

# 玩抖音签球队 南企使出营销“十八般武艺”

越来越多南海企业尝试新的营销玩法,迎合年轻消费群体,以塑造时尚、年轻、国际化的品牌形象

低调务实,曾是不少人对南海企业的评价,而在新一轮品牌经济的大潮下,这个观念正在改变,越来越多南海企业正尝试新的营销玩法,迎合年轻消费群体,以塑造品牌形象。

在颇受年轻人欢迎的抖音APP上,南企品牌“维意定制好设计”的抖音号已经成了新晋“网红”,拥有203万粉丝,获得678万个赞,成为行业内玩转“抖音”营销的引领者,联邦家私等品牌也在迅速跟进。

无独有偶,蒙娜丽莎近日签约国际米兰俱乐部,成为国际米兰第一家瓷砖品类赞助商。此外,伟业铝厂冠名“伟昌号”高铁列车,林氏木业快闪直播、星期六鞋业收购时尚自媒体,一个个经典的品牌营销案例,均出自南海企业之手,刷新了人们对南海企业品牌宣传趋于保守的认知。

记者观察

## 从低调向活跃转变 从品质向品牌突围

作为草根经济的代表,过去南海大多低调务实,奉行“做了不说、多做少说”的理念,这在早期创业时或许有用,但在现代化的市场竞争中,将越来越处于劣势。在供给侧结构性改革的背景下,许多行业进入了市场洗牌阶段,一批有品牌、有资本背景的企业将更加壮大,一批没有品牌的企业则将被市场淘汰。可以说,现在对品牌的呼唤最为强烈。

酒香也怕巷子深,营销是打造品牌的重要手段。南企“百变”营销的背后,是南海企业家对品牌认识的进一步深化。从数字上来看,当前南海有247个省名牌产品,占全市四成多,超过了一些地级市,省名牌数量实现了连续四年的高速增长,标志着南海的品牌经济迈入了新征程。

品牌具有溢价能力,是提升产品附加值的重要手段。过去的30多年,南海企业忙于品质革命,产生了一批质量优良的产品,涌现了一方制药、东方精工等一批全国制造业隐形冠军。接下来的南海企业转型升级,需要一场品牌突围,由品质突围进阶到品牌突围,包括让更多OEM企业建立品牌,以及让有品牌基础的企业走向全国知名,甚至全球知名,让品牌年轻化、时尚化、全球化。

南海区政府也意识到了这点,于去年推出了品牌企业行动计划,助推企业做强做大。近期,又新成立了南海区品牌企业促进会,囊括了主要行业的龙头企业。未来南海区品牌企业促进会将继续积极发挥资源整合及品牌引领作用,着力推动品牌建设的质量基础工作,让南海制造成为优质产品的标志。我们期待更多南海品牌享誉全球,真正实现从南海制造到中国品牌的转变。

文/珠江时报记者 李年智  
通讯员 吴周聪



■蒙娜丽莎与国际米兰官方合作伙伴签约仪式。

(资料图片)珠江时报记者/刘贝娜 摄

关键

## 找准契合度 用品牌叠加效应换双赢

除了开拓新的网络营销渠道,明星营销、体育营销、高铁营销、会议营销等新方式也逐渐活跃起来,成为南企开拓品牌的新手段。

事实上,南海企业运用体育营销有较早的历史。早在2001年,宏宇陶瓷就邀请举重世界冠军何灼强、奥运会跳水亚军谭良德参与“与奥运冠军同贺申奥成功”庆功宴。2012年的伦敦世界杯上,广东雪莱特光电科技股份有限公司与表现不俗的中国击剑队签约。2016年的里约残奥会上,狮山企业大洋医疗科技成为里约残奥会中国代表团合作伙伴,也是康复器材及运动轮椅国内唯一供应商。

作为意大利足球的代表,走出了一批又一批的世界级球星,双方合作是基于用户个人兴趣与消费需求匹配带来的叠加效应的一次双赢。

在明星营销方面,越来越多南海企业选择明星作为品牌代言人。志高续约国际巨星成龙十年的品牌代言,是服从于志高要做世界级企业的目标。而林氏木业选择李易峰作为形象代言人,则是看重品牌特性的相符。“林氏木业是一个年轻、时尚的家居品牌,而李易峰本身不仅与林氏木业的品牌调性相吻合,还能够将这个年轻、时尚的家居文化与思想进一步推广开来。”林氏木业副总经理马灿兴解释。

