

烽火通信 差异化营销精耕国际市场

□ 方路 艾力 狄平 刘羽

8月15日,烽火通信公布了半年报。报告显示,该公司上半年海外收入为31亿元,同比增长39%。在国际购买力下降,同行业标杆企业利润下滑的背景下,烽火海外业务为何上扬?负责海外市场的副总裁李广成透露了核心秘诀:“一区一策”与“一品一策”相结合,更加精细地选择项目。

“一区一策”,即按照不同国家和地区的发展水平和市场特点,来制定差异化营销策略。“一品一策”则是根据区域市场特点和客户需求,制定各类产品的营销策略。在东南亚地区,由于地理和文化与中国相接近,中国员工在当地陌生感不强,产品后期维护也比较方便。在当地,烽火将各种产品全方位推进,不论是高端光网络产品,还是线缆、光纤接入、终端类设备都有不俗的业绩。

适合当地市场的产品、服务将赢得市场份额。2009年,马来西亚的国家高速宽带网络一期工程开始建设,烽火分享了70%的市场份额。今年,该项目三期工程建设,烽火独享了这一市场资源。

对于遥远的南美,烽火初期进入该市场时,选定光缆为主打产品。因为光缆经过长途跋涉后,产品性能依然稳定,后续服务较少,属于“埋在地下,二三十年不坏”的无忧产品。通过光缆敲开市场之门后,烽火又借势推动了光网络、宽带、家庭终端类设备在当地销售。

在南美市场,烽火努力寻找

金杯银杯,不如老百姓口碑 洋河成为百姓品酒会“人气王”

近日,由新华日报、扬子晚报、中国江苏网共同主办的江苏第四届百姓品酒会揭晓,洋河凭借超强的知名度、美誉度,以及深厚的群众基础,从1553个参选品牌中脱颖而出,荣登最佳人气排行榜首位。

据了解,为保证品酒会的公平、公正和权威性,主办方严控评选每一个环节。首先从5万多热心读者中挑选出35名百姓品酒师,在现场观众、特邀督察员和现场监督员的共同监督下,对从前期百姓推荐的1553个酒类品牌中,经读者投票最终入围待评的54个品牌逐一品鉴评分。

本届品酒会入围样酒不是由厂家提供,而是由主办方在超市、商场、专卖店随机采购。品评过程中,采取秘密抽取编号,民间品酒师不知道品牌名称,完全凭借个人口感品评酒质优劣。在如此严密的层层设防下,洋河品

牌仍表现抢眼,获得人气王第一。其中,旗下品牌梦之蓝M6在高端白酒评选中名列前茅,海之蓝在大众白酒评选中跻身前十。

洋河的群众基础和百姓口碑由来已久。在前三届百姓品酒会上,洋河股份(苏酒集团)旗下品牌梦之蓝、天之蓝、珍宝坊皆获得很高评价,深得广大消费者的喜爱和青睐。据主办方介绍,洋河之所以受到老百姓的欢迎,一方面与其深厚的历史底蕴、文化内涵密不可分,另一方面也与其行业地位、品牌高度有关。

金杯银杯,不如老百姓口碑。百姓品酒会的评选,是普通消费者对洋河的投票。事实证明,洋河的发展基础来自于广大消费者,来自于群众的喜爱。而“人气王”的称号说明,洋河的品牌、品质、口感已经深入人心。

(张华柏 尹爱玲 王小川)

牡丹江电业局 奏响“大营销”序曲

8月8日,牡丹江电业局“大营销”体系建设准备阶段圆满完成,新模式导入工作已全面稳步展开。

2011年以来,该局为响应国家电网公司和省公司“三集五大”要求,搭建新形势下营销体系,该局合理组建大营销体系构架。并按省公司“三集五大”体系建设整体推进计划,积极开展“一型五化”新型营销运营模式建设,超前谋划“大营销”体系建设前期各项工作,深入开展营销精益化管理,以项目化管理为抓手,细化操作方案,积极稳妥、科学规划推进“大营销”体系建设。

据悉,该局为确保“大营销”体系建设新模式导入阶段稳步推进。组织成立营销新模式业务流程梳理小组,将流程梳理、业务标准优化等项目逐一落实到各时点和责任人,对该局的规章制度、管理标准、工作标准共修改22个,新

前沿营销 | QIANYANYINGXIAO | C1

市场战略 | Shichang Zhanlue

骄王花椒 麻味先锋引领市场“芳香之旅”

作为重庆市农业产业化龙头企业、地理标志产品专用标志使用者——重庆骄王花椒股份有限公司起草与并参与制定了重庆市《保鲜花椒》食品安全地方标准,目前正着手《干青花椒》食品安全地方标准的起草工作,其成绩和行业地位不彰自显。“让骄王香飘全国、香飘世界,成为真正可以让消费者品尝到的放心食品,是我们的终极目标!”骄王花椒股份有限公司总经理聂果满怀自信地表示。

