

6 经营故事 Business Story

江苏晨光涂料 2015 年依然保持高增长,晨光高级瓷砖粘结剂的高调面世,成功打响了涂料企业品牌争夺战最漂亮的一场战役。晨光涂料总经理薛亚波对中国涂料市场有着自己的见解,他认为:当企业原有的增长模式不能产生更多的效益,应当转变思路,寻求突破点冲出重围。

薛亚波:打响品牌 + 延伸产业链

■ 张婉瑶

2015 年中国涂料行业面临严峻的市场考验,洗牌加剧,两位数增长不再,由此进入行业竞争的关键时期,一众企业选择在市场上下行时期苦练内功、低调过渡。然则,行如逆水行舟,不进则退,涂料行业市场竞争风云变幻,如何从 5000 家涂料企业中脱颖而出?

江苏晨光涂料 2015 年依然保持高增长,晨光高级瓷砖粘结剂的高调面世,成功打响了涂料企业品牌争夺战最漂亮的一场战役。晨光涂料总经理薛亚波对中国涂料市场有着自己的见解,他认为:当企业原有的增长模式不能产生更多的效益,应当转变思路,寻求突破点冲出重围。

沉淀近 30 年,晨光实力自信打响品牌

立足于自身优良的技术基础,晨光涂料获得业界一致认可,顺应环保趋势,晨光涂料的节能涂料销量一路领先,薛总自信得告诉记者,晨光在 2016 年初已经将 2016 前半年的生产计划安排满满当当。而面对日益严苛的市场环境,日渐下降的房地产开工面积、涂料企业如何寻找突破点? 晨光涂料总经理薛亚波认为,中国涂料产业同质化十分严重,市面上却十分缺乏拥有辨识度的产异化产品,2015 年,晨光依靠差异化产品:瓷砖粘结剂,为其品牌战役打下了最漂亮的一仗。

房地产的飞速发展带动了中国涂料行业的迅速发展,晨光涂料抓住契机,与城市发展同轨,并以高标准的企业风格积极推出更新换代型产品,在 2015 年,晨光高级瓷砖粘结剂这一革命性的产品无疑成为涂料行业 2015 年最热话题。薛亚波在高级瓷砖粘结剂的推广线上线下两手力推。线上布局互联网各渠

道,在网络广告与软文推广上加大力度,并于 2016 年推出官方商城平台,进军电商;线下推广借鉴发布会模式,全国各地巡回上演,晨光涂料的品牌力量、当地总代的人脉资源、行业资源两股力量强强联手,实力推广。

2015 年 7 月份以来,晨光瓷砖粘结剂新品发布会在南京弘阳装饰城盛大召开,之后全国范围内又有湖北、湖南、福建、河南、广东、广西等地先后掀起晨光瓷砖粘结剂发布会热潮,10 月 23 日晚,晨光瓷砖粘结剂常州新闻发布会召开,近 500 多名的涂料行业精英与多家媒体到场,声势浩大;8 月 21 日,山东菏泽地区代理商正式加盟并获得晨光旗下瓷砖粘结剂菏泽地区代理权,同时,瓷砖粘结剂签约代理商过百家。

隆重的发布会结合瓷砖粘结剂使用现场指导,薛总将晨光粘结剂这一全新概念打碎并使其变得十分接地气,新品推广的难度也一并被打破。全国范围内几十场发布会连番举办,获取极高的关注度,晨光涂料近 30 年的品牌积累在 2015 年散发迷人光芒,在 2016 年,晨光更立志于深度开发市场。

截至 2015 年,晨光确立环保可持续发展战略,油性产品全面停产,公司转战环保产品。2015 年瓷砖粘结剂布局十分成功,可弥补油性产品下线的损失,晨光的环保可持续发展战略管窥可见。晨光涂料的品牌塑造工作在 7.8 个月的时间里,超过晨光 30 年的积累,收获极高关注度。但晨光的主方向并没有改变,始终坚持“专注、专业”的发展方向并以技术创新为核心竞争力。

