

做一个平台而不是一种产品

艾谱公司的互联网+商业模式

在互联网大潮的冲击下，不少传统产业举步维艰。如何在新形势下，发挥自身特点，做大做强，在本领域内成为领头羊，是很多传统行业急需探讨的课题。今天，我们就来看看宁波艾谱实业有限公司的发展之路。

从家庭作坊到业内领先

艾谱的前身是宁波华立保险箱制造有限公司。1991年，公司位于一座三层楼房的民宅，楼上住人楼下干活，“一个电焊机，一把榔头”，以家庭作坊形式开始做保险箱。那时候，保险箱就是铁皮包水泥，两层很薄的铁皮中间灌上混凝土。虽然重量很重，但是安全性能不高。随着市场发展，保险箱行业和其他产业一样陷入了价格竞争的泥潭，在产品质量的提升上几乎没有突破。

2001年，艾谱公司的成立，跳出价格战的泥潭，开始了质的飞跃，进入了标志性的发展阶段。在管理上，艾谱在行业中率先实现ERP系统管理，提升了整个公司的管理水平；技术上，艾谱推出第一台翻盖式专利技术的保险箱。同时，艾谱开始转变思路，探索消费者需求的保险箱。探索的过程中，艾谱走上了多元化的发展道路，从低端到高端，从构造到外观，艾谱的产品线不断

扩大。如今，艾谱保险箱广泛应用于商业、家庭、安防工程等领域，市场占有率达到16%以上，尤其在高端产品领域，艾谱市场份额高达25%以上。目前，艾谱已成为拥有防盗箱、防火箱、枪柜3家专业性制造工厂，以及保险箱科技研究中心、保险箱（柜）检测所、品牌推广中心等一系列配套事业机构的公司，成为中国规模最大的保险箱柜生产企业和出口创汇基地之一。

利用高端产品打造产业航母

2012年3月28日，艾谱推出历时3年研发、纯手工打造的艾谱豪雅HEUER系列保险箱。这一系列保险箱外观采用钢琴烤漆工艺与樟木自然纹理相结合，稳重而不失灵感。内部装饰奢华极致，优质的皮革搭配着桃木装饰，给人以尊荣华贵之感。

一年之后，豪雅变得更加成熟，消费者可以直接购买豪雅标准版或者根据自己的喜好量身定制。同时，豪雅系列不断引入安防高科技，诸如指纹密码系

统、GPS警报追踪系统等高科技得到充分的应用。

艾谱高层认为：“艾谱今后将作为一艘航空母舰而存在，将成为一个平台而不是一种产品。艾谱过去以一招鲜来打各个领域的市场定位将会彻底改变，从一个战士变成一个指挥官。”

因为竞争对手越来越多，虽然艾谱这个“战士”每天都在锻炼，但是，艾谱在各个领域的竞争对手也在锻炼，如果说艾谱涉及到一个领域，那么将会有一

万个竞争对手。那个时候，即使艾谱这样一个强大的战士也将无法应对。因此，艾谱决定换一种角色，作为一个抚育基地，培训基地。

不久的将来，艾谱将在豪雅的基础上建立起一家专门的工厂研究奢侈品市场，一家专门机构研究工艺等等。就像航空母舰本身就没有战斗力一样，艾谱只是瞄准市场，真正进军市场的是这些专业的工厂，是这些在艾谱这艘航空母舰上的潜水艇、战斗机、护卫舰。

利用互联网发展合适的商业模式

面对电商的冲击，传统的行业如何能插上互联网的翅膀？艾谱决策层认为：“世上没有最好的商业模式，只有最适合自己的发展模式。无论外界环境发生什么变化，我们绝不可丢弃自己赖以生存的优势，然后在众多的变数中判断趋势，加以创新、使之融合。”

在互联网信息时代，传统厂商长期依赖商圈的自然流量，以专卖店等客上门的销售模

式已经举步维艰。艾谱决策层早在三年前就开始布局，企划总裁曹君说：“目前保险箱行业要充分发挥多年实体店的操作经验，利用线下优势，推行专卖店改造进而升级为体验店，通过情景化展示和人性化服务提高客户满意度。因此，厂商必须搭建互联网平台，通过自营商城、微信商城、微盟分销平台等网站建设，积极推进微信、微博、论坛、百度推广、网站广

