

蒙娜丽莎

文|化|创|造|价|值

总第 120 期

2022 年 6 月 30 日 星期四

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“618 工厂直播”圆满收官



618 工厂直播, 用这个夏天最火爆的直播方式架起厂商与消费者之间的桥梁

网红新品推介、直播专属套餐、口令抽奖、“微笑铺贴, 尊享交付”详解……在新东方董宇辉直播热榜的这个火热夏季, 蒙娜丽莎集团智能家居“618 工厂直播”于 6 月 18 日当天全面引爆, 不仅为这个夏季装新家的蒙粉们带来了实实在在的省钱攻略, 还为大家现场详细解读了“微笑铺贴, 尊享交付”一站式服务体系, 让蒙粉们真切体会到蒙娜丽莎瓷砖从产品到铺贴一站式交付的专业服务。

当日下午 5 点, 设在蒙娜丽莎文艺复兴馆内的直播间内, 伴随着主持人的闪亮全

场, 蒙娜丽莎“618 工厂直播”正式开始。本次直播没有选择在京东、淘宝、抖音等公众平台进行, 而是在蒙娜丽莎会员之家视频号平台上与蒙粉们进行互动, 由此可见蒙娜丽莎品牌的号召力和蒙娜丽莎会员之家在诸多蒙粉当中的影响力。

鉴赏明星产品, 尊享购砖优惠是此次直播的主要内容。在市场部小伙伴的精心准备下, 直播间主持人向观众展示了蒙娜丽莎瓷砖的数款网红明星产品——连纹背景墙, 并发布了大规格产品的全国统一促销优惠政策, 通过直播的方式, 推动终端店面渠道销

售重点积极向大规格产品(900×1800mm 规格以上)转变。

此次直播中, 将流量集中在蒙娜丽莎会员之家视频号进行, 利用微信体系庞大的私域生态, 配合区域门店统一爆破落地, 带动区域门店销量的快速提升。直播过程中, 各经销区域线下门店现场进行集中爆破签到, 让此次直播私域利益最大化。与此同时, 通过直播还提升了视频号的粉丝量与关注度。

为回馈进入直播间的蒙粉, 此次直播还设置了多轮现场抽奖, 以专属口号现场截屏的方式对直播间粉丝进行抽奖, 精美的瓷艺

礼品, 既展示了蒙娜丽莎陶瓷艺术的底蕴, 又提升了直播间与蒙粉们的互动。

本次直播, 从项目策划到流程制定, 从设备调试到落地操作, 全程由智能家居市场部独立完成, 这也是智能家居市场部今年第一次试水独立直播。通过减少第三方外聘技术团队, 一方面达到降本增效的目的, 另一方面, 让团队小伙伴勇挑重担, 通过实操快速成长, 切入直播赛道。

本次直播是年中关键节点的一次线上促销活动, 为完成上半年销售任务奠定了坚实的基础, 同时开启下半年直播营销新赛道。

(智能家居市场部 沈毅华)

蒙娜丽莎再次登央视《新闻联播》

6 月 7 日晚, 央视《新闻联播》“六部门全面推进 2022 年绿色建材下乡活动”新闻中, 蒙娜丽莎作为绿色建材下乡企业代表亮相,

展现绿色建材制造的硬实力。

近年来, 低碳环保的绿色生活渐成为流行趋势, 购买环保低碳产品成为不

少消费者的选择。6 月 6 日, 在工业和信息化部、住房和城乡建设部、农业农村部、商务部、国家市场监督管理总局、国家乡村振兴局等部门组织下, 京东集团联合中国建筑材料联合会等共同举办 2022 年绿色建材下乡活动信息发布及线上平台启动会。当天发布了全国绿色建材下乡活动公共信息发布平台, 并公布了包括蒙娜丽莎等在内的首批绿色建材下乡活动产品清单及企业名录。

根据六部门《关于开展 2022 年绿色建材下乡活动的通知》要求, 参与活动的产品原则上应为获得绿色建材认证的产品。而蒙娜丽莎则是工信部认证的首批“绿色工厂”、首批“绿色建材评价标识三星级”企业, 也是入选行业首批“中国绿色产品”认证企业。蒙娜丽莎积极参与此次绿色建材下乡活动, 是蒙娜丽莎以实际行动践行企业的社会担当, 是加快绿色低碳建材发展和推广应用的重要体现, 通过绿色制造、绿色产品、绿色解决方案等维度行动, 助力推进“绿色建材”、“低碳建材”的概念和产品“飞入寻常百姓家”, 满足社会进步和日益增长的人民生命健康及美好生活需求。(企划中心 梁思琪)

导读

03·综合资讯

蒙娜丽莎上榜首批绿色建材下乡清单

05·蒙创致远

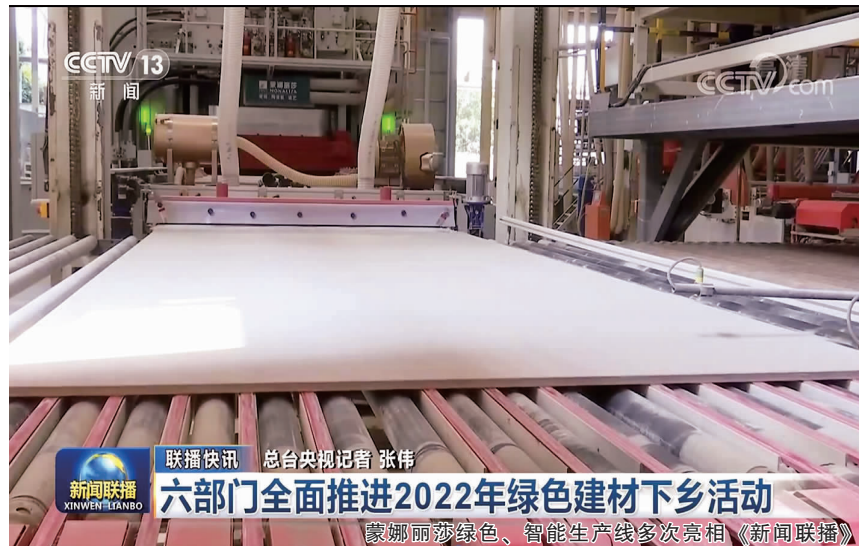
QD 瓷砖战力拉满, 出击新高

06·营销专题

美尔奇线上招商圆满成功

08·新品鉴赏

国风时光: 细品流年, 静享雅致



联播快讯 总台央视记者 张伟
六部门全面推进 2022 年绿色建材下乡活动

蒙娜丽莎绿色、智能生产线多次亮相《新闻联播》



蒙娜丽莎官方微信



蒙娜丽莎官方微博

行业需要保持热度

■编辑部 王力

沉寂已久的陶瓷行业，伴随着第36届广州陶瓷工业展的开幕，终于在这个火热的夏日渐热闹起来，喧嚣起来，带给行业一缕久违的活力和生机。

紧跟着广州陶瓷工业展的步伐，在接下来不到一个月的时间内还有佛山陶博会（7月5-8日）、广州建博会（7月8-11日）、佛山潭洲陶瓷展（7月20-24日）等相继上演，这些都是陶瓷行业的顶级展会，不但参展者众，而且影响大。但由于疫情管控的原因，多次被推迟、被取消，导致行业冷冷清清。展会季的来临，无疑是一个好消息，它不仅增加了行业的关注度，也让行业内人员、信息等各种交流活动变得活跃而又顺畅。

按照多年的惯例，每届展会期间，都是企业上新、推广、招商、答谢客户的高峰期，与此同时，各类协会、媒体举办的峰会、论坛、颁奖活动也会频繁上

演。石湾、南庄等陶瓷展馆附近的广告牌焕然一新，新的品牌、新的产品、新的概念纷纷登场；诸多的设计公司、广告公司业务量骤增，不得不加班加点，为参展企业制作物料，搭建展台；各类专家、教授、企业家和行业精英纷纷走上展台，旁征博引，指点陶业，为行业未来把脉探路；各类宾馆、饭店、会场、交通早已被预订了档期，大大小小的活动轮番举办，让一座城市以陶瓷的名义收获着诱人的饕餮盛宴。

疫情的出现，改变了世界原有的运行轨道，也改变了无数陶瓷人的命运。市场的节拍被打乱，原有的计划被叫停。所有人都相信疫情终究会过去，行业终将迎来热闹、喧嚣抑或正常的那一天。但没有人能够想到，三年的抗疫，至今仍未彻底结束。太过漫长的等待与煎熬，让行业变得沉默、变得冷清，变得萧条。于是许多人开始怀念没有疫情的2019。

是的，那时候的行业热闹异常，大大小小的展会、论坛、峰会

此起彼伏，就连阳城、高邑这样规模不大的产区，陶瓷展也办得风生水起，热闹非凡。太多的展会，太多的活动，常常成为行业悲观者吐槽的对象：“没多大的效果”“纯粹是白烧钱”。

但他们不能否认的一个事实是，正是这样的展会和活动，增强了行业交流，释放了商业机会，促进了市场繁荣。无数的中小品牌正是在陶博会这样的平台获得了客户的认可，无数的新技术、新产品正是利用陶博会这样的机会快速走向市场，无数的关联产业正是利用陶博会这样的机会赚得盆满钵满，无数的行业同仁、新老朋友正是利用陶博会这样的机会得以重逢和相识。可以这样说，每一届展会的主办方、参展方，每一场活动的策划者、参与者，都将是这些展会与活动的受益者。而行业，也正是在这样一种喧嚣与热闹中一路向前，不断地迭代与精进。

展会是行业发展的一面镜子，展会兴，则行业强，展会

冷，则行业难。一再改期、延后、甚至取消的展会，让行业在沉寂中积累了太多的悲观和负面情绪，错失了太多的市场机会。新的品牌，找不到合适的机会登台亮相，新的产品，找不到合适的平台集中引爆，经销商无法快速找到一个适合自己的代理品牌，研发人员不能近距离集中品鉴竞争对手的创新亮点，尤其是国际性的展会，陶瓷人已经很难像往常一样大规模走出国门参展了，这也是近年来瓷砖出口直线下降的一个重要因素。

有展会的日子，我们吐槽展会；没展会的日子，我们怀念展会。

没有展会的日子，行业是寂寞的、冷清的，更是艰难的。因为疫情的原因，展会不能办，大量群体型的活动也被迫取消。企业的招商、促销、开业、上新、峰会等各类活动不得不改为线上，结果是线上热闹异常，线下冷冷清清。在漫长的等待中，人们更渴望那些曾经影响全球陶瓷业的专业展会能够尽快回归，落地开花，为行业

贡献一场千牌齐聚，万品云集，厂商共襄，新品迭出，同台竞技，人头涌涌的行业盛会。

一个良好的行业生态，一定会保持持续的发展热度。而展会、峰会、论坛等这些商业活动，则是一个行业保持热度最好的方式之一。通过这种活动，大家可以广泛、深入地面对面进行交流，更加清晰地认清行业未来的发展趋势，更加准确地找到企业自身的市场定位，相互学习，相互借鉴，取长补短，共同进步，让一个行业保持持续的繁荣和生命力。

2022年的陶瓷行业，受累于房地产市场，再加上材料上涨，需求下滑，疫情管控，早已异常艰难。伴随着广州陶瓷工业展、佛山陶博会等重量级展会的开幕，压在陶瓷人头顶的阴云将逐渐消散。不仅仅是佛山、广州，希望接下来福建、山东、江西、山西等产区的展会也能够顺利举行。只有展会旺了，人气足了，行业保持一定的热度，市场才能够持续地繁荣和进步。

行业纾困，需要更多的“妙手”

■编辑部

高考结束了，作为一个搬砖人，不妨从陶瓷人的角度解读一下全国新高考I卷作文题中关于“本手、妙手、俗手”的一点感悟与思考。

出题者说得很清楚，本手是指合乎情理的正规下法；妙手是指出人意料之精妙下法；俗手是貌似合理，而从全局看通常会受损的下法。其本意简单直白地解释就是，年轻人要先扎扎实实打好基础，别还没学会走路就想飞。

从本手的要求出发，我们一定要按部就班，一步一个脚印地打好基础，等待着厚积薄发的那一刻。但是，这个时代早已进入了创新引领，降维打击的时代。围棋天才柯洁，可以说是在本手基础上成长起来的新一代棋王，然而却输给了阿尔法狗，而阿尔法狗后来又以0:100输给了新一代人工智能阿尔法元。我们不敢想象，让柯洁对弈阿尔法元会是一个怎样的结局？

这是赤裸裸的降维打击。再强大的本手，在比你高一维度的本手面前都不堪一击，更别说出神入化的妙手了。

许多事情，我们习惯了惯性思维，习惯了在原有的基础上苦练内功，在原有的框架内匠心耕耘。这种练好本手的思维方式和做事风格，更适合在外部环境难以迭代的农耕文明。信息社会，技术迭代的非常非常快，如果你还一味地在原来的基础上苦练本手，那你永远也不会有跟得上时代的妙手，只剩下在现实的泥潭里挣扎的俗手。

从陶瓷行业的产品迭代来看，即便你目光专注，匠心不改，把一片抛光砖、瓷片做到了极致，但在现代砖、大规格岩板面前，同样毫无招架之力。新的工艺、新的装备、新的技术每天都在诞生，这为我们在产品创新领域施出妙手提供了强大的技术

支撑。

哪一次革命性的创新刚开始不是异想天开？哪一次引领行业的迭代突变又是在按部就班中实现突破？为什么近年来许多行业创新产品都出于中小企业之手？就是因为他们没有下本手的实力，更没有下本手的经验积累，只能独出心裁，绞尽脑汁地施出妙手，才能站在行业的风口，给自己赢得弯道超车的机会。虽然这当中许多的妙手最终变成了俗手，虽然众多的创新最终成为了行业创新当中的炮灰，但行业正是在这一步一步地试错当中迭代前行。如果我们一味地囿于本手，一味地按谱对弈，那么我们将很少有下出妙手的机会和勇气，最终让自己变得平庸。

当前，陶瓷行业正面临着新一轮市场萎缩、产能过剩的压力和挑战。如何化解压力，面对挑战，仅仅依靠本手，将最终陷入俗手的恶梦当中。行业需要妙手，而妙手则需要另类、需要刺头，需要不循规蹈矩，敢于打破现有规则和边界的人。程序化的决策出不了高手，流水线式的推进难以有大的变革。但是，我们的一些企业，往往在不知不觉当中凭借自己多如牛毛，复杂而又繁琐的流程、制度和管一点扼杀掉创新者的激情，丧失了有可能施出妙手的机会。

“人类之所以有进步，主要是因为下一代不怎么听上一代的话”。可是这个社会往往会告诉你，一定要打好基础，一定要遵守游戏规则。你不可以超越规则，想施妙手，先去练本手。

小时候剪掉他们的翅膀，长大了却想让他们飞得更高，天下哪有这样的好事。四平八稳、不犯错式的本手，练再久也难出妙手。尤其在这个瞬息万变的信息社会，行业更需要不循规蹈矩，敢于打破既有规则和边界的人，频施妙手，才有可能为行业带来颠覆式的变革，引领行业创造新的辉煌。

