

浙江华晨电缆 一期开门红二期建设忙

■ 钟讯

近日，记者走进位于浙江省长兴县和平镇的华晨电缆科技有限公司的生产车间，看到工人们正忙碌穿梭在一条条生产线旁，进行防火电缆系列产品的加工制作。今年初，企业一期顺利投产并陆续接到开年大订单，顺利实现了新春开门红。“1月份已经接到订单2000多万元，今年争取要完成5000万元的销售额。”浙江华晨电缆科技有限公司总经理钱美锋介绍说。

作为一家生产和销售金属护套柔性防火电缆系列产品的高新企业，公司于2012年初动工，当年就实现投产。该项目共分两期建设，一期总投资4000万元的防火电缆生产线已顺利投产。为顺应新的一年发展形势的需要及建筑行业消防防火电缆需求，在一期项目投产的基础上，公司目前正积极加快二期办公大楼及新厂房的施工建设。“现在等2号车间建成后，就开始设备调试安装，马上进入生产。”钱美锋介绍说。

企业生产的防火电缆产品之所以能畅销市场，与企业自身重视科技研发密不可分。通过积极引进科研人才，加大与上海电缆研究所等院校的合作，目前企业自主研发生产的柔性防火电缆等产品，经浙江省科技厅、省经信委评审，获得了省级工业新产品等荣誉称号，并取得了4项国家专利，1项国家星火计划项目及2项浙江省省级工业新产品。2013年，企业将瞄准更高目标，积极申报规上企业，继续加大工业性投入，努力为当地经济发展作出新的贡献。

远东电缆 自主创新成果显著

■ 蒋超

远东电缆有限公司近几年在自主创新上成果显著，回顾2012年，公司组织申报了45项专利技术，获得国家知识产权局授权的专利多达36项，其中“ZL 200710191858.0 耐火电缆及制备方法”、“ZL 201010284260.8 浅海风力发电用电缆”、“ZL 2010105511398.7 海上漂浮风力发电电缆”、“ZL 200710190370.6 井下采掘机用拖曳电缆及制备方法”、“ZL 201010504392.7 橡胶连续硫化阻水方法”、“ZL 200910264913.3 输电导线用高强纤维复合芯成型装置”、“ZL 200810234618.9 交联电缆悬链式连续硫化导线连接件及交联电缆悬链式连续硫化制备方法”7项技术获得了发明专利的授权。

近年来，公司高度重视技术研发工作，坚持自主创新与集成创新相结合，形成一批拥有自主知识产权的科技成果。通过国家级博士后工作站和院士专家工作站为远东的科研奠定坚实基础。同时，公司在选人用人方面有专门的机制，通过“六力术”来选用人才，又通过“六子登科”来留住人才，这也保障了远东科研方面的持续创造力。

目前公司拥有专利130多项，其中发明专利10多项，是无锡市知识产权优势企业以及江苏省企业知识产权管理标准化示范单位。作为行业内唯一一家“全国质量奖”的获奖企业，远东电缆在科技创新上也是遥遥领先，真正做到了行业的领军者。

安科瑞电气：做智能仪表的典范

■ 钟华

上海安科瑞电气股份有限公司（以下简称安科瑞电气公司）是一家为智能电网用户提供智能电力监控、电能管理、电气安全等系统性解决方案的国内少数几家领先企业之一。

公司自2003年6月成立以来，专注于用户端智能电力仪表的研发、生产和销售，产品涵盖覆盖了智能电网用户端的低压电气信号采集、测量、计量、监控、保护及系统集成，主要有网络电力仪表、智能马达控制器、导轨式安装电能表、电量传感器、光伏汇流箱、有源滤波器、医疗洁净电源柜等产品以及智能电气监控与电能管理、建筑能耗分析管理、电气火灾监控、数据中心用电监控、光伏电站监控、ZigBee（物联网）无线电能管理等系统方案。

未来智能仪表将普及

智能仪表在安科瑞电气公司的低压柜中应用得比较广泛，可占到全部业务的50%左右，主要应用于五星级宾馆、大型办公楼等智能楼宇中，如宝矿国际大厦、洲际大酒

打造百年“蓝带” 实现永续经营



■ 景武

凌云壮志十年路，弹指一挥间。2001年，金统立工业股份有限公司在江苏省苏州市举行新品发布会，正式宣布高端五金品牌蓝带、镁迪、优力士及新品系列贸易（苏州）有限公司成立，公司主营KINGTONGY 蓝带工具之专业手动工具和气动工具的全线产品。

时至今日，蓝带 KINGTONGY 品牌以优异稳定的技术能力，新颖优越的外观性价比，强势打响知名度。产品广泛应用于国内大中型工矿企业，行业遍及汽车、船舶、冶金、铁路交通、石油、家电、电子、交通建筑等。

