

温州打火机占领世界的故事(一)

◆ 黄晓阳

从海外获得这种打火机作为礼物的,全国各地有很多人,可是,温州人得到礼物后便动起了脑筋,认为这东西里面蕴含着商机

温州打火机行业的成长道路与其他行业大不相同。改革开放之前,温州没有打火机这个生产行业。当时国产的打火机也是一种金属外壳的汽油打火机,点火装置用的是打火石,储备汽油的装置用的是棉花。大约在1985年前后,一些旅居海外的温州人回乡探亲,顺便带些洋玩意儿回来送人,其中便有送日本打火机的。这种打火机不用打火石,用的是电子打火装置。不像传统打火机那般反复拨还不一定打出火,这种电子打火机是百发百中,轻轻一按,蓝色的火苗便冒了出来。这样的小玩意儿立即成为吸烟者追捧的至爱,一打听价钱,要人民币好几百元。大家都惊讶咋舌,太贵了,一般中国人买不起。

从海外获得这种打火机作为礼物的,并不只有温州人,全国各地有很多人都得到过这种礼物。可是,温州人得到礼物后便动起了脑筋,认为这东西里面蕴含着商机。

有温州人将日本打火机拆开了,就机械构造来说,这东西并不复杂,原理和传统打火机区别不是太大,拆了几次,重新新装上,也并不难。于是,便有人开始仿制。温州会车制零件的人很多,要制出这样的金属外壳也不难,如果不是仪器检测,仅从外观上看,和日本的产品并无太大区别,成本却比日本低许多。问题是,东西是仿制成了,可怎么按

温州人是天生的生意人,商业嗅觉灵敏。过去温州这个地方没有打火机生产行业,改革开放后,凭着与众不同的商业嗅觉,他们从旁人漫不经心的事情中挖掘出了赚钱契机,打火机行业在温州从无到有,发展壮大,最终取代这个行业过去的龙头老大日本,占领了世界市场。本文选自凤凰出版传媒集团江苏文艺出版社2007年7月出版的新书《温州人:策划中国》。

都按不出火来。原来没有点火装置,这是人家的技术专利,也是人家吃饭的本钱。温州人自己研制怎么都解决不了,于是找到上海光明打火机厂,询问技术专家,得知这种电子打火装置采用的是4.7伏电容器,这一电容器的低损耗技术当年为日本松下公司独有,上海光明打火机厂想突破这一技术难关,8年努力都未能成功。难怪人家的打火机卖得那么贵,原来是别人无法仿制。再进一步打听,为上海光明打火机厂研制电容器的是上海东风电容器厂。温州人不相信这种难关会如此难以攻克,找到东风电容器厂,结果得到一个出人意料的消息:这种电容器刚刚研制成功了。

这种技术在国内是首创,对于东风电容器厂来说,卖给光明打火机厂是卖,卖给温州人也同样是卖,多一个客户就多一条路,既然温州



人要,他们自然乐意。不同的是,上海光明打火机厂得知这种电容器研制成功了,若要投入生产,还必须研制自己的打火机外壳——作为正规工厂,需要批量生产,还要研制生产这些外壳的机器。温州商人不同,他们早已经掌握了手工生产外壳的技术,拿到电容器便可以安装成品了。仅仅一个月后,温州生产的打火机便面世了。

自从电容器技术突破之后,这种生产再没有太大技术含量,短时间内,温州的打火机生产厂便有了好几百家。即使如此,仍然供不应求

温州打火机的销路一开始便不愁:卖给那些推销员,由他们当成小礼品送给业务客户。因为是手工生

产,没有多少成本,所以售价只有30元左右,就这样利润率也已经很高了。推销员们拿这种打火机送客户,因外观和日本产的几乎没有差别,性能也还差不多,在客户看来这就是500元的东西了。

只要有市场,就会有人生产。自从电容器技术突破之后,这种生产再没有太大技术含量,你能生产,别人也一样能生产。短时间内,温州的打火机生产厂便有了好几百家。即使如此,仍然供不应求。于是有人考虑用机械化生产提高产量,其他手工作坊也跟着升级,大笔的利润流进来,工厂得到了迅速发展。这种打火机在国内极为畅销,温州的打火机生产商赚得不亦乐乎。

技术难关顺利突破,温州也就有了自己生产的防风打火机,价格连日本产品的1/5都不到

几年后,日本打火机升级换代,推出了防风打火机,不再冒明火,安全性能很好。据说,日本研制这种打火机是针对美国市场的。美国人强调安全,认为气体打火机的安全性能不好,并以此为由要限制日本打火机。日本人着手研制替代产品,重点放在没有明火上面,结果研制出的这种打火机,不仅没有明火,而且防风。这种打火机推出后,迅速独霸了世界市场。在香港,这种打火机卖到500港元一只。

这种打火机在香港市场上出现,消息立即传到了温州。既然有新的产品出现,你不实现升级,别人可能做到,谁跑在前面,谁就可以赚大钱。拿到这种打火机后,温州人又进行研究,发现打火机的整个原理和

