

6 品牌 Brand

品牌风采

伴随中国—东盟自由贸易区的实质性进展的大背景,浙江人民电器集团近年来大力实施“走出去”战略,拓展东盟大市场,融入丝路经济带,在贸易合作、承包工程、劳务合作等领域取得丰硕成果。人民电器集团董事长郑元豹认为:“人民品牌”不仅仅是中国的,更是世界的。人民电器希望把中国 13 亿人民的文化精神传递给全世界。未来,人民电器集团将结合自身产品线长、覆盖面广的特点,前瞻性地打造全面能效解决方案供应商的战略目标。

创立一流民族品牌 打造世界 500 强企业 人民电器集团义无反顾实施“走出去”战略

■ 闻北

据悉,越南安庆火电站项目是浙江省首个成功的中国信用保险(放心保)公司买方信贷项目,成为中外经贸合作的优秀案例,彰显了“人民品牌”的独特魅力

水火并济,拓展东盟大市场

早在 2004 年,人民电器就已经在越南开拓电器市场,建立销售分公司,销售高低压电器产品。凭借强大的实力和品牌影响力,集团与越南电力系统建立了非常密切的关系。时至 2006 年底,APEC 峰会在越南成功举行。此举意味着越南正式走向了改革开放。在此期间,越南得到了世行、亚行以及中、法、韩、日等国的大量资金援助,而这些资金将大部分投向基础设施建设。

2007 年 10 月 30 日,由人民电器集团与越南共和国太安水电股份公司合作兴建的太安水电站项目正式签约。经过长达三年的紧张施工,于 2010 年 10 月 16 日全面竣工并交付使用。太安水电工程坐落在越南河江省,电站容量 2X41 兆瓦,项目总投资 1.2 亿美元,静态投资 6000 万美元,设备投资 2148 万美元。人民电器作为项目总承包商,承担全部设备的制造、安装、调试和安全运行,项目总额达 1.69 亿元人民币。太安水电站建成后,将供应越南国土 1/6 面积的工业用电和居民用电。由于太安水电站可靠的运行质量和发电性能得到了河江省政府与业主的一致好评。2013 年 8 月 30 日,越南共和国太安水电股份公司决定与人民电器集团合作兴建的太安水电站二期站——顺和水电站。这标志着人民电器境外总包工程已经获得越南各界的高度认可。

人民电器集团在太安水电站即将竣工之



浙江正泰智能电表通过欧盟 MID 认证

近日,浙江正泰仪表公司通过欧盟 MID 指令产品型式试验和工厂认证现场审核,成为国内屈指可数的智能电表通过 MID 认证的制造企业。

据欧盟相关规定,2020 年前欧洲市场要完成至少 85% 的智能电表轮换项目,项目需求总量超 2 亿台。通过欧盟 MID 认证后,仪表可以独立参加欧盟市场电表的招投标,凭借正泰良好的口碑、优质的产品与合理的价格,必将给仪表公司进入欧盟等主流市场的销售带来扩张性的增长。同时欧盟市场的标准一直是其他市场仿效的标准,如中东、北非等地区国家等,其招标的前提条件也是产品须获得欧盟 EN 标准的测试认证。

欧冠阀门通过CE认证

日前,福建欧冠阀门科技有限公司(以下简称:欧冠阀门)通过了欧盟 CE 认证。这表明欧冠阀门在国际市场上已逐渐站稳脚跟。已通过的欧盟 CE 认证将为欧冠阀门产品的出口增加多一层的保障。这也是对欧冠阀门实力的一种体现,更是欧冠阀门站上国际舞台的一个新起点。

今年 8 月份,欧冠阀门已成为神华国能(神东电力)集团公司的集中采购供应商。之前,欧冠阀门已成为了中国电力、华电国际的 A 级供应商。欧冠阀门接下来的目标是完成 API 的认证。并且争取在明年完成关于中石油、中石化、中海油的供应商认证。欧冠总经理吴文忠指出,今年 1-8 月以来,欧冠阀门同比增长 30% 以上。近 8 个月以来,欧冠参与的投标会大大小小已经接近了 30 场。欧冠阀门的品牌如今实力雄厚,时刻准备向更广阔的平台出发。

这几年,欧冠阀门不断加速发展,组建专业贸易销售团队,不论是国内还是国外,积极加入各大投标。在各大投标会中崭露头角,将一个崭新的品牌——欧冠阀门,展现在行业面前。欧冠阀门力争在数年之内,迅速打开国际市场,与国外知名品牌一争高下。

