

南海区政协狮山镇特邀委员、佛山永隆货架挂钩有限公司总经理熊伟光为南商精神鼓与呼

“南商精神是经济发展的动力和源泉”



26年前,面对企业改制,年轻的他放弃高薪的副厂长职位,选择自主创业,并立下“做三代五金”的理想;26年来,他砥砺奋斗,坚持学习,带着企业一路“乘风破浪”;如今,他的公司把一个小小的货架挂钩做出5600多种产品,畅销欧洲,成为细分行业的领头羊。

他就是佛山永隆货架挂钩有限公司总经理熊伟光。2016年底,他加入南海区政协,此后一直大力为南商精神的传承与创新鼓与呼,用行动诠释一名委员的责任与担当。

为南商精神 摇旗呐喊

对于加入南海区政协,熊伟光表示:“虽然政协委员没有职权,但只要履职尽责,说得对,说得有道理,就能发挥话语权,发挥影响力。”

南商精神的传承一直是熊伟光关注的重点。他认为,南商精神是实干和奉献。无论哪一个行业,都是产品质量大如天,大力弘扬工匠精神,打造百年品牌,才能满足人民对美好生活的期待。

“南商精神是经济发展的动力和源泉。”熊伟光表示,老一代南商敢为天下先的精神大家都熟知,如今新一代南商身上更多透露着胸怀大志的精神。他们以全国甚至全球的眼光来经营企业,具备全球视野,他们追求的舞台不再局限于南海,而是立足全国走向国际,这为南商精神注入了新的活力。

“每一个时代都有其独特的精神引领,激发和保护这种精神非常重要。”熊伟光建议,当前经济由高速增长转向高质量发展,南海要通过弘扬南商精神去引领更多社会主体创新创业,营造尊重、关心、保护企业家的良好氛围,让他们成为南海高质量发展的重要力量;充分发挥商协会等组织作用,加强企业间的学习交流,紧跟新经济、新趋势的发展变化,强化创新意识,推动民营经济快速高质量发展。

“把事业放在心上,把责任扛在肩上,少计较个人得失,主动奉献,以实际行动展现新时代委员的样子。”熊伟光说,他将继续用心、用情、用功履行政协委员职责,用实际行动证明自己。

文/珠江时报记者 戴欢婷
通讯员 叶宁 邹永瑜

委员档案

- 姓名:熊伟光
- 界别:经济
- 职务:南海区政协狮山镇特邀委员、佛山永隆货架挂钩有限公司总经理
- 履职感言:深深地体会到要当好一名政协委员,就要肩负起责任,要用心、用情、用功履行政协委员职责。只要我们履职尽责,说得对,说得有道理,就能发挥话语权,发挥影响力。



穷人家的孩子早当家

今年51岁的熊伟光,给人的第一印象是热情真诚。他有四个姐姐、两个兄长,由于孩子众多,熊伟光小时候家庭环境比较贫穷。

“都说穷人家的孩子早当家。”熊伟光笑言,小时候为了帮补家用,他凌晨4时就要起床去摘桑叶,大约到了三年级就要自食其力,靠卖鸭子赚取学费,“养得大,卖了鸭子,我就有学费了,养不大,可能我就要辍学了。”

虽然仅是技工学校的钳工专业毕业,但熊伟光头脑很灵活。1986年,经兄弟介绍,他到了南海盐步的宝丽灯饰工作,一进厂他就给自己定下目标,要用7年做到中层干部。他说,管理学上有一句叫“十年的工作,一年

的经验”,只有坚持才能成功。

凭着努力,苦学技术,21岁的熊伟光被选为副厂长,是当时最年轻的一位厂长。他至今还记得,当时车间里稍有点年纪的老工人并不服他的管理,但他没有气馁,从小事做起,一点一滴去感化这些老工人。半年之后,他的坚持换来了老工人的信服,得到他们的信赖与支持,管理工厂也越来越顺。

