



# 蒙娜丽莎

文化 | 创造 | 价值

总第 131 期

2023 年 6 月 30 日 星期五

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

## 携手奥运冠军掀起亚运绿色热潮



刘虹受聘蒙娜丽莎亚运微笑大使

6月15日,杭州亚运会倒计时100天之际,亚运会火种在世界文化遗产良渚古城遗址成功采集。当天下午,由杭州亚组委办公室指导,杭州亚运会官方建筑陶瓷独家供应商蒙娜丽莎集团主办的“筑梦亚运 微笑登场——蒙娜丽莎瓷砖2023绿色亚运跑·佛山站”活动,在国家5A级旅游景区西樵山风景名胜区内听音湖畔举行,“点燃”全民迎亚运、践行绿色健康生活的热情火种。

活动现场,蒙娜丽莎集团董事、总裁萧礼标向世界纪录保持者、中国田径金牌大满贯得主、奥运冠军刘虹颁发聘书,刘虹正式成为蒙娜丽莎亚运微笑大使。随着响亮的鸣笛声响起,“竞走女王”刘虹带领参与者从西樵山听音湖广场出发,环绕环湖步道开启趣味定向跑。当天,近300

名市民、蒙娜丽莎员工和奥运冠军一同奔跑,参与绿色亚运趣味互动游戏,体验绿色健康的生活方式,用脚步丈量绿美佛山生态文明建设的成果,传递坚持不懈、筑梦前行的巨大能量。

“绿色、智能、节俭、文明”是本届杭州亚运会的办会理念。与杭州亚运会理念不谋而合,蒙娜丽莎一直践行陶瓷与艺术、绿色、智能相融合的“三美”质量管理体系,把绿色发展、绿色共生理念融入企业运营和发展战略。

“坚持绿色持续发展,转型升级智能制造,最大限度节约资源,文明参与市场竞争,是蒙娜丽莎一直努力和坚持的方向。”萧礼标总裁表示,“基于对亚运理念共同的追求,蒙娜丽莎携手奥运冠军刘虹,通过亚运大平台,将把更多的美好和微笑带到世界各地。”

活动期过程中,奥运冠军刘虹始终面带微笑,

传递着自由、洒脱的生活态度。她表示,对蒙娜丽莎“创造美好生活”的理念非常认同和欣赏,“希望通过品牌的力量,与蒙娜丽莎一起为中国体育事业的发展贡献力量,吸引更多人开启积极向上、健康低碳的生活方式。”

接下来,蒙娜丽莎瓷砖绿色亚运跑活动将在全国多个城市陆续落地展开,同时联动知名健身品牌“Keep”,开展蒙娜丽莎瓷砖2023绿色亚运跑线上挑战赛,为品牌内涵注入新活力,引领全民健身热潮。

通过体育跨界营销,蒙娜丽莎正不断提升杭州亚运会与蒙娜丽莎品牌双IP的影响力,深化绿色、创新的品牌核心价值,展现民族品牌的形象和担当,为消费者带来更绿色、可持续的产品和服务,营造绿色低碳的理想人居环境。

(企划中心 周淑敏)

## 蒙娜丽莎荣登中国500最具价值品牌榜

6月15日,由世界品牌实验室(World Brand Lab)主办的(第二十届)“世界品牌大会”在北京举行,会上发布了2023年《中国500最具价值品牌》分析报告。蒙娜丽莎品牌价值524.92亿元,位列品牌价值榜第179位。

在这份基于财务数据、品牌强度和消费者行为分析的年度报告中,排名前十的品牌依次为:国家电网、中国工商银行、海尔、中国石油、中国人寿、腾讯、中化、华润、中国一汽、中国平安。

2023年《中国500最具价值品牌》排行

# 524.92 亿

榜中,共有来自食品饮料、轻工业、建材、传媒、纺织服装、医药、机械等在内的25个相关行业的品牌入选。瓷砖行业共有14个品牌入选。其中,马可波罗瓷砖排名105位,冠珠瓷砖排名145位,蒙娜丽莎瓷砖排名179位,新中源陶瓷排名200位,欧神诺排名229位,箭牌排名289位。2022年,《中国500最具价值品牌》蒙娜丽莎品牌价值为509.25亿元,同比增长3.08%。

据介绍,2023年《中国500最具价值品牌》总价值为343311.81亿元,比去年增加33583.74亿元,增加幅度为10.84%。世界品牌实验室编制中国品牌报告已是第20个年头,2004年入选门槛仅为5亿元,前500名品牌的平均价值为49.43亿元。到2023年,入选门槛已经提高到35.27亿元,而前500名品牌的平均价值高达686.62亿元,增加幅度为1289.08%。本年度共有72个中国品牌的价值超过1000亿,比去年增加了3个。

(编辑部)

## “蒙娜丽莎号”亚运主题航班首航

详见 05 版



“蒙娜丽莎号”亚运主题飞机翱翔在蓝天白云间

# 困境中那些行业的亮点

■编辑部 王力

一段时间以来,包括笔者在内,许多行业媒体对当下面临的诸多困难和挑战进行连篇累牍地分析报道,从国际局势到国内消费,从市场环境到经济周期,坏消息一个接着一个,好消息却迟迟不见来临,整个行业弥漫着一股悲观、消极的情绪。上半年的数据还未出炉,房地产“秘不发丧”的言论又甚嚣尘上,让陶瓷人面对行业未来心有戚戚焉。

当下的市场环境,极度冷清和疲软,且看不到回暖向好的迹象。但越是困难的时候,越应该满怀信心。事实上,过去几十年,行业也曾遭遇种种寒冬的考验,只有那些直面挑战,迎难而上的企业,才能在凛冽的寒风中练就一身铮铮铁骨,迎来下一个明媚的春天。

“没有熬不过的黑夜,没有等不来的黎明”。即便是举步维艰,困难重重,当下的陶瓷行业仍然有许多利好可圈可点——

天然气降价。受俄乌冲突和

国际市场供需影响,过去一年多,天然气价格一直高位运行,肇庆产区一度逼近8元/立方,陶企生产越多,亏损越多,许多企业有订单也不敢轻易开窑。一年多来,行业利润大幅下降,很大一个原因就是天然气价格上涨所致。今年以来,气价逐渐回落,日前广东产区已降至3元多,为两年来新低,部分产区气价重回2字头,这对气价异常敏感的陶企而言,无疑是极大的利好,最起码生产成本大幅下降,企业现金流有望改善。

开窑率提升。虽然市场依然低迷,但进入5月,陶企开窑率普遍有所提升,尤其是过去一年开窑率相对较低的广东产区更为明显。之所以出现这样的变化,当然有天然气降价的因素,但更重要的是陶企、经销商对市场回暖充满信心。毕竟国内市场太大了,本身的刚需还是维持在一定的规模,与此同时,“新基建”带来的订单也非常可观,让陶企产能不断得以释放。

部分产区产销两旺。很多人都在抱怨市场冷清,需求下滑,但

部分产区,尤其是夹江、高安等中西部产区,今年以来都可称之为产销两旺,不少企业产销率超100%,陶瓷厂门口排队拉货的车龙始终在持续,甚至有陶企逆势扩大产能,以应对不断增长的市场需求。部分企业、部分渠道、部分产区,仍然保持着强劲的增长态势。

各大展会如期举行,不再受疫情影响。过去三年,太多的展会、论坛、活动,因为疫情而不得不反复延期、甚至取消。今年以来,各大专业展会全面恢复,并如期举行,虽称不上满血复活,却也让行业正常的交流、互动、走访恢复正常。接下来,会有更多的专业展会陆续登场,即便效果不尽如人意,但仍值得期待。

头部陶企新增绿色智能工厂。5月27日,简一广西生产基地投产,又一行业领先的绿色、智能生产基地展现在业内人士面前,这无疑也是行业低迷中的一大利好。过去几年,蒙娜丽莎、马可波罗、新明珠、东鹏等头部陶企都曾建成一个或多个代表行业先进

水平的绿色、智能生产基地,推动生产装备和工艺技术不断迈上新的台阶。受市场下行影响,从去年到今年,头部陶企在绿色、智能生产基地的投资有所放缓。如此逆境中,简一投资30亿建设9条高水准生产线,使业内人士看到了低迷中行业持续向新向上的强大力量。

房地产坏账出清,陶企丢掉包袱,轻装上阵。房地产的暴雷,对陶瓷行业的伤害是巨大的,许多老板辛辛苦苦几十年,一夜回到解放前。更有陶企因地产业暴雷而关门倒闭。好在经过一段时间的疗伤,陶企正从地产暴雷的坑中爬出来,虽然伤痕累累,却依然坚强无比。从几家上市陶企的年报中就可看出,头部陶企已对地产坏账一次性做了大比例计提,通过坏账出清,企业卸下包袱,轻装上阵。与此同时,陶企对工程业务普遍进行了大幅调整,将风控放到了相当重要的位置。

天鹅绒、肌肤釉、缎光釉等新

上面。甚至大板、岩板的规格创新,也成为企业生产实力的体现。今年以来,这样的创新已逐渐减少,代之而起的是在原来产品基础之上的持续迭代与进化,如天鹅绒、肌肤釉、缎光釉等,受到诸多企业的热捧。许多新产品都是在原来品类、工艺、技术之上的微创新,更注重质感、光感、触感等细节。与此同时,功能性瓷砖得到行业的普遍重视,如瓷砖的防滑性、耐磨性、绿色健康等。

整装渠道增势强劲,电商、直播带货火爆。虽然市场低迷,大部分陶企业绩出现负增长,但部分渠道却呈现出强劲的增长势头,最具代表性的便是工程业务大幅缩水的同时,整装渠道异军突起,许多企业,整装已成为近年来增长最快的新渠道。与此同时,以抖音、小红书为代表的电商和直播带货,同样异常火爆,一个网红、一场直播,其业绩往往比一家传统店面一年的业绩还要多。

这些细微的好消息汇聚在一起,也许就是行业未来发展的前行之路。

## 消费降级,内卷升级

■佛山 一言

当下的陶瓷行业,正面临着需求萎缩、消费降级、内卷升级的多重压力。需求萎缩,再好的砖,再便宜的砖,也少有人问津,订单直线下滑;消费降级,消费者只选对的,不选贵的,中低端产品更受消费者喜爱;内卷升级,即便是便宜砖、低档货,价格战也打得如火如荼。

过去,消费者愿意为品牌买单,为情怀买单,为新品买单,为面子买单,因此,大品牌推出的高端新品总能为厂商带来丰厚的利润。现在,消费者更关心价格,更追求产品的性价比。尤其是年轻一代的消费群体对待品牌的态度在悄然之间已发生了变化,消费升级带来的红利正慢慢消失,消费降级导致的利润摊薄却日益一日。消费者购买高端瓷砖的热情和欲望在逐渐消退,与此同时,年轻一代购房、装修、买砖的需求也在快速萎缩。

消费降级是经济下行的必然结果,根本的原因是消费者手里没钱了,并且对自身未来的收入持悲观态度。在这样的背景下,消费者开始变得更加谨慎、理性和务实,对性价比不高的品牌开始敬而远之,对网红产品变得小心翼翼,跟风消费和冲动消费概率降低,消费者以自身收入决定其消费水平。

年初,许多厂商把今年业绩增长和利润贡献的重点放在900×1800上,然而,几个月过去了,这一规格的市场占比依然不大且增长缓慢,消费者更青睐比其便宜的750×1500、甚至800×800,与此同时,炆质类、高吸水率的抛釉砖因价格便宜产能大增。

消费者对低品、低价产品热情上涨的同时,自然会压缩部分高端品牌和高价新品的市场空间。这种降低体验、降低品位、降低个性的消费行为,是消费者节省开支、精打细算的无奈选择。除非经济出现反弹,否则,消费降级

仍将持续。

产能过剩是行业内卷的根本原因,但需求萎缩和消费降级又进一步加剧了内卷的升级。一个行业,一个市场,发展到一定程度,就会停滞不前,在内部相互搏杀,出现资源的极度浪费。除非找到新的赛道、新的突破口,否则,行业只会越来越卷,直到一批批厂商被卷死,被淘汰出局,找到新的平衡点。

产能过剩的矛盾一日不缓解,行业内卷的步伐就一日不停歇。从去年到今年,陶企开窑率普遍不高,许多企业都有生产线闲置。对于那些开起来的窑炉,也不一定能够满负荷生产,随时面临着停窑的压力。为了维持产销平衡,不至于爆仓停窑,许多厂家微利、薄利,甚至无利都要做,只有最大程度让生产线运转起来,才能分摊相应的固定费用,才能不致于员工流失,供应链断裂。

内卷最突出的表现就是产品价格持续下跌,没有最低,只有更低,你不做,有人做。今年以来,各类瓷砖产品的销售价格持续下滑,尤其以抖音、直播为主的新型电商,由于价格透明,质量无保障,更进一步拉低了消费者对瓷砖价格的心理预期,迫使厂商不断地降价促销。

消费降级,消费者更愿意选择中低端的低价产品、成熟产品,经销商只好加大中低端产品的促销优惠,厂家被迫加大中低端产品的生产比例。从消费者到经销商,从陶瓷工厂到供应商,所有的环节都在削减费用,所有的交易都在死抠成本,压力层层传导,成本层层转移,最后的结果是整个行业都被挟裹进内卷的通道,谁卷得更快、更厉害,反而能够为自己赢得更多的生存机会。

此轮消费降级,是全社会、全方位的,越来越多的消费者选择不消费、少消费,甚至直接躺平。这是经济通缩、市场不景气造成的必然结果。

## 保交楼,陶企最后的红利

■佛山 若水

跌跌撞撞中,上半年已然结束。综观半年来的市场走势,先热后冷,震荡剧烈,行业依然困难重重。自5月份以来,市场出现断崖式下滑,不少陶企面临着3月点火6月停窑的巨大压力。

对于下半年的市场走势,许多人并不乐观。最根本的原因,是上半年土地出让、新开工项目和二手房交易等数据均大幅下滑,许多地方甚至出现了腰斩。而5月前之所以市场回暖向好,很大程度上来自于高压政策之下的保交楼,在一定程度上带动家居建材市场触底反弹,包括瓷砖市场出现了一波小高峰。

只是这波小高峰维持的时间太短,从3月到5月,短短百余天,市场便倏然掉头。

自2021年起,伴随着一大批房企的暴雷和躺平,许多地方出现了大量的烂尾楼,引发社会公众的高度关注和业主的强烈不满。在此情况下,2022年7月起,从中央到地方,连续出台了一系列保交楼、稳民生举措;2022年8月,国家推出2000亿的专项纾困基金,专门用于无法按时交付的楼盘;2022年11月,又推出救市三支箭,即信贷支持、债券融资支持、股权融资支持,允许房企融资。目的只有一个,盘活那些烂尾楼,确保业主能按时收楼。

