

# 蒙娜丽莎

文|化|创|造|价|值

总第 119 期

2022 年 5 月 30 日 星期一

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

## “美尔奇”号高铁专列启程



广州南站“美尔奇”号高铁整装待发

5月20日,由蒙娜丽莎集团旗下岩板品牌美尔奇冠名的高铁专列在广州南站正式发车,潮级品牌携手中国速度,共同开启高铁传播新时代,助推美尔奇品牌发展步入高速快车道。

### 携手高铁,跑出潮级品牌加速度

当天上午,绿屋建科总经理周德军,蒙娜丽莎集团总裁助理、绿屋建科副总经理霍建汝,永达传媒董事长助理、华南大区总经理贺碧

等领导嘉宾齐聚广州南站,共同见证了美尔奇冠名高铁专列正式首发。随着剪刀剪过大红缎带,标志着中国速度助力美尔奇品牌腾飞的全新时代正式开启。

因520谐音的美好寓意,5月20日成为了现代人相互表达爱意的一个甜蜜节日,美尔奇高铁专列选择在这个日子首发,也是为了把为爱筑家的理念传递给更多人。

当天,美尔奇为搭乘美尔奇专列的旅客送上了玫瑰花、口罩、笔

记本、小风扇等温馨小礼品,引发了一波自发式的品牌营销,美尔奇专列上大量的品牌元素成为了绝佳的背景板。通过外车身广告、车内海报、车身门贴、LED显示屏、语音播报等方式,美尔奇潮奢岩板与高铁安全可靠的大众印象巧妙融合,全方位释放品牌魅力,有效提升了消费者的品牌认知。

### 成品交付,技术营销迭代再启航

在首发仪式的同时,美尔奇也

正式启动了岩板全案交付战略。

2009年,为解决陶瓷薄板在生产、设计、应用、运输、仓储、搬运、施工等环节中面临的问题,绿屋建科的前身蒙娜丽莎岩板事业部建立起一套完整的“技术营销”体系。从开拓陶瓷板材的创新应用,到获得建筑、幕墙设计施工双甲双壹资质,再到主编、参编多项国家级、省级标准、规程、图集,取得100多项应用技术专利,绿屋建科通过专业系统的技术解决方案一步步打响了企业知名度。

十多年来,绿屋建科打造了北京大兴机场、杭州亚科中心(原杭州生物医药大厦)、佛山樵山文化中心以及众多医院、学校、住宅、轨道交通等数以万计的经典案例。从大国工程到城市建筑,再到为消费者打造理想之家,绿屋建科围绕技术营销体系不断做深做细,逐步形成了与企业经营发展相适应的迭代机制,在陶瓷岩板+岩板施工应用领域积累了相当深厚的技术优势。

下转 05 版

## 蒙娜丽莎亮相纽约时代广场



近日,“佛山标准”开启品牌建设新征程,走出国门,在纽约时代广场纳斯达克大屏上闪耀亮相,集结了蒙娜丽莎、美的、浪鲸等品牌一起推广佛山优质品牌和产品,展现佛山制造业的底气 and 自信,向世界展示了中国“质”造形象和“佛山标准”品牌实力!蒙娜丽莎作为佛山本土知名企业,不断推动企业高质量发展之路,以岩板、陶瓷大板、陶瓷薄板智造为突破口,加快企业转型升级的同时,不断推进佛山乃至中国建陶行业向更多元、更精尖的领域发展。

标准决定质量,质量确保消费。

2018年8月,蒙娜丽莎入选第一批国家级消费品标准化试点项目名单,这是中国建筑陶瓷行业唯一承担首批国家消费品标准化示范基地试点项目的企业,也彰显了蒙娜丽莎在标准化建设领域的强大实力。

秉承着“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”的质量文化,蒙娜丽莎设立1153项内控标准且严于国家标准,覆盖了企业生产经营活动的方方面面,形成了科学、先进、完善的标准化管理体系,用足够精细的标准化建设确保产品质量的过关、过硬,赢得品牌口碑,获得消费者信

赖。蒙娜丽莎是全国建筑卫生陶瓷标准化技术委员会副主任单位,参编、主编多项国家标准、行业标准、地方标准、团体或联盟标准,为行业的及产业的标准化建设进程起到推动作用;并首次代表中国主导起草《薄型陶瓷砖(板)》国际标准,为中国陶瓷行业在国际市场争得话语权。

蒙娜丽莎借助标准化建设成果,发挥“标准”的标尺和标杆作用,提升质量管理建设水平,加快行业标准化建设进程,全力打造佛山标准“优品无忧”的品牌形象,引领佛山制造业高质量、高标准发展。

(企划中心 姬珍珍)

# 把“蛋糕”做大

■编辑部 王力

初夏之际,万物疯长,一派生机盎然的景象。与大自然相比,陶瓷行业却有点凄惨。本该窑红火旺的产销旺季,整个行业却因市场需求低迷、生产成本高企、疫情频繁袭扰、物流多方受阻等多重因素绞杀显得异常艰难。

但行业真正的危机却是市场需求的持续萎缩。

经济下行,房市低迷,交易腰斩,让陶瓷行业的市场“蛋糕”正快速缩水。过往被发展所掩盖的诸多问题在行业大退潮中正逐一呈现,并对曾经的大干快上带来反噬。

市场越下行,危机越严重。而唯有发展,才是解决问题的唯一手段。怎么样发展?创新、绿色、数字化、智能化?这些都是行业发展的必然选择。但行业目前的重中之重,在于扩大市场需求,做大市场“蛋糕”。只有让整个行业保持持续、稳步的增长态势,才能从根本上解决长期以

来被掩盖的种种问题和短板。

怎么样才能做大市场“蛋糕”?无非三种途径,一是扩大销量(包括出口),二是提升价格,三是拓展蓝海。

扩大销量,在当前市场低迷、需求萎缩的情况下,说实话很难。许多企业为了扩大销量,不惜以价格战抢夺订单,继而进一步压缩市场“蛋糕”;部分企业销量的增长则是建立在更多中小微企业销量下滑的基础之上的,正所谓此消彼长;房地产已进入“黑铁时代”,无论是工程、零售还是出口,市场对陶瓷产品的需求已步入下行通道,“大盘”正快速缩水;从中国建筑卫生陶瓷协会公布的数据来看,近年来,陶瓷砖产量、出口量均呈下降态势,未来甚至会进一步下降。

提升价格,虽然可以快速做大“蛋糕”,但对于一个严重供大于求而又充分竞争的产业而言,即便天然气等各类成本要素大幅攀升,厂商销售价格也不敢

轻易提升;这两年行业之所以举步维艰,很大一个因素则是由于精装修。地产商大幅降低采购成本,陶瓷企业为配合地产项目,大量生产低值、低价的成熟产品,行业低端产品的增幅远超高端产品,由此导致市场“蛋糕”大幅缩水。如果不能从根本上改变陶瓷产品的销售模式,通过提升价格来扩大市场“蛋糕”无疑是一句空话。

展市场蓝海,是多年来支撑行业持续增长的有效手段。从产品线来看,一是通过横向的扩张,不断拓宽产品品类。二是通过纵向的延伸,在原有产品的基础上实现增值服务。

从单品到全品,从陶瓷到家居,从家居到建材,是目前陶瓷行业拓展市场,实现持续增长的常规路线。其中岩板则是行业拓展市场蓝海的典型案例。不可否认,岩板为行业开辟了新赛道,使陶企顺利进入大家居领域。目前,岩板家具,包括餐台、洗手台、茶几、中岛、背景墙等,都

为行业开辟了新的增长点。但岩板价格断崖式跳水,让这种增长很快失去了想象的空间。

此外,建筑陶瓷与传统墙地面装饰材料的替代与反替代一直处于胶着状态,大理石、木地板、涂料、壁纸、木饰面等,各有千秋,但整体而言,陶瓷砖和陶瓷板的性能优势更加明显,尤其是纤薄大规格陶瓷岩板、曲面板的问世,应用范围不断扩大,应用场景持续延伸。

在外墙装饰领域,陶瓷行业则是喜忧参半。由于政策限制,外墙砖在高层建筑几乎被清零。失之东隅,收之桑榆。陶瓷企业通过外墙干挂、复合幕墙,又夺回部分市场。包括装配式建筑、轨道交通,部分企业已布局多年,虽进展缓慢,但还是为行业扩大了市场应用边界,还有轻质砖、发泡陶瓷、地铺石、超大规格陶瓷大板等,都在持续扩充产品品类,做大市场“蛋糕”。

当某一品类需求停止增长,碰到天花板时,许多企业的增长

途径和逻辑就是拓宽产品线,单品类的开始做全品类,全品类的开始向整体家装市场进军,于是,做瓷砖的做起了卫浴,做卫浴的进军瓷砖行业。

近年来,许多头部企业开始尝试家居整装,陶瓷行业开始向家居定制领域突破,家居定制企业开始向陶瓷行业渗透,尤其是一些头部企业纷纷推出“住工”“建工”类的概念。这种全品类、多渠道的横向扩张,目前正呈现出多点竞发的趋势,但真正意义上的成功者,或者成为企业新的增长极的案例并不多见。

另一类则是针对现有产品线的纵向延伸。通过科技创新,不断提高高值产品的份额,通过增值服务,比如密缝铺贴、整体交付等,提升企业的服务价值。密缝铺贴,对产品的要求提高了,价格自然就上去了;而整体交付,则将厂商从单纯的卖产品转向卖空间,通过服务项目的整合与提升,在新的领域、新的赛道扩大行业的市场“蛋糕”。

## 尊重原创,避免落入“抄袭”漩涡

■企划中心 崔敏华

有句俗话说:“天下文章一大抄”,说明“抄”这种行为其实普遍存在于生活中。

日前,奥迪的小满节气视频因其别出心裁的立意、精炼的文案和刘德华的演绎收获刷屏级的关注,本应成为现象级的创意案例,却被爆出文案竟一字不漏抄袭短视频博主“北大满哥”的作品。奥迪广告中一字不漏引用的情况,无疑是赤裸裸的抄袭,由此引发了社会对知识产权的强烈关注。

“北大满哥”在2018年发表此文案之时,其自创小诗中的首句“花未全开月未圆”也被挖出其实来自曾国藩给其四弟去信里的一句,满哥也为此特作声明:借用一句,自创余下三句。而后人们又发现,此句亦并非曾国藩所作,而是引用了宋代书法家宋襄的诗《十三日吉祥探花》。如此一环套一环,不禁让人深思:立意有相似,典故皆可引用,到底“参考”与“抄袭”的界限在哪里?

以近年来大学毕业和职称评比论文的标准来看,全文论与外部资料的重合度不得高于30%,而研究生、博士等学术性更强的文章要求则会提高到10%左右。

若是有类似的标准卡在这里,能否判定抄袭一目了然。但是日常生活中,更多的是“似抄非抄”的情况。比如电视剧圈也不乏“疑似抄袭”的风波,人物设定、剧情主线相似,只在时间背景、具体情节上稍作改动,原创作者以及不少看过原创作品的观众感到愤怒、提出质疑,然而却无法在法律层面认定其对著作权的侵害。

在法律上,对于是否“适当引用”的范围界定要比公众认知严谨许多。原封不动地复制算是低级抄袭,可以直接认

定侵权,然而将他人作品部分修改或者改头换面的洗稿行为却需要经过专家鉴定后方能认定。立意属于思想层面,允许雷同,而古诗词、典故等元素也属于公有领域元素,中间的灰色地带让许多原创作者苦于举证,无计可施。

即使很多情况无法在法律的标准内进行定义,但是在社会舆论高度发达的当下,明显的抄袭大多逃不过观众的“法眼”。作为创作者只有端正态度,规范自身,才能避免落入“抄袭”的漩涡。

作为创作者,心中应该有一把尺,一把“尊重”的尺,一把“律己”的尺。创作是思想的表达,源于每个人的成长阅历、思维方式,对于主题的思考必然都带有自身的洞察和特点,因此作品的核心观点和框架,必须来源于作者自身。

由此而产生的每一篇动人的文字、优美的照片、有趣的发明等等,都会成为涓涓细流,丰富着这个世界的信息海洋,也扩展着我们每个人的认知。如果对别人辛苦创作的成果顺手拈来就能获取利益,那谁还愿意废寝忘食钻研创新呢?不仅对创作者的成长没有好处,更会大众扼杀创新的积极性。

其实“天下文章一大抄”还有后半句:“看你会抄不会抄”。在内容细节的创作上,我们大多是站在巨人肩膀上的,但是所谓“会抄”绝不是一字一句照搬的鹦鹉学舌。

广泛阅读、四处游历来拓宽视野,是在不断累计我们的基础认知,但在创作时必须将这些认知进行重新排列组合,迸发出新的观点与角度,这是化用,是升华,是我们用独立思考创造出的新作品的价值。

思想可以被启发,更需要碰撞中新生,只有重视原创,才会有更多好作品涌现。愿所有倾注心血的原创作品都能被尊重和保护。

## 抄袭者,最终搬起石头砸了自己的脚

■佛山 若水

5月21日,农历小满节气。一汽奥迪在其官网上线了一则《人生小满》的视频广告,播放量很快超400万,刘德华抖音账号点赞量超500万。然而,当晚抖音ID号“北大满哥”就指出,其广告文案一字不差地抄袭自其2021年5月21日发布的抖音作品。

随后,“奥迪广告抄袭”霸屏热搜,连《人民日报》也发文字点评“保护原创就是保护创新,抄袭是行业丑闻,更涉嫌违法,必须零容忍”。

对于靠“复制”“粘贴”成长起来的新一代文字工作者而言,“天下文章一大抄”早已司空见惯且不以为然。互联网的极度发达为信息传播提供了便利,也让抄袭行为更加肆意和泛滥。聪明的抄袭者,会进行适度的改动与包装,比如在文案上模仿风格,画面上借鉴构图等,以免被贴上抄袭者的标签,一些胆大的抄袭者,直接成段成章地拼凑和搬运。但像奥迪这样“像素级”的抄袭还是少见。如果这次的抄袭不是奥迪,代言人不是刘德华,而是一家名不见经传的小公司,这样的抄袭很有可能不会引起全社会的关注,继而瞒过很多人。

陶瓷行业是一个高度同质化的行业,同行之间的抄袭、模仿同样随处可见。除了产品外观设计、工艺技术之间的相互抄袭与模仿外,对品牌、产品的宣传,包括文案、创意、广告、软文、视频、图册、PPT、品牌策划、营销推广等,都是抄袭的重灾区。

曾有一家做薄板的企业,不但抄袭另一家龙头企业的宣传文案,甚至将对方视频中的生产线、关键设备、车间内出镜的副总裁等都赤裸裸地抄进自家的宣传片中,这家企业最终

因抄袭输了官司,并以抄袭者的身份登上行业媒体的头版头条,但这样的不耻行径并未能警醒更多的同行,更别说净化行业的创作环境。

作为一个“码字”工作者,深谙原创作者的不易。每一篇文章、每一个观点、每一段文字的背后,都凝聚着作者大量的心血和汗水,也许是苦苦构思中的一次厚积薄发,也许是数次成稿后的再次推倒重来,也许是深夜孤独中的多次反复修改,也许是头脑风暴中的灵感突然迸发……这种心智的付出,特别的劳心,许多时候比在生产线上搬砖还要辛苦,还要折磨人,因此,作为原创者的一项劳动成果,理应得到应有的尊重和爱护。

陶瓷行业文字抄袭者的另一重灾区是行业媒体。陶瓷行业的媒体高度发达,尤其是移动互联网时代,各类新媒体、自媒体层出不穷,但综观这些行业媒体的宣传报道,真正原创性、高质量的稿件并不多见,许多报道都是一模一样的通稿,一件重大的新闻,不是你抄我,就是我抄你,或者摘编、洗稿、转发。缺乏现场采访、独立思考和自我创作的深度报道。这样的状况,使得行业媒体看上去很热闹,却没有多大的参考价值。

