

上海航天机电 宁夏中卫光伏电站项目 获批

■ 闻百

日前,上海太阳能科技有限公司收到宁夏回族自治区发改委发来的《关于上海航天机电 (HT-SAAE,SHA:600151) 中卫10MWp光伏电站项目核准的批复》,这标志着由航天机电投资、太阳能公司在宁夏承建的首个电站获得了核准。

据悉,项目建设地点位于宁夏区中卫市沙坡头区迎水桥境内,建设规划为10MW,预计年平均上网电量约为1465万千瓦时。这是航天光伏建设的第一个沙漠电站,通过该项目的承建,太阳能公司掌握了沙漠电站建设的特殊工程能力。



开封仪表“二次创业” 捍卫市场龙头地位

■ 鲍封

河南开封仪表有限公司是一家具有50多年历史的老企业,技术实力雄厚,但也和其他老企业一样,面临着产品更新换代慢、市场开拓乏力等问题。但2012年,公司经过二次创业,在捍卫了国内流量仪表行业龙头地位的同时,在核电量仪表领域取得突破。

引导老企业在做强主业的基础上,调整产品结构、开发新产品、开拓新市场,从而实现“二次创业”,是近年顺河回族区加快工业经济发展的重要举措。尤其是2012年,面对国内外复杂多变的经济形势,顺河回族区在抓好老企业发展的同时,着力做好保障服务,引导新建项目加快转型升级,摆脱低水平竞争带来的压力,从而实现再次突破,工业经济展现出强劲的发展态势。2012年,该区完成工业投资19.001亿元,比2011年增长59.2%;完成规模以上工业增加值2.32亿元;2011年增长10.6%,增速位居全市各区第二。

调整产品结构,让老企业在激烈的市场竞争中站稳脚跟。为了帮助企业走出困境,顺河回族区工信局与企业结对子,通过了解企业诉求、掌握企业运行情况、梳理企业市场关系,帮助企业确立了依靠技术提高产品科技附加值、开拓新市场的发展战略。仅2012年,该企业就取得了具有双球互检装置的双向体积管等3项科技成果,在捍卫了国内流量仪表行业龙头地位的同时,在核电量仪表领域取得突破,成功实现“二次创业”。

作为自动化仪表行业内的大型企业,开封仪表有限公司愈发感到国家和社会赋予的责任。企业组建技术中心、提高科技人员薪酬、加大对科技攻关项目和科技成果的奖励力度,增加科技创新投入,配置先进实验装备,完善技术人员培养机制,与高校和科研院所开展广泛合作,强化自主创新能力的建设。

南车眉山公司 高度可调节石砟漏斗车 顺利完成试验

■ 杨晓东

近日,南车四川眉山公司顺利完成了一款新型石砟漏斗车研制,其卸砟及平砟实现“边走边卸、边卸边平”功能,该设计达到国内领先水平。

该型石砟漏斗车是南车眉山公司为国外客户研制的用于石砟运输和沿线布砟的专用漏斗车。为了实现“边走边卸、边卸边平”功能,眉山公司2012年初组织项目团队进行攻关,经过对方案进行反复论证,在该车漏斗两端设置国内首创的高度可调节平砟装置及控制机构,并采用折叠可调式平砟板,实现了客户对平砟铺开效果、底门开度控制等提出的要求。经过试验,样机结构各项性能满足合同审批图样、技术规范及有关标准要求,圆满实现了卸砟流量大小以及平砟效果可靠性的试验目的。经用户验收代表检查认为,样机车辆限界、主要尺寸、车体钢结构、制动装置、底门及控制系统等符合技术规范及审批图样要求,两侧底门和中间底门可独立控制,其性能优于外方现有各型石砟漏斗车。

卫浴五金商机在握 新锐品牌长袖善舞

近几年,随着我国楼市的快速发展,给国内各卫浴五金企业带来巨大商机,也拉开了国内卫浴五金市场品牌大战的序幕。实力强劲的出口型卫浴五金企业、数量众多的中小型卫浴五金企业,纷纷创牌发展在全新的市场中遨游,卫浴五金市场的竞争日渐白热化。事实上,对于尚显稚嫩的新锐品牌而言,更应像爱护眼睛一样注意爱护自己的羽毛,才能保证品牌能够被消费者珍爱呵护。

2012年以来,市场需求整体下滑,行业进入新一轮市场寒冬期,严重影响了企业既定发展策略。从目前市场反应的情况看,一二线品牌和低端品牌所受影响相对较小,处于夹心层的中端品牌所受影响反而比较大,而不少新锐品牌正好处于受影响比较大的市场夹心层。