据专业机构调查,截止今年3月,全国1114个保交楼项目,交付率为23%,到5月底,交付率达到34%,尤其是广东、广西、吉林,交付率超过50%。这些保交楼,在很大程度上为家居建材产品提供了巨大的市场蛋糕,这是瓷砖市场5月前回暖不可或缺的一大主因。

当然,我们也遗憾地看到,保交楼的速度并不理想,许多

城市,包括湖南、河南、浙江等省份,保交楼进展缓慢,有些区域还不足10%,甚至大量楼盘存在表演式复工。这样的交楼速度,反应在建材市场,就是不温不火,异常冷清,难以真正刺激陶市复苏。

据国家统计局发布,今年1-5月,全国房地产开发投资45701亿元,同比下降7.2%,其中住宅投资下降6.4%,住宅新开工面积下降22.7%。市场的修复与回暖遥遥无期。自5月起,刚刚有点起色的房地产再次入冬,直接裹挟陶瓷市场由热转冷。过去一年多时间,房价下跌、烂尾、断供,让许多购房者伤痕累累,血本无归,不买房、不贷款、不装修成了经济下行期年轻一代对待楼市的消费主流。

更令人悲观的是,不仅仅是房地产,就连热门的新能源、互联网、AI市场也陷入了低谷,中国经济正快速进入通缩通道,内需市场异常低迷,许多职场人面临着下岗、失业、降薪的危机,由此进一步加剧了房地产业的低迷。正因为如此,知名财经作家吴晓波日前发出“只有救楼市,才能救内需”的建议。他说:“提振当今十分低迷的国内需求,亟需找到一个大的投资和消费池子。环顾天下行业,动一下而活全局者,恐怕非房地产莫属。”但他的呼声却得到了诸多专家和媒体的普遍驳斥与批评。

内需不振,房市不举,陶市疲软。许多人都感受到了经济下行的严峻性,但却没有行之有效的应对举措,许多人都

在等待、观望、蛰伏,大多数人还在咬牙坚持,当然也有企业、商家撑不下去,最终倒在了市场的寒风当中。

煮青蛙。这样的状况长时间延续,会让许多企业、许多老板在一点一点耗尽多年积累的财富和资源的同时,对市场日渐失去信心,最终退出这个行业。

归根到底,建陶行业是一个与房地产业密切相关的行业。楼市兴,陶市旺;楼市败,陶市衰。在当前楼市持续下行、前景不明的情况下,建陶行业很难有大的机会,也不可能再回到过去大扩张、高增长的时代。越来越多的相

信,经过30多年的高速发展,房地产的黄金时代已经一去不复返。未来,住房成为白菜价,甚至成为负资产,不是没有可能。

从目前的形势看,保交楼的增幅并不明显,而且进度非常缓慢,不排除一些楼盘最终还是烂尾,但好在还有过半的保交楼盘正在路上。陶瓷市场的景气指数,虽有滞后,基本上仍然会延续楼市的成交轨迹。伴随着保交楼的边际效应,楼市带给瓷砖市场的红利同样会越来越小,而这,也许是楼市带给陶瓷市场最后的一波红利。

无论如何,上半年的陶市仍然可圈可点,尤其是高安、夹江、重庆等产区,甚至出现了产销两旺的喜人景象。下一波这样的市场高潮何时能来,目前还不得而知,但可以确定的是,下半年,陶瓷市场不容乐观,许多陶企都面临着减产停窑的巨大压力。

潮起又潮落,这本来就是世间万物的运行规律,陶瓷市场又怎能置身事外?!

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。投稿邮箱:29176020@qq.com

# 蒙娜丽莎荣获 2023 年度低碳榜样



蒙娜丽莎连续多年获年度低碳榜样

6月9日,由中国新闻社《中国新闻周刊》主办,生态环境部、北京市人民政府指导的第十四届“绿色发展 低碳生活”主旨论坛在京举办。蒙娜丽莎集团股份有限公司凭借引领行业绿色发展、节能

环保技术应用等突出贡献,获评行业内唯一“2023年度低碳榜样”。

作为“双碳”目标的践行者和推动者,蒙娜丽莎始终坚持绿色低碳发展战略,推动绿色技术在产品设计、生产环节的创新

及集成应用,探寻建陶行业高质量发展的绿色新动能。

近年来,蒙娜丽莎不断加快能源系统优化步伐,构建清洁低碳、安全高效的能源体系。

继全力推进天然气改造,启动氢动力系统,在物料搬运领域的应用,当前,蒙娜丽莎正逐步启动屋顶光伏发电、生物质可燃气代替水煤浆(煤粉)作为喷雾塔燃料以及窑炉烟气余热在喷雾塔的利用等项目。

通过研究绿色新型能源在建陶生产过程中应用,蒙娜丽莎不断优化用能结构,在新型能源应用的竞争中抢占先机,引领着行业绿色发展。

在蒙娜丽莎的数智化车间智能制造数字中心,每条生产线、每个工序的生产状况以及产量、质量、耗能、耗电、耗水等全生产过程数据均实时显示。

针对能源的高效利用,蒙娜丽莎搭建起了一套“分布式采集、集中式监管”的能源消耗监测网络。

数字技术的应用通过动态可视化监管,提升了生产设备利用率,降低生产过程能源消耗,有效提升生产效率,让生产过程“快”和“省”,让产品品质“优”和“稳”。

“环保治理,没有句号,只有逗号”,是蒙娜丽莎一以贯之的环保治理理念。

蒙娜丽莎不断升级废气、废水、固体废弃物的治理设施、技术,通过资源高效和循环利用,推进废弃物排放减量化和清洁生产,实现污染的低排放甚至零排放。

以“毫克”为单位执行严于国家/地方的环保内控标准同时,在行业内创新性地引入智慧环保平台,建成环保云中心,汇聚重点污染源自动监控实时的数据,整合生产制造与环保治理系统,实现环境管理与决策的精细化和智能化。

节能减排的理念,不仅停留在生产制造端,还贯穿于蒙娜丽莎的产品结构性调整。

依托十二大科研创新平台,蒙娜丽莎持续攻克陶瓷减薄技术,围绕材料绿色低碳化技术、新型功能化、高性能陶瓷材料研发、新型功能化陶瓷产品的应用技术研究等一系列研究,从陶瓷产品制造源头与性能功效实现节能降耗,创新绿色消费。

作为碳足迹和碳标签领跑典型企业,蒙娜丽莎将继续践行绿色低碳发展理念,通过调整能源结构体系,以数字技术和可持续技术推动实现碳中和、碳达峰,推动建设人与自然和谐共生的现代化。(企划中心 周淑敏)

## 蒙娜丽莎获“高质量发展领军企业”

6月19日,亚洲最大的陶瓷工业展在广州琶洲展馆开幕,当日下午,由中国陶瓷工业协会、陶瓷资讯、新之联等联合举办的2023中国陶瓷行业高质量发展大会同步举行,会上,主办单位表彰了一批陶瓷行业高质量发展的优秀企业和个人,其中蒙娜丽莎集团喜获“高质量发展领军企业”称号,集团

董事长萧华获得“陶瓷板功勋人物”称号,集团旗下美尔奇岩板荣获“陶瓷行业创新力品牌”。中国陶瓷工业协会副理事长吴越申亲自为获奖企业颁发了奖牌。

在传统制造业严重供大于求的当下,“高质量发展”成为近年来制造业转型升级的高频热词。那么,什么是“高质量发展”呢?不同的企业有不同的理解,蒙娜丽莎以“三美”质量管理模式为核心,走出了一条“艺术化、绿色化、智能化”的高质量发展之路,为行业实现高质量发展提供了一个可资借鉴的成功案例。

“环保治理,没有句号,只有逗号”是蒙娜丽莎一路贯彻的理念。2014年,蒙娜丽莎在行业内率先引入建筑陶瓷烟气一站式净化技术与装备1.0,为推动行业减污降碳起到绿色先锋模范作用。当前,蒙娜丽莎的烟气治理技术优化已覆盖佛山西樵、广东清远、广西藤县、江西高安四大基地,烟气净化技术已升级至5.0版,未来还会持续通过多项举措大力推进陶瓷烟气的超低排放,为行业内践行低碳环保发展发挥示范性作用,助力更多的陶瓷生产基地朝绿色低碳方向升级转型。

蒙娜丽莎不仅是绿色环保领军企业,同时也是广东省首批减污降碳的突出贡献企业,曾连续6年荣获佛山市(南海区)环保诚信企业称号,集团三个生产基地为国家级绿色工厂。此外,蒙娜丽莎还注重推动能源绿色低碳转型。2021年11月,蒙娜丽莎携手英飞腾共同启动国内首个氢能叉车应用整体解决方案,开启氢动力系统在物料搬运领域的商业化应用。

2021年,蒙娜丽莎结合“三美”质量管理模式,首创性地在生产制造环节引进数字技术,特高板数智化示范车间顺利建成投产。车间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,以及七层干燥窑、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。摒弃了传统陶瓷生产车间的有害气体和粉尘,实现生产全过程绿色化,整体生产环境干净、整洁。

创新引领,绿色发展。对于中国陶瓷行业而言,蒙娜丽莎不仅是高质量发展的先行者,更是高质量发展的领军者。此次获得一系列重量级荣誉,无疑是行业协会、社会各界对蒙娜丽莎成绩的一次高度认可。



萧华董事长获陶瓷板功勋人物

## 蒙娜丽莎纳入节能监察名单

6月6日,广东省能源局、广东省工业和信息化厅联合印发《2023年节能监察工作计划》,《计划》明确,由各市节能主管部门和各市工业和信息化主管部门对列入2023年国家专项工业节能监察任务的企业以及其他部分高耗能行业重点企业、列入2023年国家重点领域能效专项监察的数据中心、2021年以来本地区通过节能审查的项目、列入2023年国家绿色标杆企业的绿色工厂开展节能监察。其中,包括蒙娜丽莎集团股份有限公司在内的广东省内78家陶瓷企业被列入《工业节能监察企业名单》。

## 蒙娜丽莎获“陶瓷一线品牌”



6月29日,第十三届中国房地产与泛家居行业跨界峰会暨2023年度“建筑卫生陶瓷十大品牌榜”颁奖盛典在厦门举行。蒙娜丽莎凭借着强大的品牌影响力荣获“陶瓷一线品牌”。

被誉为“陶瓷行业百花奖”的“建筑卫生陶瓷十大品牌榜”由中国陶瓷网创办于2011年,是陶瓷经销商和消费者衡量品牌价值的重要榜单。据了解,该榜单主办方秉承着科学公正的评选规则,从品牌的影响力、生产力、产品力、原创力、设计力、内容力、运营力、创新力等多个维度对参评品牌进行综合评估。在历经初评(网络投票)和终评(网络投票+专家评审)两大环节的激烈角逐,蒙娜丽莎脱颖而出,荣获“陶瓷一线品牌”称号,这是行业内外对蒙娜丽莎的肯定,再次验证了蒙娜丽莎的品牌实力。(企划中心 梁思琪)

## 高安陶瓷取经蒙娜丽莎

6月5日,高安市人大常委会党组书记、副主任艾显峰率领高安市政府有关部门及中国建筑卫生陶瓷协会领导和部分陶瓷企业负责人一行十余人,到蒙娜丽莎集团总

部参观考察,了解蒙娜丽莎绿色化、数字化、智能化转型升级的成果和经验,探索高安市陶瓷产业转型升级“新路子”。

艾显峰副书记一行重点参观了蒙娜丽

莎环保云中心和特高板数智化示范工厂。

蒙娜丽莎投资5.8亿改造的数智化示范工厂,集结了全球尖端的陶瓷岩板智能制造设备,整线实现高度智能化,并建成数字化智造中心,将数字技术全面导入到生产全过程。三条生产线数控装备占有率超过90%,自动化水平达到90%,2022年8月被佛山市评定为“佛山市一级数字化智能化示范工厂”。

在蒙娜丽莎集团总裁萧标、董事张旗康、副总裁刘一军、广蒙基地总经理谢志军等人的陪同下,艾显峰一行深入了解蒙娜丽莎“建筑陶瓷与美学空间、资源能源和互联网+相融合”的微笑管理模式实践历程,并为蒙娜丽莎绿色低碳、数智制造的高质量发展探索成果点赞。

双方还就高安市陶瓷产业优化升级开展交流。艾显峰表示,蒙娜丽莎绿色化、数字化、智能化升级以及技术突破创新成果让人印象深刻,蒙娜丽莎的先进经验和佛山市、南海区地方政府支持企业数智化转型的举措,将为高安市探索陶瓷产业优化升级提供借鉴样本和思路。(企划中心 周淑敏)



集团领导陪同高安调研团参观数智化车间 区伟杰 摄

# 行业大咖对话,共谋岩板高质量发展



参加中国岩板高质量发展论坛的嘉宾合影留念

6月21日,中国陶瓷工业协会陶瓷幕墙与岩板分会理事大会暨2023“中国岩板高质量发展”高峰论坛在广州琶洲会展中心举行,逾百位行业大咖、专家学者共同探讨陶瓷幕墙与岩板产业发展新格局、新趋势,为行业高质量发展蓄势赋能。

中国陶瓷工业协会陶瓷幕墙与岩板分会新一届理事单位增至27家,理事单位增至56家。蒙娜丽莎集团股份有限公司董事长萧华连任理事长,蒙娜丽莎集团股份有限公司副总裁刘一军连任秘书长。

中国陶瓷工业协会常务副理事长吴越申指出,陶瓷幕墙与岩板产业实现高质量发展,一要顺应时代需求,在推进实现“双碳”重任的同时,引导行业实现更多创新突破;二要加强分析研判,发挥纽带作用,完善技术、标准、

产能、价格、市场、投资等信息服务,提升服务水平;三要加强技术研讨,拓展国际视野,以国际化思维走好开放发展之路。

随后,大会举行了2023“中国岩板高质量发展”高峰论坛,过百位行业大咖、专家学者深度对话,剖析陶瓷幕墙与岩板行业发展现状,瞭望行业高质量发展前景。

佛山市陶瓷行业协会秘书长尹虹博士、中国陶瓷工业协会陶瓷幕墙与岩板分会副理事长同继锋教授先后就岩板产业现状及未来发展方向作了主题演讲,并与现场专家学者一同从岩板设计研发、性能提升、能源结构改进、大数据应用等角度,解读目前岩板技术应用和发展最新趋势,分析行业面临的机遇与挑战,探问岩板产业高质量发展路径。

(周淑敏 黄玲艳)

