



程永阳 发力细分市场大步快跑

对话纳税双百企业掌门人(20)



豪旗公司总经理 程永阳

记者 吕高攀



内销拓展至外贸,浙江豪旗工贸有限公司迎来了转型蜕变的重要时期,短短三年,做深做透户外运动系列保温杯的豪旗工贸已经成功打开了美国、加拿大、澳大利亚、印度等国家的中高端市场。在强大的海外贸易市场的支撑下,豪旗工贸顺利跻身我市纳税双百企业,首次进入该榜单即名列115位。

人物印象▷▷▷

皮肤黝黑,不善谈吐,程永阳觉得自己是被迫走上做生意这条道路的老实人。然而,老实人做生意容易吃亏,这条定律似乎并没有在程永阳身上应验。相反,正是凭借着老实人做事比较专注、实在的特性,豪旗工贸牢牢守着户外运动水壶这方小天地,以创新、品质不断征服来自五湖四海的客户,在专业市场中缔造了一个神话。

正如程永阳自身的性格以及他所期

盼的那样,代表着豪旗公司精华所在的样品间也显得足够专业和简单,运动保温水壶摆满了每一个展台,这里似乎已经没有其他类型水壶的立足之地。

专业的人干专业的活,专业的产品派专业的用场,个性化才是未来消费者心中的期望。在程永阳看来,保温杯市场细分趋势日益凸显,提前建立起在细分市场中的优势,无疑可以让企业在未来的竞争中占有先机。

对话程永阳▷▷▷

问:豪旗工贸能够在如此短时间内实现飞跃式发展,你觉得其中的秘诀在于何处?

程永阳:现在,我市保温杯产业发展非常迅猛,特别是国内产能向我市转移的势头日渐明显,我市已经取代广州成为该产业最大的生产企业集聚地。在这种情况下,想要在日趋激烈的市场争夺战中站稳脚跟,我们的秘诀在于牢牢抓住细分市场,集中所有资源发力于户外运动领域,尽力把市场做深做透。

在向外贸市场发起冲击之前,我们内部曾经有过激烈的讨论,相较于国内市场,国际市场显然舞台更大,竞争更为激烈。让订单决定我们的生产,囫囵吞枣,这种模式确实可以在短期内快速扩大企业的生产规模,但企业未来的发展容易后继乏力。正是基于企业未来发展的判断,我们决定走一条先难后易的道路,专注于细分市场,厚积薄发,挑选符合企业自身胃口的合作伙伴。

因此,我们把市场开拓的焦点聚集于运动系列,而此系列中,我们的研发和生产专门针对其中的保温杯领域。从目前全

球杯业的发展趋势来看,我们的定位是完全正确的,随着人们越来越重视户外运动,该产业的市场容量和发展前景愈加被业内人士青睐。

过去一段时间,在与客户洽谈的过程中,我们可以自豪地跟他们说,豪旗工贸擅长且只专注于生产运动保温水壶系列产品,专业化确实给我们的谈判带来了巨大的优势,许多合作伙伴更愿意相信我们能够研发生产出他们想要的产品。

比如,在今年的广交会期间,我遇到一位来自美国的知名户外品牌经销商,短短二十分钟的交谈,豪旗工贸对运动水壶的使用功能的理解和最新研发成果的展示就已经征服了他,双方很快就建立稳定的合作关系。

随着人们生活水平的提高及消费个性的彰显,产品功能的市场细分将是一个不可逆转的趋势。我们要走的道路就是将细分化和专业化进行到底,让豪旗公司和豪旗的经销商亮点十足。

问:将企业拓展市场的焦点聚在户外运动领域,你们是如何获得竞争优势?

程永阳:能如此快速地拓展国际市场,与我们专业化的发展模式有着密不可分的关系,每一个客户,我们均可实现定制化生产,输送唯一性产品。在户外运动水壶领域,我们在产品开发理念和视野上更注重与国际接轨的二次研发和概念研发。

在经典与潮流之间,保温杯产业更趋向于后者,市场需求可谓日新月异,随着社会消费需求的多样化、差异化、情绪化、个性化而进入重视情感价值,胜过功能价值的时代,即所谓的感性消费时代。因此,国内外知名

经销商品牌对产品个性化的需求更加强烈,作为他们的供应端,我们建立竞争优势的途径就是在专业化基础上带来的强大的设计研发能力。

在产品研发方面,我们更加注重产业链的延伸,把自身在生产端的优势与合作伙伴在市场端的优势充分结合起来,根据美国、加拿大、澳大利亚等不同国家的消费个性,研发外观、功能迥异的产品,牢牢抓住消费者的胃口,上下游之间形成一个完整的研发链条,相互之间密切配合,进一步融合成为一个整体。

我的难忘时刻▷▷▷

与印度首席户外杯业经销品牌联姻

7月4日,我踏上了前往印度的旅程,此行的目的,就是应邀拜访户外运动水壶销量位于印度前三甲的品牌经销商。令我意想不到的是,短短15天的行程,带来了意想不到的收获,初步与印度首席户外运动水壶经销品牌达成战略合作意向。

与欧美相比,新兴的印度市场近来炙手可热,市场容量正在急剧放大,与快速崛起的消费能力相比,保温杯生产规模却远远不相匹配。

今年春季广交会期间,该印度知名品牌相关负责人来到我们的展位上。当时,他告诉我,他们关注豪旗已经有很长一段时间

了,与其他一些企业相比,尽管豪旗展出的保温杯并不算多,但产品系列非常集中,特别是在户外运动水壶领域,一些产品的创新点能够吸引采购商的眼球,包括独特、新颖的外形设计,绚丽、丰富、紧跟潮流的色彩应用以及豪旗在品质把控能力等,都成为经销商吸引消费者的重要筹码。

短短半个小时的交流,给双方都留下了深刻的印象,该负责人提出的关于运动、个性、潮流等一些产业发展观点与我不谋而合。

根据接下来双方的日程安排,8月中旬,对方的采购团队将首度来到我们公司,进一步敲定双方接下来合作的具体事宜。

诚信 品质 专业 服务
创新 效率 共赢 发展

程永阳



永康日报全媒体同步直播
对话纳税双百企业
掌门人