

## 南浔地板行业品牌战略之路

作者：浙江财经学院 何春华

[摘要]本文以我国木地板行业发展状况为背景，通过数据资料调查，并结合南浔木地板行业实际状况，分析其优势与劣势，从质量标准化、服务规范化、品牌集中化等几个角度出发，提出几条符合南浔地板行业长远发展的建议。

[关键词]南浔；地板行业；品牌战略

改革开放后我国经济和社会飞速发展，大规模的基础设施建设、蓬勃发展的房地产市场以及人们不断增长的消费需求造就了巨大的地面装饰材料的市场发展潜力。在家庭地面铺装材料方面，人们逐渐聚焦到木地板上来。这主要取决于木地板的自然、美观、保温、脚感舒适和隔音效果好，具有防腐、防潮和防静电等性能，而且价位适合不同收入人群等。据统计，2006年我国木地板产量在3.3亿平方米左右，我国已成为名副其实的木地板生产大国，并正向木地板生产强国迈进。

### 一、国内外地板市场需求状况

根据建设部的预测：2005年—2020年间我国城镇新建住宅竣工面积将达到126亿平方米左右，年均约7.875亿平方米。按可进行地面装饰的面积占80%，预测近几年木地板在该领域平均市场占有率为25%计算，假定今后16年平均新建住宅面积为相同平均值，则2005—2010年城镇新建住宅对木地板的年平均需求量约为1.58亿平方米。按平均每10年二次装修一次、可进行地面装饰的面积占80%、预测木地板在该领域市场占有率为25%计算，2005—2010年城镇住宅二次装修对木地板的需求量约为每年1.92亿平方米。全国城镇非住宅房屋建筑、全国非城镇房屋建筑按平均每20年重新装修一次、使用面积占90%、预测木地板在该领域占有率为8%计算，2005—2010年该领域房屋对木地板的需求量约为每年0.99亿平方米。根据当前木地板产品的市场表现，价格适中，消费者喜好木地板，市场上没有出现更好的替代产品，所以木地板将进一步占领地砖、石材的市场份额，当前几乎所有的住宅都会进行地面装饰且选用木地板的比例越来越高；木地板在地面装饰材料市场的占有率应该会在近十多年来内提高到30%左右。根据当前我国木地板产品的质量和生产成本情况，在其它国家不对出口中国的地板产品做大额补贴、国内企业内销生产不受技术壁垒左右的情况下，进口木地板的数量不可能增加，进口木地板不会影响国内需求量对国产木地板产业的拉动。综上所述，可以推定每年4.49亿平方米的需求量是比较保守的数字，可以作为2005—2010年国内年均需求量的预测值。近些年我国木地板出口情况一直较好，根据有关数据统计可见，自2003年以来，我国木地板出口量大幅增长，我国地板市场有着巨大的需求，国内地板行业不仅要稳住国内市场，更要着眼于国际大市场，踏上国际地板舞台。

### 二、南浔地板行业发展现状

湖州市南浔镇是一座有着700多年历史的古镇，地处浙江北部、太湖南岸，位于长三角腹地，距离上海、苏州、杭州等大城市均为100公里左右，水陆网络健全，交通运输便捷，周边城市经济发达，对于市场销售、信息反馈和物流运输提供了便利，区位优势独特，是湖州市接轨上海的前沿区域。近些年，南浔区政府重视城镇基础设施建设，便利的交通和良好的投资环境吸引了大批企业到南浔扎根落户。目前，南浔地区已经形成了木业、电磁线、电梯制造、皮革制品、链条、毛纺、磨料磨具、真丝织造、湖笔、商标织带等十大块状特色经

