

韦斌：没有终点，只有起点

本报记者 蔡明宣 张晋福



与韦斌接触，会被他对模具事业的执着所感染。“十七岁带着一百元出发，辗转

多个城市，最后在晋江安海找到事业的着落点，开始长达20多年的创业生涯，从未离开过模具行业，始终深耕，一路前行。作为一个外地人，在晋江能够扎下根，做出一番自己的事业，我还有什么不满足？”说出这话的，是晋江力奇模具有限公司总经理、泉州市力奇塑胶制品有限公司总经理、晋江安海镇模具工业协会首任会长韦斌。

如今，韦斌经常出现在全国各地的模具交流会与展会中，为持续壮大晋江模具行业而奔走。

01 一次次走出“舒适区”

1998年9月4日，23岁的韦斌怀揣着创业梦在安海车站附近租下了不足30平方米门店，两包黄色石膏粉，几把工具刀、两个徒弟，开启了他的“晋江梦”。

在此之前，韦斌怀揣着梦想与一腔热血，辗转几个城市，只为学得一身安身立命的本事。命运的齿轮开始转动，少年的光芒终究不会被错过。

十七岁的韦斌，人生的第一份工作是花岗石打磨技艺。彼时，工作难寻，没有技术他只能三更半夜起来偷偷琢磨技艺，白天时候则抢着脏活累活跟在老师傅跟前学本事。“那时的想法很简单，再苦再累都没事，只要能学到真本事。”韦斌对待事情的执着态度，从打工那会儿便开始，影响至今。

少了年轻人的轻浮，却有着不符合年龄的沉稳和踏实。韦斌成为厂里第一个工资突破3000元的人，也因此得到工厂老师傅的认可。他们不仅教韦斌做好手头的工作，还教会他为人处世的道理。

“你还年轻，要多学点本事。”一句简单的叮咛，让年少的韦斌学会了现状的思考：拿身体和时间换来的工资不长久，也不具有累积作用。于是，接下来的几年，韦斌一次次地尝试走出舒适区，从学习基础画到学习雕塑，从泉州到珠海打工。到珠海后，他不谈工资，只求老板给自己一个学习的机会，为了多学东西，他经常加班，最后打动了老板，让他留在厂里当技术骨干。

在工厂工作了一年后，韦斌又跟着主管一起到中山小镇创业。这次“跳槽”，让他真正进入模具行业，并触摸到了国内前沿的模具技术与设备。一颗创业的“种子”在韦斌心里种了下来。

一次偶然的机会，韦斌从广东回石狮办事，途经安海车站，看到有雕刻机，出于职业的好奇，韦斌下车与门店老板老郑攀谈了起来，得知晋江有一个模具产业链，还有很多玩具工厂都需要模具，巨大的市场空白点，让韦斌看到了希望，那颗创业的“种子”就此生根发芽。

韦斌创业时，晋江安海已有100多家不同规模的模具企业，韦斌说，当时也不懂得什么调研，也不清楚市场竞争有多大，只晓得人口口中的晋江是一个创业者的天堂。

创业并非一蹴而就。从第一笔订单到第一笔借款，从新顾客到老顾客，再到老客户带新顾客，经过一年多的沉淀，韦斌好不容易在晋江站稳了脚跟。看着日益增长的手板业务，韦斌却不喜反忧：打样业务处于行业末端，缺乏技术门槛，事多利润少，向模具上游扩张业务板块是企业发展的方向。于是，韦斌选择从晋江同行手中盘下三台二手雕刻机。

资金，成为摆在韦斌面前的一大难题。可喜的是，朋友同意让他分期支付转让费用；一个电话，新菱玩具的吴总二话不说便开给他了一张支票。如今回想起来，韦斌仍然感动不已，他说，晋江老板重拼、重情、重信的品质，一直深深地影响着他。

02 从模具行业到糖果玩具

“在一个行业里，不一定要具备所有的技能，但是要有整体的战略眼光。如同足球教练自己不一定会上场踢球，但是他知道如何布局及安排适合的人员。”白手起家，一路上磕磕碰碰，从一家小作坊成长为拥有2家国内公司、一家海外加工厂的集团公司，韦斌靠的不单单是敢拼，更多的是他对模具行业的深度洞察。

