

新形势下黑龙江省电能计量企业竞争战略的研究

哈尔滨理工大学经济管理学院 孙勋成 沈 英

[摘要] 本文论述了在振兴东北老工业基地新形势下,黑龙江省电能计量企业面临的机遇、威胁,并结合其具备的优势提出了通过在企业体制、技术和营销组合方面创新提高竞争能力的对策。
[关键词] 竞争力 营销组合 创新

党的十六大明确提出支持东北地区老工业基地加快调整和改造的政策。黑龙江省紧紧抓住中央振兴东北地区老工业基地调整改造的战略机遇,至 2005 年,已在装备制造业、汽车制造业、电站成套设备等行业初见成效。作为与电站成套、电力、房地产行业密切相关的电能计量行业,在面临同样机遇的形势下,如何充分把握机遇,实现企业体制创新,技术创新,营销创新,提升竞争能力,以期在市场竞争中发展、壮大,本文提出了若干对策。

一、黑龙江省电能计量企业经营形势分析

(一)在全国同行业中地位。以哈尔滨电表仪器股份有限公司为首的黑龙江省电能计量企业在二十世纪六十年代至八十年代中期,曾有过辉煌的历史,先后援建了桂林电表厂、四平仪表厂等多家多家电工仪器仪表企业。进入上世纪九十年代后,在市场体制转换过程中,观念滞后,行动缓慢,在行业中失去了往日的龙头地位与优势,面临生存考验。全国电工仪器仪表行业及黑龙江省电能计量骨干企业近三年经营指标见表 1,表 2。

表 1:全国电工仪器仪表行业
2001 - 2003 年主要经济指标

指 标	单位	2001 年	2002 年	2003 年
1. 电工仪器仪表产量	万台	10711	22965	21474
2. 工业总产值	万元	936228	1077955	1062745
3. 产品销售收入	万元	870808	1235905	1008831
4. 利润总额	万元	106009	129740	137032
5. 出口产值	万元	66012	163335	101504

表 2:黑龙江省电能计量骨干企业
2001 - 2003 年主要经济指标

指 标	单位	2001 年	2002 年	2003 年
1. 工业总产值	万元	34286 (4)	39722 (4)	28790 (9)
2. 产品销售收入	万元	36055 (4)	35636 (5)	32899 (9)
3. 利润总额	万元	2093 (10)	1541 (14)	1007 (17)

注:1. () 内为本年度该指标在行业中排名。
2. 骨干企业包括哈尔滨电表仪器股份有限公司及黑龙江龙电电气有限公司。

由上表可以看出,黑龙江省电能计量企业近三年来经营状况在行业中呈明显下滑趋势。

(二)SWOT 分析

我们综合分析黑龙江省电能计量企业在当前形势下面临的机遇与威胁:

1. 机遇 (Opportunities)。国家近年来振兴东北老工业基地政策的深入落实,使企业经营外部环境大为改善,融资渠道拓宽,债务减轻,造血功能增强。近年来,国家电力工业的高速发展,加大了对电能的需求,2005 年全国电力需求预计增加 12%,加之电站成套设备等行业的快速发展,都形成了对电能计量产品持续增长的需求。房地产业几年来的不断升温,商品房建筑面积迅速扩大,进而也提升了对电能计量行业产品有效需求的大大增加。

2. 威胁 (Threats)。政府对电能计量行业市场放开,竞争不断加剧。南方各种所有制企业近年来迅猛发展,在行业中已形成问鼎之势。其中具有代表性的杭州华立集团有限公司、宁波三星集团公司,浙江正泰仪器仪表有限公司等企业在行业各项指标中已雄居前三名,在前十名中江浙企业占据七成。市场需求由传统的劳动密集型、单一功能产品向数字化,智能化,高技术含量产品迅速转变。

3. 优势 (Strength)。黑龙江电能计量行业在近半个世纪的发展中,形成了以哈尔滨电表仪器股份有限公司,阿城继电器有限公司为代表的一批国内、国际同行业具有一定知名度的企业。其中哈表品牌在 2004 年世界品牌价值权威评估机构——世界品牌实验室 (WBL) 评选中位居全国 500 强的第 294 位。品牌的优势将会给企业发展提供有利契机。黑龙江电能计量企业在多年发展中,建立了一大批忠诚客户。并且在近 50 年的经营中积累了大量市场经验。哈尔滨电表仪器股份有限公司在二十世纪八十年代引入的瑞士兰迪斯 盖尔公司电表表技术在行业中仍占有较广阔的市场份额。

4. 劣势 (Weakness)。黑龙江电能计量行业企业整体竞争力较差,在感应式、电子式、预付费、多费率,载波电能表产品的市场份额上远远落后于江浙省份的企业。企业转制较慢,设备老化,负担沉重,难以适应市场竞争。尤其是在加入 WTO 后行业面对的国内、国外激烈的竞争形势,可持续发展成为当前首要课题。

[参考文献]

1. [美] 迈克尔·波特 国家竞争优势 华夏出版社 2003、2
2. 谈萧 著 中国“走出去”发展战略 中国社会科学出版社 2003、11
3. 张幼文 著 当代国家优势——要素培育与全球规则 上海远东出版社 2003、4
4. 阮成发 著 WTO 与政府改革 经济日报出版社 2001、9
5. 刘铮 老工业基地新型工业化道路选择 福建论坛 2003、2 p70—74

