品牌侃谈 | Pinpai kantan

行业资源整合 品牌走出国门

□ 高帆

品牌包括很多内容,包括服务、信誉等。信誉是金,诚信经商是根本之道。如果我们生产的五金产品,不贴人家的牌子,而是以自己的牌子去,也能和贴牌销售价格一样,那么我们的GDP也不知翻了多少番。同时,做大做强我国五金产业,大财团的介入是一个关键因素。日本的松下、索尼原来都不是搞电器的,但他们是一个很大的财团,在看到了家用电器的发展前景后,他们都介入了,现在是一统天下。

如何创造中国自身与五金配件市场相称的品牌,这是我们急需解决的一个问题。随着WTO的加入,一大批国际知名品牌还要大量地涌进中国,这就是我们常说的狼来了。狼来了并没有什么可怕,关键是我们要有很好的猎枪去堵住它。我国五金行业的生产、发展必须顺应国内国际的潮流走向国际化,并以新的营销来拉动企业发展,打造国际概念。目前,我国的五金产品几乎没有在国际打得响的品牌,就像浙江的,虽然在国内享有盛名,但它还是浙江永康,而不是中国永康,还没有走出国门。相信经过一段时间的拼搏,中国五金产品在国际上打得响的品牌会越来越多。

我国每年有不少的五金产品出口(不含广义五金概念中的机电产品),但真正赚到的钱却是微乎其微,这是我国五金界非常值得关注的问题,也是我国五金业的根本问题。目前,我国的五金制造商的原始积累和财富积累还没有达到一定程度,因此,做大做强五金配件产业还需一段很长的时间,这是必然的。在国际化的过程中,我们要应对挑战,五金配件首先要做好自己的事,要搭建好平台,整合好资源。我们五金行业的目标就是,第一步追赶我国台湾,第二步追赶欧美,与世界先进水平平起平坐,真正圆我们的五金强国之梦。

五金企业做品牌 坚持 “深挖洞,广积粮,缓称王”

□ 郑正

五金品牌保护是依据各种法律和采取法律措施来对自己辛辛苦苦建立起来的五金品牌进行保护,使其具有排他性,只能让自己使用,从而具有竞争力,同时也保护了自身利益和消费者利益,保护好自己打下来的江山。

核心价值对企业来说是一个法尺,是五金品牌承诺给消费者的功能性、情感性、自我性!如海尔的“真诚到永远”,黄山香烟的“追求科技之美、员工之美、产品之美”等“美”的经营法则,沃尔沃的安全概念,大平的品质为大,平淡是真精神。

注意品牌兼容性是战略发展的需要,是要求我们建立品牌的时候要有长远的战略眼光,要想好品牌的兼容性,不至于品牌日后不能兼容一些新的产品;注意品牌的个性张扬与差异性就是说我们的品牌要持续保持自己的个性,要突出和同类产品的区别;品牌延伸作为企业实施品牌战略中的一种策略,是一种名牌创新术,它可以利用现有的品牌派生出新的品牌,即凭借品牌产品的辐射力,以事半功倍的效果形成名牌系列产品,或利用品牌优势在相对较短的时间内扩大企业规模,提高品牌产品产量,从而更广泛地占领市场;多品牌战略,很多人就会想到多品牌可以有效的细分市场,针对不同的细分市场创立品牌,整体是公司形象,市场份额是加法,这样就能最大限度地提高自己的市场份额。我们倡导五金企业做品牌应坚持“深挖洞,广积粮,缓称王”。

在技术门槛较低的行业,品牌几乎让产品在终端销售与市场竞争中独占鳌头,占据市场领导者的位置。品牌建设,是企业核心竞争力软件资源中的重要一环。当企业发展到一定高度时,五金品牌美誉度与知名度等相应提升,消费群体就会减淡对企业背后硬件资源的深入探究和考虑,而关注企业与消费者内心的沟通。海尔、联想、雕牌、奥迪等知名品牌,五金品牌就是质量和信誉的见证。品牌成为了市场追随者短期内无法逾越的界线。我们中小企业在危机中做五金品牌是件未雨绸缪的事情。