“企业在1998年至2013年间发展很快，但是从2013年开始生意就没有之前好做了。”韦斌坦言，这期间面临的不单是企业内部的问题，还有随之而来的行业变革。

与其他行业不同，模具行业的管理难度更大。从产品开发设计到抛光，每一个环节都是独有技术，而个人想要掌握全部技术难度很高，这时候就需要具备整体战略眼光，以及如何让员工各司其职。

此外，大环境的变化，行业恶性竞争同质化严重，模具行业迎来前所未有的行业挑战？

对内，韦斌一边整合安海周边优质的模具供应链小企业，以此来完善自身在模具上下游的产业链不足，以降低市场竞争带来的价格竞争；另一边，搭建“学习型”团队，紧跟模具行业的前沿信息，不断引入



人才加强员工自身培养。同时，韦斌也积极推进企业内部的智能化与数字化变革。

对外，乘着国家政策的东风，力奇在2014年底选择走出去，与印尼客户合伙投资注册力奇（泗水）塑胶有限公司，该公司核心聚焦玩具行业的开发与生产，并以此为据点，积极向东南亚周边国家进行市场渗透。

围绕公司的战略布局，做好内外资源整合后，韦斌再次选择走出“舒适区”，这一次他把目标瞄准了模具终端——成品玩具，并进行品类的差异化，深度瞄准食品类玩具。

从模具到糖果玩具，看似跨界，实则“一脉相传”，韦斌对此有自己

的深度洞察。“与传统玩具不同，糖果玩具作为食品的附赠品或者玩具属性的载体，正在全球风靡。该创新的品类，既可以从玩具品类扩大到快消品类，整体的市场体量陡增，且不受玩具品类的束缚，它可以跟不同种类的食品进行捆绑销售。不单于此，糖果玩具对模具的要求更为精细化，快速反应的效率也更高，还有无尘车间等诸多的细节要求。”韦斌说，细分品类的门槛越高，对于力奇而言就越有优势。

显然，韦斌的跨界战略是对的。疫情防控期间，力奇三家公司的销售额持续攀升，像珍宝食品、麦当劳等国际一线知名的食品品牌都选择与他们进行合作……

记者手记 | 从晋江到全球

从十七岁初入社会到现在，韦斌始终在模具行业深耕。从一个起点到另一个终点，从另一个终点再挑战新一个起点，韦斌一直强调一点：一个人无论你是在打工还是自己创业，或者已经做出了一份事业，都要时刻保持谦卑和初心，要勇敢地走出舒适圈，走到外面。

从一个师傅到很多“师傅”，创业20多年来，韦斌的师傅们遍布全国各地，有些曾经的老师傅，如今成为公司的高级技术骨干、技术顾问。“一日为师，终身为父”看似古朴的一句话，韦斌却受用至今。“感恩创业阶段的每个师傅，他们不仅教会我本事，还让我对工作有了更深的思考。”韦斌说。

从辗转多个城市到选择在晋江创业，晋江为韦斌提供创业的机遇、肝胆的朋友、完善的供应链及优越的营商环境，帮助其把一个门店做成一个集团化的模具公司，韦斌说，感恩晋江这座城市，如今作为一名新晋江人、安海镇模具协会会长，他希望未来可以为晋江模具行业走出晋江、走向国际全力以赴。

03 重塑安海模具产业链优势

去年3月，在晋江市安海镇模具工业协会成立大会暨第一届理（监）事会履职庆典上，韦斌当选为首任会长。

模具行业有“工业之母”的美誉，模具的发展程度直接影响着众多产品的开发及产出质量，多个行业产品的技术升级都依赖于模具的技术提升。经过多年的发展，安海镇已经形成了针对工程机械、玩具、鞋服、食品、电子等多个领域的模具配套产业，成为安海乃至晋江、泉州众多优势产业的发展基础。此次安海模协成立，共有超250家会员企业参与，集结了安海模具领域中的骨干企业和中坚力量。

作为首任会长，韦斌深感责任重大。当下的安海模具虽有产业链基础，但整体行业的发展速度和创新能力都远落后于其他城市。韦斌认为，模具行业是高投入低回报的行业，因衡量的标准不同，模具在外行人的眼中不具备高回报属性。现在很多人认为高端模具在广东、便宜模具在浙江，晋江模具如何在夹缝中生存，成为业内人士需要思考的一个核心问题？

