

4 特别报道 Special Reports

《犇牛轮胎品牌解读》之二

短短几年,犇牛品牌已经成为载重车轮胎最好的品牌之一。口碑来自于它的质量绝不低于国际大牌,而价位却更能让消费者接受。不用花那么多钱就能装上国际品质的轮胎,对于司机和车主而言,这是一个值得激动的消息,因为这些轮胎是帮他们运输赚钱的。

笔者试图分析这个品牌成长的秘密,分析这个品牌成长的过程,探索国产品牌走向世界的不平凡之路,思考犇牛为什么能成功?为什么是犇牛成功?成功为什么属于犇牛?

定位高端市场 赢在起跑线

■ 金戈

人的境界高低往往决定于他活动的圈子,皓宇董事长朱云成却是个例外。

朱云成先生所熟知的领域当然是过去一直在从事的轮胎事业(不三包的);身边的朋友,几乎都是造轮胎的(不三包的)。那些做三包子午线轮胎的几乎没有一个成功,一不行,立刻退了回来,都不想再去尝试,技术研发太难,三包的真正实行也不好操作,甚至赚得不如赔得多。

朱先生却有着另一种境界,这种境界来自于他的企业家精神,来自于他追求卓越的勇气,更来自于他对自我、对社会、对民族的责任感,他把自己当作追梦人,发奋要造出高端轮胎,打造民族品牌。他与其他企业家的战略不同在于:朱云成想对高端一步到位,而很多企业家往往喜欢步步台阶,先从低端做起。

笔者很推崇华为总裁任正非先生,任先生也是一位产业报国、雷厉风行的企业家,他的品牌战略是由低到高,先在中国农村包围城市,赚足银子后,冲到亚非拉不发达国际,又赚了个盆满钵满。金钱有了,名望有了,再整合技术研发高端,强势管理,开始向发达的欧洲国家进军,与世界电讯业的真正巨头角逐高端市场,任重道远,毕竟是挤进去了。这是国人的骄傲,中国技术的骄傲。

朱先生的企业家精神、品牌情怀与任正非先生一样,但在市场定位上却恰恰相反,他想直接瞄准轮胎高端市场,一步到位。就这样开始了他产品研发、品牌塑造、渠道运作的艰辛历程。

功夫不负有心人,2013年,当别的轮胎企业不断降价也挡不住销量下滑趋势的时候,皓宇集团犇牛轮胎却逆市涨价,销量反而节节攀升,迎来的是皓宇事业的春天。

这是市场对朱云成的回报,更是对朱云成的企业家精神、报国情怀的嘉奖,同时也是对充满激情的皓宇追梦人的嘉奖。

笔者梳理朱云成品牌定位的决策思路,以四层逻辑的形式分享给那些正在寻找突破的企业家们。



●皓宇橡胶董事长朱云成

第一层逻辑:寻求经营差异化,制造大不同,不走他人在走的路

李嘉诚先生说,“一件事,当90%的人反对的时候,这可能就是机会,当90%的人支持的时候,这里面几乎没有赚钱的可能了。”

“企业的一切努力就是让自己变得与众不同”,哪些企业家把这句话记得牢、贯彻得彻底,谁就越成功!

企业家就是战略家,战略家就是选择家。所以“选择比努力更重要”,当大家陶醉在企业做大的光环之中,朱云成决定寻找差异化市场,“做国货精品、创民族品牌”。

朱云成说:“我55岁退休,2009年5月创建山东皓宇橡胶有限公司。从立志创业那天起,就决心做差异化。作为一个新建企业,在资金、人才、资源、市场等方面,都不具备与同行竞争的优势,必须开创新产品,创造新市场,做高端产品,走高端市场,创高端品牌,决不能复制和模仿同行业,跟在别人后边吃别人剩下的饭。”

第二层逻辑:市场定位,生产高端轮胎,做就做高端市场

据了解,目前国内轮胎行业的市场容量大约为4000亿元,其中,高端轮胎市场约占

40%。从中国轮胎行业格局来看,米其林、普利司通、韩泰轮胎、正新轮胎等国际知名轮胎占据高端轮胎市场,而国产轮胎则以低端为主。

所谓高端轮胎,首先是指实行三包的轮胎。那些低端市场没有三包,货已售出,概不负责。犇牛午线轮胎,是广饶县第一个实行三包政策、具备三包承诺的轮胎,朱先生的决策具有强大的勇气,因为一旦出现质量问题,特别是批次的质量问题,对一个企业来说,可能就是灾难。