## 集团举行院企共建活动

6月12日上午,蒙娜丽莎集团党支部与南海区第四人民医院党委(以下简称:四院党委),在蒙娜丽莎集团知行生活馆6楼知行厅,联合开展了一场主题为“党建引领促发展,院企共建护健康”的党建共建活动,活动以

“会议+讲座”的形式开展,旨在让双方党组织互相了解、增进交流、传授专业健康护理和养生知识。四院党委此次参加党建活动的党员代表有陈振华党委书记,陈生党委副书记、院长,杨秋生党委委员、副院长等,蒙娜丽莎

则有党总支邓啟棠书记、董事、副总裁,张旗康副书记、董事、董秘,还有萧礼标董事、总裁,双方党组织均“高规格”阵容参与此次活动,可见对本次活动的重视。

党建共建活动,先由双方党组织分别介绍支部情况和共建规划,其后,双方党组织书记分别对党组织共建提出工作指导方向及美好期望,在现场党员同志的见证下,四院党委下属的第六、第九、第十、第十二支部4个支部与蒙娜丽莎党支部签署共建协议,达成友好、和谐、密切的党建共建关系。

此次党建共建活动,四院党委送来了十分受欢迎的“健康讲座”,由四院党委第九支部书记、产科主任黄利川同志做题为“做自己的健康第一责任人”的健康主讲座,深受现场党员同志的喜爱,除了讲授健康养生知识外,现场还传授“开心八式”的健康操,为在职场打拼的党员同志,送去“健康秘笈”。

(蒙娜丽莎集团党总支)



参加党建共建建设活动的双方代表在蒙娜丽莎

## 集团举行岗位技能竞赛



参赛选手参加笔试

“比拼、呐喊、汗水、成功……”填满了不平凡的五月。以“创变、增效”为主线开展的蒙娜丽莎集团2023年岗位技能竞赛,在集团人力资源管理中心的主导下,动力设备部、物流公司及各车间大力配合下,整个赛程历时两周,涵盖6个项目,覆盖17个岗位,建立27个考核评估标准,总参与人次达到382人。

竞赛项目包括“明星班组长、潜力王铁人三项、卓尔不群司炉工、保驾护航长电工/机修、最牛叉车司机”。其中司炉工作为今年新增竞赛

项目的主要岗位,企业给予了高度的关注。本次司炉工竞赛通过对日常岗位的工作梳理及处理问题的经验进行书面考核,并结合砖形判断及换棒操作为实操考核,以此识别岗位人员的技能水平。明星班组长考核,本次围绕五星班组及日常管理办法进行笔试及管理案例沙盘演练进行。

经过激烈的角逐,竞赛活动共评选出40名在各个项目中名列前茅的技能人才。

(人力资源中心 黎晋)

## 集团参加西樵镇消防大比武

6月20日上午,蒙娜丽莎工会一行8人在樵山文化中心参加由南海区总工会、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的“制造业当家,高质量发展”——2023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,取得总分第36名的好成绩。

此次决赛共有79支队伍参赛,包括29支村居组队和50支企

业、机关后勤事业单位组队,其中,企业组的50支队伍经过激烈的初赛,从镇内146家企事业单位中脱颖而出进入决赛。本次比武企业、机关后勤事业单位组进行两人三盘水带连接、物资运输和75米着装灭火器灭火等三个项目的比拼。

各参赛队伍的名次根据线上知识竞赛得分、消防技能比武得

分、参观消防体验馆三个部分总分进行最终成绩排名。

比赛开始前,镇领导发表讲话并作赛前动员,消防队长进行严格的集队操练。此次活动旨在提高机关企事业单位从业人员整体消防技能和应急救援技能。

比赛随着“秒表归零……开始”口令的下达,蒙娜丽莎参赛队员根据比赛程序不甘落后,个个动作规范、操作迅速、奋勇争先。在比赛项目中,选手们一系列动作快速连贯,有条不紊,力争在最短的时间内完成。经过激烈角逐,最终取得总分第36名的好成绩,为数月来幕后的汗水和付出赢得了掌声!

此次消防技能比武过程贴近实战、以赛促训、以训促战,进一步扎实了实战技能,全面提升了消防技能战术水平,促进“比、学、赶、帮、超”练兵比武活动。通过此次消防大比武决赛,形成职工与企业、企业与社区的整体合力,守牢安全发展底线,构建平安南海!

(安全管理部 朱锦鹏)



消防比赛现场

## 集团举行安全生产知识竞赛

6月14日下午,集团在总部知行生活馆举行第八届安全生产知识竞赛,来自各部门、车间的14个参赛队进行了激烈角逐。

经过必答、抢答、风险题共三轮的激烈角逐,最终LNG气化站勇夺一等奖;环保管理

部、品质管理部获得二等奖;抛光车间、原料一车间、烧成一车间获得三等奖;技术研发部、动力设备部、仓储部、烧成二车间、烧成五车间、烧成六车间、烧成三车间、原料一车间获得鼓励奖。

(安全管理部 朱锦鹏)



获奖团队合影留念

# “蒙娜丽莎号”亚运主题航班首航



公司营销团队出席首航仪式 区伟杰 摄

6月25日,一架“满载”品牌元素的“蒙娜丽莎号”亚运主题航班于杭州萧山国际机场冲上云霄。蒙娜丽莎与浙江长龙航空有限公司跨界携手,向每一位乘客传递杭州亚运会与品牌的共同理念,为消费者打造探索美好生活的旅程。

本次启航的“蒙娜丽莎号”亚运主题航班,在机身上巧妙结合达芬奇创作的《蒙娜丽莎》画像和端庄飘逸的中国传统祥云图案,与蒙娜丽莎标志性品牌Logo主题色完美交融,打造出穿梭于万米高空的艺术范客机。

“蒙娜丽莎号”彩绘飞机,是本届杭州亚运会官方合作伙伴浙江长龙航空有限公司与蒙娜丽莎因亚运结缘,携手打造的亚运主题客机。

作为杭州亚运会官方独家供应商,蒙娜丽莎与长龙航空强强联手打造的“蒙娜丽莎号”亚运主题航班,将成为杭州亚运会的“空中信使”,通过不断丰富的航线飞抵更多城市,向乘客传

递杭州亚运会与品牌的共同理念。

目前,蒙娜丽莎在全球近100个国家和地区搭建超4000个专卖店和营销网点,以优质的一站式成品交付“微笑服务”和多种跨界营销方式,与全球消费者对话,探索生活的美好。

从高铁专列到主题航班,从陆地到高空,从“家”拓展到每一趟旅程,蒙娜丽莎以全方位、多角度的立体式传播矩阵以及标准化的营销推广服务,为全球消费者打造着更加美好的生活情境和体验。

与长龙航空开展品牌联动,蒙娜丽莎品牌理念、特色将进入更多乘客的视野,推动市场开拓,创造机遇。通过飞机内外的品牌标识、广告语以及杂志、广播等媒介,浙江地区及海内外消费者将进一步认识蒙娜丽莎,了解品牌文化。

随着“蒙娜丽莎号”亚运主题航班启航,蒙娜丽莎将与每一位乘客一同翱翔于蓝天白云,探索别样的精彩,与美好生活相遇。

(企划中心 周淑敏)

## 登陆“设计上海” 蒙娜丽莎探索潮流家居的星辰大海

6月8日-11日,一年一度的亚洲权威设计盛会“设计上海”于上海世博展览馆盛大开展,与公众共赴十年之约。“设计上海”不仅展示了国际上最高端的设计品牌和艺廊,更为亚洲最具影响力建筑师、设计师、房地产开发商、零售商和私人买家提供了一个独特的长期互动交流和交易的平台。

蒙娜丽莎瓷砖跨界联合《ELLE DECORATION 家居廊》以原创设计陶瓷大板“银河星辰”登陆“设计上海”,开启一段跨越数万光年,专属浩瀚宇宙之美的浪漫之旅,把“银河星辰”的神秘璀璨,照进现实空间。

银河星辰陶瓷大板墙面采集来自地表现泥土的自然啡色,融入流畅挥洒的浅白纹理呈现原始宇宙的美意,如星河般深邃静谧。搭配维托沙系列仿古砖地面自由、随性、舒适。家居建材与潮流单品在不被拘束的空间中实现灵感碰撞与理念融合引发对原创设计与生活的思考。

一个展位,一个家有限的空间,无

限的可能。蒙娜丽莎瓷砖,以对美好生活愿景的执着追求,用原创设计,探索着潮流家居的星辰大海,揭开高端定制生活的璀璨面纱。

“银河星辰”系列由蒙娜丽莎携手意大利 EGO DESIGN 设计公司原创研发设计的艺术杰作,通过大地色系的低饱和度和色彩和纵横交错的纹理,展现回归自然世界的质朴本心在不同风格、不同光影的空间中演绎高级时尚美学。

2023年,探寻最新设计理念和家居潮流的蒙娜丽莎“银河星辰”,以“高定”理念开发出更多的适配规格和更具个性的多种釉面为潮流家居提供优质材料。1600\*3200mm 更大规格,呈现更浩瀚的宇宙星辰,在开阔、高端的大型场所中尽情装点品位高尚的空间秀。

全系列共四种,为大、中、小户型以及不同应用区域设计匹配的规格,让意大利原创设计产品融入各类空间。在胶水干粒肌理面、干粒柔抛面、模具面三种釉面效果基础上,新增柔光面效果,



“设计上海”展的星辰大海

为现代生活带来温暖和惬意,营造和谐舒适的人居空间。

展会现场,海内外知名设计师、行业先锋、媒体伙伴及设计爱好者与“银河星辰”系列产品近距离接触。具有唯一性的原创设计花色,在更柔和的光泽映衬下,流露出更低调、更内敛的优雅气质。全新规格、全新釉面质感打造产品设计、工艺、应用的全新高定体验缔造一种潮流的生活方式表达一种个性的生活态度。

## 天津石家庄太原三城直播联动告捷



石家庄站



太原站



天津站

直播营销已成为移动网络时代家居行业线上营销的新常态。据统计,目前行业在线上的引流触点占销售的占比影响逐步加大,越来越多的品牌加入线上营销阵营。

为加快数字化转型,适应网络时代的市场变化,打造蒙娜丽莎线上直播的创新营销渠道和平台,本月初,蒙娜丽莎集团智能家居市场部创新营销小组前往市场终端门店,推进开展了多场天津、石家庄、太原三城联动直播活动。

和以往不同的是,除在总部展厅进行直播外,本次直播联动活动由总部策划、组织并牵头,走进终端一线门店,把人员和设备都带到终端,充分利用终端门店展厅,通过真实、全景的场景实现一对一帮扶。本次

直播,利用具有强大粉丝基础的官方直播平台——蒙娜丽莎会员之家视频号,结合各场次的本地化直播政策进行开播,实现多触点、多渠道的线上引流。

据统计,本次直播联动观看人数约六千人,观看次数达一万多次,线上下定特权金总单数521单。

各场次通过小额特权定金吸引用户线上下单进而引流到线下门店进行促单转化,为蒙娜丽莎瓷砖品牌6月阶段性销量带来可观的增长,更进一步的提高了品牌在区域深耕方面的知名度和美誉度。

活动结束后,公司直播团队通过直播平台后台数据大屏展示进行了全面而有效的复盘分析,详细分析出每一场次的引

流数据和成交情况,深入了解到各场次区域的热销产品与规格,剖析市场态势与消费者画像,为当地区域门店提供了更为精准的产品销售建议。

本次走进终端一线门店的直播联动活动告捷,标志着蒙娜丽莎直播体系的搭建又迈向了一个新台阶,为后期直播常态化的新营销生态夯实了根基。

相信在不久的将来,蒙娜丽莎品牌能够通过探索更多有效有趣的直播形式,撬动公域流量,把流量转化成门店“留”量,拓展更多的引流触点为门店带来销量和业绩的提升,将更多优质产品通过直播平台带给广大消费者。

(智能家居市场部 谭雄杰)

## 为客户赋能,为市场谋新

炎热的6月,并不能阻挡蒙娜丽莎人学习进步的热情,从四川攀枝花、达州、广安、合江到宜宾,由智能家居市场部辅材推广组人员,协同智能家居川甘区业务经理,到达客户门店,通过理论培训+实操展示的方式,为终端门店的经销商老板、店长导购以及合作的工长师傅,进行蒙娜丽莎瓷砖密缝铺贴系统的详细解读。

密缝铺贴不是一个营销模式,而是从产品到辅材再到施工的整套高标准服务体系。首先从瓷砖/陶瓷大板的本身出发,严控其平整度、边直度以及吸水率的标准,确保产品具备高平整度、纹理连纹、花色美观的特点;再到对应到产品规格适配的铺贴辅材,需要满足低收缩、高粘贴、降空鼓的特性;最后才是标准化的找平、淋浆、刮胶、调平、填缝等一系列施工工艺。因此蒙娜丽莎的密缝铺贴是完善的铺贴服务体系,而非市场上其他竞品的单独把砖贴成密缝。

从第一站攀枝花开始,经销商客户以及店长导购就对密缝铺贴表现出浓厚的兴趣,“现在市场上瓷砖产品的价格竞争非常激烈,单纯依靠瓷砖销售慢慢会被市场淘汰,我们是十几年的老经销商了,但是也要根据市场格局的新变化改变自己的思路,接受新的东西,做密缝铺贴、做成品交付,都是能帮助我们在门店把品牌做高端,把单值做大的新思路,我们愿意去学习和实践。”

蒙娜丽莎密缝铺贴的三大要求:  
好砖才能做密缝(平整度 $\leq 0.2\text{mm}$ ,国标 $\leq 2.0\text{mm}$ ;边直角 $\leq 0.1\text{mm}$ ,国标 $\leq 1.5\text{mm}$ ;边长尺寸偏差 $\leq 0.25\text{mm}$ ,国标 $\leq 2.0\text{mm}$ ;吸水率 $\leq 0.03$ ,国标 $\leq 0.5$ )。

好辅材才能配好砖进行密缝铺贴(普通瓷砖胶收缩率0.15%,蒙娜丽莎密贴专用瓷砖胶0.07%;并添加抗裂纤维素,防止瓷砖后期开裂降低空鼓率)。

好工艺才能呈现密缝效果(地面厚浆、薄浆,墙面厚浆、薄浆,地暖、砖上贴砖六大标准化工艺,达成密缝铺贴连纹延伸、浑然一体、超越石材的装饰效果)。

为客户赋能,为市场谋新,辅材产品的推广销售是为了让终端经销商更多具备交付能力,将单一客单值提高的同时,把品牌的高端服务更好地带给终端消费者,为蒙娜丽莎品牌带来更好的美誉度!(智能家居市场部 占振)



