再加上连续三年的疫情封控和天然气、煤炭轮番涨价，除个别企业外，绝大部分的陶企出现了营收下滑，大量企业徘徊在生死边缘。这当中，最大的危机，便是房地产的全面退潮带来瓷砖需求市场的断崖式下降，而这种势头，从目前来看，毫无向好的迹象，甚至在持续走低。

在这种状况下，可以预见，陶瓷行业的苦日子还在后头。开窑率不高，或者开窑天数越来越短还算是好的，许多企业选择躺平来应对当下的困局，而那些撑不住的陶企，只能一步步滑向市场的边缘。

倏忽之间，2022 年只剩下不足百天。按照目前的形势，今年的生产周期不会延续到春节前夕，大部分工厂会选择提前停窑，然后放假、检修，假期自然比往年要长。之于来年开工点火，肯定不会太早。

面对当前的困局，躺平不可能躺赢，可折腾又找不到方向。许多人心有不甘，却又毫无办法。许多人曾寄希望于二十大以后，希望从中央层面，对疫情、市场、外贸、房地产等有所大的动作和调整，目前又将关注点放在即将召开的中央经济工作会议上，希望能够看到一些有助于房地产和陶瓷行业发展的利好消息，以便帮助陶瓷行业尽快走出当前的困局。

但这样的愿望，大概率会落空。因为被纳入“两高”名录的陶瓷行业，产业政策的支持正变得越来越渺茫。

时间最是无情。在越来越漫长的煎熬与等待中，部分企业的信心和希望正一点点被耗尽，开始逼近崩盘的边缘。而更多的企业则通过停产、裁员、降薪等手段以缓解市场带来的压力。

这是一场形势异常严峻且前所未有的行业大洗牌，一定会有一批落后产能、企业和品牌被淘汰出局。只有那些实力雄厚，满怀信心，踩准节拍，应对得当的企业，才能够在残酷的竞争中生存下来。

相信陶瓷行业终究会迎来峰回路转的那一刻！

始于质感，精于内在，细节的巧妙设计，是拉近与用户情感距离的重要因素。

高级触感下的产品设计

人们感知外界的普遍方式是通过身体的各种感官获得的，包括视觉、触觉、听觉、嗅觉、味觉。通常情况下，视觉的认知和感受是最直接的，但这种视觉认知往往是迅速而抽象的，触觉的参与会起到加深认知的作用。在著名的恒河猴实验里，心理学家哈洛发现，比起能够提供食物的“铁丝妈妈”，小猴子更喜欢亲近不能提供食物但能提供温暖触觉的“绒布妈妈”。这也告诉人们，人类原始的情感链接，是通过柔软的接触来建立的。良好的触觉体验会与人们心理层面产生交互，进而影响人们的心理感受与使用体验，合理的触感设计会给人带来舒适、亲和之感。

随着人们精神层面需求的不断提高，触觉感受被作为更高层次产品的设计中需要刻意设计的因素而受到关注。而这种影响也深刻体现在家居设计上。咨询机构英敏特在 2022 年《中国消费者追踪：聚焦疫情》报告中指出，消费者愈发渴望时常获得情感上的支持，“情绪安抚”随之成为新崛起的消费需求。与之相关的是，当下人们的居家心理发生了微妙变化，愉悦心境、身心休憩等精神需求占比不断放大。在家居设计中，不再只停留在视觉美学和功能性，高级的家居设计更加关注心理层面的，让人的感官和心理得到所需求的情绪。家居材料也正朝着更能吸引感官触觉的质感发展，尤其是在时下流行的极简空间设计中，材料的质感设计成为重点，不同的材质之间通过质感与肌理带给我们不同的感官体验。

作为家居空间的重要装饰材料之一，瓷砖的质感设计也成为关注的焦点。材料科技的进步与高新技术的应用，使瓷砖的触感质感不仅实现防滑、使用舒适等实用功能，而且以釉料、墨水、干粒、精雕、数码模具等多种新应用、新组合，在纹理、色彩、质感、触感等方面实现全新突破，模拟出不同材质的肌理与质地，以丰富的产品语言，给消费者带来更多的新感受。

蒙娜丽莎重视板材的表面触感研究，在砖面上打破单一的表现形式，将产品的新颖之处聚焦在感官的多重感受，还原多种元素的自然肌理，打造出精致立体的瓷砖感官系统，通过不同手法真实地表现出不同材质所具有的特殊质地，使人产生逼真之感。比如，挪威森林瓷木地板，有深刻的纹理、结疤和年轮，看到和摸到的结果是完全重合的，非常真实，甚至让人很难分清是饰面板还是实木。900×2600mm 仿布纹岩板，独具布纹的肌理和质感，在指尖触感下，清晰感知到布纹细微的肌理以及柔和的质感。国风简奢系列将国际高定之布料纹理融入到产品设计中，以底纹的微妙变化组成图案效果，通过当下先进的精雕模具打造出手感舒适的轻浅雕刻釉面，三米之外看是一番淡雅明净的视觉景象，一米之内又是另一番触动感官的丰富体验，为家居空间带来独特的美学典范与更多的可能。

始于质感，精于内在，细节的巧妙设计，是拉近与用户情感距离的重要因素。既要舒服好看，又要耐磨耐刮，还要触感细腻柔滑丰富，随着人们需求的丰富，各种工艺、技术的叠加开始被广泛应用于瓷砖研发，新工艺、新技术层出不穷，无论纹理还是表面触感都更加贴近自然。借助材料的触觉质感进行产品设计，以材料的感性表现力引起用户的共鸣，这将成为瓷砖未来设计创意的发展趋势之一，它倾听和抓取身体的最佳触觉感受，由此出发的产品设计更自然，更贴合人的生活，通过触感体验，从这一维度满足消费者对美好的想象。

（企划中心　梁思琪）

在黑白灰的世界里做自己 打造 100m² 个性“避风港”

本案屋主是一对 95 后的年轻夫妻，在经历了 7 年租房生活的各种不如意和观摩众多高颜值美屋之后，他们对家的诉求从绝对吸睛的潮流风格，回归到极简黑白灰的基础调性。

闫先生夫妇的家，公共区域铺贴 QD 瓷砖 750×1500mm 大理石瓷砖，灰色调的加入为这个家带来了时尚沉稳，于黑白灰的空间彰显高级品味。

“我想要这个家永不过时，日久弥新。”

用两个词来形容本案的第一印象，那就是冷静、细致。全屋以黑白灰为主色调，家具则选择造型、几何感强烈的产品为主。

高级感背后是极度的克制和不迎合潮流，瓷砖、皮革、布艺等多种材质营造出简约的氛围感。每个空间都藏着诸多细节，纵使没有多余的色彩，也不会显得单调。

入户区域，通顶玄关柜做极简造型，使用线条做到装饰以及收纳双重功能，即可把收纳空间利用最大化，又能提升入户门面的颜值。靠门边的玄关柜留空做换鞋凳设计，方便日常进出换鞋。柜门无拉手的设计，极简又高级。

黑白灰的经典配色，可以很好地包容造型独特、几何感强烈的家具，让风格不再局限于空间，不受限于年代，从而打造经典不过时，又独具辨识度的家。

客厅整体时尚简约，没有过度装饰，简单中带着年轻的态度。不规则造型的沙发和椅子，打破黑白灰的空间布局，开放式的设计又让空间显得通透不压抑。地面通铺 750×1500mm 韦斯特曼，增加了空间的明亮度和视觉通透性，让黑白灰的空间有了一种天然的纯净。

无论是做饭还是用餐，闫先生都有一套专属于自己的仪式感。比如在吃饭前一定要将厨房收拾干净再开始用餐。

由于闫先生夫妇倾向于享受二人世界，家里鲜有亲友上门拜访，所以用餐区域只设置了两人位。为了腾出更多的活动空间，闫先生把餐桌的另一边靠墙边，把餐厨区域放大化。

餐桌旁边定制柜上有着众多藏酒，对于他们来说，喝酒也是一件充满仪式感的事情。不同种类的酒，搭配一个专属的杯子，仪式感之于日常生活，其实很简单。

书房的空间不大，但五脏俱全。平日里它也是两夫妻的工作间，也是严先生的专属图书馆。偶尔闲暇时，严先生会靠在沙发上看看书。书房的地面通铺 200×1200mm 木纹砖，为黑白灰的空间增添了一抹自然气息。