尊重知识产权,保护原创者的合法权益,这样的口号已喊了好多年,但行业内对原创作品的尊重并没有大的改观,反而是模仿、抄袭泛滥成灾,甚至变得理所当然。这一方面是因为随着互联网的快速发展,使得抄袭、模仿变得更加便捷与轻松,许多时候只需复制、粘贴即可完成一段文案、一篇文章、一个报告;另一方面,对于抄袭、模仿者的处罚力度太轻,许多人明知自己的创意、文案被抄袭了、模仿了,但却碍于同

行面子或怕起诉讼麻烦、得不偿失而不愿追究,由此更助长了抄袭者的行为和气焰。

更有甚者,许多抄袭者、模仿者故意模糊抄袭与模仿的边界,显得自己很无辜,很委屈,只抄袭了你一段文字又不是抄全部,只借鉴了你一个创意又不是全案复制。比如摘引你的文章,只摘关键的几个数据,改编你的文章,只搬核心的精彩观点,转发你的文章,故意不署作者名、不标文章出处。凡此种种行径,行业内是随处可见。而最令人可悲的是,许多企业、许多媒体常常把原创挂在嘴上,把保护知识产权喊得震天响,实际上却干着拼凑、抄袭等粗制滥造的低质量加工制作。

抄袭与模仿,从来都只是一条捷径,但却不是成功之道。文案的撰写与创意的诞生,总是要苦思冥想,总是要劳心劳力,总是要付出常人难以想象的煎熬与折磨,最终才能创作出一流的作品,赢得读者的赞赏与认可。事实上,每个成功的策划者、创意者和撰稿人,都是自带标签,在长期的耕耘中形成自己独特的风格。那些生搬硬套,东拼西凑的东西,一看就不是自己的风格。千万不要抱着侥幸心理,千万不要小看读者的眼光,尤其是在这个信息传播极度发达的互联网时代,任何的抄袭与模仿都逃不过读者的眼光。

这不,《人生小满》被曝抄袭后,其导演拍摄的另一则宝马汽车广告也被曝抄袭。

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

# 集团获佛山两项质量大奖

5月23日下午,南海区西樵镇市监所刘健文所长一行5人莅临蒙娜丽莎集团,向蒙娜丽莎集团总裁萧礼标颁发了极具含金量的首届佛山市质量成熟度5A企业(最高级)牌匾和第二届质量文化一等奖牌匾。

为贯彻落实《佛山市推动制造业高质量发展实施“品质工程”行动方案(2020-2022年)》,蒙娜丽莎集团积极参与佛山市2021年组织的首届《企业质量管理成熟度》评价工作,基于蒙娜丽莎实施对标管理的创新质量管理模式,通过专家组进行综合质量管理成熟度评价,在(5A级企业、4A级企业、3A级企业)3个等级中,蒙娜丽莎集团质量管理成熟度被评价为最高级5A企业。

蒙娜丽莎集团自创立以来一直高度重视企业质量文化建设,成功打造了以“诚信、务实、创新、高效”的核心价值观和“把每一片瓷砖打造成艺术精品,让蒙娜丽莎的微笑进入千家万户”等独具特色的质量文化,通过质量文化的不断丰富,助推蒙娜丽莎智能化数字化转型升级,使良好的质量文化融于公司,形成强大的精神引领,为打造百年蒙娜



刘健文所长向蒙娜丽莎管理团队颁奖  
丽莎可持续健康发展奠定良好基础。  
(总裁办 孙保均)

# 西樵镇慰问全国五一劳动奖章获得者谢志军



5月19日,南海区西樵镇党委、工会共同在蒙娜丽莎集团研究院举行劳模座谈会。西樵镇党委副书记伍新宇、镇总工会主席潘大柱和集团党总支书记邓

毅、全国五一劳动奖章获得者谢志军、工会主席陈炳尧与公司部分劳模获得者共同参加了座谈会。  
座谈会上,镇党委、工会慰问2022年

全国五一劳动奖章获得者谢志军和劳模们,为他们送上慰问品,向他们致以崇高的敬意,鼓舞他们继续发挥劳模的引领示范作用,为企业和西樵镇持续高质量发展继续做出更大的贡献。

西樵镇党委副书记伍新宇和镇总工会主席潘大柱等领导与2022年全国五一劳动奖章获得者谢志军亲切交流,祝贺他获得来之不易的荣誉,感谢他为蒙娜丽莎集团发展作出的贡献。与此同时,鼓励他继续发扬工匠精神,以“永远在路上”的执着和韧劲,培养更多技术人才,为佛山陶瓷产业发展提供人才支撑。伍新宇点赞道,蒙娜丽莎为员工提供了施展技能水平的舞台,除了谢志军外,企业内还涌现多位劳动模范,如全国劳动模范刘一军、全国五一劳动奖章获得者梁宜广、“南海·大城工匠”潘利敏等。这得益于该公司大力弘扬劳模精神,营造争当先进的氛围。希望各位劳模们继续再接再厉,充分发挥全国劳模的先锋模范和传帮带作用,让更多产业工人以争当劳模为荣,自立于让,比学赶超,为企业和社会的发展做出更大的贡献。  
(珠江时报全媒体记者 何泳谊)

# 集团工会召开先进表彰动员大会



五月劳动月,集团工会唱响“劳动创造幸福”主旋律。为鼓励在工会工作中讲奉献、敢担当、有作为的集体和个人,激励广大职工在推动公司高质量发展中建功立业,以优异成绩迎接党的二十大胜利召开,5月27日上午,集团公司召开了“凝心聚力,务实笃行”蒙娜丽莎集团工会工作表彰动员大会。

会上,工会主席陈炳尧作了集团工会阶段性工作总结汇报和下阶段工作动员。会议表彰了一批服务之星、优秀工会骨干、先进工会小组以及获得社会荣誉的先进个人。公司党总支部书记邓毅肯定了蒙娜丽莎集团的工会工作,对获表彰的优秀个人和集体表示祝贺,希望大家做到明形势、树信心、勇担当,共克时艰,再创辉煌。  
(驻企社工 李婷婷)

# 蒙娜丽莎荣登“中国好家居”口碑榜

5月23日,新浪家居携手中国质量新闻网、CCTV品牌责任发布《中国好家居消费者口碑蓝皮书》。其中,蒙娜丽莎瓷砖在众多行业知名品牌中脱颖而出,荣登“2022陶瓷行业消费者口碑上榜品牌”。

本次陶瓷行业上榜品牌评选,分别从4大关键消费环节与20个家居消费实际问题出发,通过广大消费者40245份问卷调查的集中统计,千余名行业专家、设计师及家居从业人员综合评审,综合多个家居消费维度,筛选出一批得分总体较高的企业。经过市场严苛试炼,蒙娜丽莎瓷砖上榜2022年家居消费者口碑调查细分维度中的产品质量满意度TOP10、安装交付满意度TOP10以及销售过程服务满意度TOP10,成为受消费者认可和信赖的陶瓷品牌。

根植陶瓷行业30年,蒙娜丽莎一直秉承着把每一片产品打造成艺术精品,让每个家都值得拥有蒙娜丽莎的品牌理念,在服务体验和产品品质上不断完善,赢得了消费市场、行业渠道的口碑与认可。未来,蒙娜丽莎将持续提升产品质量,完善服务升级,为消费者带来优质消费及生活方式体验,助力构建美好人居生活。  
(企划中心 梁思琪)

# 桂蒙上榜广西“机器换人”支持企业

5月16日,广西工信厅发布2021年度工业企业“机器换人”项目拟支持企业名单,其中广西蒙娜丽莎新材料有限公司、广西协进建材科技有限公司2家陶瓷企业上榜。

据了解,广西“机器换人项目”是今年2月广西为加快提升自治区传统制造业发展质量和水平,推动自治区制造业转型升级和优化发展的一项扶持政策。

申报条件为实施后在降低生产成本、提升生产效率、提高产品质量等方面有所突破的项目,包括使用码垛机器人、分拣机器人、包装机器人、拆卸机器人移动小车(AGV)等。且为2021年购置达10台以上,申报时已投入使用。符合标准的,将由自治区财政按照购置金额的20%给予一次性补助,补助资金最高不超过500万元。

# 蒙娜丽莎新增两项国际领先水平科技成果

5月27日,中国轻工业联合会以视频会议形式组织召开蒙娜丽莎科技成果鉴定会。会上,对由蒙娜丽莎集团、道氏技术与佛科院共同完成的“多功能柔抛陶瓷大板关键技术研发及产业化”项目及由蒙娜丽莎集团研发中心自主完成的“陶瓷岩板烧结法表面隐形防伪技术研发”两项创新性科技成果进行鉴定。

鉴定委员会由来自景德镇陶瓷大学、佛山市陶瓷研究所、江南大学、同济大学、深圳大学、北京市科学技术研究院资源环境所、中国陶瓷工业协会的7位先进陶瓷及相关领域专家组成。

鉴定委员会的专家们认真听取了项目研发团队主要完成人吴洋工程师、陈鹏程工程师对项目做的工作总结、技术总结等报告后,仔细审阅了产品科技查新报告、检测报告、应用证明、知识产权等相关鉴定资料后,又以视频的方式考察了项目产品。经质询和讨论,专家组一致认为本次鉴定的两个项目“多功能柔抛陶瓷大板关键技术研发及产业化”和“陶瓷岩板烧结法表面隐形防伪技术研发”整体技术水平达到国际领先。

本次鉴定的两个创新成果开发项目,其核心技术均拥有自主知识产权,主要应用于陶瓷岩板制造领域,项目产品经第三方检测机构检测,符合国家标准,已



科技成果鉴定会蒙娜丽莎现场

规模化生产,产生了很好的经济效益,取得了良好的社会效益。其中:“多功能柔抛陶瓷大板”抛后陶瓷板材的湿法静摩擦系数稳定到0.5以上,达到了湿水防滑的效果,且耐磨等级达到4级12000转,莫氏硬度达到5级,形成了集耐磨、防滑、耐污染性能相结合的多功能柔抛陶瓷大板。“陶瓷岩板烧结法表面隐形防伪技术”首次开发了烧成温度高达1250℃的陶瓷岩板隐形防伪技术。印制的防伪标志隐于陶瓷喷墨装饰图案之下在可见光条件下不可见,在365nm紫光照射下,防伪标志呈现出红色可见的防伪效果,实现了陶瓷岩板表面隐形荧光防

伪和二维码双重防伪功能。

蒙娜丽莎集团秉承“把每一片瓷砖打造成艺术精品,让蒙娜丽莎的微笑进入千家万户”的企业精神,始终把科技创新作为企业可持续发展的核心动力,坚持“创新引领”工作思路,以提高自主创新能力,推进重大技术攻关,走出了一条科技引领发展之路,取得了系列具有世界领先水平的研发成果。我们将以此次鉴定会为契机,虚心听取各位领导和专家的意见和建议,认真学习,为今后相关新产品、新技术的研发提供经验和数据支撑,加强公司科技成果转化力度,大力推广新产品,进一步提升公司科技创新、产业化发展水平。

(蒙娜丽莎研究院 黄玲艳)

## 高安蒙娜丽莎取得抗疫胜利

喊了三年的加油,越喊越近,这次直接喊到了家门口。在5月6日的核酸例行检测中,高安市发现1例初筛阳性人员,为及时全面排查疫情风险隐患,彻底阻断疫情传播途径,高安市新冠肺炎疫情防控应急指挥部研究决定,自5月7日6时起,在高安市城区范围内实施临时静态管理。

自高安出现疫情以来,每一位高安蒙娜丽莎人在上班的同时,时刻关注着身边疫情的进展,果不其然,高安建陶基地很快也纳入了静态管理范围。位于高安市建陶基地的蒙娜丽莎人就这样在突然之间开启了自己的住厂之旅,很多回不了家在公司又没有宿舍的员工,只好临时在公司打起了地铺。因为没有床,个别员工只能临时解决,甚至部分员工找几个废旧纸箱席地

而卧。即使这样艰苦的条件,高安蒙娜丽莎人每一天都能积极向上,认真按照防疫部门的要求做好各项疫情防控工作,同时站好自己的每一班岗。

静态管理期间,每天凌晨5点天刚蒙蒙亮就开有序排队做核酸检测。确保不漏一人,应检尽检。在此,致敬每一位白衣天使和积极配合的工作人员,你们辛苦了!

从5月15日起,高安有序恢复正常生产。在长达一个多星期的静态管理期间,高安蒙娜丽莎人积极配合政府部门的防疫要求,落实各项防疫措施。尤其是静态管理期间,公司正常的生产经营受到了一定程度的影响,部分员工吃住在厂里,不出厂门,为疫情防控作出了高安蒙娜丽莎人应有的贡献。

(高安蒙娜丽莎设备部 熊婷婷)

## 广东省妇联副主席方赛妹带队到蒙娜丽莎调研



方赛妹副主席为蒙娜丽莎点赞

5月17日,广东省妇联党组成员、副主席方赛妹、广东妇联组织联络部部长郑东华、省妇联组织联络部主任叶筱筱一行在市区镇三级领导的陪同下到访蒙娜丽莎集团,实地调研“四新”领域妇女阵地建设工作,了解“妇女之家”场室建设、工作制度、活动开展等情况,并听取企业党建、妇建工作情况汇报。蒙娜丽莎集团总裁萧礼标、生产技术中心总经理谢志军、党总支书记梁惠卿、李翠兰、工会副主席蔡莉莉、妇委会主任黄玲艳以及妇委会委员、驻企社工一并参与调研。

蒙娜丽莎集团现有女职工1029人。集团党总支92名党员中有女党员35名(占比38%);集团妇女委员会9名委员中6名是党员(占比67%)。2013年11

月蒙娜丽莎集团妇女委员会成立,五年来在蒙娜丽莎党总支的领导下,与蒙娜丽莎工会女工委联合开展工作,2015年开始联动驻企社工开展各类女职工服务。2020年作为“四新”领域妇女阵地入选省第四期“妇女之家”示范点。

方赛妹副主席对蒙娜丽莎在“妇女之家”示范点建设工作中做出的成效表示肯定。她希望接下来,要结合企业特色进一步细化工作、夯实工作基础,突出工作亮点,努力出实招、下真功,把各项工作做得更深更实,提炼蒙娜丽莎经验向全国妇联推广。调研组一行还先后参观了蒙娜丽莎文艺复兴馆、蒙娜丽莎文化艺术馆及绿创园。

(妇委会 黄玲艳)

## “南海美好家”探厂蒙娜丽莎



探厂设计师在蒙娜丽莎合影

5月7日,由南海区工商业联合会、南海区泛家居企业联合会牵头,联动TC Design创思设计集团、中国建筑装饰协会设计分会、广佛地区知名MCN机构联手打造的“南海美好家”探厂活动(第一站)走进蒙娜丽莎集团,探寻南海泛家居领域的“优企好品”。

“南海美好家”以设计师的角度探厂蒙娜丽莎,揭秘传统建陶行业一个引领设计潮流、高质量发展标杆的、成功数字化转型升级的蒙娜丽莎。正如TC Design创思设计集团创始人覃思所言,“南海美好家”探厂的第一站,一定要选一家具有标杆性的企业,而蒙娜丽莎集团凭借在建筑陶瓷领域数字化、绿色化的高质量发展,成为不二选择。