密缝铺贴培训现场

# 连纹艺术,大美天成

美,自然连贯永恒。无论是蜿蜒曲折的河流,还是绵延不绝的山脉,神秘莫测的天然纹理,一览无垠的山川湖海总是让人迷恋与向往。把自然界这种无限延伸的视觉艺术注入空间,成为瓷砖纹理设计的重要主题之一,而这也促成了连纹设计的流行。无论是单片任意连纹,亦或是多片组合连纹,通过巧妙的连续纹理设计,增强空间的整体感同时,为空间带来无限延伸的律动感。

瓷砖的连纹设计,可以是各种各样的形式,例如木材上的木纹、大理石上的大理石纹、金属上的连续斑纹,亦或是自然山水的复刻、艺术画作的连续拼接。其中,大理石纹的连续设计尤为受人们喜欢。

一直以来,历经亿万年沉淀的大理石,以其千变万化的瑰丽色彩纹理、温润的质感和奢华的格调成为家装领域里的宠儿。而在石材界中,对于大理石纹的连纹“二次创造”更是将大理石的价值翻倍,让石材纹理走向得到更好地延续、无限的延伸,形成强烈的视觉冲击感而深受高端场所和设计师所喜爱。但由于其连纹石材稀缺性、加工难度大、加工成本高,从而使得连纹大理石造价高昂,让很多人望而却步。而瓷砖大理石纹的连纹设计让这种自然的美得到完美的展现,演绎高端装修的极致美学。

近年来,蒙娜丽莎从连绵不绝的自然美景中汲取灵感,先后推出数十款连纹产品,涵盖组合定点连纹、自然断续连纹到无限随机连纹等产品系列,拥有750×1500mm、900×1800mm、800×2400mm、900×2600mm、1200×2400mm等多种尺寸规格,可实现墙面、地面、家具定制等多种应用空间,突破单片产品规格局限,

将品质和体验推向新的维度,创造空间无界大美。蒙娜丽莎连纹系列产品的核心特点,在于多片陶瓷大板连续纹理设计和组合,通过线条和色彩的大面积延伸,对空间的视觉格局和美学质感进行进一步的拓展,让大自然的大美视界更连贯、更完美地呈现在现代人居生活当中。

蒙娜丽莎连纹背景系列,以山川石海为创意设计灵感,创新研发出契合新一代领潮者思想高度与精神境界的“高阶潮品”,将水天一色之景、“四海潮生”之情尽收收藏。其定制连纹设计尺寸为3200×2400×9mm、2400×2400×9mm、3600×2400×5.5mm等多种组合尺寸可供选择,其单片尺寸为800×2400×9mm、1200×2400×5.5mm,由三合一或四合一组成的定制连纹,可保证大幅画面一体呈现,空间视觉艺术效果浑然天成。在2021年,蒙娜丽莎对连纹背景系列进行设计美学再升级,打造出A-B-C-A左右相连的设计效果,实现陶瓷大板背景墙左右无限连纹的应用。2023年,蒙娜丽莎更是针对高端应用推出900×2600×9mm奢石岩板系列,以自然与艺术、文化的创意融合,创造出独一无二的人文艺术之美。

蒙娜丽莎无限随机连纹系列,拥有750×1500×10.5mm、900×1800×10.5mm两种尺寸,以大理石为创意设计灵感,创造出自然流畅的大纹理和细纹理,以任意拼接连纹设计,实现上下左右随意组合。不局限瓷砖尺寸、不局限应用空间、不局限铺贴方式,纹理均能自然衔接。任意铺贴,无限连纹,空间视觉始终连贯统一,无限延伸空间深度与广度,构建无穷大想象,打造空间大视野,诠释个性生活美学。

蒙娜丽莎功能性大连纹系列,



大规格、大面积、大连纹,增强空间的整体感

是蒙娜丽莎2023年连纹系列产品的升级款,以科技传承自然的方式,实现产品性能、美感、质感、功能的全新突破。

在设计上突破常规碎花纹理,将天地无垠、无限延伸的大连纹视觉注入瓷砖设计中,拓展空间的视觉格局与美学质感,以一石六面、单片规格为900×1800mm的陶瓷大板定点组合成2700×3600mm大版面的石材纹理设计效果,并以不同排列组合方式,实现组合纹理的无限延展,用特有的形式阐述着大气磅礴与内涵兼具之美,打造出浑然一体的空间感。其大气的大理石纹理带来富有冲击力的视觉观感,在大空间及独栋别墅、酒店会所中应用有着相当出色的装饰效果。

与此同时,该系列在设计美

的基础上赋予产品功能美,采用独有止滑高新技术,在实现表面质感平整细腻下,干、湿两种地面情境中,依然拥有高止滑性能优势,在行业掀起集颜值与功能性于一体的空间美学潮流。

蒙娜丽莎连纹系列产品花色纹理丰富、规格齐全,除了满足消费者的美学要求,更是在功能性和应用上深入研究。2022年,随着蒙娜丽莎密缝系统的推进,蒙娜丽莎的连纹系列产品在极致美学上再向前迈进。蒙娜丽莎密缝铺贴系统,从瓷砖生产工艺、铺贴工艺、服务系统等全方位升维,实现砖与砖之间的铺贴缝隙小于0.5mm,呈现“砖缝如发丝”的极致视觉感受,彰显产品整体感和纹路连贯感,大大提升了瓷砖的整体装饰美感,赋予了连纹产品

更优雅、精致的美学价值。目前,蒙娜丽莎大部分连纹产品已实现密缝铺贴技术,打造出浑然天成的整体美、自然流畅的线性美、连绵不绝的自然美,实现更极致的空间美学效果,满足高品质的大平层、别墅、星级酒店、高档会所等装修需求。

蒙娜丽莎连纹设计+密缝铺贴,可以说将瓷砖美学推向另一个高潮,通过国际化的创意设计源自自然而又超越自然的纹理美学、以科技支撑的密缝系统,实现产品纹理的自然拼接,实现空间延伸的效果,再加上多重工艺叠加应用,对肌理、质感、功能等维度上赋予产品细节、层次感与生命力,为居室带来更大的想象空间,赋能高端品质生活。

(企划中心 梁思琪)

## 蒙娜丽莎瓷砖多诺米蒂抗菌木纹系列

# 为年轻而生的健康科技

近几年,随着当代年轻消费群体的崛起,家居空间设计需求逐步走向个性化时代,健康、颜值、品质、细节成为当下家居设计的主要标准。洞察当代消费需求,蒙娜丽莎瓷砖致力为美好生活赋能,在颜值即正义的基础上,将品质与功效完美融合。引进意大利设计理念,经过无数次配方研究,反复试验与多次调研,推出集功能、颜值、品质三大特点的年度新品——200×1200mm多诺米蒂抗菌木纹系列瓷砖,让瓷砖不仅仅是从设计维度上赋予空间美好向往,更在健康的维度上赋予瓷砖功能性,让美好的体验由外到内,迎合消费升级。

### 技术革新,健康呵护

2023年,蒙娜丽莎瓷砖提出美好家的概念,开创了高端功能功能性瓷砖产品品类,通过加入抗菌、高止滑、高耐磨等创新技术,以科技实力帮助消费者建立起健康的生活方式,提供健康家居解决方案。

作为健康一大隐形杀手,细菌无处不在。在我们呼吸的空气中,有超过1800种细菌。从室外沾染到鞋子上的细菌,90%都会被带进家里来。如果家中有幼童喜欢在地上爬,手指摸完地面沾染上细菌,

用脏手揉眼睛或放到嘴里吮吸,可能会造成胃部、眼部和肺部感染。另外,床底下、柜子后的缝隙以及厨卫的墙角,都容易藏污纳垢,滋生细菌。卧室的地毯,更是细菌最多的地方,每平方米有140个菌落。通过除菌剂杀灭细菌,的确能在一定程度上改善家里的环境质量,但这还远远不够。那些触及不到的隐秘角落,其实可以考虑从瓷砖的选用去解决。

针对引起感染较多的致病菌大肠杆菌与金黄色葡萄球菌,蒙娜丽莎瓷砖200×1200mm多诺米蒂抗菌木纹系列,采用复合型抗菌技术,通过坯体添加稀土金属与陶瓷坯体、釉层中铁钛等过渡金属元素相互作用,催化空气中的水分产生大量的强氧化性羟基自由基并向外扩散,实现非接触式杀菌作用。与此同时,在产品表面运用抗菌蜡材料,通过表面的磷酸锆-银/稀土金属离子结构与细菌内部有机物大分子反应使得细菌失活,实现接触式杀菌。最终,在非接触及接触式协同杀菌作用下,实现从坯体到表面长效稳定的抗菌性能。

200×1200mm多诺米蒂抗菌木纹系列,是蒙娜丽莎研发团队历经上千次小试、中试、大试而成,解

决了传统抗菌材料需要光催化才能促发抗菌效果,以及抗菌效果局限在表面、抗菌效果不稳定等行业难题,让我们的健康防线更加坚固稳定。经权威机构检测,蒙娜丽莎瓷砖200×1200mm多诺米蒂抗菌木纹产品达到食品级安全等级,符合JC/T897-2014《抗菌陶瓷制品抗菌性能》以及获得德国莱茵TUV认证,对大肠杆菌和金黄色葡萄球菌的抗菌率均达到99.9%以上,抗菌持久性超过99.9%。

### 设计加持,时尚居宅

在轻奢风、侘寂风、极简风流行的当下,“原木风”也在悄悄成为了一部分消费者的心头之爱。它以温润、自然、原始的木质感,带给人轻松、舒适、无拘无束的享受,营造温馨的生活氛围。

契合当下消费升级带来的审美跃迁,专注打造年轻人喜爱的潮流木纹产品,蒙娜丽莎瓷砖200×1200mm多诺米蒂抗菌木纹系列创新设计与国际趋势同步,以现代技术为媒介,最大限度地保留了原木木材的原始色彩和质感,成就瓷砖表面的自然纹理和素雅质感,并采用一木多面的设计方式,面面不同,突破空间一成不变的机械感,



抗菌木纹砖,让家更健康

从美学基础去诠释年轻人所喜爱的现代简约格调。与此同时,通过高清喷墨设备叠加高清触觉结构设计,施以特殊釉料,呈现了木纹轻微的凹凸感,以及润滑的触感,使产品在兼顾功能的同时,形成多层次的美感。

原木肌理的自然,只为发现本质的美,摩登橡木、拉丁美橡、维尼桐木、挪威河畔、格林胡桃等木纹产品,以精致的纹理,自然细腻的线条,刚柔兼济,恰到好处的色调呈现出一种原始却蕴含细腻的高级质感。满眼的自然木纹在淡淡的色调下,暖与冷实现了完美的平衡,多一分太艳,少一分生

冷,予以人宁静、安然的舒适感受,在营造轻奢、现代、简约、北欧、侘寂、极简、纳维亚等风格上具有出色的表现力。

衡量产品功能美的审美依据主要是高效协调和舒适美观。每一处,安心触,蒙娜丽莎瓷砖200×1200mm多诺米蒂抗菌木纹系列创新定义高颜健康美学五大维度,从设计、色彩、质感、功能、空间切入,全方位解构高颜健康的内核,做到每一处设计细节都更加贴合美学要求,以硬核的高新技术实现产品抗菌功能,为消费者定制独一无二的高颜健康家居。

(企划中心 梁思琪)

# 美尔奇岩板获“陶瓷行业创新力品牌”



6月19日,2023中国陶卫行业高质量发展大会在2023广州陶瓷工业展现场盛大举行。会上,主办方进行了高质量发展企业榜

单发布环节,蒙娜丽莎集团旗下美尔奇岩板凭借强大的品牌实力、产品创新能力以及行业影响力,斩获“陶瓷行业创新力品牌”

奖项。  
**自主研发 创新智造**  
消费者对家装的审美需求日新月异,面对变幻莫测的市场动向,通

过自主研发创新打造产品差异化,是当下的发展趋势。

作为蒙娜丽莎集团旗下的专业岩板品牌,美尔奇岩板专注于岩板家居的创新与应用,为高端客户提供空间整体解决方案。美尔奇岩板紧抓潮流趋势的变化,迎合消费者的需求,不断推出新品牢牢把握家装市场潮流的话语权。

依靠蒙娜丽莎集团研究院、国家认定企业技术中心等九大科研创新平台,以及绿屋建科运营的中国陶瓷薄板应用技术中心等五大应用技术平台,美尔奇岩板坚持岩板的前瞻性创新技术研发。

目前,美尔奇岩板拥有6个涉及薄板/岩板应用技术开发的技术平台,主编/参编十余项国家级和省级标准,获得96项国家专利,具备建筑装修装饰“双甲双壹”资质,使岩板的应用领域拓展到建筑、定制家居、成品家具、门墙一体等各个领域。

**全案交付 臻享服务**  
美尔奇岩板深知,做好保障,从实际出发,实实在在将帮扶落实在每个服务细节上,才能为终端的运营发展打下良好基础。

美尔奇岩板以自研陶瓷板材施工应用技术专利为核心,通过标准化、模块化流程,以专精、专业、创

新,为客户创造价值,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。

此外,美尔奇岩板针对不同场景,提供不同的空间应用方案,展现岩板在泛家居领域的智慧应用,为岩板寻找更大、更广阔的市场应用进行了探索和尝试,为打造人、空间、陶瓷和谐互融的美学空间提供更多演绎的方式。

## 共赴蓝海 未来可期

美尔奇作为蒙娜丽莎集团倾力打造的潮奢岩板品牌,在集团品牌战略部署中肩负着举足轻重的使命,拥有强大的信誉背书和抗风险能力,能为合作伙伴提供充沛的资源与动能保障。

美尔奇在定制家居、成品家具领域深耕厚植,与欧派、皮阿诺、联邦家私、林氏家居等数十家泛家居企业达成深度合作,产品广泛应用于餐桌、中岛台、橱柜、电视柜、浴室柜等高端家居定制领域。凭借花色丰富、健康环保、加工性强等优势,美尔奇赢得众多合作伙伴的认可。

美尔奇向全国有实力、有品位、有志于进入岩板领域的经销商和创业者抛出橄榄枝,诚募城市合伙人,开创财富新赛道!