主卧区域没有多余的颜色和物品，无主灯设计和藏在床头的灯带，为这个只有黑白灰的卧室，酝酿出层次丰盈的光影效果，烘托出一丝睡眠氛围感。

步入卫生间，灵动个性的石纹，营造出卫生间轻奢的基调，去繁就简，空间以最自然的形态呈现。双台盘和大镜面的设计，不仅能让视野更敞亮，还能体验双人同时洗漱的功能，美观又实用。淋浴房设有入墙式花洒，简洁大方，整体空间更显开阔。

墙面使用 900×2700mmQD 岩板一板到顶，简单流畅的线条让空间质感再度升级。地面通铺 900×1800mm 大板，高级灰柔和色调，轻松打造舒适有质感的空间。

这个家看似黑白灰，实则别有洞天。极简不一定代表“少”，而是用最合适的物品，构造出最适合自己的生活场景。　**（蒙创致远　陆淑宜）**

高级黑+线性灯，霸总的家有了画面

如果说霸道总裁的家有颜色，那一定是黑色，黑得高级，黑得精致，黑得极具格调，彰显出不可一世的气场。

这期的“黑曼巴”风，以高级黑为主色调，通过暗黑色系叠加岩板、木饰面、皮纹等元素，交汇出极致舒适的生活哲学，让小说中霸道总裁的家有了画面。

本案屋主是一位 00 后的潮牌主理人，总公司在上海，常年出差在外，这是他在深圳购买的第一套房子，作为休假的住所，妥妥的 BOSS 作风没跑了。

从入户开始，利用护墙板打造了疏密有致，层次分明的柜体造型。不仅满足了造型装饰的需求，也满足了收藏展示的功能，能够很完美的摆放下屋主收藏的潮品及一些运动周边。进门通铺 900×1800mm 柔光砖，个性独特的大斜纹肌理，高级又不失质感，耐刮耐磨还耐看。

简约的黑色视觉体系下，给人一种纯粹与宁静的氛围。不同的材质与造型黑灰色组合出现在空间之中，让整个空间带有强烈的神秘色彩，营造前卫时尚的视觉感受。

开放的布局模糊了隔离和边界，黑色质感沙发搭配爱马仕橙的大理石茶几，打破深色的刻板与沉寂，呈现出丰富而饱满的层次感。除去必要的家具之外没有多余复杂的装饰，搭配酷炫的潮流摆件，让空间既个性又独特优雅。

作为空间的视觉中心，电视背景墙选用 900×2700mm 埃尔灰岩板，底色润白，为空间注入不露声色的高级感。

餐厅连接客厅与厨房，环绕型动线确保各个功能之间顺畅流转。全方位的开放性，呈现空间一体感的同时，也增加了亲友之间的情感互动。木与岩的交错，将一切简化，带来了纯粹、沉静的视觉呈现，释放出优雅的场域能量。平行式的布局，让下厨与用餐有了更密切的联动。

步入卧室空间，栅格木饰面与 900×2700mm 范特西深灰岩板，一面及顶组合，简约一体化的同时凸显空间的层次感。

加上大面积的不同灰度，让整个卧室神秘而沉默，又充满沉静慵懒，带来沉浸式的睡眠氛围。再多的疲惫和烦恼，都可以放心地交给这片黑色，它会将你稳稳包裹。

暖色的点缀灯光和床头的深褐色背景墙，中和了灰黑色的高冷，驱散压抑，就如冷酷面庞下深藏的柔和，最终难掩温柔。

宽敞的衣帽间，让人眼前一亮，不仅拥有足够收纳，同时又不失美感。开放通顶的玻璃衣柜，集展示性与功能性兼并，拉伸了空间的纵深感。每一个格子都有它专属的物品，井然有序的摆放，让眼前的衣物一目了然、触手可及。

卫浴空间的硬装和色彩延续了“黑曼巴”风格的设计。墙面运用肌理粗犷的深色大理石，通过灯光设计的加分，让暗黑的空间氛围更加浓烈。地面通铺 600×1200mm 素色哑光砖，展开了干净利落的视感。布莱克黑艺术色调，体现屋主高雅的审美与品味。

（蒙创致远　陆淑宜）

理性与感性并存的家 就藏在这 180㎡大平层里

现在的社会，被时代裹挟着，每个人都在拼命地忙。偶尔放慢脚步，感受生活的慢节奏，才能更好地迈开脚下每一步。

本案屋主为一对时髦的年轻夫妻，在快节奏碎片化的生活里，他们更向往干净、清爽，简朴而纯粹的空间氛围，同时育有一个 3 岁的可爱女儿，在设计上考虑到怎么样可以最大化地给孩子一个宽松、健康、开放的成长空间。

家的高级感从进门的第一眼开始，简约却精致。入户右手边打造玄关柜，通顶柜体增加收耐容量，预留开放格，方便日常使用，下方留空便以收纳进出替换的鞋品等，保持玄关整洁干净。

客厅与玄关的隔断，由收纳柜与部分长虹玻璃巧妙组合，在增加设计感的同时，保护屋内隐私，一举两得。

倪先生喜好极简干净的空间氛围，所以将空间整体基调定为温和的米色调，采用墙、顶、地一体的设计，打造被温暖和纯净的氛围包裹的柔和空间，辅以野性自然的绿植，呈现出一种返璞归真般质朴古拙的韵味。

而地面选用微水泥质感的【摩斯】最合适不过了。公共区域通铺 QD 瓷砖 750×1500mm 的素色哑光砖，清浅色调，光泽柔和，纹理素雅有质感，搭配无主灯设计，从视觉上将空间感发挥到极致。

大平层的设计，几乎三面墙都是通顶收纳，再搭配上一面超大的窗户，繁华市井与自然山景尽收眼底。这样明亮的景致，是大自然最透明的语言。

客厅是一家人主要的活动区域，倪先生 3 岁的女儿更是喜欢追逐打闹的年纪，在设计上，为了让孩子有更多空间能活动，用了“留白”的手法让渡空间。去掉客厅多余的装饰，也不要茶几，留出的空间孩子们随便玩，让客厅成为亲子活动区，温馨感十足。

身为公司高管的倪先生，日常面对工作中繁多的条条框框、束缚，让他对开放、自由、无拘无束的空间无比向往。所以他决定将客厅-餐厅-阳台无界打通，使公共区域最大化的开敞设计，扩大空间视觉面积。

客厅的主角是两张松软的沙发，也是倪先生的挚爱之地。休息时窝在沙发里，煲剧、看书，压力随之释放。沙发选择了绒面与布艺的材质组合，在色彩上选择大地色，为素色空间注入暖意。

倪先生是少有的把“健身达人”践行到家的人，把一台动感单车装进家里，只用 0.5㎡ 也能打造 mini 健身房。不仅仅是身体力行，更是一种爱好。在这样的家里，身体和心灵总有一个在运动。

沙发作为空间的功能性隔断，巧妙地连接起客厅与休闲区。

为了最大化收纳效果，休闲区侧面通顶柜体设置收纳空间，并加入时下流行的拱门元素，提升空间设计感。同时迎合倪先生喝茶、喝咖啡的习惯，预留开放格，收纳展示倪太太喜欢的茶杯、马克杯。右边内置金鱼缸，增添了不少生活气息。

没有太多复杂的设计，一张餐桌能把家人们聚在一块儿，就是最简单的幸福。餐厅的设计延展整体空间氛围，素色与黑色的主导，空间简洁明亮。餐厅整面的柜墙，增加了餐厅的储物功能，兼具着美观和实用性。

让每一个人的需求被满足，这才是家的意义。倪先生的家，没有高奢家居的精雕细琢，而每一处细节都体现着对生活的热爱。

（蒙创致远　陆淑宜）

连家龙:稳字当头,勇创佳绩

连家龙守护在长长的窑炉身边

2021 年 12 月的某一天,当深秋的一缕阳光洒满清蒙这片热土的那一刻,连家龙从异乡带着满满的憧憬,走进了清蒙公司烧成车间。

映入他眼帘的是焕然一新,改造升级仅仅只有 3 年,绿色、智能、现代化的 B 窑生产线。悄然之间,他百感交集。有幸在这崭新的生产线上工作,他觉得自己非常自豪而又光荣。与此同时,面对如此现代化的窑炉,连家龙也倍感压力,深知肩负的责任重大。万一自己主管的 B 窑生产线不尽人意,那一刻将怎样去面对?