刀刃向内，降本增效

■佛山 若水

当前，陶瓷行业正面临着停窑、降薪、裁员等前所未有的压力和挑战，绝大部分陶企都陷入了负增长的泥潭。几家上市头部企业一季度无一例外处于亏损状态，大量中小陶企的经营状况更是不容乐观。

要扭转这种颓势，两个途径非常关键：一是对外开源，千方百计做大市场“蛋糕”，实现业绩的持续增长；二是向内节流，最大限度降低成本，减少不必要的开支，以实现企业的扭亏为盈。

关于“开源”，笔者近段时间写过两篇文章《把“蛋糕”做大》《二次装修，行业未来的大“蛋糕”》，有兴趣的读者不妨找来读读。关于“节流”，在此谈几点自己的粗浅认知——

最大限度地降低生产成本，是制造业永恒的课题。而瓷砖生产当中，最主要的几项分别是原料成本、能耗成本、人力成本和运输成本。陶瓷企业的生产，需要多种原料，包括坯料、釉料、燃气、能耗、包装等，其实每一项都有很大的潜力可挖。比如坯料，过去行业内有许多认知偏差，坯体越白越好，产品要做通体，甚至有企业忽悠业主喊出了“越厚越好”的口号。坯体真的是越白越好吗？为什么陶瓷强国意大利、西班牙很少在坯体白度上做文章？事实上，白度越好，对原料的品位要求越高，成本也就越高。随着工艺技术的进步，当前的陶瓷企业完全可以用更便宜的原料做出质量有保障的砖坯。

通体在很长一段时间内都是厂商忽悠消费者的一大噱头。因为要做通体，企业需要在坯料中加入大量价值昂贵的色料，但瓷砖基本上用来铺地、贴墙，除了倒角、收边，侧边能显示出一点坯体外，做通体的意

义真不知道在哪里？事实上，即便是磨边或倒角，在施工当中也有更好的处理方法，而通体根本就达不到天然大理石那样的效果。

从2007年国内第一片陶瓷薄板诞生至今，建筑陶瓷的薄型化喊了好多年，但薄型化并未真正落到实处。如果说地砖需要一定的厚度才能达到所需要的强度，那么近年来火爆的连纹背景墙，陶瓷墙板，根本就没必要做那么厚，完全可以用5.5毫米、甚至更薄的厚度来替代。即便是地砖，其厚度仍然有挖掘潜力，哪怕减薄1毫米，也能节约大量的原材料，还有后续的能耗、包装、物流等费用。

陶瓷行业是一个高耗能行业，对天然气（部分产区为煤制气）、电力的消耗非常大。但是，近年来随着窑炉节能技术的不断进步和国家对能耗指标的督查，单位建筑陶瓷的能源消耗正迅速降低，以窑炉烧制用天然气为例，许多企业还停留在每平方米瓷砖（以双0吸水率为准）1.6立方左右，但据媒体报道，科达、佳窑新建的窑炉，天然气消耗已降至1.2立方以下，摩德娜在印度的最好水平已达0.97立方。对标行业先进水平，许多企业仅能耗一项就有巨大的潜力可挖。

此外，色釉料行业因为产品的非标化，多年来一直是价格虚高的重灾区，许多企业即便是老板亲自抓，也难以打破固有的供应链和潜规则。但是，同品类、同规格的产品，可以与行业先进水平进行横向比较，就可以发现企业巨大的差距和漏洞所在。

陶瓷行业还是一个劳动密集型行业，全员劳动生产率是衡量企业人力成本的一项重要指标。由于窑炉不同、自动化程度不同，有些企业的生产线，单线需要100多人，甚至200人，

而行业先进水平只需要5、60人。因此，通过自动化、智能化改造，最大限度降低生产一线用工数量，是企业降低人力成本的有效途径。

近年来，行业在“机器替人”领域进步很快，生产一线用工数量在快速减少，但不同企业、不同生产线之间的差距较大，尤其是一线员工的综合素质、专业能力和熟练程度，也是决定用工数量的一个重要因素。企业应通过培训，提升一线员工的专业化水平，最终达到减人增效的目的。

企业在快速增长的过程中，往往会设置很多的部门、岗位，配置许多的员工，增加许多的支出，但这些部门、岗位、人员、支出，是否是企业经营过程中必须的，很多时候会陷入意见相左的争论当中。

每个人都觉得自己的岗位很重要。这个时候，不妨学学马斯克的“第一性原理”，让商业回归本质，即一切经营活动，包括所有的部门、岗位、人员和每一项支出，都应该以“是否满足客户需求”这把标尺重新衡量一番，凡是有用的就留下，凡是关联度不高的，不妨大刀阔斧地砍掉，以便企业轻装上阵。

“行到水穷处，坐看云起时。”面对压力和挑战，企业需要刀刃向内，加强管理，发挥“从千毛中里拧出水来”的精神，杜绝大手大脚，铺张浪费，让每一项支出都受到必要的监督与约束，最终达到“降本增效”的目的，实现企业利润的正增长。

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

蒙娜丽莎上榜首批绿色建材下乡清单

6月6日,六部委组织的2022年绿色建材下乡活动信息发布及线上平台启动会召开。会议发布了2022年首批下乡活动产品清单及企业名录,正式启动了绿色建材下乡活动公共信息发布平台及京东线上平台。蒙娜丽莎等27家企业上榜绿色建材下乡清单。早在今年3月14日,六部委就正式发布《关于开展2022年绿色建材下乡活动的通知》,计划选择5个左右地区开展绿色建材下

乡活动,下乡活动时间为2022年3月至2022年12月。各试点地区召开活动启动会后,下沉市、区(县)、乡(镇)、村,通过举办工艺宣讲、专场、巡展等不同形式的线上线下活动,加快节能低碳、安全性好、性价比高的绿色建材推广应用,目前已经有浙江省通过申报获批成为第一个绿色建材下乡活动的试点地区。在已公布的全国绿色建材产品清单和企业名录中,共有蒙娜

丽莎集团股份有限公司、广西蒙娜丽莎新材料有限公司和东鹏、鹰牌、金意陶、诺贝尔、欧文莱等27家陶瓷砖生产企业的46款产品将参与绿色建材下乡活动。绿色建材是指全生命周期内减少对天然资源消耗和减轻对生态环境影响,本质更安全、使用更便利,具有“节能、减排、安全、便利和可循环”特征的建材产品。绿色建材有节约资源、降低污染,健康环保;提高品质,

舒适安全;助力实现“双碳”目标的优点。截止目前统计,全国共有31个省市、地区公布对绿色建材的相关补贴政策。此举意在鼓励新建项目积极采用绿色建材。根据各省市的绿色建材认证补贴政策,广东省对获得国家绿色建筑评价标识并已竣工验收单额项目进行第三方测评,对有重大示范意义的项目按建筑面积给予补助。其中,给予二星级每平方米

补助25元、单位项目最高不超过150万元;三星级每平方米补助45元,单位项目最高不超过200万元的补助。此外,佛山市对新获得绿色(产品)认证的企业,给予一次性扶持资金5万元。此次提交申请并将参与下乡活动的有27家陶瓷企业,但2022年第一批绿色建材获证产品清单及企业名录共有2133批次的企业产品,涉及建筑陶瓷、建筑玻璃、涂料、家具等多个建材企业。

蒙娜丽莎集团助力西樵山锦龙盛会

6月3日,正值端午节,以“奋进吧,活力南海”为主题的2022年南海区西樵山锦龙盛会在西樵山天湖公园举行。蒙娜丽莎集团作为此次活动支持单位,全程与大家一起感受传统文化的魅力,奋进拼搏的龙舟精神。蒙娜丽莎集团董事兼总裁萧礼标、集团董事兼董事会秘书张旗康出席了本次盛会,为龙舟赛的举办助力。

“赛龙夺锦”,再现“半山扒龙舟”的盛况。这既是一场节庆民俗活动,更是一份文化的传承,一种精神的赓续。舟似蛟龙势难挡,自强奋进勇争先,传统游龙巡游、小龙舟300米往返竞速赛、五人龙环绕赛、水上舞龙、舞龙醒狮等系列活动精彩纷呈,吸引了不少游客远道而来感受龙舟赛的热闹和乐趣。此次蒙娜丽莎全力支持锦龙盛会

的举办,不仅是对传统民俗文化的传承支持,也是希望籍此为此时此刻低迷市场环境下注入奋发向前、敢于拼搏的精气神。鼓声起,龙舟发,通过这些活动,传达着一个共同的朴素愿望:期盼未来的美好生活。当条条龙舟在天湖上争相竞发,我们也从不畏惧风浪,在乘风破浪中驶向未来。(企划中心 梁思琪)



蒙娜丽莎,西樵山下一道靓丽的风景

伊春市赵立涛副市长一行到访蒙娜丽莎



宾主双方进行座谈交流

6月17日下午,黑龙江省伊春市副市长赵立涛等一行到蒙娜丽莎集团进行专题调研,伊春市政府工信局局长申勇、工信局副局长赵广福、伊春市金林区副区长张安达、伊春市金林区工信局局长谢慧超、伊春市鹿鸣矿业有限公司总经理孟庆胤等参加了本次调研。蒙娜丽莎集团总工程师、研发中心总经理潘利敏、研发中心副总经理汪庆刚等相关领导陪同。调研组一行首先参观了蒙娜

丽莎智能制造数字中心、陶瓷板生产线,详细了解了蒙娜丽莎集团产业及发展布局及陶瓷超板智能生产现状。随后又参观了蒙娜丽莎研究院新产品新技术展示区,认真听取蒙娜丽莎的技术成果、产品应用、市场拓展等情况介绍,并对蒙娜丽莎持续创新,数字化促进传统产业转型升级的发展思路表示了肯定。最后,双方就技术研发和产业发展等方面进行了深入的技术交流。(蒙娜丽莎研究院 黄玲艳)

集团、清蒙获“工会经济技术先进单位”

6月16日,中国机械冶金建材职工技术协会发布《关于命名全国机械冶金建材行业工会经济技术先进单位、岗位能手的决定》,蒙娜丽莎集团股份有限公司工会委员会、广东清远蒙娜丽莎建陶有限公司工会委员会等173家单位获得全国机械冶金建材行业“工会经济技术工作先进单位”称号;蒙娜丽莎集团股份有限公司电工陈旭峰,跟线机修、高级焊工陆常业,叉车

班长秦青洪,驻外质检员宋延健等357名员工获得全国机械冶金建材行业“岗位能手”。此次评选和命名,是全国机械冶金建材行业协会为进一步激发一线员工的劳动热情和创造活力,为实现第二个百年奋斗目标拼搏奉献、建功立业,共担新使命、同启新征程而开展的一次全国性评选活动。根据中国机械冶金建材职工技术协会《关于

推荐全国机械冶金建材行业工会经济技术工作先进单位、岗位能手的通知》要求,经各会员单位推荐,组织专家评审及公示,中国机械冶金建材职工技术协会最终择优决定。协会强调,此次命名的目的,在于发挥示范引领示范作用,为推动经济高质量发展、努力打造一支宏大的知识型、技能型、创新型产业大军做贡献,以优异成绩迎接党的二十大胜利召开。(编辑部)

省人社厅经营培训班和华师调研团走进蒙娜丽莎



调研团成员在总部六车间合影

雨狂风正急,却阻挡不了来客的热情。6月10日上午,广东省人社厅初创企业经营能力提升培训班、品牌塑造与营销(华师)企业调研一行约50人,在华南师范大学创业学院副院长侯永雄的带领下,走进蒙娜丽莎集团进行学习调研活动。在初调研团一行实地考察蒙娜丽莎特高板数智化示范车间的过程中,蒙娜丽莎集团董事张旗

康表示:“把生产管理智能化作为突破口,以数字化、网络化、智能化为手段,积极推进物联、数联、智联的三位一体,是蒙娜丽莎集团在‘双碳’背景下,对绿色智造体系的创新举措。”随后,在蒙娜丽莎员工知行生活馆六楼知行厅,蒙娜丽莎集团董事张旗康为初调研团进行了《企业价值链定位》的演讲。(企划中心 梁婉莹)

图片新闻



6月10日,广西藤县人民政府招商考察团一行莅临集团公司总部。集团公司董事长萧华、副董事长霍荣铨、总裁萧礼标等公司领导出席接待。总裁萧礼标陪同广西藤县县委书记杜诚一行参观了西樵生产基地六车间特种高性能陶瓷板生产线,介绍了蒙娜丽莎集团近年来在数字化、智能化领域取得的一系列创新成果。(企划中心 区杰伟)

苏华枝博士出站,聂光临博士进站

6月7日下午,蒙娜丽莎集团博士后科研工作站苏华枝博士出站及聂光临博士进站报告会在蒙娜丽莎总部基地研究院三楼会议室顺利召开。

参加本次报告会的有来自佛山市博士后工作管理委员会办

室副主任张东航、南海区人力资源和社会保障局人才开发科科长李昶文、副主任李家强、华南理工大学博士后管理办公室副主任王喆、蒙娜丽莎集团副总裁刘一军、集团总工程师兼研发中心总经理潘利敏、集团研发中心副

经理汪庆刚、团研发中心副总经理赵勇及蒙娜丽莎博士后科研工作站苏华枝博士、聂光临博士、彭小晋博士和华南理工大学材料科学与工程流动站高校导师吴建青教授、饶平根教授及评审组专家,共17人。报告会由蒙娜丽莎集团总工程师、研发中心总经理潘利敏主持。

报告会上,首先由苏华枝博士做博士后出站结题报告。苏华枝博士是蒙娜丽莎集团博士后科研工作站与华南理工大学材料科学与工程流动站从2019年5月22日开始联合培养的博士后。苏华枝博士的结题报告对在站三年来的科研工作做了详细阐述。在站三年来根据公司的产品研发需求开展了陶瓷产品强度与配方和工艺的相关研究,深化了公司在提高陶瓷力学强度和耐磨性能方面的研究,研究结果对提高建筑陶瓷质量具有较好的指导意义,将会带来良好的社会效益和经济效益。发表核心期刊论文3篇,授权发明专利1件。

专家组7位教授认真聆听了报告,并就结题报告的相关内容展开了质询,最后一致认为苏华枝博士在站期间的成绩显著,表现优秀,达到出站要求,同意出站。

随后,聂光临博士做了博士后进站开题报告。聂光临博士为蒙娜丽莎集团博士后科研工作站与华南理工大学材料科学与工程流动站联合培养的博士后,于2021年10月11日通过全国博士后管理委员会办公室博士后研究人员进站备案。新进站的聂光临博士进站半年来已取得突出成绩,提出了机械活化增强与韧质增强技术,突破了公司现有高铝质增强技术,进一步降低高强韧陶瓷薄板的制备成本,推动建筑陶瓷板材强化技术的研发。目前已申请发明专利1件(已授权),并在核心期刊上发表学术论文2篇。

