



立足“久”字 开拓进取

记慈溪久友电器制造厂

■ 本报记者 张志乾 周厚忠

小企业 大作为

久友电器制造厂,注册资金300万人民币、占地面积25000平方米、建筑面积43000平方米、资产总额3939.50万元、在职员工485人、各类技术人员113人、主产一百多款电风扇和近百款取暖器、生产能力达到年产电风扇100万台和45万台电暖器。

2009年“久友”创产值10574.25万元,销售额9575万元,实现利税335.6万元。2010年企业创产值12220.3万元,销售额11084.3万元,实现利税382.2万元。

优化产品结构,提高产品设计能力,开发适合不同消费者需求的节能、节材、环保产品,是“久友”的战略目标;技术创新,调节生产控制,强化生产工艺,提升产品档次,是“久友”的战术考量;开发新产品,紧跟国际产品新潮流,是“久友”的远程营销规划。2011年,“久友”再推两大类各8款新品,使产品领先于行业,特别是今年投入开发的无风叶风扇,更是当今风扇行业的国际顶尖产品。

久友电器之所以有今天的成绩,与他们人性化的管理有关。首先,它们严格遵守《劳动法》,劳动合同签约率达100%。其次,充分发挥工会的作用,工会及时受理员工的各类投诉,及时处理各类劳动纠纷,为各种问题提供政策咨询和法律援助。另外,企业还给所有员工办理各种保险,建员工食堂、宿舍和生活设施,改善员工的生产、生活、学习和娱乐条件,为员工解除了后顾之忧。

要想企业立于不败之地,技术人才是关键,建立人才激励机制是“久友”管理中的又一个提升。企业通过引进品质副总、总工程师、销售部长等壮大了高级技术管理人才队伍,通过企业内部培训来提高普通员工技术水平。

“久友”的眼光是精锐的,他们瞄准国际市场的发展和需求,认为在可预见的时期内,家用电风扇仍旧是全球暑热电器市场不过时的产品,于是便在风扇的节能、轻便、环保、维修方便等方面下功夫,紧紧抓住消费者。现在,“久友”产品因其技术领先,品质上乘,价格适中,外观新颖,品种多样,售后服务到位而前景被广泛看好。

2009年度久友电器共计销售159.6万台,其中内销电风扇20.5万台、取暖器8.4万台;外销电风扇98.1万台、取暖器32.7万台。2010年度久友电器共计销售170.5万台,其中内销电风扇20.1万台、取暖器9.5万台;外销电风扇113.6万台、取暖器127.3万台。

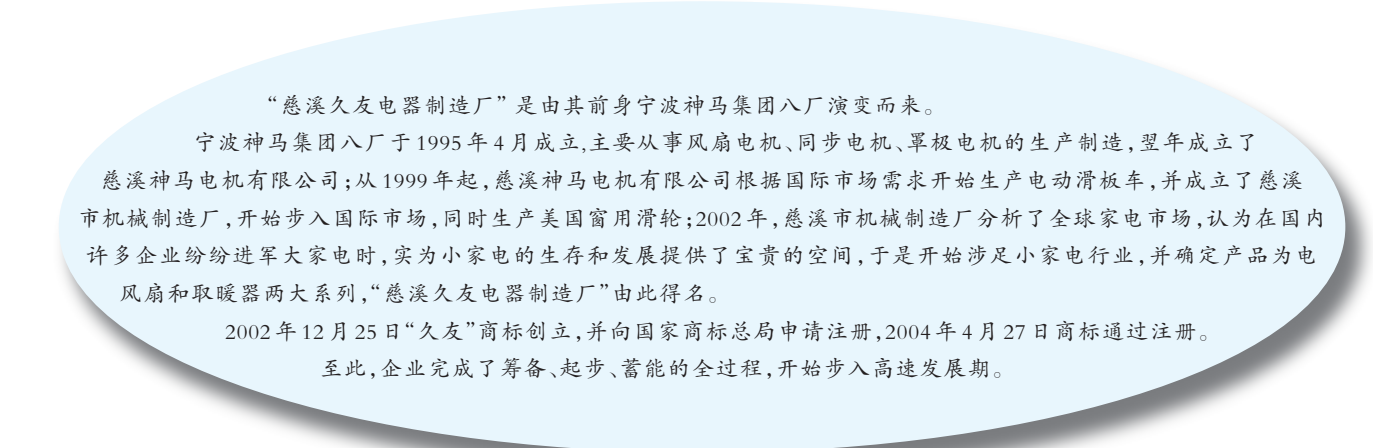
以服务促销售

良好的售后服务是实现企业销售目标的必要保证,是提升消费者忠诚度和满意度的主要方式,是树立商标信誉和宣传商标形象的重要途径。“久友”在国内外先后建立了售后服务网点,为提高售后服务人员的业务水平,增强其对问题的处理能力,“久友”对售后服务人员经常进行技术与素质培训;为了提高服务的时效性,“久友”配置车辆,以最快速度上门维修,并对产品实行“三包”。

