



平台化运作： “互联网+”时代下的侨企康利集团

康利集团创建于1989年。经过30多年的稳健发展，经历了贸易起步、加工制造、转型升级和跨界运营四个主要发展阶段，先后兴建了深圳、福建南安水头、天津三大生产石材基地，是中国石材行业经营规模、加工水平综合实力最强的企业之一，为中国石材行业的发展起到了

引领和推动作用。

康利集团现已成为集矿山开采、多品类石材生产加工、大型工程承接、进出口贸易、物流研发、房地产开发、金融业、运营产业等为一体的多元化、跨地域的大型国际化企业集团，产业遍布深圳、天津、惠州、厦门等地。

目前，康利在厦门拥有厦门蓝色海湾投资管理有限公司、康利(厦门)物业管理有限公司、厦门金电电子元件科技有限公司、厦门元丰驰物流有限公司等7家投资企业。

康利集团是厦门市侨资企业协会副会长单位。

老牌石企

如今，各方石材企业涌现，尤其在环保风之下，大大小小的石企回流水头，再加上本土的石企，这些都使得企业的掌舵者重新考虑发展计划。而这其中，以东升、康利、万隆、盛达、万里石、溪石等为首的老牌石企，也在渐渐地顺应时代的发展规律，开启平台化路线，以更包容的心态，与业界同行抱团，继续探索着自己的前进之旅。

老牌石企，行走江湖

数年，抵挡住了大浪淘沙的残酷抉择，自然是内外兼修的模范“三好学生”。在此发展壮大期间，自然积攒了诸多优点于一身，使其自带光环，闪耀于业界。

多年以来，在工装市场积累的口碑，让康利成为石材界的“明星”。从2017年开始，康利大板市场招商如火如荼，很多意向商户在咨询市场部时，总能发出“康利也开始做大板市场了？”这

种疑问，可见其一旦有新的变动，便能引起业界的关注。康利集团的这一动作，也引起了业界内一阵轰动，可见其石材界“明星”效应。

同时，经历过多年的风风雨雨，老牌石企积攒的人脉、矿山资源等都是新兴公司所不能及，此时，新兴公司选择与这些老牌石企合作，相当于有“师父”帮忙领进行业大门，这将帮助其少走许多弯路。

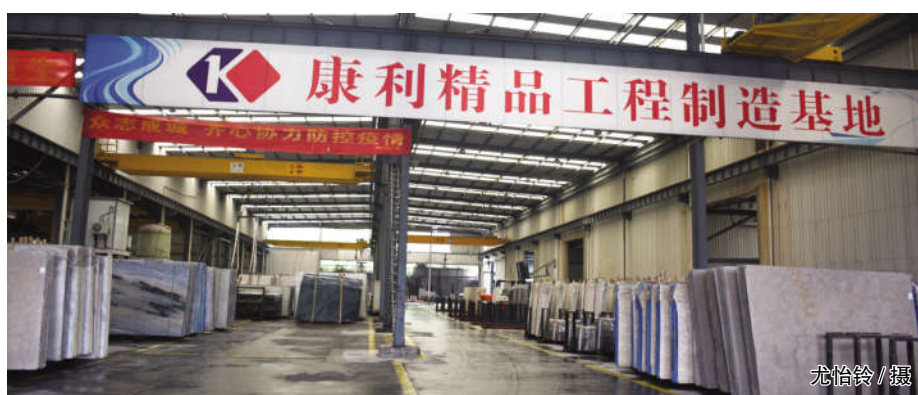
康利集团董事长王翠霞在接受媒体采访中讲道：“康利经过多年的沉淀、发展，不管从客户端，工程端，还是行业内，在市场上已经有一个非常广的基础。这次的康利大板市场就是将康利多年的积淀分享出去，入驻商户来共享我们的品牌资源，同时我们后续还会帮助这些企业不断做进一步推广。”

反观平台化后的自身，亦是一番新的发展境遇。

平台化发展

中国的石材企业在经历了粗放型发展方式之后，淘汰了落后的技术、管理模式，开始依靠创新技术和增加产品附加值实现自身的升级换代，小规模的老牌石企发展至今，深谙时代已经不同，一家独大已经不能适合现在的发展，企业做大做细，兼具方方面面，将会耗费更多的人力物力财力，这显然不是明智之举，走平台化路线，融合各新鲜血液，成为摆在众老牌石企面前的转型换代。

如今流行的电商平台，造就了诸如淘宝、天猫、京东等互联网时代的“新宠儿”，在其业界这样对平台化作出解释：所谓平台化，指的是通过某件产品产生巨大的流量，并在此基础上根据客户的个性化需求为其定制专属个人的产品和服务。而其配套的平台化战



尤怡铃/摄

略公式则为 $N=1$ 和 $R=G$ 。 $N=1$ ，指的是 $Need=One$ ，即需求个性化； $R=G$ ，指的是 $Resources=Global$ ，即资源全球化。

如今的石材界便是如此。每天来自世界各地的采购商，在石材聚集地选择自己心仪的货品，就出现了个性化需求的现状，显然，一个企业不可能满足不同人的所有需求，那么此时平台化策略成了新的出路。但企业实现平台化，不是一蹴而就也并非适合每一个企业，走平台

化的企业必须具备强大的资源基础、销售通路、品牌、加工能力，而这些，老牌石企都兼具，所以平台化策略成了诸如东升、万隆、康利等老资历石企的选择。

面对康利大板市场成立的初衷，王翠霞对媒体讲道：“石材行业都在转型升级，我们作为一个老的石材企业，不可能只重复之前的那些发展，这样的发展空间有限，已经不适合我们这种市场规模来做了。我们要做的是，让出之前的市场，转而做更高端，

