

专注实业打响自主品牌 创新研发驱动提升研发能力 新达: 两张“王牌”抢占市场制高点

记者 吕高攀

一直站在行业发展的风口浪尖,新达公司的发展令人惊叹。如今,国内外投身炊具生产领域的企业不断增多,新一轮的激烈竞争又将展开,新达公司率先出手,以自主品牌和创新研发能力两张“王牌”抢占市场制高点。



图为新达铝业生产车间。

专注实业 多项荣誉加身

永康市新达铝业有限公司创办于1999年,专业从事铝制品和不锈钢制品研究开发、加工。

该公司目前主要生产规格齐全的铝制不粘锅和其他炊具等厨房用品,以及铝制散热器产品,并可以根据客户要求设计、制作各种型号的产品。产品在同行业率先通过ISO9000、CE等质量体系认证,已远销美国、巴西、意大利、西班牙、澳大利亚等几十个国家和地区,深受广大客户的好评。

新达铝业创建以来,在各级政府部门的大力支持和帮助以及公司不断努力下,先后受到省、地、市三级政府部门的表彰,荣获浙江省工商企业守合同重信用单位、金华市光彩之星、金华市百佳诚信企业、永康市重合同守信用企业等称号。

打造自主外贸品牌

五年前,新达铝业公司总经理金渭新主动转变思路,将贴着“新达”字样的不粘锅销往欧洲,开启了打造自主品牌营销之路。

此前,金渭新总是不甘心,多年来企业一直都是贴牌生产,质量和安全符合国际标准,完全有条件树立起自己的品牌,参与到国际竞争。

秉承老前辈的意愿,接手公司外贸事业的金晓青对自主品牌打造充满信心,因为五年后的今天,新达铝业的自主品牌营销策略取得了很大成功,贴着“新达”“金太太”等品牌标签的不粘锅销量已经超过公司整体销售份额的30%。

过去一段时间里,金晓青和她的外贸团队主动出击,主攻的是欧美国家的中小经销商。与大卖场的订单相比,这些中小经销商需要金晓青的团队化更多时

间和精力去维护,然而这样的策略却让她们成功地开拓出自主品牌营销的战略性渠道。

如今,已经在欧美市场具备销售基础的金晓青将目光瞄准了欧美国家的大卖场,她开始与欧美的大型销售公司洽谈合作,并将通过这些公司在当地仓储中心建立现场产品展示平台,利用现有欧美采购商资源以及网络推广平台等,实现以产定销的经营模式,真正落地欧美市场。

金晓青的短期目标是自主品牌销售占比达到60%,为打响新达公司的自主出口品牌打下坚实的基础。

着力创新研发能力整合

打响自主品牌,金晓青的信心来自于企业自身的研发能力,20名精英组成的研发团队为新达公司提供了源源不断的新活力。

每隔半年,新达公司就能推出两个系列的新产品,涵盖五六种全新的款式。金晓青对研发团队只有一个要求,那就是产品的设计和创新来源于市场,但又要超脱于市场,不能被市场牵着鼻子走,而是要将时尚和实用完美地结合起来,引导市场的消费潮流。

培养公司的技术骨干一直是金晓青非常热衷的事业,每年新达铝业都会吸收一批北京、西安等合作高校的学生来到公司实习,加入到研发团队中,一些优秀的毕业生将会直接被公司吸纳为员工。今年第20届五金博览会期间,新达公司将冠名“工业设计周”活动,全程参与设计理念创新。

在金晓青看来,新达铝业的长远发展须以创新能力为基石,近年来连续投入大量资金用于科研开发,不断应用新材料,更新产品。现在新达铝业通过不断研发新

产品,淘汰就旧产品,始终保持500多个品种规格的常态规模。

强势进入散热器行业

铝制散热器是目前我们公司的又一拳头产品,现阶段在俄罗斯市场销售比较稳定,并且开拓出哈萨克斯坦市场。金晓青说。

多年身处铝制品行业,新达公司对铝制品特性的了解已经深入骨髓。在这样的基础上,企业采取了高起点涉足散热器行业的策略,购入先进的生产设备,致力于新型散热器的产品开发、研制以及销售,力争开创独特的散热器研发、生产销售体系。企业以市场需求为向导,满足顾客个性化的需求。

现在,外贸市场面临着严峻的考验,不过金晓青认为,谁能够站稳脚跟,谁就能在危机过后的春天中占据这一行业的制高点。而要做到这一点,关键还在优化企业的产品结构和制造水平,提升自身的核心竞争力。新达铝业通过不断积累软实力,实现产品、技术、经营模式上的突破。针对产品市场不断的分析研究,不断提升符合市场需要的产品技术,坚持企业的品牌内涵。

工欲善其事,必先利其器。新达公司注重新工艺、新技术、新设备的引进、改进和再创新,确保产品质量满足和超越国家及行业标准质量技术要求,并降低生产环节的成本,给客户创造最大价值。

新达公司采用全自动喷漆流水线,实行单片喷涂工艺,提高漆膜附着力和效率,涂层牢固不脱落,环保无污染。当经销商对暖气片进行拆分和重新组对时,不会破坏暖气片表面尤其是接口处。



热烈祝贺第20届中国五金博览会隆重举行