渠道为王终端制胜

目前，蓝带工具的销售策略以渠道与终端项目兼顾为理念。终端市场一直是各大中高端工具品牌激烈争夺的主战场，蓝带工具在国内市场能可持续发展，很大一部分原因是通过不断提高终端用户的市场占有率而实现。因此，蓝带在终端市场的推进工作将会持续扎实进行。

为拓展市场，公司与全国和地方上有影响力的行业协会和分会组织保持密切合作，共享其优势行业资源和广阔平台。在紧跟国内五金工具行业发展潮流的同时，也能较好地适应地方特色。

维护和稳定核心区域以及核心经销商是品牌公司的首要目标，为此，蓝带工具将大力拓展和整合已开发市场的现有渠道和布局，并积极构建待开发市场的推广渠道，即稳基础，挖潜力，开辟新路。与此同时，要加强对渠道的管理，根据市场的变化时时调整策略。今天的中国，正处于高速发展阶段，各行业各个领域机会每天都在发生变化，各行各业这么一个蓬勃的市场上立于不败之地，唯一的应对方法就是“不变之变”。

蓝带工具对经销商的筛选有自己特定的要求，经销商的经营理念 and 思路必须要和公司合拍。每一个商家的情况都不尽相

同，如何从众多候选者当中挑选出最合适的那部分？这是销售团队的重要课题之一。公司会充分考量商家未来的发展重心，会考量这些经销商在未来5年或10年后是什么状态，是否还能和公司紧密结合在一起。蓝带工具在快速成长，公司希望经销商也能跟上这样的节奏，大家一起发展壮大。在这些因素之后，蓝带才关注经销商的资金规模、人员配置等其他条件和标准。

以务实的营销策略撬动市场

公司的价格策略由产品的材质、生产工艺、质检、进口物流成本等综合因素决定，在完全保证品质的前提下，本着“质优价实”原则，蓝带工具的定价无不彰显高性价比的特点，如蓝带主力型产品气动套筒和扭力扳手的高性价比就很好地证明了这一点。为确保经销商的利益，公司为经销商设立多种激励机制，而且分散到各个领域，有对人员的支持、产品、技术、售后服务、团队建设等等。

市场销售上，蓝带工具实行终端用户市场指导价和授权经销商有折扣进价两种策略，确保厂家、经销商、用户三者良性合作，三方核心价值得以体现，核心利益得到有效保障。

总经理林净玥认为促销策略不只是简单的价格促销，而是结合各地市场和客户需求的不同，在回馈客户的同时，针对性地成为蓝带与客户交流互动。从产品促销种类、方式和实际效果等方面入手，配套新颖适当的亮点，提高终端需求的匹配性和增强客户参与热情。

通常，蓝带每年会适时举办至少一次全国性大型促销活动，涉及多种产品类型，优惠力度较大，受众客户群体广泛，同时根据市场不同需要，不定期举行客户需求量大的热卖品促销，以及蓝带公司周年庆等各类主题促销活动。

为市场提供多样化专业服务

目前，蓝带工具投放市场的产品种类

主要有套筒、扳手、螺丝刀、扭力扳手等多种手工具。此外，还包括气动扳手、气动刻磨机、气钻等气动工具，涉及产品多达40000多项。其中，套筒及扭力扳手的销量最大。蓝带套筒均为 KingTongy 的台湾工厂自主生产，品管方面非常严格，产品性能高于国际通用的德国 DIN 标准 50%以上。蓝带套筒规格尺寸十分齐全，现货充足，非常符合工具套筒市场的杂、全、快的特点。

作为工厂使用最为广泛的机械吨塔式扭力扳手，蓝带产品的正反向制作精度为3%，高于国际通用标准正向4%和反向6%。这使当客户有高精度扭力工位要求时，不用再额外增加成本购买高精度扭力扳手。所以蓝带套筒和扭力扳手在业界取得了优异的销售量和口碑。

作为生产型企业，KingTongy 工具集团具备深厚的自主生产能力，拥有过硬的研发和生产实力，在设计、选材、工艺、质检等环节可控性强，品质管理苛刻严格，产品多以高于国际通用标准制作，绝对保证优良品质，致力于出厂产品零缺陷。

在品质定价上，以满足客户需求为前提，更多考虑到降低客户采购成本需要，力求价格平民化。在蓝带产品的品质不亚于高端品牌的事实面前，蓝带工具的价格较很多高端品牌有明显优势，凸显出蓝带的高性价比。同时，与中低端品牌比较时，虽单次采购的价格并不见得蓝带比起有优势，但在高品质保证下，蓝带产品磨损慢，使用寿命长，从生产效率和长期采购成本来看，蓝带无疑也显示出其高性价比的优势。