### 匠心臻品,产品多维度升级

在蒙娜丽莎集团董事张旗康的带领下,“南海美好家”探厂团一行人率先进入蒙娜丽莎春季设计展与蒙娜丽莎瓷砖文艺复兴馆,通过多元化场景的体验,深入了解蒙娜丽莎的产品体系。蒙娜丽莎陶瓷大板岩板在家居空间、家居装饰、家居板材、家居饰面等“大瓷砖、大家居、大建材”的应用,让探厂团的设计师身临其境观摩蒙娜丽莎在美好品质人居打造上的硬核实力。张旗康介绍道,蒙娜丽莎一直在反思如何做出差异化的产品,而在市场早年轻化的当下,蒙娜丽莎注重自身人才培养以及和国内外优秀设计师合作,结合当下年轻人创新想法,比如流体艺术的创作形式,形成有别于传统的现代艺术形式。探厂团的设计师在蒙娜丽莎陶瓷

大板岩板多元应用场景之中,充分领略到蒙娜丽莎的陶瓷大板、岩板产品不仅可以上墙下地,还可以应用于冰箱面板、橱柜面板、衣柜面板、岛台、桌面等多种领域,设计师们对蒙娜丽莎的产品美学与应用性赞不绝口,拓宽了不少家居设计的新思路。

### 数智化的摩登工厂,打造行业标杆

每一片蒙娜丽莎产品的完美呈现,都要经过压制成型、釉线装饰、窑炉烧成、抛光磨边、机器打包等生产环节,在人工智能、大数据等智能技术的赋能之下,车间的效率革命也在逐步上演。每一个生产环节已实现高度自动化,生产效率得到极大提升。

在蒙娜丽莎特高板数智化示范车间里,张旗康带领探厂团一行人实地参观了蒙娜丽莎陶瓷大板、岩板的生产过程。放眼望去,一尘不染的绿色数智化工厂内每一条生产线都秩序井然,明亮的阳光透过窗户照射在铮亮的地面,设计师们纷纷惊叹于陶瓷行业的生产环境是如此明亮整洁和智能化,完全打破了他们对陶瓷行业“三高”的刻板印象。正如张旗康所言“我们从事的是火与土的艺术,我们如何将火与土的艺术形成陶瓷美学来满足甚至超越人们对美好生活空间向往的需求,在这方面,陶瓷砖、陶瓷板材在物理性能和化学性能上都是优势明显的,在美学上的表现更是众多材料都不可比拟的”。正是这种对舒适美好品质人居的持续探索,对市场的持续洞察,蒙娜丽莎持续输出兼具环保、健康、品质与美学于一体的新型建筑材料。

(企划中心 李媛媛)

## 华南师范大学师生到访蒙娜丽莎参观交流

5月13日上午,华南师范大学何景陶副校长率领校内学生部武装部党支部一行约40人走进蒙娜丽莎进行访企拓岗专项调研活动。在蒙娜丽莎集团董事张旗康的陪同下,何景陶副校长一行先后来到蒙娜丽莎特高板数智化示范车间和文艺复兴馆实地查看,全面了解蒙娜丽莎发展成果、节能减排、生产研发、流程管控的相关情况。并在聚英堂会议室召开座谈会,双方围绕“党建工作建设”进行相互交流。

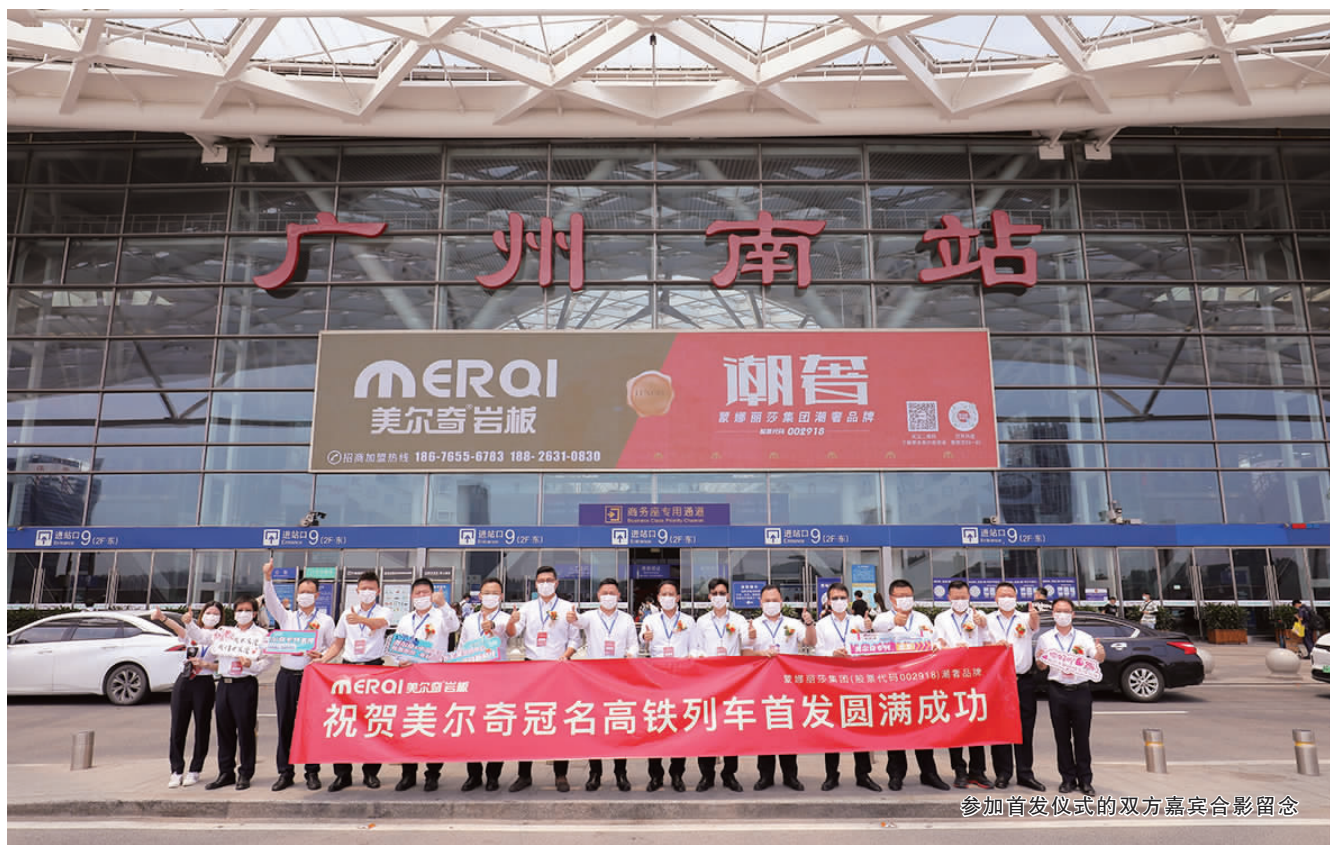
对蒙娜丽莎集团的党建工作给予高度肯定。他表示,蒙娜丽莎在党建工作方面的举措很值得他们借鉴学习,尤其是设置“党员示范岗”凸显榜样作用、进行“强基深化高引领”党建工作法这两个环节,有力地将党的政治核心优势转化为企业的发展优势。

集团张旗康董事也表示,好干部要靠组织培养,形势越变化,越要重视干部培养,这样才能打造出一支忠诚干净担当的高素质干部队伍。

在座谈会上,何景陶副校长

(企划中心 梁婉莹)

# “美尔奇”号高铁专列启程



参加首发仪式的双方嘉宾合影留念



向美尔奇赠送高铁模型

上接 01 版

如今,含义更加丰富的岩板逐渐成为市场主流,但岩板与消费者之间始终隔着一道交付鸿沟,施工质量难保证、铺贴服务缺保障、没有标准、没有质保等成为困扰岩板发展的锁链。为解决岩板交付中存在的种种痛点,绿屋建科通过不断迭代升级“技术营销”体系,推出了新一代岩板“成品交付”体系——美尔奇岩板全案交付战略。

美尔奇岩板全案交付战略,以绿屋建科十余年的技术沉淀为基础,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,引领岩板行业迈向成品交付新时代。

让每一个中国家庭都能享受到更高品质的居家生活体验是美尔奇的品牌愿景。随着美尔奇号的正式启程,美尔奇将以用户需求为导向,以优质的产品和服务满足消费者对美好生活的向往,让美尔奇的品牌形象深深印入广大消费者和合作伙伴心中。飞驰的美尔奇号一路向前,助力美尔奇岩板跑出加速度,迈向新高度!

(绿屋建科 张超)

## 蒙娜丽莎设计云,有你更精彩

从2017年至今,蒙娜丽莎设计云已经走过五年时光。从无到有,经历不断的发展与升级,我们始终与设计之名,致力共建设计价值平台。

### 五年共筑美好设计家园

如果用一个词语来形容蒙娜丽莎设计云的话,“大家庭”最为合适不过。全国2300多位设计师在这里找到了家的归属感,1825个日夜,在设计逐梦的路上,他们不断为这个大家庭添砖加瓦。

设计云的出现让设计师不再“孤军奋战”,这个大家庭将彼此紧紧联系在一起,他们是朋友、是老师、是手足、是对手,互相促进成长。当家人提出困难时,总有热心与耐心的解答。面对竞争时,大家会彼此加油呐喊。在共建美好家园的时光里,他们付出了辛勤汗水,收获了欢声笑语。设计师由新手小白变成大神,用设计产生价值,并让价值不断放大,惠及他人。

五年时间,空间效果图数量突破4,000,000张,输出原创精品案例30,000多套,蒙娜丽莎设计云平台始终以产品效果为核心,让设计师、导购、客户能即时获得海量的精准案例。在这里,设计师不仅可以分享自己的优秀案例,更能在平台上选择自己喜爱的方案进行设计应用,快速给业主客户提供3D全景铺砖方案,在保证空间效果图的整体质量的同时,大大提高了终端店面设计出图效率。

### 五年优化升级实现高效赋能

2017年5月,蒙娜丽莎设计云正式上线,初心旨在为客户、设计师、终端店面提供了一个共享共赢的互动平台,融合优秀设计、主题竞赛、客户管理、奖励兑换等功能,让设计工作更为有趣且高效。经过五年时间的打磨沉淀,基于用户与终端的需求,蒙娜丽莎设计云不断优化升级,现已建成一个工具端拥有设计云PC端官网,设计端拥有云渲染专属服务器,导购端拥有设计家小程序、设计云微信号,形成成熟闭环的设计服务平台,持续为官网、小程序、新媒体、自媒体等平台输送原创优质案例。

### 五年新起点再出发

近年来,家居行业迎来重大变革,数字化、信息化、智能化已成为当下发展趋势,加快推进数字化转型已成为行业的关键词。设计工具是数字化升级不可或缺的一部分。在成立五周年之际,蒙娜丽莎设计云将站在全新的起点,快速向“云设计”实现转型升级。以往单机版的设计模式渐不能满足日常设计需求,线上设计已呼之欲出。全新推出的meta20版本,基于网页端的3D云设计,结合VR、实时云渲染等技术,全面实现家装设计轻量化、即时化。通过云端技术实现高效在线设计,即时渲染出更为逼真与超高清的效果图,提升设计师出图效率,优化客户、导购的沟通交流场景。

(企划中心 黄文婷)

## 成品交付 获业主信赖

5月底,市场部走访了深圳蒙娜丽莎瓷砖旗舰店与成品交付施工工地现场,了解深圳“微笑铺贴·尊享交付”服务基本情况与终端需求。

现阶段,深圳成品交付服务正如火如荼地进行着。根据深圳房地产市场的特性,深圳成品交付服务类型以二手房改造与精装房改造为主,毛坯房装修案例较少。据经销商反映,蒙娜丽莎“微笑铺贴·尊享交付”服务在不同类型的装修需求中所包含的服务环节也有所差别。如二手房改造与精装房改造中,除九大服务环节中包含的瓷砖选材、工艺介绍、设计、专业辅材、运输配送、施工日志、专业铺贴、验收和承保外,大多还包含了铺贴前旧房或精装房的墙面地面拆、砸等服务环节,比毛坯房装修多出一些业主需求的服务环节。深圳蒙娜丽莎瓷砖根据业主需求,在瓷砖铺贴环节前增加了旧房墙面地面拆除的装修服务,让深圳成品交付服务环节更完整更贴心。

另外,市场部还走访了多个楼盘施工工地。走访过程中我们发现,使用蒙娜丽莎瓷砖胶进行铺贴的多为墙面瓷砖,以900×1800连纹背景墙居多。这可能与公司的活动推广有关,从315活动、五一家装party活动到现在的616美家plus购活动,蒙娜丽莎成品交付服务多以连纹背景墙推广为主。同时,墙面瓷砖使用蒙娜丽莎专业瓷砖胶优势更明显,不仅使瓷砖与基面的粘结更牢固,同时减少了铺贴用料的重量,使用薄贴工艺更符合当下装修需求。

(智能家居市场部 梁卉)

## 成都成华区区委统战部走进四川蒙娜丽莎



参观成都蒙娜丽莎展厅

5月24日,成都成华区区委统战部常务副部长韦华一行莅临芳华家居蒙娜丽莎指导工作、入企赋能。富森美家居股份有限公司党委书记、总经理刘义和四川蒙娜丽莎总经理何晓勇一行陪同。就蒙娜丽莎品牌文化建设、经营理念、企业管理等方面进行了深度了解和交流。

参观交流中,四川蒙娜丽莎总经理何晓勇就蒙娜丽莎瓷砖全川打造家居高品质头等舱服务做了详细讲解。蒙娜丽莎立足空间

美学打造每一片瓷砖,每一款产品诞生,都是以解决消费者需求为根本点,把技术与艺术、美学结合在一起,把创新基因融入其中,并转化为空间艺术,奉献给消费者美好的使用体验和情感体验。

此次参观交流,四川蒙娜丽莎受到了韦华一行的高度赞许。通过现场指导交流,政府部门与商场进一步详细了解了企业的发展需求,更好的赋能商家,促进蒙娜丽莎可持续的良性经营发展。(成都蒙娜丽莎 钟悦)



成品交付施工团队

# 什么是侘寂风、奶油风、素色风、莫兰迪？

陶瓷行业在近两年悄然兴起侘寂风、奶油风、素色风等多种风格，一时之间席卷各大瓷砖生产商，众多品牌纷纷推出素色、奶油质感等系列瓷砖，这么多风格如何区分？每种风格的形式又是怎样的？

## 侘寂风：古朴自然

“侘寂”最早的概念起源于中国宋代的道教，后来传入佛教禅宗，又流传至日本。而侘寂美学是从日本茶道鼻祖千利休的侘茶中发展出来的美学流派。安静、简单、朴素、自然，是侘寂风的最大特征。

表达侘寂美的事物，外观上往往是未经完全雕琢、粗糙、颜色暗沉、呈现自然变化和使用痕迹的（侘）。物品被经年使用、风吹日晒到褪色，保留了自然的粗糙。以前的侘寂风格是指日本僧人的小茶室，小而破旧。而现代流行的侘寂风格，看似清贫，实际却很“费钱”。

最早带起现代侘寂风风潮的，是位于美国纽约的格林威治酒店。这家酒店吸引着众多社会

名流入住，最受欢迎的翠贝卡阁楼套房房价高达十多万人民币一晚。而高昂的房费并不意味着豪华、奢侈的装修环境，与之相反的是其外表“平平无奇”，并且内部装修走的也是“朴素无华”的侘寂风格。

## 原木风：自然本色

原木风又称 MUJI 风，是源自日本本土的和式文化。原木风在一定程度上是与“侘寂风”的理念相似的。

讲究朴素、自然、质感、静谧的设计理念和特点，空间的减法设计、自然干净的线条感、极简朴素的视觉感受，这便是 MUJI 风。

原木风整体配色以原木色和白色或低饱和度素色为主导，给人以自然、安静、干脆利落的感觉。其中，原木色是原木风的灵魂，原木色是采用木质材料，表现其原有的纹路或无限接近木材本色的一个色系风格。现在市面上的瓷砖品牌，几乎都有推出木纹的瓷砖，纹理非常逼真，且相较木地板更能达到无异味、易清洁的特点。

