

布局中国 韩国斗山工程机械发布新品牌战略

■ 白放

3月28日,韩国斗山工程机械在京高调宣布,推出7种专为中国市场研发的工程机械。同时宣布新的品牌战略,以期抢占市场先机,重塑竞争新格局。

据悉,这7款产品包括42吨、50吨级矿山用大型挖掘机、下一代小型挖掘机以及4种装载机。其中,42吨、50吨级两款挖掘机具有高可靠性及高生产效率,主要满足中国矿山客户的需要,同时还专门针对煤矿及松散物料作业提供大铲斗配置。斗山方面称,从这些设备的研发阶段起,他们就充分研究中国矿山地区的工作环境以及高山地区、酷暑和严寒地区的特点,并按客户的需求制造产品。

斗山工程机械中国销售与市场高级副总裁蒋岚表示,当前工程机械市场甚至已经萎缩到2005年的状态,整个行业都面临困难和问题,这说明低价倾销没有前途,过去的野蛮增长模式已经不可持续。

“2005年至2010年是中国市场最红火的阶段,但近两年陷入了低谷,我认为这是很正常的情况,市场已经不再是靠粗放式发展就能成功的阶段,令人高兴的是现在已经到了逐步走出低谷的时候。”斗山工程机械亚太和新兴市场及中国营业事业副社长安熙殷说。

蒋岚认为,斗山工程机械将由此拉开品牌转型、提升整体价值链的序幕,包括品牌形象、产品品质和性能、市场营销、售后服务、金融支持、以旧换新和再制造业务、客户满意度等,为用户提供整体解决方案,带给客户全新商业体验。据了解,斗山集团是目前韩国最大的财团之一,成立于1896年,是最早进入中国市场的工程机械制造商之一,至今已有近20年,其挖掘机市场占有率已经连续8年名列前茅。

业内人士指出,目前,我国已超越美国、日本、欧洲成为全球最大的工程机械市场,这对投资者来说意味着良好的市场机会,会吸引越来越多的国际工程机械巨头纷至沓来。

国内首条汽车高端自动化生产线在江淮投运

■ 袁五

4月2日,由安徽巨一自动化装备有限公司与合肥工业大学共同主办的2013汽车车身先进制造技术论坛在合肥开幕。记者获悉,由巨一研发的国内首条具有国际一流水平、每分钟可焊接装配1台车的高端自动化生产线近日在江淮汽车投入使用。

4月2日下午,在江淮汽车轿车基地乘用车三厂宽大的装配车间内,由安徽自主设计的国内节拍最高的焊装生产线迅速制造着一辆又一辆轿车。记者看到,整个焊装线只有179台机器人,完全实现了中间过程无人化智能生产。专家介绍,这条高柔性焊装线可满足6种车型自动化切换及同时生产,焊接时间较普通生产线缩短20%。

这条国内首条汽车高端自动化生产线,去年年底在江汽试运行,近日正式运行。汽车制造装备技术长期以来由欧美、日本等发达国家垄断,我国民族品牌汽车企业只能引进国外生产线。为打破技术垄断,巨一自动化和合工大开展产学研合作,在汽车智能制造成套装备开发中取得众多核心技术的自主知识产权,相关产品应用于中国一汽、奇瑞、江淮及意大利卡拉罗、美国美驰等国内外汽车企业,其中主减变速器总成装配生产线在国内市场占有率超过80%。

鸿雁电器缅甸专营店开业

■ 方北

浙江杭州鸿雁电器有限公司海外市场喜添新翼:3月21日,经过前期的精心准备,继鸿雁越南河内照明专营店开业之后,鸿雁又一海外专营店——缅甸专营店正式开业。

鸿雁缅甸专营店位于仰光市区,店内两层的空间井然有序地展示了电工、照明、管业、智能等各大产业产品,拥有员工近20名,并聘有专业的销售工程师。

据悉,公司计划将鸿雁LED室外照明产品应用于鸿雁缅甸专营店的夜景照明工程,在进行产品市场推广的同时,将该店打造成为仰光市标志性建筑。

勤上光电龙头地位稳固 LED 照明助推业绩“发光”