蒙娜丽莎博士后科研工作站的建设,开辟了产学研有机结合的通道,架起了高校与企业之间的桥梁,成为企业项目攻关、科技创新

的重要载体。建站9年来已成功引进9名博士进站开展科研工作。他们分别是陕西科技大学费杰博士(已出站)、李嘉胤博士(已出站)、欧阳海波博士(拟出站)、孔砾博士(拟开题);西安建筑科技大学张电博士(已出站);华南理工大学苏华枝博士(出站报告)、李恺博士、聂光临博士(开题报告);武汉理工大学彭小晋博士(拟开题)。

目前博士后科研工作站已成为公司引进培养高层次创新人才和促进产学研结合的重要平台,这些高级人才已成为公司创新人才队伍的中坚力量和重要生力军,并取得了一批高水平的科研成果,为加快我公司转型升级和提升自主创新能力发挥了积极作用。协助公司培养博士生4人,硕士生12人。获国家博士后科学基金特等基金一项、一等基金一项、二等基金一项;共申请发明专利26件(已授权17件),发表高水平的学术论文17篇,获省部级以上奖励8项。

(博士后科研工作站 黄玲艳)



博士后结题、开题报告会现场

蒙娜丽莎代表队参加西樵镇消防比武大赛

6月15日,由南海区总工会、区应急管理局、西樵镇人民政府主办,镇总工会、镇应急办联合承办的“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初赛在樵山文化中心拉开帷幕。

南海区应急管理局四级调研员张光辉,南海区总工会常务副主席区文满、副主席金勇刚,西樵镇副镇长、派出所所长杜航伟,镇总工会主席潘大柱、副主席李瑾、刘广荫,派出所副所长徐路荣,西樵总商会常务副会长、五金行业协会会长关宗衍及南海区其他镇街总工会分管安全工作的负责人出席消防大比武启动仪式。

“企业是安全生产责任第一主体。工会是职工的娘家,是维护职工合法权益的部门,要通过提升企业员工安全生产意识,助力企业落实安全生产主体责任。”南海区总工会副主席金勇刚在启动仪式上致辞,他指出,西樵镇总工会以大赛为契机,联动各职能部门,教育引导职工提升安全生产意识,助力企业落实安全生产主体责任,希望全区各级工会学习借鉴西樵镇总工会做法,围绕工

会的职能定位,落实好区委、区政府的核心工作,助力建设现代化活力新南海。

蒙娜丽莎参赛队和来自西樵镇企业、机关后勤事业单位、城市社区等单位的139支队伍依靠专业而又娴熟的技能,在一片紧张、高效的氛围中相继完成了两人三盘水带连接、物资运输和着装麻袋灭火三个项目的比赛。

本次消防大比武活动共有168个单位报名参加,在初赛中成绩排在前列的参赛队伍将和村居组进入决赛。最终蒙娜丽莎参赛队以总分181.3分的初赛成绩进入前50名,取得决赛资格。

从今年4月起,西樵镇总工会联合镇消防办、镇应急办、西樵总商会等部门广泛发动西樵村(社区)、企业、机关后勤事业单位(含已建工会)的单位参加消防大比武。除了实操技能比拼外,参赛职工还需参加线上知识问答比赛和参观消防体验馆活动,通过多形式、全方位提高职工整体消防技能和应急救援技能,使机关、企(事业)单位的消防、应急救援队伍具备“来之能战”的实战能力。



蒙娜丽莎代表队亮相比武现场

原料二车间开展塔工技能比赛

6月24日下午,蒙娜丽莎集团西樵生产基地原料二车间工会小组组织开展第二届塔工技能比赛。本次比赛共有14名塔工参与,活动中,大家积极参与,发挥各自最好的水平,赛后,车间主任黄增埔主任与各位参赛职工进行分享和交流。

从今年起,蒙娜丽莎集团工会进一步聚焦企业提质增效,实施工会提案计划。活动由集团公司工会统筹,联合多个职能部门,借助工会小组力量,针对多个岗位工种开展有针对性的岗位技能培训及竞赛,以比拼竞赛活动提水平、促创新;营造尊重劳动、崇尚技能、鼓励创造的氛围。

(工会社工 梁永锋)



参加塔工比赛的技术人员合影

清蒙举行交通安全知识培训

5月30日下午,清蒙公司工会,人力资源部、安全环保部等多部门联合组织了一场交通安全知识培训会,会上,清远市清城区交警大队源潭中队两名专业民警现场进行交通安全事故播放和安全知识培训。

当天下午,清蒙公司办公楼三楼会议室里座无虚席,同事们坐姿整齐,精神饱满地等候培训会的开始。很快,两位交警以军事化步行走姿步入会场,在一片热烈的掌声

中,交警首先阐述了全国每年道路交通事故伤亡情况,他说,全国每年有10多万交通事故,直接毁了不少家庭的幸福生活。

驾驶一切机动车辆,必须严格遵守道路交通安全法,不闯红灯,不逆向行驶,不醉驾,不驾驶无牌无证车辆,不超速、不超载、不超员,横跨斑马线必须一停二看三通过,驾驶二轮摩托及电动车时不要靠近重型大货车右侧行驶,因为大货车右侧盲区特

别大,很容易导致交通事故的发生。同时当大货车转弯时千万不要抢行,因为大型货车在转弯时更容易发生爆胎、侧翻、失控、内轮差等。与此同时,正确系好安全带、佩戴安全头盔是保护驾驶员生命的关键。一幕幕惨烈的交通事故现场,让参与交通安全培训的员工心有余悸,深深认识到遵守交通规则的重要性。

(清蒙抛光车间 李钊荣)

工会举行夏日送清凉活动

炎炎夏日,窑红火旺,正是陶瓷企业生产的旺季。蒙娜丽莎集团工会各工会小组,结合生产岗位特点,积极举行夏日送清凉活动,为奋战在生产一线的员工带去夏日里的一缕清凉。

由于特殊的生产工艺,陶瓷

企业一线员工夏日作业环境面临着高温的挑战。近年来,蒙娜丽莎集团在数字化、智能化改造进程中,不断优化一线员工作业环境,大力改善生产车间的采光和通风,重点作业岗位基本配置了空调、风扇等降温设施,最大程

度为员工提供舒适、凉爽的岗位环境。集团工会更是利用面向一线员工的组织系统,由各小组大力开展送清凉活动,王老吉、冰红茶等消暑饮品亲自送到员工手中,让他们在繁忙的工作之际,感受到来自公司的点滴关怀。

QD 瓷砖战力拉满, 出击新高



认真记录



专心听课

刚刚过去的5月,QD瓷砖再传捷报,增势喜人,取得令人满意的成绩。

2022即将进入下半场,冲锋向前的集结号再一次嘹亮地吹响。6月2日,QD瓷砖总部集结全体销售精英开展以“迎难而上,证明价值”为主题的内部交流会暨半年度业绩冲刺会。全力以赴打造更专注、专业、高效的服务团队,在乘风破浪中开拓前进,以所向披靡之姿赢战市场,证明价值。

本次交流会旨在为全体销售精英分享高效工作模式,齐心协力推进2022年工作效率再上新台阶。立足新起点,整装再出发。欧总表示,面对风云变幻的市场,下半场要调整打法,审时度势,创新求变。面对越困难的环境,全体QD

人必须全力以赴共同创造价值,才能享受发展的红利。

会上,欧总同时指明了2022年市场营销重点工作,以细节取胜,为品牌“品质营销”指明了方向。

本次交流会的召开,各销售团队畅所欲言,开怀交谈,将各自在销售过程中的经验分享出来,有助于团队吸取有益的知识与智慧,共同成长。

内部分享同进步,交流协作促提升。各销售精英结合自身丰富的实战经验,向在座分享客户开拓及工程项目案例,详细讲解拓展工作的要点,分享实战过程中的亲身经历和心得体会。

通过本次精彩而详尽的现场分享,干货满满,使台下QD人受益匪浅、学在其中、乐在其中。



QD 内部分享会现场销售精英信心满满

和谐融洽的氛围让现场所有人员深深感受到团队间相互分享交流的快乐!

此外,本次交流会为大家详细讲解了终端展厅的应用和施工细节,以高标准、高质量的终端店面

展示效果,进一步强化品牌形象。

抢占高热流量池,赋能品牌竞争力。接下来,QD将加大新媒体广告投放力度,扩大品牌声量,提高品牌影响力,精准触达广袤消费市场,为终端门店引流获客。

厉兵秣马,奋力出发。本次会议,对品牌未来工作的梳理和指导具有很强的指导性。新一轮战斗号角已经吹响,全体QD人将扬鞭奋进,奋开新局,为完成下一个目标全力冲刺! (蒙创致远 陆淑宜)

创“新”营销,赋能终端 QD 瓷砖打造“巨量 QD 百城计划”

随着时代的发展,新媒体产业应运而生,并凭借其即时性、海量性、共享性等特点,赢得越来越多的青睐,发展前景一片繁荣。

时代在进步,终端新媒体能力升级亦迫在眉睫。6月7日-8日,QD瓷砖凝聚新力量,培养“新”人才,在QD瓷砖佛山总部开展了以“巨量 QD 百城计划”为主题的新媒体培训。

本次培训旨在为终端提供短视频运营的专业方向指导,激发学员对新媒体工作的热情,提高包括文案、策划、拍摄、剪辑等新媒体能力。

新媒体时代已然爆发,欧总表示,与时俱进的QD品牌,将持续聚焦终端门店短视频运营管理与新媒体个人能力提升,真正做到培训从终端来也可落实到终端去。

短视频作为宣传媒介已成为移动互联网时代的新趋势,正成为包括建陶行业在内的各行各业重要的宣传载体。

短视频的创作思维与定位,对视频的传播力有着重要影响。拥有多年新媒体运营经验的金牌导师团队首先围绕短视频发展趋势、对科

音等新媒体的市场定位进行了深入的分析,使与会学员对短视频运营有一定的了解。导师团队妙语迭出,博得学员们的连连称赞,也引发了大家的深刻思考。

会上,面对内容营销、爆款视频选题方法及传播运营方法论、账号定位与人设打造等问题,导师团队亦进行了深入浅出的讲解,并且为与会学员的城市旗舰店抖音账号实行“一城一策”,实时监管,手把手教学。

使与会学员对短视频营销有了更深入的理解,将进一步增强终端新媒体运营能力,拓宽终端线上营销思路。

“老师说的网感太重要了”、“短视频讲故事要反转再反转”、“今天系统性学习专业术语、传播技巧,干货满满”……第一天课程以实用性、趣味性……成功地调动起学员们的积极性,大家对接下来要学习的内容表示期待。

纸上得来终觉浅,绝知此事要躬行。想要实现质的飞跃,上手实践显得尤为重要。

在培训的第二天,导师团队重点围绕视频拍摄的基础知识、短视频创作思维和视频剪辑介绍、实操等多个方面进行分享。随后与会学员纷纷上台演示操作,实操实练。

此外,现场分组进行积分竞赛,以QD瓷砖总部展厅为拍摄地,运用培训所学知识进行拍摄练习,通过各自的创新思路,现拍现剪形成小短片。仅仅下午两个小时,所提交的视频质量超乎预料,获得导师们的一致认可。

“感觉我也可以做网红”、“这两天对短视频运营就是从0到1的飞跃”、“拍短视频原来没那么难”……与会学员们纷纷表示,此次新媒体培训干货满满,受益匪浅,尤其是短视频制作的技能和技巧得到了极大提高,为未来开展新媒体运营、宣传等工作打下了坚实基础。

“私域流量”的时代,一个人可以走得很快,一群人才能走得更远!未来,QD瓷砖将持续重点推行“巨量 QD 百城计划”终端新媒体扶持活动,深化品牌战略,重点发力新媒体渠道,携手经销商跑出品牌和业绩发展的加速度。(蒙创致远 陆淑宜)

750×1500mm 黄金规格,多元设计惊艳视觉

时光珍贵,在于它必然消逝。QD探索全球风光,汲取自然灵感,保留其千变万化的纹路脉络,将现代工艺融入自然之美,每一款纹理都仿佛在讲述一个源远流长的岁月故事。

QD瓷砖原生石材系列750×1500mm新品,采用时下装修的大热黄金规格,无论是上墙下地,还是做悬空背景墙,轻松驾驭各种空间。

运输更方便,铺贴施工更简单。国内住房室内高度平均约3米,750×1500mm立起贴墙只需2片,就能轻松解决,留缝更少,既保持了瓷砖的完整性,又使得视觉纵深感更强,空间效果更大气。

QD瓷砖原生石材系列750×1500mm新品,采用通体核心科技,还原真石表里如一。

大规格,大幻想。设计师可根据实际情况进行自由切割,满足其设计及施工的需求,墙面、地面及任意大小空间通用。

另外,750×1500mm作为更具视觉延伸感的长条形规格,也赋予了设计师空间搭配更多的可能性。

QD瓷砖通过原相萃取技术,汲取天然奢石的精致纹路,经过精细仿生微调,将纹理逼真还原于瓷砖之上。使砖体无限接近石材,将原石的天然之美演绎得淋漓尽致!

QD瓷砖750×1500mm新品以优于石的性能霸气登场,真“石”耐人寻味——

卡基诺灰 遍布粗粝的原石颗粒,层次立现,承载悠远时光感的黑色细纹在砖的表面盛放,诉说着大理石亿万年来自然演变的原始记忆。一石满足多种应用需求,即可以高调奢华也可以低调优雅,装点出简约时尚的生活空间。

普佩斯 浅白色的纹理在灰色的砖面上自由流畅,似河流与沼泽穿行在一望无际的山川沟壑中,演绎自然的生生不息。

天际云海 以茫茫天际般的灰白为砖底,出其不意间的鎏光纹理,彰显个性不凡,打造磅礴大气的空间美学。

多瑙河 深邃的灰色如同多瑙河自由流畅,丰富的肌理层层叠加,造就极佳的感官享受,深邃而静谧,彰显出稳重的气质与典雅的品味。

浩瀚云画 单色调带点蓝,美丽而静谧,不经相同的纹理。细看之处,有云漂浮其中的流动感,久看不腻,宛如置身浩瀚云画之中,连呼吸都有前所未有的畅快。

托尔尼 独特而大胆的深灰色纹理,与金黄的脉络,如网状散布跳跃,形成强烈的视觉冲击,尊贵高雅、气质华贵。

潘多拉印象 内敛而尊贵的纹理在浅灰基底上跳跃,叠加一丝丝白色的印记,焕发出非凡的王者气质与底蕴,展现独特的个性魅力。

塞尔维 飘逸的纹理、简练的高级灰在浅灰晕染的基调中,刻画灵动而高贵的艺术效果。华而不奢,带着雄浑的气魄,激起内心澎湃之余还另有一番境界。

科德斯 远看似素色,近看丝丝飘逸纹理,素净细腻的设计低调内敛,高级雅致,最大程度诠释舒适尺度,凝造独具匠心的空间感。

天然石材历经数亿年的岁月沉淀,凝聚万物精华,尽显石材质感。QD瓷砖750×1500mm的大方规格,复刻原石本色,诠释自然之美。

不被拘束于方寸间,灵动干净空间的纯粹与素雅,QD瓷砖750×1500mm奶油风新品,即将质感上线。(蒙创致远 陆淑宜)



“巨量 QD 百城计划”新媒体培训现场

锁定 60 城! 美尔奇线上招商圆满成功

6月6日晚7点30分,“潮奢大牌,岩选美尔奇”美尔奇岩板全国线上直播招商峰会准时开启。在2个小时的时间里,3000+意向客户涌入直播间围观打call,共同见证了这场盛会。在美尔奇强大的企业实力背书和重磅招商政策吸引下,最终有60个城市被锁定名额,美尔奇此次直播招商峰会获得圆满成功!