## 素色风：低调沉稳

据《陶瓷信息》了解，今年广东、江西等多陶瓷产区不少陶企均推出了素色砖，更有业内人士推测：未来素色哑光砖品类占比将达到 50%。素色之风已然兴起。那么，什么是素色砖？

素色，顾名思义，就是没有彩色的颜色。不过在目前的设计标准中，还没有“素色”这一具体概念。陶瓷行业宣传的素色砖，所采用的主流色调还属黑、白、灰居多，亦或是这三种颜色之间的过渡色，均可以称为素色砖。

如今素色砖已受到不少人的追捧，如近两年高讨论度的水泥瓷砖、砂岩砖等，通过模仿水泥、石材等材质，在黑白灰三色之中增添更多的纹理和质感，降低纯色的沉闷冷淡，更添一分高雅意味。

## 莫兰迪：清新淡雅

莫兰迪色系可以说是又一种众多陶瓷品牌展厅中必有的色系，但很多人不太明白莫兰迪到底是什么颜色，或者说为什么要叫莫兰迪。

实际上，莫兰迪色系源自于意大利博洛尼亚著名艺术家乔治·莫

兰迪。20 世纪上半叶，西方现代主义绘画呈现多元化态势，乔治·莫兰迪另辟蹊径，一反以往著名画家色彩明亮、艳丽的绘画风格，而是采用低饱和度的色彩绘画，因此自成一派，并被称为“莫兰迪”色系。

用如烟似雾来形容莫兰迪色系可以说十分贴切。由于乔治·莫兰迪的画作均是采用低饱和度色彩，整体呈现出低调、高雅的质感，原本明亮的蓝色、黄色、绿色好似都被蒙上一层薄薄的烟雾，呈现出一股缥缈的舒适感。

## 奶油风：温馨柔和

奶油风严格来说不能算是一种风格，而是一种配色色系。

其整体装修风格都是采用低饱和度的色彩，采用最多的就是米白、奶咖、奶粉色等，呈现一种温柔氛围，使人感觉是被细腻奶油包裹一般，因而被亲切称为奶油风。此外，奶油风格装修还会使用马卡龙、莫兰迪色调的家具等进行装饰和调和，奶油风所呈现出来的是舒适又温馨的色调。

现在的奶油系配色还发展出法式奶油系配色、侘寂风奶油系配

色、日式奶油系配色、北欧风奶油系配色等多个系列，总的来说，在装修中应用奶油系配色，都可以称之为奶油风。

## 微水泥瓷砖：细腻独特

微水泥这一概念起源于欧洲，作为一种新型装饰材料，目前并没有明确的品类名称，Micro cement 这一名称也是在近些年才逐渐统称为微水泥。

微水泥瓷砖是近两年一个小众又火爆的品类。微水泥瓷砖的质感较传统瓷砖有较大差别，介于涂料和水泥之间。由于目前国内微水泥技术尚未发展完善，且施工工艺复杂，微水泥瓷砖在一定程度上可以作为微水泥的替代，并在达到微水泥质感和效果的同时，拥有瓷砖易打理、易铺贴的性能，正因如此，微水泥瓷砖受到不少消费者的追捧。

微水泥瓷砖十分符合侘寂风、素色风、奶油风的装修要求。此外，随着技术的发展，微水泥瓷砖不仅有水泥灰等基础颜色，而且已经慢慢发展出莫兰迪等彩色色调，在呈现水泥细腻质感的同时，更添清新、多彩意味。

(陶瓷信息 陶 Sir)

## 市场底到底在哪里？

高安产区刚刚解封，陶瓷企业正有序复产中，夹江产区 60 家陶企又因疫情“全部停产”，而其他产区则时不时来一轮核酸检测……

疫情已持续两年多，除了核酸产业链一飞冲天，赚得盆满钵满外，其他人早已疲惫不堪，几乎到了崩溃的边缘。腰斩的楼市、冷清的陶市、不时躺平的房企、极度紧缺的现金流，让整个行业哀鸿遍野，异常低迷。

已是 5 月中旬，按照惯例，正是陶瓷厂产销两旺的季节，然而，截止目前，多个产区普遍开工不足，部分陶企只有 1、2 生产线维持生产。开开停停间，销售不畅，库存爆仓，业绩全面下滑已成定局。无数中小陶企、经销商之所以还在苦苦支撑，只因大家坚信疫情终究会过去，市场终将迎来回暖的一天。

四季轮回有时令，市场冷暖难测。此轮下行的市场底到底在哪里？没有人能够知道。每个人都希望尽快触底反弹，但希望终究一次次落空。

5 月 16 日，1-4 月宏观经济数据出炉。2022 年全国房地产企业房屋施工、新开工、竣工三个不同阶段规模指标均创历史新高，前 4 月施工面积增速降至 0%，创近 5 年新低。4 月新开工面积不足 1 亿平方米，规模为 2014 年以来月度历史新低；竣工面积环比再降 34.4%，同样创月度历史新低。

一季度连创新低，4 月份再创新低。跌跌不休的数据，持续下行的市场，让无数人迷惘而又看不到希望。虽然政府已出台了一系列救市行动，包括购房松绑、信贷放水等众多政策红包和刺激手段，但楼市仍然低迷。持续两年多的疫情，不仅对无数实体经济造成巨大的损害，使历经几十年培育完善的产业链面临着断裂的危机，更重要的是挫伤了年轻一代的消费信心，无数人面临着失业的危机。尤其是随着断供房数量的激增，使他们不敢买房、不敢提前消费，而楼市则陷入了恐慌性下跌当中。

楼市与陶瓷行业唇齿相依。通常情况下，陶瓷市场相对楼市指数要延后半年左右。也就是说，即便目前楼市已达市场底部开始回升，陶市也要在 3-6 个月后才可回暖。而事实上，目前的楼市仍然深陷低谷，看不到一丝回暖的迹象。

因此，陶瓷行业的市场底还远未到来，接下来的一段时间，陶瓷市场不会有明显的好转，大概率持续探底，需求萎缩、开工不足、销售下滑。

这是最令人无奈而又绝望的煎熬。

有人把今年的形势跟 2008 年的全球金融危机相比。很明显，今年的形势比 2008 年更加复杂，也更持久。2008 年的金融危机，虽然中国经济遭受重创，楼市大幅跳水，许多人曾预言中国经济的走势是“V”形还是“L”形，但在政府 4 万亿的刺激下，市场很快就出现反弹，更为不同的是，那一波的金融危机，中国的城市化率正处于高速增长阶段，居民对住房的刚需非常旺盛，因此，无论是房市还是陶市，都在一年左右的时间就走出了低谷。

而这样的低谷，对于新一轮下行的陶瓷市场而言，目前来看还遥遥无期。著名经济学家李稻葵曾用“一个黑天鹅带着三个灰犀牛”来形容今年的国际形势。其复杂性、持久性与多变性，是这一轮经济周期的特点。我们很难预测新一轮周期的谷底在哪里，但却可以肯定，每一轮周期的下行，都会让大量中小企业淘汰出局，而每轮周期的上升，则会带给诸多行业新生产力快速崛起的机会。

还记得 2019 年，行业内也曾掀起一股“冬天”论，有人预测建陶行业产量将下降到 50-60 亿平方米，更有人悲观地预言，市场需求最终将下降至 30-40 亿平方米。过去两年，虽然行业产能持续下降，甚至有数百家陶企破产倒闭，但与此同时，行业却开启了新一轮产能大扩张的高潮，数十条产能更大、自动化程度更高、更加绿色智能的生产线投入生产。

如果此轮周期的谷底下降至上述标准，那么行业内至少三成甚至一半的生产线将被淘汰出局。这样的市场底，对于无数陶瓷企业而言将是一场巨大的灾难，诸多陶瓷老板一生积累的财富将化为乌有，无数陶瓷人将不得不离开为之拼搏多年的行业。

2021 年，几家上市陶企利润全部负增长。今年一季度，仍然保持着负增长的趋势，且处于亏损状态。头部企业尚且如此，无数中小陶企的日子可想而知。目前，许多企业正在酝酿着停窑、降薪、裁员的风潮。如果这样的势头一直持续，大量中小陶企将等不来市场反弹回暖的那一刻。

没有人希望出现那样的结局，但残酷的现实却无法逃避。

## 疫情不是“躺平”的理由

新冠疫情持续，俄乌冲突持续，天然气涨价持续……行业内外外部环境愈加艰难。许多企业、许多人的忍耐已逼近极限，都在默默地期盼着，疫情快点结束，冲突快点结束，市场快点恢复，否则，大量中小企业将永久退出市场——企业破产、员工失业、经济凋零。

有市场调查显示，上半年将是大量中小企业的生死关，如果市场再不回暖，如果疫情还不清零，如果企业继续失血，无论是早早选择“躺平”的企业还是仍然苦苦支撑的企业，最终都将面临更加严峻的破产危机。

日前，家居建材流通领域的一位大佬预言：“疫情解封后会报复性增长”。事实上，这也是许多陶瓷企业共同的期盼，希望疫情的阴云早日散云，市场恢复往日的繁荣。

但是，这仅仅是一个美好的愿望罢了。今年的陶瓷行业很难，最根本的原因是宏观经济下行叠加楼市周期低谷，而新冠疫情、俄乌冲突、材料飞涨这一只只“黑天鹅”，无非使本就低迷的行情雪上加霜罢了。

我们可以反过来想想。如果没有疫情封控、没有俄乌冲突、没有天然气涨价，今年陶瓷行业的日子会好过吗？答案显然是否定的。因为中国经济目前正处于换挡升级的新阶段，楼市差一点就要硬着陆。虽然今年以来从中央到地方出台了一系列救市行动，但房地产目前正处于新一轮周期的低谷，短时间内很难恢复。因此，行业艰难最根本的内因还是经济转型升级、增速放缓产生的阵痛和地产进入“黑铁时代”对陶瓷产品需求的萎缩，疫情和冲突仅仅是外部因素，并不是决定行业盛衰的决定性因素。

疫情已经持续了三年，三年来，行业无数的展会、论坛、大大小小的活动或推迟，或取消，就连曾经一年一度的博洛尼亚展也极少有人关注。尤其是今年以来，许多城市疫情频发，物流受阻，极大地影响了陶瓷企业的正常经营。俄乌冲突，则导致天然气和大宗原材料价格飞涨，股市更是血流成河。我们迫切期望疫情能够早点过去，让市场恢复往日的热闹。但没有想过，疫情如果长期与人类相伴，目前的抗疫“战争”再延续三年甚至更长，我们该作出怎样的选择？

如果我们单纯地寄希望于疫情结束、冲突结束，市场终将回暖，我们必将失望并最终错失行业转型升级的最佳窗口。

疫情期间，行业沉寂了很多，但也冷静了很多。一些表面的、喧嚣的、浮华的、没有实际意义和价值的东西正在一点点剥离和消失；行业迎来低增长甚至负增长，让诸多企业开始从追求营收规模转向利润率和现金流，投资扩张的念头得到遏制，淘汰落后产能的步伐同步加快。

缩规模、去产能，这是行业从产能过剩转向高质量发展的必然选择。只是这个进程刚好叠加了外部宏观经济和楼市的周期低谷，再加上疫情和俄乌冲突等多方面的因素，让这个进程多了几分残酷和悲壮。笔者曾多次阐述过这样的观点：陶瓷行业真正的危机是经济下行、楼市退潮所带来的市场需求萎缩的危机。而且对于陶瓷这样一个“双高”行业而言，很难找到新的增长赛道，唯一的途径就是通过绿色化、数字化、智能化，迈向高质量发展，不断激活并挖掘陶瓷产品的市场需求。

千万不要坐等疫情、冲突三五个个月能够彻底消失，谁也难以预料这些灾难什么时候离我们而去。即便真的从我们的生活中消失的干干净净，市场也难以回到原来的状态。疫情之下，大家都在练内功，都在研究市场的底层逻辑和经济规律，我们需要明白，任何事物的发展都是螺旋式前行，前后周期的峰值和低谷大概率难以重合。

认清趋势，穿越周期，对处于危机中的陶瓷企业而言显得尤为重要。每个企业、每个老板，甚至每位职场经理人、打工者都需要在这场宏大变革的时间点上认真研判行业未来发展的变化趋势和周期规律，明白自己所处的位置和立足点，继而做出自己的选择或努力。

不要坐等什么“报复性增长”，更不要期盼疫情、冲突能够在短时间内消失。疫情不是躺平的理由，更不是业绩下滑的借口。无论怎样的选择和努力，我们都更需要着眼于长远，着眼于价值。身处这充满变数与变局的熟经济时代，我们更应该去遵循商业的本质和周期规律，不受外部噪音的影响和短期利益的诱惑，在迷雾中保持清醒，在迷惘中充满信心，相信自己，只要努力的方向对了，就一定能够穿越人生和事业的低谷。

# 厂商携手,多重组合拳赋能 618

作为广东砖品牌的“先行者”，QD一直秉持着“以本质为核心，以服务为根本”的经营理念。致力于成为一个与时代同频共振的潮流瓷砖品牌，成为千万家庭的家装建材优选。在即将到来的“618”消费节点，敢于出圈的QD联合山东省开展618狂欢购促销活动，为品牌赋能，为热销加码！

5月28日-6月19日，QD开启“618狂欢购”山东省联动促销活动，将通过创新营销、多元化尝试，为广大消费者提供更为便捷、优惠的选购体验。

**解锁四重惊喜礼,多重组合拳促成成交**

QD“618狂欢购”山东联动促销活动期间，为消费者解锁大量惊喜和海量福利，推出四大促销组合

拳。开启夏日欢购热潮，点燃消费者的热情！

**奖:进店打卡 QD有礼。**618活动期间，凡到山东全省QD瓷砖旗舰店的客户即可活动618狂欢节精美礼品一份，及一张618元瓷砖购物券。

**抢:时尚筑家,好砖不贵。**618活动期间，山东全省QD瓷砖旗舰店多款1200×2400mm连纹背景墙和600×1200mm产品通通有优惠惊喜价，等你来揭晓。

**爆:海量爆品,限时直供。**618活动期间，山东全省QD瓷砖旗舰店750×1500mm爆款产品买两片送一片，买到就是赚到！

**礼:交定满额送补贴金。**618活动期间，凡在山东省QD瓷砖旗舰店

购买新品的客户，即有机会获得新品专属补贴，最高可补贴千元，先到先得。

**大手笔资源投入,助力618大促**

继QD新广告形象占领佛山核心地段、陶瓷门户商圈后，618活动期间，QD又将开启一波霸屏模式！抖音、小红书等时下网民热门聚集地、百度、一兜糖等各界媒介平台，都能看到QD的身影，信息流持续发酵占领流量高地。

QD以本次山东省618促销活动为母本，通过渠道铺排精准定位垂直受众，线上线下多组合拳出击，辐射全国经销商动起来，旨在通过全渠道、高密度、多方位资源助力销售，势能全开，赢战618！

(蒙创致远 陆淑宜)



## QD 瓷砖高炮再霸屏



近两年受疫情常态化、双碳双控、能源及原材料价格上涨等因素，陶企在2022年呈现低迷的状

态，许多企业与旗下经销商都或多或少出现了销售额的下滑。即便如此，在看似严峻的行业形势下，也

## 焕新品牌传播矩阵

有瓷砖品牌能做到逆势上扬，不断壮大，QD瓷砖就是其中一个。

新架势、新形象、新姿态！QD瓷砖重金投入高炮宣传，以“FASHION·YOUNG”为主题，配以品牌VI主色调，全新广告画化身主干道风景，密集投放中国陶都多个核心路段。