知其然而知其所以然。走出去，找差距，寻方向。成立后的安海模具工业协会，积极组织会员企业到广东、上海等高端模具工厂去参观学习，从认知和观念上慢慢地向优秀的企业靠近。同时，依托晋江自身产业链资源，安海模协也在寻找玩具以外的模具业务的增量方向。

“如果光依靠模具本身，想要把行业做大做强，是比较难的。一是没有前沿高精尖人才的聚集，二是现有的土壤不足以支撑模具的业务板块。”摆在韦斌这个首任会长眼前的问题，极为严峻。韦斌说，“在原有模具行业里打转，成功的机会不大，然而，当我们把模具作为杠杆平台，其发挥的作用就很不一样。”

韦斌分析指出，晋江主打鞋服和食品两个行业，如果安海模具的产品可以跟晋江主流行业挂钩，如之前做儿童玩具的，可以考虑为食品企业提供食玩跨界合作、为鞋服提供赠品等，那么两者跨界合作的过程中将会有更多火花可以碰撞。

谈及未来的规划，韦斌说，无论什么协会，抱团发展都是核心。协会的龙头企业要引领模具行业朝智能化、数字化方向发展；不同企业之间要寻求产业链之间的互补与互助，尽量做到定位差异化、产品多样化；只有协会成员大家一起努力，才有可能重塑安海模具的新动能。

晋江市染整企业共话行业高质量发展

本报讯（记者 施珊妹）近日，晋江市染整行业协会2023年会暨瑞鹰·晋江市染整行业高质量发展交流会召开。本次会议由晋江市工业和信息化局指导、晋江市染整行业协会主办，同时得到多家会员单位的赞助与支持。100余家企业近200人参加。

会议旨在促进技术交流、增进会员互动，推进行业高质量发展。在主题分享环节，石狮市瑞鹰纺织科技有限公司总经理夏继平分享《绿色低碳纺织品可持续发展趋势》，晋江经济开发区绿色高端面料整理微工业园招商主管王鑫分享《纺织后整理专业化园区建设助力绿色高端面料高质量发展》，山东泰达仁信机械装备有限公司总经理刘新海分享《创新驱动，科技为先，不断追求卓越》，厦门市亿染化工科技有限公司副总经理李鑫分享《环保染色技术的革命——酶化纤维材料及其产业化发展方向》，晋江市工业和信息化局中小企业科林祺康作《晋江产业经济扶持政策解读》分享。

会上，晋江市染整行业协会会长黄再兴与北京市京师（泉州）律师事务所执行主任吴家洪



签署战略合作协议，晋江市染整行业协会会长黄再兴与中国邮政储蓄银行股份有限公司晋江市支行行长张仲仪签署战略合作协议。

会上，晋江市染整行业协会法务咨询中心成立，并举行了晋

江市2023年染整行业职业技能竞赛颁奖典礼。

绿色发展，聚力共赢。晋江市染整行业协会方面表示，协会的发展离不开每一位成员的共同努力，以及政府相关部门的大力支持，协会将按照“共创、共建、共享、共赢”理念，以行业可持续发展

展为目标，以市场需求为导向，积极开展丰富有效的会员服务工

晋江市泳装产业协会举行亚马逊跨境电商交流会

本报讯（记者 施珊妹）近日，亚马逊跨境电商交流会在晋江市泳装产业协会举行。本次活动由亚马逊全球开店高级区域拓展经理Angel和亚马逊欧洲站账户运营经理Coco进行亚马逊平台的分享，共吸引了20多家企业参加。会上，亚马逊全球开店高级区

