



千年舟龙舟队夺得2024年西溪国际龙舟赛冠军



千年舟赞助浙BA赛事



千年舟成为杭州亚运会官方板材供应商

陆铜华的体育心：划出健康企业的航程

本报记者 章程

1999年,亲历过木材行业粗放生产的陆铜华,在创立“千年舟”时便立下了“品牌、环保、品质”的初心,他或许没想到,二十多年后,自己创立的品牌会与活力四射的篮球赛、鼓声震天的龙舟竞渡紧密相连。这份初心,不仅催生了一个家居建材领域的领军品牌,更悄然孕育出一份深厚的企业体育文化情缘。

对陆铜华而言,体育早已超越简单的爱好或营销,它内化为企业拼搏的文化基因,外显为品牌“绿色健康家”理念的生动表达,成为连接产品、员工与社会的情感纽带。

体育精神融入企业成长的内核

“做企业、做产品,就像一场马拉松,不是靠一时冲刺,而是比拼耐力和坚持。”陆铜华的感悟,道出了千年舟将体育精神刻入骨子里的逻辑起点,与千年舟的品质管理融合一体。这种融合并非刻意策划,而是源自企业内部文化建设的自然生长。

早期,陆铜华组织员工运动会、爬山、篮球赛等,初衷仅是强身健体、凝聚团队,但他在

运动场边亲眼见证的拼搏劲头后,那种不服输的意志和紧密的团队协作,深深触动了他:“这正是我们做企业最需要的精神面貌!”他发现,体育赛场与企业经营场血脉相通。于是,他开始支持体育、倡导健康生活方式,从内部活动升华为企业价值观的外在表达。

最具象征意义的,莫过于千年舟龙舟队的成立与辉煌。这支队伍在西溪国际龙舟赛中屡

夺冠军,其意义远不止于奖杯本身。陆铜华将之提炼为“目标明确、激情赋能、同舟共济、奋勇争先”的十六字“龙舟精神”。赛场上,鼓手为令,舵手定向,众桨齐挥,节奏如一——这成为千年舟管理哲学与运营模式的绝佳隐喻。它让企业文化从口号变为可感可行的行动,也让“千年舟”这个本就富含文化底蕴的品牌名,有了一张激荡人心的“动态名片”。



从赞助赛事到产品赋能的深度实践

陆铜华个人的运动习惯从年轻时的跑步、篮球到如今的坚持散步,让他对体育的价值有着切身理解。这种热爱,随着企业发展,转化为一系列扎实的体育领域实践。

千年舟在体育方面的结合是立体而深入的。首先是赛事赞助与合作,其选择标准清晰体现了品牌战略:价值观先行,追求深度共鸣。无论是赞助展现拼搏协作精神的全民篮球盛宴浙BA,还是助力

杭州亚运会,千年舟都青睐那些与其“健康、向上、可持续”理念同频的赛事。陆铜华看重的不只是品牌曝光,更是“实实在在的参与感”。例如,在亚运会中,千年舟的绿色板材被应用于杭州奥体中心等标志性场馆建设,这让产品力与赛事需求完美契合,企业员工的自豪感油然而生。

其次,是产品与体育基础设施的天然结合。众多体育场馆的室内装修材料、看台建筑材料

等,都有千年舟绿色建材的身影。陆铜华视为用产品“为体育事业发展打好基础”的荣耀。

再者,是体育公益的持续投入,尤其关注未来。2018年,千年舟在良渚一小开展“助力足球梦”公益活动,陆铜华与孩子们互动时灿烂的笑容,坚定了他支持青少年体育的信念。从捐赠体育器材到设立奖学金,企业将体育公益视为播撒健康种子、履行社会责任的重要途径。

名片册

78

陆铜华

千年舟集团董事长

体育脉络勾勒品牌未来蓝图

展望未来,陆铜华为千年舟规划的体育领域蓝图,紧密服务于品牌的长期核心价值与战略升级。这并非短期营销的跟风,而是“道”与“术”的结合。

在“道”的层面,体育是品牌与用户,特别是年轻一代建立情感连

接的“超级语言”。篮球、龙舟、健康跑等运动所代表的活力、社群文化与健康观念,与千年舟希望传递的“绿色健康家”生活方式高度一致。通过持续赞助、互动活动、跨界联名等方式,千年舟旨在褪去传统建材行业的冰冷感,成为一个有温度、懂生活的年轻化品牌。

在“术”的层面,体育成为展示产品科技、环保实力和智能制造的高端舞台。将绿色、安全、低碳的建材产品解决方案,更广泛地应用于专业体育场馆、全民健身设施等场景,是千年舟未来的

重要方向。这既能直接践行“绿色健康”理念,也能向市场直观印证其产品的卓越性能与可靠性,为行业转型升级提供“千年舟方案”。

从见证行业早期乱象立下健康誓言,到如今在体育赛场的鼓点与呐喊中传递品牌温度,陆铜华带领千年舟走过的,是一条将健康初心外化为体育实践,又将体育精神内化为企业基因的独特道路。正如陆铜华所言:千年舟要造的,不仅是一张环保的好板,更是一种健康、积极、充满活力的美好生活。



千年舟智能工厂图