高炮广告历来以其独特高大的价值，被誉为广告投放的第一主场。在单调的城市主干道上，气势雄伟的空间意象，开阔亮眼的广告大屏，高炮媒体毫无疑问成为行人的视觉焦点，也是千万流量曝光的制高点。

这一户外新形象展示项目充分发挥了核心枢纽路扼守佛山陶瓷门户、辐射全国的传播优势。沿着城市发展命脉，深挖交通腹地

核心，实现品牌力与市场力的高效转化。

QD瓷砖大手笔提升品牌赋能，抢占各大广告位，是品牌在疫情持续高企、市场依旧低迷的情况下，强势发展的一步重棋，更好地帮助经销商及消费者了解QD瓷砖，也全面体现了QD瓷砖在2022年品牌与产品架构升级的信心与决心。

不仅仅是高炮广告，QD瓷砖长期与百度、抖音、一兜糖、今日头条等各界媒体形成战略合作伙伴，并通过立体式传播矩阵向外界展示品牌全新形象，让更多经销商及消费者持续聚焦QD瓷砖。

此外，今年QD以高擎品牌旗帜之姿，加大新媒体信息投流广告，扩大消费者覆盖率，提高品牌

影响力的同时，精准触达广袤消费市场，为终端门店引流。

尽管近年来，厂家、终端等普遍反映行业形势不好、市场竞争激烈，但是QD瓷砖依然保持着销售额的稳健增长、终端市场影响力的不断提升，这与QD瓷砖全方位、立体式的营销推广布局不无关系。

QD瓷砖作为广东砖品牌的先行者，一直在品牌推广上引领行业发展。未来，QD将加大品牌在全国各地的推广宣传力度，抢占全国千亿流量传播高地。赋能品牌核心竞争力，实现自我利益与行业价值的同步增长。把QD瓷砖打造成家喻户晓的潮流瓷砖品牌，让“轻时尚”品牌定位扬到大江南北，成为千万家庭的家装建材优选。

(蒙创致远 陆淑宜)

## QD 岩板,诠释美好人居

据不完全统计，现代人一生中超过80%的时间是在室内度过。尤其后疫情时代，人们对居住体验有了新的定义，除了满足基本的居住需求以外，高颜值、有个性、更健康的居住环境逐渐成为用户衡量美好人居的标准。

此外，现代年轻人逐步成为美好人居的主理人，更偏向于质感、简约、自然的风格。他们的消费需求也显现出强大的导向性，奶油风、侘寂、盐系、高级感、INS风……这些新生代专属的审美关键词，逐渐成为家装风格的主流。

QD深刻洞悉年轻消费者的审美需求，真正以用户消费视角出发，用极致的创新设计思维，从延绵山脉、舒卷云团、浩瀚大海、葱郁森林等自然万物中萃取东方童话的浪漫，QD岩板新品900×2600mm系列应新一代消费群质感需求而来，为岩板空间做新提案，探索美好人居设计新体验。

**视觉高级,触感柔和**

QD岩板系列新品从自然界中汲取万物的优美意象，将石纹、木纹、水泥的丰富肌理呈现于

砖面之上，石纹精致奢华大气，木纹自然清新有活力，微水泥质朴高级，轻松驾驭多种设计风格，为消费者提供更多元、时尚、个性的生活空间，满足人们对美好生活的追求。

在质感表达上更加多元化，数码微光面、亮光干粒抛等，以不同的工艺质感，演绎家居空间的层次美学，为现代家居空间，带来视觉、触感、质感的多重美学体验。

**密缝铺贴,浑然天成**

对于怕麻烦的新一代消费用户而言，一个好的空间需要艺术设计感之外，还需要便捷烦恼少。

900×2600mm规格岩板可实现一板到顶，以最少的加工打造完整切割的墙面，带来无缝无框、整体如一的观感体验，以大视野凸显空间延展观感，营造出家的意境美感，彰显居者的内涵和品味。

**硬核性能,人气选材**

岩板作为家居领域的新物种，其物理性能优越，轻松抵御切割加工和生活中的各种挑战。耐刮耐磨、抗冲击能力、防腐蚀、防火耐高温、无毒无醛、食品级表面接触等特性，让QD岩板承受生

活中的各种考验，依然经久耐用，赋予高端家居设计更多灵感。

定制家居的消费群体不断地趋于年轻化，带来了一种全新的空间定制生活，让你在家中所经之处都是优雅宜居的存在。

QD精选七款岩板新品，为年轻消费者提供美好人居设计新提案。

无限连纹亮光产品通过智造技术，充分赋能每一片岩板的自然肌理，让瑰丽的自然之美逼真再现。瀚海秘境驾起梦中浩瀚大海的鸟瞰之境，赋予它独特的纹理与色彩，一片秘境，一汪灰蓝是自然的巧思成就造物光荣；四面无限连纹的融山水如画，细腻质地，承载着飘逸酣畅的纹理，自由与悠然融汇共生，有志行高远、气质卓然之意。

哑面素色砖色系清浅柔和，通过先进的数码模具技术的创新叠加，智能3D立体精雕工艺，肌理清晰立体更丰富，灯光下的丝丝暗纹，微弱的凹凸触感，赋予家居设计以更自然的质感。

摩卡、摩卡灰和摩卡奶油白三款“奶油风”岩板，以意大利摩

卡咖啡为灵感，底色浓淡深浅的色调裹挟着自然变幻的石材纹理，在其中翻滚流动，更强调其沉稳醇厚的韵味，轻松打造悠然闲适的艺术氛围感。从QD岩板细腻的触觉与视觉形体的艺术认知，再到咖啡嗅觉芬香与味觉的回甘，一场感知体验由此开始。

普洛斯特木一咖一暖灰两种色调精选优质柚木，纹理明朗清

晰，取木成家，享受自然，一域森林，一室清华，是打造干净简约氛围感的家装好物不二之选。

舒适与悦己已成为当下年轻人的个性标签，拥抱与引领这种潮流，才是品牌该有的魅力。QD岩板新品900×2600mm系列，以创新工艺诠释质感新“岩”值，引领潮流新风尚，满足消费者对美好生活的向往。

(蒙创致远 陆淑宜)



# 李永才:滴水穿石,匠心不易

23年,忠于一家企业,忠于一份责任。从西樵基地到清蒙基地,李永才紧跟公司步伐,稳打稳扎。1999年入职的他,始终谨记和积极履行岗位职责,坚持从细节入手,将

公司年度的经营要求和目标落到实处。2021年,为公司的降本增效作出了重大贡献。被问及第一次当选卓越标兵有什么感受,他表示这代表了公

司对他的认可,今后更要发挥榜样的作用,以身作则。他说归属感是蒙娜丽莎能留住人才的其中一个重要因素,作为管理层,他亦时刻关注每个人的安全,把归属感传达给部门的员工。

## 不为繁华易匠心

20世纪90年代,随着佛山核心区域城市化建设,整个佛山建陶产业由石湾向南庄、西樵等周边区域转移,当时的蒙娜丽莎已经是西樵人口口相传的“大厂”“好企业”,由此吸引了不少本地人前来应聘,很多人一干就干到现在,堪称蒙娜丽莎的“老臣子”,当然也包括本篇人物专访的主角——李永才。1999年,在蒙娜丽莎的三车间刚刚运作不久,李永才来到了蒙娜丽莎,成为了一名执砖工人。那一年,他还未到18岁。在机器和技术条件有限的90年代,“人”的体力劳动在传统产业中举足轻重,吃苦耐劳在一线生产的岗位尤为重要。当被问及初进工厂时是否会觉得不适应和辛苦,他哈哈一笑:“我是农村出身的嘛,不怕苦不怕累”。隔着电话,已能感受到那份自豪和爽朗。

想要在一家企业站稳脚跟,

取得一定的成绩,只有刻苦蛮干是不够的。他从一名执砖工走到今天烧成车间主任的位置,当然不是一蹴而就。从执砖工做起,他先后成为压机维修工、压机班长、压机管理员、清蒙压机副主任,到现在的烧成车间主任。23年的职业生涯。23年的奋勇向前中,李永才始终坚持学习,遇到不懂的就问,遇到不会的就学。他表示从基层岗位走到现在一个管理层当中,除了坚持不懈之外,学习也是很重要的一点,而前辈就是很好的老师和学习榜样,在入职后,行业的前辈对李永才的帮助也是让他一直进步的原因之一。如今,作为一名管理者,李永才也时常教导班组里的员工要互相学习,不懂就问。

如果按人一辈子的工作时间是从18岁干到60岁退休来算,职业生涯也就42年。李永才在蒙娜丽莎工作23年,可以

说是小半辈子的时间都奉献给了公司。外面的世界精彩纷呈,作为一个在上市企业有经验的一线人员和管理者,职场竞争力远超不少人,坚持初心并不是易事。但蒙娜丽莎给予员工的归属感和成就感,却少有陶瓷企业能够做到。每一个蒙娜丽莎人或许都能从细节中找到“归属感”——大到疫情时期的核酸专场,企业爱心基金,员工年终奖励;小到每日的清凉饮料和水果,便利的员工班车,帮助员工子女报读等等。企业和员工的关系不止是工作的关系,更有一份温暖和保障。只谈爱而不谈理想当然也不实际,就如李永才表述的一样,蒙娜丽莎不但是一个有人情味和有责任心的企业,在公司里面,每个人都可以有晋升的机会,只要愿意努力、足够优秀,就有机会晋升,这就是李永才说的“在工作中有盼头”。



李永才在工作中

全员营销的意义就在于推广蒙娜丽莎的砖,鼓动身边的朋友都买砖。这次的降本工作就能很好地诠释何为全员营销。陶瓷行业实行降本不降质的工作,能够有效地为销售人员提供有

力的条件进行终端市场的竞争,在质量不变的情况下降低成本,提高利润。生产一线的全员营销要做的工作,是在生产一块砖的时候就做好降本,为销售人员保驾护航,提高更大的竞争力。

## 乘风破浪会有时

陶瓷市场的竞争激烈而残酷,要想在行业内屹立不倒,保持自身优势和竞争力,企业就必须不停优化产品,提高生产效率和质量首当其冲。

2020年,抛光砖缺陷难点攻关项目正式启动,其中,压机控制目标的任务落到了李永才的身上,项目要求压机的缺陷目标要从原本的3%降低到小于或等于1.5%,对于李永才和整个压机组来说,这个任务的难度无疑是前所未有的。过程当中遇到的困难各种各样,且都不容易攻破。设备的不稳定和技术水平的不足是难以攻克的硬伤,于是,他稳打稳扎,从设备的稳定性入手,经过在生产过程中对设备摸索不断改进使得设备稳定性提升,另外对各岗位员工技术水平通过现场操作、处理问题方式的培训,提高员工的技术水平。李永才深谙人各有所长,要把正确的人放在正确的岗位上,才能让每个人发挥到最大的价值。在了解各人员技术水平各方面的长处后,李永才合理调整各人的岗位,做到合理的人员分配。他善于观察数据,从经验中成长,每

一次的生产过程中,李永才都会安排好人员记录生产的重要参数,在转产的时候沿用,从而减少转产波动,编写好每个砖种的重点检查要点,以便在生产时就做好未雨绸缪,减少可能发生的质量事故,降低缺陷率。

据李永才回忆,他们为了攻克困难,达到目标,熬了数不清的通宵。然而成功已经在每个不眠的黑夜中慢慢孕育,最后,李永才及其团队顺利完成了抛光砖缺陷难点攻关项目中压机控制目标,缺陷目标实际值降低到1.47%,比任务目标还低了0.03%。

在李永才的带领下,产品质量得到了明显的提升,其中,云影斯都系列产品经过技改设备和增加监控手段后,优等率从以前的92%,提升到现在且长期稳定的96%以上。

为配合公司的经营和发展,2012年2月,李永才调派到了清蒙公司。2015年,罗马生态石系列正式问世,到目前为止,市面上也只有蒙娜丽莎一家企业做这款产品。这款产品的独特之处在于一个款式做出不同的表面质感,深受客户群体的欢迎。但是,从开发上线到

今年以前,罗马生态石一直是清蒙公司的一个短板。每次生产质量波动都很大,包括生产的破损率和空窑率,都达不到公司的要求,也一直是李永才和压机团队的痛点,李永才没停止过思考如何提高罗马生态石的产品质量和生产效率。在不断的摸索中,他能进一寸进一寸,得进一尺进一尺,不断积累,终于从不断的摸索得出的经验中得到启发,大胆地对设备作出大改造,从原来的正打工艺改为反打工艺,再配合调整手法才得以成功,使得收成率、优等率大幅提升,空窑率也明显下降。

在日常的压机操作和控制中,整个生产过程都需要把控,李永才通过分解每个指标的控制方法,按制定的方向去跟踪和及时调整方向,并且安排专人整理每次的生产数据记录和分析,从开始生产那一刻开始就要重点关注指标是否达到,及时提出改进方案,做到及时发现,立即解决问题。在李永才的工作中处处体现了细致用心和大胆改变,每一项成就都来之不易,每一块质量优良的瓷砖背后,都是车间团队付诸了极大的努力和心血的日日夜夜。

## 做好榜样,携手向前

从业23年来,李永才曾两度获得优秀管理人员以及多个其他荣誉奖项。2021年,首次获得卓越标兵的奖项。李永才表示,获奖是公司对他工作的认可,接下来会做好标兵的带头作用,不辜负大家的期望。兢兢业业,脚踏实地地在李永才身上体现的淋漓尽致,多年来在工作中获取的经验和人情世故让他更加沉稳和体恤下属。

李永才说蒙娜丽莎的归属感是很多企业比不上的,而他也在不知不觉间,把一份人情味传递下去。在烧成车间工作要经常与机器打交道,安全问题是每个企业最重要的事情,也是一家企业的红线。李永才会针对不同岗位定期进行相应的安全培训,包括各种设备的安全注意点,该如何操作和维修等。另外,防患于未然更为重要,定时检查,及时找出安全隐患,不断完善和改进设备,消除一切可能的安全隐患。除此之外,李永才还教导员工做好三不伤害:不伤害别人、不伤害自己、不被别人伤害,看到员工有不安全行为要制止,并教育和培训怎样安全操作。包括在厂外的交通安全,也是李永才时常挂在嘴边的话题,家庭的用电、防火、不能野游也要培训员工。“父母生你的时候,给予你身上的所有零件,你带到我们公司来上班,在你回家的时候你全部给我带走,不要留下一点在公司”,犹如严厉的亲人

一般的叮咛和关心,也许就是工作中归属感的来源。

对待员工都如此关心的李永才,家在西樵而长期身在清远,时常也会因无法陪伴家人而感到内疚。他说,身为丈夫和父亲,没能给予家人足够的陪伴和完全地参与孩子的教育和成长也会感到一丝遗憾,但是只要能家人创造更好的生活,这一切都是无悔且值得的。未来,李永才希望能带领自己的团队有计划性、高质量地完成各项工作,让每个人可以有计划性的得到合理的休息时间,适当增加陪伴家人的时间。

对于很多刚入行或是对工作依然迷茫的员工,李永才作为一位靠着努力慢慢往上走的“过来人”给出了诚挚的建议,进入任何一个行业或岗位,要爱上这个岗位,干一行爱一行,要有滴水穿石的功夫,才能成就一番事业。他鼓励后辈要多与前辈沟通、多学习、多思考现状——我有什么办法能做得比别人更好,体现出自己的价值。当你做得够优秀的时候,在蒙娜丽莎是能被看见的,别害怕漫长路,只要努力认真,善于学习,你就一定能向上爬。

23年的步步艰辛,关关难过,如今在李永才的口中都是值得回首的故事,而今日回首,赫然发现——条条大路已开拓,前路光明仍步步稳进。

(企划中心 林翠仪)

