蒙娜丽莎

文 | 化 | 创 | 造 | 价 | 值

总第 117 期

2022 年 3 月 30 日　星期三

主办 / 主管：蒙娜丽莎集团股份有限公司
准印证号（粤 E）L0160022
内部资料　免费交流
邮箱：29176020@qq.com

蒙娜丽莎集团揽获四大奖项

蒙娜丽莎代表和汪庆刚博士共同上台领奖

3 月 1 日下午，由佛山市南海区人民政府举办的“活力新南海·品质创未来”2022 年南海区质量强区推进工作大会在南海迎宾馆举行。来自佛山市市场监管局、南海区政府、区委办、区级各部门等主要领导以及区金融机构、数十家获奖企业代表等参加本次会议，共同推进品质建设，助力南海区实体经济发展，打造品质彰显、追求卓越的活力新南海。

从 2011 年开始，南海区确立“质量强区”战略，实施“南海质量、南海标准、南海品牌”三大升级行动。经过近 10 年的建设，目前已建立起覆盖各领域的质量体系。其中高规格召开质量强区大会，表彰优秀树立标杆是南海区实施“质量强区”战略的重要举措之一。

本次大会对《佛山市南海区推进质量品牌、标准化和知识产权高质量发展工作方案》与即将配套出台的《扶持办法》进行了介绍，并过去一年在质量、品牌、标准化和知识产权领域的 115 个先进单位和个人进行了表彰，通过树标杆，带动、鼓励企业重视质量、重视创新，直指“质量强区”建设。值得一提的是，蒙娜丽莎集团在创新发展和质量建设上表现亮眼，揽获 2021 年佛山标准先进单位、第八届广东专利优秀奖、第三届粤港澳大湾区高价值专利布局大赛金奖（成长组）三个集体奖项以及第八届广东杰出发明人奖（汪庆刚）一个个人奖项。其中在粤港澳大湾区高价值专利培育布局大赛中获得的金奖，实现南海区“湾高赛”金奖零的突破。

佛山市市场监管局局长陈浩斌在会上表示：“南海这几年涌现出了一大批优秀的标杆企业，共同撑起了南海高质量发展的‘质量军团’。”会上，蒙娜丽莎集团董事张旗康作为优秀企业代表进行经验分享。张旗康以“把每一片瓷砖打造成艺术精品”为主题，分享了蒙娜丽莎集团在质量品牌、标准化、技术创新以及知识产权管理、品牌建设的经验成果。张旗康表示，企业经营不仅要立足高远、脚踏实地，还要不断地迭代精进，打造自己的质量品牌创新体系和特色文化，持之以恒便能够取得顾客和社会的肯定。

（企划中心　梁思琪）

云游数智工厂，蒙娜丽莎开启7 天大型慢直播

3 月 28 日−4 月 3 日，蒙娜丽莎联合佛山电视台醒目视频推出大型慢直播——“聚焦佛山数字化转型，走进蒙娜丽莎示范车间”，运用 5G+8K+VR 技术，以超高清摄像头对准特高板数智化示范车间生产线矩阵，多场景展示蒙娜丽莎数字化、智能化转型升级成果。

此次慢直播在蒙娜丽莎集团视频号、醒目视频微信视频号、醒目视频客户端等多个平台同步推出，佛山电视台等媒体同步宣发，这是蒙娜丽莎首次车间多机位慢直播，也是国内建陶行业少见的沉浸式慢直播主题报道。通过实时展现示范车间从生产到装配的自动化、智能化运作，直观清晰呈现生产路程，揭秘蒙娜丽莎高质量产品背后的生产链路。

近年来，佛山市政府大力推动传统制造业数字化智能化，蒙娜丽莎此次在质量月推出面向全国的示范车间慢直播，为广大消费者提供一个不受空间与时间限制的“云看厂”渠道，为行业提供了智造示范样本，充分发挥智造标杆作用。

（企划中心　黄嘉瑜）

萧礼标当选佛山市工商联副主席

3 月 28 日，佛山市工商联（总商会）第十五次会员代表大会在佛山希尔顿酒店召开。大会听取并审议通过了第十四届执委会工作报告、市总商会章程修订案、市工商联（总商会）“十四五”期间事业发展规划，选举产生了佛山市工商联（总商会）第十五届执行委员会，佛山维尚家具制造有限公司创始人李连柱当选为佛山市工商联（总商会）第十五届主席、会长，蒙娜丽莎集团董事、总裁萧礼标等 27 人当选为副主席。

强化柔性生产,缓解岩板爆仓

■编辑部 王力

作为行业的新蓝海、新赛道,岩板曾承载着诸多陶企转型升级的使命和梦想。据媒体统计,过去两年多,行业新增岩板生产线近百条,极大地促进了岩板产业的快速发展。但与此同时,这些新增的岩板生产线,也为企业带来了诸多新的困难和挑战。一方面是岩板销售并未如预想的那样美好,市场需求增长缓慢,另一方面,岩板产能激增,导致其爆仓、停窑等现象频发,让近年来押宝岩板生产的企业进退两难。

相比传统陶瓷砖,岩板生产线投入大,生产工艺要求高,单线产能比传统砖低很多,大多保持在日产5000-8000平米左右。一个不容置疑的事实上,由于单线产能过低,在当前岩板价格暴跌的情况下,岩板生产线基本上不赚钱。于是,企业不得不通过提升单线产能来实现岩板的赢利,日产量从数千平米扩张到一万平米左右,甚至更多。但随之而来的是,产能的扩张加剧了销售的压力,于是,岩板爆仓、停窑变得更加频繁。

相比传统陶瓷砖,岩板因其规格大、规格多,因此在产品的包装、码垛、搬运、仓储、物流等方面都存在一系列亟需解决的困难和问题。传统陶瓷砖,最常见的规格无非600×600、800×800,再加上近年来热销的600×1200,750×1500等几种规格,因此在产品的包装、码垛、搬运等方面均形成了非常成熟的仓储物流体系,有些企业甚至还建成了智能仓库、立体仓库,费用低、效率高、周转快,大大降低了企业生产、仓储与物流成本。

但是,岩板由于其规格大、规格多,在这方面完全不可与传统陶瓷砖同日而语。**一个最突出的特点是,传统陶瓷砖的码垛堆放,通常可以码到3-5层,因此,能够很好地利用仓储空间,而岩板的码垛,目前大多还停留在单层平放,部分超大规格的产品,甚至要A字型金属架存放,再加上规格大,对仓库的进出通道要求高,因此,岩板进出仓,对仓库的面积要求特别大。**许多企业在规划岩板生产线时,并未同步考虑到与之相配套的仓储系统,行业也无相关成熟的经验可资借鉴,这就导致岩板生产线虽然产量不高,但却占用面积特别大,非常容易爆仓。

在生产环节,传统陶瓷砖采用模具成型,规格相对固定,因此其压机、窑炉、釉线、抛光、打包、搬运、仓储等工序都经过多轮优化,形成了最佳的匹配模数和流程设置,各环节能无缝衔接,实现最优方式的工艺组合。而岩板因规格大、规格多,让这一切组合被打乱。“大马拉小车”或“小马拉大车”的现象随处可见。

岩板成型方式与传统陶瓷砖成型不同,而是根据市场需求,在经过连续挤压成型后切割而成,后续的烘干、喷墨、烧成、抛光、打包、码垛、搬运等每一个环节,都考验着企业的现场管理能力,由于一条生产线需要随时切换规格与花色,因此,岩板生产线呈现出品种多、批量小、转产频繁等特点,企业只能通过提高柔性生产管理水平来解决这一棘手的难题,而管理的重点,无非是硬件与软件的重新设置、匹配与磨合,以适应多规格、多品种、多花色的要求,达到提升生产效率的目的。

事实上,很长一段时间内,陶瓷企业都在追求一种单线、单品的生产方式,尤其是一些规模型陶企,一条线一年到头几乎只生产一种规格的产品,中间转产率极低。这样的生产方式,更容易将生产线的效率发挥到极致,成本更低、品控更稳、效益更高。

很明显,岩板生产线不可能实现单线单品的持续生产,必须引入柔性生产方式,即一条生产线,必须具备生产多种规格、多种品类、多种花色的能力,而且要根据订单和市场需求,随时进行排产切换。这就要求生产一线的管理人员,具有较高的现场管理能力,既要实现岩板生产的稳定和规格、品种的随时切换,以满足市场的需求,又要对生产、仓储、物流等系统进行科学统一的规划、设置与安排,优化各个环节的产能匹配,防止因某一环节出现短板,比如常见的爆仓,影响到整条生产线的正常运转。

一条岩板生产线,动辄投资过亿元。在岩板销售短期内难以有大的突破的情况下,要将生产线发挥出最大的效应,就必须通过柔性生产方式,以适应市场多规格、多品类、多花色的需求。甚至不排除在岩板订单不足的情况下转产大规格传统陶瓷砖的可能,让岩板生产线满负荷运转起来,这才是生产管理者追求的目标。而通过柔性生产管理方式,将生产出来的产品第一时间销售出去,提高产品的库存周转率,甚至不入库率,才能在目前销售不畅的情况下最大程度缓解岩板生产易爆仓的问题,继而实现生产效益的最大化。

陶瓷行业需要怎样的国潮?

■企划中心 吴雪莲

作为人类建筑的美化者,我们一直在探索适合中国人的人居方案,它需要承载中国人的生活方式、文化思想、审美需求、社会联系以及价值意义等,而这一切都根植于滋养我们的中华文化。

在国潮盛行的当下,文化自信、民族复兴不是简单的口号,国潮之风也不应是传统元素的简单堆砌。真正的国潮,应该深刻理解和发掘中华优秀传统文化,让灿烂的文明之花在我们今天的生活中焕发新的活力。

在家居装饰领域,当清雅含蓄、意韵丰华的东方式审美成为国人装饰人文之境的个性表达,由此不免引发一种深度的思考:陶瓷行业究竟需要怎样的国潮?或许,我们可以从以下几个方面进行探讨。

以艺术的传承为产品注入人文思想

艺术是人的审美体现,也反映着人内心的情感和精神世界。在时代的洪流中,被保留、传承和发展的艺术无疑是人类文化的结晶,影响着后世人的思想和价值观,国潮风在家居装饰领域的兴起正诠释了这一点。

根据马斯洛需求层次理论,审美需求是成长性的高层级需求,是人们对世界的美的追求。在消费升级的时代,陶瓷行业将中国传统艺术融入产品创造,为产品注入人文思想,让装饰材料链接人们情感、拥有律动生命力,这不仅可以回应人们关于家居装饰的国潮风诉求,还能塑造产品差异化优势。

蒙娜丽莎联合漆画大师苏星、油画大师张杰,将富有中国审美意境的画作呈现于岩板之上,将制造与艺术跨界融合,不失为一种富有前瞻性的行业创新。

以东方美学装饰人文意境

一个国度的人居形态变迁是一个国家文明发展的直接反映,更是人们精神世界的镜像变换,因为人类的居住空间已经从单纯的功能应用,一步步转换为人们思想情感、生活方式的承载载体。

大道至简,清雅别致,意韵深远,这向来是东方住宅所追求的装饰之道,这三种意境分别可通过自由大方的现代简约风、精致优雅的轻奢风、庄重典雅的新中式风加以营造。

贴合国潮风的建陶产品,无论自身花色设计是从中国优秀传统文化中汲取灵感,还是装饰应用呈现东方特色,都应恰到好处地融合东方美学,避免为了国潮而强行堆砌。

以古韵今风唤醒文化新生

文化自信的回归与复兴,不是一成不变地承袭,而应根据时代需求,赋予新的形式与内涵,从而焕发新生活力。

诗和远方,理想生活的追求;人文与自然,现实生活的场景。当工业文明的发展渗透到生活的方方面面,钟爱随性洒脱、寄情山水田园成为当下人们对美好生活的向往,而这种思潮曾在中国古代诗词、山水画和家宅园林设计中得以完美的诠释。两个时代的审美重叠与交融,唤醒家居装饰的文化新生。

蒙娜丽莎富有国风韵味的连纹背景墙、艺术岩板,营造瓷上有画、画中有诗、诗中有生活的人文意境,这是传统与现代的对话,是古韵与今风的碰撞,是文化与思想的升华。

我们越来越发现,曾经代表着先锋和时尚的西方审美,并不足以给我们带来美好的生活。国潮的兴起,或许能够激发我们以中国人的文化、思维和方式,重新定义更适合中国人居的装饰风潮。

管理不是目的,经营才是

■佛山 若水

一家夫妻档和草创公司,几乎谈不上什么管理,但你却不得不承认,它的效率是最高的。因为老板,既是决策者也是业务员,三五个人,唯一的目标就是经营市场,服务客户。

慢慢的,公司变大了,管理就显得越来越重要。管理层级的划分、职能部门的设置、管理流程的规划、管理制度的完善……企业越大,管理越复杂。

没有人会否认管理的重要性。但许多企业的管理,在越来越复杂、越来越完善的过程中,也会离企业的经营目标越来越远。最后变成许多的管理制度、流程、人事,仅仅是为了管理而管理,毫无产生经济效益,甚至成为企业的包袱。

事实上,不仅仅是管理,包括公司本身都没有任何价值。它唯一的价值是作为一个高效的资源分配机制而存在,提升投入产出比,而利润则是在产出长期高于投入之后的自然结果。

而这个资源分配与产出比的过程,恰恰就是经营的精髓所在。

经营通常是向外的,它考验的是企业创始人、决策者的战略眼光,能够在眼花缭乱的市场上发现独特的市场需求,并通过平台的搭建和资源的整和,以满足这种需求,为客户创造更高的价值。因此,经营决策往往属于战略层面,它需要企业的决策者有敏锐的洞察力、精准的判断力和迅捷的行动力,并根据公司的运营情况,实时调整经营策略和方向,以保持企业的快速成长。

管理通常是向内的,它关注的重点是经营的效率、能力和成本,通过合理地配置资源、设计流程,以提高经营的质量。因此,所有的管理要素、流程,都应紧紧围绕满足客户需求这一价值链而展开,任何背离抑或无关这一价值链的管理都是无用功,而且很可能起负作用。皮之不存,毛将焉附。因此,作为一名管理者,任何时候都必须牢记,管理是为经营服务的,没有了经营,也就不需要管理。

对于经营者来说,提供什么样的产品,满足什么样的需求,保持怎样的发展节拍,都非常关键。

尤其是面对瞬息万变的市场,比如产品怎么迭代、技术怎么升级、市场怎么拓展等,一步踏错,将让公司付出沉重的代价。而这种损失,往往是管理者所无法弥补的。比如恒大的财务危机,绝非企业的风险管理、现金流管理那么简单,而是经营者对市场判断出现了失误,让企业的正常经营陷入巨大的泥淖当中。

