

# 新品牌新设计思维加持 永康制造

## 看 永康外贸军团 广交会上的 传承与创新

在当前全球经贸形势复杂严峻、外贸承压的背景下,正在广州举办的第125届广交会上,我市的参展企业表现不俗,纷纷通过设计创新、高质量发展突围,争抢出口订单。在订单收获满满的同时,我市企业不断推动自身嬗变,贸易新平台、新业态、新模式、新技术都有较大发展,快速构造稳外贸新优势,形成顺畅的外贸发展机制。

老树发新芽,融入创新因子,打破原有技术格局,传统的五金产品件成最in的智能形态。在广交会的永康交易团上,传承与创新比比皆是,传统产业,不传统的思维,让永康外贸军团收获满满。



### ►►► 现代化思维完善 走出去 格局

带着企业今年创新研发的新产品走进广交会,步阳集团副总经理应永辉肩负的使命不啻参展,在做好接订单这个广交会日常外,还要进一步完善步阳集团在海外营销渠道建设。

去年年底,步阳集团在东南亚多个国家建立分公司,布局自主品牌的营销渠道。过去几个月,分公司取得了非常显著的成效,每个月的销售额同比增幅超过50%,市场占有率提高得很快。尝到了建立海外自有渠道的甜头,该项任务自然成为应永辉参加此次广交会的重要任务。

在应永辉看来,永康制造经过多年沉淀,形成了强大的研发和制造能力,产品核心竞争力不断增强,我市企业许多采购商的角色定位慢慢发生改变,合作共享的模式逐渐开始覆盖单纯订单采购的方式,特别是一些东南亚和一带一路国家,他们认可中国品牌和中国制造。

应永辉介绍,目前,步阳集团着手推动企业外贸体系的现代化,已经先后在越南、缅甸等国家建立了分公司。接下来,公司还将在东南亚、西亚、中东以及

非洲等地布局分公司或者海外仓,加快企业营销体系的响应和品牌的扩张速度。

正如步阳集团,以国内市场为依托,嫁接成熟的营销模式、信息化系统、物流体系和人才资源,我市外贸企业不断尝试建立现代化的国际贸易新格局,已取得初步成效,通过分公司和海外仓架起贸易桥梁,整个营销网络逐渐向外延伸,推动企业走出去发展。

我市五金产业制造能力近几年来取得飞速发展,制造业层次增多,研发能力强化带来活动空间进一步延伸,产品附加值显著提高。凭借在汽车零部件、杯业、厨房用品、电动工具等行业加工组装能力,技术性能和产品质量稳定等优势,我市的五金产品很迎合国外市场特别是发展中国家的市场需求,在欧美发达国家同样具备相应市场匹配能力。

随着对品牌和市场的渴望程度提升,我市企业贸易方式的现代化程度不断提高,逐步与国际先进水平接轨,并初步建立起永康特色的外贸现代化体系,掀起永康外贸现代化浪潮。



### ►►► 高质量发展壮大外贸主体

连续多年参加广交会,对于广交会和我市参展企业的变化,浙江堂胜工贸有限公司董事长吕伟超的感受很深,在聊起此次带去广交会现场的产品时,吕伟超说:此次参展,新产品占绝大多数。目前,公司拥有30多项各种专利,这些技术90%以上已成功转化应用到各个系列产品中,实现了对各类休闲运动车、运动健身车、健身休闲两用车、儿童滑板车等全覆盖。

今年的春季广交会,吕伟超发现,现场直接下单的情况变少了,但是前来洽谈的大型采购商却更多了,堂胜工贸公司强大的自主研发能力正是吸引他们的法宝。展位上的三大类产品中,超过30%是堂胜公司自主开发,50%是该公司与采购商合作开发,让采购商看到了个性化定制的能力。

吕伟超介绍,目前,堂胜工贸公司结合自身优势,通过与高等院校和国外知名厂商合作,在设计、生产渠道等方面进行全方位资源整合,打通了生产车间和终端消费者之间的连接,进而实现私人订制。在每

