领跑“双循环”

从“粗暴”到“精细”,从关注产业链下游到注重打造下沉市场。大元泵业——

市场分析精细化 内外兼顾稳增长

深观察 SHENGUAN CHA

企业名片

浙江大元泵业股份有限公司(以下简称“大元泵业”)成立于1990年,2017年在上交所主板挂牌上市,是拥有30余年品牌历史的全球知名民用水泵供应商,也是国内屏蔽泵行业的高新技术及领军企业。大元泵业共有工业园区250余亩,企业员工1500余名,拥有专利达247项,并通过KS、CE、CB等国际知名认证59项,主导的“大元”“新沪”牌水泵销售服务网点有10000余家,遍布全国,并出口东南亚、欧洲、中东和南美等近150个国家和地区。

大元泵业生产车间,自动化、智能化、数字化改造极大地提高了生产效率。

本报记者施 炜文/摄

近日,大元泵业在上海证券交易所2020-2021年度上市公司信息披露工作评价中,连续第三年荣获最高评级“A”级。不久,又入选为2021年国家专精特新“小巨人”,喜讯连连。

在信息披露、产品研发等方面连获好评的大元泵业,在市场上也取得了亮眼成绩。去年,在疫情等不利条件影响下,大元泵业实现营业收入14.13亿元,同比增长达24.52%。

在市场布局上国内国外均衡分布,内外贸各占“半边天”的大元泵业,是如何借势“双循环”的风口,做到营收连年上升?

从“粗暴”转向“精细”

“原先,我们只是‘粗暴’地将市场分为国内国外,现在,会更关注不同地区消费习惯、购买力水平等差异,分析竞品,针对性推广对应产品。”大元泵业总经理助理王侣钧举例说,国内沿海地区和欧美国家,偏好品牌家用产品,对价格敏感度不高,这类产品与国外品牌会有一定重叠度,他们便从外形设计、噪音控制等角度发力,挖掘亮点,而国内中西部地区和东南亚、北非地区,对价格较为敏感,对此,他们推出更多更具性价比的产品,在相同质量中做到一定价格优势。

这是近两年来王侣钧在走访市场时最深的感触。从单纯将重心放在工厂端研发产品,到走入市场研究差异化需求,再走回工厂针对性打磨产品适配需求,大元泵业完成了从“粗暴”到“精细”的转变。

无论是内贸客户还是外贸客户,大元泵业都通过大量的市场实地考察和历年数据分析,精准刻画用户画像,为对应经销商提供专业、实用的配货信息。

近几年,大元泵业欧美市场增速极快。“在国外市场中,欧美地区体量占比小,所以增长尤为明显。正是具备自身优势和特色的产品,为我们开拓了更多客户。”王侣钧说,专注细分市场已带来成效。

关注产业链下游

从去年开始,国外疫情反复,泵业市场也没有例外地受到影响。再加上原材料价格持续大幅上涨,汇率、运输等多重不确定因素,无论是厂商、经销商还是客户,都承受着不小的压力。

“成本上升,对销售有不小阻力,不是经销商不愿意接受涨幅,而是某些地区市场接受度已到上限。”王侣钧说,维持利润并不是他们的当务之急,如何稳住甚至扩大市场,等待疫情过去后的行情爆发,才是这家企业的最大关切,“产业链下游才是我们的突破口。”

“原材料的涨价,大部分已由我们工厂消化,包括运输拥堵产生的仓储费用、汇率等额外成本,我们都与客户充分协商,尽力分担。此外,还为一些客户增加授信额度,提供资金周转便利。”王侣钧说。

在经销商存货意愿不强,风险接受度降低的情况下,大元泵业还致力于帮忙销货。“我们对下级渠道有存库要求,但不是说把货批下去,放到仓库就好了。现在,总部会去到当地,帮忙组织订货会,更深入地讲解产品,促成订单,增加库存流动率。同时,也寻找学校、市政、房企等工程配套客户,争取更多订单。”