虽然LED照明产品价格已降至市场启动点,预计2013年到2015年需求增速维持较高水平,但广东勤上光电作为LED照明龙头企业,将充分受益于LED照明需求出现业绩井喷式爆发。把握产业脉搏、洞察市场先机,迎来业绩的井喷式爆发。预计2014年前,广东省LED照明改造项目将为勤上光电户外照明业务带来超过7亿元增量收入。



■ 钟国

2013年,工商业照明领域LED产品的全面推广即将引爆LED照明的高市场需求,而国家政策支持与落实更是为LED照明企业带来难得的高速发展机遇。

龙头地位卓著,竞争优势明显

广东勤上光电2012年度业绩快报显示,营收总收入同比去年增加11.45%,营



◎生产车间

业利用同比去年增加9.23%,预示着公司产品已顺应市场需求,并得到广大客户的认可与信赖。由勤上光电承建的人民大会堂万人礼堂满天星照明光源改造项目顺利通过验收并投入使用,为两会召开创建了舒适的光环境,得到了与会代表、委员的一致好评。近期已中标/预中标的广州乡镇路灯建设项目、清远市区路灯改造项目、广百集团LED照明示范项目、广州地铁示范工程说明了勤上光电在广东省政府招标项目拥有较强竞争力,公司作为广东省市占率第一的企业将分享最大蛋糕。预计2014年前,广东省LED照明改造项目将为勤上光

电户外照明业务带来超过7亿元增量收入,未来市场发展空间十分广阔!

多种产品入选标杆,满足高端市场需求

近日,广东省半导体光源产业协会发布了《广东省LED标杆体系推荐产品目录(室内照明SN201210)》和《广东省LED标杆体系推荐产品目录(室外照明SY201210)》。其中,广东勤上光电股份有限公司有66款产品成功入选目录,入选数量居于首位,并遥遥领先于第二名。

产品须通过光色性能、安全、电磁兼

卫浴洁具 打通独立品牌销售渠道

■ 柴简

目前,很多从墙地砖厂发展起来的卫浴品牌已逐步走出这种误区,从做产品到做品牌、服务,从原来配套从属地位走向独立销售,从生产、研发、销售、网络、渠道、售后等各环节建立专业队伍,实行专人办专事,实现对卫浴品牌的独立整体运作。以前很多卫浴品牌是与砖的销售捆绑在一起的,共享其销售渠道及网络,目前在一些二级市场还能看到这种模式,但近年来卫浴品牌越来越讲究专业化操作,在一级市场基本上已完全过渡到独立的卫浴品牌销售渠道。具体表现在卫浴专卖店的普及。

品牌概念店成为卫浴营销新模式

对于卫浴洁具行业,品牌概念店或者称卫浴专卖店却是近年来才有的创举。多品牌代理制是传统的终端经营模式。随着市场竞争的加剧,多品牌代理制已经越来越不适应市场的发展,品牌概念店应时地成为了近两年来卫浴品牌厂家极力推崇的营销模式。厂家插手销售终端是近年来卫浴营销的一大景观。伴随着东鹏卫浴、鹰牌卫浴的生活馆或旗舰店在各一级市场相继开幕,打造这种卫浴品牌专卖店的浪潮进入了高潮。

品牌概念店的出现为卫浴品牌提供了一个展示其品牌形象及品牌文化的平台,更好地展示了配套完善的卫浴产品,倡导了一种整体卫浴的概念。其实,受益的不仅仅是商家,消费者从品牌概念店的营销模式中也获益匪浅。销售人员的专业指导和较为完善的品牌的售后服务是品牌概念店与多品牌卖场最大的区别,也是最让普通消费者心动的“亮点”。

卫浴洁具加速向家电式营销靠拢

由于卫浴洁具在品牌属性、产品内涵及附加价值、售后服务等方面被认为与家电行业相当接近,因此经常被拿来与家电行业对比。近年来卫浴行业也开始越来越多地吸收家电等其他行业的先进营销理