复杂的心情慢慢延伸到连家龙身体的每一根神经。就在一瞬间,连家龙的脑子里闪现出自己微信空间中的一段话:“人生不去拼博、不去努力、不去争取,没有自信又怎能知道自己不能成功呢?成功,对于灰心者是一个永远无法到达的彼岸,对于坚持者是奋斗的目标,对于勤奋者是收获的果实。怕吃苦,苦一辈子,不怕苦,苦一阵子,不经历风雨又怎能见到彩虹呢?”。于是连家龙振作精神,信心满满,决心在清蒙这片热土上勤耕不辍,用勤劳、勇敢、智慧和污水,去播种自己的全新人生。

2022 年 2 月 12 日,南方的春天早已春暖花开。清蒙公司在常态化疫情防控的紧张中,全厂职工顺利复工复产,清蒙烧成车间各窑炉生产线也不例外。B 窑在公司及车间领导、全体员工的见证下,连家龙主管迅速按下了全自动脉冲点火器,一点星星之火像闪电般立刻点燃了首支天然气枪……随着 A、C、D、E 等各窑的陆续点火开窑,清蒙烧成车间正式拉开了 2022 年生产的序幕。

“一年之计在于春,一日之计在于晨。”面对新的一年,新的工作环境,新的主管岗位,如何迈好步,开新局?这是 B 窑主管连家龙一直在规划思考的问题。全盘一切就绪,剩下的就是“管理+技巧”及打造一支高效的团队,用团队的力量、团队的精神,去全面实现 2022 年的各项奋斗目标。

想清楚了这一点,连家龙迅速组织召开三个班员工参加的 2022 新年 B 窑复工复产班前动员大会。会上,他首先向员工明确了今年工作的重点。他说:“我们一定要狠抓产质量的稳定提升,筑牢疫情及安全生产防线,同时,节能降耗、6S 等工作的落实也一样不能放缓”。他说:“期待各位同事共同努力,携手协作,敢于创新,发扬主人翁的团队精神,为全面夺取 2022 新一年新的目标而共同努力奋斗”!

就这样,随着一项项工作目标的明确,一句句令人振奋人心、落地有声的开工宣言,一声声打造高效团队精神号角的吹响,B 窑全体员工的工作热情也随即高涨。由于各岗位责任制、各工序工作层层落实,新一年的生产进展非常顺利。同事们以团结奋进,和谐融洽,严谨负责,勇于担当的工作热情投入到工作中去,最终,B 窑以产质量超标的业绩实现了 3 月开窑红。

接下来,B 窑在维稳正常生产的基础上,连家龙深刻认识到生产安全是企业生产的重中之重,为贯彻落实公司关于生产与安全两不误的原则,4 月初,连家龙亲临全生产线各班各岗位生产现场,以一岗位一示范的安全培训方式,举行了各种设备的安全操作现场培训。通过本次培训,大大增强了各岗位员工的安全意识,同时也为 2022 年安全生产奠定了良好的基础。

节能降耗,降本不降质。烧成车间最大的消耗是价格居高不下的天然气,当然也包括各工艺釉料的耗损、电力及设备的运行率、砖坯的破损率等。主管连家龙把节能降耗的重点放在天然气上,用合理的天然气转换烧制完成高收成率、高优等率的陶瓷产品上。提品质、减破损、不空线、不空窑,设备稳定运行成为烧成车间降本增效的重点工作。

10 月的某一天,正常生产的 B 窑生产线窑炉出口段,突然发现砖坯质量有明显的缺陷。于是,主管连家龙立刻对产品缺陷进行跟踪排查,很快便发现原来是高温区段及中温区段部分辊棒棒钉增多所致。

查清楚了原因,连家龙便立即组织各班组及司炉工,果断采取不空线、不空窑的抢救举措,尽最大努力把损失降到最低。一场与天然气燃烧损耗的赛跑开始了,时间就是金钱,职责就是担当。在连家龙的现场指挥下,经三班不分昼夜紧张有序的共同努力,很快便对高温区段及中温区段部分辊棒完成更换。那一刻,窑炉出口段传来了好消息,砖坯经多次严格检测,质量缺陷已得到完全控制,随即,窑炉转入正常生产当中……

不知不觉中,2022 年已送走 300 余天的时光,在这初冬的季节,预示着丰收季节即将到来。而清蒙烧成车间 2 号窑炉生产线,在主管连家龙及各位技术人员、全体员工的共同努力与拼博下。2022 年 3 至 9 月,以公司节能降耗为目标,收成率、优等率、控制砖坯破损率等,都超额完成了公司下达的各项目标任务。尽管 B 窑 2022 年比 2021 年每天超出 1500 方的产量,却并没有影响到节能降耗、安全生产、6S 等工作。天然气气耗控制在单位平米 1.58m³ 以下。而 6S 工作有 5 个月被公司 6S 检查小组评比为优秀月,得到公司的现金奖励。

连家龙出任 B 窑主管,从最初的一丝担心到取得丰硕的成果,在新的平台用行动证明了自己的人生价值。面对成绩,连家龙说:“今天的业绩,是公司及车间领导的关怀指导下,各有关技术人员,B 窑全体员工团结一致的结果”。

(清蒙抛光车间 李钊荣)

清蒙公司开展抗疫志愿服务行动

在广州新一轮疫情防控激战正酣的关键时刻,作为广州后花园的清远市也出现了波澜不断的阳性病例,封控区亦有逐日扩大的趋势且防控人员全线告急。为了迅速遏制漫延的疫情,作为毗邻市区的源潭镇组织本区医务和各行政单位对清远市区进行了全力支援。由于源潭镇与市区的人员日常流动密切,本身就属于重点防控区域。为筑牢防控城墙,镇政府出台了一系列防控措施及连续大规模核酸检测的决定。疫情形势紧急,刻不容缓,而城中已无余兵,城防安守?值此关键时刻,源潭镇政府防疫指挥部向辖区各企业发布了招募志愿者的信息。

清蒙公司党支部书记张凤阳接到招募令后,立即组织成立了 2 支由一线员工、管理人员、工会会员、共产党员等组成的 20 人志愿者队伍,静待号令,随时可开赴防疫前线开展大规模核酸检测志愿服务工作。

11 月 10 日 8 时 30 分,由人力资源部经理李维秋带领的志愿者服务队吹响了第一次出征的号角。出发前,清蒙公司总经理董军乐为大家作了简短的战前动员,他说这是展现我们蒙娜丽莎人社会责任和担当的时刻,大家要团结一致、敢于面对困难、冲锋在前,在政府的领导下坚决打赢这场防疫阻击战,并嘱咐大家一定要做好自身防护。清蒙志愿者服务队负责协助源潭镇中心社区的两个大规模核酸检测区。经检测点专职工作人员培训并戴好防护用品后,即按检测点负责人分配的任务奔向各自的点位,担起“信息录入、秩序维护、测温、检码”的职责,经初期的磨合熟悉后,大家很快进入了各自的角色。

由于源潭镇中心社区只有 2 个检测区,各检测点位都排起了长长的队伍,群众难免会产生焦急的心理。为了加快进度减少不必要的时间浪费,清蒙志愿者主动携二维码深入群众中,一边维护秩序耐心解答疑问,一边逐个扫码检查,提前做好准备工作。期间还不断提醒大家戴好口罩、看护好自己的小孩,并将公司的口罩派给现场没有口罩的群众。

为了方便群众,镇中心社区的两个核酸检测点都设立了老人专项通道,清蒙志愿者均参与了服务。老人们基本上都不会使用智能手机、没有核酸检测码,需要志愿者现场帮他们办理。有些老人站立时间稍长,腿脚既不能坚持,清蒙志愿者贴心地为他们寻来了凳子。

参加志愿者行动的清蒙员工代表

清蒙志愿者在做好本职服务的过程中,还细心地观察到核酸检测处只有 1 名检测员,他的操作程序比较繁杂,每次取样后都要进行手部消毒、拆棉签等步骤。其中拆棉签工序会占用不少时间,于是清蒙志愿者主动穿上全套防护服帮助核酸检测员拆棉签、装样品袋。在减轻其压力的同时,大幅提升了采样效率。