三、四级市场将成为今后品牌博弈的主战场,2013是继续扩张渠道网络,还是采取守势,新锐品牌必须做出正确抉择并谨慎应对。

新锐品牌成市场新宠

目前,中国一、二线卫浴五金品牌,国内市场渠道网络基本趋于饱和。随着全国卫浴市场整体快速增长,各地新涉足卫浴五金行业的销售商快速增加,而增长潜力巨大的新锐卫浴五金品牌无疑成为各地销售商首选品牌。

企业具有一定的产能规模和资金实力,产品配套能力强并具有独特的核心竞争力,品牌战略具有一定的高度,市场开拓能力



强,保持持续的增长趋势成为目前中国新锐卫浴五金品牌的共性。

现阶段,除一、二线城市外,新兴的三、四线城市快速增长的卫浴市场,对新锐品牌的快速崛起带来巨大的机遇。恒洁、中宇等一系列全国性著名卫浴品牌,由早期新锐品牌快速成长为一线大品牌,更加增加了销售商选择新锐品牌的信心。

新锐品牌决胜区域市场

中国新锐品牌的快速崛起,除少数品牌依靠雄厚的资金实力强势开拓市场外,大部分品牌只能采取步步为营的发展战略,由重点区域市场逐步向全国市场扩张,由区域强势品牌成长为全国性知名品牌。对于开发商来说,样板房是一个楼盘的脸面,样板房的好与坏直接影响到商品房的销售。

对卫浴五金企业而言,样板市场对形成区域品牌的影响力密切相关。一个区域性品

牌若要走出本区域,进军全国市场,绝不能盲目冒进,而是需要有选择性地推进,特别是以建立样板市场的方式,有战略、有目的、有步骤地推进。

这将非常有利于区域性品牌的全国市场扩张之路,让区域性品牌一步步从本区域走向全国市场,并成长为全国性品牌。重点区域市场的打造,是新兴品牌与知名品牌在市场博弈中取得品牌影响力优势的关键因素。

在中小卫浴五金品牌比较集中的潮州,部分中小品牌通过样板市场的打造,实现单个区域市场销售过千万的佳绩,在区域市场销量和品牌影响力上完胜于国内一线知名卫浴五金品牌,并逐步成长为具有一定潜力的新锐卫浴五金品牌。

新锐品牌成名莫忘打假

近年来,新锐品牌中的辉煌、中宇、申鹭

达等企业加大了商标维权的力度,甚至将维权法网延伸至我国香港等地。

据了解,中宇集团为了维权的及时性,在知识产权保护方面启用了相关方案:知识产权专员定期在中国商标网上排查近似商标注册现象,并采取提起商标异议申请、商标争议等措施;知识产权专员在淘宝网等相应平台上排查商标、商号侵权现象并采取相应投诉措施;高级打假专员依市场调查专员和市场销售人员提供的线索进行打假维权。

仅去年,中宇集团就在网络上成功撤销了上百个假冒网站链接,这些网站的建立都不超过3个月。在维权之路上,福建(南安)求达律师事务所律师苏志聪建议,企业可以联合律师成立自己的打假(维权)小组,根据具体侵权行为确定提起民事诉讼或将相关信息报送工商、公安部门予以查处。

新锐品牌审慎应对市场疲软期

当前,全国各地大量卫浴五金企业纷纷通过转型升级,加入到国内品牌卫浴五金市场争夺中。得益于近些年楼市销售火爆,卫浴五金市场需求旺盛,企业转型和市场开拓所面临的压力相对较小,新锐卫浴五金品牌集中涌现,纷纷加大了市场扩张力度。

近几年,随着中国楼市的快速发展,给国内各卫浴五金企业带来巨大商机,也拉开了国内卫浴五金市场品牌大战的序幕。实力强劲的出口型卫浴五金企业、数量众多的中小型卫浴五金企业,包括原有依靠国内卫浴市场的品牌卫浴五金企业,都纷纷加速国内品牌卫浴五金市场开拓计划,大有各路诸侯,逐鹿中原的气势。

在激烈的卫浴五金品牌市场争夺战中,一线品牌实力雄厚后劲十足,而一大批成长潜力巨大的新锐品牌快速崛起,对目前国内卫浴五金行业品牌格局形成巨大挑战,但新锐品牌只有自尊自爱爱惜羽毛,才能避免辉煌之后的落寞,避免品牌昙花一现的窘况。

(本报综合报道)