后来,工厂改制,转做橡胶生产,这让原本安逸的熊伟光变得焦虑起来。“我不懂做橡胶,只懂灯饰、五金。于是,决定辞职自主创业,出来闯一闯,说不定能成功。”熊伟光回忆道,1993年,他拿着家里仅有的2万元存款,借了4万元,正式迈入创业大军。



■2020年4月28日,南海区政协副主席张衍昌(左三)等走访熊伟光(右三)的企业,了解其快速复工复产和外贸出口的情况并合影。

勇攀高峰成“五金大王”

揣着为数不多的启动资金,凭着自己多年的从业经验和积累下的人脉资源,熊伟光的灯饰、五金事业一直平稳发展,他也慢慢在灯饰行业有了名气。

发展赶不上变化。熊伟光的企业属劳动密集型企业,创业的第14个年头,随着人力成本不断上涨,企业月收入比以前减少了将近一半。“灯饰制作工艺繁多,无法实现计件付酬。再想想,自

己下一代接手的时候,这个行业仍然会像今天这样如日中天吗?”带着这样的忧虑,熊伟光最终放弃了灯饰制作,转而全力生产五金。

考虑到国内市场的饱和,熊伟光又带着产品资料往中东、欧洲“闯市场”。如今,他的永隆货架挂钩有限公司生产5600多种五金产品,还有专门的展厅来接待国外的客人,企业的五金产品

99.9%在欧洲各国畅销,成为细分行业的领头羊。

生意火了,口袋也鼓起来了,熊伟光努力让自己的思想跟上企业发展的速度,从成人大学到MBA,再到攻读DBA、CEO。“一有时间就去学习,每周保持3个晚上看书,雷打不动坚持10多年了。”他说,学习企业营销管理战略,让他找到了理想中的制造、经营五金业的成功模式。

旧墙上新妆 荒地变车场

桂城林岳社区将乡村振兴与“创文”相结合,为居民创造美好的生活环境



走进桂城街道林岳社区,南福村原来灰白色的墙面,经过社区青少年和亲子家庭的精心绘制,变得色彩斑斓;街头村原本杂草丛生的草地经过改造,成为停车场;空旷的舞台上似乎还留有不久前举办的文明新风进社区文艺晚会的印记……

近年来,林岳社区举办各类精神文明建设、乡村振兴活动,包括新春游园会、传承笋文化“小城大厨”煮笋野厨艺交流活动、文明新风进社区文明卫生防疫晚会活动、“美好乡村,你我共建”南福墙绘等,将乡村振兴与“创文”相结合,致力于美化村容村貌,为社区居民创造美好的生活环境。

杂草地变身停车场 解决居民停车需求

林岳社区靠近广州南站,并有贯穿社区的地铁2号线,新林岳大道在建,有着巨大的发展机遇。在快速发展的过程中,林岳社区也面临着方方面面的问题。

居民停车需求日益增长就是其中一个难题。林岳社区相关负责人表示,为缓解居民停车难问题,日前,林岳社区街头经济社对



■林岳社区居民齐齐参与美化村居。

通讯员供图

一块闲地进行改造,建成一个公园式的停车场,占地约3000平方米,设车位200多个,并种植了花木植物。据了解,该闲地原来杂草丛生,改造后不但解决了居民日益增长的停车需求,还消除了蚊虫滋生地,美化了环境。

对此,村民陈叔大力称赞,“以往回到村里都找不到可以停车的地方,现在有了停车场,很方便。”

为进一步美化村容村貌和方便居民生活,林岳社区在其他经济社也建了停车场,以及实施环境美化工程。今年已建成的有街头停车场、东沙村停车场,东沙村河岸工程、林岳岳明湾公园南侧闲地复绿等,目前正在建设和准备建设的有社会主义河一河两岸工程、林岳

市场公厕升级改造、林岳社区新建停车场及公厕工程等。

在林岳社区东沙村,今年已完成的东沙村河岸工程成果显著。东沙村处于南海、禅城和番禺交界,是陈村水道流经之处,环村河涌与水道相交接。自去年初东沙村开展河涌整治以来,河岸环境逐渐提升,新建了河堤挡墙,村民时不时到此聊天休闲,幸福感提升了不少。