在之后的几次防控服务过程中,清蒙志愿者们始终秉承着细心、耐心、热心的服务和仔细、认真、严格的防控作风,得到了群众和镇领导的赞赏和肯定。

大事难事看担当,临危临艰显责任。蒙娜丽莎集团对内一直秉承着“以人为本”的企业文化理念,对外积极履行企业服务社会、回馈社会的担当和责任。我们坚信,在全民大团结面前,必将很快战胜疫情,恢复安宁。

(清蒙人力资源部 陈红)

智能家居举行“蒙娜丽莎最美”摄影大赛

为展现蒙娜丽莎智能家居中心大厦形象,对外彰显企业文化和实力,集团智能家居工会小组于日前组织开展了一场主题为“蒙娜丽莎最美”的摄影大赛活动,借此提升品牌宣传力度及提高工会小组人员的创意能力。

本次摄影大赛活动由智能家居工会小组统筹开展,通过发布抖音及微信朋友圈进行评比。活动共设立了“最佳取景角度奖”、“最佳创意奖”、“最佳文案奖”、“优秀奖”及“参与奖”等奖项,以单个作品的“抖音及朋友圈合计点赞量+取景角度+创意角度+文案”等综合评定,充分调动全体员工参与活动的积极性,展示了智能家居中心员工高素质的专业创作水准。

本次摄影大赛活动,员工们的参与热情空前高涨,共收到摄影作品400余件,其中50余件作品被评为优秀作品,作品拍摄素材均围绕品牌形象相关,充分展示了蒙娜丽莎大厦形象及企业文化精神,在最终评选公布结果后,大家都露出了满意而开心的笑容,不仅拿到了实用的比赛礼品,内心的成就感也得到了满足!

通过这种形式新颖的活动,以“蒙娜丽莎最美”为主题的摄影大赛,让员工们在工作之余不忘舒展身心,同时也提高了员工们的创新和创意能力,让抖音及朋友圈平台成为展示及宣传正能量的渠道,增强了人员综合素质的提升。大家在这次活动中收获了满满的欢乐和正能量,并纷纷为被评选上优秀作品的同事点赞和学习,为今后的工作注入了活力和动力。 **(智能家居公司 李美燕)**

摄影大赛最佳文案选登

向美而生 打卡蒙娜丽莎大厦
走进艺术世界,触及心灵之镜
感受家装塑造的无限可能!
万般世间美好,都不及家的温暖
每个家,都值得拥有蒙娜丽莎!

——综合管理部李美燕

家,不仅是休息的地方,更是心灵停靠的港湾。

蒙娜丽莎智能家居新大楼展厅不仅带来全新的艺术化产品,更带来了享受高品质服务所带来的精神回报,用最美的微笑满足大家对家多样生活方式的需求。

每个家,都值得拥有蒙娜丽莎。

——综合管理部麦锦萍

展厅空间摄影|蒙娜丽莎最美
智能家居展厅打卡,潮流风向标。
每一个细节,是质感的共鸣,
每一个镜头,是生活的缩影。

展厅融入了时尚、人文、艺术、自然等元素,不同的体块结构与个性的色彩搭配碰撞,在各空间相互融合,打造展厅交互式体验。

——设计部胡籽如

眯眼细看那一束束光
光影的变幻在细腻肌理上生动展现
灯影舞婆娑,追光穿夜空
它可以是时尚,奢华,艺术
亦可以是雅致,简约,灵动
欢迎到蒙娜丽莎展厅打卡

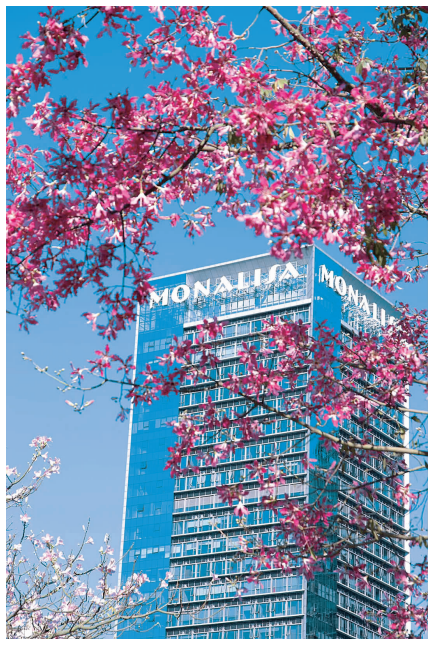
——综合管理部蓝少莹

时常仰望星空,灵感就不会枯竭,
眼睛看见群星,心便看见了一切。
蒙娜丽莎之美,
美在人文,灿烂若群星;
美在建筑,挺拔如脊梁;
美在家居,初见便倾心;
用信任的、纯真的、坦率的微笑,
跟身边的人和世界做一次美好的交流。

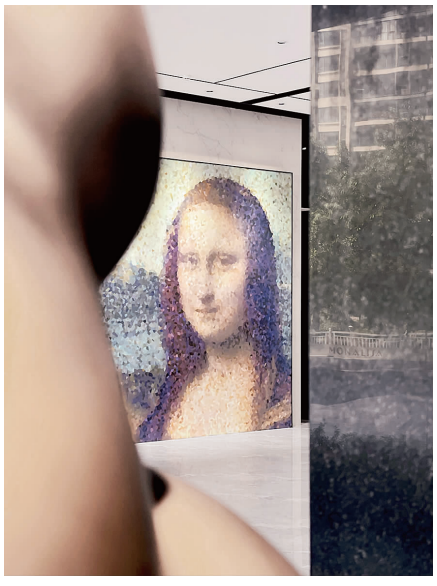
——市场部谭雄杰

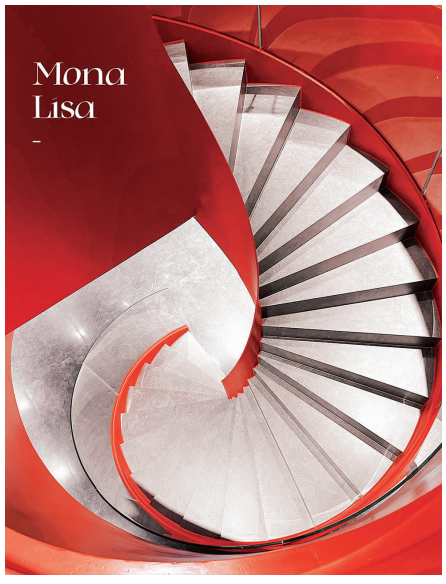
蒙娜丽莎最美,打卡蒙娜丽莎智能家居展厅。
立身喧嚣都市,许你一方宁静美好。
生活自有时光关照,家居更需品味回答。
蒙娜丽莎生活美学,打开美学新认知。
每个家, 都值得拥有蒙娜丽莎

——市场部蔡智涛



摄影大赛部分作品选登





生产支部委员会召开党员大会

生产支部党员认真学习党章

11月24日下午,蒙娜丽莎生产支部在蒙娜丽莎研究院四楼会议室召开党员大会。会议由邓荣源书记主持。

会上,首先对新进预备党员袁建波同志转正进行讨论、表决。袁建波同志宣读了《预备党员转正申请书》,汇报了自己在预备期间思想、工作、学习情况及需向党组织说明的问题。接着,入党介绍人赵辉同志和李春光同志分别对袁建波同志加入中共预备党员后的工作表现及教育、考察情况进行了汇报,并提出能否转正的意见。经过与会党员讨论,认为其在预备期间,能以党员标准严格要求自己,刻苦钻研专业知识,认真完成本职工作,积极参加党员义工活动,特别是公司组织的全员核酸检测工作,经党组织培养考察,已具备了一名正式党员条件,一致同意按期转为中共正式党员。袁建波同志也表示:转正后,要学习再刻苦、工作再努力、要求再严格、标准再提高、积极争当优秀共产党员,为党的事业、人民利益的实现和集团公司发展工作作出更大的贡献。

邓荣源书记指出,全体党员同志要进一步强化自我学习、自我教育、自我锻炼、自我约束、自我改造的力度,牢记入党誓言,自觉实践,从我做起,持之以恒,重理论修养、讲知行统一,树立信念坚定的形象;追求事业、淡泊名利,树立一心为公的形象;敢讲真话、爱听真话,树立老实做人的形象;务实际、干实事、求实效,树立真抓实干的形像;管得往自己、把得住操守,树立严于律己的形象;努力争做跨越发展的先行者、爱岗敬业的排头兵,为实现蒙娜丽莎集团跨越发展贡献自己的力量!

