

LED 照明渠道调查:山西市场 LED 新宠上位?

■ 大照明

据记者在山西县市级市场调研结果显示,在山西照明市场上,LED 照明尚未成为真正的市场新宠,传统照明依旧盘踞“江湖”。

运城城市: LED 市场竞争正如火如荼

作为山西省的第三大城市,运城市独特的区位优势使得其在与周边省份交流合作的过程中扮演着晋南大通道、桥头堡的角色。当地主流灯具卖场有禹都鑫源装饰材料城和通联装饰城,此外在居然之家、豪德装饰城也分布有少量的灯具商户。

其中鑫源装饰材料城因灯具营业面积最大,客流人气最旺,市场地位举足轻重,有“观一斑而知全豹”,观鑫源则知运城市场之冷暖。运城市集中的灯具商户有近 60 家,其中 40 家在鑫源装饰材料城。

早在今年“五一”期间,本地唯一中高端建材卖场——运城居然之家正式开业。灯饰部分位于卖场 5 楼,营业面积 2400 平方米。目前,进驻的品牌有雷士、诺克、开元、松下、琪明、西蒙等。据悉,红星美凯龙也在紧锣密鼓地计划登陆运城市场,目前正与鑫源装饰城洽谈合作事宜。

和大多数地市一样,运城灯具市场当前 LED 竞争正如火如荼地进行。据了解,目前比较活跃的 LED 品牌除雷士照明、三雄·极光等传统商照强势品牌外,长方照明、佛山照明、雷克照明等也在发力终端。

平陆县: 周边市场构成严峻威胁

平陆县城有一处综合性建材卖场——天河建材城,其毗邻 G209 国道,距河南三门峡市内车程不足十分钟。正是因为这一特殊的地理位置,平陆灯具市场受河南市场的影响非常大,从省会太原和区域中心运城批发的商户寥寥无几,除少部分设渠道保护的品牌专卖店外,平陆市场绝大数的渠道被郑州市场所覆



盖。

平陆现有灯具商户 14 家,其中位于天河建材城的有 8 家,其余则沿街散落。当地灯具品牌有雷士、欧普、三雄·极光、飞利浦、乔森等。

据当地雷士照明总经理张晓辉介绍,平陆 1/3 的消费者会选择到三门峡购买灯具,而以前这一比例曾高达五成。张总还介绍,当地消费者对灯具品牌认知度起步较晚,近两年他们的品牌意识开始逐渐增强,现在已有部分顾客直接因雷士品牌而购买。

临猗县: 房地产业推动灯具市场发展

临猗县是一个以农业为主的县城,受益于林果种植规模化的农民纷纷进城购房,拉动了当地灯具销售业发展。原先十来家灯具商户,近两年增至二十多家,主要集中于老建材城一条街和阳光建材城。欧普、雷士、乔森三大品牌在当地市场处于强势地位。

代理欧普照明的华鑫灯饰经理牛发聪表

示,黄水晶灯和平板玻璃灯在当地比较畅销,当前消费者表现出对 LED 灯具兴趣浓厚,关注 LED 吸顶灯的消费者逐渐多了起来。牛总经营灯具 9 年,店面营业面积 240 平方米,目前年销量大约 60 万元。

走访市场过程中,记者发现一趣事,在被称为阳光建材城的街道两侧,居然看不到任何和“阳光建材城”有关的痕迹或标识。带着疑惑,记者拜访当地的商户,他们道出了缘由:原来该建材城早先有门头,只是因涉嫌违章,被城建部门勒令拆除,这才有了现在“有城无名”的奇怪现象。

万荣县: 灯具行业面临投入高、收益少

万荣县县城现有灯具商户 13 家,加上近郊乡镇颇有规模的金五商户,共二十余家,分布极其散落。县城虽有一建材市场,但只有一家灯具店面,经营欧帝尔照明,其他商户则沿街零星分散。

该地区经销的主要品牌有欧普照明、雷士

照明、三雄·极光、德力西照明、鸿雁照明、飞雕照明、小康之光等,进货渠道多为侯马、运城及河南郑州。许多商户向记者坦言,现在经营灯具的情形远不及前几年,灯具行业面临着压力大、投入高、收益小等风险。

在走访中,记者还发现,该县有一座建材城空置一年多,竟然无一商户入驻。有周边商户告诉记者,该建材城租金较高,且市场配套、营销等相关环节不到位,商户和当地百姓对该卖场普遍不看好。

天津市: 经济下滑导致行业不景气

天津市是一座全国百强县,曾是山西名噪一时的经济大县,但近几年随着其支柱产业铝业和煤焦业等高能耗产业的没落,经济也一路下滑。从当地灯具行业的变化,也能从侧面印证这个事实,灯具商户从鼎盛时期的四十余家减少到现在的三十家左右。