直播伊始,陶瓷行业知名讲师小蜜蜂招商创始人曾旺旺以“流量时代,大牌为王”为题对陶瓷

行业当前的发展形势进行了分析和解读。随后,绿屋建科总经理周德军化身大牌推荐官,对美尔奇品牌的各方面实力进行了详细介绍。

疫情之下,选择一个有实力、有资源、有前途的岩板品牌对经销商来说非常重要。作为蒙娜丽莎集团旗下的潮奢岩板品牌,美尔奇围绕“潮奢”品牌主张焕新出发,重构“岩定”生活空间,在研发智造、产品创新、营销赋能、全案交付、智能门店等方面都有极为突出的优势,不少客户被美尔奇的优势所吸引,

纷纷留言咨询品牌、产品详情,直播间顿时热闹非凡,不时有客户成功锁定区域的消息传来。

一个成功的品牌,离不开各部门的群策群力。直播期间,美尔奇经销业务部、大家居业务部、市场部、工程部、设计部、生产部等各部门负责人也来到现场,从不同角度给出支持美尔奇客户发展的思路和举措,让每一位意向客户都能安心加盟,无忧运营。

在万众期待的招商政策公布环节,绿屋建科总经理周德军代表

美尔奇重磅公布了此次直播招商峰会的6大优惠加盟政策。诚意满满的招商政策,真金白银帮扶合作伙伴,一站式搞定门店装修、设计、施工,帮助经销商解决运营、盈利难题,当即吸引一批客户支付意向金锁定名额。

展厅作为品牌理念的载体和品牌形象的具象化展示,对于品牌打造、品牌传播来说意义重大。2022年美尔奇全新总部展厅“美尔奇潮奢馆”焕新来袭,这不是一次单纯的展厅升级,而是美尔奇由内

而外的一次品牌升维。美尔奇潮奢馆采用超前的设计理念和全新的设计语言,突破同质化桎梏,建成后将成为行业首屈一指的标志性展厅。

此次美尔奇岩板线上直播招商虽已圆满落幕,再次证明了潮奢大牌的硬核实力。美尔奇将不负合作伙伴信任,继续强化品牌核心竞争力,加大对合作伙伴的帮扶力度,以优质的产品和服务为消费者提供一站式购物体验,创出属于美尔奇岩板的行业新格局!

(绿屋建科 张超)



线上招商会,锁定60城,成绩显著



美尔奇获 2022 新锐榜“岩板优秀奖”

5月28日,2022陶瓷卫浴行业新锐榜颁奖典礼在广东新媒体产业园隆重举行。在颁奖典礼上,美尔奇岩板的“山水戏韵”连纹背景墙凭借独具特色的设计理念和产品质感,从众多参评产品中脱颖而出,荣获新锐榜“岩板优秀奖”。

新锐榜创立于2004年,到2022年已连续发布18次榜单,是陶瓷行业公认的权威评选。此次美尔奇“山水戏韵”连纹背景墙荣获“岩板优秀奖”,意味着美尔奇在产品创新和品牌打造方面得到了行业认可。

“山水戏韵”连纹背景墙以国潮设计理念为基础,将石材的天然纹理与中国的工笔山水巧妙融合,通过高清数码喷墨打印技术+细腻的釉面工艺装饰+三位一体的连纹视觉效果,“山水戏韵”表面晶莹剔透,整体纹理连贯,延伸感强,实现了艺术美感和表面质感的平衡。

除“山水戏韵”之外,美尔奇从现代美学出发,推出全工艺、多规格、多厚度的岩板产品,为高端用户提供空间整体解决方案。“潮奢、芭莎、智族、风尚、米娜”五大精品岩板系列,以国际化的设计和智造理念,引领“岩定”美学时尚新潮流,满足家居高端定制与设计师的个性化需求。

作为蒙娜丽莎集团倾力打造的潮奢岩板品牌,美尔奇以蒙娜丽莎集团强大的智能制造体系为后盾,享有4大智能化生产基地、9条岩板生产线等优质资源。美尔奇围绕“潮奢”品牌主张,重构“岩定”生活空间,以超凡“岩”值为新锐精英阶层打造新生活主场。

未来,美尔奇继续打造潮奢岩板品牌的核心竞争力,不断为用户提供优质的岩板产品和服务,让每一个中国家庭都能享受到更高品质的居家生活体验。

(绿屋建科 张超)



二次装修,行业未来的大“蛋糕”

房地产增速大幅下滑,带来巨大的连锁反应,陶瓷行业正面临着有史以来最严峻的挑战——产能过剩、销售不畅,增长乏力。

虽然瓷砖产量在2018年达到顶峰后开始有所回落,但近年来企业通过新建、技改扩张的新增产能仍然巨大,这些产能如果不能及时转化为实实在在的产量和销量,将会成为企业巨大的包袱。

在房地产市场快速步入下行通道,需求大幅萎缩的当下,陶瓷市场日渐从过去的增量市场转向存量市场。有数据显示,在过去40年里,伴随着中国房地产业的蓬勃发展,在960万平方公里的土地上建设了超过650亿平方米的房屋,供城镇居民居住,如果再加上农村自建房,这个数字只会多无少。

事实上,在650亿平方米当中,至少有一半以上的面积存在着二次装修的庞大需求。一些早期的商品房,至今仍然使用着300×300mm的彩釉砖,甚至152×152mm的瓷片。不但过时、陈旧,而且空鼓、裂釉、吸污、脱落等各种质量问题严重。即便后来用抛光砖、仿古砖、抛釉砖装修的房屋,其产品性能与空间美学也与今时今日存在巨大的差异。

陶瓷行业是一个产品迭代、更新非常快的行业,要不了几年,原来的品类、花色、风格就会被淘汰。这一点,我们可以从消费者在陶瓷展厅的体验当中得到验证。几乎每一位消费者来到当下精美绝伦的陶瓷展厅,看着一款款时尚、潮流的陶瓷新品,都有一种恨不得立即把这些瓷砖新品和艺术空间搬到

自己家里去的消费冲动。

消费升级喊了好多年,但最难啃的骨头还是家庭住房的二次装修。一套房子动辄数百万,房地产市场为了刺激消费,可以推出改善性住房,忽悠你拿更多的钱、买更大的房子、换更好的环境,这种模式当然会带来更大的瓷砖消费市场,但却难以持续。事实上,许多城市老城区的住宅,业主的首套房,配套更完善,生活更便利,通过二次装修让家居空间获得新生,无疑是其提升生活品质、追求幸福生活的一种便捷方式。

对于绝大多数的家庭而言,并不能像买白菜那样随意买入二套甚至三套房,但对于家庭住房的二次装修却不会有太大的消费压力,相比一套房动辄上百万元,花上数万元对原住房进行二次装修,无疑是许多家庭的现实选择,尤其是一二线城市消费群体,二次装修的潜在市场需求更大。

但为什么许多业主有这样的潜在消费需求,而又仅仅停留在一时的冲动和想法层面呢?

手机不喜欢了,可以马上更换,家电坏了或过时了,也可以立即更新。可是,陶瓷产品作为空间最主要的装修主材,却存在着二次装修的诸多痛点和难点。

而解决这些市场的痛点和难点,恰恰是陶瓷行业开发二次装修市场,从存量市场挖掘市场蓝海的关键所在。

二次装修,由于施工原因,首先要清空房屋现有的居住人员和空间内家具、家电等设施,以便施工人员进场,这是二次装修最大的

难点所在。其次是施工过程中原有瓷砖的拆除、敲打,垃圾的清理、材料的搬运、施工周期的保障和施工带来的扰民、污染等等。这些痛点,每一个都是拦路虎,解决起来都非常麻烦。

前些年,曾有企业利用陶瓷薄板薄法施工进行二次装修,即在原来的瓷砖上面直接铺贴新的陶瓷薄板或瓷砖上去。这种重装方法虽然方便、快捷,却也存在许多短板,比如首先要保证原有的装修面平整、牢固,其次在旧砖上面直接覆盖会缩小空间实用面积,增加建筑负荷,此外,还会因地面升高在门框、橱柜等对接处带来许多意想不到的麻烦。因此,瓷砖上面贴薄板的二次装修方案并未能大面积推广开来。

要从根本上解决二次装修的痛点和难点,释放巨大的市场需求,仅靠陶瓷企业是难以完成的,它需要陶瓷企业、经销商、家装设计公司、装修公司、业主、物业等多方全力配合,形成一套成熟、完整、专业的解决方案,通过专业的服务能力打通每一个环节,才能让二次装修真正落地并得以实施。

房屋的首次装修,无论是零售还是工程,陶瓷厂、经销商基本上都是以卖砖为主,只是在铺贴环节予以技术指导 and 相应的量房、设计等服务,极少实质性参与施工环节。直到近两年才有部分企业开始尝试整装交付,但相比二次装修,一次装修在施工环节要相对容易得多。

无论怎样,二次装修都蕴藏着巨大的市场需求。“人民对美好生活的向往,就是我们奋斗的目标”,解决了二次装修的痛点,陶瓷行业将在存量市场收获一个巨大而又持久的市场“蛋糕”。

(编辑部)

寻光·回忆,蒙娜丽莎夏季新品发布



微光的世界,素净而又淡雅

走过2022年春季的“阴霾”,面对不确定、未知和恐慌,我们似乎都变得有些低落沮丧,渴望着光明、狂欢、自由,希望找寻继续向上而生的勇气。当热烈的阳光带来炽热,海浪的气息扑面而来,呼呼作响的风扇唤醒儿时美好时,2022年的夏天也悄然而至,在天地人间带来焕然一新的美好与希望。蒙娜丽莎瓷砖推出一系列夏季新品,围绕自然主题设计,以寻光、生命、狂欢的方式徐徐展开,谱写那毫不矫饰的自然之美,回到记忆中那些快乐轻松又治愈的日子,在万物向阳而立的世界里寻找生生不息的力量,让生活回归最本真和美好的模样。

在微光世界里,找回消失的真实与纯粹

“光”是审美本身的一种形式。无论是在艺术画作,还是在建筑、空间中,光的不同表达形式,都会给我们带来多样的视觉感受,赋予介质情感变化甚至是灵魂。与此同时,光感是人们评判舒适度、品质感的重要体现之一。对于生活在城市里面的人们,长期处于人工制造光源的场所,更加向往温暖舒适

柔和的自然生态光。而这也是当下人们开始追求无主灯设计的原因,也让人们从以往偏爱亮光面瓷砖,到趋向柔光面的,甚至是微光面的。尤其是今年,比柔光砖亮度更低的微光砖成为大家热捧的产品焦点。蒙娜丽莎瓷砖将人对瓷砖细微的主观感受转化为技术参数,围绕纹理、色彩、光感度、触感等维度设计研发产品,推出国风时光、轻奢素石系列,通过全新光感美学技术加持,实现表面6-8°光感度,呈现出不同角度的微光视觉效果,复刻出自然生态光感。

与此同时,这两个系列在纹理和质感上融合提升,采用微模具结合特制的干粒釉料,让产品表面触感细腻、圆润,延续原生的触感技艺,满足人们内心对品质的追求,更弥漫着对美好生活的召唤。其中国风时光系列,采集经风雨而更加具有岁月感的屋瓦、经路人踩踏而逐渐圆润的石砖,被轻抚打磨的石像瑞兽的元素,将时光的美用复刻和联想的方式印刻在产品之上。荏苒、霜序、云亭、花朝、松烟……每一款产品,盛满了人生

最美好的记忆,时光里模糊的记忆突然就被唤醒了,诠释出生活的本质——“褪去短暂的绚烂,露出时光的面貌,接受万物的无常与衰变,才能像清泉一般永恒流淌”。而轻奢素石系列,则意图从自然的印记勾起人们对纯粹、美好的向往。采用素雅简约的手法,将石材的自然肌理融入其中,结合微模具带来全新肌理、光泽、温度等方面的细腻体验。当光与色、质的艺术在同一个时空致美结合,美好跃然眼前。看到它,便拥有片刻的满足和享受。

在自然世界里,寻找生生不息的力量

亚里士多德说:“自然是一种有机体,永远处在生长和运动中。”地壳在运动,成就叹为观止的大地纹理;树木在生长,被自然赋予无限潜能和力量……充满生命力的自然一直是人类赖以生存的环境,也是人类设计生活的重要灵感来源。千百年来人类从大自然获取色彩、形态、材质、结构的灵感,创新设计来改变生活,治愈我们的灵魂。寻找自然的原生力量,这也是蒙娜丽莎今年夏季新品的重要主题,希望通过设计链接自然艺术与空间美学,通过复刻自然生长的轨迹,带来视野之外的原生之美,生生不息向上的力量感和绚烂有趣的生活,为人们溯源生命力量。

在此次自然主题的夏季新品中,我们可以看到900×2600mm岩板系列带来珍珠系,通过复刻地表的奇妙世界,带来绚烂有趣、奇幻摩登的生活;也有1600×3200mm罗马超石代系列,以大尺寸演绎无序的、奇妙的、绽放的纹路,释放自然的绚烂;还有300×1800mm大规格挪威森林系列,跟随树木生长的轨迹,体验自然的那份苍劲与不屈,更有轻奢素石系列通过艺术与自然的融合,探索生命的从容,于天地间洒脱前行。目之所及,皆是生生不息的自然力量。

蒙娜丽莎瓷砖在产品创造中不止于简单地复刻自然,而是创新性地融合现代视觉效果,引入自然色彩艺术研究,丰富产品的色系,拓宽产品的色域,以及色彩细节过渡等,通过反复的调试和灵感再创作,从而更加自然真实的还原自然世界的斑斓和灵动。与此同时,在产品工艺上也是精益求精,采用独特的釉面处理技术,叠加模具、干粒、双

重质感釉、多重净气热干燥系统等,将自然的精致质感与陶瓷艺术完美结合,使得釉面细腻通透,肌理生动自然,带来视觉、触觉的双重立体感受。

在素色世界里,触及生活的质感

经历过跌宕起伏的复杂环境,人们更加注重个性化的自我表达。而人们对自我的关注往往从感官开始,通过视觉质感和触觉质感的多重体验下,来完整感受产品的体验和温度。试想,同样用手接触麻质布料和光滑滑透软的真丝布料时,质感唤醒的触觉成为最直观的理解世界的一种方式。对于质感的需求,也在悄然影响人们对家居空间装饰格调的趋势。越来越多人追求生活和空间的“质感主义”,在家居设计中表现为更轻盈的色彩,更自然的光影,更轻柔的触感,而这也让“素色质感系”瓷砖成为当下的主流,通过暗藏心机的简约设计带来前所未有的质感体验,从而感受到真实、纯粹的愉悦。