更平台化的市场，从单一的自己一个企业的发展，拓展到一个平台上，让更多的企业围绕着我们发展，最终实现大家互利互惠。”

平台化的发展，着重于台，而这个台更离不开“抬”，靠众人的力量，用众石企的智慧走可持续发展之路。平台化发展已经显示出可观的发展趋势，但是否就真的这么容易实现，提供平台的老牌石企和进入平台的企业又会有怎样的顾虑和难题，也值得进一步推敲。

可持续发展

原始粗放型的发展使得最开始的石企赚得盆满钵满，不用考虑过多的环节便可取得高利润的回报，建立了业务，继续发展壮大的资金链条，以此开始开疆扩土，名满天下。这是老牌石企大多都会经历的阶段，而如今互联网时代的到来，信息的透明化，再加上商品同质化、低价战的不良市场风向，使得老牌石企的利润一再削薄，转型升级成为必然。

但中国的石材市场仍在

初级阶段，每年涌入的新企业也在这块不大的糕点上争取自己的一块份额，一味模仿已不是长久之计，做精做专才是刚起步石企的首选之路。

平台化，对于老牌石企而言意味着要开放自己的资源，但是否愿意与其他企业一起共享利益，考验着这些具有平台化能力的企业掌舵者。东升、万隆、康利的平台化，已然给出了自己的答案，通过共享自己的优势资源，建立全新的“开放、共

享、共创、共赢”的商业模式和商业生态圈。牵手新人，老牌石企用开放包容的心态，站在行业的高度对话未来。

平台化，对于石材新企而言，则意味着不能一味山寨模仿，而是要颠覆之前的观念，开始在某一领域深耕、细作、创新。而大多数中小企业没有口碑的积累，没有技术的支撑，也没有相关的优质工程案例作品，使得这些石企举步维艰，但是改革还是要继续，从现有的基

础上整合创新，引进已有的成熟技术，不断地升级改造，做好做精某一领域，并在平台化的趋势下，依附老牌石企，逐渐打造专属自己的优势。

如今，随着全球经济形态转变，康利集团更提出以“互联网+”思维变革传统商业模式，从传统制造业向整合制造业、创新产业、房地产开发行业跨界发展，在全国范围内成功开发了多个房地产项目。

26家爱心企业获评

“爱心厦门”建设工作先进集体

6月15日，厦门市爱心办召开“爱心厦门”建设工作先进集体(企业)座谈会，与爱心单位、爱心企业交流如何进一步推进“爱心厦门”建设工作，并为获评“爱心厦门”建设工作先进集体的26家爱心企业颁发荣誉牌匾。

自2019年底全面启动“爱心厦门”建设以来，许多爱心企业主动引导干部职工，从捐资助学、扶贫济困、扶残助残、疫情防控等方面奉献爱心和力量。

这股涓涓暖流要如何延续不断？会上，兴业银行、文广体育、象屿集团、科华数据、太古可口可乐等5家受表彰的企业代表，围绕“如何加强政企交流合作”“如何充分发挥自身优势，助力‘爱心厦门’建设”等方面提出许多意见建议。市爱心办一一记录，表示将认真做好研究分析，为下一步制定政策、领导决策提供参考和依据。（卫琳来源：《厦门日报》）

厦门首批百家绿色融资企业及项目发布

在6月15日全国低碳日之际，厦门市金融监管局、人行厦门中心支行在厦门产权交易中心举办了厦门市首批百家绿色融资企业及项目发布会。

根据党中央、国务院关于建立健全绿色金融标准体系的要求，厦门产权交易中心完成了厦门市绿色融资企业(项目)认证标准编制工作。在此基础上，厦门市金融监管局、中国人民银行厦门市中心支行、中国银保监会厦门监管局、中国证监会厦门监管局、市财政局、市发改委、市生态环境局七部门联合出台了《厦门市绿色融资企业及绿色融资项目认定评价办法(试行)》，明确厦门产权交易中心承担厦门市绿色融资企业(项目)的建库认证工作，在全国率先构建海洋企业入库直通车模式。

目前首批入库企业和项目突破100家，其中海洋产业企业5家。发布仪式现场，中国产权协会碳中和研究中心主任、厦门产权交易中心负责人连伟为绿色融资企业代表颁发证书。（刘艳来源：《厦门日报》）

思明区11家大型电商规范“6·18”促销活动

近日，思明区市场监管局对安踏、4399、雷霆互动、易点生活、购运动、哈德、美图、特步、九牧、鸿星尔克、柒牌等11家大型电商企业开展行政指导，规范“6·18”网络集中促销经营活动，营造公平、诚信、放心的消费环境。

会上，监管部门通报了今年以来辖区内电商企业的投诉举报情况，对产品展示与实物不符、推销以次充好的商品、虚假折扣、售后服务难保障等网购投诉热点进行分析，要求参会企业严格规范促销和广告发布行为，严禁经营假冒伪劣商品，妥善化解网络消费纠纷等，鼓励电商企业自觉强化诚信为本的经营理念，主动承担社会责任，维护消费者合法权益。

安踏、特步和九牧三家企业代表承诺依法经营，带头营造放心满意的消费环境。与会企业均表示，将加强对“6·18”期间促销活动的合规性管理，建立完善售后服务机制，及时处理消费纠纷，避免出现扰乱市场秩序、侵害消费者权益的违法行为，切实落实企业主体责任。（高金环来源：《厦门晚报》）