美化旧村墙体 居民共同扮靓环境

小桥流水、江边小船、整齐的楼房……林岳社区南福村,原来灰白色的墙面,经过青少年和亲子家庭的精心绘制后变得色彩斑斓,环境也得到了提升。原来,林

岳社区通过动员居民共同美化环境,以修复破旧的墙体、融入社区文化元素美化墙体等“看得见”的形式,为居民打造一个整洁舒适、富有内涵的公共空间。

作为6个社区规划师试点社区之一的林岳社区南福村村址自建成以来,除了用作村委办公场所外,也是居民活动的公共空间,可供居民喜宴摆酒及开展各类社区服务。但由于村址年久失修,外围墙面破旧脱落,使用率不高,整个公共空间环境受到影响。

今年8月,林岳社区联合社区志愿者,对林岳南福经济社的一个公共空间的破旧墙体进行修复,期间许多社区青少年及亲子家庭也参与到墙体绘制活动中,活动得到越来越多居民的认可。焕然一新的墙体成了社区的一道靓丽的风景线。

“以前这里就是黑漆漆一块墙,现在变成了一幅美丽的图画,我觉得这种做法很好,以后若有类似的活动我也想带着我家的小朋友一起参与。”居民花姨说。

林岳社区相关负责人表示,以此为契机,林岳社区未来将会对适合的场所进行墙体美化,举办更多类似的活动,呼吁居民共同建设美好的社区环境。

打造美食品牌 共建美好乡村

乡村振兴包括产业振兴和文

化振兴。林岳社区作为桂城传统的农村社区,在城市发展的进程中保留着传统的产业优势和文化魅力,社区“吊丝丹笋”以爽脆可口著称,素有“笋中之王”的美誉,是产业振兴的重要内容。

为了擦亮这张美食名片,林岳社区每年都会举办一次传承笋文化的活动,宣传“吊丝丹笋”的传统饮食文化,展示林岳美食的魅力,增强林岳美食的吸引力和影响力,助推产业振兴。

今年7月3日,2020年林岳社区传承笋文化“小城大厨”煮笋野厨艺交流活动再次举行。活动以“吊丝丹笋”以及个性菜式作为烹饪菜式,共有6个队伍参赛。社区居民各展厨艺,在欢声笑语中宣传林岳特色美食,促进社区文化发展。

从2019年开始,桂城便结合乡村振兴工作,在林岳“吊丝丹”竹笋种植地设立“吊丝丹”竹笋特色品牌标识牌,对吊丝丹竹笋的品种特色、药用价值等作科普宣传。

今年是全面建成小康社会目标的实现之年,也是农村人居环境整治工作的收官之年。桂城围绕让“城市更城市,乡村更乡村”的目标,进一步突出重点、聚

焦难点,持续深化乡村振兴工作。在实施乡村振兴战略的过程中,林岳社区致力于打造美丽的公共环境空间,为居民生活提供美好条件;宣传文化特色,助推乡村振兴。

文/珠江时报记者 方婷
通讯员 陈汉彬

浪起南国——醒浪选品直播基地在佛山正式发布

10月28日,主题为“浪起南国”的醒浪选品直播基地发布仪式在佛山举行。醒浪选品直播基地创办人叶婉婷女士、南国小商品城董事长叶伟清先生、天猫佛山站长余冠武、稻谷电商学院创始人卓一行等嘉宾出席了活动。

醒浪的卡通形象叫醒醒和浪浪,他们的人设分别是醒醒的选品机灵鬼和热情搞怪的直播达人。直播基地前面的“选品”两字,表达了醒浪的侧重点和核心竞争力。醒浪将集合全国优质的供应商,打造适合直播电商的供应链平台。

在发布会后的参观环节,工作人员带领媒体和来宾参观了选品直播基地,并介绍了各区域的特色功能和设计巧思。(陈艳)