

温州打火机占领世界的故事(三)

◆ 黄晓阳

到了下半年，风向突然变了。一部分吃了亏的外国商人学精了，每次都要仔细验货，粗制滥造的绝对不要。周大虎的产品开始出名

实在没办法，厂子还得做下去，周大虎只得招了一批新手，重新来培养。周大虎为什么不同流合污？一方面与他的性格有关，他不想骗人，不想人家用了自己的产品然后骂娘；其次，他一开始就注册了自己的品牌，别人是在假冒品牌，甚至是在没有任何手续的情况下贴外国的品牌，两者的意义是完全不同的。无论如何，他不能将自己的牌子做倒了。许多来温州进货的商家要求贴日本或韩国的品牌，周大虎不肯接受，他宁可不做这单生意，也不肯骗人。

温州的打火机疯狂了五六个月，周大虎也狠赔了五六个月，前两年的利润全部贴进去了。

到了下半年，风向突然变了。一部分吃了亏的外国商人不来温州了，另一部分外国商人学精了，每次都要仔细验货，粗制滥造的绝对不要。周大虎的产品开始出名。至于其他生产厂家，不懂得抓质量，没人进货，大批倒闭，3000多家生产商迅速减到了500家。

以前，老外拿现金来进货，只要听说有打火机，二话不说，让你装箱发运。现在，外国人先下单，付定金，你按单生产，按合同交货。如果有问题，不仅要退货，而且还要你赔偿。许多的生产厂家吓得不敢接单。而周大虎接下的单越来越多，原本日生产能力大约5000只，现在他算了一笔账，必须每天生产6万只才能完成这些单。有了钱当然不怕扩大生产，何况生产厂家锐减，很多熟练工人无事可干，周大虎趁机将生产规模扩大了好几倍。我们可以算一笔账：一只打火机，除掉成本，老板可以赚得大约1元的利润；一天6万只，一个



月便是180万只，就是180万元钱。每个月赚足180万，一年就是2000万的纯利。也就半年时间，周大虎的企业迅速成为温州打火机行业的龙头。

一些商家希望他贴日本的牌，周大虎非常坚持，最多只肯以三成的产品贴牌，70%必须打自己的品牌

一旦成了行业龙头，许多事情就好办了，不仅周大虎的企业发展了，那些和他做生意的外商也一样发展了。外商们最初带现金来进货，再后来，人家将订单传真过来，所有资金来往都通过银行划账。为什么后来温州看不到多少老外的身影了？人家坐进了办公室，所有交易都通过电话、电报等更为方便快捷的方式完成了。

虎牌打火机在国外有了大名，越来越多的商家找上门来，而且这些商家的资本实力也越来越大。正因为人家是大资本商家，才愿意和有品牌优势的企业打交道，那些品牌实力不如周大虎的，人家理都不愿理。

在此形势下周大虎必须再扩大生产。温州人扩大生产有好几种方法，用得最多的方法便是贴牌委托生产。许多打火机生产厂家接不到单，知道周大虎这里堆积了很多单，便主动上门，希望和他结盟，做OEM。这在温州不是什么新奇事，许多商家就是这么干的，服装行业最为普遍，打火机行业也有过。可周大虎不干。为什么？他对人家不放心，尤其是在刚刚经历了濒于破产的危机，他担心人家质量不能保证，把自己的品牌做倒了。

企业能够取得绩效得益于最初的品牌坚持，所以当周大虎的资金状况稍稍好转，便加大了品牌宣传力度。他制作了一些精美的铜牌，分赠给国外的代理商，请他们挂在店门口。等客户多了，自己的市场信誉大了，周大虎又使出一个怪招，实行优惠销售。优惠的对象也极其特别，不是那些老客户，而是针对新客户，而新客户中要量大的，他的优惠反而少，要量少的，他的优惠反而多。有客户问他为什么要这样，他说：“对于我的产品，老客户有信心，也有利润可赚，他们不在乎我是否优惠。新客户不同，他们或许不了解我的产品，我给他们优惠，是想扶持他们，希望他们尽快做大做强。下次，他就成了我的老客户了。”

温州打火机出名了，日本人根本不相信中国的生产成本如此之低，特别组成了一个机构前来考察，最后提议和温州企业联合，贴他们的牌生产，产品全部由他们负责销往欧美等国。

周大虎是温州打火机生产最大的企业，找他的日本商家自然最多，就是欧美一些商家也提出希望他贴日本的牌。他们之所以这样要求，完全出于利益方面的考虑：日本货能够卖得起价钱，而中国货一直都是以极低的价格销售。周大虎非常坚持，最多只肯以三成的产品贴牌，70%必须打自己的品牌。

日本货虽然赚钱，可他们这种高价销售策略，在巨大的市场竞争面前能够维持多长时间？

为了这事，许多人都说周大虎太傻。标中国品牌，价格非常低，连日本价格的1/10都不到。贴别人的牌，每只打火机可以多赚一两元，以周大虎的产量，一年下来就是好几千万。可周大虎有自己的想法：中国的打火机业正在迅猛发展，日本货虽然赚钱，可他们这种高价销售策略，在巨大的市场竞争面前能够维持多长时间？如果他们突然倒了，自己找谁去？坚持生产自己的品牌，利润虽然低，可网络保住了。

