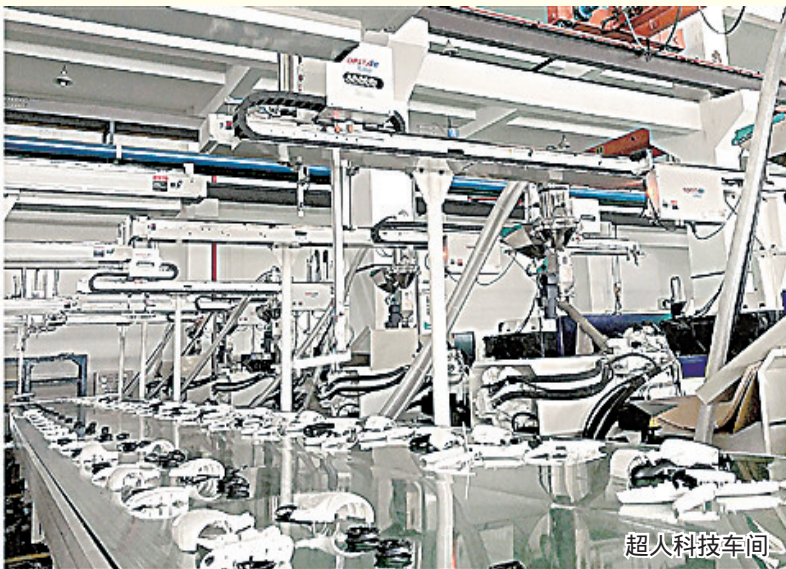


产业链 瘦身 科技范提档 超人 美颜 小家电开启一机多用密码



超人科技车间

·企业名片·

面世 1983年
标签 生活小家电专家
勋章 国家 两化 融合贯标企业、18项国家标准制定单位、中国驰名商标
数说 年产各类小家电 1200万台
多个产品位列三甲
拳头产品 电动剃须刀
成长密码 人才战略 产品战略

商用住宅 能买吗？

资金有限刚需族和
投资理财者可以考虑



海航
说房点盘

陈海航,房地产经纪人,高级持师,浙江省政府采购评审专家。

记者 应柳依

本报讯 上月在售楼顾问的介绍下买了一套40多平方米的小公寓,也怪我粗心,付完首付过完户拿到房产证才知道,房子的产权年限只有40年。而这块地审批时间已有几年了,也就是说我们实际使用时间都不足40年,这房子是不是买错了!10日,市民周先生辗转通过本报找到了资深房产经纪人陈海航,道出了困扰他多日的一个心病。

别急,40年产权的房子并不是小产权房也不是违章建筑,是可以正常购买的。在陈海航耐心地解释下,周先生焦灼的心得到了些许宽慰。

近几年,房价上涨的速度确实超过了很多人的承受能力,住宅置业门槛的提高让不少人转而将目光投向了公寓产品。而不少公寓产品都仅有40年到50年产权,那么,这类公寓和70年产权的房子有何区别?

40年到50年产权房通常被称为商用住宅,大多地段稀缺,周围居住氛围成熟,交通便利,若不自住将房子出租能得到的租金远大于普通住宅。陈海航表示,公寓作为商业地产投资中最为广泛的一种地产形式,尽管户型面积比较小,但胜在内部功能齐全,相对于现在在售的一些大户型或是洋房别墅之类的产品,更为经济实用。

不过,劣势也并不是没有。从细节上说,甚至连水电费都采用商用价格,较普通住宅费用贵上不少。在陈海航看来,由于土地性质是商业兼容住宅、综合用地,即便开发成了住宅,但由于收费标准不同,生活费用、买房税费以及二次交易费用都将高出70年的住宅一大截。

能不能购买这类项目,取决于用户的不同需求。陈海航进一步解释,如果你是刚毕业没多久,且手里资金有限或者没有获得购房资格的刚需族,那么可以先购买一套商住房过渡一下,等到将来再卖掉换成普通住房,如果你是理财客,购买该类年限产权的房子是为了能够出租出去,从而获得租金利润的,或者是打算在未来看准时机再卖掉变现的,那么,也是可以购买的。但不管是哪种购买者,在买40年到50年产权的房子前,一定要问清当地的政策,进行具体城市具体分析,毕竟买房不易,慎重为妙。

·经信视界看制造·

隐形冠军炼金术

记者 徐赛瑾

本报讯 一走进浙江超人科技股份有限公司注塑车间,迎面而来的就是改造前后的强烈对比。一边是老版车间,一台机器配多名员工;另一边是完成自动化、信息化、智能化改造后的车间,几台机器一名员工。这两年,企业生产线上的员工减了四分之一,销售额却年年增加。

在“两化”融合的大背景下,超人公司以技术支撑和自主创新为抓手,以产品零部件的标准化为基础,辅以生产流程的自动化、信息化改造,形成数据化管理,从而促进企业由劳动密集型向智能制造转变。