(绿屋市场部 臧斯祺)

## 美尔奇推出六款哑光面新品



哑光面新品应用场景——法雅白



哑光面新品应用场景——亚斯灰

心灵,诠释一种新的有温度的艺术生活。

**黎明灰:** 灰色素来都是各种颜色里最百搭和兼容性最强的颜色,不同色度的灰色给人的感觉各有特色。这款黎明灰展现出纯净柔润的气质,完美地诠释了极简优雅的韵味,宁静祥和的氛围感沉稳大气,使人心灵自然舒畅、坦率松弛。

**黎明浅灰:** 黎明浅灰自然意境更为突出,气质经典但不显沉闷,能够打造一个理性的舒适空间。以浪漫儒雅的高级灰色泽为基调,带着如高山深处神秘感的高级气质。

**黎明深灰:** 一种近乎素色的美态油然而生,满足用户们打造舒适基调的需求,美尔奇岩板新品黎明深灰能为软装搭配留下足够的想象,是空间中的最佳配角。美尔奇岩板于意境中捕获稍纵即逝的潮流,以岩板打造极致空间美学。

**亚斯灰:** 沉稳的基调,张弛有度的肌理,为空间带来一种优雅又神秘的深邃感。美尔奇岩板新品亚斯灰以柔和润亮光泽,展现高级臻贵质感,营造通透大气的空间氛围。

素是简洁,是本真,是舒适,自然质朴的光影视觉,内敛而不张扬,缓缓叙述历经沧桑与时间的洗礼。在朴实无华的境界里,带来超越了时间的韵味。

所有质感的生活,都源于对生活的认真。本次600×1200mm哑光面新品是美尔奇岩板又一诚意力作,聚焦素雅质感空间,引领质感生活新潮流。  
(绿屋市场部 臧斯祺)

美尔奇岩板深谙当代消费者对理想人居空间的渴求,从产品单维度到空间多维度的质感生活升华,每一款产品都是对应新消费层级不同的生活、风格的追求去研发投产,承载的是每一代人心目中的潮奢。

2023夏季伊始,美尔奇岩板特推出六款600×1200mm哑光面新品,通过原创设计实现居住与自然、艺术与人文的完美融合,为美好生活构筑完美基底,

满足居者对心目中家的期待。

**法雅白:** 法雅白的配色细腻无比,给色彩做减法,给质感做加法,充盈着和谐的韵律,给设计搭配带来无限可能。低调不张扬的法雅白将自然美感的纹理融入岩板中,没有强烈的视觉张力,却充满精致舒适的高级感。

**法雅米黄:** 淡雅而温暖的黄色,高端而舒服的质感,法雅米黄流露出的美是一种心灵上的触动,在细节的深处打动着我们的

## 美尔奇潮奢馆 开启全“岩”美学新体验

美尔奇潮奢馆坐落于中国陶瓷薄板应用技术中心内,由广东绿屋建筑科技工程有限公司主导规划设计、承建、运营。美尔奇潮奢馆对外运营,这是继2017年由中国建筑标准设计研究院作为总承包单位,经中国陶瓷工业协会授权批复的中国陶瓷薄板应用技术中心落成以来,蒙娜丽莎集团 & 绿屋建科为了顺应岩板/陶瓷板材应用发展态势,加速岩板市场布局的又一重大措施。

“美尔奇潮奢馆”设立展厅大堂、品牌形象店、灵感中心、社交中心、选材中心、岩板文化展示区、成品交付展示区、建筑工程装饰展示区、直播基地、多功能会议厅等展示空间。美尔奇潮奢馆以年轻态消费的表现力为核心,无所畏惧的颠覆精神为依托,用解构与重构的手法,将潮与奢文化相融。相生而成的主流主张,智能、美学、时尚、个性、舒适等元素融合在材质与设计,充分表现美尔奇个性化和品质化的特征。

### 展厅大堂

来到美尔奇潮奢馆的大堂区域,首先映入眼帘的是科技感与艺术感满满的“流水”景观。源源不断的火苗映照水流的背景墙造型,两侧有很多叶片片状的造型装饰,看起来非常别致。这些叶片装饰采用美尔奇岩板制作而成,美尔奇岩板不仅可以方方正正,也可以通过切割加工成各种形状,能很好地体现一些巨型设计,它的加工性能也特别好,良品率接近100%。我们都知道水是万物之源,在西方文化中,水孕育了人类文明,水象征着生命;在中国古代,水以润物无声,包容一切

的特性受到很多文人的推崇;在广府文化中,水还代表财富,猪笼入水、家肥屋润都有着美好的寓意。所以,美尔奇潮奢馆这个标志性的流水装置既是展厅设计不可或缺的一部分,也代表着美尔奇对各位来宾的美好祝愿。

### 文化区

美尔奇是蒙娜丽莎集团旗下潮奢岩板品牌,我们致力于为用户提供高品质的岩板和岩板家居产品。“潮奢”是美尔奇的品牌风格和基调,而“岩定”是美尔奇生活方式的表达。我们通过强大的产品矩阵和新潮的终端门店,把岩板整体空间的沉浸式体验带给消费者,传达“唤起每个人心中的潮奢”的理念。美尔奇围绕“潮奢岩板”的品牌定位,不断深化品牌核心竞争力,为用户提供高品质的岩板产品和服务,让每一个中国家庭拥有更高品质的居家生活体验。

蒙娜丽莎集团是建陶行业第一家A股上市的建陶企业,实力毋庸置疑,也是中国质量奖提名奖、广东省质量奖、佛山市质量奖的获得者。绿屋建科是蒙娜丽莎集团的全资子公司,始终不断深耕板材/技术和进行自主知识产权创新工作,荣获广东省知识产权示范企业、科技创新单位、全国房地产技术应用核心竞争力十强供应商等殊荣。美尔奇作为蒙娜丽莎旗下三大核心品牌之一,凭借强大的品牌实力和过硬的产品品质,荣获第九届中意设计大赛岩板金奖、岩板影响力品牌、金岩奖·技术创新岩板品牌等殊荣,得到了消费者和社会各界的肯定和认可。  
(下转 08版)

(上接 07 版)

# 美尔奇潮奢馆, 开启全“岩”美学新体验



美尔奇品牌总部



美尔奇潮奢馆大堂—水泽万物, 海纳百川



多功能会议厅



选材中心



社交中心



品牌形象店—西厨区



品牌形象店—餐厅



品牌形象店—化妆间



品牌形象店—卫浴空间

## 社交中心

社交中心设计成一个弧形的剧场式空间,除了下方的桌椅可以坐人,上面的多层阶梯也可以随意就坐。弧形的阶梯采用岩板材料以及先进的热弯加工技术,把平直的岩板做成弯曲度很高的造型。一旁的休闲水吧也用了热弯岩板做成的柱子。

社交中心作为一个休息、洽谈的区域,方便与客户、消费者沟通交流。旁边的休闲水吧可以点咖啡、茶饮等饮品,成为一个消解距离的场所,坐下来喝杯咖啡,客户也容易静下心来感受所处的空间和环境。当有需要的时候,这里就是一个会场,可以举行一些设计沙龙、讲座、私享会、会议等活动,弧形的设计正好能把所有人的目光聚焦到这边的智慧云屏上,方便主持人和嘉宾介绍、展示。

## VIP 接待室

VIP 接待室是专为贵宾准备的。一个比较私密的空间,装修也更为考究,地面用的是美尔奇“芭莎”系列—印尼棕木岩板,搭配高档酒柜,配上柔软雅致的高级沙发。旁边的吧台,视野开阔,安静舒适。贵宾可以倒上一瓶蒙娜丽莎红酒,点上一支雪茄,愉快地洽谈,高贵的享受。

## 选材中心

选材中心采用了长廊式的设计,视野非常开阔,所有的产品都一览无遗。客户和消费者就像来到一个画廊,可以尽情挑选自己喜欢的产品,无论装修是什么风格,想找什么色系、光感、功能的产品,无论是大理石、花岗石、砂岩,还是木纹、布纹、玉石等花色,逛一圈都能找到喜欢的产品。

选材中心产品按照规格和系列进行布置,从入口开始分别是美尔奇的五大精品岩板系列:智族系列、潮奢系列、芭莎系列、风尚系列、米娜系列。这五大系列产品覆盖了建陶行业先进的工艺技术,以及各种不同的规格和厚度,比如750×1500mm、900×1800mm、1200×

2400mm、900 ×2600mm、1600 ×3200mm 等,厚度有 12mm、10mm、9mm、5.5mm 等,最薄的是 3.3mm,能够满足各类家装、定制、商业空间的不同应用。

美尔奇产品传承了蒙娜丽莎的优秀基因,融入了国际化的设计和智造理念。蒙娜丽莎集团 4 大智能化生产基地,9 条岩板生产线都是美尔奇岩板的强大后盾,集团优质资源保证了美尔奇岩板的硬核品质以及产品的创新性、独特性。

## 灵感中心

灵感中心设置了美尔奇岩板大家居智慧门店体验系统,客户可以体验每一款美尔奇岩板在虚拟的 3D 场景中的应用效果,一键切换岩板,实时渲染,“0”秒等待。而酷家乐平台 3D 场景还可以根据客户的真实户型实时建构模型,想要什么风格就换什么风格,真正的“所思即所见,所见即所得”,这就是智慧化家居空间带来的极致体验。

而灵感中心的超大岩板桌,客户走累了可以休息找找灵感。岩板桌采用的是美尔奇的一款新品“硕果累累”,它的表面纹理设计非常大胆,一看到马上就被它吸引。墙面用的刚好是黑、白两个色系产品,形成了非常鲜明的对比。黑白纹理相互映照,整个空间充满了神秘感和高级感。

## 品牌形象店

美尔奇品牌形象店区域,是整个美尔奇潮奢馆最核心的区域,也是最能体现美尔奇“潮奢”格调的地方。美尔奇一直以打造更符合用户审美的专属空间为目标,在产品方面美尔奇把质感作为创新研发的重点,在产品中融入了很多先进的技术和工艺,比如干粒抛、模具效果、柔肤面等等。在空间方面,美尔奇围绕“潮奢”的差异化品牌战略,通过现代化的空间设计,重新把人和家连接在一起,用独特的岩板产品为空间带来更多艺术、文化、时尚的附加价值,为新时代精英阶层创造了一种全新的生活方式。

美尔奇岩板除了可以满足基本的铺地上墙,还可以跨界应用到全屋定制、成品家具、高定应用等领域,比如厨房台面、橱柜、衣柜面板、茶几、餐桌、电视柜、卫浴柜等等,甚至冰箱、空调面板也可以使用。全屋岩板应用可以让整个家保持一致的设计风格,家的质感也会因此提升一个层次。品牌形象店打造了一个全岩定制的家,一个未来生活方式的体验馆。在这个空间看到的大部分家居用品,都用到了美尔奇岩板:电视柜和背景墙用的就是我们的碧海蓝天岩板;打开橱柜门也是用岩板做的,采用美尔奇 3.3mm 岩板。3mm 高强韧超薄岩板很薄,但物理性能完全不打折扣,硬度高、耐磨花、抗菌抑菌,能充分满足家庭各种日常使用场景,长期使用不会轻易损坏。甚至岩板已经可以和微波炉、烤箱、冰箱一起集成到橱柜上,整个橱柜显得非常统一,整个空间也变得非常简洁和漂亮。

品牌形象店部分空间是和艺华士、欧派等合作伙伴共同打造的。美尔奇作为岩板领域的开拓者,在定制家居、成品家具领域深耕厚植,赢得了众多合作伙伴的认可,我们与欧派、皮阿诺、联邦家私、林氏木业等 20 多家泛家居企业都有深度合作。

岩板台面应用不只好看,它还耐刀刮、耐火烧、耐油污,可以直接在上面制作料理,比如做沙拉、烤牛排、斩排骨等都没有问题,用完后只要用抹布一擦就干干净净,非常好打理。美尔奇岩板有这么优异的品质,原因就在于美尔奇岩板产品都来自于蒙娜丽莎的绿色工厂,都是经过进口的万吨压机压制,经 1200℃ 以上高温慢烧而成,它的莫氏硬度接近 5 级,生产过程中还结合了多项先进技术,造就了不输于天然石材的质感和品质,十分硬核。

品牌形象店还根据用户需求打造了多个不同风格、功能的空间,居家办公的书房、女性化妆间、

干湿分离的盥洗室……墙上的瓷艺画也是岩板做的,很多公共空间比如地铁站、纪念馆都有用了蒙娜丽莎的瓷艺画,像北京地铁、成都地铁、佛山南海一号线、中共一大纪念馆等等。

## 多功能会议厅

多功能会议厅,主要用于召开一些公司会议、学术会议、协会论坛等等,很多国家标准的编制会议和先进科技成果鉴定会就曾在这里召开,是特意打造的一个学术交流中心。

## 全案交付区

美尔奇岩板重磅推出“全案交付,臻享服务”体系,使交付有了完美的答案。

美尔奇岩板以自研陶瓷板材施工应用技术专利为核心,通过标准化、模块化流程,以专精、专业、创新,为客户创造价值,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。

全案交付区充分展示了岩板门墙一体系统、岩板加工工艺小样、蒙娜丽莎辅材产品等应用,与美尔奇岩板构成了完整的成品交付闭环,不仅让装修品质和效率得以提升,更为消费者带来舒适的家居生活体验,让每一位消费者都能与理想之家不期而遇。

## 工程区

工程区展示了各种岩板相关的施工、安装工艺流程,都来自于绿屋建科自主研发的技术。绿屋建科从 2007 年开始一直在从事陶瓷板材/岩板的推广和研发创新相关的工作,目前已经获得 98 项国家发明和实用新型专利授权,包含幕墙干挂、保温装饰一体化、薄板施工等多项陶瓷薄板应用技术专利,还主编/参编了十余项国家级、省级标准、规程、图集,并与中国建筑标准设计研究院、中国交建-中交(广州)铁道设计研究院、中山大学、山东艺术学院等科研院所和高校共建“陶瓷薄板装配式建筑实践基地”“轨道交通新材料与应用设计研究中心”“陶瓷高性能

复合板联合开发中心”“新材料与应用设计研究中心”“中国家居岩板色彩研究中心”“公共空间教研基地”六大创新平台。

另外,工程区部分“还原”了经典板材项目——杭州亚科中心现场,国内首座采用陶瓷薄板外墙干挂的高层建筑楼,它的外墙全是陶瓷薄板,开启了幕墙材料的第四次革命。在建设过程中还经历了两次 14 级的台风,周边的建筑都有不同程度的损坏。而它毫发无损,这证明了陶瓷薄板的优越性能。凭借深厚的技术积累,绿屋建科成为建陶行业为数不多拥有建筑装饰及建筑幕墙工程设计施工“双甲双壹”资质的企业。绿屋建科在工程领域持续发力,打造了包括北京大兴机场、佛山樵山文化中心等地标建筑在内数以万计的精品工程;与中海、碧桂园、万科等龙头房企达成深度合作,将陶瓷岩板/复合板材广泛应用于医院、学校、住宅、隧道、轨道交通、商业空间等领域。