以东都商城为例,南海灯饰正寻求转让,原先的乔希灯饰现在则转行卖起了集成吊顶,而金信国际照明已经多日没有开门营业。据鑫鑫灯饰总经理畅少武介绍,当地有 80% 的商家从郑州发货,另有 10% 的商家从西安发货,从省内渠道发货的只占 10%。畅总还介绍到,目前他们所销售的灯具产品中,LED 占 30% 左右,且这一比例正在不断攀升中。

目前,天津市灯具商户主要聚集于东都商城、津辉建材城及其周边街道。东都商城内灯具区域比较集中,从事灯具销售的商户有 15 家;而 1998 年投入 6000 万元建成、现有入驻商户 200 余家的津辉建材城,是涉及钢材、木材、工程机械、瓷砖洁具、家具、五金水暖、灯具在内的综合性卖场,其体量之大,在山西境内的县级市场非常鲜见。

乡宁县: 低端、低价 LED 产品盛行

这是一座建立在相对平缓的河沟两侧的山区小县城,当地经济和煤矿开采紧紧捆绑在一起,是众多山西县城中的一个缩影。

马钢创新营销服务模式出成效

■ 钟治

今年 10 月,马钢经过长达一年的精心准备和技术攻关,所试制的冷轧汽车板 4 个钢种完全达到了通用汽车公司的标准要求,并顺利通过了通用汽车公司全球金属板材专家团队 3 个月的全面检测试验,正式获得了通用汽车公司全球一级工程认证,标志着马钢具备向全球通用汽车公司供应汽车板产品的资质。这是马钢创新营销服务方式、强化新产品开发、抢占市场制高点的一个缩影。

今年以来,受钢铁产能严重过剩、房地产调控力度加大、基础设施建设投资项目减少、下游产业链需求不振等影响,国内钢材市场持续低迷,钢铁企业市场订单均有不同程度的下滑,如何扭转生产经营被动局面?马钢以营销为龙头,以客户关注为焦点,创新营销服务模式,强化新产品开发,并把贴心服务“包”进产品销售全过程,抢占国内铁路、建筑、电力、汽车、家电、煤炭、造船、铁路、桥梁、地铁、压缩机等行业的市场高端,全力支撑了企业全年生产经营大局。

走访客户 变生产商为技术服务商

据中国冶金报报道,产品不能一卖了之,而是要全过程对产品使用进行跟踪,听听客户有哪些意见和想法。同时,出于为客户精打细算的考量,派技术专家上门讲解产品性能,并现场正确指导客户使用产品。这是马钢今年创新服务模式的一大亮点。

今年春节一过,马钢高层领导带领技术专家分片走访了北京、广州、上海、重庆和江苏、河南、安徽、湖北等地的大客户。每到一处,他们先倾听客户的意见和建议,并当场给予解答、回复。如果反映的是马钢产品质量或售后服务方面的问题,马钢领导当即表态给予赔偿。随后,马钢技术专家现场讲解产品正确使用方法,从产品的特性、加工、保养、使用周期、更换到产品的循环利用都一一仔细说明。

走访客户之后,市场订单接踵而至。第一季度,马钢线棒产品中标安徽、江苏等重点工程,铁路耐候钢、铁路线杆钢分别接到订单 1 万吨、6.6 万吨,家电板接到订单 2.6 万吨,硅钢接到订单 2.7 万吨,酸洗板接到订单 10 万吨以上,实现结构增效 4792 万元。

出击市场 为客户提供一站式、全天候服务

浙江金华是小五金、小商品、日用品制造集散中心,经营此类产品的企业多达三四百家。马钢金华加工中心的 3 名管理员为了分门别类了解他们的不同需求,每天在安排好生产组织后,就上门走访客户,捕捉最新信

息。一来二去,引起了许多客户合作的兴趣。有的客户提出加工的产品要及时满足不同规格需求,他们毫不犹豫地可以说提供一站式、全天候的服务。8 月中旬的一天,一家民营企业的业务员来到马钢金华加工中心,只买了一吨钢材,并且要求当天加工成大小不一的规格。结果不到傍晚,马钢金华加工中心就把要求的加工产品送到了客户手中,令客户欢心不已。