现象

## 美女介绍家装 抖音圈粉数百万

营销界有一句话,得90后者得天下,90后是追赶前卫、追求时尚但不盲目且具有强大消费能力的群体。洞察并追寻90后的喜好,直播、玩抖音、社群媒体等成了南海企业尝试的新营销手法。

在这方面,有着互联网基因的维意定制走在了最前面。“维意定制好设计”的抖音号已经收获了超200万的粉丝,获得678万个赞,发布的128个小视频中,几乎每个视频都能获得数千个赞,成为抖音营销的引领者。

维意定制的抖音号为何能吸引如此多粉丝的关注?最近准备装修的90后王虹告诉记者,她是一个月前关注了这个号的,“和一般的广告截然不同,它发布的短视频都是介绍家装知识,并且非常有趣,由带网红气质的美女来介绍,比较受人喜欢。”

抓住90后喜欢有趣好玩事物的心理,结合家装需要的现场感,两者的结合促使维意定制在抖音平台上形成一批粉丝群体。为此,尚品宅配、联邦定制等家居

龙头也纷纷进驻抖音号。玩转粉丝经济,还包括现在的直播。林氏木业家具旗舰店联手新晋代言人李易峰的一场直播体验活动,获得点赞数达3300万。

追求时尚,是90后的另一特点。作为南海的知名鞋企,星期六通过收购时尚锋迅和北京时欣两家企业,掌管着主打时尚的Only Lady女人志和美容消费品消费群,这群人更注重互动性、连接性,如何让他们成为你的粉丝,成了营销的主要目标。“联邦家私集团董事长、副总裁李虹瑶认为,迎接新的消费群体,最重要的是掌握年轻人的市场需求,把握年轻人的喜好,比如追求好玩、追求时尚等,这需要品牌实施年轻化、时尚化战略。

玩转粉丝经济,最重要的是提高用户的参与感。“多个数据调查显示,主流的家居群体是85后到95后之间,这是个非常年轻化的消费群体,这群人更注重互动性、连接性,如何让他们成为你的粉丝,成了营销的主要目标。”联邦家私集团董事长、副总裁李虹瑶认为,迎接新的消费群体,最重要的是掌握年轻人的市场需求,把握年轻人的喜好,比如追求好玩、追求时尚等,这需要品牌实施年轻化、时尚化战略。

# 大城工匠蜕变记:从一线技工到研发带头人

广东昭信智能装备有限公司总经理助理、营销总监李培涛带队研发的设备,为公司减员数千,提升三倍产能

寻找佛山工匠  
弘扬工匠精神

2006年,广东昭信平洲电子有限公司的作业员工有12000人,到2018年,数量下降到4000多人,产能却提升了三倍。

自动化设备的运用是实现减员增效的直接途径,其背后带领团队攻克技术难题,开发出多款自动化生产线及自动化生产设备的功臣,是如今的广东昭信智能装备有限公司总经理助理、营销总监李培涛。

走进广东昭信智能装备有限公司办公楼,首先能看到的是一整墙的荣誉证书和专利证书,而证书上出现得最多的名字,就是作为公司技术研发带头人的李培涛。在广东昭信集团工作近22年的时间里,他带领技术团队累计研发了20多类半自动及自动化设备,共获得国家发明及实用新型专利70多项。

不怕苦累

## 从一线技工“上位”研发人员

1996年,刚从中专技校毕业的李培涛,跟随南下打工大军来到佛山,在老乡的介绍下进入广东昭信平洲电子有限公司。18岁的他没有高学历,也没有任何工作经验,只能从一线操作技工开始做起。“什么脏活、累活我都愿意干,别人放假去玩,我就利用空闲时间去学习技术和知识。”在工作中尽职尽责的李培涛,很快便从几百人的生产车间里面脱颖而出,成了车间维修工。

