

6 品牌 Brand

从锁具品牌到整体家居品牌的跨越,就是不断满足消费需求升级的过程;从产品功能进步到用户价值的消费关怀,就是品牌外延的不断扩大的需要。奥珀从第一只铜锁开始,到突破“小五金”的范畴,再毅然决然迈上整体家居的成功之路,给五金企业的转型升级,提供了很多有益的启示。

奥珀:以锁具“转型升级”刷新品牌价值

■ 闻文

转变材质,实现功能需求到价值需求的跨越

铜锁乃至整个铜质家居用品的兴起,究其原因,其实质就是消费者对产品价值需求的转移。记者通过走访调查发现,单一从产品功能的角度看,铜锁的安全性虽然相对于普通锁具更有优势,但并不十分明显,而家居应用中铜材的装饰效果,不仅在视觉上明显优于普通合金,还因为民族传统文化赋予了铜材特殊的传承性,铜锁也因此更具有艺术欣赏价值,整个家居环境也随之增添了文化气息。此外,铜材具有杀菌抑菌的作用,也是包括铜锁在内的所有铜质家居用品都很受欢迎的重要原因。

奥珀铜锁通过材质的转变,成功实现企业转型升级的背后,是满足了消费者对更高生活品质的追求。超越产品功能,要站在提升家居环境装饰性和价值感的高度做产品,是奥珀在寻求突破的发展过程中掘到的第一桶“金”。理念的更新,通常是企业在升级转型中所面临的第一道坎,值得庆幸的是,奥珀的第一次尝试就实现了成功跨越。

整体五金,打造家居环境应用风格的和谐统一

如果说铜材的运用,满足了消费者对更高品质生活的追求,那么“整体五金”概念的提出,则让消费者打造焕发铜文化魅力的人文家居梦想接近了现实。更进一步,做整体式铜质五金产品的发展理念,也让奥珀再次实现了华丽转身,生产线随之迅速扩大,产品品类完全覆盖门类、家具、卫浴等一系列家居五金领域。奥珀遵循统一的艺术风格和工艺水



准,为消费者提供了一整套铜质五金装修方案,实现了家居环境应用风格的和谐统一。

如今,奥珀整体式铜质五金的应用,已经深受高端消费群体的青睐,在河南老皇宫、斯图加特皇宫、柬埔寨王宫,以及高档别墅区和星级酒店都不乏奥珀整体铜质五金的身影。有意思的是,从高档铜锁起步的奥珀,一开始就把目光锁定在了“别墅标配”上,而最终为奥珀赢得“别墅标配”美誉的却不是铜锁,而是铜质整体五金。由此不难看出,真正契合高端消费群体高品质生活追求的,是家居环境应用风格的和谐统一,此举说明,奥珀吃的这

口“螃蟹”,是非常正确的。

整体家居,是对用户价值的理解和全面关怀

“整体式”理念奠定了奥珀在五金行业的高端地位和领导地位,但就满足整体家居环境的高品质而言,仅有“整体五金”还是不够的,还需要向更广泛的生活领域延伸。近日,奥珀就再次实现了自我突破,面向市场推出了系列铜灯产品,又在业内掀起了一阵不小的波澜。对此,奥珀市场相关负责人解释,从

“铜质锁具”到“铜质五金”,再到“铜质整体家居”,奥珀的每一次升级转型都是立足于消费者的需求,旨在带给用户更多的人性化关爱。

业内有评价指出,铜灯系列新品上市,意味着奥珀已经超越“铜质整体五金”,迈向了“铜质整体家居”的更高发展层面,释放的是消费者对高品质生活的全面需求,这需要奥珀对用户价值的真正理解和全面关怀作为支撑。回溯奥珀的“转型升级”史,就是每一次踏准了时代鼓点和方向的选择史,是一部在不断为消费者创造更多价值的同时,不断刷新品牌价值和树立行业标杆的历史。

未来三年成为五金工具品牌打造黄金期

■ 易环

国内用户,特别是工业领域用户对自主品牌接触并不多,对其质量和服务还不够信任,这也成为中国五金工具品牌发展依然受阻的主要原因。我国还处于发展中的国家,五金工具生产商以中小企业为主,低水平的重复建设十分严重。企业要想发展还得从产品、质量和品牌抓起。

