



不做跟风者 只做追风者

□本报记者 陈 璐 文/摄



步入台州市中能元亨佑吉电动车有限公司,一眼就看到展厅里的时尚电动车,还有在旁边沙发上坐着的外国人。“不好意思,刚才来了一个国外的客户,我正在介绍产品。”公司总经理洪明辉笑着解释道。

在当前略显低迷的外贸形势下,这家企业出口营业额却逐年剧增,那么,他们是如何突围市场困境,走出一条不俗的发展之路的呢? 核心就在于两个关键词,品质和创新。

做好品质,才有市场

产品定位,好似企业的灯塔,指明了企业的发展方向。想必每个企业在发展最初,都会碰到定位不明的问题。

“不可否认,我也度过了一段迷茫期,不是很确定公司的定位。到底是做高科技的最新制造,还是做迎合市场的低价产品?”洪明辉坦诚地说道。

中能元亨佑吉电动车公司刚成立那会儿,洪明辉曾经为了迎合市场,生产过低端电动车。“这类电动车之所以有市场,最大原因就是价格低廉,老百姓接受程度高。此外,很多人对电动车的品质要求不是特别高,只要能简单满足日常出行需求即可。”洪明辉表示。

但是,跟风制造、“迷茫”销售一段时间后,洪明辉发现问题来了。“我们已经把利润压得很低了,可其他厂家还是报出更低的价格,这样恶性竞争的报价已经低于成本。”洪明辉开始反思。

既然国内市场很难迅速打破壁垒,曾经担任过中能集团摩托车公司外贸部经理的洪明辉,转而看中了国外电动车市场的潜力,决定将企业的销售重心转向国外。值得一提的是,佑吉电动车本来就是中国中能机车集团和世界摩托车发祥地意大利 ECOBIT 公司共同组建的,有其外销的优势在。

“国外对品质要求是排在第一位的,尤其是发达国家。所以,要打开国际市场,必须要有过硬的技术和服务意识。”洪明辉指出关键所在。

所以,该公司一直对产品高标准严要求,以便更好地与国际接轨。借用洪明辉一句话:“致力于做外销,可以让我们更接近国际高水平。”

据悉,2013年,该公司还专门聘请了澳大利亚的专家 JOHN 做营销顾问,以使产品设计更好地达到国际标准。同时,他们每年都会参加欧洲的展会,除了更及时接收国外最新产品的资讯外,也将自己的产品在国际舞台上推广出去。

2012年,公司的出口营业额130多万美金,2013年增至300多万美金,2014年突破500万美金,2015年的目标是600—700万美金……这些实实在在的外销数据,证明这条市场转型之路走成功了。

“国外很看重品质和口碑,所以要想长期开拓市场,后续保障服务必须要跟上。”洪明辉坦言,“若公司的电动车在销售过程中遇到质量问题,我们会第一时间派专业技术人员过去解决。”消费者对产品的信任感,就这么一点一点积淀起来。

力争创新,才有发展

在好品质、好服务的基础上,源源不断的创新动力非常重要。这些年,中能元亨佑吉电动车公司一直注重自主研发及创新能力,招募了一批海内外优秀工程师。“最近4年,公司为了研发投入200多万元,此外还有欧盟认证费用92万元。”洪明辉介绍道。

据悉,该公司先后研制了中高速电动摩托车的核心:ADTech控制器系统,便携式可提锂电池系统,以及人机交换的BMS电池安全高效管理系统等。此外,他们拥有了30多款符合欧盟E-Mark车辆标准的中高速电摩。多款车热销西班牙、意大利、法国、德国、瑞典、土耳其、加拿大等60多个国家和地区,其市场版图正在不断扩大。

在多款车型中,有一款是专门为特快、邮政、餐饮运输开发的koala,它功能性极强,不仅样式时尚,而且功率强劲。“节能减排是21世纪的主旋律,现在路上跑得最多的就是送餐、送快递系列。所以开发这系列的电摩产品,潜力还是巨大的。这款产品我们开发仅3年,已经销往西班牙、意大利、法国、荷兰、比利时等多个国家。目前,我们正在洽谈一个大项目,大家应该很快就能看到这款车在路上跑了。”洪明辉介绍道。



还有一款挺高科技的太阳能电动车,名为“小怪兽”。这款车子最大的特色就是运用了“太阳能电池”,在日光充足的室外,可以给车子自动充电。洪明辉介绍:“这是为年轻玩车一族专门研发的一款新能源电动车,主要销往北美地区。为了研制这款车型,我们和国外专家一起投入了很多时间和精力。下阶段我们将在太阳能源交通方面做更多的创新尝试。”当然,一款新产品研发成功,回报也是可观的。这款太阳能电动车,最好的机型一台售价达3000多美元。

“我们公司会秉承意大利造百年经典车的理念,在质量上不断精益求精,逐步拉近与德国、日本制造的距离,力争成为世界级电摩制造工厂。”洪明辉相信,经过不断开拓创新,公司一定能研制出更多最便捷、最智能的中高速电摩产品,从而推动中短途绿色交通事业的新一轮发展。



她从老板 变成了“的姐”

□本报记者 李 敏

白色衬衫牛仔裤、白色袖套白手套,这是出租车司机的“标配”。见到春莉时,她就是这副打扮,两手扶着方向盘,出租车司机架势十足。

前段时间,记者在“滴滴打车”发出信息后,她就抢到了单。她说,那天是她使用“滴滴打车”的第4天,成为“的姐”的第456天。

上车后,春莉拨通了同行的电话,大致地说了下今天做了几单生意、赚了多少钱,“刚刚忙着抢单了,姐妹打我电话都没接。”一口标准的徐州话表明了春莉的出生地,但她对台州很熟悉,不仅仅因为她在台州开了一年多的出租车,十几年前,她时常以老板的身份往来台州与徐州间。