据了解,CE 标志是一种安全认证标志,被视为制造商打开并进入欧洲市场的护照。CE 代表欧洲统一 (CONFORMITE EUROPEENNE)。凡是贴有“CE”标志的产品就可在欧盟各成员国国内销售,无须符合每个成员国的要求,从而实现了商品在欧盟成员国范围内的自由流通。

(朱娣)



际,于 2010 年 6 月 30 日签下越南安庆火电站“2x50MW”项目。12 月 21 日,在时任中共中央政治局常委、国家副主席习近平和越南共产党中央总书记黎鸿英的共同见证下,中国银行和人民电器集团总承包的安庆火电站业主在越南河内签署《安庆火电站一期买方贷款协议》。该项目是国务院 421 专项下的买方出口信贷项目,总投资 2.1 亿美元,越南向中国借款 1.43 亿美元。项目的合作方式更是人民集团在国际项目承接中全新的尝试,更是全国电器行业中,民营企业在国际项目承接中的首例。人民电器作为越南安庆火电站的 EPC 总承包商,承担着该项目的工程、设计、建设和设备的采购、安装、调试的任务。项目直接带动劳务输出达 800 人,越南当地就业人员约 300 人。带动整个中国材料、设备、劳务输出达 7.5 亿元人民币,带动税收金额 1 亿元人民币。

展贸并举,走出一片新天地

人民电器集团广泛利用外事资源为经济建设服务,构建了科学的外贸系统和管理制度,出口创汇总额连续多年在行业内排名前“十强”。在今年举行的广交会上,“人民”产品凭借品牌与价格优势,赢得了众多客商的信赖,6 天内共与多家企业签单,合同总金额突破 800 万美元。今年上半年,集团进出口贸易持续攀升,极大地促进了区域经济的发展,受

到政府部门的充分肯定。

与此同时,集团还在中东、东南亚创建了 20 多家销售分公司,为“人民品牌”走向世界架起了一座桥梁。在业务交往中,外商经常来到集团考察,“人民品牌”给客人留下了良好的印象。今年 2 月,以越南国家电力公司副总裁阮孟雄为团长的越南国家工业部考察团来到集团上海有限公司。阮孟雄一行表示,“人民”高低压电器设备在越南市场做得很好,非常希望集团参与东盟各国的经济交流与合作,并邀请“人民”全方位参与越南国家电力改造和工程建设。

下一步,人民电器集团正与业主筹备位于越南普安省的安庆火电站二期项目,总投资达 4.8 亿美元。该项目已经取得越南工商部、建设部、人民委员会等国家机构的正式批准文件。同时,越南财政部已出具公文表明继续提供贷款担保意向。此外,业主已与 EVN 公司签订电价销售协议。

内外结合,融入丝路经济带

不久前,中央提出建设“丝绸之路经济带”和“海上丝绸之路”的重大战略构想,对于进一步完善我国新时期对外开放格局、经略周边环境,进一步促进国际以及区域间的优势互补、实现共同繁荣具有重大意义。人民电器集团是电器行业中的佼佼者,在东盟国家

也具有一定的知名度。东盟国家拥有丰富的自然资源及巨大的市场需求,而人民电器集团在供应电器方面积累了丰富的技术、优良的经营和管理经验。由此可见,双方具有不可比拟的互补优势。

国务院总理李克强提出了五项合作倡议,包括打造自贸区升级版,推动互联互通,加强金融合作,开展海上合作,增进人文交流、以打造中国—东盟合作“钻石十年”。近年来,随着中国与东盟国家电力合作规模的不断发展,合作层次日益加深,国家电网的电力也输送到菲律宾,南方电网对越南大规模的送电,华南集团在缅甸开发水电站等等,中国与东盟各国的电力合作有广阔的前景,也给人民电器集团拓展东盟,融入丝路提供了难得的机遇。

人民电器集团董事长郑元豹认为:“人民品牌”不仅仅是中国的,更是世界的。人民电器希望把中国 13 亿人民的文化精神传递给全世界。未来,人民电器集团将结合自身产品线长、覆盖面广的特点,人民电器前瞻性地提出了打造全面能效解决方案供应商的战略目标,即通过 5-10 年,将人民电器建设成为具有综合设备制造能力、技术咨询服务能力和工程施工/实施能力的综合性产业解决方案提供商。