个大类中,堂胜工贸公司每年都会推出新品,同时根据市场反馈,及时提升产品的设计和性能,不断满足消费升级的需求。

我市外贸经济成功的经验在于制造主体强,凭借设计研发创新、人才储备和管理技术,形成强大的货源组织、参展、应对风险能力和竞争力。

聚焦高质量发展,以高品质产品、高效率制造、高效率流通为支撑点,创新驱动为核心,借助广交会的国际平台,我市企业逐步形成渠道、品牌、技术、质量、服务的出口竞争新优势,再次将品牌形象推向国际市场,并瞄准市场把握时机,继续拓展国际化空间,力争海外市场的新一轮增长。

目前,我市五金产业围绕产业体系的构建、产业结构的优化升级,加大对传统产业的改造升级力度,增强有效产业供给,做大做强战略性新兴产业集群,培育经济发展新动能,打造体现创新、协调、绿色、开放、共享发展理念的高质量产业体系。



### ►►► 自主品牌抢滩国际中高端市场

从广交会回来之后,浙江大邦电动工具有限公司董事长王敏忙得脚不沾地,接待国外的采购商,同样的介绍每天都要说好多遍,不少采购商不仅对大邦公司的产品充满信心,对大邦品牌同样非常感兴趣。

多年来,大邦公司都把北美作为主攻市场。在王敏看来,该市场的标准和产品要求都较高,一旦站稳了脚跟,那么意味着大邦公司在品质和品牌方面的竞争就已经占据先机。正是基于这样的考虑,大邦公司构建自有营销渠道,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。

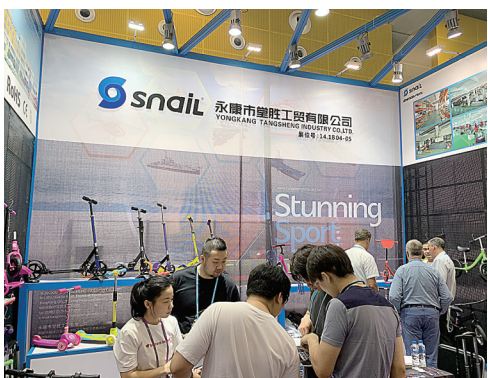
现在,大邦公司的园林工具已经在北美地区颇具名气,其中自主研发的扫雪机更是占领该地区超过30%的市场份额。该公司的园林工具已经直接进入当地的各家大型连锁超市,并开辟了专门的“大邦”展柜。此前,大邦公司与美国最大的电器产品零售企业西尔斯公司达成合作,标志着大邦的产品已经完全获得美国市场的认可。

北美市场的高准入门槛曾给大邦增加了诸多压力,其能够建立起自己的品牌优势,最坚实的后盾在

于核心技术进行了自主创新,掌握了话语权。如今,大邦公司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,其节能、传输效率和稳定性等技术已经接近国际一流水平。

当前,我市出口自主品牌产品占比不高,不过不少企业已经开始意识到向创新要效益,向品牌要附加值,以核心竞争力拉高市场占有率。自主品牌的树立,是一个艰苦的过程,需要企业长久的投入和付出。单纯靠低价走量的时代已经结束,产品的科技含量和品牌附加值才是企业努力的方向,也是未来国际化竞争中最重要的筹码。市商务局局长吕柳青说。

近几年来,我市大力推动企业扩大自主品牌出口,积极组织企业申报2018年浙江出口名牌,目前,我市共有浙江出口名牌企业19家,金华出口名牌24家。同时,推动四方集团、库川供应链等外贸综合服务企业向规范化、本土化、品牌化发展,利用国家级餐厨用品外贸转型升级示范基地的带动效应,推动形成以渠道、品牌、技术、质量、服务为核心的出口竞争新优势。



我市企业吸引大量采购商纷纷驻足洽谈。