对于管理者来说,管理的范围和边界在哪里、管到什么样的程度、为什么要管?一定要把握好尺度。**管理并不是越精细越好,也不是越规范越好。衡量管理的唯一条件,就是看其有没有提高企业的经营效率、有没有提高企业的经营能力、有没有降低企业的经营成本。除此之外,所有的管理活动都是无用功,都可以删繁就简甚至剔除。**

但是在现实中,尤其是大企业当中,管理头重脚轻、经营误入歧途的现象却是屡见不鲜。许多企业看上去管理很精细、很规范,鸡毛蒜皮的小事都要层层审批,但实际上却在公司内部建立起了层层壁垒,降低了沟通效率。

管理者必须明白,那些所有脱离了为满足顾客需求这根主线而设置的管理制度和行为,都不会产生任何的价值,可能企业的管理越精细,导致企业的运营效率越低。

在企业繁杂的管理当中,许多部门、许多人员,整天的工作就是走流程,写不完的报告、开不完的会、签不完的字。每个人都很忙,都很累,甚至需要加班加点。但如果将其工作内容按照马斯克的“第一性原理”让其回归商业的本质层层摊剥开来,就会发现,许多的工作都是无用功。

举个简单例子,一份报告,不在乎字数有多长、文本有多规范,而是其提供的内容,有无参考价值。如果写上一堆正确的废话,写的人在浪费精力,看的人也在浪费时间,根本就不如不写。再比如制作一个会议用的PPT,许多人在乎的是PPT的制作水平,标题怎么样、结构怎么样、页面美观不?PPT呈现的内容反倒成了其次。

这种认认真真走过场,扎扎实实搞形式的浮夸风,实际上在所有稍具规模的企业管理当中都非常普遍。人们将其称之为“内卷”。而那些草创性的高成长公司,往往都会摒弃这些虚无的东西,开门见山、一针见血,使所有经营、管理活动都直指问题的核心,因此,解决问题的效率就会变得异常高效。

管理服务于经营,经营又为管理提供空间。二者需要相辅相承,互相调协配合,才能让企业既沿着正确的道路一路高歌猛进,又能让企业在此过程中保持安全、高效。

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

桂蒙公司向空难救援现场捐助一批急用物资

3月21日下午,一架东航搭载132人的波音737客机在执行昆明—广州航班任务时,于梧州上空失联。后经确认,飞机坠毁于梧州市藤县琅南镇莫埌村。莫埌村虽然处于山区,但距藤县中和陶瓷工业园蒙娜丽莎生产基地直线距离只有几十公里,飞机坠毁的那一刻,桂蒙公司有管理人员感觉到了明显的"地震"。

事故发生后,桂蒙公司高度重视现场救援情况。但得知救援现场短缺救援物质时,桂蒙公司立即组织党员、工会委员,为现场参与应急救援人员送去一批紧缺物资。首批物质包括移动保安亭2个、帐篷7个、折叠太阳伞6把、长杆雨伞500把、矿泉水50箱。给应急救援人员送去一缕温暖和关怀,以实际行动履行社会责任。

央视新闻播报空难救助现场

这批帐篷、太阳伞、雨伞等物质,对于救援现场接连到来的雨天可谓非常及时。捐助当天,这批物质就被送达救援现场并发挥了很好的作用,在当晚的央视新闻播报中,蒙娜丽莎捐助的大太阳伞赫然挺立,为参与一线救助的人员遮风挡雨,撑起一方晴天。

蒙娜丽莎获评"佛山市高质量发展百佳企业"

3月13日,佛山市召开企业家大会,与佛山企业家代表共商发展大计,提出全力支持企业加快发展的鲜明导向,并表彰了高质量发展百佳企业和纳税突出贡献百佳企业,鼓励和激励企业家勇立潮头、勇毅前行,在新征程上跑出佛山加速度、再创佛山新辉煌。其中,蒙娜丽莎作为建筑陶瓷行业代表企业,受邀参加本次大会并荣获佛山市2021年度"高质量发展百佳企业",充分体现了佛山市各级领导对蒙娜丽莎在转型升级高质量发展领域取得的各项成绩的高度肯定。

(企划中心 梁思琪)

蒙娜丽莎蒙创致远入选"全国版权示范单位"

3月9日,国家版权局公布2021年度全国版权示范单位、示范单位(软件正版化)和示范园区(基地)名单。广东共有4家企业入选版权示范单位,其中,蒙娜丽莎集团旗下广东蒙创致远新材料科技有限公司被授予全国版权示范单位。

据悉,全国版权示范单位是目前国内版权领域的最高荣誉称号,主要授予在作品的创作与传播、产业发展、版权保护与管理等方面取得优异成绩,并在全国具有示范效应的企事业单位、相关机构和经营市场。此次共授予北京中关村图书大厦有限公司等57家单位"全国版权示范单位"称号,授予中化信息技术有限公司等24家单位"全国版权示范单位(软件正版化)"称号,授予人民美术文化园等15家单位"全国版权示范园区(基地)"称号。蒙创致远在全国众多优秀企业中脱颖而出,再一次证明蒙创致远在版权创造、运用、保护、管理、服务水平等方面做出卓越贡献,成为创新型国家建设和知识产权强国建设的先行者,排头兵。这是蒙创致远公司继入选"2020年度广东省版权兴业示范基地"后,在版权领域获得的又一大重要荣誉奖项。这份殊荣是对蒙创致远在版权工作方面的肯定,也体现了蒙创致远的版权保护水平、自主创新能力和企业核心竞争力对企业繁荣发展所起到的积极作用。

(企划中心 梁思琪)

蒙娜丽莎荣获
"2022年度家居行业服务榜样"称号

2022年3月11日,网易家居"寻找家居服务榜样"315特别策划如期而至,"2022年网易家居315服务榜样企业榜单"权威发布,蒙娜丽莎瓷砖荣获重磅奖项——"2022年度家居行业服务榜样",该奖项授予在家居服务方面做出突出贡献、起到示范引领作用的先进企业。

伴随市场需求演变、企业发展驱动、产业升级诉求,中国家居企业的核心竞争力正在从产品力向服务力方向进化。多年来,蒙娜丽莎在坚持为消费者提供优质产品的同时,更深耕服务领域,力求为消费者创造最大的价值。

2021年,籍着3·15消费者权益保护日的契机,蒙娜丽莎瓷砖创新推出为期30天的"微笑服务日";2022年2月22日—3月16日,蒙娜丽莎"微笑服务日"再次启动。除了购砖优惠券、大额直播神券、享受全屋瓷砖清洁等福利外,蒙娜丽莎微笑服务再升级,创新推出成品交付体系。

此外,蒙娜丽莎多次全面升级服务体系,实行公司和渠道商二级管理机制,实现7×24小时人工+智能服务;推进完善分层化与个性化服务,制定标准化流程与严格的服务指标,为消费者提供全方位服务,切实保障消费者权益。

多年来,蒙娜丽莎瓷砖以质量诚信、服务优质,获得多方组织和机构的肯定,在多项消费者评选中均得到高分值满意度。

(企划中心 吴雪莲)

蒙娜丽莎企业技术中心获评良好

近日,国家发改委发布了国家企业技术中心2021年评价结果,蒙娜丽莎集团企业技术中心、杭州诺贝尔陶瓷有限公司等10家陶卫企业评价结果均为良好。

在参评的1744家企业中,有72家企业技术中心得分在90分及以上,被评为优秀;1459家企业技术中心评价得分在65-90分之间,被评为良好;85家企业技术中心评价得分在60-65分之间,被评为基本合格。

建筑卫生陶瓷行业共有科达制造股份有限公司——评分71.8分、蒙娜丽莎集团股份有限公司——78.1分、杭州诺贝尔陶瓷有限公司——评分73.7分、山东国瓷功能材料股份有限公司——评分82.7分、惠达卫浴股份有限公司——评分71.6分、湖南华联瓷业股份有限公司——评分70.0、九牧厨卫股份有限公司——评分81.5分、厦门松霖科技股份有限公司——评分82.5分、日丰企业集团有限公司——评分75.9分、厦门建霖健康家居股份有限公司——评分82.5分等10家企业。

十家企业的评价结果均在70.0-82.7分区间,按照评分标准,10家企业技术中心均被评为良好。

蒙娜丽莎再次通过高新技术企业认定

3月14日,蒙娜丽莎(002918)发布公告,公司于近日获得由广东省科学技术厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局联合颁发的《高新技术企业证书》,证书编号:GR202144006376,发证日期:2021年12月20日,有效期:三年。该次高新技术企业的认定是公司在原证书有效期满后进行的重新认定。

除集团股份公司外,广东清远蒙娜丽莎建陶股份有限公司于2020年12月1日被认定为高新技术企业,有效期三年,目前在有效期内。

(编辑部)

集团公司新年取得5项发明专利

3月19日,蒙娜丽莎集团发布"关于取得发明专利证书的公告",公告称:蒙娜丽莎集团股份有限公司(以下简称"蒙娜丽莎"或"公司")及子公司广东清远蒙娜丽莎建陶有限公司(以下简称"清蒙公司")于近日取得国家知识产权局颁发的发明专利证书共5项,具体情况如下:

发明名称	专利号	专利申请日	专利授权公告日	证书号
一种云母片装饰陶瓷抛釉砖及其制备方法	ZL201910752588.9	2019.08.15	2022.02.11	第4933384号
金属色泽仿古砖及其制备方法	ZL201911338389.X	2019.12.23	2022.02.11	第4926216号
一种具有数码立体效果金色纹理大理石陶瓷砖及其制备方法	ZL202010397929.8	2020.05.12	2022.02.11	第4929213号
用于薄型陶瓷砖的光泽度3度以下的无光保护釉、薄型陶瓷砖及其制备方法	ZL202010429731.3	2020.05.20	2022.02.11	第4929214号
彩色皮感凸面仿大理石瓷砖及其制备方法	ZL202010454005.7	2020.05.26	2022.01.21	第4899619号

注:发明专利的专利权期限自申请日起二十年。

上述发明专利为公司或子公司自主研发成果,目前已在公司或子公司产品生产中应用。专利的取得和应用不会对公司目前的生产经营产生重大影响,但有利于充分发挥公司自主知识产权的优势,促进技术创新,增强公司产品的核心竞争力,对公司未来发展产生积极影响。

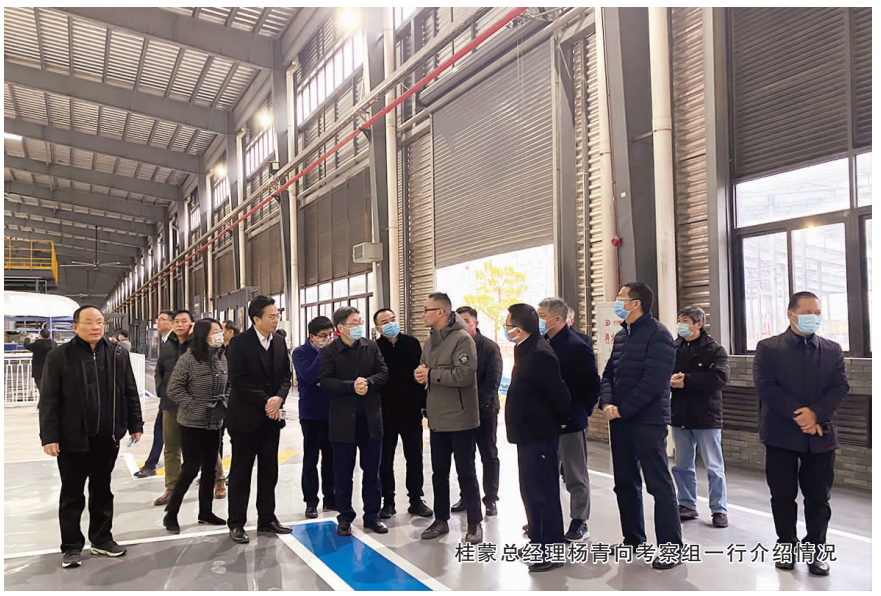
粤桂交流优势互补 “两广”省级考察组到访桂蒙公司

2月22日，广东省财政厅副厅长陈国煌率考察组，自治区工信厅副厅长索申敬率调研组一起到广西蒙娜丽莎新材料有限公司（以下简称桂蒙公司）考察调研工业企业发展。梧州市副市长杨桢，藤县县长蒙中平陪同考察调研。

在桂蒙公司总经理杨青的陪同下，调研组先后到车间文化长廊及生产线实地了解企业生产情况，总经理杨青向调研组介绍了桂蒙公司的生产运营情况，产品特色、企业文化建设、发展规划等，并重点分析了目前陶瓷产业“双碳”政策下的能源使用，如何做好提产提质增效等情况。

调研组对桂蒙公司建设运营取得的成绩表示充分肯定，他们表示，藤县地理位置优越，交通便利，自然资源丰富，陶瓷产业特色鲜明、优势明显，具有很大的发展潜力。

桂蒙公司将继续加强交流学习，坚持优势互补，推动合作领域向纵深发展，共同探索多样化的经济产业合作模式和路径，紧紧围绕“强龙头、补链条、聚集群”的发展思路，把优势产业做大做强，助推粤桂两地经济高质量发展，实现粤桂两地经济发展再上新台阶，共创美好未来。


桂蒙总经理杨青向考察组一行介绍情况

（桂蒙公司 周礼霞 李林玥）

西樵游泳协会率团走进蒙娜丽莎

3月14日，西樵游泳协会一行莅临蒙娜丽莎集团总部，并在集团公司董事张旗康的陪同下，先后参观了蒙娜丽莎绿创园及特高板数智化示范车间。西樵游泳协会何永翁会长表示，蒙娜丽莎作为西樵镇本土龙头企业，坚持绿色智造，不断深化对陶瓷大板、岩板的应用研究，为陶瓷行业发展作出了重要的贡献。（企划中心 梁婉莹）

亮华东方生命科学研究院莅临蒙娜丽莎

3月15日，亮华东方生命科学研究院一行约70人走进蒙娜丽莎。集团董事张旗康带领同学会一行在蒙娜丽莎绿创园、特高板数智化示范车间的参观过程中，了解蒙娜丽莎在智能制造与低碳绿色深度融合上的创新举措，并体验陶瓷大板岩板从“上墙下地”到茶几橱柜的多元化应用。（企划中心 梁婉莹）

云浮市产业转型研讨班莅临蒙娜丽莎

3月10日上午，云浮市政协主席梁丽娴、市委常委李坚带领党政干部和石材行业企业家一行50多人到蒙娜丽莎集团总部考察，参观了蒙娜丽莎特高板数智化示范车间和蒙娜丽莎文艺复兴馆。研讨班成员通过零距离接触，深入了解到蒙娜丽莎在陶瓷大板岩板生产与应用领域绿色化、数字化、智能化的创新举措。