在维修岗位上,李培涛更加注重学习和钻研,从设备的维修和保养,到设备的机械结构、电气控制原理他都一一熟练掌握,而且还会对设备做一些便于操作和提升效率的技术改善。“当时厂里不管是哪个车间的设备出了问题,其他维修岗位的同事解决不了的,最后都会找我去修。”李培涛说。凭借着对设备深刻的认识和见解,在公司

2004年成立相关自动化设备研发部门时,李培涛成为了全厂唯一一个从一线车间抽调到该部门的员工,自此走上研发自动化设备的道路。

要做系统的生产效率改善,自动化设备开发工作,必须具备工业工程管理、机械设计及电气自动化控制等专业理论知识,对于只有电子专业中专学历的李培涛来说,需要学习和提升的还有太多。为了能够达到岗位专业要求,他白天和同事们一起工作,向专业人士请教,晚上参加培训班学习理论知识。不到两年时间,他通过边学边摸索的方式,成功开发出了第一台适用于贴片电感自动化生产的焊锡设备,与同事们开发的其它自动设备构成了完整的半自动生产线。当时该半自动生产线投入使用后,一下子把企业同类电感产品的生产效率提高了近30%。



■李培涛(中)与同事一起安装调试设备。

珠江时报记者/谭兼之 摄

学无止境

## 带领研发团队获70多项专利

“公司不时会组织一些培训和学习的课程,只要一组织,我就一定报名参加。”逐渐成为公司自动化设备技术研发的“带头人”,李培涛深感责任重大,为了进一步强化自身的专业理论知识,提高技术研发水平,他在2008年参加了全国成人高考,报读机电一体化专业大专班。由于报读的学校在武汉,李培涛每周五晚上下班后都要坐16个小时的火车赶过去,周日晚上再回佛山。一次次的“长途跋涉”后,2011年李培

涛取得了大专学历,个人技术水平也突飞猛进。此外,他还积极参加公司安排的国内外专业知识讲座的培训,到日本、德国企业学习工业自动化先进制造和产品开发经验,不断扩大自身的知识领域。

2012年,李培涛带领团队攻克了广东省科研项目“数控一代”的研发,其成果取得了多项关键技术突破,达到国内领先、国际先进的技术水平。如今,这个项目已研发至“数控四代”,突破了16个

电机轴同时运转的核心技术,把最初需要22个工人作业的一条生产线变成只需要2人。

经过一步步的创新研发,李培涛带领研发团队取得了骄人成绩,累计研发20多类半自动及自动化设备,共获得国家发明及实用新型专利70多项,研发成果为公司减员增效作出巨大贡献。据介绍,2006年广东昭信平洲电子有限公司作业员工有12000人,如今却只有4000多名员工,但是产能相较于之前却提升了三倍。

传承创新

## 向员工传递技术和工匠精神

随着在自动化设备领域不断探索和创新,李培涛及其团队积累了丰富的技术经验和成果。2016年,他所带领的研发部门从广东昭信平洲电子有限公司“脱离”,成立全资子公司广东昭信智能装备有限公司,也成为一家专注于自动化集成解决方案的提供商,李培涛担任公司总经理助理及营销总监。

从一线的车间工人到带领团队进行技术研发,再到成为企业高管,在20多年的工作生涯中,李培涛通过刻苦钻研、锐意创新,为企业创造了多项发明专利和技术创新成果,也为自己赢得了满满荣誉。历年来,他先后获得全国优秀农民工、全国五一劳动奖章、广东省佛山市劳动模范、广东省佛山市南海区优秀科技工作者、南海大城工匠等称号或奖项。

工匠精神在李培涛看来有两层含义,一是追求创新,二是乐于传承。在带领技术团队进行研发的过程中,他除了极为注重个人的学习和提升外,也思考很多方法去带动身边的同事共同学习和进步。“我一有空就会到研发室和同事们一起工作,鼓励他们大胆尝试,大胆创新。”他表示,自己喜欢与同事们“打成一片”,通过言传身教的方式向员工传递技术、经验和敬业精神。

文/珠江时报记者 许徐以