

重塑工匠精神 再创永康辉煌

顺和 欧洲客户心中的 女神

探寻纳税双百企业供给升级之路 ①⑥



顺和铝业总经理 胡飞鸣

欧洲是永康市顺和铝业有限公司目前的主攻市场,60%的订单来自该地区,产品创新设计和优良品质成为企业的制胜法宝。每年春季广交会之前,顺和铝业公司都会推出两个系列、20款以上新产品,推陈出新已经深入该公司的骨髓。

胡飞鸣一直认为,品质是企业生存延续的根基,创新是企业发展壮大源泉,欧美市场竞争激烈,这两点尤为重要。厨具行业产品结构并不复杂,完成革命性创新很难,这需要企业不断朝着人性化和实用性的需求模式前行。

在顺和铝业公司,外贸部门不仅承担销售部的职责,还兼具市场部的重任,服务前移模式在该公司已经被运用得炉火纯青。每年,外贸部拜访同一客户的次数保持在三次以上,这类拜访并不是简单地维护双方之间的关系,更关键的作用在于寻找客户的痛点,完成市场调研工作。

从研发到售后,胡飞鸣将公司的整个流程总结为广义的服务概念,做好整个服务过程,是顺和铝业公司的自主品牌 Niceoker 能够从中东延伸至欧洲,并深受法国、意大利、英国等消费者喜爱的重要原因。



自动给汤压铸铝锅生产线。

现场 把 补丁 打在消费者心坎上

女神系列厨具在欧洲市场销售一直非常火爆,站在该系列厨具样品旁边,胡飞鸣对每个细微处设计都了如指掌:两年前,我们推出这一系列产品,但是直到现在,他们依旧非常受顾客欢迎,关键原因是公司的研发人员已经在原先的基础上实施多次创新,每次更新的补丁都实实在在地打在消费者的心坎上。

锅口由半圆改为直口设计,握手添置食品级的防烫硅胶套,握手和锅体中间增设锅盖安置凹槽,锅盖的圆形提手变成蝴蝶型设计等等。许多设计都不怎么显眼,但是

不知不觉中,使用者们会非常顺手地将这些新功能利用起来,整个烹饪过程变得更加舒心。

女神系列厨具的提升,不仅针对单个产品的实用功能,两年时间来,该系列厨具的成员从原先的10个增加到15个,能够满足家庭厨师各种各样的使用要求。

胡飞鸣介绍,顺和铝业公司创新研发能力集中体现在两个方面,不断推出新产品的同时,对老产品持续进行更新,使其散发出新的活力。当然,相较于新产品的研发,老产品的改进要求更高。

发力 引进自动流水线提升生产效率

在越来越激烈的市场竞争环境下,扬长避短,顺和铝业公司的核心在于企业强大的创新和服务能力,进一步提升自身的优势,才能让企业在激烈竞争中突围。胡飞鸣将企业的核心竞争力打造落脚点瞄准生产设备改造和员工整体素质提升两个方面。

目前,顺和铝业公司正在积极改造生产设备,引进全自动喷雾、取件、输送为一体的生产机械手流水线,新的设备完全投入使用之后,不仅可以将生产效率提升三成,还能进一步减少产品在输送过程中产生的不必要损耗。

另外,胡飞鸣觉得,不管是品质提升、创新研发、市场开拓还是

服务落地,都需要一支优秀的团队来执行。现在公司内部员工来自五湖四海,素质参差不齐,提升已经迫在眉睫。

去年开始,顺和铝业公司高薪聘请专业管理咨询公司驻厂,针对企业的生产和管理等各个环节植入5S企业管理制度,通过改善生产现场环境、提升生产效率、保障产品品质、营造企业管理氛围以及创建良好的企业文化等方面,让每位员工形成做事讲究的风气,减少工作场所的浪费,节约空间和时间。

当每位员工心中真正植入品质理念时,顺和铝业公司的管理提升才算是根本上取得效果。胡飞鸣说。

记者手记 软实力是 王牌

对任何企业来说,认清自身的核心优势,并将其在市场中不断放大,是在激烈竞争中立于不败之地的重要砝码。提起企业核心优势,胡飞鸣认为现在的厨具行业竞争激烈,除了苏泊尔、爱立仕等已经家喻户晓的品牌,不少跨行业大品牌也开始涉足其中,生产设备的提升改造很难获得极大的优势,企业的软实力才是现在顺和铝业公司手中的王牌。

能以自主品牌在欧洲市场中打拼出一片天地,顺和铝业公司多年来一直坚持塑造的品质+创新发展模式已经得到市场认可,正是该模式让企业从残酷的价格竞争中突破重围,步入更加广阔的发展空间。

十多年来,从中东到欧洲,顺和铝业公司实现从中端市场到高端市场的跨越,企业核心竞争力越做越强,市场地位不断得到提升。

大事记

2002年

永康市顺和铝业有限公司成立

2004年

首次进入纳税百强行列

2007年

进入厨房用品行业

两条不粘锅全自动喷漆流水线投入运行

2009年

凭借自主品牌“Niceoker”进入欧洲市场

2011年

引进高效、环保精炼发射炉

2014年

核心研发部门入驻总部中心

2016年

引进全自动喷雾、取件、输送流水线