

# 企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

## 李春龙:要正确认识和评价钢铁工业

◎适应钢铁行业的角色转变 ◎过剩产能怎么退出? ◎包钢呈现两大新亮点

<< [P2]



### 本期导读 Highlights

二胎政策引爆亲子市场  
T100 缔造童装领域新传奇  
T100 全球合伙人  
财富盛典举行

“不是巨头不聚头。”2016 年 3 月 19 日,中国高端亲子童装领导企业——广州市缔造亿百儿童用品有限公司(T100 亲子童装)招商暨 2016 秋冬新品订货会在粤举行。来自全国各地的 T100 加盟商及有志于亲子童装市场的众多商界人士齐聚广州,见证这一国内高端童装品牌“缔造新传奇”,开创扩大市场影响力的“新领域”。

<< [P2]

### 揭秘二类疫苗“灰色”利益链

逐利成为很多行业安全事件爆发的最终原因,疫苗领域也是如此,影响疫苗安全的逐利行为一直在暗中持续。尽管国家三令五申地要求把控疫苗安全所涉及的环节,从生产的批签发到销售环节的资质认证,以及疫苗的追溯体系电子监管码,乃至终端接种点的告知签字,暴露在利益之下的疫苗安全仍时时受到威胁。这其中,中国疾病控制系统存在的空白与监管真空,开始暴露出向下沉积与隐匿的风险。

<< [P6]

### 一个地级市的营改增账本 2015 年减税超 1.5 亿元

5 月营改增试点将全面推开,地方主体税种营业税面临消失。地方政府及企业也翻开账本,衡量这一改革将带来的影响,一个是公共财政预算收入大幅度下降的影响,一个是金融、建筑业等行业的税负上升的影响。”3 月 23 日,江苏某地级市地税局副局长对记者表示。

<< [P6]

### “十三五”规划纲要 将怎样影响你的钱袋子

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》近日发布,这份长达 6 万多字的文件描绘了国家未来五年的发展蓝图。目前,《纲要》进入了落地阶段。记者梳理发现,《纲要》提出的以下这十大民生政策,已经或者即将开始影响你的钱袋子。

<< [P7]

### 四川省企联 充分发挥桥梁纽带作用 积极促成天府商品交易所 与中石油合作牵线搭桥

四川省企业联合会、企业家协会秉承“为企业和企业家协会服务”的宗旨,充分发挥桥梁纽带作用,积极为促成天府商品交易所与中石油合作牵线搭桥,协调相关事宜,受到企业赞誉。

<< [P9]

**伊贝实业**  
——中国高端鞋靴领跑者  
<http://www.js-yb.cn>

iphone,android 手机扫描二维码下载安装

企业日报微信公共平台 二维码  
中国企业家网 二维码

本报常年法律顾问为闫永宁律师  
手机:13609110893

## 松霖 用“匠心”打造极品家居



■ 余胜海

厦门松霖集团成立 23 年来,一直坚守实业,坚持创新,用工匠精神打造卫浴、家居极品品牌,努力追求用户的极致体验,并成为全球卫浴行业十大顶级品牌的战略合作伙伴,产品畅销全球 100 多个国家和地区,在欧洲、北美、南美、澳大利亚及亚太地区等海外市场始终保持领先地位,跻身世界卫浴行业五强,松霖成为世界国际卫浴行业的领导品牌和中国对欧洲出口最大的卫浴企业。20 年来,无论外围环境如何变化,松霖的销售收入始终保持两位数的年增长率,尤其是在中国经济下行的 2015 年,公司营业额和利润都创下了公司成立以来的最好成绩,显示了强大的竞争实力。

### ■ 唯创新者强

松霖集团成立于 1993 年,是一家专注于卫浴、厨房、家居、家庭智能等领域的创新型企

业。近十年来,松霖投入 5 亿元资金用于技术创新,创建了全球最大的卫浴核心技术研发中心,并获得“国家级工业设计中心”、“国家知识产权示范单位”、“中国工业设计十佳创新企业”、“福建省创新型企业”、“厦门市重点高新技术企业”等称号。