念及做法,主要表现在以下几方面:

1、加大对终端消费者的广告投放从参与的程度来看,参与的企业多了,次数也多了。从投放广告的方向来说,越来越注重针对终端消费者的广告投放,从行业杂志、报章到各类家居时尚杂志,从机场路旁的巨型户外海报到电视广告,而电视广告更从地方电视台提升到中央电视台,广告的含量越来越大。各卫浴品牌都希望通过针对目标受众的广告宣传,引导和培养消费者对其卫浴产品的认知和接纳。

2、售后服务成为卫浴厂家越来越重要的一张牌

对比电子行业已做得很到位的售后服务,国内卫浴厂家提供的售后服务才刚开始,可以向家电行业学习的空间还很大。目前国产卫浴品牌的售后服务很多时候依靠经销商自行把握,因此服务的水平参差不齐。大多数卫浴品牌都只是停留在传统的商品售卖层面,服务概念仅仅只是帮忙安装和维护等所谓“售后服务”,并没有形成一个完整、成熟的服务营销体系,这对卫浴这种比较专业

的家庭用品来说是远远不够的,从导购到安装再到维护,并非一般消费者所熟悉并能自己完成的,随着卫浴产品趋越智能化,技术结构越来越复杂,服务的配套及创新更显重要。

可以预见,服务经济时代已经来临,服务将成为卫浴市场走向成熟的标志。纵观当今卫浴市场,谁拥有了服务,谁能为消费者提供更多的产品附加值,谁就会成为市场真正的王者。

3.吸收跨行业的营销治理人才,注重厂家及经销商的培训

近年来在一些卫浴品牌出现了资深行业经验主义者与来自其他行业的职业经理人并肩作战的战略安排。注重培训也是卫浴产品的一个潜在需求,卫浴产品的专业化及人性化使这种培训非常必须,近年来一些大厂都会邀请培训顾问开展内部营销实战培训,另一方面卫浴产品的文化内涵高也决定了对经销商的要求更高,目前卫浴经销商客户群体相对墙地砖经销商群来说,文化程度要高,更为细腻及专业。而经销商的学习意识也有很大的提高。

冷王发布 2013 冷藏车机组系列新品

■ 梅桐

全球领导者英格索兰日前宣布,其旗下品牌冷王在75周年华诞之际隆重推出全新非独立机组SV系列,并在重庆成功举办了2013年冷藏车机组产品发布及客户答谢会。冷王中国区销售及市场团队、冷王重庆代理商及西南地区广大客户均莅临会议现场,共同见证了冷王全新非独立机组SV系列的成功发布。

会议在冷王中国区销售及市场团队、冷王重庆代理商重庆昌慧汽车零部件有限公司总经理张继东及重庆雪峰冷链物流有限公司董事长宋明先生共同揭开了SV系列的神秘面纱。

随后,与会嘉宾们还兴致勃勃地参观了SV系列样机,冷王精湛的产品工艺和

质量受到了大家的一致好评。对此,重庆雪峰冷链物流有限公司董事长宋明先生表示:“很高兴能成为冷王非独立机组SV系列在西南地区的第一个采购者,非常感谢冷王长期以来为我们提供的优质服务和支持,我们相信冷王新推出这一产品系列将同我们现在使用的冷王其他机组一样,可靠、耐用、省油 and 环保。”

作为全球运输温控解决方案的领导者,冷王成立于1938年,为各类运输系统提供温控解决方案,包括拖车、卡车、客运汽车、海运集装箱和轨道交通车辆等。2013年,是冷王喜迎75周年华诞和进入中国市场20周年的纪念年,为此冷王特别推出了全新非独立机组SV系列,为更多新老客户提供优质的产品和服务。