重庆川仪 “五个质量” 升华卓越绩效管理

■ 闻渝

重庆川仪自动化股份有限公司经历了专家资料评审、企业答辩和现场评审三个阶段,在与37家企业激烈角逐中脱颖而出,荣获了2012年度重庆市市长质量管理奖。从2009年到2011年,川仪销售收入增长44%;利润增长54%;纳税增长47%。2012年,在国内工业企业增速放缓,部分企业出现负增长的情况下,依然保持了增长势头。

重庆川仪多年来一直孜孜不倦地追求卓越,在导入卓越绩效模式之后,川仪以公司战略为引领,努力实现从优秀走向卓越。2012年,川仪审时度势提出以“五个质量”的工作升华卓越绩效管理。通过“强化技术研发质量、提升市场开拓质量、提高产品制造质量、优化内部管控质量、改进人才工作质量”五个方面,不断开拓创新,追求卓越,经营质量持续提升。

市长质量管理奖的评价范围广泛,针对近三年来的经营实际情况,评审专家组对川仪进行了全面的考察,并一致认为:川仪领导高度重视企业文化建设,形成了独具特色的企业文化,并且带头践行核心价值观,勇于开拓和创新,有力地提升了企业竞争力和可持续发展能力;基于使命和愿景目标,构建了较为完善的战略决策机制,具有清晰的发展思路;秉承“川仪在用户身边,用户在川仪心中”的经营理念,在市场营销战略的指引下,挖掘客户需求,奠定了在国内自动化仪表行业的领导地位;秉承“人企合一”的可持续发展策略,围绕战略定位,建立了有效的人力资源储备,夯实了人才基础;以顾客需求为导向战略,强化执行力,建立了科学规范的过程管理体系。

随着国家宏观经济形势及政策的调整,川仪适时调整营销体系,构建“6+1”市场营销模式,并迅速调整区域、行业市场布局。2012年,加强东北和西北地区的市场开拓力度,两区域承接合同分别同比增长44%和12%;同时调整行业重心,深耕煤炭及化工行业市场需求,承接合同同比增长18%。

2012年,川仪参加汉诺威国际工业博览会,在中国国家馆向世界展示了中国自动化领军企业的实力和风采,赢得了世界各国来宾及同行的高度评价,品牌实力得到不断增长。在国家工信部组织开展的全国“质量标杆”评比活动中,川仪作为仪器仪表行业唯一代表荣获此殊荣,全国各行各业获此荣誉的单位仅有50家。

此次问鼎市长质量管理奖,不仅是对川仪2012年“五个质量”工作的肯定,同时,更是川仪作为中国仪器仪表龙头企业,在产品质量、企业经营、品牌价值及行业实力等方面的努力得到了权威的认证。

南安水暖卫浴品牌自保“清白”

■ 华建

随着福建南安水暖厨卫产业的日兴盛,越来越多的企业产品走向国内外市场,但接踵而至的是知识产权纠纷,不是企业自主品牌遭遇侵权,就是被恶意抢注。在行业竞争日益激烈的当下,水暖企业在创牌的同时,更要保护商标。

知名品牌屡遭侵权

近日,九牧集团有限公司法务经理李万青刚从安徽回来,协助当地工商部门解决了一起商标侵权案件,关停了一家贩售假冒九牧产品的不法商家。九牧并非不重视商标、专利保护,目前该公司在国内至少已注册了600余件商标。其实,早在10余年前,九牧就设立了法务专员,专门负责商标注册工作。

自2002年正式注册企业所用商标以来,九牧的商标注册量逐年攀升。在两年后,九牧成立了专门的知识产权小组,定期通过中国商标网和实地走访市场进行排查。

“一张多渠道的维权网才能使侵权现象及时被揪出来。”九牧集团有限公司法务经理李万青说,“九牧一直坚持走多种方式的商标维权之路,更聘请专业的知识产权维权机构进行市场调查。”

据李万青介绍,九牧在进行商标注册时,不仅仅局限在与水暖厨卫相关的阀门、家具等11大类别中,更延伸到与水暖厨卫无关的全部45个商标类别,连九牧的广告语“健康厨卫专家”也早已注册了商标保护。即便如此,九牧每年至少要解决二三十起商标侵权事件。

两成企业未注册商标

据悉,截至2013年1月,南安共有52家企业通过马德里国际商标注册,其中水暖厨卫行业的注册量为8件。业内人士表示,小型企业在创品牌之初,常常忽略商标的重要性。很多企业仅仅将眼光局限在厂房设备、代言人、广告等方面,而不注重知识产权的保护,只注重短期收益,常常会有“傍牌”之嫌。