加强创新求突破

我国精密五金接近世界水平

□ 钟机

近几年,随着市场知名度的进一步扩大和经营档次的不断提升,五金城的装潢装饰五金经营结构和产品结构都发生了深刻变化。国产五金量具亮点不断,从目测到简单测量再到精密测量,测量技术的进步一定程度上保障着制造技术的进步。测量技术是关键和基础。精密加工制造不仅需要机床的精度、稳定性以及刀具、夹具的精度来保证,同样需要精密量具量仪来校准、测量。有的是在加工过程中;有的是事后的检测。精密加工制造不仅需要机床的精度、稳定性以及刀具、夹具的精度来保证,同样需要精密量具量仪来校准、测量。业内专家罗百辉透露,以风电行业为例,发电设备中一些典型关键零部件如汽轮机叶片、转子轮槽以及汽轮发电机转子嵌线槽等典型零件的加工和检测,在一定程度上代表并反映了一个国家先进切削技术及数控刀具、数字化测量技术及测量仪器的最新成果和水平,因而备受工具制造行业的关注。

令人感到欣喜的是,国内五金量具量仪制造企业近年来在数显技术和数显五金量具产品的自主开发上加大投入,已经取得巨大的成效。近10年不断强化在齿轮测量仪器、表面粗糙度测量仪及轮廓测量仪等精密仪器开发制造领域的优势,成功开发了目前国产最大的2米cnc齿轮测量仪,成为国内最具竞争实力的精密测量仪器制造厂商。

五金发展潜力巨大 行业仍需大步催化

□ 吴铭

近年来装饰五金企业如雨后春笋般前赴后继,遍布在青海省海南州大街小巷。但由于受到旧的生产理念束缚,很多中小企业仍停留在追求数量的层面上,产品质量难以得到保证,行业还需自身催化。

笔者在海南州市场发现,本地的大多数装饰五金经销商都是一些小企业,主要是以小作坊式的店铺为主,且店铺分散,品牌意识不强。这些企业往往靠价格战和销量取胜,做品牌的只占很少的比例,从而导致行业存在散、乱、小的现象。经营模式的陈旧,以远远不能适应快速发展的市场形势了。

经销商们以小品牌的产品价格低廉容易在三四线城市立足为首选标准,导致产品差异小,市场竞争异常激烈,催化利润不断摊薄,从而促使大多数的产品在拼价格和拼服务。而众多厂家们则没有创新研发能力和持续性发展战略,只是一味地模仿复制,产品工艺、款式几乎雷同,整个市场同质化现象非常严重,经营模式单一和保守,严重导致五金行业进入价格的恶性竞争。

五金企业应积极加大技术设备更新与产品更新,尽快完成由低级产品到高中档产品的发展,由以价格为主转向到高品质、高技术含量的产品竞争上。随着竞争的深入,五金产业链整体的利润空间均在压缩,降价的空间日趋缩小。企业们应意识到单靠价格竞争是不能增强核心竞争力的,也不是长远发展的方向,企业必须努力探索新的发展道路。应加大了技术投入,开发新的具有高技术含量的产品,以产品的差异化作为企业发展的长久之计,寻求新的市场需求,以实现企业的可持续发展

其实五金配件在橱柜、衣柜、门窗、卫浴等家居产品中起到连接、装饰、拓展功能、延长寿命的关键作用。虽然这么重要但人们的重视并不高,五金配件行业还只是处在发展阶段,市场消费潜力还有待挖掘。

石狮小微型企业创新技改尝甜头

每年直接节省经济效益30多万元,实现节约型经济和节能减排双丰收

□ 刘永红

近日,数家五金企业负责人在石狮市炫煌五金制品厂参观学习技术创新方法,现场考察了解该厂技改效果后,表示回去也要进行技术改造,通过生产性技术改造提高企业竞争力。

据石狮日报报道,该厂员工不足20人,年营业收入低于300万元,是典型的微型企业。2008年,当国际金融危机爆发后,锌合金辅料产品市场竞争更趋白热化,微型五金企业在竞争中处于下风。为在低谷中闯出一条生存与发展之路,该厂经过评估和酝酿,着手进行大压铸机改小压铸机、小电炉改大电炉协同配套的技改方案。