王侣钧表示,失去的市场体量再去找回来是比较困难的,他们希望等待外部环境好转时,自己的客户能在当地市场占有份额,甚至借此机会取得突破性发展。

“近来接到比较多的新询盘,就是因为无法承受原供应商的涨幅,来寻找替代,对我们来说,这是一种机遇。”王侣钧说。

突出品牌建设

“人们偏好购买品牌产品,是出于对产品品质、售后服务等方面的信任,品牌的附加值起到了主导作用。这是我们的发展方向,近年也在品牌塑造上布局更多。”王侣钧说,单在温岭,大小泵业企业就有2000多家,竞争激烈,在体量相近的几家企业中,能在细分市场中做出品牌是一个优势。

原本较稳定的泵业市场,受疫情影响出现了动摇,在客户寻找切换供应商阶段,大元泵业加大广告投入,推广品牌,让更多客户了解公司及产品。

在强化一、二、三线城市市场地位的同时,大元泵业加大渠道下沉动作,强势推进县级和乡镇市场,建立完整的线下销售网络,目前全国门店已超过10000家。

“我们统一门店门头,将它当成一个广告位,做成宣传通道。只有更多的销售终端,更下沉的市场,才能更直接地接触到终端消费者,减少中间商赚差价,也让品牌更响亮。”王侣钧说。

不久前的河南水灾,大元泵业在第一时间捐赠了一批价值50余万元的水泵,可直接用于灾区救援。之后,对于河南经销商,也给予了价格上的额外优惠,让终端客户用更低价格购买到水泵产品。

“水泵在水灾救援中起到重要作用,捐献物资是企业履行社会责任的一种行动。”王侣钧说,也希望更多人能看到大元品牌的一份心意和担当。

专家点睛

温岭市商务局相关负责人——

扩大规模,提升品牌影响力

大元泵业一方面依靠于生产端自动化、智能化、数字化改造提高生产效率,另一方面,也将疫情带来的市场影响作为契机,更好地开拓市场和客户。随着业务发展规模扩大,大元泵业也有望在成本端持续扩大相对竞争优势并扩张品牌影响力。

目前,公司除维护、拓展国际市场份额之外,还不断地完善团队建设规划与制度,细分内销部门,致力为客户打造更优质的用户体验,打开未来的增长空间,全方位实施以国内大循环为主体、国内国际“双循环”相互促进的新发展格局。

职业教育 要与产业互动

财富慢谈

沈海洲

中国已经是世界第一汽车大国,但高端的豪华车依旧被德国、日本等国际巨头垄断,究其原因,就是这些汽车制造历史悠久的国家拥有一批具备“工匠精神”的产业工人。先进的设备乃至顶尖的设计图纸都可以花钱去买,但是高素质技术技能人才、能工巧匠的培养却需要周期,不能一蹴而就。

去年,台州和温州一道,被列为部省共建国家职业教育创新高地建设试点城市,一批职业技术学校新建、扩建,职业教育发展如火如荼。

职业教育是为产业服务的,能就近源源不断地补充“兵源”,台州企业家当然欢欣鼓舞,但是采访中,他们也更希望职业教育能接地气,学生“一毕业就能上岗”,形成生产力。

高中的物理永远都跳不出神通广大的牛顿的“手掌”,三四十年前学的也是这些经典内容,但如果是机械专业的技校,三四十年的跨度,“机械加工”课程内容天翻地覆,尤其在当下的制造业正处于一个数字化变革的关键时期,我们的职业教育一定要追上产业技术更新的速度。

职业教育如何与产业发展同步?除了政府加大对学校师资、实训设备的投入外,职业教育学校与企业要加强互动,按需培养企业急需的实用人才。

一是请进来。最近,我市聘请一批龙头企业的专家担任“产业教授”,让产业的专家走上讲台,传授技术,这是很好的做法。此外,一些企业与职业教育学校合作开办定制班,也是创新做法,通过顶端设计,学生培养更加精准对接企业的需求。听闻这样一件事,某企业负责人在看了合作学校的实训设备之后,觉得落伍了,直接订了一台最先进的数控机床,与企业的设备一致,这样学生一毕业就可直接上手。