低价竞争、模仿以及贴牌生产只适合市场初期、竞争较弱的阶段,而随着产业的发展和竞争的加剧,五金工具行业进入品牌竞争阶段,提高产品的技术含量,拥有自主的专

利、品牌及服务,才是企业生存发展的王道。未来三年将是五金工具行业打造品牌的黄金期,五金工具企业要做好品牌建设。

首先要做好品牌定位。品牌定位不是价格定位,而是根据目标市场需求和自己的优势来定位,如史丹利的品牌定位是世界工具专家。五金工具企业在进行品牌定位时,首先要找准目标市场,然后与竞争对手比较发现自己的优势,把市场需求与企业优势结合,形成品牌的核心价值,进而做好品牌定位!

其次要塑造好品牌。做好品牌定位后,接下来需要解决企业品牌和产品之间的关系。当前

很多五金工具企业把品牌竞争的着眼点集中在产品上,而对于技术比较成熟的五金工具行业来说,产品同质化是一种普遍的现象,过度的产品竞争直接导致的就是价格竞争,进而导致产品质量下降、缺乏创新力。其实客户购买的不仅是产品本身,更多的是对产品的感受,包括功能、品质、价格以及外形和服务等,这些感受综合起来就形成了品牌。此外,品牌形象要清晰,一个连品牌形象都不清晰的企业,又怎么会得到客户的认同?更谈不上品牌溢价。

最后要做好品牌传播。目前五金工具行业的品牌比较杂乱,如果忽视媒体及公关的

力量,就很难建立品牌统一形象,更不要说做好品牌传播。就五金工具行业而言,可传播的媒体有很多,五金工具工厂店就是其中之一。五金工具工厂店首页的品牌大全栏目,是专门展示五金工具品牌的页面,目前已有3000多个大大小小的五金工具品牌入驻,是五金工具企业宣传推广品牌的最佳平台。

总体来说,目前我国五金工具行业的品牌竞争还比较弱,除了史丹利和世达处于领导地位外,其他品牌的排名还不稳定,整个行业的品牌竞争比较混乱,这将为五金工具企业提供发展品牌的大好机会!

增强了解 促进合作 沈鼓与川空举行2014 技术交流活动

■ 石同

3月18日至20日,沈鼓集团与四川空分集团在四川简阳举行2014年度技术交流活动,取得了增强信任、密切合作、促进双赢的预期效果。

沈鼓集团副总经理戴继双、透平销售总公司总经理刘祝晶及相关公司领导与川空集团气体部、工程部、研究院、天然气公司的

领导和代表共计40余人参加会议。

此次技术交流活动,以增强相互之间的全面了解、推动技术进步为目标,多维度、深层次促进战略合作关系持久发展。在空分和LNG等双方都非常关注的领域进行了广泛深入的交流。

沈鼓透平设计院介绍了十万等级特大型空分配套压缩机组(包括4.8万等级多轴空压机)的设计、国产化应用和LNG装置配套冷剂

压缩机组的技术开发等情况。沈鼓汽轮机公司、测控公司也在会上交流了技术发展情况。川空集团对沈鼓压缩机组现场运行情况作了说明并提出了改进建议。

川空集团董事长、副总经理单凯在交流会上说,沈鼓与川空合作历史悠久、友谊深远,希望双方今后继续加强交流,在更多的领域实现更加默契的合作。

戴继双副总经理代表沈鼓在讲话中强调

了三点:一是感谢。感谢川空集团对沈鼓多年的信任和支持;二是学习。学习川空集团近些年的快速发展与进步;三是合作。沈鼓在大空分国产化推进和LNG市场推广及冷能空分开发等方面,得到了川空集团的大力支持和协助。未来双方还要在许多新型合作方式上取得更多的共识。沈鼓也将在更多领域、更广角度、更深层次,与川空集团加强互利互惠,实现优势互补、合作共赢、共同发展。