域拓展经理Angel详细介绍了亚马逊全站点市场展望，入驻扶持、供需需求登记以及2024亚马逊服饰佣金下调新政与泳装品类运营结合降本增效的具体实施策略。

随后，亚马逊欧洲站账户运营经理Coco则针对2024年最新欧美泳装流行趋势解读和运营重

点，以及2024巴黎奥运年的热点推荐进行了深入的。该讲解对了解行业趋势有所帮助，也为企业提供了在亚马逊平台上提升销售效率的实用建议。

最后，晋江市泳装产业协会副秘书长施芳芳向参会的企业家及业务人员介绍了晋江市泳装产

业协会产业园及泳装3D数字化软件和3D技术模拟成品实操应用展示。

与会企业纷纷表示，此次活动除了给参会的企业带来亚马逊满满的干货外，并带领大家深入泳装产业带，让平台运营商直面源头工厂。

5家晋企获全国服装标准化奖

本报讯（记者 施珊妹）近日，2023年度全国服装标准化技术委员会年会暨标准审定会举行。

会上，全国服装标准化技术委员会授予利郎（中国）有限公司等“标准化工作特殊贡献奖”，授予九牧王股份有限公司、安踏（中国）有限公司、福建七匹狼实业股份有限公司、福建柒牌时装科技股份有限公司等“标准化工作先进单位”，号召大家以先进为榜样，积极工作，再接再厉，为我国服装行业标准化水平再上新台阶而努力奋斗。

会议还审定了《婴幼儿背带（袋）》《机织儿童服装》等3项国家及行业标准及《纺织品 抗致臭菌性能的评价》等7项团体标准。

向兴集团开展冬季消防安全应急演练

本报讯（记者 施珊妹）近日，向兴集团五里园区管理部组织开展消防安全培训及灭火疏散演练。

在培训过程中，消防安全管理专家结合真实案例和丰富经验，为员工讲解了火灾的成因、危害以及预防措施。同时，他还向员工传授了灭火器的使用方法、疏散逃生的基本技巧及火灾现场的应急处置方法。

管理部根据公司实际情况指定各个区域的消防应急疏散负责人，明确各部门消防职责、分工，切实做到责任到人、职责入心，以确保各区域安全、顺利地进行消防演练。

员工表示，通过消防演练亲身体验了现场灭火的过程，不仅掌握了基本的灭火技能，还增强了大家的团队协作精神和应急处置能力。

向兴集团方面表示，活动旨在提升员工的消防安全意识和自防自救能力。未来将继续落实消防安全责任，提升消防安全管理水平，加强员工的消防安全培训和演练，增强员工的消防安全意识和灭火技能，确保企业的生产安全和员工的生命财产安全。

2023中国十大童装品牌企业家沙龙举行

本报讯（记者 施珊妹）近日，2023“中国十大童装品牌企业家沙龙”活动举办。此次活动由中国服装协会童装专业委员会主办。会上，行业专家聚焦童装行业面临的内外形势展开讨论，探讨行业未来。

“中国十大童装品牌企业家沙龙”是中国服装协会童装专业委员会，为童装企业家提供的一个交流平台，凝聚优秀童装行业企业家的新思维，共同寻求未来发展新路径，充分发挥中国优秀童装企业的凝聚力和影响力，促进童装产业高质量健康发展。

“男生女生”品牌总经理柯文化表示，定位决定企业有没有未来的发展，“男生女生”品牌从2013年到今年整十年，以品质产品为核心，未来也一定是品牌的核心竞争力，把产品研发和品质做好。另一方面，“男生女生”品牌一直强调数字化建设，数字化系统管理公司从生产链到终端的产品营销，包括社群、会员的建立。

“巴拉巴拉”品牌总经理钟德达表示，在外部环境等多种不利因素的影响下，企业应该如何面对，并根据消费者的变化进行思考改变，研究出消费者真正想要的产品。线上线下问题如何面对？不同渠道的产品如何面对？我们如何真正融入新的形势？钟德达与大家进行了分享并介绍了企业文化：一切从自我开始；以消费者为中心，以企业的最大利益为原则；去创新、去试错、去成长；一个目标、一个团队，一起奋斗。

“七秒易购”品牌董事长陈水龙表示，做品牌就是“人品+产品=品牌”，首先自己一定要成为个人品牌，作为一个舵手人，如何发展品牌，如何让品牌在市场中具有独特优势，同时寻求差异化发展路线？“七秒易购”给出了“童装+百货+玩具”这样的结合方式，是3岁到15岁阶段儿童生活领域里的首家，经过努力目前有了一定的市场规模。

“红豆童装”品牌总经理周宏江表示，在未来，童装的机会是非常大的。未来最重要的因素还是产品。我们从原来的工业时代到消费时代，到渠道时代，到我们现在已经进入用户、企业用户时代，他们是核心；第二是品类，从我们企业来讲，初期一定要聚焦核心品类，从我们熟悉的赛道去做，成为品类赛道的高手；第三个是聚焦，在这个存量市场，做到绝对的聚焦，这样才能做得更好。