



五年成熟物业 稳定经营买到即赚到

☎ 0715+8618666 8618777

项目地址: 咸宁市咸安经济开发区特8号

陶企生财有道

——访欧玛尼陶瓷董事长杨文超



由于受到房地产市场以及国家相关政策的影响,今年的陶瓷行业市场“不温不火”,在这种情况下,陶企应该如何应对呢?佛山市欧玛尼陶瓷有限公司董事长杨文超说,没有垮掉的行业,只有垮掉的企业,修炼好自己的内功,实实在在做事才是陶企的生存之道。

记者:欧玛尼陶瓷先后在2012、2013和2014年连续三年获得中国微晶石十大品牌、中国陶瓷行业优秀企业的荣誉,想必贵公司在发展的道路上也遇到过不少困难。那么请问贵公司是如何看待这份荣誉?怎样面对这些挫折?

杨文超:从2012年起步到现在已经走过四个年头了,欧玛尼陶瓷所取得的荣誉离不开“坚持”。欧玛尼陶瓷一直坚持专注于微晶石领域,坚持“做好微晶石”的理念,坚持走高端微晶石品牌路线。现在市面上的微晶石产品很多企业品牌都有涉及,但是这种情况下他们反而做的不精不专。但欧玛尼陶瓷一直坚持“做好微晶石,就只做微晶石;做好的微晶石,就做微晶石里最好的”。

面对今年大环境不乐观的局面,我们也想了很多方法来积极应对,例如精耕网络,把网络做的更细化;引导经销商走专卖店、

专卖区这种模式等等,对付当下的寒流,目前收到的总体实际效果还是非常满意的。

贵在坚持,尽管面临着今年大环境不景气的情况,欧玛尼陶瓷走的路更稳更结实,整体销量情况非常理想,没有出现下滑的现象;当别人想到微晶石,就会马上想到欧玛尼,所以在未来,欧玛尼陶瓷的发展会越来越好。

记者:据了解,欧玛尼陶瓷一直坚持“做好微晶石”的理念,始终在微晶石领域精耕细作,专注于制作高端微晶石,请问当初为什么会选择在微晶石领域上发展呢?为什么把品牌定位在高档市场上呢?

杨文超:微晶石在2010年左右才兴起,是属于起步较晚。作为一家企业、一个新进入陶瓷行业的品牌,肯定要在一开始的时候做最新的,我们不能跟着别人从最低端开始做,我们要站着巨人的肩膀上,推出新的产品,所以我们的微晶石包括欧玛尼也是这样定位。别人有的,我们一定要做的比别人好,别人没有的,我们就要做出引领未来发展方向的这种。

另外,相对其他领域来说,微晶石领域里的竞争较少。欧玛尼有十多年的技术沉淀,在市场的把握、产品花色品种的选取等

方面都有独到的见解。

记者:对于最近发生的品牌知识产权纠纷的事件,请问欧玛尼陶瓷是怎样做好产品研发创新方面的工作?

杨文超:现在国家对知识产权的重视,对于整个陶瓷行业,对于欧玛尼来说都是一件好事。像现在有很多公司对欧玛尼产品的花式进行仿造甚至照搬欧玛尼的花式来进行生产,这是一种错误的做法。每个企业都有自己的个性,独特的地方,应该发挥自己的长处,不应一味地去模仿别人。怎样去满足消费群体的需求才是每家企业应该去思考的地方。

如何避免品牌知识产权纠纷,我觉得一是要申请专利,通过国家、对商品知识产权保护法的相关规定保护好企业研发的产品;二是要提高保护知识产权的意识,这样才能更好地保护自家的产品。

关于产品创新方面,欧玛尼陶瓷主要是通过研发新产品或在原有产品的基础上进行改良,研发出更受消费者喜爱的产品。

记者:近期,受到房地产市场环境的影响,无论是陶企还是经销商都受到了一定的影响,特别是对经销商来说,是个难熬的阶段,请问欧玛尼陶瓷采取什么措施帮扶经销商?

杨文超:欧玛尼陶瓷主要通过两种途径来协助解决经销商的困难。第一,引导、建议经销商转型,改变原来的批发模式,联合家装工程来做,建立起专卖店、形象店;第二,欧玛尼陶瓷和经销商站在同一阵线上,共同研究对策应对当下的寒冬。

记者:对于现在不景气的市场,请问欧玛尼陶瓷在终端市场上有什么营销策略去改变这种情况的,可以简单为我们介绍一下吗?

杨文超:第一,欧玛尼陶瓷在终端市场上,主要做专卖店、专卖区,对企业形象进行有效提升。

第二,欧玛尼陶瓷联合经销商,和他们融合在一起,研究对策,制定方针。“没有垮掉的行业,只有垮掉的企业”,无论市场再惨淡,还是有一定需求的,关键是看自己能在这个市场需求中占到多少份额。陶企的良莠不齐,经过市场的洗牌,在优胜劣汰的激烈竞争中,淘汰一部分落后的企业,把优秀的、有前途、有价值的企业选拔出来,让它们茁壮成长,通

过整合资源,把多出来的产能去除,无论对市场还是行业的发展,无疑是有利的。

记者:很多陶企对即将到来的“金九银十”的销售旺季寄予不少期待,那么请问欧玛尼陶瓷在这方面有没有一些营销计划去配合这个销售旺季呢?

杨文超:现在“金九银十”的销售模式已经不能再打了,淡季与旺季的区分界限已经不明显了,陶瓷企业不应该对金九银十的模式寄予过多的期待。

目前来说,陶瓷行业已经没有淡季与旺季之说。作为企业,必须要修炼好自己的内功,做好自己的产品,经营好营销理念,不能太过依赖于节日来拉动消费,拉动促销;不然的话,企业就容易走入误区。

欧玛尼陶瓷一直秉承“脚踏实地去做每一件事”的精神,坚持“做好微晶石”的理念,不依赖于节日去拉动消费。

记者:每个行业都有它的“淡季”和“旺季”之分,这时品牌和渠道成为企业关注的焦点,那么请问贵公司在面对“淡季”和“旺季”时,在这两方面都有什么销售策略呢?

杨文超:欧玛尼陶瓷在“淡季”和“旺季”的销售策略方面没有太大的区别,因为我们一直都坚持“实实在在、脚踏实地干实事”的理念。很多企业会在节假日期间进行大量的“降价促销”等营销活动,这种做法,一方面会大量透支企业未来的销售,另一方面就是企业过于依赖节日的促销,把最基本的东西丢掉,单靠这些噱头,容易把消费者和经销商引入误区。如果企业花费太多精力在促销噱头上,反而会忽略了产品本身的价值。所以练好内功,实实在在地去销售产品才是企业的根本、企业的生存之道。



欧玛尼官方微信

扫一扫关注
欧玛尼公众微信号
分享生活新资讯

皇家御用品

CCTV.COM 黄金展位合作伙伴

OUMANI 欧玛尼微晶石

欧玛尼荣获2013年度中国微晶石十大品牌

2013年度中国陶瓷行业优秀企业

CCTV央视网黄金合作伙伴

销售地址:吴天建材城二期十栋二号 销售热线: 18907244412 (咸宁地区总代理张小平先生)



马年买房 马上入住 现房实景 看得见的品质



☎ 0715+8618666 8618777

项目地址: 咸宁市咸安经济开发区特8号