

小企业占 50%以上 产品整体竞争力不强

## 品牌缺位伤及福安电机产业

陈雪梅 本报记者 江东

小企业占 50%以上 产品整体竞争力不强品牌缺位伤及福安电机产业

[作者 :陈雪梅 本报记者 江东 转贴自 :本站原创 浏览次数 :43 更新时间 :2006-4-5 6:09:37]

编者按

如果只是简单地看一些表面的数据,福安电机产业无疑是值得夸耀的:作为闽东的一大产业,近 3 年来,工业产值和税收年增长 20%以上,2005 年产值超 70 亿元,在全国电机出口中“三分天下有其一”。

然而,福安市质量技监局在调查福安电机产品质量状况时却发现,小企业占据半壁江山以上,产品整体竞争力不强,尤其是自主品牌的缺乏,使整个产业挣扎于价值链的低端。福安电机产业面临严重的发展瓶颈。

联想到本报昨天刊发的报道,湖北黄石市 10%的名牌企业却创造了 50%以上的产值(详细报道见 4 月 4 日 1 版),两种发展模式从正反两方面显示出名牌战略的力量。由此可见,只有注重技术创新,叫响自主品牌,让产品达到高技术、高质量、高知名度、高附加值,才能更加有效地转变工业增长方式,促进经济发展。

福建福安市电机电器产业是闽东的第一大产业,与晋江鞋业、石狮服装、德化陶瓷并称为福建区域经济 4 张“烫金名片”。目前,福安电机电器产业被列入福建省 30 个百亿元产业集群发展规划,全市共有电机电器及相关配套企业 630 多家。根据福安电机电器同业商会最近提供的统计数据,近 3 年来,福安电机电器产业工业产值和税收年增长 20%以上,2004 年福安中小电机实现产值 58 亿元,2005 年产值超 70 亿元,在全国电机出口中“三分天下有其一”。

然而,在快速发展同时,福安电机业面临的挑战和危机也逐渐暴露出来:小企业占据半壁江山以上,知名自主品牌缺乏,产品整体竞争力不强,这些成为制约福安电机产业发展壮大的硬伤与软肋。

去年,福安市质量技术监督局调查了福安 126 家整机生产企业,以了解福安电机产品质量状况。在该局提供的《福安电机质量分析报告》中,危机显而易见,被调查的 126 家电机生产企业中,小型企业有 70 家,占被调查企业的 56%;不具备生产条件的企业 49 家,占被调查企业的近 39%。抽查 58 家内销企业 58 批次的电机产品,合格 29 家,合格率仅 50%。福安市质量技监局一位负责人告诉记者:“小企业生产质量不合格的电机产品负面影响很大,降低了福安电机产品的品质信誉和整体质量水平。”

福安的电机产业在产能逐年扩大的同时,却未能创立叫响的自主品牌。福安电机产品虽打入国际市场 10 多年,目前有 200 多个系列 1000 多个品种产品,但叫得响的品牌寥寥无几,正沦为默默无闻的“打工仔”。福安市电机仍未实现中国名牌“零的突破”,而且至今只有 11 家企业的 13 种产品获得福建省名牌产品称号。

据了解,在福安数百家电机企业中,几乎所有企业都做过贴牌生产,如今仍主要从事贴牌生产的电机企业还有 200 多家。自己工厂造出来的产品,贴的却是别人的牌子。100 元人民币出厂价的电机,在国外竟按 100 美元卖出。贴牌拿到的仅是价值链最低端的菲薄利润。没有品牌就只好贴牌,贴牌了就更难以培育自己的品牌,难以获得更多的利润。闽东安波电器有限公司董事长陈少波表示,福安电机要成为中国电机行业的巨头,一定要打出自己的品牌。

福安电机企业自有品牌少而杂,影响力弱,而且不注重品牌的自我保护,长此以往,在恶性循环中难以自拔,严重威胁产业的发展。根据福安市电机电器同业商会提供的资料显示,福安电机企业迄今为止年产值过亿元有 10 家,其中集团公司 3 家,且都是刚组建不久。大部分电机生产企业为中小企业。企业规模小,产品技术含量低,品牌影响力弱,没有响当当的名牌等因素,都制约了福安电机的市场竞争力。

这对于雄心勃勃想打造“ 百亿电机城 ” 乃至成长为“ 集群 ” 的福安电机产业来说,是一个无可回避的瓶颈问题,也是一个不容忽视的严峻挑战。面对这种状况,2005 年底,福安电机业龙头企业福建凯捷利集团向当地有关部门及相关企业递交了集团联合福安企业做大做强电机产业的实施方案,企图吸收和整合本地产能工艺较强的中小企业,塑造统一的“ 凯捷利 ” 品牌。业内人士分析认为,凯捷利集团的行动对于福安电机电器产业来说,是一件极有意义的大事。行业整合,资源重组,树立品牌,扩大品牌的知名度和市场份额,是福安电机业进一步发展的必经之路。