截至 2015 年,松霖共获得 2800 多项国内外专利,掌握了数十项核心技术,垄断了全国卫浴行业 61.3%的发明专利,并获得包括红点、IF、IDEA、G-mark 在内的 80 多项国际国内顶级工业设计大奖,产品畅销全球 100 多个国家和地区,深受欧美发达国家的极大追捧,迅速成长为中国卫浴行业的标杆。松霖已经成为国际同行业的领导品牌。

松霖卫浴产品行销全球 20 年,目前已成为中国对欧洲出口最大的卫浴企业。2015 年松霖卫浴产品销售额达到 25 亿元。

董事长周华松说:“没有夕阳产业,只有夕阳企业和产品。”在整个行业不景气,松霖依然能冲破层层壁垒取得成功,一定程度上代表了中国制造业未来的发展方向。

### ■ 做不赚快钱的“笨”公司

作为一家做卫浴、厨房、家居的传统制造企业,松霖是如何在二十多年里无惧市场波动风雨,实现稳定增长的?周华松认为,松霖

的秘诀就在于对实业的坚守,对工匠精神的追求,当一家专注制造的“笨”公司。

“我们的确比较笨,笨得没有搞任何多元化,没搞房地产,没搞短平快的投资和项目,在过去的 20 年间,我们的确失去了很多挣钱的机会,但是我们笨得值得,因为我们可以专注于自己的领域,做大做强。还好,现在这份执着和坚守有了不错的回报。”周华松说,因为专注和坚守,在近十年来,松霖不管外围经济形势如何变化,每年都有超过两位数的增长,特别是经济下行的 2015 年,公司营业额和利润都创下了公司成立以来的最好成绩。

周华松说,去年有几位专家到公司调研和探讨新常态下民营经济的困境和出路时,都不约而同地认可松霖的这份坚守和坚持,“专家说我们松霖是‘笨’,但‘笨’得还是有道理。科技创新不能急功近利,需要长时间的积累。中国企业要走出国门,融入世界,做大做强必须追求工匠精神,摒弃赚‘快钱’的心态,舍得在技术创新和管理创新上花钱,转型和升级才可能实现。”

### ■ 追求工匠精神

松霖可以说是工匠精神的典型代表。“只做一件极品”是松霖追求工匠精神的具体体现。国内的消费者可能有所不知,大部分耳熟能详的全球卫浴行业顶级品牌背后,都有一个合作伙伴——中国卫厨。

工匠精神可以从松霖卫厨上一窥究竟。松霖坚持只做一件极品,对产品的每一个模具、每一款设计、每一个零件、每一道工序、每一个细节都精心打磨、专心雕琢。在松霖人的眼里,只有对质量的精益求精、对制造的一丝不苟、对完美的孜孜追求,除此之外,没有其他。正是凭着这种凝神专一的工匠精神,松霖得以誉满天下,畅销全球,成为典范。

追求极致,让松霖成为行业创新设计的标杆。周华松告诉记者:“如果说合格产品的质量标准为 60 分,松霖家居产品质量指数下限值已在 95 分以上,这是全球最高质量水准了。追求极致品质,只做全球最好的产品,就是松霖的产品理念!”

松霖不仅是一个产品,更是一种态度。这种态度就是松霖人对用户需求宗教般的虔诚与敬畏之心。

“现代制造业更需要工匠精神,才能在长期竞争中获得成功。”周华松表示,当下很多企

业老板心浮气躁,忽略了产品的品质和灵魂,乐于玩圈钱游戏。事实上,在面对经济“寒冬”时,制造企业更需要专业、专注、精益求精的工匠精神,制造企业必须放下功利心、投机心。

周华松感叹,时代在变,这个时代,企业只有把产品做到极致,才能赢得行业领先和消费者信赖。仅仅“过得去”的产品是远远不够的,中国制造要“走出去”,归根结底还是要靠过硬的产品。20 多年来,松霖始终崇尚工匠精神,坚持“只做一件极品”,努力追求用户的极致体验,将产品打入欧美市场,并在国际市场站稳了脚跟,事实证明松霖人这种执念是正确的。中国制造业只有发扬工匠精神,才能把企业的精华血脉注入产品,经得起市场的考验。

