



重塑工匠精神 再创永康辉煌

维亿:黑钢 炒热 酒店厨锅

探寻纳税双百企业供给升级之路^{②3}



维亿公司董事长 夏维亿

着眼于市场细分,25年来一直从事厨具生产的浙江维亿工贸有限公司将着力点瞄得更加精准,发力主攻酒店炊具用品市场,迈向一条与我市厨具企业差异化发展之路。在这块陌生的领域,没有任何经验可以借鉴的情况下,维亿公司一路披荆斩棘,开垦出厨具产业的一片新天地。

7年前,面对竞争激烈的家庭厨具市场,夏维亿开始认真考虑酒店用品市场的巨大潜力,并昂首阔步前进,此时,需要面对的不单是迥异的商业系统和模式,产品结构以及公司价值体系都必须重新再造。如何突破成为摆在维亿公司面前的重要难题。夏维亿认为,既然选择更为精准的细分市场,那么必须准备棋高一招的方案。

新材料、新工艺的运用让维亿公司有了十足的底气进军全新领域。如今,维亿公司的新产品已进入上海、广州等30多个一线城市的酒店,并且受到上海酒总、四川博大、武汉三峡等多家酒店用品巨头的青睐。

在夏维亿看来,做细、做精、做透细分市场,对产品开发进行清晰的定位,在该领域形成企业的核心竞争力,才是打通企业任督二脉的关键所在,主攻酒店用品市场的维亿公司已经找准坐标,并不断向前迈进。

记者 吕高攀



维亿黑钢锅在广州展会上吸引客商眼球。

现场 新品售价高出普通锅整整一倍

在夏维亿的办公桌上,一张刚刚经过权威部门鉴定的新材料元素分析表摆在重要位置,材料中锌和锰两种元素的含量微乎其微。夏维亿拿起元素分析表说,这种材料被业内称为食品级钢材。

一次偶然的的机会,我发现黑钢这种材质非常适合铸造铁锅,其强度高、元素配比合理,不过相较于目前产业采用的冷轧板材,成本相对较高,柔韧性差一点,加工过程更为复杂。两者比较,新材料的优势显而易见。夏维亿说。

夏维亿介绍,现在新产品已经快速流向市场,价格比目前市

场上的酒店厨房普通锅具用品整整高出一倍,通过对比,原来只能使用三个月的炒锅,现在的寿命被延长至六个月以上。同时黑钢的特性决定其铸造的产品无需进一步表面处理,原装更适合于清洗与存放。

如今,黑钢铁锅已经开始被众多酒店所接受,夏维亿指着正在装柜即将发往沈阳的6000口炒锅介绍:当地不少各种档次的酒店都已经将炒锅更换为黑钢铁锅,一线城市的销量也在不断放大,整个系列产品的销量同比已经翻了两番。目前,新东方厨师学校已经与我们公司达成合作协议。

发力 不断完善生产工艺深挖营销渠道

走进维亿公司的生产车间,角落处堆放的大型模具吸引了记者的注意,这些是生产工艺不断改进的成本。新材料的引进,夏维亿笑称自己已经是半个黑钢专家。在材料甄选阶段,他整天与钢厂研究人员泡在一起,认真分析生产过程中元素的配比,不断完善材料的可塑性;在模具设计环节,从组装到产品一次成型,根据酒店厨房环境精挑细选合适的手柄材料。

你看现在,两个锅已经有明显的区别,原先的冲砸印记现在已经完全消失了。夏维亿手中拿着两口不同时期制造的黑钢铁锅对比着。为了保持黑钢

铁锅的原汁原味,生产工艺上完全摒弃了后期的打磨和喷涂,冲压程序成为维亿工贸公司必须攻克的一环。

有了好产品,深谙市场的夏维亿对企业营销模式的打造实行全新定义,集中火力攻克高端市场。今年4月份,来自上海酒总酒店设备有限公司的考察团队就来到维亿公司,深入考察黑钢铁锅,高品质的铁锅产品马上吸引了对方的注意力,很快双方就达成了合作协议。随后短短半年时间,维亿公司就先后攻克了上海、广州、天津等几个大城市的一线酒店用品主流营销公司。

记者手记 细分的威力

穿过维亿公司的车间,好几次当记者拿起一口与黑铁锅不一样的产品时,夏维亿就会在旁边补充:这个系列产品再过段时间就会停产了,并非产品没有销路,而是产品质量和要求已经不符合目前公司的发展定位。

市场细分让维亿公司避开了激烈的市场竞争,成为高档酒店炒锅用品的先行者,短短一年多时间,整个市场已经被该公司

撬起了一只角。

我们现在更专注于提升烤箱、洗碗机的品质和市场份额。安德电器公司董事长胡忠怀如是说。如同维亿公司一样,现在,我市许多企业都已经处于转型升级的路口,原来订单式生产的松散型发展模式正在发生改变,经过长时间的积累,专注型的发展道路正拨开云雾见天日。

大事记

1990年

市维亿日用五金制品厂成立

2000年

市维亿炊具有限公司成立

2万㎡新厂房投入使用

2001年

日产上万只不粘锅流水线投入使用

2006年

浙江维亿工贸有限公司成立

2009年

前往日本、德国考察并引进黑钢新材料

2015年

进军酒店厨房用品行业

2016年

完成一线城市销售渠道布局

成为中国酒店用品行业协会第一届理事会副会长单位