在素色砖大行其道的当下,蒙娜丽莎今年推出的夏季新品,始终保持对极简趋势的纵深,延续年初推出国风轻奢系列通过色、纹、光、触等细节维度去演绎瓷砖产品的质感,推出多款素色质感系新品,带来一种回归素雅的柔和之美和精致之美。比如900×2600mm岩板系列的布纹肌理,通过原创数码精准对色,以及精雕工艺叠加多重净气热干燥系统,真实还原绸缎、棉麻等布料的纹理和质感。在视觉上看得见清晰细腻的纹理,在触感上真切地感知砖面细微的立体肌理,用质感重新定义“质感生活”。除此之外,蒙娜丽莎此次推出国风时光和轻奢素石系列,也是素色质感系的代表产品。至此,无论是纯色系、布纹系、亦或是仿石系,素色质感表达已然成为蒙娜丽莎2022年产品的独特风格。在素色的世界里,我们看到的不仅是颜色,更看到了材质、质感、细节等,通过感官的全方位表达无限触及生活的本质,为我们带来丰富的故事。

当空间成为生活表达的容器,所承载的不仅是简单的功能性,更多的是关于精神意义的追寻与呈现。而这也是蒙娜丽莎此次推出的夏季新品所表达的。生活,有所为,有所爱,有所期待,这就是蒙娜丽莎瓷砖带来的2022盛夏印象。(企划中心 梁思琪)

光,2022 瓷砖进阶新玩法

长期以来,瓷砖表面的创新都围绕在规格、色彩、图案、质感等方面,2022年,行业终于迎来了更高级的玩法,那就是“光”。

伴随着哑光、柔光、微光类产品的热销,瓷砖表面的“光”被玩得出神入化,渐入佳境。多年来雄霸市场的亮光类抛釉砖,正日渐失去其耀眼的光芒,市场关注度日渐暗淡;代之而起的是哑光砖、柔光砖、微光砖等一系列低亮度、低饱和度的新品,陶企纷纷聚焦于釉面的“光”创新,将其定义、内涵不断进行专业细分,并最终在瓷砖表面与空间效果中被淋漓尽致地表现出来。

关于亮光、哑光、柔光这些关于“光”的概念,无论是《陶瓷砖》还是《陶瓷板》等产品标准中,截至目前都没有明确的划分依据和标准,但它又确实确实是产品表面创新的一个重要维度和指标,于是,厂商和消费者开始根据瓷砖表面光泽度的不同进行各种各样的区别命名,由此诞生了一系列依据产品光泽度深浅不同而命名的新产品,比如亮光砖、哑光砖、柔光砖、微光砖、缎光砖等。

那么市场上通常的划分标准又是怎样的呢?一般来讲,光泽度在65度以上的,可称之为亮光砖,光泽度在20度以下的,可称之为哑光砖,光泽度在20-55度之间的,可称之为柔光砖。很明显,这个依据和标准并不完整,也不科学,更缺乏权威,只是厂商和消费者为了区别瓷砖表面亮度而自我进行的一番划分,甚至纯粹是一种产品个性化的自我表述,如微光砖、缎光砖等。

长期以来,瓷砖表面都追求高光泽度,可谓是亮度越高越好。因为高光泽度能够让瓷砖表面散发出璀璨夺目的光泽,能够对周边环境的光线进行强烈的反射,甚至光可鉴人,很容易营造一种金碧辉煌、富丽堂皇的明亮效果。这一点在全抛釉、大理石瓷砖等品类中表现尤为突出,甚至一段时间内,谁家的产品表面亮度更高,谁家的产品就更具市场竞争力。但是,亮光类的产品看多了,很容易让人兴奋、紧张和疲劳,甚至有人会感到眩晕,尤其是在灯光的反射下,一方面让人不舒服,另一方面还会暴露瓷砖釉面本身的缺陷。

在这样的情况下,哑光砖应运而生。哑光砖极大地降低了瓷砖表面的亮度,选择了一种含蓄、内敛的表达方式,但与此带来的后果是,在采光不足、空间狭小的场景内极易翻车,由于反光少,如果配饰颜色再偏深,则很容易导致空间沉闷、阴暗,缺乏生机与活力。

伴随着设计师、消费者对光泽度更好的理解与把握,一系列介于亮光与哑光之间的新品不断诞生,这其中最具代表性的就是柔光、微光与缎光,其表面亮度处于强光与弱光之间,既避开了亮光砖的明艳亮丽,又抛弃了哑光砖的沉闷灰暗,在明与暗之间,在光与影当中,精心地选择,精准地拿捏,恰到好处地体现出瓷砖表面丰富的光感层次和强弱变化,甚至有企业将光泽度精确到个位数,以增加瓷砖的卖点,带给消费者舒畅、轻

松的空间体验和艺术效果。

瓷砖表面亮度的高低是由众多因素决定的,这其中既有表面装饰材料如釉料、墨水等材料的创新,也有烧成工艺的迭代和升级,更有抛光环节的精准掌控,与此同时,其亮度还要与瓷砖表面的色彩、图案、质感等众多指标结合起来,才能达到最佳的效果。

事实上,在瓷砖表面的所有创新维度与指标中,光泽度是一个极难把握与标准化的指标,是一个高段位的进阶玩法。如同摄影当中的感光度,它一定要根据具体的拍摄场景,并配合快门和光圈一起进行设置与应用。天晴与天阴、室内与室外、清晨与黄昏,运用之妙,存乎一心。浅一分则亮,深一分则暗。

与光的运用关联度最高的指标就是色彩。2022年,瓷砖市场继续吹吹吹吹吹,奶油风、素色风,尤其是低饱和度的莫兰迪色与柔光相结合,诞生了一大批素色、柔光类的新产品,包括微水泥瓷砖。相比那些色彩艳丽的高光泽度产品和仿天然名贵石材的深纹理产品,低饱和度叠加低光泽度的莫兰迪系列素色柔光砖,没有图案、没有纹理,只有光影的层次变幻和质感的纤细呈现,使得瓷砖表面更通透、更纯粹、更干净,少了一份尘世的喧嚣与繁华,多了一份器物的平静与内敛。

“疏影横斜水清浅,暗香浮动月黄昏。”古人对光影的观察早已达到出神入化的水平,但在瓷砖表面的表达中,依然是最难把控的指标之一。伴随着生产工艺技术的



迭代与进阶,尤其是大众审美水平的提升和00后消费群体的入场,可以肯定,柔光类素色产品在瓷砖品类中的占比将持续加大。行文之日,第37届佛山陶博会已进入倒计时,届时,让我们不妨探寻一众柔光类瓷砖新品的真容。(编辑部)

国风时光：细品流年，静享雅致

当代社会,各式各样的新潮流层出不穷,快速的更迭使人们容易产生喜新厌旧的疲劳感。但是当我们放慢脚步仔细观察,便会发现人类对美的追求在多数时候不过是不断踏入循环往复的浪潮之中。而在这之中总会有一些元素一直留存,并能够完美融入不同风格的设计中——那就是时间沉淀的质感。

中国人对时间的审美,沉淀在生活的方方面面。迷蒙春雨、被春雷唤醒的动物、夏天即将成熟的稻谷,二十四节气是对天气物候的精致注解;琳琅满目的青铜工艺品、笔走龙蛇的晋唐书法、道不尽说不完的宋元山水画,诗人作家们的抒情意象……在时光的长廊上迈步走过,当代人们通过重温这些留存的器物、文字,直触这个文明古国的心灵历史。为了承接这种厚重文化的表达,蒙娜丽莎创新推出“国风·时光”系列900×1800mm陶瓷大板,将时间堆积形成的细节提炼并重新设计,将时光和历史质感传送到每一个人的家中。

间中被侵蚀,或是表面的细小创伤,或是棱角的磨损,结构的松散。而我们常常欣赏的物的质感,就是它身上的痕迹,是经历打磨、洗刷或触摸后产生的痕迹,是时间留下的记忆。时间沉淀的美,造就其独有的气韵,形成了它的底蕴、精神。历代精神的火花凝冻、沉积下来,让我们能够从中品出时间香醇的韵味。

这种时间意蕴的美在家居圈迅速崛起,从消费者对“东方美学家居”的追捧中,彰显了他们对其中所蕴含的文化的自信热爱。而随着企业研发实力、产品品质的升级,传统文化与审美得以更好地融入潮流元素并表达出来。“国风·时光”系列采用3D微模具与干粒保护釉等多重工序,延续原生的触感工艺,加倍提升瓷砖表面质感,凹凸起伏如同经历过时光的打磨般温润,结合表面精细干粒釉的光泽,呈现出忽明忽暗的视觉感受,这是时光雕琢的自然美。双重质感工艺,除了带来温润的凹凸质感外,更塑造出一种惬意舒适的光感。砖面保留着石材细微的纹理,全新光感美学技术加持,实现表面6-8°光感度,呈现出不同角度的微闪视觉效果,融汇出了雅致而舒适的

的艺术美感。

“国风·时光”打造出可触摸的家居质感,融入了时间流逝的点滴,让时间变得具象。贯穿古今的文化根基,让家居空间具有了生命力,随着时间的推移而越发有光泽,沾染上岁月的质感,厚重而永恒。

用素简尽显意境

当时间的厚重积淀化作一抹素简,便产生了中国文化“素”的艺术。游走黑白之间,不至于黑色般深沉,也无白色的纯粹,在历经时间的积淀后,闪烁着柔和的光,这就是东方高级灰的生活美学。丹青描绘寥寥几笔,意境深远的留白,得自然之趣,是文人雅士追求的悠远和淡然;汝窑淡雅的天青釉色,独特天成的冰裂纹,藏着失传已久的精工工艺,是朝代兴衰和千年文化的见证;不着浓艳而意境全出,对中国人来说,“素”不仅仅是创作的艺术,更是我们追求的生命艺术。

“国风·时光”系列以其素净的色彩符合当下简约的审美潮流,从色彩与质感的完美结合中,将素色美学与质感相结合的艺术美展现的淋漓尽致。9款花色糅合流行的灰调美学,涵盖冷暖调性,专注产品本身的质感,用素色去诠释一种



素简、质感新空间,简约而又雅致

纯粹的、无杂质的艺术体验。“霜序”、“花朝”两款花色是带暖调的灰,自带柔和雅致;“云亭”、“盏茶”是自然怀旧的水泥浅灰,保留着微水泥的原始味道;“松烟”、“月竹”是深邃的灰调,细节中渗透着高级的质感;“云杉”以白为底,更显轻盈通透;“荏苒”、“珠玑”的纹理如同被潮水洗刷的鹅卵石,粗犷纹理与细腻触感兼具。产品于无声处表达豁达的精神境界,与当代简约精炼的设计风格找到融合点,为空间打造简单和微妙的美学气质。

越简单自然的美,越能超越时间、空间而持久。当下现代极简风、侘寂风等素色系家居美学正在快速渗透到消费者当中,特别年轻消费群体对质感和舒适度尤为注重,“国风·时光”作为“大板+素色+质感面”的结合,可谓是承接这股风潮的最佳选材。有别于传统大理石纹理的奢华厚重,它将素雅精致作为主旋律,在低调中彰显品质,带来历久弥新的空间体验,在内敛中诠释豁达的生活态度。

(企划中心 崔敏华)

轻奢素石：大理石的减法设计



美,总是隐藏在质朴当中

当轻奢风潮成为主流,人们对大理石这一风靡几万年的奢华材质,也有了新的演绎。不沉没于普通,也不迷失于浮华,偏爱大理石纹理的美感,以恰到好处的精致感,展露生活的温度。洞察消费者的需求,蒙娜丽莎瓷砖2022年推出的750×1500mm轻奢素石系列,遵循新轻奢主义主张,以素雅简约的手法,将大理石本身繁复奢华的色彩纹理做减法,结合微模具效果,以轻柔淡雅的色彩肌理带来全新肌理、光泽、温度等方面的细腻体验,在光与影的流动间,不露声色地释放轻奢魅力。

天然去雕饰,回归质朴纯粹的美感

原石之美,美在天然。阳光雨雪赋予其光泽,冰河激流塑造肌理,原石无法掩盖的天然之美在悄无声息中怡人身心,是人们追求生活“自然美”的态度。轻奢素石系列,通过高清喷墨将原石的肌理复刻到产品上,雕刻石材独特的经络之美,塑造出一种返璞归真、贴近自然的生活追求。与此同时,注重“感官”的诠释,

通过微模具效果砖坯,结合粒径更小的高硬度耐磨干粒配制制成细砂保护釉,使得烧制后产品表面触感细腻、圆润,触手如原石般温润。全新光感美学技术加持,实现表面6-8°光感度,呈现出不同角度的微闪视觉效果,不眩晕、不刺眼,更舒适,在自然光照下,幻化为空间深深浅浅的微光,层层递进打造原生的质感空间,让高级感进阶。

轻奢素石的推出,颠覆以往大理石浓墨重彩的纹理色彩,只保留其细节肌理,赋予素净而低调的色泽,让大理石与素色美学相结合,以一种更高层次的艺术水准,重新理解经典石材,重新定义现代轻奢质感空间。

素色大理石,现代自然的轻奢范

轻奢的定位,不是一味地追求奢华,而是在奢华中寻找舒适的节奏,既精致又有态度,正如轻奢素石,将品质生活体现得恰到好处。在色彩、光感、肌理感、质感四个维度的精细度把控,奠定了轻奢素石系列奢而内敛、精而素雅的美感,

以纯粹的形式营造柔和静谧的居住场景,舒适自然。

对于新一代的消费者而言,轻奢同样意味着“高性价比”。轻奢的英文为“Affordable Luxury”,直译过来就是“负担得起的奢侈品”。随着国民生活水平的提高,新消费群体越来越关注产品的品质,在能够负担起的消费水准内,更愿意选择质地上乘的轻奢品。轻奢素石拥有750×1500mm主流规格,在仓储成本、运输、搬运、施工等方面占优,与常规规格瓷砖铺贴、搬运方式无异,无产生额外的搬运与铺贴费用。此规格与目前商品房二室一厅、三室一厅等100平方左右主流户型匹配。与此同时,轻奢素石系列表面经特殊处理,不易积水,达到5级防污,且经久耐磨,让家居空间历久弥新。

细腻的纹理、主流个性的规格和独特的设计美感,赋予轻奢素石区别于其他大理石产品独特的艺术性,给予家装饰及更多的想象空间和选择,是打造轻奢家居的新元素。

(企划中心 梁思琪)

原生印象：经得起磨砺的原生之美

有人说,经历了时光磨砺依然带不走的自然本真,才是生命的永恒之美。天地间的每一种美,都历经时间的洗礼、自然的磨炼,才于山川湖海,成为我们的大千世界。千百年来,人们对于这份自然大美的追逐从未停止,斗转星移,沧海桑田,在时光的变换中,探寻永恒之法。游走于天地万物之间,蒙娜丽莎瓷砖捕捉每一个自然之美,在一次又一次尝试中,找到新的更高境界,推出原生印象系列900×1800mm超耐磨陶瓷大板,将山川湖海的美凝固成空间艺术,赋予其经久耐用的特性,许你来自大自然的永恒之美。