像这样全面、周到、体贴的服务在马钢其他 7 个加工中心也经常发生。为了把贴心服务“包”进产品销售,马钢在没有建立加工中心的其他城市,积极组建 30 个销售团队出击跑市场。营销人员常驻客户生产基地或技术工地附近,每天向采购商、项目部经理推介马钢产品和服务。久而久之,越来越多的新客户认同了马钢产品。今年以来,中国高铁项目部直接订购马钢铁路线杆钢超过 10 万吨,价格比同材质产品每吨高 500 元以上。南京青年奥林匹克运动会、马鞍山万达广场、合肥轨道交通 1 号线、马鞍山农商银行、沪昆高铁南昌段和杭长段、南京冷库等订购马钢高强度建筑用钢 40 万吨。马钢汽车板在先后打进奇瑞、江淮、上汽、悦达起亚、重庆力帆、比亚迪、东华、昌河、陕汽重卡等汽车集团后,还出口到美国、墨西哥等国外市场。

开发新品 满足重点工程和客户高端需求

坚决放弃低端产品生产,大力开发抗震性能好、环保性能优、资源消耗少的高端产品,是马钢抢占市场、拓展市场的全新定位。今年以来,马钢研产销工作组为了把握好产品通向市场的“方向盘”,认真仔细关注客户个性化、专业化、特色化需求,积极研制客户急需产品。

西气东输三线项目部为确保管线钢适应低温和耐冲击,希望马钢开发 0.8 设计系数 X80 管线钢。该产品试制的要求十分苛刻,不仅要求精确控制多种合金元素成分极低的硫、磷含量和严格控制钢中各类夹杂物含量,而且要求材料低温冲击韧性负 20 度夏比冲击达到 280J 以上,开发难度特别高。为攻克技术难关,马钢研产销工作组优化工艺设计,反复论证制订方案,对钢水命中、静水压试验、力学性能试验、各种元素控制都做了大量的模拟试制。经过数月的精心准备,马钢才正式进行批量单炉试制。这一关顺利通过后,马钢随即进行了千吨小批量试制。试制检测结果表明,马钢 0.8 设计系数 X80 管线钢板卷产品质量合格率均达到 100%,产品化学成分、力学性能、冲击韧性和显微组织等 10 项技术指标达到西气东输三线 0.8 设计系数管道用 X80 螺旋埋弧焊相关技术条件要求,并于今年 6 月份通过了中石油组织的试制评估,正式获得了该系数

据当地人介绍,该县规模较小,每年新交付的楼盘只有一两栋。记者在走访观察到的现状也印证了该说法。乡宁县全县基本格局由沿河两侧平行的道路构成,县城没有集中的建材市场,灯具商户和其他经营户一起沿街散落在河道两侧,相对专业的灯具商户仅有五六家,其中欧普专卖店比较醒目,此外雷士照明 200 平方米的专卖店正在加紧装修中。

据乡宁县宏光照明总经理高伟明介绍,本地进货渠道主要从临汾、侯马批发。现场有消费者到店询问 LED 产品,可对价格非常敏感。高总还表示,现在很多消费者都会购买 LED 照明产品,但基本只能接受低端、低价的产品。

吉县: 传统照明大品牌缺席

吉县城区是一座袖珍版的小县城,和山西大多数县城一样,城区也处在群山围抱之中,坐落于河沟两侧。这个以盛产苹果和拥有国家级自然景观——壶口瀑布而蜚声在外的地方,灯饰商户很少,其中经营欧普照明的店面最大,在 100 平方米左右。此外,其它为数不多的照明品牌有宏光照明、澳克士照明,而常见的雷士照明、三雄·极光、飞利浦等品牌则集体缺失于该地区,市场网点处于空白。

据悉,该县的人口基数和城区规模都非常小,购买力先天不足。很多顾客在买完房后,对灯具的选择往往比较随意。不过值得一提的是,该县县政府近年来着力打造城区的亮化、美化环境,夜晚景观照明颇为新颖。披在山体上的 LED 灯网,远远看去幻化出璀璨星空般的效果,而横跨主干道道路两侧上空的县标 LOGO——大苹果也非常醒目。



级别的生产资质。

通用汽车公司是全球著名汽车品牌,马钢为了获得向其供应汽车板的资质,决定自主开发冷轧汽车板。然而,开发工作并不容易,仅要通过通用汽车公司全球金属板材专家团队的技术鉴定就十分繁琐,认证的钢种检测涉及 16 大项 200 多个小项。为突破一道道技术难题,马钢项目组人员认真研究消化通用汽车公司标准和技术要求,先后翻译相关技术标准文件 52 篇、30 多万字。根据标准文件要求,马钢项目组制定了详细的产品试制和检测方案,明确到人。在产品试制中,马钢项目组共取样 239 件,完成内部评估检验数据 2000 多项。今年 10 月,马钢正式获得了通用汽车公司全球一级工程认证。