济，而木地板产业集群经济也成为了南浔重要的经济支柱产业。

南浔木业开始于 80 年代初，经过多年的发展，南浔区政府部门相继兴建了占地 6.13 万平方米的地板生产交易中心，占地 3.6 万平方米的南浔建材市场地板城，250 多家企业在地板城开设销售中心。据区政府统计，2006 年全区木业生产企业达到 1733 余家，其中，南浔木地板生产企业达到了 382 家，各类木地板年产量约 6340 万平方米，其中实木免漆地板 3360 万平方米、实木坯板 1850 万平方米、实木复合地板 860 万平方米、强化地板 270 万平方米，其中免漆地板产量占全国 74.7%，实木地板市场占有率达到 60%。区域内有木地板国家免检企业 3 家（全国共 6 家），浙江名牌 5 件，浙江省著名商标 7 件，浙江省消费者信得过单位 2 家，湖州名牌 12 件，湖州市著名商标 25 件。国家建设部的全国 36 个康居示范工程推荐品牌中，南浔企业占据 16 席。浙江省木业产品质量检测中心设在南浔，大型企业均建有自己的研发检测中心。在南浔区政府正确引导和大力扶持下，善于“捕捉商机、抢占市场”的南浔人，凭借着敢闯、敢拼的创业精神，将南浔建成了全国最大的、专业分工齐全的实木地板生产、销售基地，实木地板产销量连续多年占据全国“半壁江山”。2006 年 10 月，南浔“中国实木地板之都”荣誉称号名至实归。

南浔地板行业在蓬勃发展的同时还存在着相当一些令人担忧的问题，主要包括以下几个方面：

首先，企业规模偏小，基础较为薄弱。南浔区的地板企业，几乎全部是民间投资，投资时间短，自身资本实力较弱，许多企业投资额在 1000 万以下，有的甚至不到 100 万，其生产加工的工艺较简单，科技含量不高，抵御市场风险的能力不强。相当多的企业都沿袭了家族管理和作坊式经营模式，随着竞争者的不断涌入和经济社会的快速发展，这种模式愈来愈显示出资源共享不够、沟通性差、决策不科学、缺乏竞争力、发展后劲不足等弊端。

再者，市场行为不够规范，整个行业的标准制定工作滞后，缺少统一的生产标准、铺设规范及验收标准。重复建设现象严重，某种产品好，大家便一哄而上，尤其是小型企业。行业对木地板的知识宣传太少、普及度不够，导致消费者选购时对木地板常识缺乏必要的了解。有些厂家片面的夸大产品性能，为了销售误导消费者，还有一些不法商贩在品种名目和价格上大做手脚，某些产品还存在包装不规范、标识不清楚、不完整的问题。这些现象的出现主要是由于执行标准不统一，对国家标准理解的不够所引起的，生产、销售、售后服务是一个系统工程，三者相辅相成，缺一不可。

其次，整个地板行业的科研开发工作相对滞后，木地板产品功能单一。南浔部分地板企业由于自身资本和规模的制约，大都直接引进国外生产流水线和产品技术，缺少对设备的自我研发和技术的消化。产品品种较为单一也是南浔地板行业的一个缺陷，其主要以实木地板生产为主，而当今最流行的强化木地板、复合地板等品种的生产较少，这影响了南浔地板在国内外市场的占有率。

最后，资源和政策对地板的生产和销售有着至关重要的影响。我国是一个森林资源相对贫乏的国家，人均森林占有面积仅为 1.9 亩，为世界人均占有量的五分之一；据国家相关部门预计，到 2015 年我国木材供需缺口达 1.4—1.5 亿立方米。虽然目前国家已支持生产企业进口国外木材，木材的进口关税为零，但随着木材出口国环保意识的加强及对木材出口的控制，木材资源将受到一定程度的限制，木地板尤其是实木地板的生产将会面临较为严重的资源短缺问题。原材料价格大幅上涨而销售价格上升幅度偏小，许多小型地板企业因难于消化成本，被迫停产、歇业，规模企业的利润空间缩小，效益难于提升。原材料的供求变化将始终成为南浔地区地板产业发展中难以逾越的一道坎。浙江省是个资源匮乏的省份，特别是电力资源的紧缺严重影响着地板企业的正常生产。另外，自 2006 年起，国家加大了宏观调控力度，随着消费税，出口关税的增收，以及降低和取消出口退税，限制加工贸易等一系列政策的出台，很大程度上遏制了南浔区木地板企业出口步伐。