潜心研发,技术创新持续突破

作为一家拥有 30 年历史的创新型企业,晨光涂料在涂料行业以技术过硬、产品出众而闻名,30 年潜心技术,于今时今日获得喜人

成绩。晨光涂料与南京工业大学、南京大学合作建立产学研基地、拥有博士后科研工作站、省院士工作站等科技平台和研究团队;纳米透明隔热涂料、建筑反射隔热涂料、绝热保温涂料、道路装饰漆、玻璃涂料、纳米银抗菌乳胶漆填补国内空白;值得一提的是,晨光绝热保温涂料属于自主研发型产品,能保证冬暖夏凉的室内环境,而且完全不受气候条件及颜色的限制,而晨光,建立了一流的实验室、研发中心,专业从事前沿技术和高端涂料的研发与产业化以及相关技术服务。

晨光涂料充分利用企业自身优势,多年来,拥有品牌、质量、形象、研发能力、差异化产品、资金等优势;博士工作站、院士工作站都是江苏省首家,在研发创新上领先于同省其他企业。

2015 年是晨光涂料新品、新技术创新、原有产品升级最多的一年,质量升级、产品评估方面费用成倍增长。技术创新上,晨光 2015 年完成流水线改造、调色系统改造、自动化配料、配方科学性提升等工作,具体说来,仅 2015 年一年,晨光设备投入达 3000 万;新品、新技术创新、原有产品质量升级上投入力度加大,薛总表示:“仅在质量升级、产品评估方面支出费用达 800 多万。”

产品创新上,晨光涂料于 2015 年全面推出绝热保温涂料、建筑反射隔热涂料、道路涂料、不结冰涂料、涂抹玻璃自动化、防水、高强度液态瓷砖粘结剂等研发成果,在新产品推出上,晨光反射涂料已经是十分成熟产品,而相较之下,同行其他公司才刚刚获得产品资格证书,如此对比优劣势十分明显。在日益严苛的市场环境之中,研发是企业长足发展的不竭资源,晨光涂料因其坚持自主研发,在面对市场的激烈时能够不断推陈出新,主动引领市场,成功立足



于市场竞争制高点。

围绕客户需求延伸产业链,持续将研发能力外化

世界上唯一不变的是变化二字,如何维持企业在市场上的竞争力? 薛总表示,“晨光涂料坚持围绕客户需求延伸产业链,持续将晨光涂料研发能力外化。”晨光涂料始终坚持真正了解客户、深入研究客户需求,主打差异化,并帮助客户创造利益,与客户实现双赢。

李克强总理不久前向制造业提出“中国制造 2025”的期待,晨光也将此作为目标。在产品研发上,晨光坚持一贯的高标准,内部审核指标高于外部审核指标,注重自我检测;在产品生产上,将维持现有的标准与体系,升级调色一体化,值得一提的是,晨光对原料的选

择要求极高,依据产品需要挑选最匹配的原

料产品。晨光 2016 年重点是延伸产业链,从现有优势产品延伸开 6 个系列产品,后期投入 3000 万的玻璃自动化设备等将投产,在绝热保温涂料上晨光涂料亦有新的布局,同时道路装饰漆等产品的研发推广将持续进行,此外,晨光将设计涂装设备等,让房地产商使用如喷枪等设备产品。顺应一带一路政策,晨光将完善国际标准,并推进优势外墙涂料产品出口美国、韩国、阿联酋、安哥拉等国家。

薛总表示,2016 年是晨光涂料的布局之年,在循序渐进的主题中逐步自晨光总部向外围延伸、铺设网店,充分利用晨光 30 年的企业文化积累,从产品研发、企业实力、品牌文化上总结出可复制的成功经验,并推动市场扩张。

泉利堂:“百年企业”的底气

传统食品需要原味,也需要时代创新。在保留传统古老工艺的基础上,泉利堂不断进行创新,力求在健康、功能、文化创意、时尚等领域有所突破,且颇有成就。

在第六届 APEC 电子商务工商联论坛上,泉利堂作为晋江特色小吃,为来自全球的外宾呈上了一道地道的“闽南古早蜜饯味”。拥有 73 年历史的泉利堂,不变的是传承,变的是锐意进取。

红砖、灰瓦、木门、白石墙体、硬山式屋顶、双翘燕尾脊,一派闽南“红砖厝”的韵味。去年 7 月,泉利堂位于晋江社店食品批发市场的全国首家品牌旗舰店正式对外营业,这也表示泉利堂要将历史与传承到底。

