

重塑工匠精神 再创永康辉煌

安德: 未来厨房电器的“定位”专家

——探寻纳税双百企业供给升级之路⑮



安德公司董事长 胡忠怀



安德公司繁忙的生产车间。

现场 建成1500㎡创新研发实验室

25日,在安德公司新建成的1500㎡的研发实验室内,科研人员正认真对新款的烤箱勾勒设计图纸。

制图只是第一步,后续,研发人员还将在此进行新品打样、性能检测、功能改进等程序。在这里,厨房电器的智能化系统将被不断完善,整个研发实验室内展现的产品可能将在未来3年到5年之内出现在普通消费者的厨房内。胡忠怀说。

从最佳厨电科技领先奖,到

中国创新设计红星奖,再到有设计界奥斯卡之称的IF设计大奖,安德公司总是将目光瞄准在厨房电器创新发展的未来,倡导快乐的厨房文化理念。

胡忠怀说,为了保持持续引领市场的能力,安德公司每年都会将总销售额的3%到4%经费投入到研发领域。去年,该公司投入600万元,构建起一套新型的研发设计模块,研发实验室的建成则将进一步使该公司的研发工作常规化。

发力 提升厨房生活品质和文化品味

现在,历史最悠久的烤箱制造企业位于英国,其生产的最昂贵的一台家用烤箱售价高达20万元,为各院皇家及元首定制。即使一个小小的烤箱,胡忠怀依然坚信,在不久的将来,国内市场将迎来爆发式增长期。

现在,安德公司又有了新的目标,胡忠怀将自己的未来5年到10年的公司发展定位在中高档市场,目标的设定不仅仅是对产品质量的要求,同时兼具产品类型的清晰规划。以产量占领市场并非安德公司追求的发展轨迹,专精于烤箱和洗碗机一

道,并将该产品发展到极致,才是胡忠怀的理想。

在该公司办公室内,胡忠怀竖起左手,形象地把手掌位置比作欧美国家老牌的生产企业,手肘则是目前国内市场的消费状况,而安德公司5年之内需要达到的位置就是介于两者之间。

现在,新一代消费者对嵌入式燃气灶具和抽油烟机的需求常规化,两者已成为家家户户都需要厨房标配,接下来厨房生活品质和文化品味的提升在于智能化和厨房电器的多样化需求。胡忠怀说。

记者手记 精准的定位

很多企业主认为,市场需求是什么,企业就生产什么,往往忽视企业自身在市场以及行业中的定位,即使发展多年,企业依然如无根浮萍,无法站稳脚跟。

胡忠怀给安德公司制定的发展轨迹呈扇字型,做专、做精、做强,才能做大,依靠对市场未来发展的定位和敏锐嗅觉,大力投入科研,全力开发符合市场趋势性产品,通过引领市场消费

导向,建立起强大的品牌影响力和牢固的消费者黏度。

胡忠怀觉得国内厨房电器市场与欧美相比,存在着10年到20年的发展空间,而这个时间差刚好是国内企业可以利用的机会,做好品质,做强品牌,依靠厨房电器行业的发展轨迹实现精准定位,获得厨房电器30亿元至50亿元的市场份额完全是能够实现的。

大事记

- 1982年 永康鑫宝厨具开放生产炉头锅架
- 2001年 永康普能电器有限公司成立
- 2003年 嵌入式燃气灶研发和投产
- 2004年 成为中国第一家欧式油烟机设计生产企业
- 2006年 浙江安德电器有限公司成立
- 2007年 永康纳税进入前50强
- 2008年 成为中国制造嵌入式烤箱的先驱者
- 2009年 上海和瑞士成立产品设计中心,建立国际标准实验室
- 2010年 荣获国家高新技术企业
- 2014年 与意大利知名超跑设计公司Giugiaro实现了跨领域合作
- 2015年 成为厨房整体解决方案的领导品牌
- 多项产品荣获IF设计奖

八年前,浙江安德电器有限公司将自己定位在厨房电器整体解决专家,主要面向欧洲、北美以及澳大利亚等高端厨房电器需求市场,以后来者的姿态,该公司坚持走专注于厨房电器单一领域,牢牢把握以质取胜的经营思路。目前,胡忠怀的目标初步达成,安德公司在全国厨房电器产业前五的位置上已站稳了脚跟。

应该说,正是跨越式的定位模式成就了如今的安德公司,对未来市场中需求产品的准确判断以及孜孜不倦的品质钻研精神让企业在市场竞争浪潮中总是先人一步,胡忠怀始终认为,厨房才是未来品质生活的起点,实现快乐自煮,是企业需要为消费者解决的终极方案。

现在,安德公司的定位愈加明确,产业链并不需要拉得过长,专精才是企业发展的长久之道,区别于国内其他品牌优势更加明显的老牌厨房电器生产企业,该公司将烤箱和洗碗机作为科研的主攻方向。正如多年前,胡忠怀坚持认为厨房电器终将占领家家户户的厨房一样,他觉得未来厨房高品质的生活方式将由烤箱和洗碗机来诠释。

专业缔造经典,创新引领未来。安德公司的经营理念清晰地描绘了未来的发展方向,厨房虽小,市场发展空间却很大。胡忠怀认为,在这个万亿容量的市场里分一杯羹不难,关键是紧盯企业最擅长的领域,才是未来持续发展的正确选择。

记者 吕高攀