## 降本行动,刻不容缓

2020年,公司启动了降成本工作。李永才首先带领压机主管、班长共同分析和探讨在压机工序中有哪些方面可以实施降本。经过大家的一番讨论以及李永才多年的经验所得,最终找到了解决问题的突破点——长料车

面料漏料的回收利用。长料车面料的漏料先与底料分开不污染,再安装设备回收直接回用到生产中去,有效地节约成本。方案设定好后,李永才及其团队开始与设备公司一起设计用什么方式和设备既能保障能把漏料

全部回用的同时又能降低故障率,经此一役,清蒙公司拥有了目前为止全行业唯一自主研发的新型回收设备。

蒙娜丽莎倡导全员营销,李永才表示,在当年第一次听到老板说全员营销这个概念时,曾一度以为



# 吴志文:从拧螺丝转向写代码

入职蒙娜丽莎仅三年时间,吴志文从设备部技术员到打包机维修技术员再到打包机维修主管,实现了职业上的快速晋升。作为青年新秀,他沉着冷静,不惧挑战,用一身锐气和志气打破自身

发展的疆界。他善于学习并进行总结反思,自学编程改善了打包线设备,解决实际出现的故障问题,维持生产的正常运行,他用理论与实践相结合的方式做到了“知行合一”。

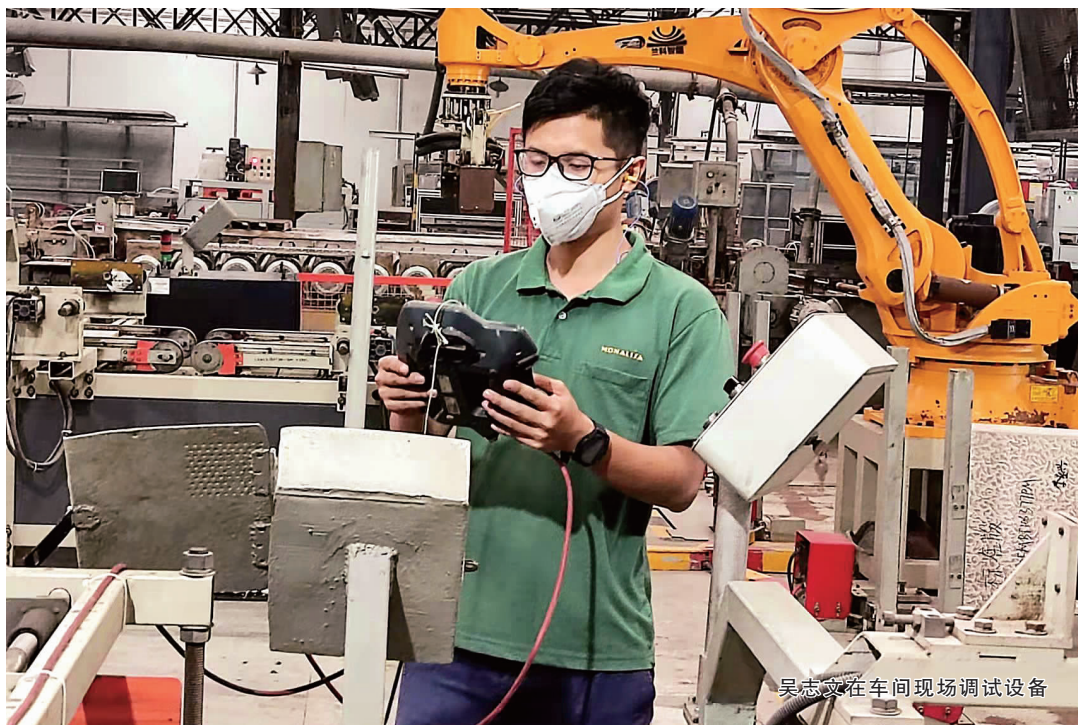
## 走出象牙塔,进厂“拧螺丝”

吴志文是佛山本地人,2019年大学毕业的他的一次校园招聘会上看到了蒙娜丽莎的招聘。“因为蒙娜丽莎是佛山比较有名的大品牌,而且离家也比较近”,抱着试一试心态的吴志文投去了简历,结果也很喜人,他获得了蒙娜丽莎的Offer。

作为蒙娜丽莎19届管培生的吴志文,公司为其制定了一个半年计划,三个月的轮岗实习,三个月的定岗考察。这样的一个计划,也让吴志文迅速成长起来。设备部的工作范畴涉及全厂区所有的生产线,大到设备技改,小到拧螺丝钉。半年的时间里,吴志文对生产车间有了基本的了解,也参与到画施工平面图、设备平面图以及一些设备的采购方案的工作上,为他后来的工作开展打下了基础。

在设备部工作半年后,吴志文正式调到生产车间工作,担任打包机维修技术员一职。这对于吴志文来说,是一个重大考验。相比之前待在办公室舒适的环境不同,车间俨然是一个大熔炉,高温的作业环境加上各种机修任务,分分钟会把一个人的意志给消磨掉。正所谓“初生牛犊不怕虎”,对于吴志文而言,到车间实践不是一件“苦差事”,而是一件可以让理论和实践充分结合的“理想学习方式”。

从办公室画图到生产车间去进行实干,吴志文毅然接受挑战。“虽然在设备部工作期间,也需要到车间去观察设备,但只局限于看,而缺少更深入地了解机会。”正式去生产车间工作正好打破了吴志文认知设备的局限,“在办公室对设备的了解往往限于书本之上,



吴志文在车间现场调试设备

去生产车间工作则可以更多的实际接触到这些设备,让我更清楚地了解它们”。理论与实践的结合,让吴志文在实践中迅速提升技能,快速成长为“行家里手”。

刚进入车间的吴志文,做着最

基础的一件事,也是他们俗称的“拧螺丝”。设备经过长时间的运转后,螺丝会出现松动,部分机器老旧的零件需要更换,而拆下设备也都需要拧螺丝。这是维修技术员的基础工作,也是体现他们扎实功底

的所在。在日常机修工作中,吴志文拧过的螺丝不计其数。现在的他光凭经验,就能判断出不同螺丝的材质与对应的扭矩。在拧螺丝的过程中,也练就了耐得住枯燥、耐得住繁琐、执着不认输的钻研精神。

## 摸爬滚打,练就真功夫

随着人工智能、大数据、云计算等先进数字技术的发展,制造业迎来了新的时代发展机遇。蒙娜丽莎在发展浪潮中,积极推动制造业数字化、智能化、绿色化的转型升级。而智能打包机器人的引入则是蒙娜丽莎进行自动化升级的关键一步。从2016年,蒙娜丽莎便引入首条自动打包线,而到现在蒙娜丽莎西樵生产基地拥有17条自动打包线。随着自动打包线的逐年增加,吴志文的工作任务也是与日俱增,肩上的担子更重了,责任更大了。

作为打包机维修技术员,吴志文的工作主要是对打包线所有设备进行维护维修及其管理,保证工作进程的有序进行,包括检测机,贴膜机,喷码机,吸盘机,包装机还有各种辅助设备等等。

刚接触这些设备时,吴志文可以说是一头雾水,尤其是对于机械

臂、机器人一类更加不懂,导致维修工作无从展开。但吴志文很快就调整了心态,“如果这点困难都克服不了,就只能原地踏步,不会有进步”。吴志文主动地去学习,每当设备有故障出现时都会立刻赶到现场去观察,与师傅们一起维修讨论,还会主动拿起工具抢着去做,让师傅们在旁指导。“当我不明白某些原理的时候也会立刻向师傅们请教,请教一次不行就多次,请教一个人学不会就请教其他人,正常上班时间搞不懂就加班都要搞懂”。

这种“拧螺丝”的坚韧、探索精神让吴志文学到越来越多的技能。在解决设备故障的时候,面对十几个人的围观修理,吴志文坦言自己感到很紧张。正是这种被很多人围观维修的“窘境”,也推动了吴志文去解决设备问题。在遇到没办法解决的情况时,他会采用多样的方法

去找到处理问题的途径,找其他人一起协商,或者找更加专业的人咨询,或者看别的设备借鉴一些维修思路。在一次又一次的“摸爬滚打”之下,吴志文对打包线维修工作越来越得心应手,大部分故障都可以在短时间内判断并解决。

“有故障就维修,没故障就保养”,吴志文言简意赅地描述了他的工作现状。但这一句简单的言语背后,是吴志文经过不断摸索钻研而积累的经验使然的。吴志文在一次外省出差中,西樵基地某一打包线机器人突然发生故障无法继续生产。当时现场的维修人员对处理这类故障的技能较为薄弱,而通知厂家人员也无法及时到达现场,如果不及时维修造成长时间停机将会导致储坯线堵满,甚至堵到窑炉或者空窑的情况。

为了处理紧急事件,吴志文让

维修人员通过实施每一步都拍一张照片的方式,远程指导去判断并成功处理了故障。吴志文表示:“掌握设备,关键在于用眼、用手、用脑。用眼去观察设备的运转,对设备的动作都要了解;用手,动手去维修设备,或者拆装、保养的时候要积累经验;用脑,要去思考设备运作的原理。”机器设备之间虽然有着形态与功能之间的差异,但是其原理之间都是相通的,“所以当你掌握了一门设备之后,其他的设备也就能很快掌握”。就是在这样不断的思考与实践的反复过程中,吴志文与设备之间建立起了足够的链接,在一次又一次修复故障的实战中积累了经验并持续性的反思,获得了维修设备后成功的喜悦。

2022年,吴志文迎来新的挑战,担任起打包机维修主管一职。面对西樵基地内17条打包线,机

修人员定编不足,光是靠机修人员去维修有故障的设备和执行保养工作,无法做到万全兼顾,尤其是当遇到多条生产线同时发生故障时,单纯靠机修很难做到及时处理问题,严重时还会耽误正常生产的进程。

为了能够有充足的时间应对打包线设备可能随时出现的故障,在吴志文的推动下,建立起周检制度。吴志文每周组织人员对各个生产车间打包线进行设备检查,把发现问题、保养工作和基础维护工作交给打包工,需要更换难换的配件和专业设备问题交给机修,同时及时安排相关人员整改异常状态下的设备,提前做好预防,减少故障率,日常的维护维修也遵循打包工和机修共同维修的原则,在他的协调与组织之下,处理问题的速度更快,减少了打包线停机时间。

## 步履不停,追梦不止

在工作之余,吴志文仍然保持着继续学习钻研的态度。由于本科是电气专业,让他接触到了编程这一门课,代码的世界让他充满兴趣,毕业之后吴志文仍继续自学编程,并成功运用到工作中解决了实际问题。码垛机器人示教器里的程序和操作界面大部分不是中文,而是一些拼音或者英文,很多操作人员与维修人员都看不明白,难以通过示教器操作画面和程序去判断故障和学习程序,甚至基础使用也比较困难。

针对这一现象,吴志文运用自身所学的编程知识,为大部分机器人的英文程序做了中文翻译,并设置为中文界面,让操作人员和维修人员对程序意思一目了然,操作起来更方便简单,提高了工

作的效率。而面对日新月异的设备更新换代,老员工对新事物比较陌生,而新员工由于刚到岗位,也难以迅速适应新环境这一情况,吴志文通过编程改善了很多设备,让机器设备更适用于生产车间所具有的原生环境,一方面机器更加自动化,另一方面也方便了员工的工作。

而吴志文自学编程,也为其工作带来极大效益提升。当设备出现故障时,很多维修工都不知道出现问题的原因,但是通过观察设备程序,吴志文可以探查设备出现问题的原因对症下药进行解决。比如,打包机器人的程序在厂家编写投入运行后,经过多次转产、修改木笼方向、变换码垛方式,已经不适应当前生产,并且原来程序在运

行合理性方面有所欠缺,有时会出现程序漏洞导致运行错乱,针对这些不适宜的机器人模式,吴志文对打包线机器人程序进行了优化,增加检测指令和判断指令用于检测机器人是否正常工作,让机器人运行更加稳定。

吴志文表示,有一次,已经正常运作一个月的打包机新机,突然之间没办法复位,点击故障开关、断电、重启都无法复位。后来通过检查机器程序,才发现是因为程序中的复位指令被全部删除,才导致无法工作。后来吴志文对指令进行修复后,设备就正常运行了。吴志文正是通过自己所学建构起了自己的知识框架,并从中延伸出与实际工作的经验体系,在不断地“学习——实践——积累”

的过程中,探索出了一条适合自己的发展道路。

在吴志文的身上,有着“坚持”和“创新”的品质,而这两点,在当下年轻人身上越来越难能可贵。

生产车间的工作是辛苦且劳累的,相对于新进入的大学生、年轻人来说是比较难以坚持的工作环境,“不同于老员工的习惯,现在新员工、大学生在生产车间的很少”。并且由于维修技术员工作的特殊性,当设备出故障需要他们时,他们就必须得在,所以吴志文的工作经常是24小时待命的。当打包线设备运转不了,出了紧急的故障,吴志文就需要赶往现场。面对工作上的压力,吴志文肯吃苦、能吃苦的精神让他一路坚持到了现在,并积极发挥所

学不仅出色地完成了自己的本职工作,还借助特长优化改善了打包线设备。

马斯洛需求层次理论指出,人的需要是分层次的,从低到高分别是生理需要、安全需要、归属与爱的需要、尊重需要和自我实现需要。获得“卓越标兵”的奖项对于吴志文来说,自己的努力能够有所收获,是对他工作能力的肯定,自我价值的实现让吴志文获得了源源不断的驱动力。他说“解决每一次故障都是一种成就感”,正是这种成就感成为吴志文人生道路上的强大引擎,促使他不断前进的动力之源。作为一名90后,吴志文用自身的行动及实践证明,所有的幸运绝非偶然,机会都是留给有准备的人。

(企划中心 李媛媛)

# 董兆里：用汗水淬炼每一片瓷砖

在第132个五一国际劳动节到来之际，一股弘扬劳动光荣，争当时代先锋的号角迅速在清蒙公司各车间、各部门吹响。而拥有活力之称的清蒙烧成车间各岗位员工的工作热情也随即高涨，为提升和稳定产质量，同事们像一颗颗螺丝钉日夜坚守在各自的岗位上，用辛勤的双手和滴滴汗水，淬炼烧成一片片高质量的瓷砖……

回眸我在清蒙烧成车间工作8年的日子，感慨万千，非常怀念融入大家庭的那种温暖和快乐。为生产而奋进团结，为产质量稳定而坚守岗位，为强化6S而携手合作……一场场、一幕幕的感人故事时至今日我还历历在目，记忆犹新。

清蒙烧成车间电工班长董兆里，他十年如一日倾注自己全部的工作热情，在电器设备抢修维修中，急生产所急，争分夺秒常与时间赛跑。时间就是效益，职责就是担当。董师傅总是把每一次故障成功的修复看作是前进的动力。以自强不息，刻苦钻研，务实、智慧、辛勤与汗水谱写成一曲劳动美，劳动光荣的旋律，他爱岗敬业的精神，总让员工同事们为之感动。

那一刻，当窑尾捡砖机、电动叉车等偶

然的故障，窑炉、各生产线的变频系统的突发异常，电器设备的疑点难点的攻关克难……都会看见董师傅抢修、维修的身影。向实践求真理是董兆里师傅求学不厌的特长。早些年窑尾捡砖工常用的电动叉车是当时唯一减轻捡砖工劳动强度的运输工具，电动叉车三班制的运行难免对电器元件会造成一定的损坏，碳刷元件的磨损、电池充电、送电夹子及各线路连接口的松动……等等的故障偶然时有发生。为此，董师傅为尽早全面掌握电动叉车的维修技术，对电动叉车的运行原理作了更深刻的研究，为了理论与实践相结合，曾多次在现场维修中，不嫌弃零部件多且复杂的工作麻烦，总是把电动叉车重要的核心电器元件使用阻值参数进行核对并做好记录。电源电路故障的分析，一组组小线头的连接，一个组合集成元件的更换，安全制动的隐患，线路烧黑痕迹的原因追踪检查等等，样样工作精修细检，不敢存有半点的马虎大意。有着如此对技术匠心追求的信念，很快，董师傅终于掌握了一套维修电动叉车的技能，为保障生产正常运转做出了卓越贡献。