二是走出去。职业教育实践性很强,通过学校与企业的对接,让学生走出校门,走进企业,通过师傅手把手地教,实际操作真刀真枪地练,加快学生向合格的技术技能人才转变。走进企业,不仅锻炼了学生,老师也在这过程中了解到行业的最新动向,上课的内容更加接地气。所谓在游泳中学习游泳,走进企业,就相当于“下水”。

人是生产力中最具决定性的力量,接地气的职业教育,也是为创造最优营商环境加分。

三门小白虾喜获丰收

8月24日,三门县晏站村的养殖户正忙着在养殖塘里捕捞小白虾。据了解,当地养殖的小白虾肉质鲜嫩、味道鲜美,深受市场的青睐,有效地带动了当地经济的发展。

本报通讯员林利军摄

黄岩第五届全球高层次人才创业大赛上海线上选拔赛举办

6个项目入围黄岩区决赛

本报讯(记者陈赛娇 通讯员周家璇)8月26日,黄岩第五届全球高层次人才创业大赛上海线上选拔赛成功举办,经过激烈角逐,6个优胜项目进入黄岩区决赛。

大赛启动以来,获得了全国多个地区创业项目的积极响应。据统计,本次上海线上选拔赛所有项目成员均有硕士以上学历,其中60%项目核心成员为博士学历或具有海外留学经历。

大赛将在前四届的基础上,重点围绕高端装备等符合黄岩产业结构的领域开展优质项目征集,鼓励和吸引高端装备领域人才来黄岩创业发展,促进“高精尖缺”人才引进及优质项目落地,助推黄岩当地高端装备等领域产业的快速成长,为黄岩经济高质量发展提供有力的人才支撑。

大赛组委会从众多优质报名项目中,遴选出优质项目入选本次上海线上选拔赛。参赛项目从背景、具体产品、竞争优势、市场前景、团队能力等多方面进行PK,向在场评委、嘉宾及投资人展示了参赛项目的科学性、创新性和可行性,评委们针对项目核心竞争力、盈利模式、应用落地、发展前景等关键问题进行提问,并为创业者们提供指导。

通过现场专家评委的评分,最终,嗖卡商用车风险管理全场景服务生态云、靶向分离材料及装备的研发与应用、船舶智能航行、新型柔性纳米电极材料在智能传感器中的应用、中科分布式压力柔性传感应用、红外热成像核心技术领跑者等项目成为上海线上选拔赛前六强,入围黄岩第五届全球高层次人才创业大赛黄岩区决赛,争夺最后的名次。

无人机植保 助水稻丰产

8月29日,在仙居县下各镇马垟片省级粮食生产功能区,工作人员正操控着植保无人机,对水稻进行喷药除虫。近年来,仙居县注重科技引领农业高质量发展,大力推广智能化农业,极大地提高了农事作业效率,助力农业丰产丰收。

本报通讯员王华斌摄

杜桥集中销毁假冒 伪劣产品10万余件

本报讯(记者章 韵)“噼噼啪啪”“乒乒乓乓”“咔嚓咔嚓”……8月26日上午,在临海市市场监管局杜桥分局内,10万余件假冒伪劣产品,被集中销毁。

据了解,这批假冒伪劣产品包含“香奈儿”“古驰”“雷朋”等知名品牌的假冒伪劣眼镜8万余副,假冒“匡威”鞋2万余双,假冒茅台酒56瓶。现场,假冒伪劣眼镜被压路机粉碎,鞋子被剪破损毁,假冒的茅台酒被敲破损毁。

杜桥市监分局局长屈波说,随着知识产权保护力度的不断提高,市场上假冒伪劣产品逐渐减少,但依然存在许多不法生产者,为获取高额利润铤而走险。该分局坚持监管与服务并举,一方面,保持对违规行为的高压态势,严厉查处制售假冒伪劣产品等违法行为,营造公平、透明、健康的营商环境;另一方面,从服务入手,聚焦企业知识产权管理、运用的难点问题,通过培训指导、实地帮扶,进一步改善知识产权服务环境,为企业品牌崛起出谋划策。据了解,一系列的举措使得当地知识产权保护环境持续改善,侵权案件已呈逐年下降趋势。