

正如那句享誉全国的“用步阳,我放心”,在接受采访时,徐步云举手投足间透露着一股让人放心的独特气质。一个人要让别人放心,首先要看起来让人放心,还要做事让人放心,更要身心健康。在徐步云的理念中,做企业与做人异曲同工。做一家放心企业,就要做好企业品牌、抓牢品质生产、打造健康企业,让消费者、全社会放心。这正是徐步云带着步阳平步青云的三大放心密码。

树品牌形象 做品质生产 造健康企业 徐步云：平步青云的三大密码

人物名片

徐步云



步阳集团董事长,浙江省第十三届人大代表,中国建筑金属结构协会副会长,浙江省钢门窗协会会长,浙江师范大学客座教授

300万换10秒广告 步阳品牌拉开世纪之战

1992年,循着家中父辈及兄长的步伐,徐步云从汽修厂辞职,创办了步阳集团的前身永康市城中铸造厂。几经辗转,1997年,凭借敏锐的市场嗅觉,徐步云发现了门业市场的商机。同年,步阳品牌在上海悄然诞生。

彼时,门企不多,市场供不应求。步阳用了三年时间做测试、跑市场,投设备、抓生产,搞设计、改工艺。步阳成为较早将转印技术运用到木纹防盗门的企业,一举成为市场关注焦点,开始在市场上崭露头角。

1999年冬天一个午后,徐步云接待了一个因销量猛增而需扩大代理规模的经销商,徐步云向他讨教销售秘诀。在我们那儿,步阳的名字已经家喻户晓,到处都能看到步阳的广告,想要买门,大家都先找步阳门,您说能不好吗?经销商的话仿佛为徐步云打开了一扇门。

家喻户晓,这不就是品牌影响力吗?那如果把这广告做到全国呢?想到这里,徐步云抑制不住激动起来,一定要走品牌策略,广告要投就投央视去。

次日,徐步云就想办法联系央视投放广告,但广告费高得吓人。广告代理商给徐步云的建议是先投放持续半年的10秒广告,费用是300万元。

300万元,在当时几乎可以买30套房,可以养活300名员工一年。徐步云一时之间有点拿不定主意。这是他创业以来最大的一次单笔投入,不得不慎重。如果广告效果不好,300万元打水漂,企业就有可能面临资金流紧张,经营将受到重大冲击。

当天夜里,徐步云失眠了,整夜辗转反侧。天亮时,他最终下定了决心,必须投!

只有走品牌之路,才能在市场中脱颖而出。

这个决定打响了门业品牌的世纪之战。2000年,一段10秒的步阳安全门广告登陆央视,“用步阳,我放心”成为当年最火的广告词之一,步阳一跃成为全国性品牌,具备了与传统门业龙头企业分庭抗礼的资本。

18年过去,步阳的“放心”文化家喻户晓。2001年,步阳在品牌形象塑造推广上的投入达到了1000万元。此后逐年增加,到2017年,步阳品牌已经覆盖央视、地方卫视、地区路面、高铁等等关注流量极高的区域,每年投入达到了2000多万元。

旁白

品牌犹如一个人的气质。气质好的,第一眼就能让人产生好感。徐步云在当时的抉择,是他敢闯敢拼气质的体现,也是步阳勇于尝试创新精神的源泉。品牌战略,毫无疑问是徐步云打造“放心步阳”的一大密码。

用近一倍的成本 实现对品质的高要求

2017年,步阳安全门销量已经高居全国第一,生产工艺更是处于领先地位。但是,在徐步云的“放心”文化里,要让消费者放心,产品品质就要做到精益求精。

在当年的门博会上,徐步云偶然逛到一个门窗生产商的展位,发现该厂生产的铝合金门窗斗角密合度很高,肉眼几乎看不到缝隙。过去,加工斗角普遍使用的是国产双头锯,需要员工手动操作,这导致两条门板之间的角度很容易存在误差,拼合起来就会留下一条明显的缝隙。