资源短缺与城市集约化发展策略 *

东南大学经济管理学院 庄亚明

[摘要]资源短缺是我国城市发展中的根本性制约因素,城市发展的速度及方式应与生态环境相协调,实现对资源的集约使用。本文分析了我国城市发展资源短缺的若干属性及其相应的制约化要求,探讨了资源短缺条件下城市集约化发展的抉择与对策,对我国城市、区域发展,城乡协调具有普遍性意义。

[关键词]资源短缺;城市发展;集约化发展

0 引言

中共中央总书记、国家主席胡锦涛在今年六月举行的中央政治局第 23 次集体学习时强调:“节约能源资

二、提高竞争力的若干对策

(一)抓住机遇,发挥优势,乘势而上。黑龙江省电能计量行业中大多数企业是在建国初期创立的,其代表性的龙头企业哈尔滨电表仪器股份有限公司是国家“一五”计划期间前苏联援建项目。这些企业,在长期的计划体制下,经营思想与观念,根本不能与市场经济合拍,严重阻碍着他们的发展。尽管在二十世纪九十年代末期,也进行了股份制改组、改造,但实际上并没有按照现代企业制度要求规范运做,与江浙一带蓬勃发展的各种经济体制电能计量企业相比,明显缺乏生机与活力。在新形势下,黑龙江电能计量行业所有企业应乘中央振兴东北老工业基地这一改革东风,抓住机遇,用好、用足中央的优惠政策;同时,发挥黑龙江电能计量企业在品牌以及客户资源、技术等方面的优势,并能够真正按照现代化企业制度的要求规范运做,从而提升企业竞争能力。

(二)留住并吸引人才,加速技术创新。我们在调查中发现,由于企业经济效益不理想,工资待遇低,黑龙江电能计量行业存在人才严重流失现象。哈尔滨电表仪器股份有限公司产品开发研究所的一位高级工程师,年工资水平仅相当于江、浙企业同等技术人员工资水平的 $1/4 \sim 1/6$ 。结果造成近年来黑龙江电能计量技术人才纷纷流向江浙各种经济所有制体制企业。低效益、低工资使这些企业很难吸引行业优秀人才。“招不来,留不住”现已成为企业的人才窘境。一个几千人的大企业新产品研发机构不足 50 人,而且整日无所事事。十几年来,开发不出一项自主新产品,仍抱着老产品吃天下,更谈不上技术创新。因此加速技术创新体制与机制改革,势在必行。建议充分利用黑龙江省的中高级人才优势,尽快建立与哈尔滨有关高校、科研院所形成人才、技术共享机制,以技术入股、合作开发,利益均分等形式加速科技成果转化,加快开发高附加值、市场急需的产品,给企业技术创新注入新的生机与活力。

(三)营销创新。熊彼特指出,创新活动是在经济活动本身中存在着某种破坏均衡而又恢复均衡的力量。杜拉克认为创新是使人力和物质资源拥有新的更大的物质生产能力的活动。企业管理的根本任务只有两个——创新、营销。任何改变现成物质财富,创造发展潜力的方式都是创新。

黑龙江电能计量企业尤其要注重在营销观念及其营销手段上的创新。

1. 营销观念创新。市场营销创新首先表现为营销观念创新。它能够使黑龙江电能计量企业登高望远,开辟更加广阔的天地,提供全新的观念、思路。黑龙江省电能计量行业大多数企业至今仍沿袭着以销定产的营销观念,而在市场营销观念不断创新的今天,根本没有把情感营销、特色营销观念以及网络营销、整合营销思想观念融入到企业发展实践中去。这些企业应适应新的形势,凭借中央振兴东北地区老工业基地调整改造的东风,整合企业内外部所有资源,重组再造企业的生产行为和市场行为,充分调动一切积极因素,实现企业在各个环节上跨越企业部门分割、营销策略分裂的局限,高度协调产品/服务价值链各方的关系,实现包括供应商、企业、分销商和顾客整条价值链最优化,创造更大的竞争能力。

2. 营销渠道创新。渠道作为营销组合的重要因素之一,已经成为能够给企业创造价值的重要资源。黑龙江电能计量企业进入市场的传统的路径一是在销售区域内设立办事处或分公司;二是建立与各市场地区电力局的密切关系。在观念及人才影响下,企业没有建立自己的特色网络,而新兴的低成本、高效率的网络营销 B to B 模式,企业根本没有使用。黑龙江省属电能计量企业间也没有形成渠道联盟,各企业无法共享渠道的资源,仍各自为战。结果造成渠道冲突、资源浪费。因此,整合渠道,进行渠道创新,适应信息时代竞争需求,已成当务之急。

3. 促销手段与方式创新。黑龙江省整个电能计量企业在市场开拓中,采用了一些常规促销手段,如在专业性杂志《中国仪器仪表》等刊物上发布广告信息;在电工仪器仪表展销、展览会上开展了一些宣传企业、介绍产品的活动。每年在冰雪节、暑期中与各地区电力局及主要经销商举办了一些交流会、联欢活动。这些促销手段,对产品经销起到了一定效果。企业应更有针对性地采取一些公共关系的方式,加强与经销商及决定产品命运的电力部门的关系。如在电力系统春节联谊、表彰先进的时机介入,进一步融洽关系,促进沟通。另外也可以利用有影响力的媒体在公益活动中,进一步提升企业形象,提高企业竞争能力。

[参考文献]

1. 张文贤主编《市场营销创新》复旦大学出版社 2002 年 2 月

本课题为黑龙江省教育厅人文社会科学研究项目,项目编号:10544127