绿屋建科还自主研发了夹层陶瓷复合板、保温装饰一体板、集成墙板、发泡陶瓷复合一体板、瓷钢复合一体板、铝蜂窝复合一体板等系列产品,开创了中国高性能陶瓷复合板材和装配式装修部品的新局面。其中,夹层陶瓷复合板被认定为“国际先进水平”,成功应用到北京、西安、武汉、成都、郑州、济南、佛山等城市的地铁工程项目;保温装饰一体板被认定为“国内领先水平”,多次应用于中海、碧桂园、万科、恒大等龙头房企的地产项目,使用面积超过 100 万平方米。

作为蒙娜丽莎集团高定的潮奢岩板品牌,美尔奇岩板在美尔奇潮奢馆得到了淋漓尽致的展现。美尔奇“潮奢、芭莎、智族、风尚、米娜”五大系列、14 大规格高性能产品搭配,3mm 高强韧超薄岩板、抗菌岩板、热弯岩板、门墙一体等技术应用,美尔奇“全案交付 臻享服务”体系,使美尔奇潮奢馆充分展示了“潮文化、奢品质”的文化魅力,唤起每代人心中的潮奢。(绿屋市场部 曾绮慧)



# 焕耀夏日光芒, QD 瓷砖霸启王牌矩阵

夏至已至,空气中弥漫着浪漫与自由,阳光、海浪、蝉鸣……专属于夏天的旋律,构成了我们对这个季节的感知。在最长的白昼,与世间所有美好环环相扣,抒写焕然一新的夏日篇章。

QD 瓷砖围绕自然的奥秘,绽放让人向往的奇妙胜景,把家装进每一份热爱,谱写专属的夏日家居印象。

**生生不息·自然灵动的韵律**  
林风吹拂的夏天,写满了沁人心脾的诗篇,自然界的一切蕴藏着独特的个性。

QD 大规格岩板系列跨越时空维度,回归原生自然设计,将天然大美之境收入家中。QD 大规格岩板,突破单品产品规格局限,纹理或个性张狂、或温柔细腻,描绘着万物动态之美,赋予家居无穷

自然之境。  
罗马超石代系列,不假雕琢,不着一态,天然之美是一种流畅不刻意的形态。罗马超石代系列连纹背景墙以天资自然、不假雕琢的技法,打造浪漫随性的空间境界,让美在诗意中徜徉。

**奇幻潘多拉·启仲夏夜之梦**  
热一点更是焦点。当仲夏暑盛,万物并秀;当夏日随风,光影入梦。

QD 瓷砖 MO 范·奢石系列复刻地底下美好的神奇片段,被封印的宝藏美景在潘多拉魔盒中释放,带来奇趣、无与伦比的摩登生活。每一片奢石都是一颗璀璨的星星,斑斓的色调,抽象的纹理,宛如一件浑然天成的艺术品,承载着亿万年的文化气息。

应高阶审美模范而生。MO 范·奢石系列将亿万岁月沉淀的

肌理质感以及文化底蕴呈现出来,将不竭灵感化为耀目臻品,尽倾绚丽璀璨,源于奢石更胜奢石。

**宁静夏天·憩一方清凉**  
夏日卷首,昼夜生色,细观风物宜消遣,觅一方舒适安放心灵。

QD 瓷砖肤感·锦系列升级肌肤釉 3.2 工艺,探索质感与光感的平衡,更贴近每一寸肌肤的舒适感,赤脚行走更舒适。轻纹质感,如肤细润,尽享轻盈舒适的精致感,细品时光的“高级雅”底色。

观有格调,触有细节。肤感·锦系列以自然珍稀石纹为基质,微纹处理的同时,保留原石真实的美感,做到远观是素色,近处有细节。

生而无畏,炽热生长。趁着夏日焕耀光芒,QD 瓷砖携手爆品王牌矩阵抒写狂热序章。

(蒙创致远 陆淑宜)



## “锦灰堆”非遗传承人封晶到访蒙创致远



5月29日下午,广东蒙创致远新材料科技有限公司(下文简称“蒙创致远”)迎来了一位重量级人物——非物质文化遗产“锦灰堆”画传承人、西安市晓风书画研究院院长封晶老师参观指

导,QD 瓷砖品牌总经理欧健全程陪同,并带领封老师参观 QD 瓷砖展厅及蒙娜丽莎瓷艺馆。

据了解,封老师此行前来是为了工作及家居空间设计进行艺术采风。据封老师介绍,此次

成行属实机缘巧合,在亲友的推荐下几番了解终于决定前来参观考察。

参观过程中,在欧总深入浅出地讲解并指引下,封老师饶有兴致地体验了建筑陶瓷材料的创新和建筑陶瓷与绘画艺术的结合,并对精美的陶瓷画艺术进行了高度认可。

在参观 QD 瓷砖展厅时,封老师认真欣赏了“火与土的艺术”——瓷砖,从一坯土到一片砖,再到一个整体空间,数个昼夜的雕琢凝聚了多少人的匠心独运,并对 QD 瓷砖时尚的产品格调、卓越的物理性能给予了充分肯定。

以匠心致敬匠心。封晶老师潜心钻研传统技艺研究,用匠心让指尖的古老艺术焕发出了新的活力。QD 瓷砖同样从大美世界中汲取文化创新的基因,自主研发独具原创特色的文化肌理,用匠心雕琢展现建陶文化魅力,与封老师的追求可谓不谋而合。

此次参观交流,是非遗传承文化的艺术之美与瓷砖产品的文化邂逅,也将为双方未来的发展合作奠定了坚实的基础。(蒙创致远 陆淑宜)

## 绿色化、数字化、智能化

刚刚结束的广州陶瓷工业展,陶瓷装备企业无疑是其中的主角,压机、窑炉、制粉、印花、抛光、磨边、检测、包装、仓储、搬运等设备不断推陈出新,综观其技术迭代与工艺更新,绿色化、数字化、智能化无疑是其最主要的变化。

展会是行业发展的风向标,透过展会,可以清晰地了解陶瓷行业当下及未来变革的潮流和方向。

曾经好长一段时间,在陶瓷工业展上,环保参展企业并不多,即便参展,也不会受到观展者的重视。然而,几轮环保整治下来,环保企业成了大家关注的香饽饽,谁的设备更先进、工艺更合理、效果更理想,谁将分享到行业环保整治最大的蛋糕。

相比水泥、玻璃、钢铁等建材行业,陶瓷行业的环保治理相对较晚,设备也比较简单。近年来,许多其它行业环保治理领域的新工艺、新技术、新装备被不断引入陶瓷行业,企业只要愿意整治,舍得投入,其废气、废水、废渣,基本上都可以得到有效整治,完全可以实现绿色工厂、绿色制造。

在这方面,包括蒙娜丽莎在内的一批头部企业,为行业树立了一个极好的样板。

2020年,蒙娜丽莎在西樵总部规划建设更加绿色化、数字化、智能化的数智化示范车间,将绿色化推向更高层次,代表了行业最高水平,为全行业树立了一个更高层次的示范生产线,得到众多行业同仁的高度评价。

数字化是传统制造业转型升级、高质量发展的必然选择,这已得到越来越多行业同仁的共识。然而,陶瓷行业的数字化喊了好多年,步伐却略显缓慢,最主要的原因是数字化投入大,且短期内难以看到明显的经济效益。

陶瓷行业是个高度同质化的行业,一项新工艺、新技术、新装备,只要有一家企业应用并得到显著的效果,比如蒙娜丽莎最早在118试验成功的机械手码垛,没过多久,陶企车间内遍地都是机械手。但数字化的示范效应却没有机械手的示范效应那么明显。

数字化的意义,在于将陶瓷

企业人货场、产供销的各个端口拉通,实现数据对接与共享,最终达到提升效率、降低成本的目的。在这个过程中,企业要根据自己的业务流程衔接重新建模,在实现各版块业务数字化的同时,还要考虑到企业各管理软件的兼容性,如果没有良好的基础和正确的路径,短期内很难见到效益,这也是许多企业数字化只停留在大屏幕报表显示而无法实现数据共享和数据裂变的原因所在。

事实上,除了陶企大力推动数字化,上游装备企业更是数字化的主力军,越来越多的设备在实现自动化、智能化的同时,具备了生产过程数据信息的现场采集和输出端口,并且各装备、各系统之间的兼容也得到有效改进。

建立在数字化基础之上的智能化,正全面进入陶瓷生产、制造、仓储、物流等各个环节。过去,企业讲得最多的是机器替人,许多岗位、许多工序,早已不再设具体的操作工和值守员,而是由机器人自动完成,如进出窑、上下砖、打包、搬运、入库等,越来越多的 AGV 机器人进入生产环节。最明显的变化就是单线用工数量大幅下降。据了解,以日产 20000 平方米抛釉砖生产线为例,过去一条线至少要 150 人左右,目前普遍在 70 人左右,行业内先进水平已降至 30-50 人左右。

机器替人仅仅是第一步,目前,建立在数字化基础之上的智能化正掀起新一轮生产方式的变革。工厂每天接纳的订单会根据品类、规格、花色、区域,自动匹配相应的生产基地、生产线和班次,日常消耗的配件、原料会根据库存、用量自动提示并发出采购信息,仓库里长库龄、小批量的尾货会自动提示并发出安全警报……

就像 ChatGPT 一样,最终会带来怎样的变革,许多时候我们无法准确预测,但可以确定的是,智能化的浪潮正深刻推动陶瓷行业的变革,未来的瓷砖生产方式、销售模式、消费方式,一定不同于今天,而陶企要做的,就是张开怀抱,积极拥抱这种变化,在数字化、智能化的浪潮中不被淘汰出局。

## QD 瓷砖肌肤釉“黑科技”赢在哪里?

让“肤感”看得见、摸得着,QD 瓷砖在去年强势推出肤感系列产品,并在基于新消费群体的高品质需求上持续进行迭代升级,以“高颜值、高质、高性价比”的三高优势,收获经销商、设计师和消费者的一致喜爱与好评。

肤感系列,从诞生至今共历经了三个版本的迭代升级,拥有 4 大主流规格,多款流行花色。

不止于装饰层面的革新,更注重产品性能与空间的相得益彰。在 2023 年春夏新品中,QD 瓷砖更是重磅官宣肤感·锦系列上线,以「光」为主打方向,通过工艺与花色的两大维度创新,赋予产品抗污耐刮等硬核性能,为用户打造更高品质的居住空间和应用体验。

**超越之光,第三代肌肤釉 亲肤指数 MAX**  
通过多次实验和工艺的迭代,

第三代全新肌肤釉工艺升级,令砖面亲肤指数大幅提升,触感更为亲肤柔润。细微的润滑感,犹如抚摸锦绣绸缎般细腻,柔化了瓷砖的冰冷。

高温煅烧后在砖面形成纳米级微小晶体保护层,全面提升致密防污、耐刮耐磨、立体止滑等而物理性能,砖面更细腻。

**质感之光,18-20°光泽时尚的“高级雅”**

产品表面拥有细小的精微珠光变化,18-20°蛋壳面肌理光泽,光感过渡自然。结合数控高温熔融工艺+免刷工艺,除却表面的细微毛刺,使细节肌理的光感过渡细腻,提升了光的舒适感,温和护瞳,更适合家居空间。

肤感·锦系列新品打造设计感独到,却不显沉闷的微哑产品,打造时尚“高级雅”,延续 QD 瓷砖肤感系列的高品质生活哲学。

**理想之光,轻纹理·多规格·全应用**

数码成像,以自然的珍稀石纹为基质,微纹处理的同时,保留原石真实的美感,做到远观是纯色,近看有素色。肤感·锦系列新品立体舒展,尽显轻盈舒适的精致感。

高颜值肤感,解锁不同生活场景。推出 750×1500/600×1200/800×800mm 三大主流家装规格,为用户打造墙地一体化配套解决方案,无论是上墙还是下地全屋通用,适配各种空间应用。触发多维全新感官体验,为设计选材提供更广阔的表达空间。

轻纹质感,如肤细润。每一片都是舒适感官的体验,QD 瓷砖重塑大理石温润触感,构造光与自然的高级美学。肤感·锦系列肌肤釉全新上市,与 QD 瓷砖一起领略治愈空间的高级潮流。

(蒙创致远 陆淑宜)

# 林源华:大道至简,细节致胜

磅礴潮水来临之时,没有一处港湾会是风平浪静。身处当下风云变幻的市场逆境,林源华沉着应战,凭着对市场的敏锐和前瞻性,带领着经销商另辟蹊径,让蒙娜丽莎品牌响彻八桂大地。“只要有想法,再多的困难都能解决。”历经多年市场沉浮的林源华自带一股沉稳内敛的气质,始终精耕细作拓市场,并敢在关键时刻站出来,更敢于跳出舒适圈走出去。

## 走出舒适圈,深耕广西热土

“我觉得自己比较喜欢与人沟通。”善于发掘自己闪光点的林源华,2011年毅然从自己熟悉的新闻专业领域跳出来,从事销售工作,并于2015年加入蒙娜丽莎,在广阔市场上施展自我。

众所周知,销售是超负荷工作,工作量巨大且辛苦,大多数人都适应不了。但汝之砒霜,己之蜜糖,对林源华来说,反而是一场全新的挑战。林源华没日没夜地投入到销售工作中,奔波在不同市场开拓业务。2016年林源华被委派到广西区域,负责蒙娜丽莎桂中区域市

场开拓。对于林源华而言,这些年广西几乎成为他第二个“家”。“每个月出差在外的时间长达二十几天。”正是在广西区域的沉淀深耕,林源华对广西市场差异化了如指掌。2019年林源华被提拔为广西省级总监,负责广西整个区域市场的运营。面对更广阔的市场,林源华更是勇挑重担,走访客户,精准施策,带领着团队在广西大范围、全方位、全区域覆盖地开拓蒙娜丽莎市场。

2020年,伴随着蒙娜丽莎广西藤县生产基地的投产,广西区

域拓展迎来了新的发展机遇。林源华抓住广西藤县生产基地的区域优势、产品优势以及物流优势等,迅速对广西市场进行新一轮开拓,为客户定制新的产品策略。在蒙娜丽莎藤县基地地域优势及林源华团队的努力下,蒙娜丽莎品牌在广西区域影响力持续提升,越来越多的优质客户选择加入蒙娜丽莎。据统计,经过近三年的市场开拓,目前蒙娜丽莎广西区域实现省会市场全覆盖,县级市场覆盖率达93%,以及多个乡镇级市场,打造一个渠道完整,实现市县乡区域覆盖的终端市场体系。