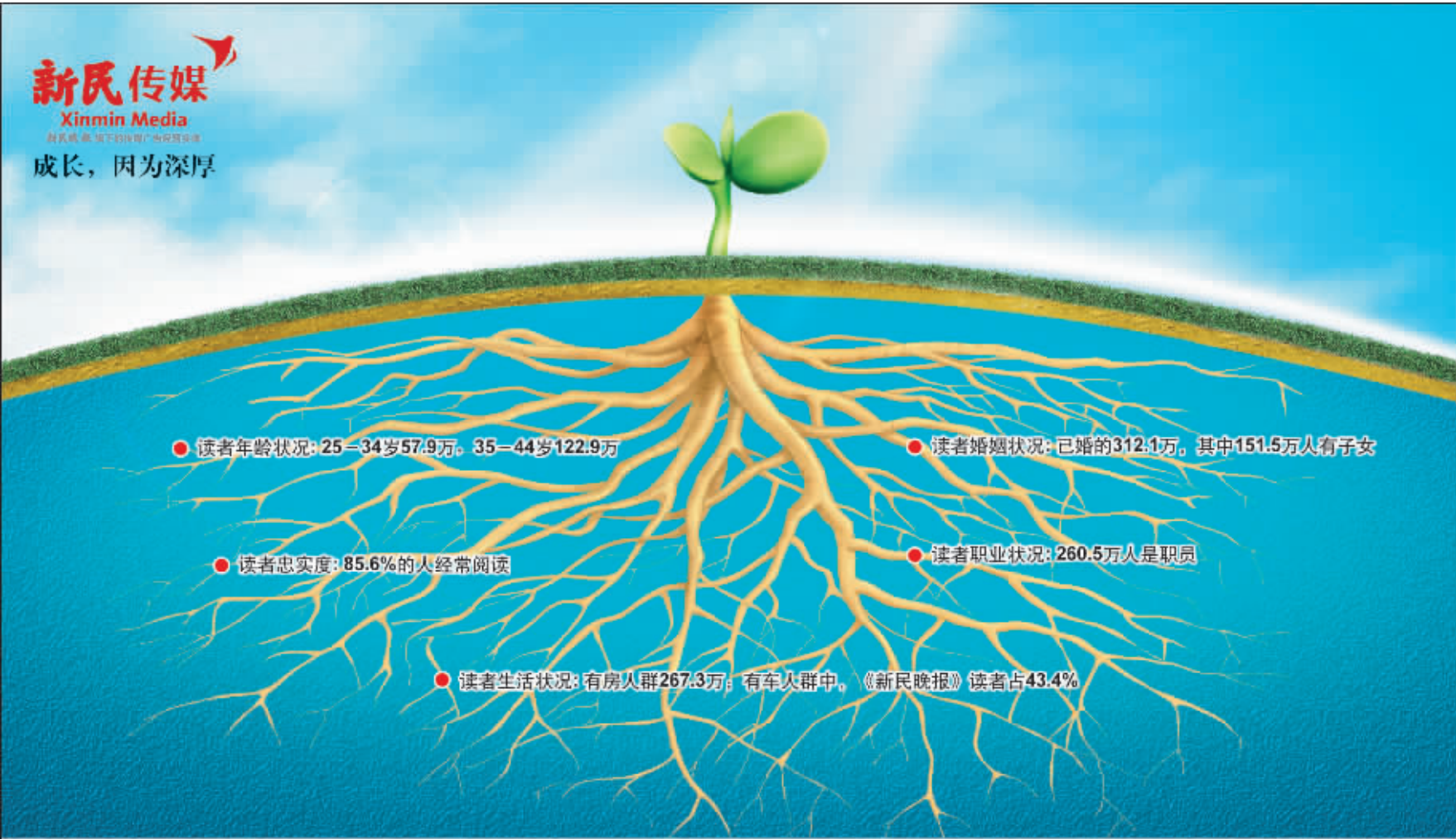
以前还是一样的,只不过烧灼方式改变了。至于金属外壳,也搞清楚了一种由一种锌合金压铸而成的。技术难关顺利突破,温州也就有了自己生产的防风打火机。

这种打火机的造价比普通电子打火机要高,在当时的条件下,若想在境内销售,效果估计不太好。于是,有温州人将这种打火机销到了海外,使得温州打火机成了外贸的主力军团。

李中方,是一位定居香港的温州人。1990年,李中方回到温州,特意带了一些日本产防风打火机回来作为礼物送人。哪知道这种打火机在温州多的是,价格还极其便宜。最初,李中方以为是从日本进来的走私货,转想一想,不可能,香港是零关税地区,香港的商品价格和产地价格相当,日本产品无论通过何种渠道进来都不可能比香港便宜很多。

李中方立即跑到市场进行了一番考察,很快他搞清楚了:这些打火机都是温州当地生产的,性能虽不能与日本产完全一致,但相差也不是太多,主要功能还是一样的,价格连日本产品的1/5都不到。

李中方买了一大批温州产的防风打火机,带到了香港。几千只打火机在香港铺了几百家店,一个星期就售光了,人家继续向他进货。李中方通过弟弟李中坚在温州发货,自己则在香港批销。李中坚对温州的情况更熟悉,不难找到打火机生产商,迅速和这些厂家建立了联系,直接向他们订货。最高峰时,李中坚每天要往香港发10万只打火机。李中方打开了香港市场之后,又将视线转到了东南亚,后来又转向欧美等地。不久,温州打火机便占据了原来日本货的市场。



- 新民传媒广告有限公司是上海最具影响力、发行量最大的报纸 **新民晚报** 旗下的传媒广告经营实体。她的诞生标志着 **新民晚报** 广告经营全面驶向新的未来。
- **新民晚报** 扎根于读者, 400万的阅读人数在上海日报市场排名第一, 远高于同城其他媒体; 名列全球日报发行量第43位。
- **新民晚报** 读者结构均衡, 其中35-44岁年龄段高达123万人。大专及大专以上的读者高达75万人。

(数据来源: 新生代市场监测机构, 2007年4月)