感,其本身的物理性能也非常重要。在日常生活中,瓷砖或多或少会有磨损,甚至一些品质较差的瓷砖,在使用一段时间后磨损、刮花严重,导致铺贴后的装饰效果不美观。因此瓷砖的耐磨性一直被视作优质瓷砖必备的性能之一。根据GB/T3810.7-2006《陶瓷砖试验方法第7部分有釉砖表面耐磨性的测定》,通过磨损痕迹试验,将耐磨性一共分为5级。其中,通过12000转试验后无可见磨损痕迹的,再根据GB/T3810.14-2016做耐污性试验,均通过测试,其耐磨性定为4级。据统计,目前能通过12000转测试的产品凤毛棱角,暂未出现耐磨性达到5级的有釉砖。

蒙娜丽莎原生印象系列超耐

磨陶瓷大板,通过引入高硬度耐磨因子结合熔融整体析晶技术自主研发出高耐磨釉料配方,增加了釉层的硬度提升了产品整个釉层的耐磨性能。叠加采用多层耐磨釉工艺,经高温延时煅烧,耐磨程度远超过普通瓷砖,莫氏硬度达5级,表面耐磨性达4级12000转。与此同时,采用抗污高保保护釉工艺,其防污等级达到5级。在2021年,蒙娜丽莎集团的“高耐磨全抛釉产品研发及产业化”项目科技成果通过由广东省轻工业联合会组织的鉴定,项目技术达到国际领先水平。原生印象系列超耐磨陶瓷大板的出现,推动了大理石瓷砖真正实现超耐磨、衡久新的性能。

自然之美,不惧时光

据说,自然界的矿物有4000

多种。每一块光泽闪耀的矿石都有着独一无二的纹理和丰富的视觉层次,为原生印象系列提供灵感来源。其精选天然珍稀石材为设计蓝本,采用高清喷墨打印机,高度还原石材纹路质感,以900×1800mm的大规格尺寸,实现“一石六面”或者“一石四面”的表达效果,使产品表面纹路无限延伸,流畅自然。其中新世纪白这一款产品更是实现一石六面连纹效果,以广阔无垠的连纹视觉艺术完美注入家居空间。

为了让产品高度还原真石感,原生印象系列采用数码喷墨技术以及通体布料技术专属着色底釉,深度还原石材肌理质感,由内而外高度还原天然石材的逼真效果和通体质感。与此同时,通过高

清釉料的使用叠加高施釉量,使得釉面平整度更高,更加通透光亮,釉下纹理无限呈现,延伸产品美感,让家居更具艺术感,铺贴效果更为简约时尚。

高颜值的纹理效果叠加超耐磨的硬核技术,原生印象系列颠覆传统石材、瓷砖应用局限,可广泛应用于酒店大堂、高级会所、电梯间、过道、餐厅、办公室等人流区域场所,亦可应用在家居全域空间中,不惧日常各种刮花、磨损,让空间历久弥新,持久耐用。

当技术实现了它的使命,它就升华成艺术。坚如磐石,自然之选,蒙娜丽莎原生印象系列将自然与技术融合产生艺术美,不惧时光洗礼,让每一份美好常驻我们的空间。

(企划中心 梁思琪)

黄泽毓:我的青春我定义

这一代的年轻人,有人说他们自信从容、创意十足,也有人说他们沉浸虚拟世界、重度依赖网络;有人说他们一腔壮志、不甘平庸,也有人说他们心比天高、不愿意脚踏实地;有人说他们拥有充裕的物质条件和资源,也有人说他们缺乏信念、不能吃苦……

而在蒙娜丽莎集团里,我们看到了许多风华正茂的青年们,他们敢于尝试、坚守自己的热爱,正成长为一颗颗冉冉升起的明日之星。集团研发设计部的设计员黄泽毓就是其中之一,从2020年毕业进入蒙娜丽莎,在将近一年半的时间里,他学习奋进的步履不停,在产品研发和专业竞赛方面都获得了不俗的成绩,荣获集团“2020年明日之星”称号。



不一样的青春,不一样的梦想

努力自定义:向着目标一往无前

在跟黄泽毓的沟通中,可以感受到他是一个目标清晰、非常清楚自己需求的人。大学考入广州美术学院,在选择专业时,考虑到佛山的陶瓷产业比较发达,计划留在家乡佛山附近发展的他就选择了陶瓷艺术设计专业,从此与陶瓷结下了不解之缘。

不像很多应届毕业生一般迷茫,黄泽毓在2020年毕业之初就开始物色跟本专业对口的工作岗位。他的方向也十分清楚:一是离家近,二是希望选择一家平台比较大的公司,能够更快地成长。最终他在几家企业中选择了蒙娜丽莎,与该年度

的管培生一起培训半个月左右,便进入了设计部。

好的设计有什么标准?好看。但是“好看”就像一门玄学,并没有严谨的规范,也没有科学的教材可供学习。一款新产品的设计,从下达需求到创作、试版、筛选、调整、定版,需要部门齐心协力完成。在其中,黄泽毓作为新手,经历了一段摸索的过程。

产品的调色便是黄泽毓遇到的第一个大挑战。陶瓷在烧制过程中颜色会发生变化,不像平面物料一样可以完全还原设计的颜色,在测试过程中常常出现电脑设计跟实物呈现出来的颜色有很大差别的情况。设计稿里一

点点颜色的增减都会对最后的烧制效果产生影响,这就需要不断地调整颜色用量。调色的技巧没有教程可学,靠的是设计师日积月累对于颜色的把握。对于黄泽毓来说,这几乎是一个从零开始的过程。

为了掌握产品调色的规律,他从了解生产工艺入手,到打版试版的现场去看,摸索喷墨打印跟设计文件呈现的颜色差异。一款新产品的定版,他们通常会从产品的生产流程一直跟进直到落地,期间不断结合工艺来调整设计,直到实现产品理想的发色。经过一段时间的适应,黄泽毓开始渐渐掌握调色的操作,他总结道:“没有技巧,就是去练习。”



黄泽毓设计作品《亭》

成长自定义:跟自己比较才有意义

很多毕业生在出入职场都会有“焦虑期”,遇到许多比自己优秀的人,一时无法找准定位。而黄泽毓的个人发展,一直有着自己的稳节奏。他把最开始这一年的工作重心放在“学习”上,部门里很多前辈乐于向他传授经验,他便抓住机会,先打好基础,提升个人能力。他说:“要跟自己比较才有意义。”

在部门的工作中,对于设计师的创作速度比起在学校时有了更高的要求,这让黄泽毓感到一种紧迫感。除了虚心学习以外,他找到了另一个提升个人能力的有效途径——挑战高难度的任务。

蒙娜丽莎2022年新产品“国风·简奢”系列,以中国传统美学为灵感,一经推出就受到了市场的热烈反响,黄泽毓是项目设计团队的一员。国风系列作为公司年度主推系列之一,黄泽毓深知其重要性,当时就下定决心要好好完成。

然而项目的进展不是一帆风顺的,设计就是一个不断去芜存菁、力求完美的过程。黄泽毓和团队其他成员前后共做出了

几十个版本的效果,包含布纹、几何纹理等各种各样的设计,不断在提案、被否决、商讨改善中循环。后来经过研究,研发团队决定选用更自然的凹凸布纹,更适合大面积铺贴的视觉审美,于是从几十个版本中选出了目前我们看到的国风简奢系列青绿、沧澜等几款花色的纹理。看似简单的花色纹理,其背后凝结着包括黄泽毓在内的众多研发和生产人员的大量心血,而市场的热烈好评正是对他们的肯定。

新品设计的挑战,黄泽毓在与团队成员的合作中成功攻关,而去年12月份举办的全国工业设计职业技能大赛,就是黄泽毓独自应对的新挑战。在这个面向全国的职业设计大赛中,聚集了来自各个行业、各个地方的优秀设计师,其中不乏经验丰富的老手。黄泽毓将这个活动视为踏入社会以来检验自身专业技能和进步成果的重要机会。比赛分为理论考试、绘图和实际制作三部分,采取封闭式考试的形式,在两天内需要完成符合主题的全套方案及制作出实物。对于黄泽毓来说,难度是十分

大的。

在比赛前,黄泽毓做了大量的准备工作,根据以往的比赛题目进行几套方案准备,然而还是没有预测到比赛的主题方向。在考场上,黄泽毓前后更换了3套方案,才把最终方向确定下来,绘图、制作的时间紧迫,同时还要应对比赛当天空气湿度太大对制作效果的影响。可喜的是,皇天不负有心人,比赛结果没有辜负黄泽毓的努力,最终他提交的名为“脊”的瓷艺作品,获得了广东省第三名的好成绩。这对于他个人,甚至对于公司来说都是不可多得的荣誉。

从曾经两个月都完成不了一本图册,到如今能够完成设计展的海报设计、在全国比赛上获奖,相比起入职时的生疏,黄泽毓对这一年半以来自己的进步表示满意。对于自身学习和职业发展,他也有着清晰的规划:随着公司在岩板家具方面的发展,他打算深入钻研建模类的软件,希望能够用陶瓷设计出造型新颖、颜值与实用并存的套系家具作品,在日后能够推向市场或者参与国际性的设计竞赛。



黄泽毓设计作品《THUPA》(局部)



黄泽毓设计作品《THUPA》

风格自定义:设计应该是多元化的

虽然年轻,经验或许未够深厚,但黄泽毓对于设计有着自己的坚持和观点。

“一个好的设计可以延续几十年,甚至很久”,他认为真正经典的设计是满足人们生活趋势的,“比如未来的设计肯定是倾向于更简约、更有质感的,如果能够很好的把这些要点融合在设计里面,这个产品就不会过时。”他认为很多八九十年前的意大利灯具设计,哪怕以当下的审美来评判,依然是很不错的作品,这就是好设计的魅力。

黄泽毓深知,对未来趋势的预判是设计师需要具备的重要能力。“在瓷砖产品设计的时候,还是要考虑到市场未来几年的流行的整体风格,从之前的简约到现在慢慢兴起的侘寂风,风格的变化会带动产品颜色、纹

理的一步变化。像国风简奢系列就是在这样的风格下演变出来的。”他发现陶瓷产品的同质化程度相对较高,而蒙娜丽莎目前开发的很多新系列更加注重原创、艺术化的感觉,未来公司原创的产品会越来越多,他亦希望自己的能力可以不断提升,创造出更多优秀的原创作品。

距离能够做出优秀的原创作品,黄泽毓认为自身的水平还有待提高,需要不断地学习。进入蒙娜丽莎后,他常常有机会跟随部门到广州、深圳、上海等地参观设计周,他也喜欢从世界各地的建筑中寻找设计灵感,找到纹理造型和色彩的感觉,然后画草稿推演或者打印出来看效果。他认为,从优秀作品获得的灵感启发正在帮助他自身一步一

步地走向设计更高的领域,这是一个学习和进步的过程。

空闲时间他喜欢看书,范围涵盖各个领域,“如果只局限于自己专业,有时候想法会变得狭隘,做人做事都需要一个全方位的开阔思维。”他坚信设计就应该多元化,没有固定喜欢的设计风格,侘寂、轻奢、工业风这些都可以接受,但是在这些不同的风格里,有一些元素是相通的,比如近些年的趋势是简约,能够运用好这个点,各种风格都能实现很好的设计效果。

经过这一年半在设计部的历练,黄泽毓已经完全适应了设计部的开发节奏,他设计的作品质量越来越高,被选中投入生产的也越来越多。获得集团的“明日之星”称号,他

既欣喜又感激:“能拿这个奖是公司领导对我的肯定。自己也付出了很大努力去学,我能看到自己正在一步步成长,相信他们也能看到。”

日前喜讯,黄泽毓的三组个人作品分别荣获2022第四届日本概念艺术设计奖中国大陆赛区专业组的二、三等奖。从全国性赛事到国际性赛事,黄泽毓正在一步步走向更高的设计舞台,也是在一步步实现他的设计理想。

无论在什么年代,年轻人都是社会发展的中坚力量。如同设计的多姿多彩,青春也不只有一个模板。在黄泽毓身上我们看到了他身上由自己定义的标签,这是用专注和努力去获得的,属于他自己独一无二的名片。

(企划中心 崔敏华)

前言:在提质增效主战场上,既需要敢于探索,通过技术创新增添革新动力,更需要在生产上练就平常功夫,通过精耕细作、精益求精,达到固本强基效果。在蒙娜丽莎中,不乏专注于

生产上练就平常功夫的个体,他们孜孜以求的精神品质、生产中一丝不苟的流程标准和精益生产路上的持续推进改善,积跬步以至千里,积小流以成江海,推动着蒙娜丽莎高质量前行。

丁访强:踏实笃行,练就“平常功夫”

扎根陶瓷生产十余年,丁访强深知在一线生产只有始终紧绷防控之弦,把功夫下在平时,才能固本强基,实现产能和效率的提高。2021年,在丁访强管理的抛光班组产量与质量控制实现桂蒙基地年内每月最高。

2009年,作为土生土长的贵州遵义人,丁访强也像大多数人一样,怀着对外面世界的憧憬,选择南下打拼,在建陶厂生产一线摸爬滚打,做过抛光、看机、磨边等工种。随着技能的逐级提升、经验的逐年累积,丁访强也成长为抛光线上的“老师傅”。在2020年初,蒙娜丽莎广西生产基地点火投产,进入投产倒计时。设备进厂、生产线安装上线等正需要大批有经验的师傅加入,而拥有近10年抛光线生产和管理经验的丁访强成为其中一员,负责抛光线组长兼磨边工的工作。

功夫在平时,细节上精益求精

2020年1月3日,刚加入桂蒙的生产团队,丁访强直接进入了紧张的工作状态,协助抛光线进行装机、调试等,确保生产线按照既定目标投产。据丁访强说,这是南下打工这么些年,唯一一次没有选择回家过年。这对于丁访强来讲是个特殊的春节,对于桂蒙人来讲也是难忘的一年。这一年,新冠疫情爆发,无数个像丁访强一样的桂蒙人,选择留守奋战,防疫生产两手抓。这一年,桂蒙生产基地也成为整个行业唯一一个没有停窑,并实现最早投产的生产基地。

“态度决定一切,责任成就一切”。这是丁访强在工作实践中始终遵循的信条。作为一名抛光线组长,他一直勤勤恳恳、兢兢业业,时刻关注每一个设备的波动,默默无闻地探索着,如何让设备更顺心、让生产现场更有序、让产品质量稳定提升……这100多米长的抛光线,是丁访强日常工作的范围,也是他倾注心血守护的一方热土。