深耕十载 哈斯机床逐梦中国

■ 鞠刀

美国品牌哈斯(HAAS)来到中国十年,一直专注于产品的设计和制造,并致力于生产组织各环节的共同作用来确保生产成本得到极好的控制。在过去的这30年间,简约、创新依然是哈斯最大的价值所在。截至2013年底,哈斯中国的销售额较上一年增长了42.7%,订单也实现26.8%增长。

从最初的自动分度头到现在拥有立式加工中心、卧式加工中心、数控车削中心、转台,且面向市场上80%客户的豪华阵容,哈斯只用了1/3个世纪都不到的时间。创始人Gene Haas在公司成立最初的十年,专注于产品的设计和制造,并致力于生产组织各环节的共同作用来确保哈斯机床的生产成本得到极好的控制。在这过去的这30年间,简约、创新依然是哈斯最大的价值所在。

2003年,已经连续两年蝉联全球机床消费大国宝座的中国市场在这场急速发展中所显现出的无穷潜力,引来无数海外巨头的关注。这一年,虽然年轻却已在西方市场名声鹊起的美国品牌哈斯(HAAS)也毅然走进中国,在上海设立了其亚洲总部,成为众多逐梦大军中的一员,从而也正式拉开了哈斯布局中国的序幕。

早在1994年,哈斯就开始通过代理商模式在中国开展业务,数据显示,在1994-2003年间,哈斯机床在中国市场的销售已过千台,



行业遍布汽车、模具、医疗、3C电子、航空航天等多个重要领域。

“哈斯的成功在于我们整个架构的系统平衡性,就像一个生命体,成长的首要因素——内部系统的健康循环。”哈斯自动数控机械(上海)有限公司总经理牟德华先生回顾这十年历程时说,没有短板的哈斯所展现出的综合实力也因此光芒四射。而哈斯在中国成功的另一个重要因素是源于自身的不断改变,在进入“世界工厂”的中国市场短短10年间,通过“聆听客户心声、细心思考、全力支持”的专业度比哈斯赢得了一次又一次的赞誉。“设备性价比高、机床排屑速度快、操作系统简单易用、刀库强大、加工灵活性强、服务

响应速度快、加工工艺支持力度大等”,这些早已是中国用户为哈斯贴上的标签。

从2003年哈斯在中国上海设立亚洲总部,到2006年将HFO(哈斯数控机床专卖店)营销模式引入中国,再到2008年,哈斯自动数控机械制造工厂落户上海,同一年,哈斯全球的销售报表中,中国已跃升至哈斯全球第二大销售目的地,并具有最快的发展速度。目前,哈斯在中国已设立22家HFO,足迹遍布长三角、珠三角、环渤海经济圈及中、西部区域。包括铝合金加工专家VF-2SS高速立式加工中心、VF-2立式加工中心、VF-3中型立式加工中心、VF-3SS高速加工中心以及迷你铣床等在内的几款机床颇受中国用户喜爱及好评。

在牟总眼中,哈斯在中国的这10年,不仅为中国客户带来了高精度的机床,还帮助很多中国企业,特别是中小型金属和设备加工企业提高了技术和应用水平。而在这一进程中,遍布全国各地的HFO无疑扮演了重要角色。标准化运营和管理的HFO,不仅为客户提供了当地化的维修保证,还提供了工程师培训、应用工艺支持等服务。尤其是齐全的寄售备件库,能够为客户随时提供维修保养服务,最大程度地减少或避免客户停机所造成的损失。

截至2013年底,哈斯中国的销售额较上一年增长了42.7%,订单也实现26.8%增长。即便如此迅速地扩张,2013年哈斯在中国市场的销售份额(以订单量计算)也才占到其全球销售额的八分之一。而中国市场对数控机床的需求已经占到全球市场需求的40%,并且这一数字还在继续上升。中国市场对哈斯未来发展的空间和战略重要性不言而喻。而哈斯对中国市场的重视程度和投入正在持续加强。

“未来,制造业的竞争将不再局限于单个公司或单件产品间的竞争,而转变为‘产业联盟’之间的较量,这样的较量其实已经在不断变化的市场格局中呼之欲出了。”牟总谈及行业发展新变化时如是说,“最终的产品在市场上是否具备竞争力,取决于这个产业联盟的工作状态,与每个环节是否紧密关系巨大;也取决于我们的产品和联盟是否可以让我们为客户在他们的领域具备最强的竞争力。”

