业界先锋

金螳螂的超凡之处在于:不但以19年磨一剑的执著精神写就了华丽的创业史诗,更于洒脱飞扬中制订了运筹帷幄之策。明天,金螳螂将飞跃几重极限?

金螳螂 一骑绝尘跃“百亿”关

□ 苏艳蕾

在建筑装饰行业,金螳螂是当之无愧的“大腕”;对其他建筑装饰企业而言,金螳螂是值得尊敬的对手。2011年,金螳螂股份实现合同产值117.6亿元、营业收入101.45亿元,成为建筑装饰行业首家登上双百亿元经营高峰的企业。金螳螂的振翅高飞是因何人、倚何势、用何策?4月,记者前往风景旖旎的苏州,探访这家创造行业奇迹的企业。

据中华建筑报报道,4月的苏州,已没有了早春的乍暖还寒,触目所及的是“绿遍山原白满川”和小桥流水映飞檐。走进金螳螂的办公总部,喧嚣和纷扰逐渐退去,清幽和惬意扑面而来,观者仿佛置身于园林景区。这也是金螳螂一以贯之的风格:日渐其大而不凌人,隐锋芒于淡然中。

19年来,从星星之火到燎原大火,金螳螂将经营“触角”伸向了全国各地,尤其是近几年,其业务范围不断扩大:从吉林到海南,从新疆到东部沿海地区,从长年温度零下30摄氏度地区到长年温度零上30摄氏度地区,在全国各主要经济发展区都可以见到金螳螂施工人员的身影。

◎金螳螂设计研发中心

1993年,刚刚成立的金螳螂虽然制订了“走出去”的发展战略,但主要经营业务仍在江苏省内。19年来,金螳螂想方设法拓展经营范围,承建的工程不断增多,知名度不断提升。2011年,金螳螂承接项目500多个,开工建设项目300多个。其中,在江苏省外承建项目占总体承建项目的比例超过60%。

在业务范围不断拓展的同时,金螳螂的常驻外地机构也不断增加。2011年,金螳螂常驻外地机构由原来的十几家增加到现在的36家,项目遍布全国各地(除西藏外)。此外,金螳螂还实施了固本拓疆策略,不断增加新业务板块,以此来拓展市场。据金螳螂相关负责人介绍,该公司与很多知名集团,如中粮集团、万达集团、恒大集团、绿地集团等建立了战略合作伙伴关系,为进一步拓展市场创造了有利条件。

一分耕耘,一分收获。金螳螂承建的2008年北京奥运会主场馆(鸟巢),国家大剧院,国家博物馆,北京人民大会堂常委厅、江苏厅,首都博物馆,苏州博物馆,无锡灵山胜境梵宫,凤凰卫视国际传媒中心,北京四季酒店,上海浦西洲际酒店,金鸡湖凯宾斯基大酒店等装饰装修工程均获得了较高评价。

近年来,通过自主科技创新,通威股份成功开发了关键核心技术水产饲料、畜禽饲料配方技术,该领域的技术创新成果,大大提升了我国水产饲料行业的整体技术水平和核心竞争力。

科技锻造通威

□ 张东

凭借30年不懈的科技创新,通威集团成为中国最大的农业上市公司之一。

“不管是最初撬动水产领域的大门进入这个行业,还是如今作为我国水产行业的引领者,参与中国水产业的发展和变革,‘以科技创新促企业发展’的理念是通威奠定30年基业长青的根本要素。”近日,在“通威30年”庆典暨“科技的力量”新闻发布会上,全国政协常委、通威集团董事局主席刘汉元一语道破了企业辉煌30年的成功之道。

从发明金属网箱到打造“技术航母”

“猪肉0.99一斤时,成都的鲤鱼价格是每斤13到15元,是猪肉价格的10到15倍。上世纪80年代时,四川虽然已是水产大省,但人均一年只有半斤鱼。”正是看到中国人吃鱼难的现状,刘汉元开始探索高效养殖方法:1983年初,他开始了在眉山永寿永光水电站的尾水河渠进行渠道金属网箱式流水养鱼技术的试验,即在渠道流水里修建两个金属拦网,在网箱里进行相对高密度的养殖。而彼时的中国,许多地方尚处在用草、菜粕等原料养鱼的原始阶段。

作为中国水产史上一次具有里程碑意义的科技创新,刘汉元发明的“渠道金属网箱式流水养鱼技术”不仅为通威此后的快速发展奠定了坚实的科技基础,更促使通威在至今30年的发展过程中将新技术新产品的研发工作放到企业经营的核心位置。刘汉元在企业内部明确提出了“科研经费上不封顶”的政策,并表示这是通威对研发经费的承诺,也是通威实行差异化竞争的长久战略。正是在这种基本方针的引领下,通威技术研发航母最终全面建成起航。