抛光是瓷砖生产的最后一个环节,也是最能反映产品优劣的环节,很多问题是到了这个工序才会显现出来的,比如砖面平整度、对角线偏差等。因此,在这个环节

的把控显得尤为重要。丁访强每天都认真检查各项工艺流程,不放过一丝一毫的质量问题。尤其是抛光设备的检查,是他每天到岗做的第一件事。由于抛光设备常年浸泡在水中,容易被化学物质侵蚀,一旦出现问题小则影响生产,大则危及员工安全。因此,对于抛光线的每一台设备,丁访强丝毫不敢怠慢,反复的检查摸索,细致地记录下这个生产情况,确保设备安全稳定。丁访强表示:“抛光线的生产波动,疑难杂症时有发生,我们要做的是认真检查,预防为主,不能错过每一个细节。”

桂蒙生产基地,是蒙娜丽莎目前较为先进的生产线,自动化程度非常高。传统一条生产线工人配置在120-130人,而桂蒙一条生产线人员配置在70左右。丁访强说:“桂蒙生产基地抛光线是2条线7个人的配置,应该是行业内最少的。”人员配置少,意味着每个岗位担任的责任越大。丁访强除了担当抛光线组长的角色,更需要兼顾磨边工的工作。“自己所负责的工作虽然普通平凡,但每一项工作都是生产线运作的一部分,每一项工作都有其特有意义,必须要认真做好。”道虽通不行不至,事虽小不为不成,正是他这种踏实钻研业务的作风、执着的敬业精神和科学的工作方法,让他在平凡的工作岗位上散发出了属于自己的炽热光芒。由于丁访强管理的班组产品产量与质量控制是整个生产基地2021年内最好的,他也因此获得2021年度10月、11月生产部优秀人员奖励。

当好领班人,凝聚班组力量

“当组长,就要及时掌握现场生产,处处担当作为,让大家团结一起,才能保障生产系统稳定运作。”丁访强是这样说,也是这样做的。丁访强深知班组长责任重大,工



丁访强在桂蒙厂区

作中总是以身作则、身体力行,利用自己掌握的技术知识,带领班组员工解决了生产中遇到的许多疑难问题。“每个员工都应该要清楚自己的工作标准和要求,并且使自己所做的每一件事情都符合标准要求,这样才可以更有效控制产品质量。”因此,丁访强在班前班后会总是不厌其烦地跟每一位班组成员理清工作重点,预防措施等。

除了组织班组成员现场操作培训,丁访强总是强调安全防范的重要性,安全教育、安全培训,学习贯彻安全生产管理制度、操作规程和应急等一一不落,要求每位员工能立足岗位,明确安全责任,真正做到“我的安全管理,我的生命我负责”。在丁访强的带领下,其班组全年无安全、质量事故。在桂蒙2021年第二届安全生产及消防演练活动竞赛中更是获得团体二等奖。

班组,是工厂利润的直接创造者。班组长既要作为班组一员,需要完成自己岗位应承担的生产指标,还要承担企业最基层管理者

的角色,组织班组员工完成上级下达给本班组的各项生产任务,做好班组的员工教育、安全生产等各项管理工作,可谓是官儿不大,责任不小,权力不大,任务不轻。而丁访强把班组当成自己的家,把班组成员当成自己的亲人,将整个抛光线班组成员紧紧团结在一起,形成一个团结、富有战斗力的集体,完成各项工作任务。

忙前忙后,是丁访强的日常状态,他穿梭于抛光线上,监督协调着每个工序的正常运转。一片片瓷砖快速地在生产线上流转,经过抛光、超洁亮、磨边等工序,从粗糙表面到光亮细腻,如此就完成一砖所有的锤炼生涯。在平常换班或休息的时候,丁访强喜欢藤县的简单、幽静,约三五知己钓鱼,跑步。在广西藤县生活工作两年时间,丁访强已经融入其中,把这里当成第二个家。但对于只身一人外出打工的丁访强,最大的愿望是有朝一日能够衣锦还乡,与家人和小孩真正的团聚生活在一起。

王阿田:小技改发挥“大作用”

2021年3月,江蒙生产基地正式成立。对机修自带天然悟性的王阿田也在机缘巧合中加入江蒙的生产团队,成为抛光二车间的一名跟单机修。对于进过厂、干过销售,在努力寻找自己方向的王阿田而言,能够进入江蒙公司意味着机会和平台,希望能在这里找到自己的发展空间。

机修能手,不外乎“勤奋”二字

机修,可以说是一件特别繁琐复杂的事情。抛光线上拥有的机器种类繁多,加之抛光设备大部分常年浸水,机器磨损故障情况也相对比较复杂。为了保障工序稳定进行,跟班机修工作是非常重要的,不仅工作量大,还需要过硬的业务,细致的观察,尤其是在嘈杂的环境下,更是要能做到不骄不躁,沉心静气,避免错误信息。“检查设备运行状况,抓生产质量。”这么繁杂的工作,王阿田却只用了寥寥两句话来概括。不爱说话,但干起活来勤劳肯干、主动积极,王阿田就是这样一位普普通通、朴实无华的生产一线员工,一个“实”字在他身上得到了充分体现。

每天王阿田都穿梭在轰鸣的机器间,对设备进行“无死角、无故障”的全面检查,仔细记录着设备运行情况,从每一台设备的细微变化中查找问题、排除隐患,对有隐患的运转设备及时登记上报。生产出现异常情况时,总是第一时间到现场进行处理。只要当班时候设备故障尚未排除调试好,王阿田就会一直待在生产线上处理,直到设备正常运作才下班回家。据王阿田

表示,印象最深刻的一次,由于磨边机出现对角线问题,换了配件后总是没能调试到最佳状态,于是没日没夜地调试设备,连续奋战24小时,终于把设备问题解决,将因设备停工造成生产延误的影响降到最低,为生产保驾护航。

“一丝不苟,尽自己最大努力把工作做好。”对于工作的理解,王阿田这样表述。的确,自2021年3月进入公司以来,王阿田在工作上精益求精,从不敷衍了事,并且善于开动脑筋,高频次提升,改进技术。“其实只要认真、细心再加上用心,任何人肯定都能够胜任工作的。”进入桂蒙公司不到一年,王阿田便获得“卓越标兵”的称号。对于获奖,他表示:“我是一个跟班机修,只是比较勤快一点。”

爱动脑筋,小改小革为生产添力

由于江蒙生产基地3月份才正式成立,原有一些老旧生产线经过短时间的改造,便迅速投入生产,或多或少存在这样那样的问题。“老影响生产,这可让人受不了”听着操作工对设备吐槽抱怨声,王阿田便坐立不安,想方设法去改善问题。比如,针对由于常年浸水导致磨边后线架轴承更换频繁,王阿田通过细致观察,在线架中间加装一条吸水棒,使磨边工序产生的水到了不了线架后端,从而大大延长轴承使用寿命。除此之外,针对磨边机中间转弯线架轴承更换频繁,保养困难的问题,把加油孔技改成气管并加长,方便加油保养,延长设备使用寿命。在跟班机

修工作中,王阿田总是能够做到举一反三,善于思考设备改进问题。目前,由王阿田提出的这两项小改小革,已经在江蒙同类型设备中广泛应用,有效降低设备维护成本,提高生产效益。

“只要勤动脑,办法总比困难多”。随着时间的推移,王阿田慢慢了解到,在机械维修领域,步骤特别繁琐,生搬硬套不太靠谱,重点是动脑琢磨,搞明白生产工序、设备的工作原理,接下来的难题便会迎刃而解。有时看似不起眼的小改小革,会起到事半功倍的效果。在平常工作中,王阿田也乐于向同事学习,及时跟设备主管沟通设备处理状况。正是在这样的不断学习、思考、动手的过程中,王阿田成为抛光车间的“机修能手”。

作为一名跟班机修,王阿田恪尽职守,任劳任怨,在公司经历了保障高产、解决设备故障、助力新设备等诸多考验。回望在江蒙的这一年,王阿田有着非常深刻的感受:“公司重视人员培训,提高操作技能,也重视设备技改,为员工提供较大的发展空间同时,公司也实现了量变到质变的提升。如今江蒙公司的产品质量明显提升不少。”

不为噪音所扰,不为杂音所惑,王阿田时刻保持一种敢于创新、精益求精、追求卓越的初心,在平凡的岗位专注自己的领域不断努力,做好每一项工作。正如他所说的:“我不是什么大人物,只是机修路上的一个普通行者。”前路漫漫,仍需负重前行。

(企创中心 梁思琪)

时针已经指向午夜12点,在江蒙抛光二车间里,王阿田依然在忙碌。此时此刻他已经连续工作近24小时。只要一出现机械故障,王阿田必须以最短的时间完成机器故障处理。这样紧绷的工作状态,对于很多人来讲,是难忘的。而对于王阿田来讲,这是再正常不过的日常。



王阿田在江蒙展厅

“奔向建党 101 周年” 蒙娜丽莎集团夏日开跑

2022年是中国共产党成立101周年,也是第二个百年的开端。百年征程,波澜壮阔;百年奋斗,不忘初心。在“七一”即将来临之际,共勉红色初心,增强革命体魄,磨炼党员意志,展现当代陶瓷人朝气蓬勃的精神面貌,佛山陶瓷学会党支部与陶瓷城报社党支部发起“奔向建党101周年”佛山市陶瓷行业党支部联合党建活动,为陶瓷行业鼓舞、加油!

6月25日早上7点,来自四面八方的佛山陶瓷行业各党支部代表就开始汇集在美丽的石湾公园茶壶广场。7点20分来自陶瓷学会、陶瓷城报社、蒙娜丽莎、东鹏陶瓷、新明珠陶瓷、鹰牌陶瓷、金意陶、顺成陶瓷等陶瓷行业的七十多位党员同志身着运动服,胸前佩戴着党徽、手举小党旗,精神饱满地沿着石湾公园晨跑。活动之后大家兴奋地一



蒙娜丽莎代表为党的生日献礼

起高呼“伟大的中国共产党万岁!陶瓷人加油!”最后在佛山市陶瓷学会党支部书记黄惠宁的带领下,

大家重温了入党誓词,活动在铿锵有力的宣言中圆满结束!
(蒙娜丽莎生产支部 黄玲艳)

桂蒙工会组织包粽子比赛



工会组织,员工参与,弘扬传统文化

6月1日上午,在传统端午佳节来临之际,蒙娜丽莎集团广西桂蒙公司工会组织开展了一场以“扬民族精神,承中华传统,端午粽飘香”为主题的包粽子比赛活动。广大员工积极参与,既感受到了节日的浓厚氛围,又增进了相互之间的联系和交流,同时送上节日的问候。

比赛开始前5分钟,每位参赛者早早全部到场。共计40人,被分为8

组。工作人员首先检查了参与人员的个人卫生情况,说明包粽子比赛的详细规则、粽子的重量、形状、要求等,以便大家再次了解包粽子比赛的要求。今年的比赛与往年不同,往年是2人为一组,今年是5人为一组,更能体现团队之间的协调与配合。

随着一声令下,比赛正式开始,每组人员迅速调整姿势进入比

赛,以最快速度达成粽子的半成品形状,从粽叶的折圈到放米、肉、豆、配料等,放多了包不上,放少了包得不美观、变形。每组人员各显神通、你追我赶,争取在有限时间内将粽子数量包得最多。

经过一段时间的比赛,品管部人员的领先优势日渐明显,不但包粽子技术非常好,而且人员配合能力强,没多久数量首先领先,有了赛前一段时间的练手,包得更精湛了。大家你看看我,我看看你,生怕别的组合比自己包的更多。随着时间一点一滴的过去了,比赛到达最高峰,为了让其他组员分心,有些组员还故意说些笑话,让其他组员分心。这一组喊着:“工作人员,增加绑绳”,那一组喊着:“增加粽叶”,后勤厨师工作人员及时保障每一个组合的材料增配和监督情况。

最后,第二组、第七组品质管理部组合以优异的成绩,获得了第一名和第二名,第三组生产一车间组合获得了第三名,各组获得了很好的成绩。

通过本次比赛,大家加深了对中国传统节日文化的理解与传承,在欢庆的气氛中度过一个有意义的节日。
(桂蒙人事部 甘金凤)

桂蒙开展六一儿童节慰问活动

5月31日上午,籍“六一”国际儿童节来临之际,广西蒙娜丽莎新材料有限公司工会、党支部会同藤县人社局一行人到岭景镇进行“六一”儿童节慰问活动。

本次活动共探访两所小学,目的地是坡塘村小学和石村小学,对象为贫困家庭儿童和在校学生。探访前几天桂蒙公司已跟藤县人社局提前了解了校内困难家庭儿童状况,给困难儿童预备了节日慰问金,同时采购了牛奶、书包、笔及雨伞等节日礼品送给其他小朋友,还准备了篮球和羽毛球拍送给学校,以丰富小朋友的课间活动,希望小朋友在学习的同时加强身体锻炼。

桂蒙人事部经理席怀江代表广西蒙娜丽莎新材料有限公司工会进行了慰问,向小朋友们送上节日祝福,并鼓励小朋友们努力学习,不忘初心,牢记使命,用知识改变命运,做一个对国家和社会都有用的人,将来也为家乡的发展和建设贡献一份力量。



为小朋友送去节日的礼物

同时要远离毒品,毒品杀人于无形,要牢记毒品的危害,并避而远之。随后,学校负责人及人社局领导对桂蒙公司的慰问活动表示了感谢。活动结束后,人社局领导给小朋友们上了一堂简短的毒品宣

讲课,并现场宣誓远离毒品。
桂蒙公司以实际行动关爱祖国未来的健康成长,连续三年探访山区学校,公司将坚持,为祖国繁荣昌盛贡献一份力量。
(桂蒙总经办 吴燕薇)

生日送关怀,礼轻情意浓

6月16日,在公司工会的大力支持下,第二工会小组生日送关怀行动开始了。本次活动由蒙娜丽莎财务管理中心、信息管理中心、投资管理公司的骨干成员合作开展,以生日当天的员工为服务对象。希望通过此次活动,让每一位蒙娜丽莎职工在自己生日当天感受到公司及工会带给他们的关怀和温暖。

活动当天,5名蒙娜丽莎第二工会小组的骨干成员利用空余时间相约一起带上精

心准备的生日礼物,出现在生日职工面前,为他们献唱生日歌,将礼物派送到他们手上,本次活动共惠及14名职工。看到生日职工朋友们拿到礼物后露出的笑容,参与这次活动的骨干成员都感到非常开心,办公室的其他职工朋友们也纷纷为他们点赞!

