

王敏: 自主品牌扫清“北美雪”

——对话纳税双百企业掌门人 30



大邦公司董事长 王敏

记者 吕高攀

以高标准和好品质强势攻占北美和北欧市场,推动自主品牌在目标区域生根发芽,进入当地一线营销渠道,浙江大邦电动工具有限公司打下了一片天地,独创性设计和个性化定制成为大邦公司深耕家用扫雪机市场的看家法宝。

现在,与美国西尔斯、沃尔玛等公司的深度合作,正加速大邦公司冲击国际一线品牌的步伐,而该公司董事长王敏的战略规划中,家喻户晓成为大邦未来五年的发展目标。

人物印象

如果不是因为秋季广交会开幕,董事长现在可能依然在加拿大或者美国与哪位经销商促膝长谈。在公司高层管理人员眼中,王敏是一个不回家的男人,每年超过一半的工作时间穿梭于经销商和客户之间。尽管王敏辗转各地,但是他并不直接参与订单的谈判,与客户面对面交流,他更关心的是如何从中挖掘企业发展和产品创新的灵感。

过去一段时间,王敏和他的团队的北美执行可谓收获颇丰,结合经销商和消费者的反馈,针对企业的现有产品,先后得出

了30多条整改意见,不管是外观设计还是部分核心结构变化以及未来消费者的喜好趋势,王敏都第一时间在企业管理层中分享。在王敏看来,打破消费者与企业之间的壁垒,把消费体验作为研发团队的唯一目标,是企业进一步发展的唯一方向。

一直以来,王敏始终遵循企业重心前移的发展路线,涉足中高端生产体系,打造自有营销渠道系统,推广自主品牌,均是王敏市场战略重要部分。直接跳过传统的OEM模式,对企业主来说需要更大的勇气和魄力。

对话王敏

问:多年来,大邦公司一直坚持自主品牌的建设,如今取得什么样的成果?

王敏:多年来,我都把北美作为主攻市场,一旦在这里站稳了脚跟,那么意味着大邦于其他地区在品质和品牌方面的竞争就已经占据了先机,正是基于这样的考虑,我们成立了多个美国分公司,架设自有营销渠道,并以优秀的创新能力、卓越的品质和完善的售后服务,不断推进自主品牌战略布局。

现在,大邦的园林工具已经在北美地区颇具名气,其中自主研发的扫雪机更是占领该地区超过30%的市场份额。我们的园林工具已经直接进入当地的各种大型连锁超市,并开辟了专门的大邦展柜。

去年,我们与美国电器产品

零售三巨头之一的西尔斯公司达成合作,并迅速成为该公司在扫雪机和割草机等领域的核心供应商之一,标志着大邦的产品已经获得美国市场的认可。

渠道开拓初期,北美市场的高准入门槛确实给大邦增加了诸多压力,不过这也让我们有了强大的奋斗决心。我们能够建立起自己的品牌优势,最坚实的后盾在于核心技术进行自主创新,掌握话语权。

如今,大邦对产品的控制力逐年增强,核心零部件自主研发及自制超过50%,特别是动力系统,经过多年的深度开发,我们节能、传输效率和稳定性等技术已经接近国际一流水平。

问:自主品牌的建设初步取得成效,你如何进一步构筑行业护城河?

王敏:大邦的定位是制造型企业,因此,让自主品牌茁壮成长,我们需要为其提供源源不断的动力,其中最关键的是建设国际接轨的标准化工厂,其概念囊括研发、品牌、营销等多方面进步。

目前,我们正在快速完善企业的生产体系建设,全面导入JIT、KANBAN、TQM、TPM、SMED等5大精益生产体系管理模块,按照汽车行业的管理工具运营模式生成全新的管理平台,高效快速支撑整个工厂运营。

近几个月来,我们针对管理制度创新实施新的标准,推行开发、工业、文件等标准化建设,以系统化、信息化和集成化,为企业员工及决策层提供新型的管理平台,从供应链到工厂内部至客户全过程优化,提升企业核心竞争力。

同时,我们更加关注核心技术的研发和产业化,近几年来,我们每年R&D经费的销售额占比超过7%,这些投入所攻关的研发项目不仅在于产品外观和操作便捷性方面,同时囊括功能结构和动力系统核心零部件,着重提升产品性能。

企业参与国际竞争,有过硬的产品才有发言权,对企业来说,持续发展的核心关键在于创新。通过创新战略进行统领全局发展,进行全球布局,并在北美地区建立研发中心。

我觉得,创新并不是某个部门的职能,创新意识、创新制度贯穿企业各部门各环节,形成无所不在的创新文化才是我们努力达到的境界。我们希望通过标准化建设和新技术的开发及应用,快速做强自身的软实力,将市场竞争的护城河越筑越宽。

我的难忘时刻

新产品刚上市即获6万套订单

前几天,我刚刚收到营销部出具的新报表,让我感到非常惊喜的是,大邦自主研发的割草机系列产品订单在短短一个多月内已经突破6万套,这意味着生产线的生产排期已经被延长至四个月以后。

与普通电动工具相比,我们自主研发的新型割草机的附加价值更高,市场售价可达上千元,该系列割草机为大邦新型动力系统和结构模型的产业化成果。其中占整机80%价值的核心零部件均是我们自主研发,能够适应各种复杂的除草环境。由于性能更加卓越,外观设计更优秀,它们一上市就深受北美地区

经销商的广泛好评和欢迎,订单也随之纷至沓来。

与此同时,刚刚上市的新产品即可获得如此多的订单,从侧面反映出我们自有渠道和自主品牌建设结出了硕果,在美国和加拿大,大邦的品牌认知度已经有了显著提升。

现在,营销渠道的良性循环闭环成效初步显现,来自一线的直接反馈赋予我们更多灵感,给产品的研发和销售奠定了良好的基础,让我们生产的产品更加符合消费者的胃口,我们自主开发的产品可以在这些血管的帮助下快速铺开,第一时间抢占市场。

大邦 合作共赢!

王敏



掌门人对报全媒体同步直播
纳税双百企业