□ 本报记者 王剑兰 通讯员 兰岚

据悉,目前江津花椒的产值已突破15亿元。据重庆市江津区农委副主任张洪称,江津青花椒不仅在重庆,在全国市场,都占据着主导地位。而其中的佼佼者——重庆骄王花椒股份有限公司凭借着自身的产品和企业的实力,已在市场和行业中拥有了充分的发言权。

以标准制定者身份 前行昂首阔步

2012年4月6日,重庆骄王花椒股份有限公司收到重庆市卫生局文件《关于下达重庆市2012年食品安全地方标准制订计划项目的通知》,通知下达了2012年重庆市食品安全地方标准制订计划项目共四项,其中《干青花椒》一项由重庆市计量质量检验检测研究院和重庆骄王花椒股份有限公司共同制定。

据悉,骄王花椒自2011年成功参与起草重庆市《保鲜花椒》食品安全地方标准,该标准于2011年8月19日由重庆市卫生局发布,于2011年10月1日实施之后,便开始着手《干青花椒》食品安全地方标准的起草工作,于2012年2月10日在重庆市卫生局主持召开的2012年食品安全地方标准制(修)订项目立项论证会上,共有18个标准提出立项申请,经专家组进行认真的立项论证讨论后,最终为包括《干青花椒》在内的4个标准准予立项制定。目前,骄王花椒正成立标准起草小组,积极准备,争取高质量的完成标准制定任务。

其实,就在2011年的8月4日,



◎重庆骄王花椒股份有限公司总经理聂果

国家质检总局8月4日发布公告2011年第114号文件,批准重庆骄王花椒股份有限公司使用地理标志产品专用标志——江津花椒。此次通过获准使用地理标志产品保护专用标志的审核,对骄王公司来说意义重大。有了地理标志保护产品专用标志这个“护身符”,意味着该公司占领国内外市场有了“绿色通道”。

骄王花椒股份有限公司总经理聂果指出,骄王将充分发挥龙头企业在地理标志产品产业化发展中的引领作用,从花椒原料基地开始做起,大力推广“公司+基地+农户”的产业化经营模式,推广龙头带基地、公司连农户、产加销一体化等多种形式,从而提高地理标志产品产业化发展程度。

举起“农业产业化龙头”舍我其谁

然而,客观地看,江津花椒产业目前正遇到一些暂时的困难。市场体量的巨大并没有为其带来抵御风险的能力。由供需失衡导致的价格大幅度下滑,正将江津花椒产业面临的“内忧外患”集中暴露出来。主要包括以下三个方面:

散户种植为主——后期深加工整合难度太大和花椒品质差距大。市场流通体系不畅——经15年发展后,15亿元的年交易额仍在马路边完成。深加工“无力”——目前江津从事花椒加

工的企业20余家,但真正可以深加工成花椒精、花椒芳香精油、花椒祛痘乳等产品的企业,只有重庆骄王花椒股份分公司一家,年产值达4000多万元。

骄王花椒的冲天香气让她在花椒领域底气十足,这当然与其产地重庆江津的气候、地理环境密切相关。但更为重要的是,企业在质量、管理、安全方面的精心布局、严密管控。今年3月15日,在重庆江津区政府一楼大会议室召开了农村工作会议,会上表彰了2011年度农业产业化龙头企业先进单位,骄王花椒榜上有名,被评为江津“农业产业化龙头企业先进单位”。

2011年,骄王花椒充分发挥在农业产业化发展中的引领作用,立足自身的优势,加强生产加工过程管理,严把产品质量关,牢固树立“精、细、实、高、新”的管理理念,以“标准、科技、富民”为宗旨,遵循“食品质量、安全第一,预防为主、关键控制,创建名牌、顾客放心”的质量安全方针,着力提升产品、服务质量,树立品牌形象;严格按照规范,规模生产,带动了全区优质花椒生产技术的推广,加强花椒生产食品安全管理,保证花椒及系列产品质量,真

正让消费者使用到放心食品——绿色花椒。

骄王花椒股份有限公司总经理聂果胸有成竹地表示,2012年骄王花椒将以“农业产业化龙头”为契机,坚定信心做大做强江津花椒产业,为推进江津可持续发展作出新的更大贡献。

“花”开产业链
前后端香气袭人

目前,重庆骄王花椒股份公司的生产经营已涵盖产前、产中、产后,打通了花椒产业链,并且将产品一直延伸到如花椒油、花椒精等调味品深加工产业链下游,取得了明显的经济优势与市场优势。

“骄王”作为重庆骄王花椒股份有限公司研制开发的花椒品牌,积极投入到加强食品安全管理中。骄王花椒股份有限公司总经理聂果认为,为了保证花椒及系列产品质量,让消费者可以品尝到“绿色花椒”,公司一直遵循“食品质量、安全第一,预防为主、关键控制,创建名牌、顾客放心”的质量安全方针,采取措施加强质量管理,对种植、施药、施肥、采摘进行全过程监控,确保花椒系列产品品质稳定。