最后,邓书记带领全体党员认真学习了《二十大党章的30个重要修改》。《中国共产党章程》是中国共产党为实现党的纲领制定的根本法规,是党的各级组织和全体党员必须严格遵守的基本准则和规定。党的二十大通过的党章修正案,对旧党章共修改50处,其中总纲部分修改37处,条文部分修改13处。本次进行修正把党的十九大以来习近平新时代中国特色社会主义思想新发展写入党章;把党的初心使命、党的百年奋斗重大成就和历史经验的内容写入党章;把发扬斗争精神、增强斗争本领的内容写入党章。是深入学习贯彻党的创新理论的需要,是推进党和国家事业发展的需要,是深入推进新时代党的建设新的伟大工程的需要,是贯彻落实党的二十大精神的需要。

(中共蒙娜丽莎生产支部 黄玲艳)

集团举行办公及后勤区域消防演习

消防演习现场,让员工掌握基本的求生技能

11月9日上午,蒙娜丽莎集团安全环保委员会组织办公及后勤区域403名员工、管理人员举行了一场消防综合演习。

8:56分演习总指挥(集团副总裁)刘一军宣布:各小组注意、各小组注意,蒙娜丽莎集团2022年消防演习现在开始。一分钟后,办公大楼一楼展厅出现大量浓烟,工作人员报告一楼展厅天花板线路短路起火,并按响火灾报警警铃,消防广播发出紧急疏散指令,安全管理部接到报告后立即启动火灾应急预案,同时通知相邻各部门组织员工撤离。

伴随着一声声长鸣的警笛,各疏散小组人员低头弯腰、手捂贴着口鼻的湿毛巾、紧张有序地按指定的疏散路线穿越烟瘴区,顺利到达2#应急疏散集合场。在清点人数时,疏散4组发现少了一名展厅工作人员,临时指挥部收到信息后立即派出搜救小组进行搜救,搜救小组发现目标后将伤员搀扶至救护小组的担架上,迅速撤离到集合点对伤员进行人工心肺复苏按压及吸氧,成功将伤员救醒,就在搜救、救护小组将伤员送往集合场抢救的时候,灭火小组报告现场指挥,展厅一楼明火已被扑灭,区域内烟气浓度正在下降,灭火任务顺利完成。

应急处置和疏散结束后,进入第二个环节,人工急救培训。安全管理部经理蔺军喜在集合场给参演人员讲解心肺复苏(CPR)操作流程,同时邀请两组(3人一组)人员按照蔺经理教导逐步学习人工急救步骤。在蔺经理的指导和参演人员的掌声鼓励下,参与人员认真学习操作要领,较好他掌握了人在突发心脏骤停、呼吸停止的情况时的急救方法。

紧接着,进入第三个环节,扑救初起火灾实操培训。消防器材管理员朱锦鹏给大家讲解干粉灭火器的适用范围和使用步骤,引导参演人员进行灭火体验,参演者分组站在上风位置将手中的灭火器喷管对准火苗根部左右扫射,熊熊火焰瞬间被扑灭。通过灭火实操体验,使参演者都具备了扑救初起火灾的技能。

灭火体验结束后,进行最后一个环节,火灾高楼缓降逃生。安全管理部安监专员戴好安全帽、系好安全带及安全绳,从A栋办公楼4楼天台逃生平台走出外墙爬梯,娴熟地往下降落到地面弹簧垫上。同时,蔺军喜经理给观摩人员讲解使用自救缓降器高楼逃生操作步骤、要领,鼓励住楼房楼员工购买自救缓降器定置在家里楼层适当位置,以备不时之需。通过高楼逃生观摩、讲解,促使大家初步掌握了火灾发生后利用自救缓降器逃生自救。

同时也要从一些火灾事故案例中吸取经验教训,找准预防事故的硬措施,坚决不逾越生命安全这条红线,时时刻刻都要绷紧安全这根弦!

(安全管理部 朱锦鹏)

蒙娜丽莎参加西樵消防技能大比武

11月1日上午,“安全同行 活力南海”2022年南海区职工安全生产大比武西樵镇应急救援消防技能比武决赛在听音湖畔开赛。蒙娜丽莎参赛队经过一番激烈地比拼,最终获得企业、机关后勤事业单位组第13名。

南海区职工安全生产大比武西樵镇应急救援消防技能比武决赛由南海区总工会、西樵镇人民政府主办,镇总工会、镇应急管理办公室联合承办,旨在通过现场比武,全面提升广大职工的安全生产和消防意识,增强职工应对突发情况的自救互救能力。本次活动自今年5月启动,先后组织开展了线上知识竞赛、消防技能比武初赛和参观消防体验馆等线上和线下竞赛考核。

南海区总工会副主席沈海泱、区总工会权益保障科科长梁龙光,西樵镇党委委员、副镇长谢展明,西樵镇副镇长、西樵派出所所长杜航伟,镇总工会主席潘大柱,西樵总商会会长萧礼标等领导嘉宾出席了当天的决赛活动。

本次决赛共有79支队伍参赛,包括29支村居组队伍和50支企业、机关后勤事业单位组队伍。企业组的50支队伍经过激烈的初赛,从镇内140家企事业参赛单位中脱颖而出,进入决赛。蒙娜丽莎参赛队通过两人三盘水带连接、物资运输和75米着装麻袋灭火等三个项目的比拼,最终以94.9分的总成绩获企业、机关后勤事业单位组第13名。

蒙娜丽莎代表队在西樵镇消防技能大赛中取得好成绩

品管中心工会小组举行团建活动

品管中心工会小组举行的团建活动

在疫情和各方面影响下,品管中心职工工作压力和心理状况有不同程度的变化。进入的11月,品管中心工作有所减缓,借此机会,品管中心工会小组组织开展“不畏困难,勇往直前”品管中心工会小组团建活动,11月21日、23日、23日上午,品质管理中心一、二、三、六车间联合开展了三场团建活动,共有150多名员工参与其中。活动因地制宜,充分利用了公司的场地资源,在公司员工活动中心顺利开展。

活动开展前,品管中心工会小组各骨干积极参与到活动的设计、组织、物资准备等工作中,驻企社工提供指导支持。另外骨干们比较细心,考虑到夜班员工刚下班便来参加活动会比较饥饿,为此在活动当日,骨干们早早地到达现场为员工准备可口的茶点。

8点30分团建活动正式开始,活动以分组比拼形式开展,通过“一圈到底”、“同舟共济”、“有轨电车”、“蒙娜丽莎大挑战”、“信任盲行”等不同类型的团队游戏,一方面考验员工的专注力和反应能力,让他们从紧张感中获得欢乐,在高强度的工作中得到放松,释压。另一方面培养员工团队合作精神和团队责任,促进员工互相信任,互相扶持。以“信任盲行”游戏为例,需要一名组员带着眼罩扮演“盲人”,另一名组员扮演“拐杖”,要求“拐杖”引领“盲人”行走跨越障碍。游戏刚开始时,组员们从刚戴上眼罩的不知所措,前进时的磕磕绊绊到后来的得心应手、默契配合,愈发信任彼此。有员工在事后反馈,表示在游戏中能感受到信任别人和被人信任的不同感觉,有助于加深对他人的理解、信任和接纳。

活动在一片欢声笑语中结束,通过本次活动体验让员工们减压放松,又能感受到了在团队合作中互相信任、团结协作的重要性,进一步增强品管中心员工间凝聚力,有助营造良好团队文化氛围。**(工会社工 梁永锋)**

笔酣诉衷情,墨饱绘新程

2022年,对于蒙娜丽莎集团而言是一个值得纪念的年份。这一年,正值公司成立30周年,集团公司借智能家居中心开业之际,举行了一系列以“三十而励,行稳致远”为主题的庆祝活动。集团工会联合会、《蒙娜丽莎》编辑部于5月份组织展开了“30周年有奖征稿”活动,并得到广大员工,经销商和社会各界的广泛支持与关注。

