

缩短中间环节降成本 打响自主品牌拓渠道 永商布局 海外仓 实现国际扩张



739家企业 参与电力直接交易 预计下半年可减少 用电成本3000万元

见习记者 舒姿 通讯员 吕文金

本报讯 近期,省经信委为加快供给侧结构性改革,部署开展电力直接交易试点工作,积极运用市场机制切实降低企业用电成本。得益于此,预计我市739家符合条件的用电企业可以参与电力直接交易。

按照试点工作要求,参与此次直接交易的电力用户为2015年度年用电量100万度以上或执行大工业电价的工商企业(包括今年5月31日前新投产的企业)。但有三类工商企业不享受优惠电价政策:一是2015年以来发生过环境污染等事件的企业;二是2015年度能源双控目标任务考核不合格的企业;三是执行差别电价或惩罚性电价的企业。

据悉,这次直接交易试点期限为今年7月1日至12月31日,采取用电企业与发电企业通过平台集中单一制竞价的方式进行电力直接交易,每度电价可比现行电价降低0.035元。据测算,我市739家符合条件的用电企业,下半年可减少用电成本3000多万元,能有效降低参与企业的生产成本,提高市场竞争力。

4家企业成首批 省级制造业网销示范

记者 田妙联

本报讯 7日,记者从市经信局获悉,省经信委近期公布的首批84家浙江省制造业网络营销示范企业名单中,我市哈尔斯、匡迪工贸、凯丰集团、兴昊塑业等4家企业成功入选,金华市仅10家。

去年11月,为加快推进制造业网络营销工作,省经信委出台相关指导意见,提出力争到2020年,实现规模以上制造业企业网络营销全覆盖,全省制造业网络营销发展水平处于全国领先地位。

首批示范企业申请条件门槛颇高,要求近3年内企业网上销售额合计超5000万元,或网上销售额占当年企业销售收入的比重达到或超过15%。

浙江匡迪工贸有限公司是名副其实的网销示范企业。早在2010年,该公司以礼品杯为切入点,乘互联网+东风开辟蓝海,先后开通阿里巴巴诚信通、天猫旗舰店,去年仅阿里巴巴销售额破5000多万元。今年该公司继续互联网+,筹备入驻京东,嫁接跨境平台,以期全网营销。

目前公司产品种类达300余种,具备2000万只的年生产能力。匡迪公司电商一部经理马春青介绍,网络营销改写了传统营销的新篇章,公司计划在三年内,网销额达1亿元,占公司收入比重20%以上。

凯丰集团也不断开拓网销市场,今年聘请网销人才,产品设计就投入近百万元,预计全年国内网销额将占比公司总营收额的25%。

顺应互联网+大势,近年来,我市着力推进传统企业触网,嫁接O2O、移动电商、跨境电商、C2B等模式,加快推动制造业转型升级。根据阿里研究中心发布的《中国县域电子商务发展指数报告》,我市连续三年(2013年-2015年)位列中国电子商务发展百佳县前三。

我们从去年开始筹备俄罗斯分公司,今年正式运营后,已取得了令人满意的业绩。步阳集团外贸部经理王东平说,6月份,该分公司售出自主品牌精品门200多樘,迎来开门红。和步阳集团一样,越来越多的永武缙企业在海外设立分公司,开拓当地市场,直接参与到国际竞争中,并取得良好的销售业绩,真正迈出国门。

记者 吕高攀

设立海外分公司 抢国际巨头 饭碗

以往通过引进外贸人才或同外贸公司合作取得订单拓市场的方式,经常会遭遇到诸飞单、另立山头等情况,同行间恶性竞争也会引起压价抢客户、订单的局面,或者因海外各国距离遥远,政策不同加之地方保护,致使公司经营风险加大。涛涛集团董事长曹跃进意识到,不仅产品要走向国门,更重要的是思想和管理、经营和机制走向国门才能赢得广阔的发展空间和无限的世界舞台,因此,必须要到国外建海外仓。

2006年,涛涛集团在美国洛杉矶成立第一家国外分公司,由集团总部委派人员管理,有自己独立的办公楼、仓库,以及营销、设计、财务、运输、售后等团队,从此吹响了进军国外市场的新号角。