在蒙娜丽莎集团董事张旗康、生产技术中心总经理谢志军等人的陪同下，研讨班成员首先到蒙娜丽莎蒙娜丽莎特高板示范车间进行参观。蒙娜丽莎特高板示范车间集结了意大利萨克米连续辊压机等全球顶尖陶瓷岩板智能制造设备，是蒙娜丽莎实现智能制造，实现中国建陶行业全过程数智化绿色化生产的又一创新举措。走在蒙娜丽莎特高板示范车间，蓝绿相间的地面，让研讨班成员们一行感受到蒙娜丽莎干净明亮的车间作业环境，看着智能制造数字中心三块超大屏幕上一目了然的各条生产线、每个工序生产状况、生产过程数据。研讨班成员们纷纷为蒙娜丽莎在陶瓷制造智能化、绿色化所做的积极探索和成果点赞。随后，研讨班成员来到了蒙娜丽莎瓷砖文艺复兴馆。各种大规格的陶瓷大板岩板产品演绎着每一款天然珍石纹理，超越天然的纹理质感所呈现出的美丽，让研讨班成员一行惊叹不已。

研讨班一行在公司特高板生产车间数字中心合影

参观过程中，研讨班成员就蒙娜丽莎数字化、智能化转型升级的举措，与张旗康、谢志军进行积极深入的探讨。张旗康希望能有机会与云浮石材行业人员做进一步的交流学习，与蒙娜丽莎一起 “筑就美好人居”，为消费者打造美好生活。”云浮市政协主席梁丽娴也表示：“相信通过此次参观，能为云浮市石材产业探寻激发企业发展新动能之路提供一些借鉴。”（企划中心 梁婉莹）

蒙娜丽莎集团组织开展精益生产培训

3月5日早上，蒙娜丽莎集团在员工知行馆六楼知行厅组织开展了一场以“以TPS视角推进TPM”为主题的精益生产课程培训，来自公司各部门的管理人员60余人参加了培训。

本次课程特邀精益生产专家罗亿军导师授课。罗亿军是实战派精益生产专家，专注于制造型企业管理领域，具有20多余年企业管理实战经验。本次课程主要以理论+实践案例的方式进行授课，涉及宏观的TPM及其概论、TPM职责与分工、TPM中国实践案例。

培训会现场

TPM即全员参与的生产保全，是以提高设备综合效率为目标，以全系统的预防维修为过程，全体人员参与为基础的设备保养和维修管理体系。TPS即精益生产，是一种以通过消除所有环节上的浪费来缩短产品从生产到客户手中时间从而提升企业竞争力的生产方式。

课程开始之时，罗亿军讲师就提出，无论企业改良选择从TPM出发到TPS，还是从TPS出发到TPM，都要具体问题要具体分析，找到适合自己企业的发展方式；同时，用更浅而易显的方式对该方针实施过程中的分解与连锁进行讲解。

随后，又引出制造业有必要站在业务整体的角度思考，站在顾客视点的进行生产制造。中国绝大多数的制造业弱在“设计——生产准备（并行采购环节）——量产”阶段，容易对生产造成严重影响。这一阶段也正是TPS推动的核心环节，并贯穿始终。

学习先进的管理方法、理念，旨在推进集团精益生产管理落地实施，在生产过程中保证并强化产品质量，明确各部门基础管理职责与目标，锤炼和提升员工技能，促进企业经营生产效率的提高，实现企业的高质量发展。

此次内容充实丰富，针对性强。其中关于分步进行自主保全方法，罗亿军老师采用了较为趣味性的方法进行授课，将操作和保全比喻成车子和两个轮子的关系，从实施步骤入手到自主保全的实施内容，自主保全过程的工作分担，生动并详细化地帮助听课人员理解。

培训过程中，学员们专心学习、认真记录。最后，罗亿军讲师结合自身实践，用华兴玻璃和维尚家居的精益生产、智造历程，帮助大家进行知识的消化及巩固。

通过此次精益现场生产培训，让参与培训的学员们皆意识到了掌握TPM的重要性，明确了现场管理工作要点及工作目标。通过一系列关于精益生产的培训，巩固和强化员工“精益生产”的意识，加强其技术的积累和提升，从而提高蒙娜丽莎集团生产效益，达到企业经营的理想状态。

（企划中心 姬珍珍）

绿色工厂，“植”因有你—桂蒙开展义务植树活动

为倡导绿色环保观念，响应党和国家“建设绿水青山”号召，3月11日上午，广西蒙娜丽莎新材料有限公司与藤县人社局，组织了50多位志愿者在公司开展义务植树活动。

草长莺飞，春意正浓，正是植树的好时节。在广西蒙娜丽莎新材料有限公司总经理杨青、藤县人社局陈逾副局长的带领下，大家热情洋溢地拿起植树工具走向了植树现场。“很久没拿起这个锄头啦”，各位领导纷纷感慨。怀着对土地的热爱，大家也鼓足了干劲，挥动着铁锹和锄头，挖坑、栽树、覆土、浇水，齐心合力、一丝不苟地完成各个环节。在大家的默契配合下，一棵棵树苗生机勃勃地挺立在草地上。

经过一个多小时的辛勤劳动，各位志愿者在草地上栽下了芒果、黄皮、枇杷及桃花等树苗60多株，并洒下了一大片葵花种子。通过此次植树活动，一方面将“绿水青山就是金山银山”的绿色发展观念传递到广大员工心中，另一方面也彰显了广西蒙娜丽莎新材料有限公司响应党和国家的号召，践行绿色环保，积极承担社会责任的企业形象。

（桂蒙社工 孙嘉华）

无界·跨界设计师沙龙

携手海口装饰公司共话设计新趋势

一年之计在于春。在这春意盎然、朝气蓬勃的三月，蒙娜丽莎瓷砖顺应市场变化，致力于为消费者创造更好的人居生活而不断努力。3月21日，蒙娜丽莎瓷砖·海口万佳店分别邀请了华浔装饰以及星艺装饰，举行了设计师沙龙，共同探索，不断提升，汇聚设计思潮，共创至美家居生活！

海口万佳店蒙娜丽莎瓷砖门店装修风格采用蒙娜丽莎最新第五代展厅形象设计，展厅内应用了全新的蒙娜丽莎岩板和大规格陶瓷大板进行设计，为更多的家居设计空间赋能。而装饰设计渠道是将产品、设计、美感、体验融为一体呈现给终端消费者的重要桥梁，此次设计师沙龙更是为加强与装饰公司多方面合作开拓新的道路，让品牌能迅速获得更多的设计师关注和认知。

海口众睿贸易有限公司副总经理宋美玲

活动开场，由蒙娜丽莎瓷砖海口万佳店、海口众睿贸易有限公司副总经理宋美玲发表致辞，她通过本次新展厅从材料、设计、工艺以及应用的多方面等给予剖析，带领众设计师参观展厅的同时介绍了800×2400mm规格国风新品、岩板以及连纹背景等多款新品，让现场设计师切身体会到蒙娜丽莎新品的独特魅力！不同的场景展示和应用，给设计师和消费者的选材提供更多新式的灵感，通过宋总对新产品的分享，到场的设计师们纷纷表示认同和鼓掌，正是因为有优秀的产品与蒙娜丽莎专业的服务，才会获得众多设计师们的认可与合作。

本次蒙娜丽莎瓷砖·海口万佳店设计师沙龙活动在肯定与赞扬中圆满落下帷幕，活动后一众设计师共同分享来自设计行业的最新动态，畅谈视觉领域的创意趋势！

今后蒙娜丽莎将会持续通过对美好家居的生活设计追求，与众多的设计师朋友一起为创新设计的艺术空间带来更好发展。

（智能家居市场部　谭雄杰）

华浔装饰设计师合照

星艺装饰设计师合照

贵阳万豪店开业百店同庆暨成品交付体系建设同步发布

2022年开春，全球政治经济军事都处于急剧波动之中，再加上疫情反复，国内房地产市场并未随气温快速回升，一季度市场需求依然平淡，瓷砖市场洗牌战从全面存活到寡头存活，不管在省会、地级市、县城，一定是那些做到头部品牌的企业才有资格成为寡头。

3月25日-4月23日，借助蒙娜丽莎智能家居中心-万豪旗舰店开业之际，贵阳蒙娜丽莎推出百店同庆暨成品交付体系建设与发布活动。本次活动根据总部要求，统一宣传，同步推进，进行全方位造势，围绕销量、成品交付体系建设、社群营销、辅材推广与销售等一系列营销动作，把市场份额做大、做强，筑牢蒙娜丽莎品牌在贵阳市场的“护城河”，让对手无法超越，彻底打赢这场“巩固战”、“攻坚战”。

此次活动为蒙娜丽莎品牌在贵阳市场冲刺省会前3、地级市前2、县级市场前1的目标提供了最强有力的支撑和契机，让各级市场的品牌经营者在这场战役中拥有胜出的基础和保障。

（智能家居市场部　顾松）

工厂营销，秀出“肌肉”彰显品牌实力

瓷砖生产成本暴涨，价格战却更趋激烈，行业内卷日甚一日。

过去，厂商在终端市场面对面“肉搏”，大家互相比产品、比品牌、比价格；现在，无论是终端一线，还是各宣传平台，厂商之间开始秀“肌肉”、比工厂。

全国建陶行业目前拥有1100多家陶瓷厂，除陶瓷瓦、劈开砖、发泡陶瓷类企业外，真正拥有原料加工、窑炉烧成的瓷砖（陶瓷板）生产企业只有约800多家。

但是，市场上至少有数千个品牌，这些品牌的瓷砖，都是从生产线上下来的，其中不少品牌，尤其是通过贴牌、委托加工的产品，谈到具体的生产工厂，往往讳莫如深，顾左右而言他。有些佛山周边区域的企业，甚至不惜将砖坯拉到佛山再完成磨边、抛光、包装等最后一道工序，进行产地洗白，以获得“佛山制造”的纯正标签。

在北方产区，这样的场景早已司空见惯：一条数百米长的窑炉旁边，一溜排开十几家品牌展厅，而且绝大部分都是佛山品牌。一条生产线、一家工厂的背后，往往挂靠着几个、甚至几十个品牌。有些是自营品牌，有些则是贴牌、代加工的品牌。这些贴牌、代加工的品牌，通常不怎么宣传自己的工厂和生产线，但在众多品牌“工厂放价”的竞争当中，有时也半遮半掩地亮出“自己”的工厂真容。

一句“没有中间商赚差价”，让没有自主工厂的品牌很是受伤。消费者更愿意跳过经销商、分销商，直接从厂家拿货。消费者总以为直接找工厂买砖会便宜很多，可以省下经销商的中间费用。于是，许多厂商开始纷纷以工厂为营销噱头，打出了“工厂特惠”“工厂开仓放价”的促销口号，向消费者展示其现代化的生产线和强大的产能实力，让其误以为自己买到了“工厂价”。不知不觉当中，“工厂”成为终端促销吸引消费者、争夺市场份额的营销利器。

对于制造业而言，工厂永远是其核心竞争力所在。强大如苹果，是富士康代工还是比亚迪代工，还是有显著差距，特斯拉的超级工厂更是让马斯克在国内市场一战封神。工厂规模越大，自动化、数字化、智能化水平越高，就越能体现出企业的竞争实力。在这样的生产线上生产的产品，品控更有保障，成本更有优势。因此，在良莠不齐，真假莫辨的市场当中，关注厂家的工厂现场和生产场景，溯源产品的工厂地理和相关信息就显得非常必要。也正因为如此，消费者一不小心就买到贴牌产品，或者在落后、简陋生产线上生产的“佛山制造”，更有甚者，催生了磨底标，换包装等许多令人不耻的行径。

近年来，在自动化、数字化、智能化的加持下，陶瓷企业的工厂和生产线正在发生着翻天覆地的变化。高大而又明亮的生产车间、自动化的生产设备、一尘不染的作业环境、井然有序的生产场景，都成为了厂商秀“肌肉”的最佳方式，甚至有企业将生产车间打造成工业旅游示范基地，常年接待社会各界人士参观考察，通过对瓷砖产品生产过程的了解，赋能品牌的影响力和美誉度。

没有对比就没有伤害。随着装备工艺技术的日新月异，近两年，许多企业新建的工厂和生产线都非常先进，尤其是自动化、智能化水平特别高，车间内的作业环境也大为改观，不但一线员工数量大为减少，而且早已实现了“穿西装打领带”的梦想。在这样的工厂当中，生产的产品不可能太差，否则根本无法支撑其工厂运营的费用。

相反，一些老旧的工厂和生产线，厂房低矮陈旧，生产线阴暗杂乱，许多设备锈迹斑斑，工厂除了必需的生产设备外，在智能化、绿色化方面投入极少，将生产成本控制到最低。这类工厂生产的产品，由于设备简单、陈旧，因此，产品档次不会太高，大多是大路货的低值产品。

在短视频成为重要宣传方式的今天，通过对生产工厂、工序、特定场景的实景拍摄，大体上就能看出一家企业的规模和实力。甚至可以这样说，工厂的实力就是品牌的实力。工厂的自动化、智能化、绿色化水平越高，品牌在终端市场的竞争实力就越强。

但是，由于信息不对称，消费者常常掉进“工厂开仓放价”的陷阱。一是那些本身没有工厂，长期依靠贴牌或代加工生产的品牌，其所谓的工厂，往往并非自己的工厂，而是拿别人的工厂为自己贴金；二是部分品牌所谓的工厂只有部分冷加工环节，比如磨边、抛光、打包等，并不具有关键的窑炉烧成设备和生产线，消费者不明其理，还自以为买到了工厂特惠价。

无论怎样，亮出自己绿色化、智能化的工厂，总能在终端获客起到临门一脚的作用。（编辑部）

万象归素,追寻本源

蒙娜丽莎瓷砖 2022 新产品趋势说

近几年,“潮玩族”、“爱宠人士”、“国潮青年”、“高知精英”等新时代圈层人群标签不断涌现,代表着不同的新生活态度崛起。他们时而朋克养生爱减肥,时而悦己精致就要懒,他们乐于回归传统文化,也酷爱追逐新鲜潮流,他们习惯避开大众视野,寻求各式艺术生活潮触地,他们享受人与艺术、空间舒适的联结……随着不同圈层文化的形成与加深,居住需求的内涵和居住场景正发生着快速的变化。“舒适”、“悦己”、“自然”、“温暖”等成为2022年的家居主要趋势。

紧跟时代步伐,2022年蒙娜丽莎瓷砖聚焦家居潮流趋势,以“新美学、新设计、新智造、新表达”为理念,推出国风·简奢、国风·时光、轻奢素石、原生印象等全新系列,以及罗马超石代、罗马大石代系列等多款重磅新品,透见趋势,以产品赋能,打造潮流所向的理想空间。