为了改善这一瑕疵,该公司曾把所有的双头锯升级成为了自动化锯角机,每台成本增加1.5倍,角度误差达到了0.2度。虽然这已经能满足市场需求,然而在徐步云看来,斗角密合度高低会影响到门的美观程度,进而影响步阳门在消费者心中的“放心”程度。回到办公室后,徐步云马上叫来生产部负责人,联系采购新型意大利锯角机。经销商的报价每台高达24万元,比现有设备贵了10多万元。

我们要做让消费者放心的产品,就要把细节也做到位。徐步云这次没有犹豫,很快,全部锯角机进行了升级。斗角误差进一步降到了0.05度,经销商惊叹:几乎完美。

锯角机的升级,带来的不只是精度的提高,还有产品合格率、产能等连带效益的大幅提升。一个短板,就这样加长了。

旁白

产品品质,成也细节,败也细节。徐步云在细节上的自我高要求,促使他对品质的追求从没有松懈。从单项设备的改进到智能流水线的不断升级,从最早引进ERP管理系统到持续升级优化建立完善的ISO9001体系。

徐步云牢牢抓住了先进的生产设备、科学的流程管理、严格的过程控制、规范的管理体系等品质生命线,真正在消费者心中树立了“用步阳,我放心”的企业形象。这,是他打造放心步阳的另一关键密码。

为了让企业更健康 投入再多也要把环保放首位

健康,能让身边的人有安全感,企业也是如此。如今,步阳集团已经成为横跨门业、车业、房地产、汽车零部件、物流等产业的全国性集团公司,徐步云的发展思路也从对外扩张向内部生产提升转变。

2017年夏天,徐步云步入门面处理车间,一股油漆味令他眉头一皱。员工在这样的环境中工作,身体能健康吗?员工不健康,企业能健康吗?企业不健康,规模做得再大,也会有衰败的一天。这让徐步云很不放心,他当即决定把油漆改为塑粉,让员工有更好的生产环境,也让企业更加绿色环保。

但是,从油漆转变为塑粉并非简单原材料替换就可以,而是牵一发而动全身,影响到生产工艺、设备更换、市场销售等诸多环节。

当徐步云在企业管理层会议上提议时,生产部、销售部、研发部等管理人员纷纷提出了质疑:生产环节上,设备更新至少需要2-3个月时间,生产进度将受到一定影响,而且对前道转印工序的要求也更加高,需要重新培训员工。销售方面,当时至少有10万樘门的订单已经在生产当中,改为塑粉后,产品将不能保持一致性,需要付出极大的成本对客户解释,甚至有可能会流失不少客户。硬性成本方面,现有设备尚属半新状态,使用塑粉后只能全部淘汰低价出售,并且原材料成本将大幅提高,预计全厂喷涂成本将增加20%以上。

管理层的疑虑在徐步云的预料当中。尽管可能会损失一定的眼前利益,但还是必须得改,成本问题我们尽量想办法克服,没法克服的,咬着牙也要改。徐步云力排众议。

于是,2017年12月,一场历时5个月的环保革命在步阳全面打响。今年4月份,除了特殊工艺,步阳门的表面处理材料全部变为了塑粉。现在,步阳车间再也闻不到刺鼻的油漆味。

旁白

健康,是一个企业可持续发展的内在要求。徐步云力排众议,不是头脑发热搞一言堂,而是将目光放得更长远。事实证明,当企业变得更健康以后,员工生产热情明显提高,产品质量更有保障,市场反应更加良好。今年4月份以来,该公司接到关于表面处理的投诉大大减少,客户满意度达到了90%以上。

尾声

从永康第一批汽修工人,到步阳集团董事长,徐步云书写了一段创业传奇。改革开放40年来,这样的传奇故事在永康屡屡上演。每一段传奇背后都有其内在的成功密码,这些密码,最终内化融合汇聚成为永康人的工匠精神。新一代的永康人,通过解读领会运用这些全新的精神密码,必将让永康经济在全面深化改革的征程上向前航行。

记者 王导 胡锦