## 抓住机遇,抢占空白市场

近年来,受经济增速放缓、疫情及许多不确定因素的叠加下,终端市场异常低迷。在这样的情况下,林源华并没有选择躺平而是在下沉市场打开发展空间。既要在二级市场有高端的“阳春白雪”,也必须渠道下沉,迎合乡镇消费者“下里巴人”。抓住城镇化加速推进,县镇经济消费升级的机遇,林源华及其团队瞄准广西县级市场发力,跑遍大部分的县城乡镇市场,挖掘品牌下沉机遇。保量又要保质,在市场开拓上,林源华秉承着“宁缺毋滥”的准则,每开拓一个市场

都针对客户实力等进行多方考察,从而保证更好的推进品牌在区域内的业绩增长。据统计,2022年林源华及其团队开发平南县、陆川县、东兰县、都安县、灌阳县、柳城县等多个空白市场,为蒙娜丽莎品牌带来增量空间。

为了更好的赋能下沉渠道的发展,林源华更是组织团队针对不同的市场情况,为客户梳理产品结构及卖价,以更好打开下沉市场的升级空间。“蒙娜丽莎品牌拥有多元化、差异化的产品矩阵,既满足消费者个性

化的核心需求,更通过多样化的产品让客户能够针对不同的市场进行投放,掌握市场竞争的主动权。”林源华表示:“这有效带动广西渠道下沉发展。”

“2023年,随着经济的逐步恢复,我们相信下沉市场依然存在较大的增量机遇和市场空间。”林源华深知想要更好的获取下沉市场,则需要不断调整打法,通过差异化布局来拓展市场,助力品牌获得新的增长曲线。接下来,林源华将继续深挖渠道,开拓空白市场,支持客户做大做强,多渠道占领终端市场,让蒙娜丽莎品牌响彻在八桂大地上。

## 勇拓新路,实现精准转型

随着建陶行业市场持续撕裂、渠道不断裂变,无不在倒逼着经销商转变销售思维与模式。对于市场人而言,这是一场“生死搏斗”的较量,要么主动变革,要么被动消亡。缺乏过硬的本领与系统竞争能力,很容易败下阵来。面对接踵而来的挑战,林源华意识到靠传统的零售渠道模式已经不能适应新形势的需要,必须对渠道结构进行重建与寻找新流量渠道,才能在竞争中抢占有利地位。“仅仅立足于传统门店+传统营销,大家都会陷于同质化的经营模式比拼,增长空间较少。”

困,则思变。这是林源华面对变幻莫测的市场挑战的不二法则。2020年,林源华在集团公司的指示下,打破思维惯性,摆脱路径依赖,对广西区

域内重点的地级市客户进行渠道深开发,重点支持装饰渠道的建设,同时积极发展客户工程渠道能力,开辟出富有自身特色的多元化业务渠道,增强客户主动引流能力以及品牌粘性,从而实现地级市场、县城市场以及镇级市场均取得一定幅度增长。据数据统计,2022年,广西南宁市大客户销售完成率及增长率均位列蒙娜丽莎销售体系前茅。广西北海、玉林、贵港等地级市市场销售完成率达170%以上,同时实现大部分县城较大的业绩增长。“刚开始部分客户对于整装渠道开拓是不太接受。我们会依靠集团调研的大数据作为背景,为客户梳理蒙娜丽莎品牌优势,并针对每个客户不同的情况进行分析,帮助他们一步步把渠

道建设好。”除此之外,林源华及其团队积极组织区域客户创新营销、多元尝试,在推动品牌营销活动的落地同时,开展各种联动活动,推动品牌销量的增长。

无论如何变化,建筑陶瓷作为一个千亿级的市场,拥有广阔的产业蓝海。林源华坚信即使当前是“激烈”,甚至是“惨烈”的竞争局面,市场依然蕴藏着亟待激发的巨大市场空间。“只要有想法,再多的困难都能解决。”随着新基地、新渠道、新营销的持续推进,使得蒙娜丽莎广西区域业绩在市场低迷的情况下依然实现多年持续超额完成任务,让蒙娜丽莎品牌在广西区域市场的占有率及销量稳居行业领先地位。积极拥抱日益细分的家装、设计师、分销、工程、高端定制、异业联盟等全渠道,这也将是林源华当下及未来的重点工作。

## 恒者行远,以真心换真心

品牌的打造从来都不是单靠金钱堆砌出来的,它隐藏在客户的认同中,需要时间去沉淀,需要内心感以及信任感。蒙娜丽莎在广西积累了良好的市场口碑,一方面得益于蒙娜丽莎的稳定品质、强大的品牌影响力,另一方面则是自身团队的匠心服务,为客户提供省心便捷的好服务,

真正做到尊重客户,让每一位客户满意。“这些年,我的手机都是24小时在线,不会错过任何一位客户的来电。”在团队管理上,林源华同样要求每一位业务经理以客户为中心,做好客户服务。对现有客户定期主动联系沟通、上门询问需求、帮助客户分析市场、开拓新渠道、梳理产品

卖价库存、制定促销政策等,让客户与蒙娜丽莎品牌产生高度粘性,共同发展。“林总在我们团队里面是当个领头羊的角色,大部分时间林总是跟我们一起跑市场,了解客户需求。”林源华属下的业务经理表示。在林源华及其团队的深耕下,蒙娜丽莎的产品口碑和良好的服务态度,在客户间口口相传。蒙娜丽莎



林源华,蒙娜丽莎销售线的优秀标兵

的广西布局,也逐渐丰富起来。

行业内风云莫测,上一刻尚且是风口浪尖,殊不知下一刻已然风向转标,但市场营销法大道至简。在林源华看来,越是复杂的环境,越要静下心来,做好自己本分。服务好客户成为林源华自始而终在努力去做的事情。“对待每一位客户,必须认真、仔细、用心。”三个看似简单的词,却是林源华及其团队一直坚持的服务理念,将蒙娜丽莎“微笑服务”的理

念一以贯之,用心将服务做透、做实、做到极致,以点滴微小的细节,凝聚起长期的认可。林源华表示:“我们跟客户之间的关系,更像是良师益友的关系,终端客户及时反馈市场情况,能让我们迅速调整市场战略方针,更好地全力协助和服务好客户需求,实现共同成长。”以服务换真心,以口碑赢客户,林源华用自己辛勤的努力不断刷新着蒙娜丽莎的骄人业绩。“看着客户一步步由弱变强,所有的辛苦付出都是值得的。”

## 初心如磐,追梦不止

“唯有热爱,才能热爱。”这是销售界流传的一句真理。从2011年到现在,林源华在销售这个领域已经从事12个年头了,可以说,销售是他一生的事业。“能在自己热爱的岗位上追梦,这是自我能力和价值的体现。”林源华热衷于在市场中奋进,在市场中耕耘,不怕辛苦,不怕挫折,踏踏实实地去持续积累,沉淀资源。“只有足够热爱,才愿意为此默默地付出大量的常人无法想象的努力。”现在的林源华,早已实现蜕变,不仅拥有追逐梦想目标的冲劲,更有历经市场考验沉淀下来的睿智和从容不迫。

在市场中打拼的这些年,林源华的个人角色也不断在增加,从“儿子”,到“丈夫”,再到“父亲”,心中也慢慢多了牵挂。林源华坦言,“这些年,是家人的支持才能让我没有后顾之忧地去追逐自己的理想,实现自我价值。”每位追梦者的身后都有为之保驾护航的家庭,不管是收获鲜花还是泥泞,不管是经历欢乐还是泪水,家永远都是坚强的后盾和港湾。正是在家人的支持

下,林源华奋力前行,让蒙娜丽莎的微笑走进千家万户,为更多家庭筑就美好。

纵使外界风雨不断,但脚下前行的道路依旧清晰且坚定。“不畏艰难,锐意进取。他,是市场上的骁勇之士,无惧市场疲软,开疆拓土,精耕渠道,凭借敏锐的市场触觉,提前布局,高效推进,以睿智在群雄中杀出重围,以魄力让蒙娜丽莎响彻八桂大地,实现蒙娜丽莎品牌区域销售第一。前进路上,不问西东,就奋力做英雄。”这是蒙娜丽莎集团2022年度表彰大会上给予“突出贡献奖”获得者林源华的颁奖词,是对林源华这些年辛勤付出和获得成果的最大肯定与认可。“感谢蒙娜丽莎这么好的一个平台,给予我发展的空间。”与蒙娜丽莎共成长的这些年,林源华早已把蒙娜丽莎作为其终生发展的事业平台,为之努力奋斗。处事不惊,不乱于心,踏实付出,细心耕耘,任尔东西南北风,我自岿然不变,林源华的人生与蒙娜丽莎交织在一起,稳步前行,释放出独特的魅力与风采。(企划中心 梁思琪)

# 蒙娜丽莎助力西樵锦龙盛会

6月22日,2023年南海超级龙舟联赛——西樵镇“半山扒龙船”锦龙盛会在佛山西樵山天湖公园激情“开赛”。蒙娜丽莎集团作为活动赞助单位,与市民一同感受传统文化的魅力,传承龙舟精神,助力城市高质量发展。集团董事长、总裁萧礼标应邀出席盛会。

活动共设300米往返赛和龙舟拔河赛两个竞赛项目和传统游龙表演,数十支参赛队伍群龙竞逐,尽显“赛龙夺锦”之志。

本次西樵镇“半山扒龙船”锦龙盛会,不仅是全民健身的文体活动、乡贤探亲的叙旧家宴,更是一场激发西樵文旅活力,凝心聚力谋发展的盛会。

作为南海西樵山下“破土而出”的本土企业,蒙娜丽莎集团长期鼎力赞助和支持龙舟大赛及体育赛事,早在2003年,即蒙娜丽莎冠名的南海西樵女子龙舟队就曾出征国内外赛事,并取得丰硕成果。近年来更不懈推动各类体育事业发展,助力西樵文体事业迈上新台阶,打造城市文旅IP。

赓续“半山扒龙船”改革创新精神,蒙娜丽莎将继续把企业文化与龙舟文化有机结合,在高质量发展道路上奋楫争先,勇立潮头,助力陶瓷产业转型升级,以“猛龙”之姿乘风破浪,扬帆出海,擦亮佛山制造的名片,展现民族企业的精气神。(企划中心 周淑敏)



龙舟健儿踔厉风发,勇往直前

## 情浓端午粽叶香



包粽子参赛队合影

又是一年端午节,中国传统的节日,每到这一天,南方人家家家户户都会包粽子、吃粽子。

公司工会组织包粽子比赛,看着绿油油的叶子,令我不知不觉的紧张起来,因为包粽子比赛马上就要开始了,工会一组组员报名参赛人员不够,我加入到了组中参与了这次包粽子比赛。今年包粽子比赛不同往年的是,以工会小组名义组队参赛,每个小组由5人组队参与比赛。比赛规则十分简单,40分钟里,谁包的粽子最多,谁就赢;输的组队每人分发粽子来奖励积极参与比赛。

“比赛开始!”随着裁判员发号令,我马上夺过绿油油的粽子包了起来,先将两片叶子卷成空底圆锥形,然后放进一些糯米、绿豆、花生米、腊肉,然后将开口的两片叶子,随手三七二十一地在锥形上包紧绑扎结实。就这样,一个粽子就成形了。随着时间一分一秒地过去,我向旁边“敌方”看去,眼睛都瞪直了,只见一排排粽子整整齐齐地堆放在桌子上,我连忙低下头去,鼓励队员:“继续加油,不管输与赢,我们尽力就好!”

“停,时间到!”随着裁判员一声呼喊,比赛终止。各组自行清点粽子数量,质量包扎不实或奇形怪状的不计入得分数量。我们组清点了一下粽子,咦?怎么才包了193只,工会三组199只,工会四组138只,工会六组128只。我们组与工会三组相差6只,果然是包粽子老手!他们争夺得了第一名,我们得了第二名。

当天煮熟后的粽子,分发到每个员工手中,吃着自已包的粽子,心里暖洋洋的。

(桂蒙公司人力资源部 甘金凤)

## 集团工会召开总结表彰大会

为激励在工会工作中讲奉献、勇担当、有作为的集体和个人,激励广大职工积极参与工会工作,服务企业发展。6月20日上午,蒙娜丽莎集团工会在集团总部员工知行生活馆举办“工会力量,助力发展”——蒙娜丽莎集团工会工作阶段总结及表彰大会。

会上,集团工会主席陈炳尧进行了主题为“打造下沉式‘四型’工会,促进职工成长,助企业发展”的工会工作总结汇报和下阶段工作动员。会议表彰了支持协助奖、工会服务之星、优秀工会骨干、公益集市最佳组织奖、飞跃进步工会小组、提素增能优秀组织奖、先进工会小组以及获得社会荣誉的先进个人。全国五一劳动奖章获得者、生产技术中心总经理谢志军现场肯定了蒙娜丽莎集团工会工作,以及对获奖

的优秀个人和集体表示祝贺,希望大家再接再厉,团结引领职工积极参与,发挥工会更大的力量。

回顾过去工会工作,集团工会在公司党总支和上级工会部门的领导下,深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,多措并举贯彻落实党的二十大精神,深入推进工会改革创新,致力打造下沉式“四型”工会,即推动工会组织、职能、服务和阵地下沉一线,打造学习型、服务型、自治型和创新型工会,促使企业与职工共同成长、共同发展,在企业高质量发展过程中发挥工会力量。

接下来,集团工会将深入学



习贯彻落实党的二十大精神,认真落实上级工会和公司党委各项决策部署,竭诚服务职工,助力企业发展,做实做优工会服务。重点

推进“工会+安全管理”、“工会+提素增效”、“工会+品牌”和“工会+公益”等专项工作。

(工会社工 李婷婷)

## 集团工会举行“爱心十元捐”活动



员工参加“爱心十元捐”活动

为进一步提升职工的幸福感和发扬职工之间友爱互助的精神,近日,西樵镇总工会号召全镇机关及企事业单位广泛开展“工会会员爱心十元捐”活动,发动广大工会会员参与公益慈善活动。所得善款将用于救助和帮扶南海区内的困难职工(包括困难异地务工人员),帮助他们解决生活上的困难。

蒙娜丽莎集团积极响应号召,于2023年6月20日在“工会力量,助力发展”蒙娜丽莎集团工会工作阶段总结及表彰大会上启动

了该活动,动员现场工会骨干积极参与捐款,并向所有职工发出自愿捐款倡议,希望全体职工参与到工会会员爱心十元捐活动中来。

爱心无论大小,善举不分先后。我们坚信,您的善举,将能温暖困难职工的内心,助力困难职工家庭继续前行,为他们的生活加一点甜,让希望的阳光照亮他们的心房。接下来,工会将在饭堂或篮球场不定期设摊,期待您与我们一道奉献爱心,传递希望,互助共济,携手同行(捐款咨询:工会社工 13433232021)!

