

6 品牌 Brand

品牌风采

就在国内一大批依靠政府订单的电表企业普遍衰败的今天,浙江永泰隆电子股份有限公司的国际化之路却越走越宽;出口十年来销售额增长了 17 倍,产品远销全球 50 多个国家和地区,截至目前,今年的销售额已接近去年全年,预计全年利润同比增长 50%以上。原因何在?

永泰隆电子:“一心一意”勾勒电能表国际化版图

一次观念的变革 放弃关系经济参与全球竞争

浙江永泰隆电子股份有限公司总经理姚昱喜欢用“无所事事”来形容自己现在的工作状态,“每天玩玩微信,偶尔跟着营销部门跑跑展会,闲来逛逛公司。”他的这份坦然来自公司每年的销售增长以及不断扩张的产品国际化版图。

这得益于一次观念的转变。永泰隆的前身是桐乡电力设备制造有限公司下属的一家电能表企业,产品全部供应桐乡的供电系统,就是那种不用动脑子做营销,都能有稳定订单量的企业。“这种把关系经济发挥到尽头的企业经营模式是危险的。”2000 年企业改制后,姚昱看到了其中的危机,“人际关系越来越复杂,三角债问题突出,而且一台电表可以用十年,市场很快就会饱和。”他提出,放弃内贸,只做外贸。“有生意不做,姚昱是傻子?”几乎所有人都反对姚昱的想法。但他们惊讶地发现,提出意见的第二天,公司墙上就多了 12 个大字——“放弃关系经济,参与全球竞争。”姚昱决心已定。从依靠政府订单的企业到只做外贸的企业,这次的转变可以说是 180 度。当时,国内刚刚兴起电子商务,永泰隆把产品信息挂在了阿里巴巴网站上。

转型是痛苦的。以前接政府订单,公司年产值一度达到 600 多万元,转型第一年,由于没有国外的订单,为了维持公司运作,整整一年半时间,永泰隆都替别人加工生产,2002 年公司产值只有 200 多万元。转机终于出现。2003 年,公司通过网络接到一笔来自乌克兰的订单,总数达 20000 多件,相当于转型前一年的销售量,当年度,公司产值达到 1000 多万元。至此,公司再没有人怀疑姚昱当年的选择。

一场国际化的竞争 转变营销模式制造“世界之最”

“当年的成功,主要还是借助电子商务刚刚兴起的东风,还有国内人口红利和国际市



总经理寄语

姚昱说:“以前觉得企业规模越大越好,土地越多越好,现在的各项政策,让土地资源拿在手上都更顺手。”新形势下,只有主动对接国际市场,不断创新产品,打造平台优势,才能让企业立于不败之地。

场的快速发展。”姚昱总结说,如果说十多年前走出国门是抢占了时代的先机,那么近年来的高速发展则是永泰隆转变营销模式、注重产品创新、掌握核心竞争力的结果。

今年 8 月中旬,姚昱刚从马来西亚参加完亚洲国际电表展回来,8 月底,公司营销部门又坐上了飞往巴西的飞机,参加在那举行的南美洲国际电表展。每年多次奔赴全球各地参展,是永泰隆近年来主动适应经济新常态的一种变化。

“十年前是第一代电子商务时代。”姚昱认为,通过搭建良好的线上平台,发布信息,就有客户主动找上门来,这种是“守株待兔”式的营销模式。然而,现在是第二代电子商务时代——竞争越来越激烈,客户通过网络平台可以直接交易。为顺应时代变化,从 2012 年起,永泰隆调

整营销模式,从“守株待兔”模式逐步转变到“守株待兔”和主动营销相结合的营销模式,并和新型电子商务相结合,每年参加 4 至 5 场国际电表展,搭建自己的网站交易平台,开辟微信销售模式,试水电力节能市场。

营销搭建平台,最终还要靠产品来抓住客户。加大研发投入、不断创新产品,是永泰隆适应经济新常态的另一种变化。

“老产品不断降价,客户还要再还价,新产品的定价主动权就可以掌握在自己手中。”姚昱表示,近年来公司每年以不低于销售额的 3%用于新产品的研发,平均年开发项目达 68 项,总设计专利数量超过 200 项,制造出拥有 4 项“世界之最”的电表——自身功耗最低、电流最大、体积最小和系列最全。截至目前,公司在“世界最小”电表的基础上又更新了 4 代产品,最新一代最小电表可以实现触摸操控。这些新产品成为企业利润的主要来源,今年的销售预计同比增长 40%以上,利润同比增长 50%以上。