新美学,不再强调“风格化”,将视角拉回空间与生活本身,让产品变得更自然,更吻合个人居住习惯;新设计,不再着重“仿的逼真”,而是以独树一帜的创意语言、融纳人文的象征元素,通过工艺设计、纹理设计等实现产品细腻且美好的感官体验;新智造,代表着蒙娜丽莎制造最高水平的特高板数字化示范车间正式投产,采用国内外先进的生产设备和工艺技术,多重技术层层叠加把控,实现产品高精度的细致美;新表达,以多元配色方案和丰富的纹理效果,与止滑、耐磨、抗污、抗菌等多种功能相融合,从而实现产品应用的多样化。

素潮 × 质感:回归舒适与悦己

随着80后、90后成为装饰消费的主流,加上物质空间的富足和城市化的快速发展,他们不再盲目追求光鲜和浮夸,而是更加注重居住空间的个性化、现代感和舒适感。2022年,“舒适”和“悦己”一度成为人们装饰消费的主要目的,重视在有限的空间追求更高品质的个人体验。而这一趋势,也让最近几年流行的极简主义朝着更温暖的方向发展,从传统的黑白灰走向奶油色、米色和裸色的微妙转变。

在此趋势的影响下,今年蒙娜丽莎瓷砖掀起一股素色风潮,推出国风·简奢、国风·时光、轻奢素石三大素色系列产品,通过色彩与质感的双重提升,带来高品质舒适奢华体验。此次推出的素色系列产品,增加了一些富有禅意的精神色彩,与东方的平和气氛自然地融合在一起,精心研发出多款新色系,带出温暖的色彩,打破极简主义原有的冰冷,传达出关于柔韧与积极的新信息。与此同时,通过融合不同的肌理质感,扩大了系列的组合可能性,以满足主流消费者的审美品味和设计需求。

其中,轻奢素石系列,750×1500mm,以精心设计的米黄色和灰色调为主,忠于原生石材的典型纹理,通过应用新的釉面工艺技术,特殊的表面轻刷效果,把柔和的光感融合在细腻的石材纹理之中,纹理层次分明,看似低调,却在不动声色中显露细腻质感和轻奢情调;国风·时光系列,900×1800mm,以温暖的素色为调性,保留着天然水泥地的原始味道,并通过釉面工艺技术将精致真实的浅雕触感自然复刻到陶瓷大板上,呈现出经过岁月洗礼一般的细腻感,带来最原始的纯粹与质感,镌刻上时光的痕迹;国风·简奢系列,800×2400mm,以简于形,奢于心的设计理念,提炼出十几款的趋势色矩阵,通过数码模具釉面工艺融合富有文化底蕴的纹路,呼应精简生活的核心诉求,透露出简单到骨子里的奢华。

素色的世界,可以千变万化。在这个陶瓷设计的新时代,色彩与纹理质感将会以一种更加精致的方式并行。流畅的构图,安静的纹理和简约的图案带来一种平衡感,为空间创造新的语言表达方式,而这也是蒙娜丽莎2022年为消费者带来的全新体验。

生态 × 个性:新自然主义美学

解除束缚与隔离,当代居住者于生存与交际之间愈加敬畏生命,颂赞自然。我们开始改变我们的生活空间,以能够享受到大自然的平衡与和谐为中心,所以在空间环境设计中强调采使用天然、地域化的材料、简单的结构体系,体现装饰美化、环保节能,少进行装修破坏、污染浪费。这种新自然主义设计已经渐渐成为人性化空间的主流。

对于瓷砖行业而言,自然元素是其设计研发的重点,尤其源于大自然美好存续的石材,一直是人们热衷于选用的装修元素。今年,蒙娜丽莎在自然纹理设计上再突破,在原有罗马超石代稀有大理石纹理的基础上,加入六款新的奢石款式,以1600×3200mm超大规格,突破单片产品规格局限,纹理个性独特、色彩大胆张扬,并注重美学讲究,其中的一款空谷幽兰,通过高端色釉的运用,实现多种高饱和度和低饱和度色彩完美融合的效果,或艳丽张扬,或沉稳低调,产品表面色彩纹理自然而灵动,展现奢石独有的气韵而风采。此次推出的罗马超石代新款,也不再一味追求大理石类产品表面的亮光效果,选择使用柔光面质感,更加凸显石材的肌理质感和纹理的立体感,高度迎合了高品质家居生活人群的极致追求。

这种介于强光与弱光之间的柔光面,营造既高调明艳又带着一种低调内敛,给人如沐春风般写意舒畅,安谧舒适的感觉,因此在近几年深受消费者喜欢。蒙娜丽莎瓷砖也迎合消费需求,新增大批柔光面产品,比如在罗马大石代、罗马新石代原有系列上,增加多款柔光仿石陶瓷大板(砖),通过砖面柔抛技术,使得表面光线产生散射光效果,降低产品反光率,让产品的质感更柔和、光感细腻润泽,在解决亮光瓷砖产品的光污染问题同时,营造出视觉舒适且极具艺术情调的温暖空间,以更适合人居环境的“柔和空间”理念。

随着人们对天然材质的追求,瓷木地板类产品近两年关注度有所增加。其天然木饰面是最能让人感受到纯净和自然。今年,蒙娜丽莎在罗马森林系列的基础上,补充了多款300×1800mm大规格的瓷木新品,高精度还原珍贵木材色彩与肌理,并且涵盖冷色、中性色和暖色组合搭配,匹配不同空间应用。

蒙娜丽莎瓷砖一直以来重视自然系列产品的研发创新,通过多款自然系新产品的注入,带来表达人们内心最初的自然梦想和自然境界的集合体,突出自然与装饰完美平衡的高端效果的同时,为人们带来疗愈自我,释放压力的场所。

国风 × 新派:中国人的新生活方式

近几年,随着国潮复兴,传统文化不断再演绎、再创新,正成为一种时尚新潮。中国家居生活也在经历了“欧美化”后,又回到了我们自己最熟悉的生活方式上来了,只是加了个定语——更当代,更国际化的中式家居生活。蒙娜丽莎从消费出发,不断思考如何结合国际化设计元素,将中国文化元素通过现代技术进行活化,注重产品艺术、文化、生命力的表达,从而探索出适合中国人的居住体验。

今年蒙娜丽莎瓷砖推出的国风·简奢和国风·时光两大系列,在产品设计层面上对国风文化与新派时尚进行了重新解读与重塑。比如国风·简奢系列,以现代极简主义为设计理念,从中国文化传统的原生色彩中汲取灵感,撷取传统宫廷奢华饰品纹样元素,用当代的技术、当代的设计进行演绎,从而碰撞出带有文化底蕴而又个性时尚的趋势新品,让产品本身既是传统的,也是新潮的。因此,国风两大系列产品无论是在中式庭院、大宅别墅宅邸,还是在现代新派家居、潮玩艺术空间都可以实现应用,创造新的生活情境,也孕育出更符合现代需求的本土居住文化。

国风,不止国际流行,更是传承焕新。蒙娜丽莎瓷砖今年两大国风系列的推出,向人们传达——传承与延续,在当代语境该有新解。

恰当 × 功能:实用主义至上

“实用、经济、美观”是适合于大多数设计的一般性准则。尤其在饱受疫情冲击,大众回归简约和断舍离的生活态度的趋势下,人们对于室内设计较多的希望都是“要把钱花在刀刃上”,更加追求设计中的实用性和美观性的平衡。如何通过实用性与风格美学以及生活方式做一个更加有效的重合,既能达到实用性的功能强化,又能实现当代家居生活的美学优化,成为蒙娜丽莎2022年产品开发的一个重要的课题研究。

今年蒙娜丽莎推出的多款750×1500mm、900×1800mm规格柔光面仿石新品正是现代家居的适配之选。此次推出的750×1500mm和900×1800mm规格新品,大多数以仿石类产品为主,从大自然中提炼出纯粹的经典元素,融入原创设计思考,让其呈现同类产品中卓尔不群的独特纹理,从而营造出自然灵动、无限延展的艺术气质。与此同时,此两种规格是目前家居装修的适中规格,属于具有视觉延伸感的长条形规格,其能够承载丰富的纹理,展现纹理之美的同时,也方便运输和铺贴,因此备受青睐。

在如今崇尚健康养生的社会下,功能性瓷砖因贴合每个人对健康与舒适的追求,也成为未来家居的一个新趋势。近几年蒙娜丽莎推出全屋定制健康陶瓷板(砖)系统,包含抗菌岩板、远红外透光、高止滑砖、高热反射率外墙陶瓷砖等功能性产品。今年,蒙娜丽莎更推出原生经典止滑砖和原生印象耐磨陶瓷大板,实现功能性和美观性融合一体。原生经典止滑地砖,从性能、光感、质感等多维度取得了止滑重大突破,其干、湿环境下静摩擦系数均达0.85以上,为居住安全提供保障。与此同时,特别定制600×1200mm的家居地面专供尺寸,便于家装翻新及空间舒适感升级时的建材进梯需求,最大的降低了搬运成本及约束。原生印象耐磨陶瓷大板,在撷取天然石材的精粹给家居带来现代时尚简约之美的同时,引入高耐磨釉料配方,实现3级以上的耐磨,保证地面在长期使用中不变形、平时刮磨不影响釉面肌理质感效果。此外,原生印象系列更达到5级耐污特性和UHA级耐酸碱,在日常打理方面,堪称是“懒癌患者”和“强迫症晚期”的镇定剂。

从复制到寻找自我,从住给别人看变成了取悦自己,人们正在不断探索属于自己的生活方式,也在重新定义自己的居住空间。万象归素,追寻本源,从蒙娜丽莎瓷砖今年推出的众多系列新品中看到,蒙娜丽莎正努力通过焕新设计的家居灵感和产品解决方案,以更好满足消费者的家居需求和期待。

(企划中心 梁思琪)

春季新品面面观

春季百花盛开,正是陶瓷企业的上新季。

虽然行业已经很久没有革命性的创新产品了,但无论是传统瓷砖,还是大板、岩板,在经过新一轮的市场洗礼后,还是有诸多的新变化,尤其是随着工艺技术的不断进步,为企业推陈出新提供了强大的技术支撑;消费市场的日趋成熟,也为新品迭代创造了诸多新的潮流和风口。

这个季节的新品,不妨先从色彩谈起。一个明显的变化是,前些年引领市场并长期霸场的黑白灰正日渐退烧,尤其是灰度较大、较深的瓷砖,开始在市场上遇冷。那种在展厅、专卖店等特定场景下由专业灯光营造出的高逼格冷清范,怎么也难以在家居空间复制并被大众所接受,特别是遇上自然采光不好的空间,更显灰暗、冰冷,大大降低了家居空间的温馨;代之而起的,则是更温馨、更明亮、更柔和的奶油色、乳白色的浅色砖。无论是传统的小规格陶瓷砖还是大板、墙板、背景墙,奶油色、乳白色都更令消费者喜爱。

白色永远是高贵而又纯洁的,鱼肚白、卡拉拉白、劳伦白金……各式各样的白,无疑是瓷砖不变的流行风。但是,长期看惯了高饱和度的亮光白,难免单调,甚至有点刺眼。这个时候,低饱和度的莫兰迪色便悄然崛起,这种流行于北欧的色调,更理性、更沉稳、更柔和。看着其干净而又一尘不染的色彩,高贵的气质由内而外,自然外溢,显得低调而又奢华,让一颗被俗世红尘扰乱的凡心迅速归于平静。因此,从去年到今年,莫兰迪色被大量应用于陶瓷砖,尤其是去掉了花纹的莫兰迪色,形成了大量个性鲜明的柔抛类素色砖,成为这个春季瓷砖的流行款。当然,在背景墙领域,色彩鲜艳、浓烈的艺术类仿天然大理石瓷砖、陶瓷大板,依然是市场的宠儿,其高贵、典雅的气质与生俱来,暂时还难以被替代。

在极简主义的风潮下,今年的新品,在纹理方面最大的变化就是浅纹理,甚至无纹理。这一点尤其在中板、大板、墙板等方面表现突出。过去几十年,瓷砖新品的开发,总是千方百计模仿大自然最名贵、最自然、最好看的纹理,尤其是那些白色的连纹背景墙,其纹理大多来自天然石材,但无论怎样变化,纹理都没有大的突破。只是随着瓷砖规格越做越大,连纹越做越长,版数越来越多。即便是超大空间,许多企业也能做到一纹到底,但这种超级连纹、无限连纹,无形中增加了企业的生产成本和施工成本。

极简主义的盛行,使纹理和图案成为了多余。将纹理、图案减到最少,甚至干脆不要,以素色面孔出现,釉面单纯地采用一种色彩,反而干净、通透,以达到浑然一体的极简效果。蒙娜丽莎“国风·简奢”系列,恰是这种无纹主义的杰出代表。目前,无纹类新品的设计多见于大规格墙板类产品,也有少数企业在大规格地砖中抛弃连纹。而小规格的传统砖,纹理仍然难以舍弃,但无论怎样变化,甚至叠加诸多的工艺,都难有大的突破。因此,企业只能比细节,如纹理、釉面、光感、质感等。

没有了那些花里胡哨的创新,瓷砖才真正意义上进入了质感时代。亮光类的抛釉砖虽然仍旧是市场的主角,但哑光类柔抛砖经过多年的努力,最终迎来了春暖花开。目前,介入哑光类柔抛砖的企业越来越多,花色也更加丰富多彩。畅销多年的主导新品罗马大石代、罗马新石代,2022的春季新品,可以说是完美展现了这种柔抛、哑光类的趋势演进与效果。

那些无纹的墙板、素色砖、柔抛砖,纷纷开始将产品的创新点聚集在质感上。比如亮度,多一度则亮,少一度则暗;比如色彩,选择极具辨识度的主色调,其白度、灰度、鲜艳度、饱和度等,都把握得更加精准;比如纹理,或涂料、或皮革、或布纹,细腻到几可乱真。瓷砖的质感,考验的是企业真正的研发与生产实力,它需要先进的装备、领先的技术、成熟的工艺、严格的品控,尤其是产品研发者的综合审美和对市场变化与消费需求的精准把控。

过去几年,瓷砖规格,尤其是大规格的大板、岩板、薄板,在一定程度上主导着行业的产品创新。在引进诸多萨克米、西斯特姆等先进成型设备和生产线之后,瓷砖规格变得更丰富,更随心所欲。理论上,无论是大规格还是超大规格,生产都不是问题,因此,瓷砖、大板的规格在经过一轮的创新与比拼之后,已返璞归真,再比拼谁家的大板、岩板规格最大、最薄、最厚,已没有多少意义。