(工会社工 李婷婷)

## 集团勇士拔河赛圆满收官



拔河比赛丰富员工文化生活

6月15日由集团人力资源管理中心主办的勇士拔河赛,在大家的汗水与呐喊声中圆满落幕。

本次拔河比赛共组建了9支队伍,经过初赛及决赛,层层晋级,角逐激烈,整个比赛过程精彩纷呈,尤其是在胜负难分的决胜时刻,参赛队员咬紧牙关、寸步不让,啦啦队员激情澎湃、呐喊助威,场上场下拧成一股绳,充分展示了蒙娜丽莎人团结一致、万众一心的精神风貌。最终,品质管理中心荣获本次拔河比赛的冠军。

(人力资源中心 黎君)

## 西樵“大仙诞”,蒙娜丽莎展现亚运风采



“大仙诞”蒙娜丽莎方阵 区伟杰摄

6月1日,“大地生花,樵见大仙”2023西樵“大仙诞”非遗民俗活动热闹上演。这是展示岭南历史、民俗、文化的节日,吸引了年轻一代对传统文化的关注和传承,更是西樵打造文旅品牌、展示文旅活动、全民参与的一大文化盛事。作为西樵本土企业,蒙娜丽莎受邀参加九大主题方阵巡游活动,为市民游客奉上精彩的视觉盛宴。

此次大仙诞巡游,是近年来方阵数量最多,参与人员规模最大的

一次巡游,其中涵盖了武术、醒狮、产业工艺品等元素。作为杭州亚运会官方独家供应商,蒙娜丽莎集团巡游方阵身着多彩的亚运服饰,精神抖擞地挥舞着手中旗帜和品牌方块,以青春活力之姿,展亚运风采和品牌实力。活力感足、创意性强、文化味浓的蒙娜丽莎巡游方阵,吸引了大量市民游客关注,成为大仙诞巡游活动上一抹靓丽风景,让大家感受到了西樵陶瓷产业发展的魅力和时代的气息。

(企划中心 梁思琪)

# 夏至,知足

夏至,一年中白昼最长的一天,这天过后,白昼时间会越来越短,从这天开始一年慢慢走向衰败。夏至之后随之而来的是酷暑和色彩斑斓的山河,还有收获。那些炽热的温度,那些能治愈一切浓的化不开的重彩,那些夏日里的记忆也会跟着季节的脚步尾随而来。

“怎么去拥有一道彩虹,怎么去拥有一夏天的风……”一首五月天的《知足》一下子把记忆拉回少年时代,安静优美又有些伤感的歌曲和令人陶醉的磁性声线,循环了一遍又一遍。

那年的夏天,渐渐褪去稚气,看到什么都是美好的,在那样的年纪里身上总是散发着光,那样的年纪里又会有些多愁善感,让心房滋长出无数心事,总喜欢深沉,也不大爱与人交谈,沉浸在自己的世界里,那样的年纪里少男少女们的心总是能萌生出很多美妙的想法,那样的年纪里又有些叛逆,在那样的年纪里一切的回忆都是绚丽多彩的。

暑假是夏天的一部分,无忧的睡眠和一些趣事是那段时光

专属印记,一觉睡到日上三竿,早饭午饭一起吃。饭后的初夏,温度不算太高,趁着上午的时光,喜欢到稻田里捉黄鳝。山里的稻田依山依水而建,山有多高水就有多高,水有多高田就有多高,水田从山顶铺落到山脚,成片成片的,层层叠叠,高低错落,一眼望去,宛如一架架巨大的天梯斜挂在天空。

田里的禾苗还未长高,浅绿色的,一尺有余,再长高就无法看到田里的黄鳝洞,每丘田细长不宽,走在田埂上就能捉到黄鳝。黄鳝喜欢挨着田埂附近打洞筑巢,黄鳝巢穴有两个洞,一个靠着田埂,洞口相对大一些,隐蔽在禾苗底下,洞尾延伸到稻田中央,不仔细看很难发现。捉黄鳝必须讲究方式方法,得先从洞口下手,那会农村里种田会施很多农家肥,绿色环保,且能改善土质结构,使土壤不易板结,用手指插进黄鳝洞口一直追,松软的泥巴无法阻挡那只有力的手,直到看到田中央的洞尾慢慢渗出油水后,黄鳝的尾巴就会慢慢露

出来,这时不能急躁,得等黄鳝整个身子全部露出来后才能下手去抓,下手早了容易跑,有时还得脱了鞋下到田里才能抓到,运气好的话一个小时能抓一斤,晚上用紫苏炒着吃,夏天里大自然给予的美味。

晚饭过后,总喜欢坐在家门口的池塘边上,望着夕阳一点一点的从河那边的山顶落下,望着远处炊烟袅袅,望着三五小孩尽情的追逐、奔跑,望着扛着锄头归家的农夫在我的视线里越走越远,青草的清新混合着泥土的芬芳徐徐吹来,在清风的吹拂下,池塘水面漾起层层金色波浪。光线还未消失之前,最欢快的就数蝉和布谷鸟了吧,一个“知了、知了”,一个“布谷、布谷”,不厌其烦的重复着;谁家的狗总不甘寂寞,一点风吹草动就“汪汪”个不停,随之就会感染一大片,附近的狗都开始附和起来,它们如一群不知疲惫的激情少年,是要赶在天黑之前宣泄全部的气力。当光线消失时,瞬间又安静了,只能听到池塘哗哗的流水,清脆又曼妙;蟋蟀最先打破

短暂的寂静,接着又是青蛙……所有的画面,所有的声音,交织在一起,汇聚成一首激荡的小夜曲,在耳边久久回荡缠绕。

山里的夜很凉快,不用开空调,甚至都不用开风扇。没有月亮的夜空是静寂的,浪漫的,银河将夜空一分为二,河里的星斗相互依偎在一起,有亮的,有暗的,密密麻麻,如散落在盘子里的珍珠,亮晶晶,光闪闪,而放眼整片星河却又是清澈的深邃的,寂静的如一潭冰冷的清水,泛不起一丝涟漪。面对如此浩瀚壮阔的星河,不禁会产生无限的遐想!

三十已过,那个曾经最想逃离的地方现在成了回不去的地方,那些曾经最喜欢做的事成了记忆。白天,简单地重复着昨天的工作,晚上,空调开到最低才能入睡,已经忘了多久没看到过天上的星星了,无数次问自己,这是我想要的生活吗?看到过这样一句话,作为一个孩子,我们已经老了,作为一个大人,我们的苦难才刚开始。我很怀念少年的时光,怀念那年夏天的风,我想我并不是真的想回故乡,而是怀念无忧故乡无虑的日子,过慵懒简单的生活。

(智能家居 罗琼)

## 矿山魂

这条路。这条路你走了很久很久。岁月把你从一匹桀骜不驯的野马雕琢成了身戴鲜花、全厂工人所瞩目的优秀班长。当满面春风的女厂长亲手递给你那面鲜红的锦旗时,你两眼噙着泪,不愿受功。

你清楚地记得。记得刚进厂的那次“饱磨”事故。在挨批评、写检查、扣奖金之后,你仍是晃晃悠悠地吹着口哨,无所畏惧地来到了这原始的、轰轰作响的矿山之中。

沉睡了亿万年的岩矿,裸露着白色的躯体,默然矗立。它在等待,等待着黄色的炸药将它唤醒,从此走出山外。

你的心凉透了。你常常端详着镜中的自己:风流倜傥,潇洒漂亮。可现在,却一万个不情愿地干着这平凡、单调而又原始的采矿工作。你痛苦,你忧伤,烟与酒成了你最最友好的伙伴。你挣扎在一个混沌初开的世界里,你的脑袋亦如此,整日里昏一醉二、浑浑噩噩。

你很不幸。你常常对自己这样说。你很富有。你常常对别人这样说。一一这是在你结识了班长之后,在你转过身去撕碎了过去的那个“你”之后。

毁灭是为了更辉煌地塑造,正如岩矿一样。你不会忘记,不会忘记班长那宽厚的肩膀、高大的身躯……

你记得。记得那一个雪天,一个洁白的世界,你不小心,让岩石砸伤了腿,血流不止,红白相映。你欲哭无泪。是班长,那个一生没有结过婚的班长,从没有交通设备的深山中,把你一步步地背到了医院。2千米的路啊,班长的双脚是那样踏实,每一个脚窝都注满了汗水。你很感激班长。以至后来你躺在床上,想起有点象诗的东西,那便是雪地上行深深脚印……

班长代替了你的香烟,你的烈酒。从此你不再有烦恼与空虚,而很开朗,很充实。你常常与班长泡在一起,琢磨打眼、爆破、开采……

你不会忘记。永远也不会忘记班长那睿智的眼睛、慈祥的面孔……

你记得。永远地记得。

那一次,你从高高的矿山上提着钢钎与铁锤大汗淋漓地走下来,高兴地告诉班长,装置火药顺利完成。然而当指挥棒上随着班长那一声号令,却未能听到大山轰隆隆的嘶鸣,岩石仍旧傲然挺立。你不知道哪儿出了毛病,心有点虚。又一声令下,岩石依旧沉默,仿佛不甘心就此倒塌,就此驯服。你沉不住气了,一步三滑地向上爬去。

“危险,我去!”你被班长拦住了。班长去了。踩落的碎石哗哗作响。你望着班长那黑蚁般的身影,心里一阵感激,一阵恐慌。你不会想到,永远也不会想到,就在此时,就在班长触摸那块顽石面孔的一瞬间,天与地轰然一声嘶鸣,巨大的岩石带着裂筋断骨的疼痛滚落而下……

“班——长——!”

空旷的山谷把你那一声凄凉而又撕心裂肺的呼唤弹来弹去。你不敢相信,不敢相信!但,鲜血作证,矿山作证……

空气凝固成了沉重的祈祷。一只孤鹰盘旋在矿山上空,久久不去。远处山坡上的青松郁郁葱葱,坚挺笔直。你对着山坡长跪不起,泪水流成了两条河。

班长走了。你被那位女厂长任命为班长。当你重新出现在矿山的时候,你常常凝视着西边山坡上的青松痴痴发呆,泪流满面……

(企划中心 伊然)



夏荷

## 愿每个人都能成为幸福的人

随着年纪的逐渐增长,好像越来越难交到比较要好和可以交心的朋友,可是一旦遇到、一旦成为知己,可能真的就是一辈子,谁都希望可以成为这个幸运又幸福的人。

大千世界可能真的无奇不有,但能遇到这样的朋友真的好似凤毛麟角一般何其珍贵和罕见。不需你多言,朋友就能体谅你的辛酸和不易,就能懂得你的忍让和迁就,就能明白你懂事和情绪。因为朋友懂得,所以才格外地心疼和理解你。如果这个人可以得到你的认可,可以让你敞开心扉畅所欲言,可以让你随心所欲舒心自在,可以让你轻松而愉快的做你想做的事情和说你想说的话,在你情绪好的时候倾听你的分享,在你情绪坏的时候聆听你的不快,那么这个人一定是值得你去信任和深交的。

真正的朋友就是在你郁结

的时候开解你、在你迷茫的时候引导你、在你开怀大笑的时候陪你笑、在你痴痴癫癫的时候陪你闹、在你嘤嘤啜泣的时候给你靠。

真正的朋友不用你很懂事,不用你很乖巧,不用你一味地善解人意,也不用你一味地卑微讨好,她只需要你做你自己就好、开心就好。

如果你跟朋友分享你的烦心事,朋友不仅不帮你排忧解难反而调侃你;如果你的小小的缺点被朋友恶意放大,还要被当做茶余饭后的谈资;如果你遇到困难和麻烦,朋友不但不帮忙你反而开始奚落你;如果你虔诚地将自己的一颗真心奉上,换来的却是对方的趾高气扬和理所应当,请及时止损马上远离这样的朋友吧,不值得。

很多人都以为懂得让步,能够迁就,可以容忍就能把所有人

的感受和情绪都照顾得好好的,别人也一定能够看到自己的付出和努力,懂得自己的真心和实意,可是却忽略了最重要的就是人与人之间都是互相的、平等的,不俯望不仰望,不卑也不亢,友情是需要共同呵护、灌溉和经营的,不是你对人家好,人家就一定会对你好,不是你掏心窝子,人家就一定会对你掏心窝子,毕竟不是每个人都能懂得你的用心,也不是每个人都能将心比心。

很幸运和很幸福,我遇到且拥有了这样了朋友,不论时光怎么变我们始终都没变,过去的时光里我们互相扶持和互相鼓励,未来的日子里我们会更加珍惜和珍视彼此。

在以后的漫长岁月里,愿你的懂事只留给懂你的人,愿你的真心可以被每个人真心相待。

(信息中心 欧阳菲菲)

## 我想把这些话送给奔跑的你

被人民日报这段话治愈了:“你跑得快,22岁有个家,身边全是赞叹。你跑得慢,30岁还在路上追梦。有的人为了车房拼了一辈子,有的人买了辆摩托车走遍大好河山。你想成为怎样的人,过怎样的生活,只要你后悔就行。”

我的人生好像总是差那么一点点,没有别人拥有的运气,在我这个年纪好像总比别人缺少一些什么。后来,自我内耗久了,也觉得累了。

23岁那年毕业了。总是幻想着要如何在经济上独立,渴望证明自己,于是拼了命的努力。但是从来没有问过自己,这些真的是自己想要的吗?忙忙碌碌好几年,也达不成自己心

里给自己设的标准。于是开始觉得,我跑的比别人慢了,大家都开始小有成就,但我好像还在为了那碎银几两烦心。也有很多同学在大学一毕业久组织了家庭,现在已经是两个娃的妈妈,但我好像依旧漂浮不定,没有这方面的心思。也许,刚开始的时候我确实会反省自己,找到自己身上的问题,但实际上,随着时间的打磨,我越发的发现,那样的生活不是我想要的,即使我按部就班,也许我的父母会很开心,家中长辈会很欣慰,但我会不快乐。我选择不内耗,看清自己,治愈自己,去想去的地方,做想做的事情,至于在我这个年龄段所谓的要拥有的,随他去吧。

或者这就是时间带来的沉淀吧,每个年龄段有每个年龄段的想法,发现自己,找到自己,做自己,才是给自己最好的交代。人的一生里可以面临着很多选择,面对一样的事情,大家的选择是不相同的。允许别人做别人,允许自己做自己,不是所有的选择都存在正确的那一项,我可以大大方方的选择自己喜欢的那一项。

不要在乎自己是不是真的跑的比别人慢,只是个人的选择需求不同而已。尽管耳边还是会传来一些不好听的攻击,那又怎么样呢?也许我很普通,但我不认为我很平庸,世界上个本就没有标配的人生。成为自己想成为的人,我相信沿途会一路开花,祝福你也祝福我。(市场部 封思婷)