容、能效等标杆指标的严格测试,达标后方可进入推荐产品目录。勤上光电积极响应配合评价标杆体系的相关测评工作,产品参加了系统光效、色温、照度、亮度、老化等测试。测试结果显示,勤上的LED照明产品性能优越,在同行产品的比较中处于行业领先及高端水平。

政策利好勤上光电,业绩爆发更值得期待

权威研究表明,LED照明占通用照明领域的比例在2015年将达到50%,2020年将达到80%。2012年5月23日,广东省人民政府印发了《广东省推广使用LED照明产品实施方案》:3年内普及LED公用照明,至“十二五”期末,实现年产值5000亿元以上。2月17日,国家发改委、科技部等6部委联合发布《半导体照明节能产业规划》,系统阐述了“十二五”期间中国LED行业的发展目标、主要任务、重点工程和扶持措施。《规划》明确了促进LED照明节能产业产值年均增长30%左右,2015年达到4500亿元,其中LED照明应用产品1800亿元。

这对于当前的LED产业来说无疑是一针强心剂,政策春风让LED企业有了更多的信心去面对不断扩大的市场总量和更加激烈的市场竞争。随着《半导体照明节能产业规划》出台、财政补贴推广力度加大以及国家、各地方政府带头采用LED照明等措施落实,LED照明新一轮市场正在孕育。把握产业脉搏、洞察市场先机,早已开启LED照明市场战略的勤上光电将迎来业绩的井喷式爆发。

由于注重企业标准的先进性研究,广东科达公司编制的关键技术指标不仅严于国家标准、行业标准,而且将标准、专利与产品有机结合起来,使自主创新成果产业化。

广东科达机电标准覆盖率达100%

■ 沈洪

“广东科达机电股份有限公司(以下简称广东科达公司)在先进制造业标准化试点中,在机械制造中制定设计标准,用于指导机械设计,压缩各类零部件达10万多个。”近日,广东省质监局标准化处副处长张定康说,该公司在标准化试点中,提高标准件和零部件的标准化程度,增加零部件的互通互换,取得了明显成效。

广东科达公司是一家以生产制造陶瓷、石材、墙材、能源、高端液压泵等大型机械及机电一体化装备的高科技企业。自2010年初承担广东省质监局先进制造业标准化体系试点项目以来,该公司将各类技术、管理、工作标准纳入企业标准体系达4088项,范围覆盖产品的设计、采购、工艺、检验、安装服务等全过程,标准覆盖率达到100%。在3年的试点中,该公司在广东省质监部门的指导下,成立了由公司总经理及相关部门负责人组成的标准化管理委员会,组成了技术、管理和工作标准化3个工作组,建立和完善了公司标准化工作网络,企业管理达到最佳的资源配置,从而取得了最优的经济效益。

通过制定产品设计管理标准,该公司提出了“标准件”概念,外购零配件的标准化程度大幅提高。按照标准要求,该公司对类似的零配件进行归类,缩减规格品种,清理废码,不仅实现了零配件的集中批量采购,而且节约了生产成本。

该公司制定零部件标准化,为推行产品的参数化、系列化、通用化、模块化设计打下了基础。公司制造的抛光机、刮平机、磨边机及布料车等机械设备,均按照标准要求,采用模块化设计方式,按功能特殊划分单元,对类似零部件进行了优化合并,大大减少了外购零配件的库存。

以机械设备生产过程中所需的“铆钉”为例,在标准化试点前,设计人员会根据个人习惯提出几十种不同“铆钉”的需求。现在,公司规定了8种规格的“铆钉”标准件,要求设计人员无特殊要求,必须按标准要求的规格选用。通过大幅度压缩各类零配件种类,该公司实现了零部件的通用互换,仅“铆钉”一项标准化,每年至少节约成本230多万元。

由于注重企业标准的先进性研究,广东科达公司编制的关键技术指标不仅严于国家标准、行业标准,而且将标准、专利与产品有机结合起来,使自主创新成果产业化走上了标准化道路,节约了生产成本,促进了陶瓷机械行业向节能降耗、环保设备转型和升级换代,提升了企业的竞争力。