近些年，随着清蒙烧成车间各窑炉生产线的全面改造升级，在高科技智能电器设备更广泛应用于陶瓷领域的那一刻，电工班长董兆里更加努力加快掌握各电器设备的工作性能和参数，并举一反三，针对班组成员对各类智能设备故障的疑点难点等薄弱环节，经常组织班级成员到现场，加强安全及现场技能知识的培训。

互相帮助，有求必应是董师傅历来的性格，4月3日下午17时，抛光车间大型储坯转运线E窑混合烧成的砖坯下砖现场，下层记号砖釉线转弯平台2组电机突然停止运转。那一刻，因抛光车间实施夏季错峰用电而进行了两班制工作时间的调整，因此，跟班电工已下班，而储坯线当班机修陈桂荣师傅经多次检查并调试E下砖机设备，但故障问题依然未能排除，怎么办呢？

接到紧急求助通知的烧成电工班长董兆里二话不说，迅速赶赴储坯下砖线现场并进行有序检查抢修，尽管智能下砖设备的线路跟踪复杂，环境陌生，然而董师傅还是自信满满，他先检查触摸电机外壳散热层热量是否余温，敏锐的嗅觉让他立刻判定出2组电机并没有异常。打开2个关联的控制电

柜细心检查，董师傅很快用仪表便找出了其中一个主电柜的接触器上少了一组单相电源的输入，当直接接触连接点，发现2组电机马上运行，究竟哪一段线路输送电源断开而出了故障呢？

17点20分，当董师傅满脸汗水，对跨越频繁的安全人行通道相关线路进行细心排查的那一刻，刚下班还没来得及换下厂服、喝一口水的抛光车间跟班电工夏红军师傅也迅速赶赴储坯线现场，与董师傅一起合作检查，在他们的努力下，很快找到断送电源的原因，原来是距离E储坯下砖线约10余米、而且是下砖砖场中心点D釉线旁，特意为储坯操作工设置的一位安全急停开关内，其中一根电源线松动了，从而造成断电。此刻，董师傅“啊”的一声惊喜，原来这里还有一个两地急停开关的设置？伴随着开关内电源线的接牢与修复，E窑下砖储坯生产线立刻恢复了正常的运行。

随着夏日夕阳的降临，那一刻，金黄色的余光显得特别明亮，那光芒仿佛就是刚才清蒙蒙娜丽莎人团结协作，不畏困难的精神光芒，是那样的炽热，那样的耀眼，我们坚信，只要大家团结协作，就没有不可战胜的困难。

(清蒙抛光车间 李钊荣)

## 立足平凡岗位，弘扬劳模精神

说起劳模，人们心头总能闪现出许多光辉形象。“铁人”王进喜、“杂交水稻之父”袁隆平、“金牌工人”许振超……他们爱岗敬业、艰苦奋斗、争创一流、甘于奉献，以卓越劳动凝结成的劳模精神，值得我们每一个人深入学习，大力弘扬。其实，在蒙娜丽莎平凡的岗位上，也有很多热爱劳动的模范。他们以默默无闻、脚踏实地、吃苦耐劳的精神擦亮着艰苦奋斗的底色。

弘扬劳模精神，要学习他们胸怀大局、甘于奉献。在清远蒙娜丽莎公司有一道靓丽的风景线——她就是陈红等人力资源、工会等部门的行政人员。每逢元旦、三八、五一、十一、中秋等节假日，他们就会加班加点，非常用心组织开展丰富多彩的系列活动，让身在异乡的员工倍感温暖。此外，每当炎炎夏日，厂里会为员工发放清凉饮料、高温补贴，真心实意地帮助一线员工解决工作烦恼和问题。我为能成为蒙娜丽莎集团这个温暖大家庭的一员，深感自豪！

弘扬劳模精神，要学习他们勇于创新、争创一流。在疫情防控常态化的大环境下，蒙娜丽莎集团全体员工依然能正常

开工、上班，员工工资福利待遇仍然能按时发放，这离不开公司领导的高瞻远瞩，离不开他们的开拓进取、勇于创新，使蒙娜丽莎的产品品质过硬，在激烈的市场竞争中脱颖而出，赢得广大消费者的信赖。曾以为只有我们底层员工才会三班颠倒，三更半夜还在忙碌工作，但实际上领导们也经常加班加点工作，24小时随时待命及时解决车间的突发故障或是产品生产问题等。如凌晨两三点，我常看到我们的技术人员、线长、班长在紧张认真地研讨分析问题，他们始终斗志昂扬、无怨无悔，因为他们一直在为公司的持续高质量发展、为全体员工能安稳工作而不懈奋斗。

弘扬劳模精神，要学习他们爱岗敬业、艰苦奋斗。在清远蒙娜丽莎，从上到下都有一群人，他们无论职务大小，都爱岗敬业，热爱劳动，无论严寒酷暑，始终按时上班，认真工作，不辞辛苦。“今天又是撸起袖子加油干的一天，大家打起精神来！”我们窑炉班长陈金爱总是这样鼓舞大家士气。每天上班前，他都会开动员班会，讲纪律、讲安全。“有问题第一时间报告，大家齐心协力把每个工作环节做细做实。”班长总是以身作则，团结带领

全班埋头苦干。夏日炎炎下，大家常常干到汗流浃背，腰酸背痛，但是在班长的协调、帮助下，许多人仍然乐此不疲。

此外，还有我们班釉线机修潘金灿，他每天像勤劳的小蜜蜂一样，穿梭在车间一线，我们常常看到他忙碌的身影，反皮带、烧电机、喷釉柜故障、换振筛……各岗位设备有问题，他都会迅速处理，从不耽误生产工作。“有故障，第一时间到现场，马上解决！”潘金灿总是争分夺秒地抢修故障，确保车间机器正常运转。我们的班长、机修不仅工作认真负责，不怕苦不怕累，而且为人非常亲和友善。我们一起工作了几十年，大家总能一起艰苦奋斗、团结友爱、互帮互助、共同成长。

“伟大出自平凡，英雄来自人民。”虽然我们职务渺小，每天两点一线、三班颠倒，疲于生计，但我们苦并快乐着。我会向他们学习，尽自己所能，认真做好本职工作。只要我们大力弘扬劳模精神，崇尚劳动，热爱劳动，爱岗敬业，艰苦奋斗，甘于奉献，就能在平凡的岗位中实现自我价值。让我们携起手来，为更美好的明天努力奋斗吧！

(清蒙烧成车间 潘秀维)

## 致敬劳动者

每个时代都会有这么一群人，他们的名字各不相同，他们的岗位各有千秋。他们奋战在各行业一线，用双肩扛起责任、用汗水致敬职责、用良心回馈社会、用努力让世界变得更好。新时代是追梦者的时代，是奋斗者的时代，致敬每一位平凡而伟大的奋进者。

在第132个国际劳动节的日子，为大力弘扬蒙娜丽莎“辛勤劳动、诚实劳动、创造劳动”的优良品格，清蒙公司大力营造员工崇岗敬业的工作氛围。每一种伟大都由平凡书写，每个奇迹都由奋斗创造。正是有每位蒙娜丽莎人的爱岗敬业、无私奉献，才有蒙娜丽莎取得的成绩。希望全体职员继续用肩膀担起责任，用智慧创造价值，用更加开阔的视野，更加昂扬的斗志为公司各项事业发展贡献智慧和力量。

致敬最美的劳动者——刘德国，他做事勤勤恳恳、一丝不苟，工作埋头苦干、踏踏实实。奔跑是他的常态，匆忙是他的日常，每天忙于班长工作和班务工作，他兢兢业业从不懈怠。瘦弱的肩膀扛起的是责任，有爱的胸怀写满的是担当。

致敬最美的劳动者——梁枝然，他吃苦耐劳，繁琐的工作绕不开他对工作的热情，尽职尽责是他一贯的作风，认真是他的工作态度。他把自己琐碎平常的工作干成了自己最大的事业，即使在平凡的岗位上，也能体现人生的信念和价值。

致敬最美的劳动者——李永才，他身挑数职，尽心尽责、无怨无悔，他是全体压机人员的楷模。他微笑平和，坚持用信任和鼓励引导每一位员工的进步。他用真诚和勤奋锻炼整体实力。即使能够侵蚀掉他青春的容颜，但吹不灭的是他对工作似火的心。

致敬最美的劳动者——新来的面点师，他走路带风、干净利落，用他灵巧的双手制作出健康又精致的面食，把全心全意服务全体人员的宗旨展现的淋漓尽致。

幸福不会从天而降，梦想不会自动成真，世界上最美的东西都是由劳动者创造出来的。让我们用劳动增加生命的厚度，让生命更加有价值，让我们的蒙娜丽莎更加辉煌灿烂。

把每一项平凡的工作做好就是不平凡，把每一项身边的小事做好就是大事业，一切平凡的人都可以获得不平凡的人生，一切平凡的工作都可以创造不平凡的成绩！

用劳动托举梦想，用奋斗书写蒙娜丽莎发展新篇章。

(清蒙烧成车间 张宗寿)

## 学习劳模精神，争做时代楷模

劳模就是一面鲜明的旗帜。劳模的模范事迹对广大职工群众是一种非常现实、非常直观的教育和引导，是形象、生动的学习教材。每个人不一定都成为劳模，但人人都能学习和践行劳模精神。劳模精神没有“光环”的预期，更多的是职业的喜悦，发现的喜悦，劳动的乐趣，结果却实至名归。

2020年还在上大学的我，从新闻里了解到蒙娜丽莎副总裁刘一军获得全国劳动模范的新闻，他扎根研发一线26年，从雪花白、复合微晶玻璃砖、抛釉砖到陶瓷薄板、大板、岩板，从单一的一片瓷砖到全屋定制健康陶瓷板，26年来他不断追求创新，以开阔的视野潜心研发了各类陶瓷产品，填补国内建陶技术空白。他开发的新产品、新技术通过省、市科技成果鉴定48项；授权发明专利54件、实用新型专利11件；获美国授权发明专利1件、日本授权发明专利2件、欧盟授权发明专利1件；主编、参编著作5部。他的职业生涯事迹

对我有着很大引导和启发，使我懂得不妨带着“问题”“模仿”“态度”去学，或许，我更容易学到劳模精神的实质。

勤问好学，带着“问题”去学。作为刚走出校门的学生，年仅20多岁的刘一军也感到迷茫，两年后他从武汉来到佛山进入陶瓷行业，不断在工作中勤学好问，寻找目标和方向，一干就是26年。学习劳模精神，需要勤学好问，多带着问题去学习，目标才更明确，也就更容易找到问题的答案。带着问题去学习更有助于进步。

取长补短，带着“模仿”去学。劳模为什么能成为劳模，劳模和我们有什么样的差距。我一直没有思考明白，然而当我去了差和观察他时，我终于找到了答案。劳模直面困难且坚持不懈地学习如何克服困难，见贤思齐焉，见不贤而内自省也，所以劳模就像一面镜子，值得我们多去照一照，找到自己的不足与差距。多模仿劳模这面镜子，模仿他工作的精神和解决难题的方法，做到务实、求真、不怕困难不怕苦，在行动上把这些

做到常态化，避免三分钟热度，要不断地向劳模看齐、不断地模仿和学习，亦能百尺竿头、更进一步。

持之以恒，带着“态度”去学。不积跬步，无以至千里，劳模以工作为事业，在职业生涯的每一个岗位都尽最大努力去发光发热，刘一军用行动告诉我们，即使在平凡的岗位也能作出不凡的业绩。他兢兢业业、勤学苦练、深入钻研、勇于创新、争创一流、敢为人先，把工作做精做细，不断提高技术技能水平，为推动蒙娜丽莎企业高质量发展，实现“百年企业”“百亿市值”这两个目标默默地贡献智慧和力量，这就是劳模的态度。

学习一种精神就是树立起一面旗帜，标示出一种导向。学习劳模精神就是在宣告，这种敢为人先、争创一流、自强不息、持之以恒的精神正是企业发展新需要、新呼唤的精神，这种兢兢业业、深入钻研、吃苦耐劳、百折不挠的精神不仅过去需要，现在需要，将来更需要。

(清蒙研发中心 孟庆港)

# 工会共建,聚力发展



双方工会代表签约并互授牌匾

5月13日,蒙娜丽莎集团工会与佛山市南海区第四人民医院工会在蒙娜丽莎研究院圆桌会议室举行了一场工会工作共建交流会,双方工会委员会成员参会,共同探讨新形势工会建设。

会上,集团工会主席陈炳尧为四院工会主席杨秋生一行介绍了蒙娜丽莎集团和工会建设基本情况,工会社工李婷婷从集团工会小组建设、企业社工服务、职工福利及相关服务方面作经验分享。四院

工会主席杨秋生也分享了四院工会工作的特色做法,双方就工会工作情况进行了深入交流,各取所长,并探讨了工会共建的发展方向。

5月6日,蒙娜丽莎集团工会与四院工会联合开展的“缘在西樵·未来可期”青年职工拓展交友活动圆满收官,收获了很多好评,这是两单位合作共建的第一次尝试,也体现了两单位实实在在为职工办实事,合作共建最大的受益者始终是职工。

随后,双方分别授予对方“工会工作共建单位”牌匾,达成结对共建、聚力发展的合作意愿。接下来将遵循“整合资源、优势互补、互利共赢、共同提高”的原则,提高工会规范化建设质量,提升服务职工水平;围绕“理论共学、组织共建、品牌共铸、成效共享”开展结对共建工作,力争取得预期效果,为职工打造温馨、和谐、舒适的职工之家。

(驻企社工 李婷婷)

## 缘在西樵,未来可期



参加“缘在西樵,未来可期”的帅哥靓女

为进一步推动工会服务普惠化,更好地满足职工群众的美好生活需要,缓解企业青年职工存在的交友难问题,丰富青年职工的精神文化生活,拓宽青年职工的交际圈,蒙娜丽莎集团工会特联合南海区第四人民医院工会、团委举办“缘在西樵·未来可期”青年职工拓展交友活动。活动当晚共吸引了50多名蒙娜丽莎集团和南海区第四人民医院的青年职工

参与其中。活动现场布置温馨,并将参与活动的职工基本信息和联系方式制作成多张信息卡,方便参与职工在活动开始前对彼此有基本的了解。“你好,我来自蒙娜丽莎集团,我的爱好是听音乐...”活动开始了,在北达博雅社工的主持下,在场男职工和女职工各围成一圈,男职工在外圈,女职工在内圈,然后

随着音乐互为反方向跳动,当音乐暂停的时候,与对应站位的职工握手并自我介绍。

活动现场,经过自我介绍热身活动后,社工对现场的职工进行了男女搭配的分组,“贴宝石”、“先礼后兵”、“同舟共济”等一个个趣味游戏随之登场。社工也特意在各个游戏中加入了互相认识的互动。男女职工在沟通探讨、你争我夺、默契配合中,逐渐由陌生的拘谨变得熟练起来,彼此增加了接触和了解,游戏间隙还不时开起玩笑,现场洋溢着愉悦的气氛。活动过程中也能持续看到职工们互加微信的情景。

此次活动除了为两个单位的青年职工提供轻松交友平台外,我们还倡导青年在懂得感恩。因此在活动最后特意设计了一个感恩环节,主要是考虑到本次活动有一半职工来自南海区第四人民医院,大部分都是抗疫前线的医护人员。为感谢她们在抗疫前线工作中的辛勤付出,由蒙娜丽莎的青年职工工作代表,集体为四院职工献上礼物,感恩最美医护。