此外,由于商标注册需要投入一定的费用,一个类别的商标注册一般是1000元,若申请全保护的注册便需要十几万元。对刚刚创立的企业而言,这笔开支不算小。因此,在南安水暖厨卫界,大部分企业只注册水暖一类的商标,少数四五家企业维持在30个商标左右。

南安市工商局相关工作人员表示,商标维权当以预防为主。很多企业在发展初期,没有意识到商标注册的重要性,等商

标被侵权,在市场上已真假难辨时,再打击就来不及了,如当年的日丰管业。目前,南安市拥有注册商标20322件,至少有两成的南安企业不了解注册商标、专利使用、运作和保护的情况。

产品出口应商标先行

近年来,一些南安水暖企业准备进军国际市场,却发现自己的品牌早已被国外抢注。无奈之下,这些企业只得花费巨资回购商标使用权,否则,产品将不能继续在海外市场出售。

九牧集团是比较早认识到国际商标注册对企业发展意义的企业。早在2003年,九牧就通过马德里商标注册,拉开了品牌国际化的序幕。起初,九牧以接工程散单为主。3年后,转向自主创牌,将产品推广至东南亚、中东、北美等地。如今,这家“南安制造”的水暖企业在海外自主品牌的销售商和代理商达30多家,二级代理商有200多家。

李万青表示,面对全球金融危机,越来越多的南安水暖企业试图“走出去”,利用商标品牌战略,积极开拓海外市场。而在国际商标注册申请中,覆盖88个缔约国的马德里国际商标注册体系不失为最便捷的通道。

天正集团吹响绿色转型号角

2012年,浙江天正集团在战略转型升级中取得了明显的成绩。过去一年,天正致力于打造具有竞争力的绿色组织,将战略转型与企业管理、产品转型、品牌价值等结合,表明了天正电气自信的坚强决心。2013年,天正转型升级正在火热升温中,天正2012年度答谢盛典就是一个最好的注解。

浙江天正集团2012年度答谢盛典于2013年2月16日在温州万和豪生酒店隆重举行。来自全国的600多名重点经销商朋友欢聚一堂,共谋发展大计,上演天正转型升级别样Style。2012,天正在战略转型升级中取得了明显的成绩,过去一年,天正致力于打造具有竞争力的绿色组织,将战略转型与企业管理、产品转型、品牌价值等结合。

天正集团董事长高天乐、浙江天正电气股份有限公司总裁施长云等领导出席了此次会议。此次盛典主题为“别样来电天正绿三横四纵功夫显”,巧妙地将天正电气“天正绿,不一样的来电感觉”和天e



电气“开合e瞬间,功夫尽显”两大品牌价值主张融入其中,极大加深了大家对“富有活力、亲和顾客”的天正品牌和“精细雕刻、产品领先”的天e品牌的认识。回顾2012年,一股强劲的战略转型升级之风在天正内部悄然兴盛,三横四纵转型升级,寓意未来天正的发展目标:致力打造“天正通用产品、TG精品系列、天e高端精品”三驾马车并驾“分销、电力系统、工业控制、工民建”四大渠道的全新转型营销模式。

盛典现场,天正集团董事长高天乐先生对天正2012年取得的成就给予了高度肯定,同时也对莅临盛典的来宾表达了感谢;天正电气总裁施长云先生就销售、品牌、研发、生产、信息、人力六大模块对过去一年的工作发表总结,同时就已落成投产的天正嘉兴智能园区陆续工作向在场嘉宾做了汇报;随后,天正电气营销副总

裁刘浩先生、四大渠道各负责人、上海天正机电总经理孔曼卿女士等先后作了关于2012年度总结和2013年度工作计划等演讲,与会来宾共同分享天正在过去一年取得的成就与不足之处。

盛典随后开展的年度表彰环节共颁出包括“电力精英奖”、“俱乐部争霸赛”、“天e电气特别贡献奖”、“绿色供应商”等多个经销商奖项,多个员工类奖项如“杰出员工”、“杰出科技工作者”、“十佳天正人”等也在此次年会上颁出。最后到来的演出环节,与会人员欢聚一堂,祝酒、看演出、抽大奖,其乐融融。开场舞光耀未来绚烂的舞台效果预示着天正光耀的未来即将开启;互动近景魔术充分调动在场所有人的神经。值得一提的是会场外围的TG精品和天e电气两大产品系列展台。精美的展台设计搭配精致的产品摆设,让人眼前一亮。