一种国际化的收获 “桐乡制造”贴上国际标准

在永泰隆 27700 多平方米的公司里,有一个办公区——一支来自日本的研发团队在这里工作。

日本是全球对电能表生产要求最为严格的国家,在永泰隆之前,该国所有电能表全部由本国生产。几年前成功打入日本市场后,永泰隆也将日本对电能表的质量管理体系引进企业,打造具有国际标准的电表。

除了质量管理以外,走上国际化之路的姚昱坦言,不讲人情讲诚信的国际化理念是他最大的收获。企业创办至今,永泰隆没有拖欠过供应商一分钱,没有拿过供应商一份礼,合作十多年来,曾有多家供应商数次邀请姚昱吃饭,但他一概婉拒,他认为,供应商的成本就是企业的成本。正因如此,永泰隆可以享受受到供应商最高的折扣,这为企业发展降低了成本。

这些国际化经营的收获,又在一定程度上推动着永泰隆继续前行。(嘉贤)

电光防爆公司:践行智能化防爆电器行业新思维

■ 柏枋

日前发布的《2014-2018 年中国防爆电气设备市场分析及投资趋势研究报告》显示:防爆电气设备市场有很大的发展的空间。大容量、智能化的成套电气设备将受到市场的欢迎。对于企业而言,应当能够迎合市场的需要,同时,应当在防爆电气设备占据市场必须是要在成本的控制方面下足功夫。

中国电光防爆电器有限公司作为全国行业领先、产品系列完整的矿用防爆电器制造商,始终秉承“以专业、科技品质,引领行业”的企业宗旨,凭借其雄厚的研发能力、完备的制造水平、可靠的产品质量,以提高煤矿安全生产水平为己任,持续引领国内矿用防爆电器行业发展。公司成立以来一直专业从事各类矿用防爆电器产品的研发、生产、销售和服务,紧紧围绕“聚合众智,光耀电光”的企业精神,坚持“立足行业榜首、争创世界品牌”的企

业目标,不断研发新产品。

当前,防爆电器生产技术水平发展速度很快,产品更新换代速度也很快。系列品种增加,防爆类型增多,功率范围扩大,防爆标准亦趋于完善。我国防爆电气设备经过多年的发展,也基本上能适应煤炭、石油、化工等主要工矿部门的要求。

电光防爆公司在市场需求和科研开发的推动下,顺应国家产业政策和行业技术的发展趋势,致力于具有自主知识产权的新产品研发,加大技术开发与创新力度,不断推出技术水平先进、运行稳定可靠的矿用防爆电器,巩固公司在国内同行业中的技术领先地位。其每年研发费用占当年的主营业务收入 3%以上。电光防爆通过持续的加大技术研发投入和市场拓展力度,不断提高煤矿安全生产水平开发出技术更先进、质量更可靠的产品。

当今社会,安全成为生活和生产中最基本和最重要的要求。在这样的背景下,我国也

加快了对防爆电器设备的支持力度。目前,在一般的电力机械生产过程中,国产的防爆电器已可以完全满足工艺要求,无论是在功能性还是可靠性方面并不比国外进口电机差,甚至可以完全替代某些国外进口防爆电器。未来,随着各行业安全需求的提高,我国防爆电器设备还将迎来更大的发展。

自创立以来,电光防爆公司便一直致力于矿用防爆电器设备的研发、设计、生产和销售,公司产品的终端用户主要为煤炭生产企业,多年来主营业务从未发生重大变化。此次公司希望能通过借助登陆资本市场的机会,将募集资金用于建设矿用可移动式救生舱和煤矿井下安全避险系列产品及配套条件建设项目、矿用智能化高低压防爆开关系列产品及配套条件建设项目。此次的募投项目不仅是公司满足不断增长的市场需要及全面技术升级的需要,更是公司肩负的社会责任意识