科技单品进入一机多用时代

蓝黑色机体、跑车般外形线条、开放式机头连接轴,不同于传统剃须刀,这款设计感、科技感满满的新机不禁让人眼前一亮。超人公司董事长应国京介绍,这只称之为“超人剃须刀2.0”的新产品,绝不仅仅是高颜值这么简单,造型、修容、洁面等功能,通过更换可拆卸机头,皆可

实现。

其实,超人剃须刀2.0只是超人公司近年来研发的科技含量较高的产品之一。早些年,超人公司产品种类多样,最多时高达1000余种,随着产品链不断拉长,研发团队的精力也随之分散,模具、零部件等设备资金投入相对更大,一定程度上束缚了公司健康发展。意识到该问题后,2016年,应国京大刀阔斧进行了内部改革,逐步缩短产品链,把主要精力放在剃须刀、吹风机等拳头产品的提档升级上。

从最初以价格优势抢滩中低端市场的“拔须刀”,到后来不怕大胡子的实用机,再到如今剃须修面,超人最方便的一机多用剃须刀,经过三年时间的稳扎稳打,超人品质提升显著。

今年8月,超人剃须刀2.0即将面世,与此同时,应国京又瞄准了每年以10倍速度增长的吸尘器内销市场。未来超人公司9大类产品每类不超过5种,总量控制在45种之内,通过爆款单品,营造多点开花新局面。应国京说。

行业品牌转向消费者品牌

次品按利润1比10赔付消费者,1比3赔付经销商,如此高诱惑的赔

偿机制,加之足够自信的产品质量,超人公司收获经销商认可。江苏一家经销商单年销售额实现从零到800万元的突破。短短三年,西南、西北市场销售额增长超5倍,今年第一季度剃须刀销量同比增长超40%。

提出如此高的赔率,应国京显然有十足的自信。去年,超人公司卖出200万只吹风机,退货仅7只,这一数据也足以体现内部改革取得的成果。

质量提升着实为超人公司带来不小的市场红利,但在应国京的概念里,这仅是超人迈出的最基础一步,而如何布局新一轮销售渠道,将超人从行业品牌打造成消费者品牌,则是他下一步计划。

超人在小家电行业里发展了30多年,但现在85后消费群体却鲜有人知。应国京认为,品牌是产品在市场中的旗帜,凝聚着产品质量、信誉和特色,提升品牌影响力意味着有了更广阔的发展空间。

在应国京看来,商超依旧是消费者认知品牌的一个重要渠道,也是超人公司布局营销的主渠道,在新零售日益成为发展重点的当下,线下商超将会成为一个又一个的场景。我们将超市分类,按阶梯铺货,后期,全面入驻A类、B类超市,C类超市入驻率达8成以上。应国京说。

引导企业智能化 产品维权常态化

休闲车行业协会助企逆势上扬

记者 应柳依

本报讯 近年来,休闲运动车产业不断迎来入局的新伙伴,产业格局也从以单纯的制造业为重心的逐渐转移到相应的服务业与赛事运营上。过去一年,为鼓励和支持产业进一步做大做强,培育出具备优势的品牌和项目,打造诚信经营的市场环境,浙江省休闲运动车行业协会在相关部门的指导和支持下积极参与维权工作,同时指导会员企业应对贸易摩擦,帮助企业执行国标,一路引领着行业健康有序的发展。

据悉,去年3月,成功换血后的休闲运动车行业协会在新班子的带动下不断提高了服务水平和质量,对“中国制造2025浙江行动”和智能化改造工作进行倡导和安排,完成了

飞神集团、尤奈特电机、庆大橡胶、易力车业、奇邦工贸、朗汇科技、金陵车业、永康骑客、灵隼工贸、尚野工贸、宝悦车业、鸿运实业、航佳工贸、皇庭户外、大成工贸等15家会员企业信息化项目合同签订,不断提高休闲车制造企业的智能智造水平。

同时,该协会实现维权工作常态化,先后召开6次新产品创新维权鉴定会,对31家企业的50个新产品进行维权和延续维权。针对会员企业的举报,打击两起侵权案件,规范行业市场秩序。在此基础上,该协会还编写了《平衡车国标执行注意事项》,协助和政府部门对行业进行常规抽检。

去年,受中美贸易摩擦、欧盟对我国电动自行车使用“双反调查”等贸易壁垒,出口企业面临巨大风险。在此过程中,该协会第一时间邀请市

商务局、协会会员企业一起召开研讨会,核对出协会涉案产品,编写了《美国加征关税商品清单第一期通报》等,帮助企业化解贸易风险,讲解海外知识产权布局。

尽管国际形势日益变幻,行业协会成员企业仍交出了一连串亮眼的成绩。其中,飞神集团荣获“第二届中国专利优秀奖”,集团董事长、总裁陈向阳荣获“2018中国房车露营领袖营销成就人物”“飞鹰奖”,尤奈特电机董事长李金东荣获市“十大永康匠人”荣誉称号,阿波罗公司总经理应儿女士被授予“联合国2018全球商界卓越贡献女企业家”称号,成为欠发达国家女性创业导师,涛涛集团以在美国关税提高25%的前提下,公司销售额逆势上扬30%的高质量发展受到央视聚焦等。