目前,大规格瓷砖、大板、岩板最成熟的规格主要有750×1500、900×1800、1200×2400、800×2600/2700等,尤其是900×1800、1200×2400规格非常受欢迎,已成为大规格产品的常规产品,受到越来越多消费者的喜爱。一板到顶的墙板,在与涂料、壁纸、墙板等传统装饰材料的竞争中,也逐渐杀出一条血路,大板上墙,正成为高档装修的新标签。

这个春天,还有一个值得关注的动向,就是瓷砖的密缝铺贴。大规格的瓷砖,加上密缝铺贴,让空间效果浑然一体。但密缝铺贴难度大,无论是生产、品控还是施工,都存在一系列技术门槛,行业一线品牌,正快速进入密缝铺贴的新赛道,进一步拉开与跟随者的差距。(编辑部 王力)

罗马超石代1600×3200mm,打造雅奢生活范本

根据《QuestMobile2021新中产人群洞察报告》,2021年中国“新中产”人群已多达2亿,他们具有较高的消费需求,是经济发展的重要引擎。他们对讲求质感、凸显品味的家装情有独钟,从追求拥有到追求体验,从注重价格到注重品质,从面子需求驱动到个性化需求优先。

如果说,高端消费人群所追求的贵族优雅品质,体现在“衣”上是燕尾服和高定,体现在“食”上是宴会厅和高脚杯,那么体现在“住”上,必定是能够展现广阔视野和拥有高端品味的家居空间。

一直以来,所谓的“高端装修”都在着重显示主人家优渥的经济实力,然而当代精英雅士最想在生活空间里展现的,是自己富足的内心世界和丰厚的文化内涵。在实现了物质与精神的双重富足之后,能够打动他们的只有艺术与细节的极致讲究。在家居墙地面装饰材料的选择上,有着独一无二天然纹路和色彩、闪耀着宝石般灵动的奢石深受他们的喜爱。

然而千金易得,奢石难求。奢石承载着丰富的纹理,还原自然瑰丽结晶,其区别于其它天然石材之处在于其品质能够达到宝石级别,更为高级。产品纹路能否完整呈现,取决于开采者是否对奢石的内部特性、纹路走向拥有精准把握,更取决于优秀的石材匠人对纯手工切割的精雕细琢。而且开采出来的石材需要达到建筑需要的尺寸,决定了它无比稀缺的特质。

2022年,蒙娜丽莎瓷砖以珍稀奢石的纹理质感为蓝本,以宝石品质为对标,创新开发罗马超石代1600×3200mm新品。它是蒙娜丽莎忠于品牌真正价值的杰作,全新规格为大气而生,无论是优雅高贵的风格,还是高清细腻的纹理质感,都印证了蒙娜丽莎品牌的高贵品味,让居室自然流露出优雅精致的名仕风范。

亿万年自然造化,奢石的尊贵气质在家居中呈现。罗马超石代1600×3200mm新品的纹理与色彩的组合灵感源自世界各国产出的自然奢石,用创新工艺技术还原手工切割的精雕细琢,为空间设计增添新的质感。在单片面积达5.12㎡的大规格下,纹理色泽及清晰度依然出色,单片产品呈现的石材肌理更丰富,“一望无际”的全景视野震撼呈现,空间体验更加震撼,让奢石质感不再稀缺。

“奢”固然华美,但是也需要讲究尺度,否则一不小心就落入庸俗。我们看惯了黄金、钻石、琉璃等亮光闪闪的奢华,但若论生活、空间的格调,还得参照一直被公认为是“审美巅峰”的宋朝。不管是宋瓷、宋画,还是宋版书、宋式家具,乃至酒、茶、花道,都极讲究形式上的审美,非常雅致。奢石纹理的陶瓷大板在奢华之余,其中包含的“雅”是一种无可复制的文化气质和居住品味,以及居住者实力的象征。

尤其是如今80、90后成为主力消费群体,更崇尚自由、随性的居家风格,人居环境的“柔和空间”理念兴起,柔光产品越来越受到年轻群体的青睐。罗马超石代1600×3200mm新品采用柔光面,以一种舒适而柔和的生活审美,平衡空间的感官。表面的低反光率既有亮光砖的光泽,也有哑光砖的低调,营造出视觉柔和舒适且具艺术情调的温暖空间。

除了视觉柔和,它的表面润泽,肌理更立体,更容易凸显石材的肌肤质感和纹理的立体感,层次相对更加立体丰富,迎合高品质家居生活的追求。

大宅之于雅士,不仅仅是居所,更是生活意义,是财富无法衡量的美感、主人的品味和层次。罗马超石代1600×3200mm承载着世上难寻的珍石纹理,它的优雅、精致只为独具慧眼的知音而生,细看它的纹理色泽中有着许多细节的烘托,无需奢华软装的加持,简单的搭配就能让空间变得讲究,充满艺术气息。

随着人们住宅空间的扩大,对于空间装饰上的需求不断往更开阔、更大、更少缝隙,变化更灵活的方向靠拢。2016年,蒙娜丽莎率先引进16800吨压机,生产出1200×2400mm大规格陶瓷板罗马超石代。2020年罗马超石代系列新增1800×3600mm超大规格,将陶瓷大板的广阔美尽显无疑。如今1600×3200mm全新规格更以精细夺目的奢石品质和柔光细腻的表面质感,风靡高端住宅市场,将家居品质和体验推向了新的高度。

家居潮流变化万千,而真正永恒的财富,是经久不衰的审美,是居住品味的传承。

(企划中心 崔敏华)

赋能终端开全力，内聚实力拓市场

终端考察合影

赢在开局，胜在虎年。QD 瓷砖终端成长新征程启航之际，终端技能培训服务必不可少。为进一步提高广大经销商的业务能力、服务水平，QD 瓷砖总部加大终端培训赋能服务力度。

东北区专项培训会

产品是品牌赖以生存的根本，是立于行业不败之地的法宝，品牌的竞争说到底是产品的竞争。

2 月 22-28 日，QD 瓷砖东北区域开展 2022 年新品专项培训会，大连、营口、阜新、沈阳、法库、长春、吉林等旗舰店代表悉数参加，以丰富的专业知识储备为终端提供更优质的服务，不断注入新思想、新活力！

本次培训主要由 QD 瓷砖总部高级产品开发师梁嘉杰为大家带来 2022 新产品讲解课程，结合当前 QD 瓷砖各品类产品的特点，指引经销商们全面了解新产品的工艺特点和相关知识，能够独立推广新产品。

另外，QD 瓷砖总经理欧健也对东北各区门店进行了实地考察工作，精准指出了门店自身存在的不足，并给出了清晰的指导方法和建议，不少经销商表示获益良多。

专业的产品知识是正确开展工作的基础，相信通过本次开展的东北区 2022 新品专项培训会，增强了终端对总部产品知识的了解，进一步提高产品认知能力和业务技能，日后开展工作将会更方便有序。

湖南区域培训会

唯有了解，才能在面对消费者时充满自信，让消费者信服。

专业知识的学习，对品牌的清晰认知，对终端是非常必要和重要的。3 月 3 日，QD 瓷砖湖南区域开展培训会，衡阳、耒阳、临武、邵东、郴州、衡南、零陵、武冈、娄底、新化和溆浦等 QD 瓷砖旗舰店代表出席培训会，助力经销商销售管理业务。

本次培训会由全员参观全新打造的西渡店展厅为序章，QD 岩板、连纹背景墙、木纹砖等全新产品悉数呈现。大规格、高级灰、细节感、全新空间展示，从纹理、品质到视觉、触觉，获得现场经销商的大加赞赏。

以商教商，作为 QD 瓷砖湖南标杆门店代表之一，西渡店总经理欧元首先为各店代表分享多年建店与店面的日常管理经验，为现场出席门店代表传授了自己的“销售经”，生动之处现场掌声不断。

接下来由 QD 瓷砖高级培训讲师彭志强和罗志滔，分别对门店标准销售流程、新产品介绍进行生动讲解，并且现场解答了各经销商在实际工作中遇到的问题。提到重点内容时，现场门店代表纷纷提笔记录。

培训在前，训练在后。在培训会的最后，进行了相关知识的考核，以加强 QD 瓷砖各经销商对课程的掌握，弥补不足，从而全面提升销售团队的综合实力。

优质服务，培训先行。本次开春系列培训效果达到预期，不少经销商伙伴表示在本次培训中收获颇丰，解决了不少工作中的困惑。

接下来，QD 瓷砖总部还将在其他区域开展系列培训，进一步提升终端经销商业务水平和服务能力，助力经销商成长并开辟事业。

（蒙创致远　陆淑宜）

开门即心动　挑高户型就要这样装

现代审美升级，提升了人们、尤其年轻一代对家装设计与材质的更高诉求。据调研机构统计，90 后、00 后新兴的消费市场人群对挑高户型青睐有加，已渐渐成为年轻一代向往的户型。

挑高客厅的层高一般在 3.8~4.9m 之间，这种户型采光和通风效果优越。试想一下，微风夹带些许春天的气息，透过窗纱的空隙融入了呼吸，斑驳的树影透过阳光映入家中。乘着这份诗意，在家里就可以跟阳光玩游戏。

考究的挑高设计，既能体现出新家时尚又不失雅致的效果。又能为业主创造出更高实用性，更方便的居住环境。

那么一个网红般的挑高户型，又该怎么设计呢？不妨看看 QD 瓷砖。

纹理大胆·个性时尚家

与众不同是年轻一代的标签，更注重生活品质，纹理辽阔、出彩大胆的岩板背景墙更吸引眼球，彰显年轻人的大胆、前卫的个性特点。

舒适的复式大宅，以大理石纹理为基底，借由克制纯粹的设计语言，形成了极强的视觉冲击力，演绎非凡品味与格调，呈现全新的美学体验与生活想象。

QD 绮罗天幕岩板金丝缠绕，石中裹玉，尽显贵气。搭配棕色系暖调软装，大气中透着温馨，开阔中藏着精致，层次感十足。

纳海翡丽纹理更为大胆丰富，从澄净空明的瓦塔纳冰川汲取灵感，清冷的纹理色彩犹如生命般坚毅，斑驳交错的根脉散纹在平面盛开。亲近其中，如同一道天然的灰蓝色屏障萦绕在侧，连呼吸都前所未有的畅快。用于挑高户型背景墙，极具视觉冲击感，可谓是家居艺术珍品。

简约舒适·心动理想家

年轻一代中有个性张扬的积极乐观派，也不乏有反内卷的“躺平族”。在日趋紧张的快生活，简约舒适的家不仅能抚平内心的浮躁，还能舒缓情绪，放松紧绷的心情。

客厅挑高，与二楼空间相通，适当留白的电视墙延伸视觉层高。QD 古斯特大板，质地灵透，澄澈清冷，浑然天成。置于开阔的空间中，简约大气，营造出高雅，恢弘的空间质感。

螺之印-沧海以远古螺化石为设计蓝本，纹理粗犷大气中透着螺化石的小细节，方寸之间别有洞天。搭配暖黄的灯带，别致的吊灯，十分优雅精致。

个性材质·设计师小众家

新时代年轻人主张突破传统审美的束缚，追求自身审美的态度，向往还原生活原本面目，追求返璞归真的生活方式。

明亮、纯粹的侘寂风、氧气盐系风也因此盛行，自然的本质通过微水泥、原木等不同的材质显露无遗，搭配挑高户型，进门即心动！

挑高户型家装简约帅气，却不会过于单调，和传统的北欧家装相比，更多了一种不食人间烟火的

美感。QD 最新肤感·奢系列-开放边界，柔光质感润泽，触感细腻，营造出超凡脱俗的意境之美，搭配 900×1800mm 规格完美呈现大美空间，既有一室繁华，更有一壁生辉。

QD 瓷砖完美复刻石纹的原生肌理，触感温润、质感细腻，在灯光的照耀下熠熠生辉。深浅两色的灰色调，看似平淡的颜色，实则具备一种稳重而舒适的厚重感。

QD 瓷砖通过洞察年轻一代的生活方式及家居美学，为用户探索更多家装的时尚灵感。挑高户型选用 QD 瓷砖，百变风格、个性十足。

（蒙创致远　陆淑宜）

品质畅购　QD 瓷砖携手全国联动赢战 3.15

3.15 国际消费者权益日，一直是诚信与品质的象征，QD 瓷砖作为行业高品质的代表，在今年的 3.15 来临之际，迅速响应、布局市场，以“有保证，为诚信护航”为主题带动全国终端门店出击 3.15，致敬消费者幸福家居需求。

3.15 期间，QD 瓷砖多家旗舰店齐联动，辽宁沈阳、陕西延安、河南洛阳、四川、广东惠州、浙江宁波、湖北宜昌、唐山丰润等多城 QD 瓷砖旗舰店营销活动全面爆发，启动 2022 年热销态势，QD3.15 品质服务席卷全国！

籍此 3.15，QD 瓷砖总部团队为全国多家门店精准嵌入促销氛围物料，集中精力聚焦展厅、渠道、营销等维度的升级，圈粉消费群体，为用户带来一站式购物体验和便捷的专业服务。点燃全国促销风暴。

此前新春开年之际，QD 瓷砖总部精英远赴各地终端市场，协助经销商开辟 2022 征战之路。动员培训，重塑专业力量，从产品知识到团队打造，从市场布局到店面运营，以更专业、更先进、更落地的方法服务终端门店。无忧装修、品质焕新家，厂商齐发力，携手创未来！　（蒙创致远　陆淑宜）

时尚侘寂风，至美至简直击心灵

侘寂之风是摒弃浮华的装饰，待物件经过岁月的洗涤与浸润，所呈现的表面质地，或粗糙暗哑，或斑驳嶙峋，或残缺不完美的哀美之姿，传达出空间的自然美。

这种返璞归真的自在感能够让人褪去束缚，释放压力，回归浮华背后的风淡云轻。近年来，这种人间“清”醒的风格如火如荼，受到各个领域设计师的宠爱。

家居领域也不例外，「简约」和「侘寂」看似两个完全不相关的设计风格，将正统的侘寂风格简化，融入更多现代元素，让更多的客人接受这样的舒适风格。

人间清醒，「素色」侘寂美学

朴素的外表，深刻的内涵。侘寂风拥有最朴实无华的外形，不需要非常复杂的结构，选用天然材质，没有显眼的颜色，简单打造侘寂美学空间。

“素”，代表着贴近自然。QD 瓷砖「肤感·素」系列深刻演绎极简侘寂风，摒弃过多浮夸繁杂的装饰，以素色水泥为灵感，还原素净原石肌理，打造出质朴而富有质感的家居空间，让居住者的身体与内心回归平静、自然的状态！