在长达半年多的征稿期间,编辑部收到数十篇围绕30周年的征文,有散文、有诗歌、有随笔,还有专题论述等,题材广泛、立意清晰、形式多样。征文作者则涵盖了蒙娜丽莎集团总部和四大生产基地员工、终端门店销售员、专业作家协会会员和早期参与蒙娜丽莎创业的西樵文化名流等。一篇篇情真意切的征文,字时行间,无不包含着对蒙娜丽莎集团深深的挚爱、美好的祝福与殷殷的期盼。

一段文字、一次回忆、一个场景……记忆的闸门被一次次打开,创业者的艰辛、拼搏者的奋进、开拓者的创新,在火热的话语间展现在眼前,生动而又形象,每每让人在感慨之余又热血沸腾。虽然这只是部分应征者的心声,但却代表了所有蒙娜丽莎人的共识。这些文字、图片和故事,是构成蒙娜丽莎企业文化最真实的素材,也是蒙娜丽莎集团最宝贵的一笔精神财富。

江蒙信息化智能化部的杨朋辉在其征文《你不知道的事》中写道:“依稀记得从未进过陶瓷厂的我,以为陶瓷厂是一个污染严重且危险性很大的工作环境,让人望而却步。可当我去蒙娜丽莎集团总部培训之后才彻底打消了我的想法,原来蒙娜丽莎集团引领中国建陶产业正走在‘绿色化、数字化、智能化’的世界前列,公司拥有独立完整的研发、生产和销售体系,而我的工作岗位就是在领导的带领下将江蒙基地实现数字化与智能化,虽然前方道路坎坷,但我看到了公司的规模与实力,也看到了中国科技化的进步。”

是的,曾经的陶瓷厂,曾经是高污染的代名词,作为蒙娜丽莎的一名新员工,无数像杨朋辉一样的蒙娜丽莎人,正在他们平凡的岗位上,用自己的心血和汗水,一点一点改变着外界对陶瓷行业固有的印象,并让其对蒙娜丽莎数字化、智能化的蝶变发出了由衷地赞叹。

广东省楹联学会副会长林兆帆算是蒙娜丽莎集团的老熟人了,得到30周年征文消息的第一时间就向编辑部回应:“这个征文,我一定要参加”。随后,他发来了一组30行的诗歌,为蒙娜丽莎集团30周年献上自己的赞歌。他写道:“*走在绿树婆娑的厂区大道上,诉说春天的故事/人与自然融合,春意盎然/三十而立,不忘初心,风华正茂/三十而励,砥砺前行,再创辉煌/让土与火的艺术,绽放新时代的芳华/唱出壮美激昂、大气磅礴的陶瓷业赞歌!*”饱满的热情发自心底,流露出作者对蒙娜丽莎企业深深的热爱。

深圳蒙娜丽莎的许燕,以《最美的微笑,最美的家》为题,为蒙娜丽莎写来了一首诗歌,她连用了两个“最”字来形容蒙娜丽莎在她心目中的地位和印象。她说:“*在举国同庆之时,在您盛年之际/蒙娜丽莎将续写着新时代的旷世篇章/让蒙娜丽莎的微笑遍布世界每个角落/辉煌每一座大厦,温馨每一个美好家园/这是蒙娜丽莎人的希望/是大国制造的理想/愿每个家都值得拥有她。*”许燕的诗,来自她在多年的销售工作当中对蒙娜丽莎形成的深厚情感,并寄予了美好的期望,如同一股清泉,自然而又欢快奔向大海。

品管部的林丽饱含深情地以《在蒙娜丽莎,每个人都有归属感》为题分享了自己在蒙娜丽莎工作、学习、成长的经历。她说:“2013年,我来到蒙娜丽莎,到现在已经9年了。在这9年的时间里,我一直在品管部工作,从当初的一名分级工成长为成品质检员,不断的成长,不断的进步,谢谢蒙娜丽莎给予我们这个平台,让我们感到自己的价值所在。从前的我不懂什么是品质,现在懂了品质不仅是产品,也是企业‘人品’的一种外在表现。”

信息管理中心的欧阳菲菲,多年来一直为《蒙娜丽莎》笔耕不辍,这次征文,她以《那些与公司一起走过的岁月》为题,回顾了自己在蒙娜丽莎集团15年工作期间的诸多感想和收获。西樵文学协会的罗小林也回顾了自己应聘蒙娜丽莎,而又遗憾未能成为其一员的经历,以一个西樵人的视野,写出了部分职场人对蒙娜丽莎的企盼和祝福。他说:“我们身边的蒙娜丽莎,已走过三十年的峥嵘岁月,在西樵这片美丽的热土上,我们守望相助,共同创造着美好的家园。”

“回望30年,几多风雨,几多坎坷,每一个脚印都写满了故事;回首30年,有过迷惘,有过曲折,更多的是自信、乐观与从容”。从这些征文可以看出,每篇文章,每一个作者,都对蒙娜丽莎的成长发出由衷的赞叹,对集团30年来取得的成就予以热烈的祝贺,并对公司未来的发展充满信心。

我们坚信:蒙娜丽莎的微笑一定会更加迷人,蒙娜丽莎的未来一定会更加辉煌!

借此机会,对每一位参与此次征文活动的作者表示衷心地感谢,同时也希望更多关注、关心、关爱蒙娜丽莎发展的人,能够拿起手中的笔,继续书写好蒙娜丽莎的故事。

(编辑部)

蒙娜丽莎集团举行金秋送福果活动

工作人员冒雨为各车间、部门分发福果

11月3日上午,集团公司工会开展主题为“三十而励,感恩相伴”蒙娜丽莎集团金秋送福果活动,为每位职工精心准备了一份金秋福利礼品,将“福”和“利”送到每一位员工手中。

福果活动派发当天,天公不作美,增加了福果有序派发的难度,集团公司后勤服务队提前来到派发活动现场做好准备工作,他们四人成组,迅速在活动现场搭建帐篷,拉起一条遮风挡雨的服务通道,为活动的顺利开展提供保障。当运载着2950箱爱心苹果的大卡车沿集团公司东主路停靠时,活动现场的志愿服务队员都心情激昂,各就各位,有序地开展着派发工作,小雨淅淅沥沥,寒风阵阵,但福果派发现场却热火朝天。志愿服务的搬运工把每箱苹果整齐地码放,再交叉车司机叉放到指定位置,由党员志愿者与工会骨干分发给每个工会小组领取人员手中,各工会小组领取人员与福果派发人员配合默契,他们帮忙维护秩序、配合搬运、共同核对,各司其责,发放现场洋溢着一片喜庆和谐的氛围。

“礼轻情意重,关怀暖人心”。当一箱箱承载着集团公司关怀与问候的福果送到员工手中时,从全体职工笑逐颜开的脸上不难看出,每位员工心里都是美滋滋的,从一句句感谢的话语中,也不难体会到全体职员的感激之情。近年来,集团公司在不断发展壮大的同时,始终坚持“以人为本、厚德载物”的企业宗旨,关注员工的发展,多次开展关爱员工活动,进一步增强公司的凝聚力和向心力,为大家提供一个温馨的工作环境。此次集团公司及工会关怀员工的举措,让大家真正体会到公司给大家带来的关怀和温暖,激发了广大员工用更大的热情好好工作,为公司的美好明天尽自己的一份力量。

(生产技术中心总务办 潘焕芳)

不要眼眶一红,就觉得人间不值得

越长大后越是发现,心中的死结,都是自己给自己系上的。我们都是普通人,不必要因为感到平庸而过度焦虑;不必要为了一些无法掌控的事情而焦虑;不必要病态的贬低自己。身边的很多朋友给我最多的状态就是怠倦,对什么事情都打不起精神,日常很焦虑。似乎大家不是在e-mo,就是在emo的路上。我记得曾经有一天,我同时收到了3个好友的信息:“我觉得活着没什么意思!”“深夜时总是焦虑睡不着,上班又打不起精神。”“快30+了,还一事无成。”这些话,我承认,我自己也在脑海里盘旋过。我们都容易陷入自己画下的牢笼里,容易自我怀疑、自我否定、恐惧不安。

在这一年里,我渐渐放弃了很多无用的社交,对没必要纠结的事情选择放宽心态,不玻璃心,不生闷气,减少没必要的胡思乱想。我开始认真的打理自己的生活,在家里添加了许多美好的小物件,我可以安静的画画,安静得看完一本书,把足够的耐心跟时间留给自己。我开始频繁的跟好友联系,跟大家扯一扯生活中的近况,聊聊小八卦,谈谈小目标。在这些过程里,我把自己从内心那个狭小的圈子里拽了出来,感受当下生活的美好。

