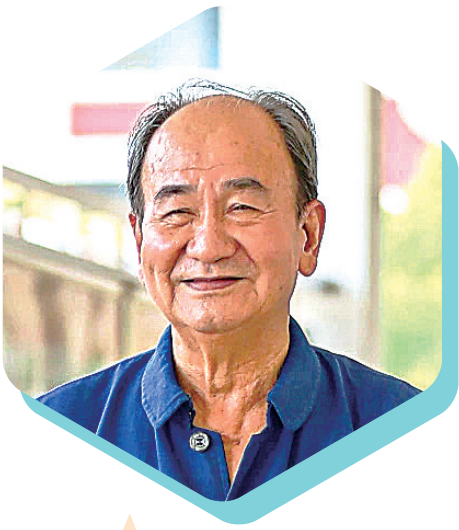


柯子江:寻求合作伙伴 探索东南亚新机遇

本报记者 柯国笠



福建晋工机械有限公司创始人、董事长柯子江常常自嘲是一个农民。60多年前那个夏天,他本来有机会跳出“农门”,但现实让他在一纸入学通知书前退却了,人生的方向在此拐了一道大弯。

如今,晋工机械的产品出口40多个国家和地区,主要是东南亚、南亚、中东、中亚、非洲、南美洲、韩国等。今年,晋工机械出口业绩和订单同比增长30%左右。接下来,晋工机械将寻求紧密的合作伙伴,共同探索东南亚新机遇。

一无所有敢创业

1963年,柯子江从养正初中毕业考上了集美航海学校,但在这份当时属于稀有且能改变命运的录

取通知书面前,柯子江的父母却产生了分歧。“当时父亲想让我接着念书,而母亲却有更多现实考虑,最后只能放弃念书。”柯子江回忆。

此后,柯子江当过泥水匠,甚至骑着自行车从离家百公里外的漳州批载番薯苗到安海销售,再到1969年出任村办集体企业安东日用工艺厂法人代表。

柯子江从经历中悟出了“一定要想出办法”的人生哲学。1979年的一天,他决定自己办厂时,很多人并不相信:每月拿着村办企业100多元(人民币,下同)“高薪”的柯子江要单干,“挣钱当然好,可是那么容易吗?这么干能成?”在这之前,柯子江去了趟厦门,那时厦门工程机械厂要扩大,把一部分零件扩散到小厂代加工。柯子江先把活儿接了下来。

“你的厂子呢?”“没有厂子。”“你有资金吗?”“没有资金。”“你懂技术吗?”“不懂技术。”“那怎么办?”“我是没有厂子,可人家有厂子。我是没有资金,可别人有资金。我是没有技术,可别人有技术。”这是当时柯子江与客商的对话。

不只有客商的质疑,更有创业之初合伙人的疑问。“先干,一年内不发工资。”柯子江把所有人说服了,“有办法才有用”。

后面的故事,正如所有人看到的:1986年,安东机械锻造厂创办;1993年,晋江工程机械厂成立,同年第一台装载机下线,实现整机生产;2004年,福建晋工机械有限公司成立;2014年,晋工机械年产万台装载机暨5000台挖掘机技改园区投入使用;2017年,江苏晋工机械有限公司第一台装载机投产下线……如今,晋工机械早已发展成一家集生产“晋工”牌JGM轮式装载机、叉装机、履带式及轮式液压挖掘机及其零部件的大型专业化工程机械企业,多个产品成为行业翘楚。

教育与慈善是相通的

2000年,55岁的柯子江给人生下半场规划了方向:办一所学校。

时至今日,柯子江依然很清晰地记得一个数字:192。这是晋江市子江中学第一届学生的数量。“第一届学生,除了安海镇本地的,还有周边其他乡镇,甚至还有石狮的学生来这里报名就学,教室是找安海成功小学租赁来的。”柯子江回想起来历历在目。

对柯子江来说,这也是他办学最大的收获,他并不奢望从子江中学上获得经济回报。“办学的投入一年比一年多,这二十几年下来,光奖学金就发出去一个多亿了。”柯子江笑言。

不只有教育,还有慈善。2007年,晋江市慈善总会成立五周年募捐时,柯子江捐款500万元;2007年,安海医院建立“生命救助中心”,学校捐款10万元;2008年5月12日汶川大地震时,得知消息的柯子江立马从晋工机械设在四川的经销点捐献了两辆大型挖掘机前往现场开展道路救援,当天下午,子江中学全校师生便认捐了51万元;2010年安海慈善协会成立之际,子江中学全校师生捐出了22万元,占当时安海镇所有学校捐款数的一半以上。

柯子江“慈善办学、人文立校”的办学理念薪火相传,深深扎根于每位师生心中。2014年,子江中学与贵州省黔东南苗族侗族自治州黎平县肇兴镇花腊村等教学点达成援建希望小学协议,将子江中学的“慈善之心”发挥得更广、更深。首期援建的贵州省黎平县“子江希望小学”是由子江中学师生利用跳蚤市场筹集的爱心款积累捐建的。

慈善让子江中学的底蕴更为深厚,这也是柯子江乐于看到的。他希望在孩子们心中种下慈善的种子,更希望这种子能够传递。

开设海外首家直营店 361° 开拓国际市场



本报讯(记者 柯雅雅)近日,361°公布年度业绩。2024年,361°积极布局国际市场,产品在海外市场的美誉度逐步提升。目前,集团在海外市场的销售网点覆盖美洲、欧洲等国家和地区。去年4月,361°海外电商独立网站正式上线运营,成为全球消费者了解361°产品的全新窗口,361°品牌国际化战略进一步完善。今年1月,361°在马来西亚吉隆坡开设海外首家直营店,在开拓东南亚市场方面迈出了重要一步。

361°方面表示,未来,361°将以更开放的姿态、更广阔的视野,持续深化“专业化、年轻化、国际化”的品牌定位,继续加大在科技创新、市场拓展和品牌建设方面的投入,通过深化与国内外体育资源的合作,进一步提升品牌在全球范围内的影响力和竞争力。

舒华体育全球业务覆盖80多个国家和地区



本报讯(记者 柯雅雅)近日,舒华体育发布年度业绩报告。公告显示,2024年,舒华体育国际业务成绩斐然,实现显著增长,成功进军英国、意大利、西班牙、土耳其等多个国家和地区,新增客户超40个,有效推动自主品牌国际客户的增长。目前,舒华体育全球业务已覆盖80多个国家和地区,国际市场影响力逐步扩大。报告期内,舒华体育成功与拉美最大连锁健身俱乐部巴西Smart Fit Group建立合作关系,产品顺利入驻巴西、智利、秘鲁等国际市场;同时,已与超过150家巴西健身房达成合作。

作为中国奥委会官方健身器材供应商及2024年奥运会中国体育代表团官方健身器材供应商,舒华体育成功入驻巴黎奥运会“中国之家”,为中国奥委会提供产品和健身服务。同时,舒华体育积极参与全球各大展会、论坛活动,在德国FIBO、IWF国际健身展、IHRS 2024等国际展会上,携多款高端健身产品亮相,充分展示了舒华在运动装备领域的品牌成果和创新能力,为国际客户提供了更优质的科学运动选择,推动了品牌全球化布局。