看似空荡荡的装修风格，通过自然光的引入，在斑驳质感的光与影之间，描绘出一种内敛的艺术格调。

放纵了 QD 瓷砖 750×1500mm「肤感·素」系列的材质特性，色彩、质感和光感的纯净，克制着家具配饰的选择，以打造维护原有形态的思路定下的空间格调。

灰调侘寂，现代极简之美

以极简设计的现代侘寂风，以灰白水泥色和大地色为主色调，看上去素净、淡雅，有一些不完美，但是很有底蕴和禅意，让人心生宁静。

这些色调多取自于自然，为的就是想要尽可能保持材料原本的质。柔和的色调，质朴的氛围，家居氛围让人倍感舒适！

回归宁静，清简自然原木生活

在侘寂美学的基础上，原木融入极简设计，简约中融入侘寂美，返璞归真的空间质感，回归内心岑寂安然。

QD 瓷砖「原木优选」系列的木纹砖，粗犷的石墙，柔和与冷冽的质感相融合，打造出素净的清简侘寂风空间，让生活回归宁静、自然、舒适。

暖色调调和下的侘寂风格设计，从原木家具、破旧的装饰到日常生活的细节，素、净，破中有光的空间，悠享清简自然时光！

极简主义与自然材料相结合，营造出安静平和、自然舒适的现代侘寂氛围。

（蒙创致远　陆淑宜）

麦荣坚:十年磨一剑,推动蒙娜丽莎绿色升级

环保治理没有句号,只有逗号。这是蒙娜丽莎的环保理念,也是他入行十几年一直践行的宗旨。他凭着一份初心,义无反顾地投入到环保事业中,以专业技术特长助攻建陶节能环保,以严标准严措施狠抓环保工作,推进污染治理共建,筑牢蒙娜丽莎绿色转型基础。

麦荣坚在工作中

灰霾中上任的环保专业人才

21世纪初的佛山,陶瓷工厂遍布镇街,终日灰霾笼罩,不见蓝天。不少人是这样描绘当时佛山的:“这是一座灰蒙蒙的城市,一座被雾霾笼罩的城市,一座夜晚没有星星的城市。”2007年,佛山市以壮士断腕的决心,开始“腾笼换鸟”,加大对企业环保约束。一场持续十多年的环保风暴正式掀起。而麦荣坚,正是这场环保改革风暴的见证者和亲历者。

2010年,正值佛山建陶环保严控期,蒙娜丽莎环保转型升级迫切需要环保专业人才。此时,先后完成环保专业学士学位以及应用化学硕士学位的麦荣坚在朋友的引荐下来到蒙娜丽莎,担任环保技术员一职,成为蒙娜丽莎特招的首个环保专业人才。

刚进蒙娜丽莎不久,麦荣坚便直面“最严”环保强标的挑战。2010年10月1日,随着国家强标《陶瓷工业污染物排放标准》(GB25464-2010)正式颁布实施,对原料制备、喷雾干燥塔的颗粒物、二氧化硫、氮氧化物制定严格的排放标准。空前严厉的环保检查与督查,成为悬在企业头顶的达摩克利斯之剑,说不定哪天醒来,企业就会因为环保问题而被迫关门停产。

据麦荣坚回忆:“蒙娜丽莎烟气在线监控系统的数据是直接与环保局联网,只要是企业废气排放每小时平均值超标了,就会实行处罚。”在严厉的强标面前,麦荣坚每天都神经紧绷,反复去检查设备,排查废气排放问题。麦荣坚表示:“当时哪怕是出现偶尔几分钟的超标,只要一有超标信息提醒,无论身在何处,都要赶回来处理。”

在蒙娜丽莎的这十几年来,不管是白天还是晚上,只要是关于环保设备的各种故障,麦荣坚都会亲临现场处理。麦荣坚说:“凌晨一两点突然回来公司处理,也是常有的事情。”2010年8月13日晚上11点,车间喷淋泵故障,正在家里熟睡的麦荣坚,接到信息后马上赶到公司,和维修人员一起动手,把设备拆卸掉,更换了损坏的零件,等设备正常运转后,才回家休息。

2013年7月20日,污水处理的水质出现不稳定现象,为了找出问题所在,麦荣坚一连几天顶着烈日在现场观察水质的变化以及对员工的工作进行细致观察和反复试验,最终找到问题源头并进行及时处理。麦荣坚的工作涉及到全厂各个范围,哪里有污染他就去哪里,粉尘满满的喷雾塔、恶臭的污水沟都无法阻挡他的脚步,凭着一腔热血,和一股子不查清污染誓不罢休的拼劲,不断为蒙娜丽莎环保治理排雷。正是以过硬的专业技术能力和积极作为敢担当的品质,麦荣坚入职不到两年便升为环保主管,主管废气和污水两大块,并参与到公司多个重要环保治理升级项目。

技改创新,改变污染格局

陶瓷生产经历高温烧制,消耗大量煤炭和燃油之余还产生大量二氧化硫、氮氧化物、烟尘,这使得陶瓷行业成为空气的最大杀手之一,也使得陶瓷行业成为环保部门重点监管整治的目标。而不断收严的污染物排放标准一直掐住企业发展的咽喉。

2014年,蒙娜丽莎决定启动西樵生产基地排放口深化治理升级改造项目,对烟气排放进行重点整治。此时,麦荣坚在该项目中承担着重要的角色,他充分发挥环保专业优势,不断专研建筑陶瓷生产烟气环保治理技术,通过引进新技术、新装备协同控制,持续完善各环保设施自动化升级,从而为陶瓷行业烟气的超低排放探索出多种科学的治理方法,其中由其主要参与的“陶瓷行业烟气多种污染物协同控制技术与装备”、“建筑陶瓷烟气一站式净化技术与装备”等,均属于陶瓷行业首创。如今,蒙娜丽莎烟气治理技术已经从1.0版本发展到5.0版本,成熟运用在西樵、清远、藤县、高安四大生产基地中,实现蒙娜丽莎各项污染物排放远低于国家强标。

“实现建陶全产业链的绿色环保。”这是蒙娜丽莎环保治理的目标,也是麦荣坚这十几年来一直努力奋斗去实现的梦想。麦荣坚带领着专业化环保管理团队制定严格的公司内控标准,探索“三废”运行管理新模式,建立“人工+在线”的烟气监测监管体系,通过对设备进行定期监测以及车间信息互联互通,确保废气稳定超低排放;对公司污水进行优化合理分类处理,提高污水处理效率、降低处理成本并实现工业废水零排放;通过制定固废分类管理指引,实现公司固废减量化和合规化循环利用……从生产制造的每一个污染源抓起,涵盖生产能源、生产工艺、流程管理等各个方面,麦荣坚一步一个脚印带领着蒙娜丽莎打好“蓝天保卫战、碧水攻坚战”,探索出走向绿色发展的有效解决方案。

蒙娜丽莎,这个因为环境整治和技改而发生的改变,身为员工的我们一点一滴看在眼里。昔日的燃煤锅炉、林立的烟囱难觅踪影,粉尘弥漫的车间被整洁宽敞的绿色车间取而代之,蓝天白云也成为厂区常见的美丽风景。当2021年在双碳目标以及能耗双控的倒逼下,诸多陶瓷厂区遭遇新一轮环保生死劫,蒙娜丽莎早已在环保治理中一骑绝尘,成为各大陶企中环保压力最小的企业。

严守底线,做环保卫士

在麦荣坚的带领下,我们有幸走进刚完成装修的环保云中心参观。这里,不仅集结了蒙娜丽莎当下最先进的环保技术,也镌刻着蒙娜丽莎发展的环保印记。来到这里,平常不善言辞的麦荣坚,侃侃而谈起来,向我们详细讲解蒙娜丽莎整个环保系统的运行,以及如何通过数字技术实行整个厂区的污染排放情况监控及治理情况分析。麦荣坚讲着每一个环保设备技术应用背后的故事,仿佛如数家珍。的确,蒙娜丽莎的每一个环保举措背后,都凝结了他倾注的大量时间和心血。

当走进环保云中心监控系统工作室,几块硕大的显示屏上,实时显示着四个烟气排放口主要污染物的排放以及废水处理系统运行、环保设备能耗等情况信息,工作人员正密切关注着指标变化的情况。“烟气方面,公司一直执行着严于国家排放标准的内控标准。”麦荣坚介绍说,按照《陶瓷工业污染物排放标准》GB25464-2010规定,颗粒物、二氧化硫、氮氧化合物的排放标准分别为30mg/m3、50mg/m3、180mg/m3,而这个标准在2019年进一步收紧,《陶瓷工业大气污染物排放标准》DB44/2160-2019规定其排放标准分别是20/30/100,而蒙娜丽莎的内控标准仅为10/20/90,远严于国家标准的企业内控标准一直是麦荣坚不可逾越的底线。在这十几年的环保管理工作中,为了严控蒙娜丽莎的环保防线,麦荣坚走遍厂区各个角落,对每一个重点污染源的基本信息、生产工艺、污染治理设施、排污状况都了如指掌,并不断完善蒙娜丽莎环保治理流程,通过各种技术的引进来降低污染物排放以及全方位部署云中心,解决环保信息化难题等等。当问及麦荣坚是怎样看待环保岗位的职责时,他用了“卫士”这个词来概括,并表示:“我们的职责就是严守环保的红线,为公司排除安全环保隐患,用自己的专业去守护公司。”

随着蒙娜丽莎在环保方面的持续深耕,从最初的废气、再到废水固废物治理等等,目前蒙娜丽莎已经实现了陶瓷企业的全过程绿色生产——资源能源节约、废渣循环利用、废水零排放。一颗尘、一滴水、一度电,这些经常被人忽视的小细节,却构成麦荣坚十几年来管辖的环保大主题。2019年,麦荣坚担起新的职责,接手职业卫生管理模块,通过除尘降噪等改善车间操作环境,完善职业病防治管理制度、车间卫生目视化管理等,从而保障员工职业健康安全。

通过麦荣坚及其团队在公司环保技术上的创新和管理上的规范,蒙娜丽莎因此也获得了一系列的环保荣誉,成为国内建陶行业绿色先行者,成为佛山陶瓷行业转型升级、绿色发展的典范和示范标杆,连续六年获得“佛山市(南海区)企业环境信用评价诚信企业”称号,获得“广东省首批减污降碳突出贡献企业”称号等等。而麦荣坚也在2021年度表彰大会上获得“突出贡献奖”。

从以前归属设备部做环保技术员,到归属安全环保科做环保主管,再到如今在独立出来的环保部门担任环保管理部经理,麦荣坚在蒙娜丽莎的成长历程,可以说是蒙娜丽莎环保发展的一个缩影,也深刻体现到蒙娜丽莎对环保的重视。从零开始,如今麦荣坚已经构建起部门合理的运行机构,并通过团队建设,不断提高团队的管理水平和增强团队凝聚力。据麦荣坚表示,如今环保管理部定编已经达到47人,技术管理岗以上有5个。培育环保人才,也将是麦荣坚接下来的重要职责。随着公司生产基地的扩建,环保人才缺口加大,麦荣坚更是主动到各个基地进行培训,传授经验,为公司储备合适环保管理人才。

提升自我,迎接更大挑战

“绿色环保,我是党员我先行。”身为党员的麦荣坚充分发挥了党员的先锋模范作用,在自身钻研技术和管理西樵基地环保建设的同时,心系行业的发展与进步,积极参与《建筑卫生陶瓷行业污染物治理白皮书》编写,为中国陶瓷行业污染物排放控制技术提供技术、数据和经验参考,曾代表蒙娜丽莎多次参与南海区环保产业协会会议和参与生态环境部门的标准意见征询,比如《陶瓷制品制造业污染防治可行技术指南》、广东省《陶瓷工业大气污染物排放标准》等。

为适应国家环保要求的细化以及公司的不断发展,麦荣坚始终坚持不断为自己“充电”。2014年参加南海区再生资源商会组织的《南海区危废规范化管理培训》,提高对企业危险废弃物管理的认识要求;2016年参加佛山市工程师协会和佛山市建材行业协会联合举办的首届《环保专业基础培训班》,提高自己系统化的环保技术和管理水平;为更好熟悉国家生态环境部对企业的“一证式”管理要求,更好落实公司实行新国家排放许可证的管理,2019年和2021年分别参加了广东省环境保护产业协会举办的《排污单位自行监测技术能力培训班》、中华环保联合会举办的“碳资产评估与管理高级培训班”等。

对麦荣坚来说,绿色环保探索之路,正如蒙娜丽莎的环保理念,“环保治理,没有句号,只有逗号。”如今,蒙娜丽莎正面临着国家双碳目标实现的挑战、能耗双控的加压,麦荣坚正不断的去学习相关政策条例,增加自己的知识储备,从而更好地去协助公司提前规避和应对新一轮“环保风暴”的到来。

环保治理像是一场漫长的马拉松比赛,时刻充满着超越自我的际遇和濒临极限的挑战。在持续十几年的环保风暴影响下,我们见证了建陶企业环保转型的痛与变,也看到了麦荣坚为蒙娜丽莎环保之路付出的辛酸。执守初心,行远自迩,麦荣坚用十几年的“长跑”经验告诉我们,尽管前方迷雾叠嶂,但跑过之后就会看到一片明媚阳光。

(企划中心 梁思琪)

陈宇玲:心如花木,向阳而生,逐光前行

她出生在一个温馨质朴的家庭,自小生活在老城区职工楼里。母亲是一名温柔善良的传统妇女,父亲是一名参加过对越自卫反击战的退伍军人,热心助人,是邻里街坊中为人熟知的"活雷锋",因此,陈宇玲自小便在这样简朴、互助、热诚的生活环境中耳濡目染。成长的土壤培育出她热情开朗、善良乐观、温暖坚韧的性格和品质,如同一朵灿烂的向阳花,美好而热烈。

2017年12月,蒙娜丽莎集团正式上市,开始走上了发展的快车道,同时高效吸收各方面专业人员,陈宇玲就是在2018年应势被吸收进入蒙娜丽莎集团的。对于在原单位已经走上了基层管理岗位的她,被问及为何选择来到蒙娜丽莎,选择一个基层岗位,她从容而自信地回答,希望走上更高、更广阔的平台,按照自己的职业规划实现自我,她对自己很有信心,因为从入职以来,她便脚踏实地地投入到自己的本职工作中。

小岗位扛起大责任

她记得,刚入职的那一年,可以用"披星戴月"来形容自己的工作节奏,为梳理好接手的工作,千头万绪,早出晚归。

"员工关系专员"看似小岗位,但却承担着公司与员工之间关系的纽带角色,人事档案、合同管理、劳资关系、健康检查、社保福利、工伤申报处理等,关系着公司对内的凝聚力以及对外的社会责任形象,这些一项项的工作都于细枝末节处见真章,尤其是工伤申报处理,这项工作的沟通协调过程、办结质量,往往牵动着员工的情绪,关系着员工的家庭,也一定程度上影响着公司的形象。