据悉,该技改方案为,把原来80吨/部的压铸机换成两部25吨/部的压铸机。原理为:原来80吨/部压铸机同时可打8个模具,换成25吨/部压铸机,每部只打4个模具,两部小压铸机可打8个模具,工作效率相等,但技改后共50吨压铸能力比原来节省了30吨的能耗,节能效果凸显。

据介绍,原来使用80吨压铸机时,标配压铸工10人,还得配技术人员2人、杂工1人、管理人员若干,约14-15人。当改用25吨/部的压铸机后,双机仅需配压铸工3人、技术人员2人、杂工兼管理1人,6-7人即可。技改后,生产线员工少了一半,仅以2000元/人月收入计,每月人工成本即可节省1万多元,对于大企业也许不放在眼里,但对于微型企业来说,一年人工成本节省10多万元则是比较可观的。

此外,原来使用11千瓦的小电炉时,因炉面小,融料不够,经常意外带出锌合金,锌合金原料损耗较大,生产中料渣多达30%—32%。技改后,融料电炉从11千瓦的小电炉改成了24千瓦的大电炉,再使用11千瓦的小电炉保温,料渣减少了一半,仅为14%—16%,每吨锌合金可节省2000多元的料渣损耗。该厂4部25吨的压铸机台,每月节约的料渣损耗价值约2.5万元;由于大电炉要多耗电,每月增加的电费支出约3000元,扣除增加的电费支出,每月节约了2万多元的经济效益。

据统计,该厂大压铸机改成小压铸机后,每年节省人工成本费用10多万元;小电炉改成大电炉后,每年料渣节约价值达20多万元。两者合计共节省直接经济效益30多万元,这还不计间接效益,企业还同时在节约型经济和节能减排方面获得了双丰收。

石狮市大中型企业开展技术创新活动已经非常普遍,但小型,特别是微型企业限于人才、技术、资金的不足,很少主动开展技术创新活动。该企业今年尝到技术创新的甜头后,正在考虑明年采用机械手自动分捡机等自动化设备,争取迈入创新型企业行列。

点评

创新才是发展硬道理

微型企业要不要走创新技改的道路?石狮市炫煌五金制品厂创新技改出效益的成功经验,已经给出了明确的答案,创新与技改是石狮微型工业企业生存与发展的光明之路。

石狮市在城乡一体化和工业化进程中,微型企业是石狮市经济社会中的民生工程,在不少行政村中,起到了支柱型农村经济的重要作用。石狮市第二次全国经济普查数据表明,全市有营业执照的工业个体经营户3937家,从业人员41833人,平均每家约10人,几乎皆为微型工业企业。根据国家对企业的划型标准,从业人员20人以下或营业收入300万元以下的为微型工业企业。由于微型企业普遍面临人才、资金、技术的不足,微型企业大多像大海中的一叶扁舟,随波逐浪,很难经得起狂风大浪的考验,这是现实经济生活中比较普遍的看法。石狮市炫煌五金制品厂通过大压铸机改小压铸机、小电炉改大电炉的创新技改项目,创造出了30多万元/年的直接经济效益,使企业在竞争中站稳脚跟,企业走出生存的困境,走上了发展之路。

该典型案例告诉我们,微型企业也可以通过开展创新和技改活动,提升企业竞争力。 (老牛)

全新“S”升级 打造6S品牌

给你一个全新的萨米特卫浴

□ 唐湛初

最近,在北京萨米特经销商峰会上,营销中心总经理吴昌辉先生担任萨米特卫浴代表主持发布萨米特卫浴:全新“S”升级,打造6S品牌。2012年,萨米特卫浴只有一个目标,就是以踏实勤恳的态度与服务让客户感受到一个逐渐提升的品牌形象。萨米特卫浴每迈出一个步伐,每做出一份努力,凝聚创新的每次改变都将给所有人带来信心与期待,让大家看到一个不一样的萨米特卫浴,共创萨米特卫浴的新辉煌!

