



30项专利摆脱低端竞争 个性化定制提高附加值 科技+文化 前仓垃圾桶华丽逆袭

在新世纪文化用品有限公司的样品室内,300多平方米的大厅里陈列着的户外垃圾桶样品居然无一重样,有太阳能的、古色古香的、带有地方性标志的等,价格从几百元到上千元,款式由最简单的延伸至配置液晶屏,用公司总经理胡勇的话说,垃圾桶也能绣出花来。

记者 吕高攀 杨成栋

困局破解之道

① 引入科技提升功能 三十多项专利保驾护航

在李高峰看来,前仓镇的户外垃圾桶产业已处于危险边缘,光靠价格竞争,大家只有死路一条,市场在不断地倒逼企业寻求新的发展思路。

垃圾桶产业潜力依然很大,在国家建设美丽卫生城市的大背景下,市场在不断扩容。一些城市垃圾桶定期更换,三年甚至一年一换。胡勇说。

浙江红太阳教学设备有限公司总经理褚朝帅认同胡勇的说法。户外垃圾桶革新换代快,功能创新和新材料运用对品质提升明显。褚朝帅说,就像太

阳能广告式垃圾桶不仅有垃圾存储功能,还具备指示引导、城市亮化美化作用,又节能环保。

在前期的行业竞争中,有本地企业吃过亏,因外观相似被上海相关企业告上法庭,成为竞争的失利者。李高峰说,现在前仓户外垃圾桶产业已转型升级,树立起行业标杆,摇身变成竞争对手模仿对象,此时,企业无疑需保护自身利益,而知识产权保护就是最好的方式。

我们每年都会推出10多个新品,

并及时申请外观设计和实用新型专利。胡勇已意识到专利的重要性,希望为企业发展增添一道保护层。

目前,前仓镇垃圾桶生产企业先后申请了三十多项专利,通过自主研发和探索,在外观新颖和实用功能方面不断突破,持续形成业内优势,在激烈的同质化竞争中突围。

通过自主研发,前仓镇的户外垃圾桶产业开始逐步摆脱了传统沿袭的束缚,实现了技术创新的连续式发展,加快了企业发展进程。

② 寻求痛点个性化定制 植入文化打造城市标签

顶部设计有世博会标识的垃圾桶是当时专为世博园定制的,飞檐形状的是专为九江市城市道路改造工程配套的。胡勇绕着展厅走了一圈,细数着每只户外垃圾桶的故事。

这就是新世纪公司在激烈竞争中悟出的竞争法则,严格细分市场,将产品做到城市文化的骨子里。

此前,胡勇与销售团队一起,认真研究了市场需求,他发现,如今许多城市在建设过程中已将户外垃圾桶纳入整体布局。与普通垃圾桶相比,定制类需求较小,但可以在市场竞争中脱颖而出,利润也相对丰厚。

有些城市会出具相应的设计方案,但是更多时候需要我们的团队主动

介入,寻求他们的痛点。为此,胡勇专门成立了一支优秀的设计团队,对接有个性需求的客户。

现在,这些带有城市标签类型的户外垃圾桶已经成为新世纪公司的拳头产品之一:这种个性化需求很难模仿,需要强大的设计能力,而且双方的合作具有很强的黏性。

③ 专供配件向上游端转型 整合资源形成产业链

目前,前仓的户外垃圾桶行业小而全的情况比较严重,严重阻碍了企业向专精方向发展。李高峰介绍。

正是出于产业链条化的目的,前仓亨源五金制品厂总经理曹成军走出了一条不一样的道路,他的企业开始向上

游端转型,批量供应户外垃圾桶配件。

曹成军表示,普通户外垃圾桶构造相对简单,特别是一些公用配件,根本不用每家生产企业都去花费模具成本,完全可以在企业之间形成产业链,可以有效降低生产成本,增强市场竞争力。

在亨源公司,只要涉及户外垃圾桶的,包括桶盖、桶底、桶内圈、烟灰缸、木条等,几十种零部件林林总总。

资源的有效整合也是前仓户外垃圾桶生产企业快速转型的一种方式,可以降本提效,实现双赢。曹成军说。

④ 拓展组装功能降低运费 试水外贸拓宽销路

在闭幕不久的中国第69届教育装备展示会上,胡勇从一家专门从事户外垃圾桶外贸出口的参展企业获得了启发,稳定国内市场的同时,可以向国际市场拓展,保证营销渠道多样性。

前些天,金政市长来公司调研时,也曾提出企业做强做大可利用我市外贸出口优势实现国内外并举。虽然目前国内订单不断,但胡勇也觉得必须走出去。

相较而言,外贸产品在环保性能要求方面比国内要高一些,但胡勇觉得,依托于强大的研发能力,现在新世纪公司甚至整个前仓镇的户外垃圾桶产业完全有能力满足这种需求。

我们正在研发垃圾桶的可组装功能,一旦成功就能解决长途运输产生的高成本问题,营销链条可以延伸得更远,将市场铺向国外。胡勇介绍。



现状与问题

全国70%垃圾桶产自前仓

早在上世纪90年代中期,前仓镇不少企业就涉足公用户外垃圾桶生产。如今,前仓镇已拥有大大小小垃圾桶生产企业30多家,和新世纪公司一样的大型生产企业也为数不少,单个公司的年产量可达15万只,产能比之前扩大了六七倍。

对此,市文教用品协会会长李高峰倍感自豪,因为经过这么多年的发展,前仓镇户外垃圾桶生产企业已经成功击败了上海、江苏等地的大企业,坐拥全国超过70%的产量,成为名副其实的户外垃圾桶生产基地。

每只垃圾桶利润从200元降至20元

早期,户外垃圾桶的利润空间很大,单只可赚近200元。胡勇表示,这样的经营情况延续了很长一段时间,在2008年北京奥运会时,前仓产奥运桶的利润也还非常可观。

高利润也为前仓户外垃圾桶产业注入了强劲的活力,行业的快速发展过程中,不少企业生产量级上不断刷新着纪录。

然而在超大产能的基础上,特别是当市场中出现专门生产配件的厂家之后,普通户外垃圾桶的生产显得更加容易,带来的却是严重的同质化竞争格局,这也让已升格为户外垃圾桶行业领域中巨鳄般存在的前仓企业苦不堪言。

在产量迅速扩张、同质化竞争越来越激烈的同时,户外垃圾桶的利润急速跳水,缩为原先的十分之一,单只垃圾桶仅赚20来元。李高峰对行业的发展隐隐透露出担忧,对生产企业来说,如此薄的利润意味着几乎没有什么回旋余地,一不小心就是赔本赚吆喝。