的体现。

吉鑫祥在俄罗斯开建海外第三工厂

■ 程聰

8 月 30 日,浙江吉鑫祥叉车制造有限公司董事长张正茂在俄罗斯斯图宾斯克市,与访市市长一起,正式为吉鑫祥叉车在俄罗斯设立的生产基地主持奠基。这是继该集团在越南建立叉车制造工厂后,吉鑫祥海外第三工厂正式开建。

浙江吉鑫祥公司副董事长陈云福先生表示,吉鑫祥看中俄罗斯市场是基于集团非叉车业务在俄罗斯多年的投资经验和市场需求所作出的非常正确的选择。俄罗斯每年从全球进口超过 12000 台叉车,其中有 80%来自中国,而俄罗斯目前尚没有一家形成规模的工业车辆工厂。因此,产能规模为 1 万台、投资额为 5 亿(分两期)人民币的吉鑫祥海外第三工厂,将和 external 合作伙伴使用俄罗斯当地品牌,预计 2015 年底正式投产,生产适合当地销售的高品质内燃和电动叉车,产品面向整个欧洲市场,特别是东欧和俄罗斯本土。吉鑫祥集团在合资公司中拥有 60%的股权,俄方拥有 40%。

在谈及产品本地化和零部件问题时,陈董事长说,由于俄罗斯的历史原因,吉鑫祥叉车大部分零部件仍将从中国出口,随着市场的需求,会逐步进行零部件本地化。经过短暂的调整后,吉鑫祥叉车在最近的 3 年来呈现跳跃式发展,连续逆市增长平均在 40%左右。陈董事长告诉笔者,今年有望突破 7000 台大关。

吉鑫祥总经理王桂生表示,吉鑫祥叉车需要更快、更稳、更好的发展,我们把目光投



向了海外市场,除了俄罗斯以外,土耳其,巴西都在我们海外扩张的计划之中。通过对俄罗斯的两 次考察,他们发现俄罗斯的市场需求不断提高,中国叉车在俄品牌影响力、市场接受程度日益提升,吉鑫祥叉车抓住时机,做出海外扩张的决定。据了解,在今年 10 月左右,斯图宾斯克市市长还将亲自带领团队到吉鑫祥考察叉车技术,这将大大鼓舞吉鑫祥叉车技术研发团队不断创新。另外吉鑫祥叉车的项目投资,俄罗斯政府给予政策上的大力支持,在当地具有非常大的影响力,同时也将促进当地的经济的发展,这对吉鑫祥叉车未来的发展具有非常重大的意义。

是否走出去建厂一直悬在中国工业车辆行业人士头上的一个巨大的疑问。而今,吉鑫祥叉车勇敢走出国门,为中国工业车辆行业

带头做出了表率。纵观 1949 年建国后的新中国一直到现在,全球工业车辆前 20 位的公司之叉车产品均有在中国销售,除德国 HUB-TEX 公司外,其他全部在中国本土建立有制造工厂。自 2009 年起,中国超越美国成为全球最大的叉车市场,全球前 20 名叉车制造商中,中国拥有 7 个,前 10 名叉车制造商中,中国拥有两个,但和外资工业车辆巨头相比,差距还是相当巨大。

而今的中国,早已夺得全球最大的叉车生产和销售市场,但中国并非真正的具有实力的叉车大国,中国还是主要生产中、低端产品的工业车辆。中国在提高产品质量细节,提高可靠性,缩小和国外同行差距的同时,应当放眼全球,在国际主流市场上争得一席之地。这是非常明智之举。

ABB 看好中国市场前景

■ 欣华

电力设备与自动化产品供应商 ABB 集团 9 月 9 日在伦敦表示,中国长期经济前景受益于其行业升级、能源结构调整、能源使用效率提高、自动化技术普及和其他基础设施建设等因素,该集团对中国市场保持乐观。

ABB 集团首席执行官史毕福当天在接受中国媒体采访时表示,从“十二五”计划等长期经济战略中可以看出,未来中国将在能源效率、智能电网、新能源和可持续交通系统等领域加大投入,而相关基础设施项目将为中国经济增长提供动力。