目前,公司建有保鲜花椒、鲜青花椒油、微囊花椒粉、青花椒粉(碎)、青花椒调味料酒、花椒精、花椒芳香精油等8条生产线,研发食品调味、香精香料、医药保健、日用化工等花椒系列产品,已形成四大系列49个品种。公司还成立了由10余位专家教授组建的专业花椒研发机构——重庆骄王花椒研究所,对花椒品种的选育、栽培、管理、收购、生产、研发全过程进行研究和指导。

此外,公司已在自然物种筛选、生物工程、医药工程三大领域取得了突破性进展,囊括了精品盒装花椒、花椒籽油、花椒汽车香水、祛痘乳等多品种“骄王”系列产品,成为产业链最长、科技含量最高的花椒深加工高新技术企业。

花开富贵,椒香满园。骄王公司会否开启一段引领产业发展,惠及当地百姓致富的“芳香之旅”呢?让我们静下心来期待、轻嗅闻间。



◎厂区一角

玉柴专业天然气动力树立 NG 时代标杆

为适应天然气客车日益成为国家客车燃料多元化发展重要组成部分的市场趋势,打造专业天然气发动机以满足市场需要,8月12日,玉柴股份公司在贵州省贵阳市举行了2012年玉柴天然气动力客户交流会,让客户亲身体验玉柴专业天然气发动机的优越性能,加强彼此之间的真诚交流,进一步推动玉柴天然气发动机品质与服务完善。

中国公路学会客车分会副秘书长余振清、理事杨立慧,玉柴股份公司副总经理钟玉伟、代副总经理王利民,党委副书记张嘉莎,董事长高级技术顾问卓斌,以及来自全国75家公交、客运公司的代表等出席了会议。

天然气作为一种清洁优质的能源,在我国改善能源结构,以及大力推动低碳经济发展的过程中,获得了前所未有的大发展。近几年来,我国天然气客车发展进入了高速发展期,无论是在传统的天然气产区,还是在西气东输管道沿线和沿海LNG接收站辐射区域,天然气客车的发展都呈现出前所未有的良好态势。一直以来,玉柴致力于做中国绿色动力的引领者,专注于研发生产制造符合客户需求的天然气发动机、混合动力等绿色动力,受到了市场的广泛认可。

依托玉柴强大的产品研发能力和对于发动机事业的执着和热爱,玉柴在行业形成了多项技术和竞争优势:一是产品研发时间最早,1995年开始气体机研发,1998年成功批量配套,2000年大批量进入市场,市场使用数据最丰富,形成了实验和研发的闭环支持。二是技术领先,其中单点喷射和稀薄燃烧技术,大大优化动力性和燃油经济性。三是大量专用零部件,如专用燃料控制系统、专用配气凸轮轴、专用增压器的使用,大大提高了高温燃烧下的产品稳定性。四是市场占有率最高:达到了41.7%。份额居行业第一,良好口碑和卓越性能助力玉柴天然气发动机市场表现优秀,2011年占据了LNG客车大部分市场。

余振清在致辞中高度赞扬了玉柴在新能源动力领域的突出成就。他说,长期以来,玉柴为推动客车行业实现



◎2012年玉柴天然气动力客户交流会。



◎嘉宾参观玉柴国V气体机。

环保和节能,率先成功研发国Ⅲ、国Ⅳ和国V发动机并大批量投放市场,承担起国家863课题“大型公交车用CNG发动机产品开发”项目。玉柴自主研发的绿色气体发动机已经得到成熟的应用,玉柴为推动客车行业的技术进步和提高客车用户的经营质量作出了突出的贡献。

会上,钟玉伟做了题为《专业 专享——玉柴天然气发动机绿色共赢之道》的主题报告。在报告中,钟玉伟介绍了玉柴的发展历程、研发团队、科技创新、客车市场等情况,并就玉柴专业领航天然气市场前景做了具体分析。卓斌详细介绍了玉柴国5天然气发动机的技术特点及优势。他用理论和详

实的数据向在场的嘉宾介绍了玉柴国5天然气发动机经济性好、动力性好、可靠性好、低噪环保、适配性好5大优势。他还介绍了玉柴YC4DN、YC4GN、YC6K等发动机的参数和产品特点,还对玉柴国5技术与规划型谱进行了解说。

行业专家杨立慧作了题为《我们正在开启客车的NG时代》的主题报告,对客车市场做了本质分析,介绍了天然气发展现状和未来趋势,她提出刚性的政策和气源两方面的准备完成预示着中国NG时代的到来。

会议结束后,嘉宾们参观了玉柴天然气国V发动机和玉柴天然气控制系统。

(梁冠平 林奔逸)