积极承担国家重点科研项目

据了解,通威股份技术中心是四川省政府授予的天府英才工程首批十大技术创新团队之一,技术创新团队由刘汉元亲自担任学术带头人,下属500多位技术人员,其中硕、博士学历人员100多位,中高级职称专家150多位,拥有国务院特殊津贴专家、行业协会专业委员、行业标准化委员、行业标准审定资格专家、政府项目评审专家等,研发队伍平均年龄仅35岁。科研队伍长期致力于动物营养、环境保护、食品安全以及养殖业可持续发展的科学研究,每年的研发投入高达数千万元。

“近年来,通过自主科技创新,通威股份成功开发了关键核心技术水产饲料、畜禽饲料配方技术,在该领域的技术创新成果,大大提升了我国水产饲料行业的整体技术水平和核心竞争力。”通威股份营销总监王尚文告诉记者,通威股份目前正承担着国家自然科学基金委项目草鱼大片段BAC文库构建和末端测序、973计划项目淡水池塘集约化养殖的基础科学问题研究、科技部国家科技合作项目抗家禽沙门氏菌的中草药筛选及制剂开发研究、国家科技支撑计划项目反刍、水产及特种动物配合饲料生产技术集成与产业化示范、科技部星火计划项目膨化饲料养鲶鱼研究与产业化示范等。

兴业科技“开门红”

或将带来晋企境内上市又一波潮流

□ 王志前

近日,兴业皮革科技股份有限公司(以下简称“兴业科技”)在深圳证券交易所成功上市,成为晋江市第38家上市公司。这也是继2007年梅花伞登陆深交所后,总部设在晋江的又一家登陆境内资本市场的企业。晋江市委书记陈荣法、副市长王茂泉等出席兴业科技上市仪式。

据晋江经济报报道,上市伊始,兴业科技便取得不俗成绩,开盘价为12.88元,较招股价12元涨幅达7.33%。截至全天收盘,兴业科技报12.65元,涨幅5.42%。

陈荣法在致辞中表示,相信兴业科技将以此为契机,规范运作,诚信经营,整合资源,做大做强,以更优异的业绩回报股东、回报社会,也为晋江民营企业“二次创业”贡献力量,燃烧激情。

作为连续五年牛头层鞋面革市场占有率全国第一的企业,兴业科技与包括奥康、康奈、百丽、富贵鸟等在内的众多国内一线品牌建立了密切的合作关系。在兴业科技董事长吴华春看来,能够取得这种成绩,同兴业一直以来的经营理念分不开。2007年,兴业科技开始实施绿色战略,提出了“绿色皮革 百年兴业”的战略目标。

作为2007年梅花伞之后,总部设在晋江的又一家境内上市企业,兴业科技的成功上市或将带来晋企境内上市的又一波潮流。

泉州陶瓷企业各显神通

争先抢占国际市场

◎在一次交易博览会上,琳琅满目的陶瓷吸引了外商进行采购。(资料图片)

□ 游怡冰

在地上敲而边沿不坏、与玻璃一同制成可透视密封罐、以万圣节等外国节日为主题……近年来,泉州陶瓷产业一次又一次突破人们心中固有的观念,以先进的科学技术和丰富的文化创意,向各界彰显其转变提升的成果,获得各国人民的喜爱。

今年,陶瓷企业又将为世界人民带来怎样的陶瓷盛宴?企业家们将使出什么样的绝招来吸引海内外客商?来,请跟着记者的步伐到德化一睹究竟。

文化推手 “洋节日”产品热销

走进龙鹏集团有限公司的出口商品展厅,一排排形态各异、憨态可掬的圣诞老人造型产品,吸引了大家的眼球,环顾四周,“洋节日”主题产品种类繁多。集团负责人介绍,“洋节日”主题陶瓷产品在国外销路很好,去年公司自营出口创汇近千万美元,这当中,公司主动贴近外国文化起到了很大作用。

来到得盛集团有限公司,负责人一句“很奇怪,形势不好,但我们企业出口额还不少呢”惹得大家哈哈大笑。其实,这并不奇怪,得盛出口额增加得益于产品设计。看,展示柜里一系列欧美餐具、日式餐具,赢得当地消费者的喜爱。

技术保证 “新骨瓷”等新产品不断涌现

在协发光洋陶器有限公司,公司负责人拿起一个崭新的盘子往地上敲,就在记者忍不住惊呼的时候,负责人乐呵呵地把盘子拿起来,“你看,没有坏”。原来,这是公司新研发的“新骨瓷”,不仅白润细滑,装饰手法多样,并且釉面硬度及坯体强度大,机械强度高,极不易破损,具有极高安全性,打破了过去陶器使用时得小心翼翼的历史。