他说,中国在经济发展的过程当中会更加重视环境污染等问题。这个过程需要中国从减少国内生产总值(GDP)的单位能耗,以及开发和推广更多环境友好型技术两方面发力。在这两方面,ABB 都有实力和经验为中国出谋划策,同时中国一直以来都是 ABB 非常重要的市场,也是该集团实现长期经营战略目标的重要平台。史毕福还表示,ABB 将积极配合中国政府的反垄 断调查,因为该举措有利于进一步塑造与完善公平竞争的市场环境。

日前,ABB 公司和中国汽车制造商比亚迪签订战略合作协议,双方将共同研发能源储存系统。据悉,ABB 全球总部位于瑞士,目前其业务遍布全球 100 多个国家,总雇员超过 14.5 万人。而 ABB 和中国的关系最早可追溯到 1907 年,当时 ABB 向中国提供了第一台蒸汽锅炉。

鸿雁北京 LED 照明运营中心开门迎客

■ 房枋

近日,鸿雁北京 LED 照明运营中心正式开门迎客。

鸿雁公司总裁王米成出席了此次的开业庆典并从宏观角度上阐述了 LED 照明的背景和现状,介绍了鸿雁近几年经营 LED 照明的历程,同时也表明在这个机遇与挑战并存的庞大 LED 市场中,鸿雁将与运营商一起努力奋斗,争做 LED 市场中的佼佼者的决心。

鸿雁北京 LED 照明运营中心位于北京灯具市场中最具影响力的十里河灯饰城工程大楼区域,运营中心共有三层,实际使用面积 700 余平方米。鸿雁北京 LED 照明运营中心的一层 100 平方米区域为客户体验区,二层 200 平方米区域主要为户外照明产品展示区,三层 400 平方米为鸿雁照明综合展区及办公区。

值得一提的是,其中一层、三层的灯光设计还融入了鸿雁 LED 智慧照明系统,能让体验者真实感受到“智慧照明”让生活更聪慧的深刻内涵。

为了更好地配合运营中心的这次开业庆典,鸿雁公司总部给予市场形象店让利支持,促使很多商家现场达成订货,另外公司在十里河灯饰城的正门,主要通道和侧门都配备了多套照明展示系统,并有专人负责产品介绍,让四面八方的客户都能近距离了解鸿雁产品。

作为此次新开业的鸿雁北京 LED 照明运营中心运营商为北京科锐天丰照明设备有限公司,该公司经营照明类产品 10 余年,主营 LED 户外及室内照明和舞台灯光等相关照明产品,在北京照明行业具有较强影响力。

为满足用户需求 江苏锡压公司提前交付 天然气螺杆压缩机

■ 仲雅

江苏无锡压缩机股份有限公司承接为某集团配套的两台 KS0805 天然气螺杆压缩机,因用户要求,需要提前两个月交货,且其中 1 台要在 8 月底交付。为此,生产系统专门成立项目小组,全力满足用户需求。

为了确保 KS0805 压缩机能按时交付用户,生产指挥中心计划室以日程管理为主线,以此推进项目实施。项目小组成员每天现场 16 小时运作,为了提高问题的处理效率,项目组坚持每天一例会,针对前期问题进行确认解决方案以及落实相关责任人,提出完成的日期。在保障正常生产的同时,每天会上还将安全工作纳入管理日程,时刻敲响安全警钟。

在总装部各工段,为确保产品进度,总装部员工加班加点抢时间。员工胡锦涛刚休满婚假就投身于生产一线,与孙盛锐等员工及四化建配管人员一起,投入紧张工作。8 月 22 日,总装部油漆工段接到通知,23 日 KS0805 委外酸洗的管路分早晚两批回厂,需要安排油漆。为此,油漆工段安排 4 名油漆工进行加班。周六上午,第一批酸洗的管路回厂,油漆工段立即行动,有条不紊地对全部管路进行封口、清理、涂装,至下班前完成了首批油漆。此时,接到通知,第二批管路 5 点左右才能回厂,为不影响管路回装,油漆工段员工继续工作,直至晚上 9 点多第二批完成,为周日上午的管路回装提供了保障。截至 8 月 26 日,KS0805 装配进度比原计划日程进度提前 1 天左右。