### 三、南浔地板行业品牌构建策略

#### 1、用品牌占领市场

“南浔地板产业的发展并不缺乏品牌产品、品牌企业，但是从南浔地板区域品牌而言，仍需要加强培育。政府也会着力打造南浔地板区域品牌，营造南浔企业共同拥有的无形资产。”南浔区区长高屹说道。南浔地板产业的确不缺品牌，

如南浔世友地板荣获了由世界品牌实验室 WBL 评出的“中国 500 强最具价值品牌”，品牌价值达到 30.12 亿元，在 500 强中居第 227 位。从“国家免检产品”、“中国 500 强最具价值品牌”到“中国驰名商标”，世友地板不断诠释着自己的品牌实力。企业可以依托自己的品牌影响力，大力发展市场，提高市场占有率，让更多的人认识南浔地板。南浔木地板企业应在国内各大城市选择了经营能力强、经济实力佳、经营观念新、可信度高的客户加盟，最终赢得市场，赢得广大客户的信赖。南浔木地板不但要抓住国内市场，更要放眼国际市场，要充分利用上海这个国际化大市场把自己的品牌推向世界。如南浔地板企业团在区政府牵头带领下参加国内外知名展会次数在不断增加，2007 年 7 月，政府组织了南浔多家规模企业参与被称为“亚洲第一建材展”的第九届建博会。

#### 2、用质量巩固市场

质量是企业的生命、行业发展的基础。为了把好质量关，南浔地板的行业标准与行业已经配套，它的发展很快，已经与国际接轨，为 WTO 提供了先行条件，这是南浔地板产品赢得国内市场、国际市场信心的必要保证。技术是质量的保证，科学技术是第一生产力，科学技术的进步将促进新产品的不断涌现，技术工艺不断更新，逐步提高地板的使用功能，提高木地板的尺寸稳定性，运用先进的纳米技术和信息技术改造生产工艺，提高木地板的性能，使木地板更耐磨、阻燃、耐水、抗静电，扩大木地板在特殊场合的使用范围，为市场提供更多更好更环保的优质产品。如浙江久盛地板始终坚持“高起点、高标准、高质量、严要求”，采用国际先进的 UV 淋漆涂装线、德国和台湾的木地板生产线，以及 28 座微电子控制干燥窑，顺利通过了 ISO9001、ISO14001 和 ISO14025 的 3 项国际认证，并建立了完善的生产管理和质量保证体系。

#### 3、用信誉发展市场

消费者的利益大于一切，建立诚信运行机制，提升行业服务质量，通过切实可行的方案保护消费者权益。消费者需求的提高将推动企业加大对售后服务的投入，不断提高服务质量，服务方式和服务内容更加全面和规范。地板是一种耐用品，一般的家庭 10 年才更新一次，因此要特别注重售后服务，给顾客留下良好的印象。如南浔的几大地板企业不仅重视对销售人员销售技巧的培训，还制作了地板安装手册，教销售人员一些地板安装知识，这让消费者在购买地板时，就可直接向销售人员了解安装地板需要注意的事项，这将有利于日后地板的维护。

放心消费南浔制造木地板产品是南浔地板行业共同奋斗的目标，树立南浔地板品牌是必经之路。全球经济一体化的今天，更多的国内品牌将走向国际市场，国外品牌也将进入中国市场，国际市场开拓已拉开序幕，身为“中国实木地板之都”的南浔将以更高昂的姿态参与国际市场。

#### 参考文献

[1] 向才旺.建筑装饰材料.中国建筑工业出版社，2004.

[2] 王子雄.中国民营企业失败原因分析.人民出版社，2004.