告植入等方式在线上实施一系列推广，结合线下活动来搜集客户资源，招揽客户进店消费或在线下单，解决日益减少的线下流量。这种以打通线上与线下，以实体与虚拟相结合的销售模式，曹君称之为OTO模式，即“Offline To Online”模式。他称保险箱行业的特点决定了这一模式的必要性。

记者 毛雷君
通讯员 陈琼梅



宁海家装博览会举行

近日，宁海县民营企业协会、个体劳动者协会主办的宁海县家装博览会在宁海县会展中心举行。

建材、家居、家电、软装饰等行业的27家经销商参加了展销活动。

据统计，本次展销会共接待顾客10万余人，签订单1558份，金额达1208万元。

吕茂根 文/摄

“520生活圈”进驻宁波

日前，连接消费者、实体店和生产厂家的移动互联网平台“520生活圈”登陆宁波，吸引了宁波上千家实体店和大量厂家入驻。作为一个批发平台，厂家、商家和消费者均可以永久性地免费入驻和使用。

“从电商平台上买东西，消费者可能要等两三天，甚至更长时间才能收

到货品，我们只要半小时、甚至10分钟就能让消费者收到物品。”“520生活圈”创始人、广州华项科技有限公司董事长钟湘告诉记者，“520”指的是服务半径，即帮助实体店服务周边520米到5公里左右的顾客。实体店可以轻松开辟网上销售渠道，借助互联网吸引顾客，帮助实体店家从

电商微商手里将生意重新拿回来。对消费者来说，通过它不但可以足不出户在短时间内购买到质优价廉的商品，而且可以便捷地获取周边5公里内实体商家的商品和服务，甚至是租房、售房、应聘、企事业单位、政务办理等方面的生活工作信息。

通讯员 何重

东方科技的“热”创新

随着市场化的提升，采暖散热器行业，已由供方市场转变为需方市场。宁波东方热传科技有限公司依靠工艺创新在激烈的市场竞争中赢得一席之地。

针对采暖散热器行业现状，全国采暖散热器委员会提出了散热器轻质、环保、防腐、使用寿命不低于15年的要求。宁波东方热传科技有限公司负责人吴志祥认为，积极研发轻质、抗腐散热器是当务之急。然而，这并非易事，许多西方先进国家研究多年都没有成功。吴志祥决定放手一搏，凭着多年从事塑料行业的经验，他与公司研发人员一起通过翻阅资料，请教清华大学、浙江大学的专家教授等方法开始了塑料散热器抗腐的创新之路。

首期投入300万元，

用于研发高分子导热塑料的设备、包括炼料设备及材料检测仪等，经过千百次的试验，光报废的材料就达到上百吨，一种以PPR为基料的多种矿物基共聚的纳米级碳聚合合金导热材料终于面世。经国家化工研究院测试，导热系数达到国家标准。第二期又投入500万元，用于添置散热器自动热融焊接机（自主研发）、全自动喷涂流水线、5000周次寿命测试仪、热功率测试仪等，为研发及生产抗腐散热器提供了扎实的硬件设施。吴志祥现已成功研发出多种款式高性能塑料合金散热器、铝塑散热器，款式有方片头、圆片头、带扣罩片头（有铝罩、塑制罩、镀铬罩），产品已通过北京清大、中国五金建筑、北京化工研究院等测试，并通过住建部科技成

果评估，各项技术指标均达到国内领先水平。同时获得国家发明专利两项，实用新型专利五项，产品荣获第十届、十一届中国国际供热产品博览会“产品创新奖”，获得“中国绿色、环保、节能建材”称号。

碳聚合合金散热器是一种科技含量较高的采暖产品，是目前最新型的环保节能型产品，它具有耐酸碱、抗氧化、不结垢的特点，测试寿命达到五十年以上，是真正具有环保意义的新型采暖散热器。

由于吴志祥创业创新成绩突出，市总工会授予吴志祥“劳模创新工作室”称号，市工商局个协授予吴志祥“创业之星”称号，省工商局个协授予吴志祥“浙江省创业模范”称号。

通讯员 张松高