但是,他做了,他就是这样做的,进军高端市场,做就做好轮胎。



现在网上有一句话:“不作就不会死”。朱云成不是敢“作”,而是敢“做”。“作”是不讲原则的蛮干,“做”是按照科学规律、准确决策、按标准、严格控制地去经营。

第三层逻辑:瞄准国际大牌轮胎在中国的短板——客卡车轮胎市场

对于国内高端客卡车轮胎市场,朱云成认为,米其林等国际品牌虽然有自己的优势,比如节能、噪音低等,但在矿山轮胎和载重轮胎等领域,却不占优势。外国的载重胎设计符合国际规范标准,而中国使用载重卡车是不规范的,超重、超高、超速、超远距离行驶,也就是超负荷。

国际大牌轮胎在中国载重市场上的短板,正是朱先生看准的市场机会,瞄准了这块市场,研发生产适合中国国情的高端载重胎。笔者认为,这叫市场定位准确。

第四层逻辑:创立标杆,追赶正新

朱云成说:“由于中国特殊的路况条件以及特殊的轮胎使用条件,来自台湾的正新轮胎目前在国内矿山轮胎和载重轮胎的高端领域具有很大优势。皓宇集团正是以正新轮胎为目标,我们的口号是‘赶超正新轮胎,彰显犇牛品牌’。”

有句话叫:如果你经常与马云、史玉柱、王石在一起喝茶聊天,你很难再贫困。皓宇采取的是品牌搭车策略(对照),与正新品牌站在一起。号称“南有正新,北有犇牛”。

- 1.当消费者想到正新载重胎的时候,经常联想到它的追随者“犇牛”;
- 2.当人们在使用犇牛或想到犇牛的时候,人们就会觉得这质量就是正新的质量,甚至还超越,内心中有一种踏实感、自豪感;
- 3.业界经销商、消费者经常会拿犇牛轮胎与正新轮胎比较。当然,犇牛并没有去抢夺正新的市场,而是敢于与正新站在一起,接受消费者的挑选与考验。

五年过去了,犇牛轮胎已经成为中国高端载重胎的知名品牌,这个从山东广饶轮胎窝子走出来的犇牛品牌,被业界惊呼为“鸡窝里飞出来的金凤凰”。

这只金凤凰也许会带出一群金凤凰(广饶轮胎产业升级的集体跟进),或许永远孤单地单飞。



剑南春

读懂一张图

唐时宫廷酒 盛世剑南春

载入国册的中国名酒
《唐国补史》剑南春入载正史
剑南春荣膺“大唐国酒”并被录入《唐国补史》、《德宗本纪》,成为唯一载入正史的当代中国名酒。

中国窖池元老
天益老号,始于公元487年
南朝永明五年,天益老号酒坊奠基兴修,存续至今1500余年,享誉中国国家重点文物保护单位,位列剑南春“双国宝”之一。

盛世技艺,再次见证盛世
剑南春传统酿造技艺,国家级非物质文化遗产
2005年,剑南春率先获批使用“纯粮固态发酵白酒”标志;2008年,剑南春酒传统酿造技艺入选国家级非物质文化遗产,位列剑南春“双国宝”之一。

名酒带难得,上游更难得
纯若琼浆,唯有上游
酒乡绵竹和金字塔一样,落户“神秘的北纬30度”,是“地球同纬度上最适合酿造优质蒸馏酒的生态区域”,而在白酒金三角浓香型中国名酒中,剑南春地处最上游。

酒库中自有千军万马
中国最大藏酒库,万吨陶坛阵列其中
剑南春美酒在特制陶坛中,经过漫长的阴阳转换,趋于陈熟,数万陶坛簇拥而立,气宇辉宏。

大师中的大师
徐占成,中国酒体设计之父
剑南春总工程师,中国酿造大师——徐占成,首届中国白酒科学技术杰出贡献科技专家,被誉为“中国酒体风味设计学之父”。



其实,一张图又怎能读得完剑南春绵长浓香
更多大唐华章,请关注剑南春官方网站:WWW.JNC.COM.CN



扫描二维码 关注剑南春官方微信