通过美国洛杉矶分公司的成功运营,涛涛集团先后在美国洛杉矶、达拉斯、亚特兰大、印第安纳波利斯、休斯顿、华盛顿建立了6个

分公司,在加拿大温哥华、多伦多建立了2个分公司,在俄罗斯和迪拜共设有4家分公司。

在海外分公司的运作下,涛涛集团出口产品市场竞争力明显增强,以质量稳定、性价比高、售后服务好著称,在世界同行业中占据领先地位,在美国、加拿大、俄罗斯等地的同类产品中,占其市场销售总量的近50%,尤其是250cc以下小排量的全地形车,更是在美国市场由原来的15%占有率增长到了现在市场销售总量的60%以上。该集团已成为目前国内ATV生产企业在美国销售公司最多、销售量最大、影响力最广的公司之一。

涛涛集团仅仅是永康五金产业带上,永商布局海外仓的一个缩影。实际上,还有不少永商已在迪拜、巴西、瑞士等国设立分公司、收购企业,拓展国际市场。

进入当地一线市场 叫响自主品牌

步阳集团的国际扩张蓝图中,俄罗斯市场是第一步。如今,俄罗斯分公司已经在莫斯科等多个主

要城市设立15个经销网点,这些经销网点主打步阳精品门系列产品,产品上挂着的是步阳品牌。

王东平介绍,步阳集团设立海外分公司,改变以往接单加工模式,以优质品质和创新设计大力推广自主品牌,叫板当地的品牌企业。

步阳集团的整体计划,今年俄罗斯分公司将开设30个经销网点,3年之后这个数字将达到300个。同时,该公司正谋划在南非和巴西设立分公司,以此辐射非洲和南美市场。

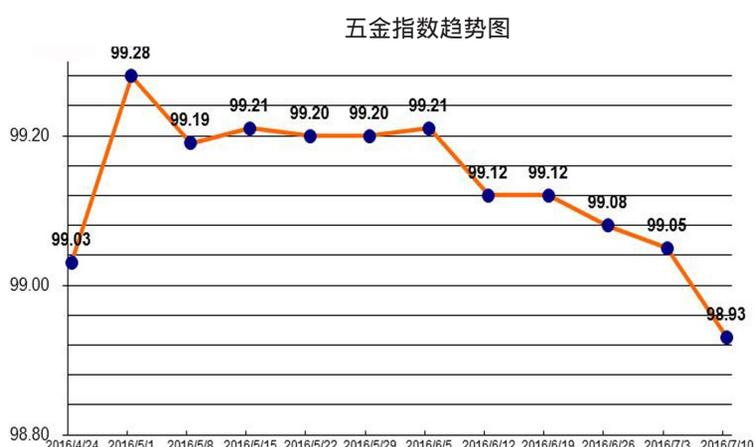
专门设立海外分公司和仓库,直接缩短中间环节,进入当地一线市场。相较于以往借助当地经销商的力量,海外分公司的设立,可以直接将集团服务优势延伸到国外,有助于在国外打响自主品牌。王东平表示。

此前,南龙集团也在谋划着在澳大利亚等地设立海外仓,外贸部经理江志非表示:与正常外贸接单相比,设计海外仓无疑会增加大量成本,但能为公司直接对接当地市场提供非常有利的条件,服务和品牌延伸可以让企业更快抢占当地市场制高点。

五金市场交易周价格指数看点 2016/07/10期

据监测,中国·永康五金指数五金市场交易周价格总指数本周收报于98.93点,较上期(2016/07/03期)99.05点小幅下跌0.13个百分点。

在本期十二大类五金市场交易周价格指数中,指数涨跌表现为两个大类上涨,七个大类下跌,三个行业持平。建筑装潢五金、通用零部件等两个大类周价格指数不同程度上涨,建筑装潢五金涨幅居首,环比小幅上涨0.15个百分点;门及配件、日用五金电器、五金工具及配件、机电五金、安防产品、机械设备、电子电工等七个大类周价格指数不同程度下调,电子电工跌幅居前,环比下跌1.64个百分点。



车及配件、运动休闲五金、厨用五金等与上期基本持平。
详情请登录 中国·永康五金指数网,网址: <http://www.ykindex.com/>
(供稿 五金指数办)