“在蜜饯行业,一个企业的历史等于一个企业的品牌底蕴。泉利堂代表的不仅是高品质的蜜饯产品,还肩负蜜饯文化的传承。”从小跟随父亲学做蜜饯的泉利堂总经理陈清帅,对于蜜饯行业的发展有着自己的情怀

和战略眼光。

“首先,泉利堂要做百年企业,就需要用品牌形象把这种文化传承下去;其次,泉利堂经过多年发展已在全国拥有众多经销商,我们需要借助品牌形象店,把泉利堂的知名度传播出去;更为主要的是,泉利堂品牌旗舰店将是泉利堂发展蜜饯文化与 O2O 的核心所在。”

对于蜜饯文化的传承源于思想,更根植于行动。今年 3 月,陈清帅当选晋江旅游协会伴手礼分会副会长。陈清帅指出,“全国各地的旅游景点、飞机场、动车站等将成为我们重点布局的渠道。”深入挖掘渠道的同时,在产品的研发设计上,陈清帅也有自己的规划。“我们所有的伴手礼产品全部采取统一的 VI 设计和包装,与市面上普通零售渠道流通的泉利堂产品有一个很大的区分度,绝对让消费者眼前一亮。”

他说,既然是伴手礼,除了卖点之外,还

需要文化和创意。“我们一直希望把泉利堂对于蜜饯孜孜以求的产品态度和百年传承的蜜饯手工艺文化传承下去,让闽南的蜜饯文化在全球范围内广泛传播。”

坚守是一种美德,持续创新却是百年品牌的永久生命力。陈清帅深谙此道,也乐此不疲地在产品创新上下功夫,以迎合当今消费者需求。据悉,泉利堂的蜜饯品类已由过去的“老三样”增加到现在的上百种口味,又以蜜杨梅、一品梅、甘草梅、菩提榄等创新单品,凭借古早、独特的闽南风味,新颖的时尚包装,风靡全国,成为不少年轻消费者青睐的新时尚零食。

在保持泉利堂蜜饯优势的情况下,也把产品线扩展至果脯、果干、果酱等。陈清帅清醒地认识到,“现在的市场是 00 后的时代,泉利堂不单要做文化,还要紧跟潮流。只有当传统文化融入现代消费理念,一个品牌才有可能长期发展下去。” (蔡明宣)

林海晖:放弃高薪“蜗居”光明创业

38 岁就任美国知名化学企业全球首席技术官(CTO),不到 40 岁就实现财务自由,在美国拥有占地 4 亩多的别墅,妻子贤惠女儿活泼可爱,林海晖却毅然放弃舒适的生活漂洋过海来到深圳创业,他们研发出来的项目“环保型水性特效涂料的研发”近日获得了项目资助,并受到世界知名颜料公司青睐结成全球战略合作伙伴,待年底公司厂房竣工后,产品将正式投产推向全世界市场。

世界最先进环保涂料深圳“诞生”

当记者来到位于光明新区留学生创业园的深圳绚图新材料科技有限公司时,董事长林海晖正在和设计师讨论厂房设计。“我们的产品已经完成了中试生产,待年底厂房建成后即可大规模投产。”林海晖兴奋地告诉记者,公司研发的环保型水性特效涂料具有零 VOC、美观、成本低等特点,从安全性方面来说,已经达到了瑞士食品包装盒标准。

据介绍,绚图新材料专注于新材料研发、制备流程设计及生产放大,以表面处理、微粒制备及纳米包覆为技术核心,以环保水性产品为市场切入点,主要服务于四大细分领域:水性颜料、水性油墨、水性涂料和电子封装材料。在去年 11 月的中国国际涂料展上,林海晖和他的伙伴徐昶研发的环保型水性涂料获得了世界第二大金属颜料公司——美国星铂联颜料制造公司的青睐,双方结成了全球战略合作伙伴,在技术层面深度合作。“星铂联是特效颜料与铝颜料领域的先行者,其产品广泛应用于涂料、油墨、注塑、电子消费品等行业。双方的合作将以更完善、更丰富、更具视觉冲击力的颜料产品服务客户。”林海晖介绍,他曾担任星铂联的全球首席技术官,当时的产品是第二代环保水性涂料,而回国后他们在深圳研发出了第三代产品,领先于行业水平,色彩的金属感更加强烈更加抢眼、安全性更高。