果然，几年后日本打火机逐渐淡出市场，那些和日本企业联系紧密的温州企业和销售渠道断开了，想东山再起已非常难，这时的渠道已经被像周大虎这样的企业占了。

不过，树大招风，尤其是中国人的低价销售和国外理念完全不同，造成了冲突。国外销售除了产品之外，还有附加值，也就是文化。中国企业基本就是资源输出，包括物质资源和劳动力资源。这两项资源在中国的价格都很低，以中国的价格略加点利润，又不计附加值，自然就是低价了。低价销售对国外企业形成了巨大冲击，他们的原材料价格和劳动力价格都很高，失去了竞争力，利益受到损害，自然不满。2002年6月，周大虎和温州其他16家打火机生产企业面对了一场来自欧盟的反倾销诉讼。2005年，一场长达三四个月的商标拉锯战在周大虎与美国代理商之间上演，虽然周大虎回购自己的品牌而获胜，可也付出了惨重代价。2006年，欧盟通过了CR草案，要求出口欧盟售价在2欧元以下的打火机必须安装安全锁，而中国出口欧盟的30亿只打火机大部分价格在2欧元以下，并未安装安全锁。

这一类事情，对于周大虎来说，属于双刃剑，有好有坏。至少证明了一点，品牌战略在周大虎身上取得了极其可观的成果。

摘自《温州人：策划中国》江苏文艺出版社2007年7月出版

市消保委《装潢指引》企业/波涛装饰

《家装诚信建材档案》 公布4000种建材零售指导价

8月11日，由市消保委评定的六家《装潢指引》企业之一的波涛装饰率先对上海市民诚信行动：携手科勒、大自然地板、正格地板、冠军瓷砖、飞雕浴霸品牌建材商发布《家装诚信建材档案》，首批档案中有老百姓常用的实惠型25个品牌，4000种建材零售指导价，并得到消保委和家装行业的肯定。

《家装诚信建材档案》是向消费者展示波涛所用建材诚信承诺：这其中包括品牌、质量等级以及敏感的价格等要素。

波涛装饰——上海率先拥有 建材工厂与建材市场的专业装潢公司 打造家装成本领先优势

“正三角形”稳固发展模式——以波涛装饰为核心动力，拥有现代化的建材工厂和一家超过8000平米营业面积的“波涛家居建材广场”，使波涛装饰成为上海仅有几家年产值突破亿元的装潢公司。优势在于：

- 流通环节变少了，建材的成本降低了
- 工厂化定制，质量有保证，装潢时间大大缩短
- 管理的费用变少了，消费者的装潢费用也大大降低了。

优秀设计师 与经典案例 同您面对面

●优秀设计师：张建军 注册号：sh20400505
近期案例：城市经典·复式（面积：200㎡）
设计风格：美式

●优秀设计师：高红林 注册号：sh20400545
近期案例：百合苑·复式（面积：250㎡）
设计风格：欧式

●优秀设计师：温国宝 注册号：sh20601152
近期案例：巴塞维拉·徐汇臻苑·别墅（面积：260㎡）
设计风格：现代中式与欧式合璧

●优秀设计师：史云胜 注册号：sh20400503
近期案例：保利十二橡树·别墅（面积：280㎡）
设计风格：简欧

●优秀设计师：张峰 注册号：sh20400543
近期案例：九城湖滨·三房二厅（面积：130㎡）
设计风格：简欧

●优秀设计师：刘金曹 注册号：sh20601139
近期案例：连城新苑·复式（面积：190㎡）
设计风格：现代

●优秀设计师：唐友模 注册号：sh20601142
近期案例：复地北桥·别墅（面积：230㎡）
设计风格：现代简约

更多设计师和作品请到现场咨询
预约免费班车接送：54241769

打/破/价/格/陷/阱/公/示/诚/信/价

首届诚信装潢
现场签订会
盛大开幕

暨庆祝波涛家居建材广场二周年“促销风暴”活动

活动，2007年8月17日—8月19日
时间'（上午9:00—下午17:30）

活动，中山西路2331号波涛家居建材
地点'广场二楼多功能厅（华亭宾馆北首）

交通：地铁1号线万体馆站、轻轨三号线漕溪路站、73、138、251、87、721、808、924、857、938、89、931、303、927、122等均可直达

/国家二级资质企业
/全国住宅装修示范单位
/全国服务诚信AAAA级单位
/连续五年荣获上海市家装行业信得过企业

两大优惠 豪 礼任你选

签就送→ 整套卫生间
整体橱柜
(二者任选其一)

现场品牌“促销风暴”：
英国天基开关/雅致多彩系列 /
欧博（二件套）/ 利尼斯洁具 /
创阳门窗/ 豪士移门/美斯克整体吊顶/
美斯克三灯取暖模块/穗宝床垫/安信地板/
安华卫浴/特地陶瓷/科勒洁具/法恩莎卫浴/
安华卫浴/TOTO卫浴/西蒙开关/铂丽吊顶
…… 更多优惠在现场

☎ 热线电话：51575203