第一“S”升级:Successful 成功之道,品牌缔造;

第二“S”升级:Smart 智卫非凡,共谋先机;

第三“S”升级:Series 智美臻品,源自萨米特卫浴;

第四“S”升级:Service 专业铸品质,服务树品牌;

第五“S”升级:Star 星级设计,升级品位;

第六“S”升级:Safe 信心承诺,质量保证。

依托科学技术,精益求精,集中专业人才优势和智慧,开拓创新、努力提高产品质量。在全新“S”升级下,打造6S品牌。萨米特卫浴品牌将会深入人心,市场占有率和出口量稳步提高,逐渐成为举世瞻目的国际性品牌,成为行业知名品牌高科技的智能卫浴品牌。

智能锁具市场将迎来巨变

□ 钟琐

从原始社会开始,锁具的发展经历了漫长而复杂的演进过程,主要由古代的插簧锁阶段、到现代的机械锁阶段以及正在进入的智能锁时代。随着社会的不断发展,锁具的安全性越来越受到人们的重视。未来的门锁市场怎样发展才会把安全带给消费者?

据介绍,目前市场上比较流行的锁具,外形主要有球形、三杆式圆盖板执手形、嵌入式长盖板大门锁等几种款式,还有一些锁体手柄两分开的款式。其中,球形锁一般用作内房门锁,价格从10多元到80多元不等,品质较好的压铸球形门锁的价格会高些;执手形门锁的款式比较新颖,在造型上的技术要求高一些,价格从30多元到90多元不等;小型插芯锁多用于家居大门锁,因品牌、款式、材质等不同而价格差异很大,从60多元到300多元的都有;中型插芯锁是带有锁芯的,用作大门锁会更保险一些,价格多在120元至500多元之间;更高级的是别墅大门锁,无论是产品技术和档次都较高,价格在700至3000多元之间。

业内人士认为,制锁行业已经逐步向中高档、技术含量高的方向发展。根据2010年一项对物理门禁控制市场的调查研究表明,超过70%的最终用户和80%的行业受访者认为,在未来3至5年内,他们希望以手机、钥匙牌、标签或凭证卡等方式替代现在的传统门锁。这项调查进一步证明,智能锁具市场将迎来一场巨变。

日丰管业 北方建材基地落户武清

□ 郑桂东

近日,武清开发区总公司与广东日丰投资控股有限公司在武清开发区总公司举行日丰管业北方建材生产基地项目签约仪式。区委书记张勇出席仪式,并与广东日丰投资控股有限公司董事长兼总经理许伟钊一行座谈,对项目落户武清表示欢迎,表示武清一定会秉承“服务他人就是发展自己”的理念,为企业搞好全方位服务,促进企业在武清健康快速发展。开发区工委书记、总经理刘东海参加。

日丰管业天津项目由广东日丰投资控股有限公司和佛山市日丰企业有限公司投资设立,占地约226亩,投资总额10亿元,注册资本6000万元,主要从事高品质水暖管材及配套五金件、阀门、卫浴等产品的研发、生产和销售。达产后预计年产值20亿元以上,年税收1亿元以上。

公司报道

九鼎新材助力未来建筑五金

□ 任名

江苏九鼎新材料股份有限公司(原江苏九鼎集团股份有限公司),成立于1994年,注册资本17576万元人民币。公司专业从事玻璃纤维纱、织物及制品、玻璃钢制品的生产和销售,是国内规模最大、实力最强、技术最先进的纺织型玻纤制品生产企业,全球最大的增强砂轮用玻纤网片供应商。2007年,公司在深圳证券交易所挂牌上市。

公司系中国玻璃纤维制品深加工基地、中国建材百强企业、全国工业行业(玻璃纤维及制品制造)排头兵企业、国家级重点高新技术企业、国家级和省级火炬计划项目实施单位、全国守合同重信用企业、江苏省质量管理奖企业、南通市质量管理奖企业。公司通过了ISO9001质量管理体系、ISO14001环境管理体系、OHSAS18001职业健康安全管理体系和TS16949汽车行业质量体系认证,并被推荐为中国玻璃纤维工业协会、中国复合材料工业协会副会长单位。