经过不懈努力，蓝带工具在中国大陆已取得优异成绩，在品牌知名度和市场占有率领域都有长足的进步，尤其在一些能源行业大客户处取得了很大突破。在2011年，蓝带着手开发世界500强企业中国神华集团所属的陕北神木地区的神东煤矿，通过近半年的全力推广，客户终对蓝带旗下的镁迪气动工具表示了极大兴趣，尤其是在与神东煤矿过去长期使用的气动品牌英格索兰（IR）比较后，镁迪的高性价比优势得到的客户各方面的一致认可，并最终在2011年10月时，神东较大力度地采购了一大批镁迪气动工具，显示出客户对蓝带系列产品的极大信心，至此成功开发了煤炭行业这样的大客户，现蓝带品牌已成为神华集团系统内工具选购时的指定参考品牌之一。

蓝带工具有完善的服务机制，用心服务客户，确保蓝带产品功能性使用的正常化，持续保证用户高生产效率和高满意度是蓝带一贯坚持的服务宗旨，蓝带企业文化“服务责任保障安心”就很好诠释了服务客户的理念。

创新创造新需求

首先要多方了解各行业用户在工具方面的不同需求，尤其是目标客户群的已有和潜在需求；其次，时时关注主流工具品牌新产品的推出，互相学习，互为借鉴。

产品创新是每个企业都致力发展的方向，蓝带也是如此。从销售一线收集用户需求最新资讯和其他工具品牌新产品，将外形、规格、使用要求等参数资料整理反馈总公司，再落实到 KingTongy 工厂研发设计、生产制造环节，整个流程已形成产品创新的一整套机制。同时，作为生产型企业的 KingTongy 工具集团，一直密切注视着世界工具领域的发展趋势，主动从设计理念、人体工学、产品性能等诸多方面，

从主体到细节之处不断创新产品。在创新氛围熏染下，蓝带员工多已养成创新意识，并将其融入工作之中，常常提出很多很好的创新点子，帮助蓝带产品不断推陈出新。

续写辉煌

未来两年内，相比2011年，蓝带工具在国内市场的销售量计划实现翻倍，渠道要全面覆盖到各省区大中型工业城市。为实现以上两个目标，蓝带工具已首先从部门设置领域入手，早前已适时设立市场推广部，配置企划等相关人员，整合优化公司资源，以专业化的视角和手法，从外国市场和公司内部开始，市场化配合行销部门的营销工作；其次，充实销售团队。从区域细化和人员配置上，做好市场开发的人员布局需要。营销人员布局 and 渠道建设的目标结合一致，哪里有开发，哪里就会有蓝带专职营销人员本地化负责；再者，锁定市场开发重头戏，大力开发终端项目。根据各地区行业性大中型企业工厂的状况，结合世界500强和中国500强企业当地的投资投产，择重选择潜力大的优质终端项目，重点锁定重点开发，在不同区域的关联项目和同行业项目中形成多米诺骨牌效应，真正在全国范围内形成蓝带工具的最广泛终端用户市场。

蓝带工具现在的发展重点是在构建合适合理渠道的同时，在各区域和各行业重要终端项目，工矿企业，大力进行品牌推广的基础性工作，使终端客户对蓝带工具从未知到认知再到认同，蓝带可能在终端市场推动用户对蓝带工具的持续需求。为了配合这个发展重点，蓝带工具需要进一步挖掘用户需求，多方面满足客户在通用工具的需求，在待开发区域和行业项目中实现突破；加强经销商管理和市场引导，避免恶性低价竞争和串货，使市场有序有活力，产品线进一步完善和创新，完善服务，销售策略视市场需要，敢于打破定势，导入有益举措方面面临选择性突破。

10年来，中国五金行业的市场竞争已由以价格为主转向到高品质、高技术含量的产品及品牌竞争上。随着竞争的深入，五金产业链各阶段的利润空间均在压缩，降价的空间日趋减少，蓝带工具继续坚持品牌化发展，加强自身产品技术创新与质量提高。



好产品赢得大市场

2007年，安科瑞电气公司在江苏江阴的生产基地建成投产，一期工厂厂房面积10000平方米，是智能电力仪表行业首家采用无铅化SMT生产工艺的企业，为公司产品产业化、规模化实施提供了保障。2010年3月，公司技改，将车间进行防静电改造，使生产环境进一步提升，同时，在生产上引进MES管理系统，每道工序都进行条形码扫描，使整个生产进度和过程都得到了控制。基本实现了无纸化管理，节约了生产

成本，提高了管理效率。

2013年伊始，公司获得了2012年上海名牌证书，安科瑞“智能电力监控仪表”产品顺利通过复审，获得“上海名牌”产品称号。评选为国家火炬计划重点高新技术企业，并荣获上海市民营科技百强企业称号。

安科瑞电气公司产品广泛应用于上海世博工程、广州亚运会工程、援哥斯达黎加国家体育场工程、京津高铁电力监控、敦煌10MW光伏示范电站、中国银行浦东数据中心、印度50万吨焦化等国内外重大项目，赢得了较好的市场声誉。