完美始于细节,问题源自失责。陈宇玲是这么认为的,所以,她到岗接手员工关系工作后,第一时间便细致地整理当下的工作业务情况,重新梳理和建立业务台账,做细做实,搭建和完善员工工伤处理和办结的流程模式。陈宇玲笑言,这些其实都是繁琐而乏味的工作,但她要求自己必须把这些丝丝缕缕、弯弯绕绕的工作,做成清晰化、透明化、模式化,那么后续的工作,不管是自己继续做,还是交由其他同事来做,都会很清晰和高效。

之后,在她的建议和主导下,加强了公司与地方优质医院的绿色通道服务,让员工享受到更高水平的医疗服务。对于需要手术的员工,尤其是精细化手术,更是得到了更高的手术质量保证。一切以人为本,顾全员工切身利益。

温暖纯良,以爱为责

陈宇玲认为,受到工伤的同事,本来情绪就比较脆弱,工伤补贴对一些同事来讲,便是生活的来源,她要让他们的生活得到保障,也要关心他们的心情和情绪,让他们感受到公司对他们的在乎和尊重,让公司的劳动关系更和谐。因此她完善了工伤补贴发放的模式,一改以往每笔申请、每笔审批的陈规旧矩,通过与相关部门提前沟通、清晰权责、完善审批环节等,前置了一系列的审核审批手续,让工伤补贴能够与月度工资一同定期、准时发放。这样一个小改动,一个小进步,这不仅方便了很多工伤员工,更是安抚了工伤员工的情绪,让员工更安心。

2021年,陈宇玲顺利办结了三项重大工伤项目。其中,有两项是她入职后才接手跟进的,另一项是她在岗期间发生的。不管发生的时间如何,不管前面有什么纠葛,对于每一项的工伤处理,她一刻都不敢怠慢,全程认真跟进。

她用无微不至的关心和陪伴,卸下了他们由于防备而产生的"敌意";她用赤诚的真心,融化了他们由于误会而筑成的心防;她用清澈的善良,洗净他们由于敏感而生成的怨怼。

担心受工伤的同事联系不上自己,她的手机24小时不关机,连晚上睡觉都不会关闭手机铃声;她密切探望和细致陪护住院的同事,曾长期被误以为是住院同事的女儿,当病友得知陈宇玲只是公司同事后,直呼难以置信,并赞叹这家公司对工伤的同事竟然能如此关怀备至。她并不刻意而为之,她说得最多的一句话是"要更多地设身处地为他们想想",所以,她是在以强烈的共情,以她善良的本质,去服务好每一位受了工伤的同事。

2021年8月,其中一名工伤员工家属给陈宇玲送来了答谢锦旗,"尽职尽责 解忧助困"金灿灿的八个大字,不仅仅是对陈宇玲工作的肯定,更是对她的品格和责任心的高度评价。陈宇玲表示,与得到工伤员工的感激相比,她更希望员工不会受到工伤。因此她也多次联合公司安全管理部,通过宣传、学习、培训、完善管理制度等,提高员工安全意识,加强生产责任意识,近年,工伤的事故数量也在逐年下降。

"总有一天,你会感激曾经努力的你",这句话放在陈宇玲身上也很合适。她的岗位平凡,她的工作也是默默无闻。在处理工伤关系的时候,接触到形形色色的案例,接收着不同的情绪,而且往往都是负面的情绪,她无法置之不理,她只能全盘接受。多少次在无人的角落里偷偷哭泣,多少次在委屈之中想过放弃,多少次在无形的压力之下茫然无助,那一次次刻骨铭心的难过,她体会过,感受过。幸运的是,她是一个十分乐观豁达的人,她认为,那些受了工伤的同事并不是蛮横无理的,他们只是更缺乏安全感而已,只要沟通有效,输出正确,他们都是能够感受到公司对他们的关爱和帮助的。

多么善解人意又温暖纯良的一个人。

奔走在防疫工作的前沿

新冠疫情自2020年起便扰乱着我们的正常生活,国内新冠疫苗在2021年初上市,直至5月,社会上的新冠疫苗供应仍相对紧张。一方面是社会正号召市民尽快接种新冠疫苗,另一方面却是疫苗供应紧张、员工请假误工、出行不便、排队耗时长等诸多因素的影响。考虑到了这些种种的不便,陈宇玲为更好地方便公司员工进行新冠疫苗接种,下定决心要为公司争取到新冠疫苗接种专场。在当时疫苗供应紧张的情况下,她连日多方奔走、沟通,协调疫苗接种的各项事宜,统计及反馈接种意愿、场地确认、预计接种剂次、协调疫苗数量、联络公司志愿者、设计接种场地指引、医护人员餐饮安排等等,尽心尽力、用心用情,只为公司同事筹备疫苗接种专场,方便更多的生产一线员工。

2021年5月,就在全城疫苗供应紧张的时候,有900多名蒙娜丽莎员工在公司专场快速、顺利地接种了第一针的新冠疫苗,不用请假外出,不用奔波周折,根据集团指引,按照各部门分配的时段高效、有序地完成了接种。当时不少的同事都为此感到骄傲,通过社交媒体分享这份自豪感的时候,也收获广泛的羡慕和点赞,也为公司对外树立了良好的社会形象。

接下来的6月,有1100多名蒙娜丽莎员工在公司接种了第二针;12月,1300剂次的加强针疫苗如期送到蒙娜丽莎集团,为公司员工加强了防疫保障。

员工家属向陈宇玲(右)送来锦旗

2021年5月底,佛山地区出现新冠疫情感染案例,全市层层开展核酸排查,6月初和6月末,蒙娜丽莎内部先后组织了两场全员核酸检测,同样是由陈宇玲负责对外沟通协调相关工作。接到上级部门的指示后,快速响应,迅速召集,高速完成场地搭建和人员组织,有序完成了全员核酸检测。谈及此,陈宇玲也特别感谢当地社卫中心、疫苗专班的支持和帮助,也感激蒙娜丽莎党总支部、工会以及各部门的志愿者,一呼百应,反应迅速,共同保障了各项防疫工作的有序开展。

2021年,蒙娜丽莎集团配合疫情管控工作,开展了3场新冠疫苗接种,2场全员核酸检测。陈宇玲为此做了很大的努力和协调工作,尽管没有经验和可借鉴,但是整体还是做到了有条不紊地顺利开展,上级政府部门也对蒙娜丽莎集团的核酸检测及疫苗接种工作表示大力的赞赏。不论是疫苗接种还是核酸检测,对内,陈宇玲能统筹调动好公司内部的志愿服务工作和参与人员的现场秩序;对外,她能贴心地为前来支援的医护人员也提供了周到的伙食服务,以公司名义向他们赠送公司的纪念小礼品等,以答谢医护人员的辛勤付出。这些周到而体贴的回馈,感动了每一批前来支援的医护人员,感动于蒙娜丽莎人的高素质参与,也感动于蒙娜丽莎人对医护人员辛劳的珍惜和关爱。

笑靥如花,明媚灿烂

她把从业者的负责、认真、刻苦发挥得精准到位;她也把女性的坚韧、刚毅、感性展现得淋漓尽致;她还把一个社会个体应有的善良、热心、担当还原得清晰动人。更为可贵的是,已走入职场10年的她,但却依然保持着服务好每一项工作的初心,这颗初心清澈明亮。2019年,她向党组织递交入党申请书,凭借她优秀的综合素质和表现,经过层层审核,于2021年11月正式加入党组织,被蒙娜丽莎党总支部所吸收。

陈宇玲入职的次年,就被评为公司"2019年度微笑服务之星",时隔一年,又被评为公司"2021年度卓越标兵",更在2022年晋升为"员工关系主管",一路以来收获了荣誉,也按着自己的职业规划更进了一步。为此,陈宇玲受到了极大的鼓舞。受访时,距离表彰和任命已有两个月,但她的欣喜和感动,仍然很新鲜,很真挚。她由衷地表示,自己做的这些工作当下,并没有考虑会因此而得奖,甚至年度评优时,入围"先进个人"评选时已经很荣幸了,而最终能够更上一层楼获评"卓越标兵",是很大的一个肯定和惊喜,但是哪怕没有得奖,也会继续做好自己的工作,这是对自己的尊重,也是对职业的敬畏。另外,她更希望通过自己此次的得奖,鼓励更多的同事,不骄不躁、脚踏实地地做好本职工作,高效创新地把常规工作做精做强,当自己足够的好,足够的出色,就一定能被发现。

公司还有很多位像陈宇玲一样,勤勤勉勉、兢兢业业、默默无闻地做好自己本分工作的人。他们也许已经是进入公司多年的资深员工,也许是刚刚初入职场的新秀,也许是刚加入蒙娜丽莎集团的新鲜血液,不管是否迷茫过、受挫过、怀疑过,都请守住自己的初心,相信自己、相信领导、相信公司,坚定踏实地走好自己的每一步。

相信,下一位站上颁奖台上接受先进表彰的人,就是你。

(总裁办 劳惠姬)

三·八专题

巾帼共奋进,健康向未来

公司举行形式多样的三八妇女节

为庆祝“三八”国际劳动妇女节112周年,扎实做好女职工健康关爱工作。以形式丰富、健康积极的活动带动女职工展现热爱生活、朝气蓬勃的精神风貌,进一步提高女职工的健康水平和意识。集团公司以“巾帼共奋进,健康向未来”为主题组织开展了庆“三八”国际妇女节系列活动。

1.为公司1050名女职工派发了三八妇女节节日礼品,仪式感满满。

2.以“情暖三月,关爱女性健康”为主题开展线上答题抽奖活动,答题题目包含女性健康、日常保健养生等相关方面的内容。活动吸引了863名女职工参与,参与人次有4085人次,平均分72分,答题抽奖奖励了500名女职工。

3.“健康向上,美丽绽放”女职工减压课程现火热开展中,多节培训课程让蒙娜丽莎的3月充实而精彩。内容涵盖了手工制作、运动养生、美食教学等方面,让女职工在充实和提升自己的同时获得减压。如目前正在筹备开展的5点9健身课堂,依托员工活动中心,利用职工下班后的碎片时间组织女职工开展健身活动。既能丰富女职工工余生活,又能培养女职工积极健康的生活爱好,提高健康意识、愉悦身心,缓解工作生活压力。

(驻企社工 梁永锋)

巾帼不负好春光,多彩活动庆三八

桂蒙工会为女工庆祝节日

为庆祝“三八”国际劳动妇女节112周年,丰富员工的业余生活,营造活泼的企业氛围,打造良好的企业文化,桂蒙公司在3月8日下午以“快乐工作,游戏活力无限,精彩尽在蒙娜丽莎”为主题的开展庆三八活动,通过开展女员工们喜闻乐见、形式多样的互动游戏,带动女员工展现热爱生活、朝气蓬勃的精神风貌。

活动现场上,一百多位女员工摩拳擦掌,誓要赢得好奖品。随着主持人宣布活动正式开始,一系列的趣味活动,袋鼠跳、背夹篮球、踩气球、狭路相逢、抢支装水、多人单脚加速赛,让现场气氛高涨,一片欢声笑语,充分体现女员工同欢、同喜、同乐、同庆的热闹场面。

有女员工表示,游戏互动中有很多环节都需要同事们共同参与,互相合作,有利于调动同事的协作意识,增强同事之间的沟通。而且在三八节日这天开展活动,也进一步提升女员工们的幸福感、获得感以及对公司的归属感,十分感谢公司。

春风有信,花开有期,桂蒙公司工会祝愿每一位女员工在今后的工作生活中健康、美丽、快乐,卓然而立,绽放光芒!

(桂蒙社工 孙嘉华)

智能家居三八妇女节 组织DIY麻布包主题活动

智能家居组织女工进行主题活动

为活跃公司文化氛围,丰富和挖掘员工工作生活乐趣,使妇女节节日过得更有意义,智能家居工会小组在三八妇女节来临之际组织了一场主题为“我眼中的蒙娜丽莎”手工DIY麻布包活动。

本次手工DIY麻布包活动,主要采用画笔、丙烯颜料及美纹带等美术工具在麻布包上绘画出自己心中所向的图案,由智能家居综合管理部统筹开展,参与活动人数86人,活动当天共收到麻布包作品80余个,充分体现了全体女工参与活动的积极性。

活动同时还设立了结合主题奖、最具特色奖,最具创意奖三大奖项,通过现场投票的方式进行评选,员工们有序为自己认为最有创意的作品投票,活动现场热情高涨。在最终公布成绩后,大家都露出了满意而开心的笑容,不仅拿到了实用的家居礼品,心里的成就感也得到了满足!

手工的意义在于无法取代,有情感、有温度,有付出也有收获,通过这次新颖的活动,将节日、活动与娱乐相结合,目的不仅在于加强与培养大家的动手能力,而是希望能够拓展大家思维,让员工在工作之余不忘舒展身心,记录美好时光,借此也提高了员工的创新和创意能力,增强人员综合素质的提升!