“十几年前做生意时,我常到台州来进货,熟得很。”台州的电动车制造业发达,远在徐州的春莉“嗅”到了商机,多次来到台州寻求合作机会。

那时,春莉觉得在工厂工作很辛苦,经常加夜班,赚钱不多事情倒特别多。结婚几年后,她就离开了工厂,随后与爱人一起用之前的积蓄,再东借一点西凑一点,在镇上买了间门面,经营自行车和电动车生意。“做生意虽然忙,但忙得开心,因为赚的钱都是自己的。”自行车和电动车是短距离的代步交通工具,春莉也看中了这一点,做起了两轮车的生意。

几个月做下来,春莉发现,电动车的销量比自行车好得多,应该把重点放在电

动车上,而台州成为了她的进货地,“大家都说台州的电动车做得好,刚开始我怕贵,成本太高,就没来看。”与爱人商量了多次,“要想把生意做大,还是不能墨守成规。”跑了几次台州,春莉谈定了几个品牌供货。电动车因款式新颖,很快为春莉的店带来不少生意。

春莉负责销售,家人负责售后和维修。几年下来,他们店的门面从一间扩大到了三间。生意做大了,店员也请了好几个,春莉也就成为了“闲老板”。“那生意什么时候开始亏的呢?”春莉稍微想了一下回答道:“就在生意最好的时候。”生意做大了,春莉说她的爱人也染上了“生意人”的坏毛病,吃饭、喝酒、赌博,几乎天天跟朋友出去玩,店里也不管了。春莉坦言,虽然店里有营业员看着,但主要环节还得老板把关,她一个人忙不过来,爱人也不帮忙,最终生意开始走下坡路。

生意败了之后,春莉就带着儿女离开徐州,来到了她相对熟悉的台州。在工厂打了几年散工,工资不高,加上吃饭、房租,春莉无力支付小儿子的生活开支。后来,在同乡的介绍下,春莉开起了出租车,“赚的比工厂多点,我在工厂没有技术,赚不了什么钱,开车我以前就会,开出租车正好。”以往,春莉还是采用“扫大街”的方式带客,最近,她学会了新技能——“滴滴打车”,手机抢单,加上在街上顺带,每天能赚不少钱。现在,她的大女儿将要结婚,春莉开车也更努力了,她想为女儿赚点嫁妆。

开学经济遍地开花

□本报记者 周 益 实习生 黄煜茜

暑假即将结束,不少学生已经开始为开学“备战”,这也引燃了“开学经济”。近日,记者在多家超市看到,各式各样的学习用品已摆在大通道的货架上,吸引了不少学生和家長选购。同样,在台州电子数码城,智能手机和平板电脑也迎来了一轮销售小高峰。

书包文具卖得俏

“外婆,我要这个密码铅笔盒,还有铅笔也没了……”昨天,邵阿姨带着即将上小学二年级的外孙来到小商品市场选购文具。小外甥欢脱地在店内物色着自己心仪的文具,本子、文具套装等统统需要。

随后,记者又来到位于西路桥大道的新华书店。这里琳琅满目的文具摆满了货架,吸引着小朋友的眼球,各种特价促销活动更引起家长们的注意。记者了解到,临近开学,铅笔盒、水笔、本子、书皮等学习用品销量急速增长。“一般初、高中生比较独立,都是自己来买,大多选择休闲包,店里的阿迪达斯书包专柜为了迎接开学有所降价。而小学生的书包则比较专业,功能齐全,甚至还有拉杆的。为了迎合开学季,现在推出了特价活动,原价299元的包只要199元,这么大的优惠让不少家长心动。”店员陈雅雅告诉记者,开学前几天是书包销量最大的时候,平常一天的营业额达到1万元左右,到了开学前4天能翻个五六倍。

考虑到刚上小学的小朋友及其家长没有经验,新华书店还特地张贴了“新学年学生用品装备指南”,帮助他们来选购学习用品。

数码产品唱主角

“开学经济”也让数码产品迎来了春天,因为现

下流行数码“三大件”——手机、笔记本、单反,几乎成为准大学生们的标配。

记者在台州电子数码城看到,为了吸引消费者,许多手机品牌举行促销活动,普遍降价200元/台左右。其中三星S6降价力度最大,直降800元。众商家表示现在买还是很划算的。而苹果手机作为传统大牌,丝毫不受竞争影响,反而悄悄涨价了几十元。

“寒暑假是数码产品传统的销售旺季,学生是这一时期的主力军,他们青睐2000元左右的国产机,oppo、vivo卖得都不错,三星低端机价格实惠,也比较受欢迎。”一手机店负责人陈佳康介绍,现在网络发达信息透明,很多学生都是自己看好了哪一款过来买的,基本不用介绍。还有好多人直接在网上购买,导致今年营业额一般。

确实,今年各大电商也纷纷推出各种线上促销活动来分一杯羹,其中苏宁易购的“8·18”节、淘宝开学季等线上活动吸引了一大批网购粉丝。

相比手机,相机的销售则相对小众,主要是艺术类学生和摄影爱好者居多。而这些有需求的学生在刚放假时就会来提前购买,出游也能用到。“8月中旬开始的生意以学生为主,一直到9月中旬这段时间都是笔记本销售旺季,学生占顾客比重75%以上。”一家华硕电脑专卖店老板吴丽伟说,价格4000元左右的电脑是学生选购的主流。男生都中意游戏本,价格在4000元至6000元不等;女生则更注重外观,对配置要求不高,4000元以下的笔记本可以满足。

此外,平板电脑的销售依旧以苹果为主流,购买人群有低龄化趋势。