(驻企社工 李婷婷)

## 挥洒汗水,不负青春

为了丰富员工的业余生活,桂蒙公司于5月举办了“五一劳动节暨五四青年节运动会”。

运动会共有乒乓球比赛、羽毛球比赛、篮球比赛、拔河比赛和旱地龙舟比赛共5个项目。旱地龙舟更是一个新型有趣的项目,取得了各职工的喜爱,比赛过程也充满了欢乐。每一个项目的健儿们都努力争取好名次,他们积极奋斗,拼搏,在团体赛中团结一致的时刻无不让人动容。如今除了篮球赛还在继续进行外,各个项目也举行完毕,决出了其中的优胜者。

许多参与运动会的职工

表示:“公司举办运动会很有意义,我们为了参加比赛,下班了就和同事练习,本来枯燥的工余生活都变得有趣起来了,而且比赛让我们感受到了团结一致和积极向上的氛围,希望公司多举办这样的活动”。

尽管比赛有输有赢,但只要每一位职工努力了就是胜利者。桂蒙公司将吸收本次运动会优秀的经验,根据职工需求也会陆续举办相应的职工关怀和企业文化活动,同时也希望各职工能把比赛场上积极向上,团结一致的精神投入到工作生产当中。

(桂蒙工会社工 孙嘉华)



桂蒙拔河活动现场

## 清蒙公司举行文化体育岗位技能大比拼

为弘扬劳模精神、工匠精神,蒙娜丽莎集团清蒙公司工会以五一劳动节为契机,开展了以“弘扬劳动精神、争当时代先锋”为主题的五一劳动节系列活动。活动分为文化系列、体育竞赛系列、技能竞赛系列三大板块。

文化系列活动,首先是安全知识竞赛,通过线上形式进行,基本上达到了全员参与,让全体员工在参加活动的同时,也重新温习巩固了安全生产知识,为安全生产夯实更坚实的基础;弘扬劳动美征文活动,是本次文化系列收获最具硕果的一项,通过积极搜集身边素材,大力弘扬劳动精神的行风倡导,发掘出了很多在生产一线默默奉献的同事,他们兢兢业业、努力创新;歌唱比赛,是本次文化系列活动的亮点,通过线上自由发挥的形式K歌竞赛,发现很多每日忙于工作,不是很活跃甚至感觉有点内向的同事也积极参与了K歌竞赛,他们居然唱得非常好,让人意想不到,原来每个人的内心世界都是活跃、快乐

和阳光的。

体育竞赛,职工们喜欢的项目基本一应俱全,篮球、羽毛球等7个活动项目。球类比赛基本都是非常激烈的、不但考验参与者敢于拼搏和争先的精神,还要考验参与者的意志力和创造力。桌球比赛就是很好的体现,桌球运动是一项参与度非常高且非常受欢迎的一个项目,它看似简单,可以随意挥洒,但细细感知又自成乾坤。要想将几方目标球打入袋,计算角度、力量把控,母球的击打点位、行走路线、停放位置等都需要非常严谨,斗技、斗智、斗勇妙不可言,回味无穷。

岗位技能竞赛项目,则由各车间、部门根据自身之特点精心设计,围绕提升效率、生产质量、安全操作为重点用心筹划和拟定的。在毫厘之下显功力,细微之处见真章。技能比赛考验的是参赛职工的实战能力和认真细心的功底,又可以增进互相学习和交流的机会,是提升劳动技能水平非常好的活动。

(清蒙人力资源部 陈红)



清蒙篮球队整装待发

## 家庭教育走进蒙娜丽莎

“父母的一句话,能让一个孩子死,也能让孩子奋起!”5月13日下午,西樵镇2022年“家庭教育宣传周”系列活动走进蒙娜丽莎集团。本次活动为30多名蒙娜丽莎员工带来一场干货满满的课程《父母的魔力语言》,支招父母教育孩子时说话的技巧,培养孩子积极向上的精神。

“你看别人的孩子……”“你怎么这么笨,笨得像头猪!”“你太懒了,猪都比你勤快!”“你是不可能做得到的!”“你真是不可救药!”“你太让我丢脸!别告诉别人你是我的孩子。”讲座中,西樵镇家庭教育指导中心主任区才芳首先让现场的员工想想自己有没有对孩子说过这些话。实际上,这些话语非常伤害孩子的心,更能摧毁一个孩子的未来。

这三种语言的魔力,引导在场员工学会用“爱护、支持、强壮”三个关键词做好父母角色,帮助孩子体验到努力的过程,去实现自我成长、自我突破。

员工吴燕萍是一位二孩妈妈。课后她表示“今天的课程获益良多,更深刻体会到语言是一把双刃剑。将自我反省平时与孩子的对话,再换位思考,用真诚的态度与孩子说话,让孩子相信自己,逐步引导他们改正,激励他们努力,每天超越自己一点点。”

(驻企社工 李婷婷)

## 桂蒙开展“奉献、友爱、互助”无偿献血活动

5月7日,蒙娜丽莎集团广西蒙娜丽莎新材料有限公司工会委员会联合梧州市献血站,共同举行了一场以“奉献、友爱、互助”为主题的无偿献血活动。

无偿献血职工中,有连续多年坚持献血的“爱心”人员,也有第一次参加献血的“新人”,最值得敬佩的是一位拉货司机和一位已辞职退伍军人,听说桂蒙公司开展献血活动,直接过来进行献血。当天早上9点至下午6点,桂蒙公司多个部门

和外协单位参与献血人数共计114人,其中96人成功献血共计31800ml,另外18人因各项筛查原因未达献血条件。此外,还有14名桂蒙员工加入中华骨髓库。

(桂蒙人力资源部 甘金凤)

30周年有奖征文

# 你不知道的事

蒙娜丽莎集团从1992年成立至今已走过了30年的里程,在这30年里经历了多少风风雨雨,创下了中国建陶业的领军品牌。而这肯定离不开无数蒙娜丽莎人的辛勤付出与团结协作。

初次与蒙娜丽莎结下不解之缘是在去年夏天,当时我了解到这家陶瓷厂是被蒙娜丽莎集团收购来发展为自己的一个生产基地,而我有幸受邀面试蒙娜丽莎集团江蒙基地高安蒙娜丽莎新材料有限公司信息化智能化部的智能化技术员岗位。不知不觉与公司朝夕相处成长已有一年。

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。我相信江蒙基地最终会走向信息化、智能化的时代。而且我坚定这家公司就是我想要加入的公司,同时也愿意跟着公司一起成长,因为这里将是我自己的一个舞台。

来到公司的一年里,领导安排我负责激光赋码系统设备项目,目前已安装调试完成10条打包线,只剩下一车间还未实施。在二、三车间实施过程中,独立协同供应商、设备部、仓管物流部、品质管理部,团结互助,攻坚克难,

共同完成了一系列工作流程及验收工作,同时也向其它基地学习经验,做到激光赋码系统设备节能降耗,实现产品的可追溯性,也为实现绿色化、数字化、智能化迈进了一步。

虽然推行过程中有过辛酸、疲惫,但这个项目让我不仅锻炼了自己的沟通能力、报告能力、组织能力,也提升了自己的专业技能,而这些挑战都是我之前的工作中所没有经历过的。每个车间激光赋码系统设备验收完成之后,心里都会有点欣慰和满足。这些经历让我明白,当你努力奔跑的时候,全世界都会为你让路。

前方的道路有坦途也会有荆棘,人这一生不可能一帆风顺。今年5月,高安市突如其来的疫情打破了我们平静的生活,高安市紧急实行静态防疫管控,遏制病毒传播,在这次疫情期间,高安蒙

娜丽莎新材料有限公司严格按照政府的防控要求组织全体员工进行核酸检测,做到严进严出,保障我们和身体健康和安生生活,虽然这次疫情影响到了生产,但是公司原料供应和物流还是在做好疫情防控 and 申报后可以有序供应。

疫情虽然影响到了我们的正常生活,但并没有影响到公司的发展,只是减缓了前进的步伐。我相信疫情会很快结束,公司的发展会越来越好。这次疫情,公司保障了员工的工作和生活,相信很多人都愿意跟着公司共同进退,把公司当自己家一样,陪伴公司一起成长。

长风破浪会有时,直挂云帆济沧海,即使前方困难重重,蒙娜丽莎人也能够携手共进、共创未来。祝蒙娜丽莎集团繁荣昌盛、更上一层楼。

(江蒙信息化智能化部 杨朋辉)

## 谁是最美的人

小时候,母亲曾教我:天上掉大饼,还要起早床!也教过我:你长大了不好好做事,媳妇恐怕只有在鸡窝窝里找吧!这些话,一直深深地印在我的脑海里,所以这些年来,我快乐地工作着,为了我幸福的生活。我幸福地活着,为了更好地工作!

每个人都向往过上美好的生活,但美好的生活从哪里来?追求自己的幸福,不应该,也不允许去损害他人的利益。只有靠劳动,辛勤的劳动来赢得所要的一切。

在古代,货币出现之前,人们以物物交换的形式获得自己所需的物品。五斤黄豆,也许能

换来十斤红薯。各尽己能,各取所需。衣食足则天下安,古来如此。俗语说:吃得苦中苦,方为人上人。我想,所谓人上之人,并不单指某个人财富的雄厚,名位的显赫,一个人,只要勤恳敬业地做好自己的本职工作,终将获得他人的尊重。

在我的老家,曾有一位大字不识几个的修鞋老太,安安静静地为每位顾客修好鞋,多年如一日,后来老太的儿子竟然考进了北京大学。上苍真的是有眼,不会辜负每一位勤奋的劳动者。前几天,在老乡群里见到了久违的小学老师,被老乡们尊称为男神,并以诗为贺:勤俭谦恭大半

生,人却道君仙中人。老师谦称不敢当,我则以为,实至而名终归,公道自在人心。

武汉归元寺有众多罗汉,其一被尊为笑罗汉,另一被尊为苦罗汉。小时弄不明白:一个人顺风顺水,事业有成,并且乐善好施,普济众生,笑着便被尊为了菩萨,也倒还好理解。一个人精瘦精瘦的,好似整日苦着脸一般,为何也得以被尊为菩萨?尔今想来,想必笑罗汉出身于富裕之家,所受教育较高,从事脑力劳动,报酬也比较丰厚,而且颇具爱心,勤做善事而得以成佛。而苦罗汉则历经贫寒,空乏其身而终究悟通佛理,悲悯

普天众生,为众生释疑解惑,故而得以成佛。

我想,一个人,无论从事体力劳动,或是从事脑力劳动,同样在为社会创造着财富。你看那飞驰的高铁,越映的大桥,何处不凝聚着劳动者的智慧和汗水?这世上,谁是最美的人?劳动者!劳动创造了世界,劳动人民书写了历史。雁塔秦俑,长城故宫,感恩祖先,为我们留下这许多物质和精神上的财富,赋予我们自强不息,永不言败的斗志和勇气!祝愿每一位蒙娜丽莎同事,通过自己辛勤的劳动,获取神秘的蒙娜丽莎一般宁静,一般安祥的幸福生活!

(清蒙仓管物流部 李水清)

## 最顶级的养生：让心灵处于自然的状态

曾任强教授说:“我们生理的疾病都从紧张而来,只要你全身不紧张,大概不会得什么病。”

你的身体状态,其实就是心灵的映射。

如果心灵总是压抑,总是处于紧张、焦虑、绷紧的状态,那么身体早晚都要出问题的。所以中医时常在问诊的时候会多问一句“最近心情如何,有没有烦躁,有没有睡不好?”

《黄帝内经》也有一个观点:养生的核心在于养心。让心灵处于一种自在、安定、舒适的状态,身体和生命自然充满活力。

那我们如何让我们的的心灵不被压抑,处于一个自然、放松的状态呢?

不生气:林则徐说:“如果我错了,我凭什么生气,如果是别人错了,我为什么生气。”很有道理,生活中有很多与我们格格不入的人和事,我们要学会接受和顺应,不要因此引发自己的情绪。如果是他人的过错,千万别用别人的错

误来惩罚自己,不值得。生气解决不了任何问题,反而会把简单的问题复杂化,最重要的还是会损害自己的身心。那如果是自己的事,冷静而理智地去处理它,比生气更有意义。

不计较:《菜根谭》里记载:“宠辱不惊,看庭前花开花落。去留无意,任天上云卷云舒。”很多时候我们心情很糟糕,都是由于计较太多了。锱铢必较,患得患失,消耗了精力,影响了心情,拉低了生活的幸福感。我们如果把视角放到整个人生,就不能看出,我们努力追逐的东西,对于我们的人生,不过是鸡零狗碎,不足挂齿的事情。人生一世,学会宠辱不惊,看淡名利得失,一切顺其自然,那么我们的内心自有一份笃定,心中自有一份安然。

不畏惧:如果我们活在恐惧死亡,疾病,失去,恐惧一切不期望的事情降临在身上,可就放松不了了。很多事情明明并无发

生,却一天到晚都在恐惧,提心吊胆,紧张的心情亦是百病的起因。对于我们无能为力事情,恐惧也没用,只会让我们内心异常紧张,不得安宁,从而消耗自己的身体和生命。一位朋友因身体不适就医。医生问诊之后,给他开了一张癌症筛查的单子。这让他十分害怕,冷汗直冒。回家后他一遍遍在脑海中回忆医生的表情,语气,眼神,越想越觉得自己患上了癌症。此外,他还一遍遍上网查询自己的症状,越查跟癌症越吻合。在等待检查结果的那几天,他悲伤流泪,不食不寝,精神紧张不安。最后,他一点问题都没有。学会克服内心的恐惧,安然过好眼下的生活,平静、坦然地接受命运中不好的一面。

不生气,不计较,不畏惧,从容自在地过,云淡风轻地活。始终保持内心的淡定,让它喜悦,清静,释然。颐养心灵,放松自己,才是最顶级的养生。

(智能家居市场部 洗毅华)

## 30周年有奖征稿启事

2022年,是蒙娜丽莎集团成立30周年。30年来,无数蒙娜丽莎人披荆斩棘,勇往直前,创造了一个又一个奇迹,从西樵山下点燃的一缕星星之火,最终成长为中国建陶业的领军品牌。

30年峥嵘岁月,30年砥砺前行。在这样一个特殊的时刻,蒙娜丽莎集团总工会、编辑部联合举办“奋进30年——纪念蒙娜丽莎集团成立30周年有奖征稿”活动,欢迎全体蒙娜丽莎人、经销商、合作伙伴和社会各界朋友积极参与。

### 一、征稿主题

以集团成立30周年为主题。可展现公司30年来巨大的发展变化,可回顾与公司成长当中的点滴感受,可记叙工作、生活当中令人感动的一段往事,可分享发生在蒙娜丽莎身边的精彩故事,可评述集团公司的企业文化和战略规划,也可对公司未来的发展留下自己的美好祝福……

### 二、征文体裁

体裁不限,以散文、诗歌为主,

包括书法、绘画、摄影和部分随笔、杂谈等。

### 三、注意事项

- 1、文章以2000字以内为主;诗歌以100行以内为主;书法、绘画、摄影等作品电子版单幅不小于2M,每人限投10幅以内。
- 2、作品必须为原创,严禁抄袭、改编;文责自负。
- 3、内容务求真实、鲜活、生动。
- 4、征稿时间:2022年5月12日-2022年12月31日

### 四、征稿评选

活动结束后,编辑部将组织相关人员对参选作品进行评选,评出一、二、三等奖和部分优秀奖,予以奖励。

### 五、投稿方式

邮箱:29176020@qq.com;联系电话:0757-81899377

集团工会联合会  
编辑部  
2022.05