生日送温暖系统活动已逐渐成为第二工会常规的工会活动,本年度第二工会小组将继续开展除生日送温暖之外的各种活动,更加惠及更多员工。
(信息管理中心 黎晓珊)

温情六月 感恩父亲

阳光灿烂的六月,细雨滋润的六月,我们迎来了又一个温暖的父亲节。

人们常说父爱如山,高大、威严、厚重、沉稳,或许他不能像妈妈那样总是陪伴在孩子身旁,但是孩子每一天的成长又何尝缺少过父亲的关爱。我们赞扬母亲的情怀和无私,也不能忘记父亲的伟大和深沉。在这个专属每一位爸爸的日子,蒙娜丽莎第二工会小组为爸爸们送上真挚的祝福,让爸爸们在千头万绪的工作中,抽出闲暇时刻享受一份特殊的美味,感谢爸爸们所有爱



的付出和辛勤的劳动,祝愿爸爸们节日快乐。

愿蒙娜丽莎的爸爸们在作为一个合格父亲的道路上砥砺前行,在孩子们成长的道路上留下更多美好的回忆。
(信息管理中心 徐睿)

桂蒙 2022 年第二季度 员工生日晚会圆满结束



员工生日会,欢欣而又美好

为不断增强企业文化建设,丰富职工文化生活。6月16日,广西蒙娜丽莎新材料有限公司党支部与公司工会联合举办2022年第二季度员工生日会活动,82位寿星欢聚一堂,在热烈、欢快、和谐、美好的氛围里度过一个难忘的生日。

公司工会主席汪雪波为本次活动致辞,并向参加本次活动的寿星送上诚挚的问候与祝福,生日会在汪雪波先生热情洋溢的讲话中正式拉开序幕。品缤纷美食,收获诚挚祝福,欢乐的音乐让整场生日会都充满热烈的氛围,一张张洋溢着幸福的笑脸,将生日会的现场点缀得格外温馨。

本次活动特意准备了抽奖环节和既趣味又刺激的游戏,将活动推向了一个高潮。当老总们陆续走上舞台为员工进行抽奖的时刻,大家翘首以盼、期待自己能够赢得大奖。每宣读一个中奖名单,观众席上都传来了热烈的欢呼声,中奖的员工都兴高采烈地

走上了舞台,由老总们亲切地为幸运员工颁发奖品。

在抽大奖环节中,有30位幸运儿分别获得一、二、三等奖,还获得了电烤箱、微波炉、古法压榨花生油等幸运奖品,沉甸甸的奖品让寿星们喜悦之情溢于言表。

在游戏环节中,员工们踊跃参与,欢乐的游戏让他们收获了开心,并得到了丰厚的奖品;通过游戏合作,增加了员工之间的凝聚力,形成了积极向上的氛围。精美的食物、愉快的氛围让员工感受到了公司的关怀,大家纷纷在朋友圈等社交平台上表达了参加生日晚会的开心和表示对公司关怀的感谢。

桂蒙公司高度重视企业文化建设,把关心职工生活、促进职工成长作为一项重要内容,持续通过举办节日活动、运动会、技能竞赛等,为员工提供丰富多彩的业余生活和成长平台,再次祝福本季度生日的员工们,公司与您共成长!
(桂蒙工会社工 孙嘉华)

30周年有奖征文

献给“三十而立”的蒙娜丽莎

子曰：“三十而立。”意思是：当人到了三十岁，人就有自己的学术体系，有自己的威望，应该“立德、立言、立身”。

2022年是蒙娜丽莎集团成立三十周年，三十年前，我们的前辈栉风沐雨；三十年间，我们蒙娜丽莎公司披荆斩棘；蒙娜丽莎公司三十岁，我们蒙娜丽莎人欢歌笑语。蒙娜丽莎公司三十而立，取得了辉煌的成就，形成了厚重的精神积累和物质财富。今天，我们又在美化建筑和生活空间的应用领域，成为资源节约型、环境友好型的领军企业。站在新的起点上，蒙娜丽莎将与时俱进，以科学发展观为指导，把握时代大势，总结历史经验，顺应发展的战略要求。

蒙娜丽莎公司有太多的闪光点，初期的艰苦奋斗，建设时期的万众一心，高产时期的深谋远虑，以及后来的科学决策。使公司发生了翻天覆地的变化。公司领导高屋建瓴地提出了美化建筑与生活空间，为员工、客户和社会创造更大价值的使命。在诚信、务实、创新、高效价值观的感召下，公司上下艰苦创业、勇于创新，创造了辉煌。

回眸三十年发展历程，我们走过的是千山万水，历经的是千辛万苦，说过的是千言万语，练就了一次比一次的坚强，创造了一个又一个的奇迹，才换来了今天，回眸过去的三十年，10950个日日夜夜，蒙娜丽莎公司承载了越来越多人的梦

想。蒙娜丽莎人立于竞争的浪潮中，逆流而上，上下同心。一路走来，虽然有过汗水、泪水，甚至血水，但公司遇山开路，遇水搭桥，为今后的发展打下了坚实的基础。几度春夏秋冬，几度风雨兼程，“历尽天华成此景，人间万事出艰辛。”我们用“精卫填海”的勇气、“夸父追日”的豪迈、“愚公移山”的毅力，全力捍卫蒙娜丽莎这个品牌。

回首往昔，它终将成为历史。面向以后的发展，我们更应该拿出自己的勇气，以绝对饱满的热情，时刻保持一种创业精神，积极投身到没有硝烟的战场攻城略地，我们已经经历了足够的市场磨练，我坚信通过我们不懈

努力、锐意进取，定能将蒙娜丽莎公司打造成一张靓丽名片。

三十年后的今天，我们每个人在为公司奉献青春和智慧的同时，公司也在为我们提供自我发展的空间和实现自我价值的平台，在这个平台上，我们在增长着阅历，丰富着自我，实现着人生的价值；在这个平台上，我们用激情点燃着理想。感谢蒙娜丽莎公司，是您给了我们前进的方向。

三十年的变化，你可以用眼去验证，用心去品味；三十年的感慨，你可以纵情地去歌唱，尽兴地去咏颂。三十年，硕果累累的三十年！三十年，值得浓墨重彩书写的三十年！

(江蒙研发部 刘星强)

蒙娜丽莎

三十年
犹如璀璨明珠
照亮前进的道路
带领我们披荆斩棘
深耕行业提供好产品

三十年
每次攀登背后
是对品质的追求
每次实验成功的喜悦
承载着陶瓷人最初梦想

三十年
历经风雨历程
年复一年不忘初心
不仅仅是印在脑海里
而让人们习惯并拥有它

三十年
写尽千山与繁华
无论你我相隔多远
我的心始终与你相牵
在每个日子里携手前行
(江蒙研发部 喻杰)

那些与公司一起走过的岁月

今晚终于没有下雨了，乌云遮掩着月光，窗外清风徐徐，小区蛙声、虫声此起彼伏，一整天的疲惫顷刻间褪去，脑海里不禁浮现出一串歌词：“心简单，世界就简单，幸福才会生长；心自由，生活就自由，到哪儿都有快乐”。

有时候抛开世俗就能解脱，看开世间就是晴天，少纠结少较真，劳心又费神，只会徒增烦恼。不求一生繁花似锦、浮浮沉沉、荣华富贵，唯愿一世平平安安、简简单单、健健康康。这是我最羡慕的姿态、最向往的状态、也是我一直在秉持的心态。生活再不易，工作再艰苦，总会有一些小幸福和小温情，支撑着你一路走下去……

思绪瞬间飞到15年前，那一年我下定决心结束北漂，回

到南方生活和工作，刚来到西樵的时候其实还是有些失望的，比起一线大都市的繁华和拥簇，它显得太落魄和荒凉了，第一次踏进公司大门的时候，还是感觉有些简陋和寒酸的，再看现在公司的大门，气派又不失时尚。

那时候的停车场空空如也，只有些许的自行车、摩托车和屈指可数的小车，可现在的小车却多得连停车都变得异常困难。那时候各部门的人也不多，我们部门加上我也才五个人，虽然没有现在这么多人这么热闹，但我还是特别怀念五个人的时候，特简单特纯粹特开心。印象最深的是那时候的展厅还算漂亮，我特别喜欢和舍友去展厅参观和拍照。但是再看看十几年后如今的展厅，更是时

尚和潮流的标杆，那种雍容和尊贵，那种大气和堂皇，简直无与伦比，在手机像素如此之高、拿起手机就可以随时定格的如今，却再找不到那个愿意和我一起拍照的人和当时拍照的那种心境。

那时候的手机还不是智能的，没有人做低头一族，大家有空了就聚在一起聊聊工作和谈谈生活，或者三五结伴出去走走和逛逛，现在大概也找不到那种可以跟你促膝畅聊、仰天长啸的人了。那时候宿舍是没有一天二十四小时都供应热水的，需要提着桶去楼下打水，那时候运气总是特别好，总能遇到好同事帮忙提水。现在没有打水的困扰，却也没有了什么特别的体会和记忆了。那时候公司的宿舍也没有空调，三伏

天的时候我们还试过结伴躺在地下睡，虽然依然非常的炎热，还是觉得很开心。公司现在安排的宿舍都有空调了，我却依然怀念那段热死人得不偿命的日子。

15年的岁月似水流长，公司不断发展壮大，早已经发生了翻天覆地的变化，今非昔比。蒙娜丽莎人饱尝了太多的创业艰辛，经历了太多的雨雪风霜，一切都来之不易。

总有一些经历，会沉淀一个人，总有一些岁月，会改变一个人，那些美好的记忆也会随着时间的推移变得斑驳和泛黄。随着年纪的增长，越来越多的是过去的记忆，越来越少的是余生的美好。珍藏过去的美好，享受当下的快乐，憧憬未来的幸福，才是我们应有的心境和心态。

(信息管理中心 欧阳菲菲)

在蒙娜丽莎，每个人都有归属感

2022年是不平凡的一年，也是蒙娜丽莎成立三十周年，作为蒙娜丽莎的一名员工，我感到无比地自豪。

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。

2020年，我们品管二车间荣获“佛山市南海区先进集体奖”，得到这个奖是公司对我们的肯定，也是我们全体人员平时工作“心往一处想，劲往一处使”的精神见证，我们喜欢在蒙娜丽莎工作，因为蒙娜丽莎能给我们归属感。

蒙娜丽莎让我们生活水平、知识技能不断提高，在饭堂吃饭，我能感受到每个人的脸上都洋溢着幸福。公司经常会聘请外来讲师给我们培训（如：如何打造五星级班组、高血压的预防、职业病的防范等）。

公司工会确实为职工办实事，时刻温暖着职工的心，还经常开展线上安全教育活动，让大家在工作中找到乐趣。工会每个季度会开展团建活动，让大家在繁忙的工作中得到放松，让大家的关系更加融洽，提高团队的凝聚力，通过组织活动让大家明白一个人的成功并不算成功，大家的成功才算成功。每年夏天，工会都会举办夏日送清凉活动，将关怀送到每一个岗位、每一位员工手中，让我们一线基层员工在炎热的夏日感受到清凉，实实在在感受到企业对我们的关怀与爱。

每个季度工会还会给员工举办“我在蒙娜丽莎的生日”，在这里工作的大多数同事，平时除了工作还要照顾家庭，很多同事平时可能都在为他人过生日而忘了自己，在蒙娜丽莎，大家都能感受到企业对员工的关心和祝福，有这么多同事聚在一起过生日，让大家觉得暖暖的，互相祝福，其乐融融，极大地激发了员工的工作热情，使员工更积极主动地投入到工作中去。

在建厂30周年这个特殊的时刻，祝愿蒙娜丽莎越来越好！

(品管部 林丽)

冉冉升起，熠熠生辉的蒙娜丽莎

2022年是蒙娜丽莎集团成立30周年，蒙娜丽莎人欢聚一堂，为它共庆生日。

这是充满欢悦和希冀的一年，仿若一位朝气蓬勃、意气风发的青年，穿过空旷寂寥的时空，从容镇定、步履轻盈地向我们走来。多磨的岁月已经将它磨砺出一副冷峻坚定、稳重和谐的面容，以其逆流而上、勇往直前的精神高高屹立在东方的领土上，而它——就是中国建陶业的“蒙娜丽莎”。我们载歌载舞，纵情高歌，尽情享受这份喜悦，每一片瓷砖都铭刻着蒙娜丽莎人的辛劳与汗水，每一个空间都代表着蒙娜丽莎人的幸福与欢乐，有谁知道，这些欢声笑语的背后又承载着多少可歌可泣的辛酸历程？

穿过层峦叠嶂的岁月，回首30年的风雨历程——1992年，蒙娜丽莎公司成立了。正所谓“飞蛾破茧折磨尽，两翅秀美翩翩舞。花苗出土千斤顶，

吐露芬芳彩蝶护。”蒙娜丽莎正是如此，亦或是明日璀璨之星。正是因为起源于那西樵山下那微烁之光和无数蒙娜丽莎人披荆斩棘、勇往直前的精神，才创下一个个又一个的佳绩，到如今冉冉升起、熠熠生辉的中国建陶业领军品牌。

自“蒙娜丽莎”品牌创立以来，便携带着一种与生俱来的艺术气息，如同流淌在每个蒙娜丽莎人血液中的DNA，让人随处感受艺术的魅力。从装饰艺术中探索文化渊源，从居家生活中追寻设计灵感，蒙娜丽莎的创作精髓和理念皆焕发出浓郁的艺术特色，演绎着美的真谛——“美在于简单而不在于繁复，在于和谐不在于冲突”，让艺术成为每个家都可以切实拥有的美好。这也正是体现了蒙娜丽莎的愿景和使命：“在美化建筑和生活空间的应用领域，成为资源节约型、环境友好型的领军企业”。

遵循国家产业政策，以科学发展观为指导思想，秉承诚信、务实、创新、高效以及绿色、创新、艺术发展理念，2007年，蒙娜丽莎率先在国内研制开发出瓷质陶瓷板、无机轻质板两项产品；2010年，蒙娜丽莎被评为国家首批建陶行业唯一的“资源节约型、环境友好型”试点创建企业。蒙娜丽莎还承担国家“十一·五”、“十二·五”科技支撑计划重大项目，是国家建筑卫生陶瓷标准化技术委员会(SAC/TC249)的建陶行业唯一副主任单位，共主编、参编国家与行业、地方标准29项。2011年7月，蒙娜丽莎集团院士工作站正式揭牌，2013年12月，蒙娜丽莎企业技术中心经国家发改委等五部委认定为国家认定企业技术中心，成为集企业博士后科研工作站、省级院士工作站、国家认定企业技术中心三大科研技术平台为一体的企业。

在优胜劣汰的社会中，蒙娜

丽莎凭借着“把每一片瓷砖打造成艺术精品，让蒙娜丽莎的微笑走进千家万户”的质量理念，“蒙娜丽莎”品牌围绕产品和服务精心耕耘，以独具市场竞争力的“产品+服务”发展模式，成为2020年迪拜世博会中国馆指定瓷砖供应商、杭州2022年第19届亚运会官方建筑陶瓷独家供应商，为房地产和战略工程提供优质产品和服务等等，收获了良好的市场口碑。这是蒙娜丽莎的能力与实力，也是其成为国家重点高新技术企业的的原因。这些过往发展史皆谱写成了如今的乐章，同时也显现出蒙娜丽莎“潜龙腾渊、乳虎啸谷、鹰隼试翼”的潜力。

三十年的今天只是起点，但绝不是终点，它让每个蒙娜丽莎人绽放属于自己的芬芳，亦翼在未来日子里的“蒙娜丽莎”砥砺前行、同舟共济，我坚信这颗璀璨之星定会冉冉升起、大放光彩、再创佳绩！

(江蒙研发部 熊瑶)