(智能家居 李美燕)

桂蒙启动驻企社工服务

集团工会主席、驻企社工与桂蒙社工在一起

2022年3月,蒙娜丽莎集团股份有限公司工会联合会、广西蒙娜丽莎新材料有限公司工会委员会携手佛山市北达博雅社会工作服务中心正式启动“广西蒙娜丽莎工会社工服务项目”。

早在2015年,蒙娜丽莎集团率先成为佛山市首批引入企业社工服务的企业之一,并开始工会社工服务模式的探索。通过专人做专事,以社会工作的理念与方法开展员工服务,协助企业有效回应员工需求,搭建企业与员工畅通的沟通桥梁,解决企业员工的实际问题。

经过多年的发展,蒙娜丽莎集团总部已经形成了“党建引领、工会负责、组织(工会小组)运作、专业(社工)支持”的员工服务模式。“工会+工会小组+社工”的三工联动运作模式也成为其工会工作开展的一个亮点。社工与集团工会紧密合作,在工会建设、劳资关系协调、困难员工帮扶、员工心理辅导、员工社团培育等方面取得了一定的成效,大大调动了员工的参与积极性,活跃了企业文化氛围,为企业工会探索出一条创新可行的可持续、可复制的发展路径,也给其他基地甚至其他民营企业基层工会起到了示范性作用。

(驻企社工 梁永锋)

江蒙工会组织送温暖

江蒙公司积极推动企业文化和谐健康发展,以关爱员工生活、困难、起居为起点,构筑公司与员工情感基础的融洽,以行动践行蒙娜丽莎企业文化的价值观,让文化创造价值,把企业文化的使命、愿景、理念真正落实到生产每一个环节当中,团结奋进,激发潜能。

2021年11月2日,在工会、互助基金会(副主席、组织委员、女工委员)及车间领导的带领下,对已公示的工会会员进行了慰问送温暖活动,询问了患病职工(烧成一车间淋釉工席彩连)的工作情况以及身体状况,并鼓励患病职工,要有战胜病魔的勇气,用积极乐观的生活态度和自身努力早日康复,并将水果及互助金(3000元)亲自交到当事人手中。

回馈社会做公益,送温暖。2021年10月19日,工会、互助基金会在主席、副主席、宣传委员、文体委员的带领下代表江蒙公司送温暖,支持赞助当地教育事业20万。2022年1月11日,在副主席、组织委员、文体委员、生活委员的带领下关爱老人,春节慰问,给予鄢家村、蔡家村年满60岁的老人500元/人慰问金。

(江蒙人力资源部 刘娟)

公司饭堂举行 食品安全知识学习

饭堂安全培训会现场

民以食为天,食以安为全。食品安全是健康保障的第一道防线,蒙娜丽莎鲜厨庄作为企业职工食堂,时刻坚守着这道不可逾越的防线。

2月28日,38名总部饭堂员工在班长吴剑超的组织带领下开展了2月份食品安全培训。通过分组形式,采用线上课件学习、问卷答题与线下食品安全知识讲解、小组讨论等方式进行全员学习。

通过学习,加深了同事们对食品安全方面的知识。为了给大家营造一个食得放心,食得开心的饭堂环境,将持续开展食品安全教育,加强食品安全管理。

(人力资源中心饭堂 余泳霞)

2022年3月30日 星期三
邮箱:29176020@qq.com 电话:0757-81899377
蒙娜丽莎

悲从中来

3月的心情,糟糕到了极点。除了悲伤,甚至有点抑郁,让人郁闷得透不过气来。

3月20日上午,行业一家知名企业位于清远的生产基地,因抛光车间一名员工与班长发生矛盾,在交接班时杀死班长,杀伤6人。一股浓浓的戾气扑面而来,孰是孰非,外人难以知晓,但可以肯定的是,一条鲜活的生命戛然而止,几个家庭因此受到巨大的影响。

隔日下午(3月21日),东航一架从昆明飞往广州的客机在藤县坠落,132人突遭噩运。而最令人伤心的是,传闻有两名佛山陶瓷行业的同行在此航班,转瞬之间,阴阳两隔,让人禁不住感叹命运之无常,生命之脆弱!

3月,本是人间最美的季节,可是2022年的3月,我们遭遇了怎样的灾难:疫情蔓延、战火纷飞、股市暴跌、飞机失事……突然之间,我们发现,好好活着,就是一种幸福。相比那些因疫情困扰辗转多次仍回不了国的海外同胞,相比那些在战火中流离失所的乌克兰民众、相比那些突遭空难的MU5735遇难者,业绩下滑算什么?股价暴跌算什么?油价上涨算什么?我们已经够幸运、够幸福了。

中国的航空安全管理,历来以严格出名。此前,已经有4227天的飞行安全记录,该记录全球领先,现如今却"清零"了。据媒体报道,飞机掉下来的那一刻,各大机场挤满了排队退票恐飞的乘客。在当前疫情肆虐、多地限行、动辄隔离的情况,不是为了生活,有谁愿意隔两天就到医院去被人捅一次喉咙,然后冒着极大的风险东奔西跑?可即便这样,意外仍然不请自来,给本就平常的生活笼罩上一层浓厚的阴影。

在陶瓷行业,佛山陶瓷企业的业务员出差频率是很高的,因为佛山陶瓷基本上销往全国各大市场,而内地及北方陶瓷厂区,则主要以周边区域销售为主,大多选择高铁或自驾车。因此,佛山陶瓷企业的业务员坐飞机的概率很大,尤其是前往北方及中西部区域,大多选择飞机出行。从佛山到广州白云机场,经常会偶遇陶瓷企业的业务员。而到云南开拓市场的业务员,不少人会乘坐这趟航班到广州白云机场,然后再坐车回佛山。

有经常执飞昆明的空姐分享了自己的感受:"这个航线的旅客大多朴实、客气,登机时候基本人手一袋鲜花饼。旅客在用完餐之后,会把餐盒收拾干净完好再递给她。失事的MU5735也是如此,一个普通不过的正常配置,载着一些普通的人们。"

许多业务员,一年365天,常年超过一半时间在出差,不是在飞机上,就是在高铁上,其中的艰辛,许多人难以体会。之所以不曾停下奔波的脚步,不仅仅是为了完成公司的业绩,还有自身的使命以及对家庭的责任和担当。因此,选择了销售这个职业,就选择了在旅途中不停奔波的生活方式。赶飞机、坐高铁,早已成了生活的一部分。

事实上,除了艰辛,还有难以承受的巨大风险。突出其来的空难,相信会对每一位在旅途中奔波的人心中投下深刻的阴影,让下一次的出行,多了一丝颤栗与担忧。

周二中午吃饭时,一位销售人员说,等俄乌战争结束后,他要到乌克兰去卖瓷砖。是的,从目前的形势看,战争对乌克兰多个城市均造成了巨大的破坏,战后重建一定会需要大量的瓷砖。你看,做销售的人,哪里顾得上什么空难,眼里永远都盯着市场,盯着需求。可是,这块巨大的蛋糕,中国陶企能分多少?现在还很难说。一心向西的乌克兰,可能更倾向于从意大利、西班牙采购瓷砖。即便中国的瓷砖再便宜,再好看,也不一定适合别人的胃口,就如欧洲诸国宁可放弃从俄罗斯进口廉价的天然气也要从美国高价采购一样。

我们多么希望有一个开放、公平、稳定的市场,然后基于这样一个市场环境来制定我们的战略规划和经营目标,然而,这个世界却越来越充满了不确定性,战争、疫情、空难、血案……太多的意外,常常让我们的计划落空,对未来更加充满深深的焦虑和迷惘。

本是莺飞草长、生机盎然的季节。你看那南国陶都高大挺拔的木棉花,依旧开得血红而又浓烈,你看那金黄的风铃木,将岭南的春天装扮得顾盼生辉,摇曳多姿。然而,世事无常,也许这才是生活的真相。

罗曼·罗兰说:"真正的英雄,是那些看清了生活的真相却依然热爱生活的人"。无论如何,我们都应该坚信明天会更好!愿这个世界没有战争、没有疾病、没有罪恶,愿这个世界所有的善良都能被温柔以待!

(佛山 若水)

人间值得

《人世间》这部剧近期一直处于在电视剧首榜的位置,一直不怎么看这种类型电视剧的我终究抵不过朋友的推荐,看完第一集后,便被深深吸引了。我一直循环播放它的主题曲,每一个片段,每一个鲜活的形象,都一次又一次的浮现在我的眼前。揪心的,感动的,催泪的,温暖的,也许这就是这部剧的魅力吧。他们将那个年代朴素、倔强的草根力量演绎的直戳人心。而最感动我的,莫过于周家父母了。

"岁月的列车不为谁停下,命运的站台悲欢离合都是刹那"——周家父母这一生聚少离多,在这个离别的车站,见证了岁月的流失,见证了每一次离别,离别后将是漫长的等待,等待下一次不知道何时的相见。他们都在付出,为了这个家,他们也都在期待,期待每一次的团圆。

"世间的苦啊,爱要离散雨要下,世间的甜啊,走多远都记得回家"——这是我整首歌最喜欢的一句歌词,周母犯病后总是犯糊涂,但是在见到周父的第一眼,她的眼眶湿润了,嘴里喊了一句"他爸"。周父拥抱周母那瞬间,黄豆般大小的眼泪落了下来。这个片段瞬间让我破防了。这就是他们的爱情啊,尽管不善于言语的表达,却都把彼此都放在心中最重要的位置。

"祝你踏过千重浪,能留在爱人的身旁"——周父周母离世。风雨相伴大半生的夫妻,一人先离去,另一个人将如何带着这种疼痛留下?周母做出了她的选择,那个晚上,周母的手紧紧的握住周父的手,表情从容淡然,没有悲伤的痕迹,她的这一生,也随着周父而结束了。这一生能找到一个人与你生死相依,这就是人世间的一种圆满吧。

这一辈子很长,人间烟火,几分值得。人世间这部剧的所有人物形象,就像你身边的缩影,这一辈子,不管遇到多少困难,留下多少眼泪,都要像歌词里写的那样:穿越坎坷,向阳而生。当我们经历世间百态,会发现了人世间的温暖,你也会找到那个给予你温暖的人,无论你经历了什么,你所经历的人和事都会告诉你:人间值得!

(智能家居市场部 封思婷)

人生就是一场修行

这样一个悠闲而潮湿的雨夜,沏上一杯茶小抿几口,手捧一本书随心翻阅,任思绪漫无目的的游荡,窗外潺潺雨声萦绕耳畔,白天的那些繁杂琐事都在这一刻淡忘,内心的焦灼和烦闷情绪也都在这一刻释然。

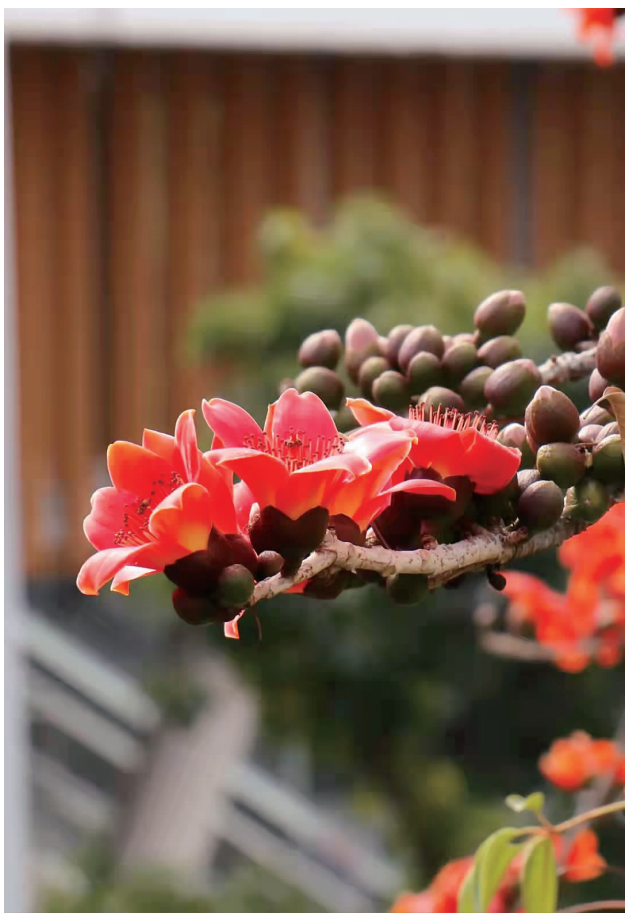
我听说,读书是最好的修行。我不知道是不是这样,但至少在这一刻,着实让人极为放松、极为放空、极为安宁。上班的时候我们认真对待工作,闲暇的时候我们快乐对待生活,让每个最平凡的日子绽放成最绚烂的花成为我们每天的必修课。

人生漫漫,怎么可能让事事都如愿以偿、美好都如期而至?没有那么多的一帆风顺和畅通无阻,没有那么多的天随人愿和梦想成真。任何时候都要有平心静气接受生活馈赠的淡然,也要有不急不躁对待生活洗礼的从容。不骄不燥不气馁,守住那份恬静,呵护那颗通透而又淡然的心。

以前喜欢热闹,喜欢一群人的狂欢,现在更喜欢安静,喜欢一个人的孤独。人真的很奇怪,一群人的时候是一种样子,一个人的时候又是另外一种样子,一群人的时候会活泼而外向、跳跃而灵动,一个人的时候就只剩下安静和淡然、孤独和沉默了。其实也谈不上哪种更好,我觉得每个人都需要这两种全然不同的状态,毕竟一群人是一个情绪释放的过程,一个人是一个自我治愈的过程。当我们一个人的时候可以好好享受生活,一群人的时候也不会丢失了自我。不依附任何人,不依赖任何人,任何时候都可以去做自己想做的事情,去自己想去的地方,吃自己想吃的东西。一群人最好的状态一定是放松、愉悦、欢乐且闹腾的;一个人最好的状态一定是孤独、安静、自在且清醒的。

其实很多时候,阻碍和影响我们的,不是言语、不是行为、不是能力,而是心态和心境。真的没有那么多的来日方长,好好地过好每一天,别跟别人、也别跟自己过不去。漫长而又短暂的一生从来都不是由某一件事情决定的,成全和成就自己的一定是你一直以来对生活的态度和对未来的选择。

(信息管理中心 欧阳菲菲)



《木棉花开》 摄影 璐璐

又是一年三月三

草长莺飞二月天,拂堤杨柳醉春烟。现已是阳春三月,转眼冬天过去了,春天来了,或许是大雪来得太凶猛了,冰雪并没有消融,虽说春季已来,却一点春迹象也没有。能让我感觉的春天到来的唯一迹象便是那日益渐长得白昼更替了。

我希望3月份每天早上能迎着太阳开始美好的一天,下午看着晚霞结束一天的疲惫,然后依依不舍的和太阳公公告别,明天再见!

也许大家会问:"我们不正是每天如此吗"? 那你们太不了解江西的天气了,毫不夸张地讲在2022年2月22日大雪之前我们已经阴雨绵绵的度过了两个多月了,太阳公公时而犹抱琵琶半遮面,时而躲起猫猫不见面,终于在大雪之后才开始天晴太阳公公也露出了久违的笑脸。

是的!太阳公公都露出了笑脸我们的春天还会远吗?

它只是来的静悄悄比较低调罢了。单调的冬天将会被隐藏,五彩的春天即将呈现。如果细小的雨点在我们的雨伞上跳起了舞蹈,那肯定是它在告别冬天,正给予万物养分,迎接着春姑娘的到来。

今年的三月三一定会比往年的更加徇烂!永远不能对未来失去信心和希望!加油! (江蒙设备部 熊婷婷)

岭南花开

岭南的春天
总是迫不急待地登场

寒流还未退却
花蕾已悄然绽放

五颜六色,姹紫嫣红
像是约好了一样

一出场就浓郁热烈
却少了北方迎春花的惊喜

不曾换季的绿叶
降低了鲜花吐芳的新鲜

多年前的街角
高大的木棉如燃烧的云霞

如今,金黄的风铃木
摇曳多姿,顾盼生辉

不知不觉间
春天的主角已换

相比那金黄的风铃木
我更喜欢火红的木绵花

花开花落,年复一年
花的精神气质却日久天长

总编辑:王力 编辑部地址:佛山市南海区西樵镇太平工业区 邮编:528211 版数:本期共12版 印刷:佛山市南海天阳印刷有限公司 本期印量:16000份 发送对象:本系统内部