想要分享最近很治愈我的一段话:“与自己和解是一中难能可贵的能力,学会接纳自己身上的起伏,允许自己出差错,允许自己偶尔不再状态,没有人的人生是完美的,我们也不去刻意营造一个完美形象。”我认为“慢慢来”是治愈自己其中一种很好的方式,如果当下你面临着一件很着急的事情,过于急躁会让你失去理智,也许你最后也会把事情完成好,但是你已经失去了完成这件事的成就感。那不如深吸一口气,放慢速度,滤清思路,再把问题解决。那么,尽管最后的结局不是最完美的,但是你也会感觉松一口气,在解除焦虑感的同时,你也会得到幸福感。

我们时常想要的东西很多,但是往往都停留在“想”的层面上。我的朋友自从怀孕之后就把工作辞退,在家安心的当一名全职妈妈。但是日子久了,她发现自己的圈子除了孩子还是孩子,她说她觉得失去了自己,她说她不想要这样的生活。尽管她在带娃这件事上已经做到得心应手,但是她依旧不快乐,每天都觉得很疲惫。就像面度着多个自己做无畏的拉扯,逐渐变的敏感,多疑。后来她打开了自己的心,学着从内耗中走出来,她跟家里人说了她的顾虑,逐渐的迈出了她的第一步。现在的她很好,兼顾着工作及家庭,尽管薪资很少,陪伴孩子的时间减少了,但是她说她很满足。她不再消耗自己,将想付出的热情都放到了该放的地方,她变的勇敢,也一步步走向自己想要的生活。

很喜欢那样一句话:散伙是人间常态,遗憾是世间常有的事情,你我又不是什么例外。如果你也觉得自己不对劲,请别抗拒这种感觉,真诚的对待自己,调整好自己的状态,胡思乱想的时候听听歌,试图让自己安静下来,将自己想做的事情一件一件写下来,当你完成一件又一件事情的时候,你会发现一切都没那么糟糕。未来的路很长,想怎么走就怎么走,走到灯火通明,走到春暖花开!

(智能家居市场部 封思婷)

桂蒙工会开设“书香阁”

桂蒙员工有了一个读书充电的“小港湾”

近日,桂蒙工会开设的读书角“桂蒙书香阁”正式向员工开放。

桂蒙工会充分发挥企业文化建设职能,让好书指引职工们增长知识、提升生产能力,丰富职工精神文化生活,树立精神,体验阅读的乐趣,引领职工爱读书、读好书、善读书,形成公司的良好氛围。

此次开设的“书香阁”有各类图书1022册,涵盖国内外名著,科普社科类、工程技术类、工商管理类、心理健康类、休闲文学类等十多种类目的图书,可满足职工不同需求,为职工打造出桂蒙公司的专属图书馆。书香阁以书籍为载体走进桂蒙,不仅为职工们提供一个更广阔的阅读学习天地,更是传递“工学结合、学用相长”理念,形成了崇尚知识,技能提升、积极向上的良好氛围。

桂蒙工会主席汪雪波表示,桂蒙工会高度重视书香阁的建设,将此作为文明企业建设的亮点,让职工们乘着书的翅膀,在知识海洋里自由翱翔,工学结合、学用相长,推进书香企业、文明企业、人才企业建设。

(桂蒙工会 孙嘉华)

消失的家园

这是一个九旬老媪坐在火塘旁,一个人从清晨讲到中午,又从中午讲到黄昏,关于一个民族——鄂温克人生存与消亡的故事。故事讲完了,火塘中燃烧的炭火也泛着白色的灰烬奄奄一息了。

那些在每一个清晨唤醒鄂温克人清脆的驯鹿铃声,那些在夜晚睁开眼睛就能看到明亮星星的希楞柱,那些在草原上翻腾着流过的清澈小溪,那些茂密而又盛开着各色野花的森林,还有那充满神秘力量的萨满的鼓声与舞步,和生活在那片土地上的鄂温克人,最终如同闪动着的火苗一样,在时代的变革中越来越细,直至消亡。唯有额尔古纳河默默地流趟着,从来都未曾停歇。

《额尔古纳河右岸》是女作家迟子建一部获得矛盾文学奖的长篇小说。作者用诗一般的语言为我们讲述了一段生活在大兴安岭深处关于鄂温克人的生存状态与百年孤独。有别与其它的小说,《额尔古纳河右岸》最大的特点就是语言干净、洗练而又纯真,处处散发着一股原始、质朴的新鲜感。那些充满了哲理而又闪烁着智慧的句子,那些值得细细品味的场景,如同山坡上盛开的花朵随处可见,信手拈来,芬芳扑鼻,令人久久陶醉而又细细"反刍"。

这是一本作者一口气写完的小说,也是需要读者一口气读完的小说。正如董宇辉所讲,这本书,打开来就放不下,值得你两遍、三遍,反复地阅读。在作者平缓而又细腻的描述中,森林、山峦、草原、河流和那些穿过白桦林的风、那些跳跃着的篝火、那些明亮的星光,都拥有了旺盛的生命力和丰富的情感,它们与生活在那片土地上的鄂温人早已融为一体。是大自然是孕育了生命,包括人类、驯鹿、灰鼠、黑熊……一切生命最终依旧回归于大自然。这是一曲文明的延续,也是一首生命的赞歌,更是一片人与自然相互依存,和谐共处的信仰图腾和精神家园。然而,宁静的丛林,奔腾的河流,最终在日本人的枪炮声和伐木工人的锯声中日渐消瘦,只剩下年老的"我"和弱智的安草儿做着最后毫无意义的挣扎与坚守。

《额尔古纳河右岸》为读者提供了大量陌生而又充满神秘气息的人物和生活场景。乌力楞、驯鹿、萨满、岩画、狩猎、风葬、木库莲、"靠老宝",还有那希楞柱夜晚制造的风声、向阳山坡上的白口袋、像云一样美丽的苔藓、晨曦中飘散的浓浓的奶香……一切都显得自然、纯真而又恬静,与现代人司空见惯的高楼林立、车水马龙、灯红酒绿形成巨大的反差,哪个才是我们生存的状态,哪个才是我们生命的家园,需要我们认真地警醒与反思。

家族的变迁、氏族的兴衰,驯鹿的繁息,四季的交替,这里的人,有喜有忧,这里的人,敢爱敢恨,他们热爱生命,他们敬畏自然,每一个人都活得真实而又热烈,在岁月的更替中,书写着他们对生命的赞歌。

但是,这也是一曲生命的悲歌。那些不断迁移、繁息的氏族,历经岁月的磨难,终究还是一步步走向了衰落,这里面既有生存环境巨变带来的考验,也有战争、瘟疫带来的灾难。那些鲜活的生命,总是在不经意间戛然而止。睡梦中冻死的列娜、被雷电击中的林克、命丧狼群的达西、丧身熊掌的瓦罗加、在萨满神秘力量中消失的果格力、在舞蹈中倒下的达玛拉、难产的优莲、溺水的依莲娜……在这片土地上,不断有人死亡,也不断有人新生。生与死,喜与悲,日出与日落,希望与失望,总是反反复复地交替上演,谱写着一曲孱弱却又绵延的鄂温克部族兴衰交替的文明史。

清晨,晨曦中的白桦林弥漫着野花的芳香,草尖上缀满了闪亮的露珠,远处传来驯鹿清脆的铃声,风从树梢吹过,男人们又满载而归,女人们忙着收拾猎物,阳光洒满山坡,如同一幅美丽的画卷,这是文明的崛起;中午,天空滚过一团团乌云,雨珠打在幽静的湖面,像沸腾的水,男人们被日本人集中起来训练,女人们为日渐减少的食物发愁,鄂温克人的生活不再平静,这是文明的发展;黄昏,风吹得越来越大,积雪覆盖了整个营地,外出觅食的驯鹿在风雪中迷失,风烛残年的老人一个个倒下,随着伐木工人的逼近,原本静谧的丛林开始变得千疮百孔,这是文明的衰落。

半个月亮挂在清冷的天空。残存的鄂温克人搬到了山下的定居点,最后一任酋长的女人,在安草儿的陪伴下,守着那团越跳越微弱的火苗,讲着一个没有听众,也不足为处人道的遥远的故事——额尔古纳河右岸。