一流的海尔服务

虽然国庆过去了,去外面游玩回到家里,我还是到海尔家电卖场购买了一台海尔洗衣机。每当看见街上忙碌穿梭的海尔送货车,我认为海尔师傅会忙不过来,很难得有送货和安装师傅准时来家里安装了,没想到商场海尔的工作人员告诉我:虽然海尔产品销量一直都是很不错的,但是为了给消费者最快最好的服务,他们不仅在平时就是在任何节假日里,他们的售后人员也是时刻待命的。看见海尔服务人员那真诚的态度,我很快地定下了一台海尔洗衣机。

在与我约定当好送货和安装事宜后,他们叫我回家等候。到了和海尔师傅约定的时间,因为工作忘记了安装的时间加上因为路口,到家的时候已经很晚了。在我家门口看见海尔的安装师傅带着洗衣机早就按照我原来约定的安装时间到来了。我这才想到,只顾自己忙,居然忘记打电话告诉师傅我会耽误,安装师傅不但没有怨言,反而热情地招呼我,提出先帮我检测家中的用电环境及其他电器的使用情况,在把洗衣机抬进家门的时候却发现洗衣机进不了门。师傅先测量了一下距离后,告知将洗衣机包装箱及门拆掉后可进屋。师傅细致地拆箱,并在进屋前将事先准备好的毛毯放在门口,原来是防止挪动时擦伤地板。洗衣机就这样被稳稳地抬进了屋,门也恢复了原状,并且很快安装到位了。

在整个服务的过程中,师傅总是面带微笑,都顾不上擦汗和喝水,让我们一家感动得都不知道该说些什么。这么朴实的师傅,这么好的服务,海尔服务感动人。我们将会是海尔的忠实用户。(文文)

中国真空气压壶中心落户上海

■ 高利明

“中国日用五金技术开发中心”和“国家日用五金生产力促进中心”近日在上海联合举办的“全国炊具行业第二十三次信息交流会”,会上传出信息,“中国真空气压壶中心”正式通过落户海博股份所属的上海思乐得不锈钢制品有限公司,为上海中小企业制造业赢得声誉。

本次“全国炊具行业第二十三次信息交流会”共有 60 余家分布在全国各地的日用五金和不锈钢制品领域最具代表性的企业参加。交流探讨中小企业在日用五金专业领域的发展前景,上海市中小企业办公室到会并祝贺会议的顺利召开。

以研发和生产为一体“中国真空气压壶中心”落户上海,是在前期由“国家日用金属制品质量监督检验中心”相关专家,对思乐得公司现场评审和查验的基础上,通过了多项专业指标的严格论证后获得的。

近年来,随着日益高企的劳动力、原材料

临沂五金机电市场向好

■ 李善诚

今年以来,国内五金机电普遍价格降低、销售不振,利润萎缩。受此影响,山东临沂五金机电市场价格一直处于震荡调整阶段。据临沂商城价格指数系统监测,11 月份五金机电月价格指数收于 96.48 点,较 5 月份最高点下降 3.69 点。主要原因:一是国际经济形势不景气,行业发展受到影响;二是受房地产调控政策影响,建筑用五金机电商品销量下滑;三是五金机电行业产能过剩,需求不旺,价格持续走低。从临沂五金机电市场表现看,外地五金机电产品价格走低,销量萎缩,而地产品却逆势而上,价格保持稳定,销量持续放大,表现出强劲的发展态势。

在国内五金市场不景气的情况下,临沂五金机电企业顶住成本压力,通过提高产品质量、压缩利润空间,销售价格保持了基本稳定,销量逐步上升。如启阳工具、特斯工具等规模企业生产销量稳步上升,同比增幅达 10%-15%,启阳工具在国内市场份额仍稳定在 30%以上。

随着国内五金机电行业的发展,质量低劣、技术落后、污染严重的产品逐渐被市场淘汰,五金机电行业朝着集约化、品牌化、高质量发展。临沂五金机电产业拥有交通物流、人力成本、产业集群优势,下一步要在巩固优势的基础上,重点向以下方面发展:一是积极开拓海外市场。在国内市场逐步饱和、竞争力加大的情况下,产品外销趋势明显,抢占国外市场成为各生产企业共识。二是走品牌之路,向中高端产品延伸。随着人们品牌意识的增强,有自己的品牌、产品质量好的商品受到消费者的青睐,低端产品、尤其是三无产品将逐渐退出市场,被市场所淘汰。三是加快配套设施建设,拉长产业链。临沂五金机电企业规模小、上下游产业链不完善,下一步应加强电镀、热处理、仓储等配套设施建设,拉长产业链,提高产品附加值。

预计后市随着临沂五金机电行业资源进一步整合,由低端产品向中高端产品过渡,由价格优势向品牌优势拓展,由国内市场向国际市场延伸,优势必将再次凸显,总体上未来临沂五金机电行业产销不断向好发展。