无独有偶,在龙鹏集团70余人的陶瓷技术研发中心,无时不刻不在冲击陶瓷技术新高地。

如今,世界各国对陶瓷产品质量的要求逐渐提高,只有过硬的技术才能保障企业在四面埋伏的竞争中脱颖而出,并且生存下来。

开放心态 陶瓷企业大力“走出去”

以上各种新产品,都将在今年的各大交易博览会上大放异彩。已在最近一次展会取得不错成绩的得盛集团仍不满足,公司还有许多“给力”产品希望展示,将积极参加在法兰克福、圣彼得堡等地举办的国外展会,“走出去”做大做强。

与国外客户建立长期合作关系,不仅有利于企业发展,还极大提升企业在国际上的声誉。协发光洋陶器有限公司就以其优质产品,深受新加坡航空酒店、香格里拉、希尔顿、喜来登、北京饭店等多家知名酒店的认可,赢得更大市场。今年,协发光洋还将开启与国外名企“携手并进”的篇章,公司将与享有200余年品牌历史的陶瓷生产商——英国Denby公司合作,专门研发生产高端日用陶瓷餐具,此举将有力提升公司国际形象。

海尔品牌,消费者的骄傲

刚装修好的新房,需要添置一些家电,以前听朋友说海尔品牌家电不论质量还是服务都不错。这次打算享受一下海尔的优质服务。我到家电商场选购了一台海尔电热水器,且预约了第二天的送货及安装。

第二天,海尔的送货人员刚离开,安装人员就如约到了新家。他们礼貌地出示了工作证件,熟练地穿上鞋套才进了门。安装师傅并不是直接就开始安装,而是拿出专用的测电仪对新家的用电环境进行了检测,然后精确地测量了安装位置,才开始熟练地安装机器。并且还使用了海尔专有的无尘安装,这种专业的操作让人感到很放心。不到一小时,就把电热水器安装完了,通电试机,水温的调节效果非常好。最后,海尔师傅还很认真地讲解了电热水器的操作方法和使用时的注意事项。安装位置没有遗留下任何污垢,干净如初。整个服务过程让我感受到海尔的优质服务。海尔品牌,我的骄傲!

(文文)

营销方略 | Yingxiao Fanglue

微博营销 以“专”制胜

□ 易观

微博以传播力度快速、广泛、精准,在极短时间,迅速成为一种时尚潮流体,不管是名人还是草根,是个人还是企业都在这140字的舞台上尽显身手,今天你还没有微博就OUT了!而各企业更是看准微博营销,运营成本低,速度快,争相注册企业微博,微博营销也将在继B2C、B2B、O2O等模式的电商之路以后掀起一阵互动消费狂潮。

国内企业对于微博营销都还处于试水阶段,专业的微博运营人才也不是每个企业都具备的,传统中小企业不像大企业有实力去组建自己的微博营销团队,想抓住有利时机进行微博营销的,更希望借助于专业的微博运营公司来出谋划策。因为在微博这个平台上,拒绝生硬的广告,恶意的营销推广,专业的营销方式必定是企业微博制胜的法宝。

企业微博营销定位要精准

微博有粉丝才有互动,数量几百上千万的粉丝当然是我们所需求的,但是企业微博营销并不单以企业微博粉丝数量取胜,更要有精准的定位。目标明确才能避免急功近利,企业应该以各自的实际情况分析,想以微博来达到那种营销效果,是宣传企业文化背景、展示企业形象、塑造企业品牌个性,还是缩短企业和客户的距离,在互动中,更准确清晰地知道客户的需求点,提供更优质便捷的售前售中售后全方位服务,又或者是只想借助这个无地域限制的平台来达到病毒式互动营销的效果。想全面达成是我们的追求,能否获得最后的预期效果,就是看企业是不是精准地定位自己,定位微博。

企业微博营销要具备专业的情感沟通人才

微博是一个互动的平台,具相关统计,在这个平台上活跃的大多是80、90后,这两个时代的人具有鲜明的个性特点,也就注定了微博是重情感交流,趣味、休闲、娱乐性与传播成正比,企业微博营销一定要具备专业的情感沟通人才,除了原创微博内容要具有易于传播的特点外,还要积极地与粉丝、客户进行情感互动交流,培养企业的忠实粉丝群。

企业微博营销要有专业的创意人才

很多成功的营销典范都与创意有着密切的联系,企业微博营销也不例外,不仅要对关键词,话题营销等有着深刻的理解,更要把创意与热点话题相结合,才能得到微博无与伦比的传播和转化效果,专业的创意人才是企业微博营销不可或缺的。

企业微博营销要选择专业的微博营销团队合作

企业在不具备微博营销的实力时,要选择专业的微博营销团队来合作,企业微博营销不是一朝一夕的事,需要企业倾注于时间和精力慢慢培养,专注专业才会为企业赢得更多的定向粉丝,在最终的洗牌中才能立于不败之地。