在周华松看来,工匠精神是一种修行,更是一种品质,一种价值坚守;坚持工匠精神可能会很辛苦,依靠的是一种信仰,和一种内心的信念,但这个过程有痛苦,也是一种享受。

周华松说,李克强总理把“培育精益求精的工匠精神”写进了今年的政府工作报告,让人耳目一新,值得我们企业思考。工匠精神不是舶来品,中国自古有之,但今天却缺失了。

经过 30 多年的发展,我国经济正摆脱低端竞争格局,中国制造正在向中高端迈进,工匠精神正是中国制造亟待补上的“精神之钙”。

欲求工匠精神,首先要拥有匠心,这是松霖不可动摇的执念。正如周华松所说:“世界再嘈杂,匠人的内心,绝对是安静、安定的。”互联网时代也在呼唤工匠精神。一个充满活力、创新驱动的中国,既需要天马行空的“创造力”,也需要脚踏实地的“匠心”。在这个充满创业创新机遇的时代,需要一种不投机取巧的拙朴,真正创造出经得起挑剔目光检验的产品。

周华松认为,工匠精神绝不同于因循守旧、拘泥一格的“匠气”,工匠精神有着对任何一个环节的力求完美,也不乏大胆突破传统窠臼的创新与探索。工匠精神很多时候意味着毫不犹豫的否定自己,但其终极目标仍然是,以更合理精到的工艺技术实现对更极致产品与用户体验的追求,创新是工匠精神的延伸。

### ■ 借“互联网+”转型

随着“互联网+”时代的到来,在全球卫厨行业仍保持遥遥领先的松霖,也在思考和探

索转型。

周华松以归零心态,进行二次创业,于 2015 年 4 月成立了全国第一家基于 C2IDM-B 模式的互联网家居企业——松霖家居有限公司, IDM, 即 Innovation(发明创新), Design(技术与设计), Manufacture(精密制造)三个词的缩写,即通过互联网技术,再把用户与极品建立直接的关联,与具备发明创新、核心技术与精密制造能力的企业建立直接连接,并以最合理的价格给到用户,这也将是未来互联网电商的终极模式。现在松霖借助“互联网+”来推动商业模式变革,搭建了自己的电商平台,专注于卫浴、厨房、家居家居、居家健康及智能化,深度发掘整个家居领域的巨大需求。

周华松说:“在‘互联网+’时代,99%的产品和商业模式都需要重新发明和建构,松霖就是要做‘互联网+’家居时代的价值重建者,打造全家居品类的极致品牌,并让每一个人都享受得起。”

周华松认为:“‘互联网+’提供了这种可能。过去在线下卖 5000 元的高端卫浴终端产品,现在通过电商只卖几百上千元。盈利模式从‘高价少量’的价格型向‘微利海量’的数量型盈利转变。通过互联网,产品与消费者之间所有的中间障碍完全消除,传统品牌的高成本被完全颠覆,并以接近成本乃至免费的模式把核心技术分享给所有用户。”

周华松说,松霖家居先后发布了松霖极品毛巾、松霖恒温淋浴器、松霖鞋柜、一字型淋浴房、3D 衣架等 40 多个新产品。部分产品一经发布就被消费者抢购一空。记者在松霖商城看到,一款用 100%全球最好的埃及长绒棉生产的松霖极品毛巾仅售 19 元;全球首创的任意调节结构,不量尺寸,无需定制的松霖一字型淋浴房只需 449 元。这么质优价廉的产品在过去是无法实现的。

通过唯创新、唯品质和合理的成本定价,松霖的“一件极品”大大超越用户的期望。短短一年时间,松霖家居不仅收获了百万粉丝,而且赢得了用户的良好口碑。

周华松告诉记者,松霖家居在互联网技术的支撑下,回归以产品为核心载体,做到传播口碑化、营销场景化、渠道多元化,利用信息技术进行融合快速迭代。除了线上松霖商城外,松霖家居今年将在全国一、二线城市建立 15 个线下体验中心,提升“三位一体”品牌服务和场景化体验。

军族独一奢

军中无戏言 军酒尽情喝

中国军旅文化首创酒

军中★美酒

成都军星酒业有限公司出品 / 四川·成都 全国客服热线:400-028-7199  
Http://www.edjuning.com 电话:028-82398177 传真:028-62183739

Smithfield 再享美式生活 美味源自 Smithfield

进口 Smithfield 猪肉原料 美式培根 美式火腿 美式香肠

双汇荣誉出品