目前,“久友”在国内部分省市和国外的英、韩等国均设立了售后服务网点,两年共投入资金737万元,取得了良好的社会效益。目前在美国设立的办事和销售机构正在紧锣密鼓的筹备当中。

质量第一 诚信至上

诚信是企业生存和发展的根本。“久友”坚持诚信经营的理念,重承诺、守信誉,为企业树立了良好的形象。“久友”坚持效益服从质量,产量服从质量,质量高于一



切,把“质量第一,诚信至上”的理念变为企业员工的基本行为准则,把诚信养成作为一种习惯。

2002年5月企业导入ISO9001质量管理体系,产品通过了CCC、UL、ETL、GS、CE、ERI、KTL、KETL、RoHS等认证,并远

销欧盟、中东、拉美及韩日等40多个国家和地区,国内销售至10多个省市自治区。截至今日,久友电器制造厂已成为宁波市主要的电风扇和取暖器生产厂家,电风扇出口量连续多年稳居慈溪市风扇生产企业之首。

“久友”在严格遵守国家制定的家用电器相关标准的同时,还制订了严于国家标准的企业标准,以ISO9001作为质量控制准绳,在生产过程中层层把关,严密控制,确保产品的优质率始终保持在95%以上。

目前,“久友”已是中国家电协会会员、

慈溪市家电联合会成员、浙江省工商企业A级“守合同重信用”单位。“久友”牌电风扇已成为浙江省名牌产品、慈溪市第十二届消费者信得过产品、宁波市消费者协会推荐产品、浙江省及慈溪市外贸局出口名牌、“久友”商标已为慈溪知名商标。

企业开辟国际市场从韩国起步,“久友”产品曾占据韩国35%以上的市场份额。因为韩国用户要求高,这就确保了“久友”牌产品起点高,这为它今后开发其它市场铺平了道路。

知识产权为“久友”保驾护航

“知识产权”这个名词对“久友”来说尤为重要。由于“久友”历来重视产品的开发与投入,新品不断问世,其先进性、实用性及外观新颖性在省内一直处于领先地位,“久友”产品也就一度成为其他厂商群起模仿的对象。为防止部分心术不正者窃取商业秘密,与本企业争夺人才,争抢客源,仿冒本企业的产品,“久友”与专利事务所建立了长期合作关系,及时为新品申请专利。目前,“久友”商标产品已获得各项专利27个。预计,今明两年企业还将计划申报专利20个以上,为争创省级和宁波市级专利示范企业作准备。

企业非常重视商标的管理工作,先后建立了商标管理制度和管理机构,并指定专门人员负责企业的商标申请、注册、续展、变更、转让、评价和许可使用等管理工作。

为了保护企业在国际市场中的利益,防止“久友”商标在国外被抢注,企业于2005年4月、2007年3月、2008年12月分别在香港、韩国、土耳其注册了“JOYO”商标,在英国的注册也在办理中。

在国内,企业注重与当地工商行政管理部门和商标事务所加强联系,时刻做好商标自主知识产权的保护工作。不久前,本镇上舍村岑某在第13类注册了中文的“久友”商标,在了解情况后,企业及时与当事人进行沟通,对方承认了错误并承诺在商标获得注册后即把商标无条件转让给久友企业,圆满化解了双方矛盾。

久友电器认识到假冒伪劣产品对自身的危害,从保护消费者与维护自身利益的角度出发,加大打假力度,设立打假基金,主动雇佣一些调查公司,查清假冒产品的分布情况,为精确打击提供确凿证据。查清假冒行为虽然付出了一定的精力和财力,但却取得了显著的效果,如2004年8月查处河南开封假冒“久友”商标电风扇案;2005年12月山东临沂查处假冒“久友”商标取暖器案;2007年6月在新疆乌鲁木齐查处冒用“久友”商标案;同年底在内蒙古自治区二连浩特市查处边贸假冒“久友”商标取暖器案等,极大地维护了“久友”商标的声誉,维护了企业与消费者的利益,也使假冒案得到了有效的遏制,据调查从2008年至今再没发现假冒行为发生。

企业负责人具有很强的广告意识,他们正确运用商标战略和策略,每年安排相应资金进行商标宣传。如在电视、杂志、网络、户外等媒体上;在德国柏林国际电器博览会、香港电子产品展览会、土耳其伊斯坦布尔家电家居用品博览会、美国芝加哥家庭用品展等全球性展会上;在每年2次的广交会,常年举办的宁波、慈溪、余姚家电展等国内展会上,都不乏“久友”商标的影子。此外,企业还协办或赞助一些公益活动,通过这些活动的宣传提升了企业形象。仅2009和2010两年的时间,企业投在媒体广告、参加各种展会和冠名赞助的费用就达99.14万元人民币。

经过多年的运行,久友电器立足“久”字,开拓进取,正以良性的态势走向更高、更远;也正以更加自律的眼光审视自己,期待自己走向新的辉煌。