创立一流民族品牌,打造世界 500 强企业,是人民电器集团不懈努力的既定目标。

上海电气首个海外燃机项目顺利交付

由上海电气工程公司负责安装的伊拉克凯尔项目一期 4x160MW 双燃料、单循环燃气轮机日前顺利交付业主。

该项目是上海电气第一个海外燃机安装项目。伊拉克凯尔燃机项目设计规划建设三

期工程,一期设备供货方为西门子,土建方为土耳其全球公司,上海电气于 2012 年 12 月份与业主签订安装及调试配合合同,于 2013 年 3 月中旬启动安装。经过一期项目的合作,业主对上海电气的项目管理水平、专业技术

能力和工作人员的敬业精神高度认可。

据悉,该项目位于伊拉克北部库尔德斯坦自治区省会埃尔比勒,距凯尔约 70 公里。建成后的凯尔一期工程将极大缓解伊拉克北部地区的用电紧张状况。

(博访)

华力重工 四措并举提升营销管理水平

■ 程茂

随着近期广西桂林华力重工水平定向钻武汉服务站、安徽服务站的建立,华力重工的服务营销网点增加至 8 家,覆盖华东、华中、华南、东北、西南等区域,下一步华力重工还将进一步完善服务网点布局,以便达成更快、更优的服务。

去年年底,华力重工就开始主抓六大基础工作,其中就有服务创优行动方案的策划与执行,具体内容包括在各地建立配件中心,保证售后、应急服务的快速到位;通过对服务后备人员开展标准化培训、考评、绩效管理培训等加强服务环节,通过主动服务加强客户关系管理;部门职能由以往的单纯服务转变为服务加信息收集,通过在服务过程中获取新的购机信息以拓展销售渠道。

服务型营销体系是指根据客户的渠道特点、品牌构成和经营方式等实际情况,量身制定保证客户可持续良性增长的相关方案,并在具体执行中协助客户做好要求、监督和整改等服务工作,保证目标有效达成。服务型营销除了扩建网点之外,还需做好以下几点工作:

1、目标设定 换位思考

对服务型营销来说,目标设定能够解决方向问题,首先根据客户实际情况和客户共同制定一个良性增长方案和计划,把目标设定,确定工作方向。很多人会说,该做的都做了,但是工作还是做不好,这就是方向出了问题,你越努力,离目标可能越远。

换位思考能够解决思想问题,很多人会有这样的心态,把任务给客户定完了就置身事外,不再跟进,这样的心态怎么可能把工作做好?因为没有换位思考,没有真正把客户的任务当成自己的任务,扪心自问,当员工有这种心态的时,会不会全力以赴地去协助客户分析市场中可能遇到的问题?会不会积极主动地帮助客户解决实际存在的困难?答案是不言而喻的。



2、找出问题 对症下药

服务型营销不是老好人营销,你好好大家好,就是销量不好。我们必须审视整个市场,更多时候要跳出这个市场来发现客户和市场中的问题,没有问题的市场是最危险的,没有问题的客户是没有增长潜力的,如果我们连最起码的问题都发现不了,谈何增长?服务就是一句空话。我们要充当市场医生的角色,必须要找出客户问题,找出病因,然后根据公司政策协助客户指定一套有效疗法,然后就是在治疗过程中做好监督和整改。

3、要求监督 政策调控

做好服务型营销,有几个步骤很关键:传达、要求、监督、调控。

传达:公司相关市场政策和新品推广及公司发展规划一定要及时传达给客户,尤其是一些市场政策出台的背后深意要强调给客户,客户是第一执行人,如果客户对公司的政策都稀里糊涂,营销效果不会太好。

要求:敢于多向客户提要求,根据客户实际存在的不足和问题制定整改方案,必须把

要求提出来,这是工作的前提。

监督:要求提出来了,增长方案也做出来了,客户执行去了,监督工作就要跟上了,这点非常关键,因为客户在实际执行过程中会大打折扣,会出现各种各样的问题和突发情况,我们必须要做好过程监督工作。

调控:问题出现后,我们根据客户执行中具体存在的问题,利用公司的政策进行有效调控,如果很难去改变客户,那就改变我们的做事方式,利用公司政策去调控,倒逼客户解决问题。

4、自我要求 提升效率

要创建服务型营销体系,必须要调整好自己的心态和思路,换位思考,积极主动,做好时间和空间安排。保证“每天都做对销量有贡献的事”,人的问题解决了,其他问题也将迎刃而解。

2014 年,华力重工依然受到工程机械行业低迷的不利影响,华力重工如果能真正站在客户的角度思考,提高产品质量,提升服务质量,相信越来越多的潜在客户会成为企业的忠实客户,口碑相传,公司经营就会越来越好。