(兰州 薛华)

30周年有奖征文

走进蒙娜丽莎是我最大的收获

来到蒙娜丽莎,是一种缘份。

结束了自己经营多年的瓷砖店面,本以为,自此脱离了店面的捆绑,可以悠哉悠哉地过起休闲的日子,可是休整不到一年,就厌倦了那种每天无所事事的生活。人,就是这样,在职怨职,真的闲下来,心却空了。于是,决定收拾好心情,继续扬帆起航!经过深思熟虑后,终于选择来到了深圳蒙娜丽莎开始新征程。

第一次走进蒙娜丽莎大家庭,对工作模式的转变,环境的陌生感,同事间的相处,确实是个艰难的磨合过程,而在这个过程中我更多的是看到自己的不足和欠缺,在这个新环境里,我汲汲营营,不敢松懈。

作为终端销售,一直以来就很欣赏大公司的团队运营模式,从第一次愣头愣脑的参加公司的品牌联盟微购会,现场从邀约、微爆、压单、成交,团队精神在这里展现的淋漓尽致,我也看到作为一名蒙娜丽莎销售员的希望和曙光,每场的系列抢购活动,每一次都体现了一个大品牌的集体力量和凝聚力。

还记得沈阳对决深圳的那场争霸赛?这也是我进入蒙娜丽莎感触最深刻的集体活动了,比赛可以用热火朝天来形容,连续一个月的时间,对决双方的同事们在领导的带领下,战鼓声声,捷报频传,同事们在比赛中相互学习,在比赛中共同进步,并在比赛中展现优缺点。

为了提升大家的战斗力,集团领导参与其中,不惜出资,请来著名的黑蚁营销,每天教学瓷砖营销知识,从每款砖的价值推荐到引导体验动作,从销售方法到销售工具,从静销力到辅料推广至售后服务,作为销售人员必备知识,老师无微不至的教学,淳淳善导……具象化品牌及产品理念,每天的必备作业完成,让每个同事都提高了作为一名导购的终端销售力。比赛如火如荼进行,友谊和知识也在比赛中不断升华。

在这商场如战场的市场环境里,公司领导们,每天筹划各种促销活动,每场活动都带领着所有蒙娜丽莎人,团结一心,勇往直前,在这大家庭里,我学会了如何做抖音,做小红书推广,也学会了如何做微爆,做联盟,做直播等等,之前毫无趣味的销售,在这里找到了重释和定义,我更像是个初学者,处处得到同事们无微不至的关怀和指导,体会到了团队的凝集力,也找回了自己消失已久的销售激情。

融入蒙娜丽莎大家庭一年多来,我是幸运的,这里不仅有一群优秀的互帮互助、一起拼搏的家人,自己也在这大家庭里不断进步,收获满满!希望在以后的将来,作为家里的一员,在家人们的带领下,互勉互励,在蒙娜丽莎的家园里,开出一朵最不起眼的小花!

值此蒙娜丽莎30周年庆,写点心得,愿蒙娜丽莎越来越好!用她迷人的微笑感动世界,美化起居,激励我们每个因她而聚在一起的蒙娜丽莎人,愿每个家都值得拥有她!

(深圳蒙娜丽莎八卦四路旗舰店 许燕)

心存善念,善待余生

人生百态、世事无常,酸甜苦辣咸、欢喜忧伤心酸无奈惆怅,谁还没个打不开的心结,谁还没个过不去的坎坷,谁还没个愈合不了的伤疤。漫漫长路远,我们会遇见很多人,经历很多事,也许并不能事事尽如人意,不能样样皆称你心,但如果把成败和得失看得淡一点,对身边的人和事宽容多一点,不恶语中伤他人,也不被他人话语影响,一定会活得更开心、快乐、简单一些,毕竟十全十美不是真正的人生,百味人生才是真实的生活。

有时候,一句伤人的话语、一顿愤怒的指责、一瞥轻视的目光、一个怀疑的眼神、袖手旁观的冷漠、言而无信的承诺、狂轰乱炸的指责、歇斯底里的咆哮,都能伤害和击垮一个人。正所谓:"良言一句三冬暖,恶语伤人六月寒",心存善念和善意,多一些包容和忍耐。

雨果说:"世界上最宽阔的是海洋,比海洋更宽阔的是天空,比天空更宽阔的是人的胸怀。"如果每个人都能多替别人着想,多换位思考,对身边的人多一些理解和宽容,多一些善意和体谅,少一些指责少一些批判,这个社会都会和谐很多。做人还是要多记人好处,少想人错处,记住别人的种种好,也原谅生活里的不完美,这不仅是对生活的一种豁达,更是生命里一种难能可贵的智慧,但凡能达到这种境界的人,一定是有所经历的人,也是有所感悟的人,烦事不扰心,乱局不扰人,总能独善其身又自得其乐。

遇事不顺不要怨天尤人,心情不畅不要殃及他人,别人不肯帮你,不要去责怪和怨恨,也许他有他的难处,他有他的苦衷,毕竟帮你是情分,不帮是本分。没有领你情的人,不要去抱怨,也许他只是暂时还没有领悟到,也许他只是默默放在心里面。其实这些都不重要,觉得对的事情做就好了,坚持就好了,不对的事情,一笑置之,忘了就好!毕竟这个世界,还是晴空万里的时日多,即便是偶尔狂风骤雨、电闪雷鸣,雨过天晴后依然会是阳光灿烂!

不知道大家有没有发现一个奇怪的现象?好人做一件错事,就会被说成坏人,坏人干一件好事,从此反而成了人们口中的好人,这个逻辑真的有点让人费解,为什么要进行道德绑架,伤了善良人的心,曾经的种种好都忘记了吗?当别人不能事事尽如你意的时候,还是应该多想想别人的点滴好处,只有时时记住别人的种种好,才不会被奇怪的逻辑和糟糕的情绪误导和影响。对帮助过自己的人,还是要给予善意,对不肯帮自己的人,也要给予理解,没什么大不了嘛!

好好记住那些对我们好的人,让我们感受到人生路上最真挚的情,最温暖的心的人。时光清浅,许你安然,与人为善,与世界和解。人生本来就是这样,得到一些,失去一些,失去一些,又得到一些,但我始终坚信:所有的失去的都会以另一种方式归来,你只要还有热爱,还有期待!

感恩生命中的所有,也正是因为有了这些,不论是好的还是不好的、开心还是不开心的、糟心还是如意的,都是一种经历、一种感悟,因为有它们,我们才能知道自己到底想要什么,追寻什么,才能让自己成为更好的自己。在生活中悟透了人生,你才能够活得轻松,在生命中淡然了世界,你才可能活得精彩,怀着这颗赤诚又炙热的感恩之心,善待身边的每一个人,也善待自己的余生!

(信息管理中心 欧阳菲菲)

散文诗两章

陶醉在桃花潭

桃花潭。这一潭水,收纳了多少岁月?

悠悠白云,藏进了碧翠的水里;女神的眼眸里,藏着羞答答的桃花。

滚滚红尘,人面桃花相映红……

桃花,潭水,在细雨中,在仙境般的桃花潭缠绵……

满地落英,缤纷秋意。在小院子里,品茗吟唱,聆听泉声,呼吸大自然的空气……

春华秋实,果香飘荡。那一份情,在桃花潭里,温润千年,永远陶醉……

(西樵文学协会 黎铭光)

稻草

如梦、似幻,《西樵禅钟》《醒》……让人百看不厌,回味无穷。

广东南海艺术节,儒溪。我伫立在稻草傍,贪婪地享受着大地的恩赐。脑海浮现出这十年儒溪的蝶变,泪水偷偷地从眼角溜出……

稻谷已归仓。稻草一生中,将生命全部奉献给泥土。

泥土还在,庄稼还在,稻草也依然年复一年地奉献着。

红尘辗转,稻草又是如此地亲切,稻草香又一次浸人心脾……

今秋,稻田的稻草,在我的心里成为了一座丰碑……

(西樵文学协会 梁成坡)

总编辑:王力 地址:佛山市南海区西樵镇太平工业区 邮编:528211 版数:本期共12版 印刷:佛山市南海天阳印刷有限公司 本期印量:12000份 印刷日期:2022.11.30 发送对象:本系统内部