深圳是最“像”美国的中国城市

是什么让知名跨国企业的全球首席技术官放弃高薪舒适生活来到深圳创业呢? 作为我国第一代的小留学生,出生书香世家的林海晖 15 岁就远赴加拿大读书,学霸型的他从加拿大多伦多大学化工与材料学系毕业后,先后就职太阳化学、富林特集团、迈图高新材料集团这几家知名跨国化学企业,担任资深科学家、全球技术经理、战略技术部总监,是行业内知名的高分子材料、无机材料、表面物理和流变学专家,有着丰富的研发与产业化经验,拥有超过 20 项美国专利及专利申请。“我 38 岁就当上了星铂联全球首席技术官,不到 40 岁就财务自由,如果我继续呆下去,估计 10 年左右就可以当上 CEO。”但是他不满足于这样安逸的日子,不想把时间浪费在等待上,“为了不给人生留空白,我决定创业。”

2013 年 12 月,林海晖回国参加广州留交会,光明新区留学人员创业园管理服务中心主任张向荣把他截向了深圳。“我一参观光明留创园,当场就拍板在这里创业。”林海晖表示,深圳是最像美国的中国城市,产业链齐全,创业氛围浓厚。而光明留创园能提供创新、创业、政策推送、人才和投融资五大孵化服务,最吸引他的尤属全球研发数据库,能检索国内外的各种专利科技文献。2014 年 3 月,他和留美博士徐昶搭档,创立了深圳绚图新材料科技有限公司,目前已建成先进合成实验室、配方与检测实验室、中试生产车间,具备了从研发到产业化的全套能力,并在美国伊利诺伊州瑞柏市设立北美办公室。

现在的林海晖“蜗居”在留创园不到 20 平米的单身宿舍,他笑称自己又重新开始了学生生活,每天公司宿舍饭堂“三点一线。”他对公司的未来信心满满。“年底厂房投入使用,运行一年平稳后我就可以找舒适点的房子住。而再过四年女儿上大学了,太太就可以离开美国来到我身边。”林海晖,俨然把深圳当成了第二个家。 (庄瑞玉)

张文:漆强化工的“新蓝图”

不久之前,“中国百强牛商互联网+示范基地”落户漆强化工,标志着漆强开始深度拥抱互联网。作为一家有着 17 年研发经验的家具漆生产厂家,在注重产品品质的同时,漆强一直致力于打造和丰富自己的平台价值和范围。日前,记者采访了漆强化工总经理张文。

记者:据了解,漆强一直专注于家具漆领域,公司选择这个发展方向的关键是什么? 您觉得做好家具漆的关键是什么?

张文:基于中国庞大的人口基数,以及房地产行业的快速发展,家具漆市场释放了可观的发展空间,目前已经达到 8000 亿的市场份额。但在家具漆行业,产品品质却是参差不齐。特别是市场上部分产品大量使用劣质的有毒材料,行业影响非常恶劣。在这样的行业形势下选择进入家具漆行业,只要注重品质和用户体验,就一定能快速占领市场份额。

而这就是我们一直在强调的质量和服務的重要性,在有质量保证的前提下,为客户提供完善的服务,让用户更依赖我们的产品,成为我们的粉丝,最终成为我们品牌的传播者,实现口碑宣传,以广泛地树立起我们品牌的形象。

韩都衣舍要大搞直播

目前,用于直播的第一演播室已开始装修,第二演播室也在设计当中。

韩都衣舍创始人赵迎光称,未来直播不仅将成为集团多品牌品牌的标配,其直播设备和直播水平,也一定会成为行业的标杆。

据悉,韩都衣舍集团旗下韩都传媒成立

于今年 4 月 1 日,是韩都衣舍集团品牌孵化及运营生态系统中的支撑版块之一,为韩都衣舍旗下品牌提供策划传播服务的同时,逐步向社会开放。赵迎光表示,韩都衣舍要打造专注互联网品牌传播的“韩都传媒”体系,更好地迎接“小而美”的品牌时代。

资料显示,韩都传媒可以通过大数据平台,进行独立策划和资源整合,其雏形系诞生于 2008 年的集团品牌部。目前,韩都传媒已从早期的媒介和公关资源整合,建立起从品牌推广、视觉创意,到互动运营的传播服务体系。 (亿邦动力网)