经数万用户匿名投票评选 天威荣获 2014 用户最喜爱的 打印耗材品牌

■ 张艳

近日,天威高票获选由行业权威媒体机构——打印耗材网颁发的“2014 用户最喜爱的打印耗材品牌”。此奖完全由消费者说了算,经由数万名打印耗材专业用户匿名投票评选而出,天威品牌的高性价比、高品质深受用户认同,高票获选。

产品性价比高 天威实至名归

高品质、低价位、经济实惠的天威品牌已经深深扎根于消费者心中。天威非常注重产品质量,而支持产品质量的根本在于生产技术的改进,天威组建了庞大的科研机构,积累了丰富的科研成果和技术专利,目前天威国内外的专利注册超过 2200 项。发明专利总量居国内同行首列。

天威始终采用原装耗材厂商采用的质量标准,LGA、SGA、STMC 测试报告,都显示天威耗材品质与原装相当。天威更是国内首家通过 ISO9000 质量管理体系认证、全球行业首家通过 QC080000 产品安全体系认证企业,从原材料、零配件到生产流程、供应链等各个环节,始终居先的国际化体系管理,都在为天威耗材的高品质护航。在强大的技术后盾支持下,天威产品物美价廉,赢得了广大消费者的青睐。

注重品牌力量 推动业界发展

再生耗材业要想从原装厂商的围剿中突围,自主、创新是业内人士共通的认识,这不



仅仅是一句口号,它已经融入到天威人的血液之中,持续举办了八届的“天威杯”打印耗材创新设计与专利大赛,不仅展示了中国通用耗材行业技术创新和知识产权的成绩,而且对通用耗材行业提高自主知识产权意识、加快技术创新步伐起到了积极的推动作用。

随着我国打印机保有量的持续增多,国内耗材市场规模巨大,成为我国突围经济危机的重要产业之一。作为全球最大的通用耗材制造商的天威,拥有近 30 多年打印耗材制造经验、产品品类超过万余、市场规模覆盖全球,无疑是这场突围战中的尖头兵,为珠海乃至中国内地带来可观的经济效益,同时衍生了很多相关就业机会,推动了相关产业的发展。

勇担企业责任 热情回馈社会

天威始终坚持创新、绿色、环保的发展理念,天威特别建立了符合企业实际和 ISO14001 标准要求的环境管理体系并加以持续改进。天威让环保理念贯穿于产品生产的每个环节。预防污染、研发、生产绿色环保产品,以绿色产品引导市场消费,倡导绿色办公。

天威在发展,但天威从未忘记肩上背负的社会责任,天威在行动,天威过去十年与中国青少年发展基金会以及香港苗圃行动合作,在中国的贫困地区兴建并投入使用 54 所希望小学;并推行十三年“环保回收行动”,环保处理超过 100 吨的耗材废盒。

华荣防爆新品 引领行业发展趋势

■ 汪汶

伴随着防爆电气市场的日益成熟和快速发展,近日,浙江华荣防爆电器有限公司利剑出鞘,隆重推出全新力作——HCBK 系列数字型防爆扩音通讯系统和 BSJ960 系列防爆手机。至此,在华荣物联网管理中心软件平台下,可以完成智能配电系统、通讯系统、监控系统、传感系统的综合操控,把防爆电气智能化推向一个新的

高度。华荣物联网管理中心是极具行业革命意义的系统服务软件平台,通过网络技术,满足信息化、智能化及产业升级对防爆电气产品品质的苛刻要求,极大地提升了产品的稳定性及可靠性。此次推出全新 HCBK 系列,是目前国内首宗防爆型数字网络扩音通讯系统,从产品设计、综合性能、系统成本等全面超越原有系列,重新定义中国防爆电气格局。产品采用全球领先平台研发设计,安全性进一步提升,安装操控更为便捷,更具针对性地满足消费者个性化需求。尤其是产品性能与技术均实现了质的突破与飞跃,通过光缆及局域、广域网使传输距离无限延伸,传输过程不受外界电磁波干扰,抗干扰能力极强;以数据包形式传送音频信号,无通道限制,系统扩容简捷,系统最大容量达 64000 台。

基于全球领先平台,依靠顶尖团队的自主创新,华荣防爆电气不断实现产品性能的飞跃,引领中国防爆电气行业发展进入全新高度。此次物联网智能化系列新品的上市,将进一步增强华荣防爆品牌的核心竞争力,继续夯实其防爆电气行业领军者的地位。