

雷鸣：让“中国制造”享誉世界



在滁州经济技术开发区花园西路，屹立着这样一个公司，它让“扬子发明专利侧滑锁扣纯实木地热地板”，从滁州走向了世界；它将中国家庭欢迎的民族品牌，从东方传到了西方，它就是安徽扬子地板股份有限公司。而最初做出这个决定的，是一个如同扬子地板一样温润含蓄的中年男人，他的名字叫雷响。

雷响这个名字，滁州人耳熟能详。但真正靠近他才能感受到他独特的个性。他不追求虚名，非常务实，讲话言简意赅，做事扎扎实实，对职工和朋友和蔼可亲。一如陈年老酒一样，随着时间的推移，愈益散发出醇香和魅力。

钟成玉/文 赵玉慈/图

1 扬子地板2020年春天的故事

2020年这个注定载入史册的春天，扬子地板收到了异常珍贵的礼物。世界著名设计大奖——德国红点设计奖评选结果揭晓，扬子地板选送的侧滑锁扣实木地板凭借出众的设计理念、卓越创新的功能，从全球60多个国家提交的6300多件作品中中脱颖而出，一举斩获2020年全球产品设计最高奖——德国红点设计奖。

德国“红点奖”已有60多年的历史，一直是全球设计精英梦寐以求的国际知名设计奖项，素有设计界的“奥斯卡”之称。

“红点奖”创始人彼得·扎克说：“只有那些具有非凡创意和设计品质的极少部分作品，才会被授予这一荣誉。”扬子地板发明创造的快速“侧滑锁”安装实木地板，是一款平推式、低成本铺装的实木地板，具有防潮性、耐地热、抗变形、抗菌、可持续释放净化室内空气的负氧离子等特点，它的创新与应用，是颠覆实木地板安装的一场革命。

斩获“红点奖”，这是扬子的胜利，也是中国的胜利，因为他打破了中国地板出口欧美市场的技术壁垒，还因为中国扬子人所弘扬的追求卓越的工匠精神，正悄悄地融合进西方的文化中，创造着新的活力、新的华章。

还是在2020年的春天，随着对疫情的管控升级，家居建材卖场、商家迟迟无法复工营业，雷响决定迅速切换营销模式，通过网络平台带动全国经销商做起了线上推广，在线营销，抢占市场先机，与经销商并肩作战。

疫情无情，人间有爱。突如其来的疫情，给广大经销商带来了巨大的经营困难，扬子地板作为地板行业领军品牌，主动承担社会责任，在行业内率先行动，面向扬子地板全国专卖店，斥资1000万元，补贴全国经销商一个月的店面租金。

正直、诚实、勤恳，不搞投机取巧。这些做人的原则，在雷响的管理中不时体现出来。

2 扬子地板为什么能成为行业神话

1989年7月，22岁的雷响从大连铁道学院机械制造专业毕业，被分配到中国扬子集团电冰箱厂实习。

“我是芜湖南陵人，带着对扬子的美好愿景来到滁州，第一次到扬子集团报到时，滁州还叫滁县地区，站在滁州街头，举目无亲，我就是在这里开始了扬子生涯。”雷响向记者介绍。

这位年轻精英由于表现卓越，第二年初，就开始担任扬子集团产品研究所的工程师和项目负责人，一干就是5年。此后，雷响在扬子集团的设备模具公司做了3年副总，又在安徽中银扬子汽车工业公司干了3年常务副总，主要分管生产、销售、技术研发，这是他个人能力得到全面锻炼发挥提高的重要时期。

“刚到扬子集团工作时，宣中光老总就把我送到长春‘中国一汽’学习进修一年多时间，他一直对民族汽车工业怀抱一种情结和英雄梦想，实际上也可以解释为这是他的一种报国志向。我们不好好做，对不起老人家。”雷响说。

2001年春夏之交，出任扬子集团副总裁时，雷响也不过30岁出头，正值而立之年。

2002年10月，雷响筹建成立了滁州扬子木业有限公司。凭借好人品和多年积累的信誉，雷响多方筹集流动资金，租赁了扬子集团的闲置厂房，招募了扬子集团下岗待业人员110余人，同时吸收公司所在地附近农村富余劳动力上百人，迅速启动生产和销售。

2003年公司正式投产，当年就销售强

化地板近100万平方米，实现销售额5000万元，成为安徽地板行业的一匹“黑马”。仅用不到4年，雷响就带领着完成更名的安徽扬子地板股份有限公司跨入了行业一线品牌前列，企业规模呈现几何式增长。

扬子地板后来者居上，得益于雷响一直以超预期的理念做产品。地板怕水，但扬子地板防水系列刚进入市场时，却打出了这样的广告语——“扬子地板一大怪，敢在水里泡着卖”。消费者纷纷质疑，可当他们见到泡在水桶里仍然丝毫不变形的地板后，心悦诚服。

地板最怕不耐磨，尤其是光亮如镜面的地板。可无论消费者从高处摔打、用力拉扯还是用一块铝合金的切片用力划割表面，扬子地板上都不会留下丝毫的伤痕。这种耐磨性让消费者大呼“太神奇了”。

为了追求极致，雷响率先在行业内采用国际标准，实施质量全程监控管理。在基材等原料进库后，雷响安排专业人员把关检验、恒温存放、冷却、机器检验、压贴等15道工序20个检测节点。这一切只为“不让一块不合格的地板出厂”。

一般企业可能巴不得质检单位不抽查自己的产品，可雷响却积极定期送检或接受国家权威机构全面抽检。国家人造板与木竹制品质量监督检验中心是木地板质检最高权威机关单位，其检验结果显示：扬子地板的产品已远远超越了国家标准。

3 扬子地板将具有国际化品质的产品推向全球

对细节的认真，是对完美的执着。扬子地板就是在这种细致的追求中，透露出无可比拟的内秀。

2014年7月，扬子地板推出了一款终结闻“醛”色变时代的产品——除醛地板。这款产品一上市就大受消费者拥戴，因为它的甲醛释放量水平，环保性能远超欧美、日本标准。

扬子地板缔造的每一块极致地板，都是它在市场竞争中强大的武器。

2014年1月24日，安徽扬子地板股份有限公司在新三板挂牌上市，为公司在主板上市打开了“绿色通道”，雷响也以此为新起点，迈上发展的新里程。

18年风和雨，18年菊花黄。如今，扬子地板在滁州、来安、定远共有四个厂区，产品畅销全国31个省(市)区，批量出口到美国、加拿大、德国等40多个国家和地区。扬子地板荣获“中国木地板行业十大知名品牌”“国家高新技术企业”“中国地板行业最具竞争力十强”等荣誉，扬子地板图形商标获评“中国驰名商标”，雷响本人也获评“中国地板行业最具竞争力领袖人物”“中国建材行业劳动模范”。

对扬子品牌的热爱，对扬子文化的赞同，是雷响和夫人张俊娥心中抹不去的情结。扬子地板当

前正在加快推进海外品牌战略，努力贴近国际市场，目的就是要以高品质的产品让世界了解、喜欢中国制造和扬子品牌。

“欧洲喜欢古老厚重的地板风格，美国喜欢简约朴素的风格，这是由不同的地域和历史文化造成的，所以要充分理解市场，就要充分了解他们的文化，做海外消费者欢迎的民族品牌。”雷响说。

“将具有国际化品质的产品推向全球，让中国制造的好地板享誉世界。”在追求光荣和梦想的汗水浇灌中，雷响和安徽扬子地板股份有限公司让手中的“扬子”品牌熠熠生辉。