山东省省长郭树清 调研辰龙集团鲁南机床

■ 纪星

3月22日下午,山东省副书记、省长郭树清在市委市府主要领导的陪同下来到辰龙集团鲁南机床进行了走访调研。

在辰龙集团党委书记、董事长徐兴伟,辰龙集团机床事业部、鲁南机床董事长李兴国及机床事业部党委书记张长伟的陪同下,郭树清到机床生产装配线进行了实地考察调研,他仔细察看了带有自动上下料系统的TS40、高端车铣复合加工中心,认真听取了李兴国总经理的产品介绍,并详细询问了企业发展情况,他来到数控电火花机床前与它的研发者——党的十八大代表、全国劳模赵峰同志亲切握手并进行了亲切交谈,进一步了解产品自主创新、科研成果转化、国内外市场份额等情况,对企业近年来逆势奋起、主动作为所取得的成绩表示高度赞赏,并希望公司继续坚持技术创新,为推动山东省的机械强省建设作出更大贡献。

温州鼓励阀门企业 争取申请 国外专利专项资金

■ 叶国

浙江华夏阀门有限公司最近获得了国外申请专利专项资金资助12万元,这也是该公司第三次获得此类资助。据浙江省温州市龙湾区知识产权办公室统计数据显示,目前该区获得国外专利专项资金的企业4家,总金额达100多万元。

据了解,为支持向国外申请专利,保护自主创新成果,2009年中央财政制定了《资助向国外申请专利专项资金管理暂行办法》,对向国外申请专利的企业发放专项资助。

2012年4月,财政部对资金申请和拨付采取属地化管理。对此,温州市龙湾区知识产权办公室朱王昌告诉记者,“企业向国外申请专利,每项最多可获50万元的资助。”此外,据朱王昌介绍,“该专项资金主要用于资助国内中小企业、事业单位和科研机构,重点支持符合国家知识产权战略需求导向。它有助于提升自主创新能力,支撑当地高技术产业与战略性新兴产业发展的技术领域;有助于构建专利池、获取核心专利技术、参与国际技术标准制定。”

“现在很多高新企业都想通过自主创新来扩大出口,占领国外市场。”龙湾区科技中心咨询师杨勇说,“你想,如果我们向国外申请专利专项资金,因为企业申请国外专利专项资金有很严格的资格条件,一旦申请成功,无形当中提升了企业的知名度,更有利于企业产品占领国外市场。”



郑州鼎盛获批建立“博士后研发基地”

■ 程茂

近日,从河南省人力资源和社会保障厅传来喜讯,一直走在研发和创新前列的老牌破碎机厂家——郑州鼎盛工程技术有限公司获批建立第四批“博士后研发基地”。

博士后研发基地是在产业集聚区、高新技术开发区、经济技术开发区及企事业单位中建立的人才、项目合作平台,可以促进科技成果转化,有效实现产学研结合,获批博士后研发基地的单位,郑州市政府将给予20万元的经费资助。

建立博士后研发基地,旨在吸引、培养和利用高层次青年人才特别是创新型优秀人才,建立有利于人才流动的灵活机制,促进科学研究、技术开发、成果转化等科技研发活动,使得人尽其才、才尽其用,使生产、科研紧密结合,使人才培养、科研开发、成果转化、企业技术进步等融为一体。

下一步,公司将根据《河南省博士后研发基地管理办法》要求,结合本单位实际,建立管理机构,配合管理人员,制定博士后工作规章制度,积极参加博士后工作管理培训活动,学习掌握博士后工作政策和相关业务知识。加强与博士后流动站、工作站的联合,加速科技成果转化,在合作中提升原始创新、集成创新和引进消化吸收再创新能力,积极推动协同创新,提高自主创新能力。

郑州鼎盛工程技术有限公司坚持“吸引、培养、使用”和“产、学、研”两个三结合,大力推行“人才+项目”工作模式,筑巢引凤,凝聚和吸引人才,搭建合作交流和干事创业的平台。企业还广泛开展学术交流、技术合作、成果转化等有益活动,不断提高企业经济效益和社会效益,为推进中原经济区建设做出贡献。