

广东三雄极光照明公司国际竞争力研究

陈 泰

吉林省长春市长春财经学院, 中国·吉林 长春 130000

【摘要】文章从企业国际竞争力的角度出发,对前人的相关文献进行梳理,基于企业国际竞争力理论为指导,并运用钻石模型对其进行分析,构建了广东三雄极光照明公司国际竞争力模型。研究得出广东三雄极光照明公司国际竞争力不足的问题,并为其进一步发展提出相关建议及对策,包括制定合理的营销战略计划、计划长远的国际化战略、完善产品终生服务保障、宣传良好的企业形象。

【关键词】国际化; 竞争力; 照明行业

Research on the International Competitiveness of Guangdong Sanxiong Aurora Lighting Company

Chen Tai

Changchun College of Finance and Economics, Changchun, Jilin Province, Changchun, Jilin, China 130000

[Abstract] From the perspective of the international competitiveness of enterprises, this article sorts out the relevant literature of predecessors, based on the theory of international competitiveness of enterprises, and uses the diamond model to analyze it, and constructs the international competitiveness model of Guangdong Sanxiong Aurora Lighting Co., Ltd. The research concluded that the international competitiveness of Guangdong Sanxiong Aurora Lighting Company was insufficient, and put forward relevant suggestions and countermeasures for its further development, including formulating a reasonable marketing strategy plan, planning a long-term internationalization strategy, improving product life-long service guarantee, and promoting good publicity. Corporate image.

[Key words] internationalization; competitiveness; lighting industry

1 相关理论概述

1.1 国际竞争力

“国际竞争力”是指一个国家创造附加值并使其国民财富与其他国家相比继续增长的能力。

1.2 企业的国际竞争力

企业竞争力意味着企业在竞争激烈的市场条件下,通过培养自身的资源和能力来获取外部资源。在此过程中,通过向世界产品市场提供产品(或服务),在世界产品市场中获得利润能力。

1.3 钻石模型

迈克尔·波特(1990)构建图 1.1 钻石模型,从生产要素、需求条件、相关产业与支持性产业、企业战略和企业结构与同业竞争、机会、政府六个方面评价竞争力。各项因素间相互影响和依赖,共同决定企业的竞争优势。

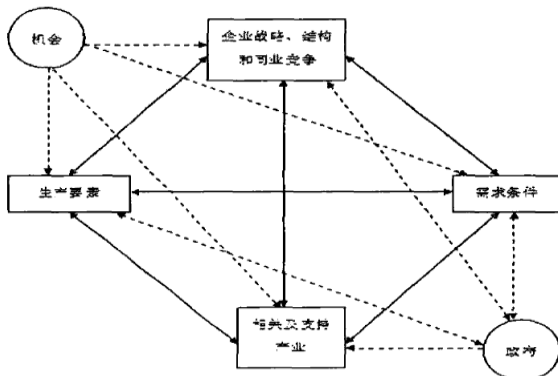


图 1.1 钻石模型

影响照明行业的相关要素:生产要素、需求条件、相关产业与支持性产业、企业战略和企业结构与同业竞争、机会、政府,六个方面,各个因素之间相互协同、相辅相成,通过内部作

用和之间整合,才能保证其稳定的竞争力,企业才能稳定发展。

2 广东三雄极光照明公司的发展现状分析

2.1 广东三雄极光照明公司简介及商品规模

公司成立以来,一直致力于研究,开发,生产和推广高品质的绿色照明产品,为客户提供全方位的照明解决方案和专业服务。是综合竞争实力的照明品牌之一。广东三雄极光公司工程照明产品主要是中游产品,其中包括:EMC 支架、RGB 封装。以上产品年可实现销售收入 1.08 亿元、利润 3700 余万元。

2.2 广东三雄极光照明公司的竞争格局

目前我国 LED 照明行业市场高度分散,广东居多,约有近一万家国内企业,主要分为三类型,分析其优、缺点,第一类型:以飞利浦等为代表的国际知名品牌企业。这些企业打入国内市场多年,有良好的口碑,具有完善的生产、销售链、品牌的认可度,但是其缺点是价格较贵,产品在国外的推广力度弱于国内 LED 厂商;第二类型,以雷士、欧普、阳光等为代表的国内转型 LED 的传统照明企业。其优势是良好的知名度、品牌影响力、完善的销售渠道可以迅速抢占市场,但是其缺点是在 LED 产品研发、技术上仍需增强,而创新等领域没有明显优势;第三类型:勤上、长方、汉德森等为代表的新兴 LED 照明内销企业。其优势是拥有良好的技术研发实力和产品创新能力,在家居照明市场没有启动之前大多通过工程渠道来销售产品,而缺少针对普通消费者的销售渠道和品牌知名度。

3.3 广东三雄极光照明公司的营销模式

从价格上来看,由于公司是垂直产业化整合结构,基本核心的器件如封装和电源都是自己生产,所以在价格上还是很有竞争力的。特别是在研发上,有集成电路设计的支持,对成本在方案上就进行了优化,对于公司起到核心竞争力的作用,也是其他大多数同类厂商不具备的企业实力。

3 基于“钻石模型”下广东三雄极光照明公司国际竞争力分析

3.1 生产要素

在广东照明产业发展的早期阶段,只能生产技术简单,技术含量低的一些照明产品。古镇,曹布,海州三个自然村都有大量的农业剩余劳动力,成为当时广东照明产业最重要的发展方向。生产要素使这个劳动密集型产业迅速发展。大量外国劳工加入了照明行业,这种廉价劳动力有效地控制了生产成本。随着照明产业的发展和照明产业的变迁,高级技术人才将取代初级劳动力作为照明产业竞争力的重要因素。

随着新型LED光源的普及和智能照明及现代化的发展趋势。专业生产技术和设计能力的到来将成为影响竞争力的一个越来越重要的因素。基础设施,如运输系统,邮政和快递,支付,转移,医疗保健等,质量和使用成本将影响竞争。对于广东照明产业的传统制造业来说,货运日运量决定了运输的顺畅性,物流效率是影响其竞争力的最重要的生产要素之一。

3.2 需求状况

从具体指标预测来看,预计2022年全社会固定资产投资将达到89.6万亿元,实际增长2.4%,增速分别比2021年小幅回落0.7个和0.2个百分点。其中,房地产固定资产投资、基础设施固定资产投资、制造业固定资产投资和民间固定资产投资名义增速分别为5.1%, 14.1%, 3.6%和4.0%,整体而言,固定资产投资增速仍在小幅下滑。

整个国内经济形式向好,房地产等行业对照明灯具需求依旧会带来较多的需求拉动作用。LED照明灯具出口方面,中国产业信息网.大数据据统计显示,2021年,我国LED出口额为122亿美元,相比去年同比增长超10%。

3.3 相关及支持产业

产业集群的竞争优势源于产业链成员之间的密切合作和良性互动。集群产业链中的分工使集群企业的运作更加灵活高效,产业链中成员的专业化程度,技术水平和运作程度。效率会影响整个行业的整体竞争力。在广东三雄极光照明产业发展初期,利用周边的佛山等地,形成了生产电线,五金配件,塑料制品等产业集群的地理优势,提供了高品质的产品。随着行业的不断发展,行业的生产链逐步完善。目前,广东地区已形成覆盖工业,批发和零售业及相关配套产业的产业结构,产业链的内部分工不断被打破。作为产业链的一部分,这些上游产业的专业化和创新水平也对三雄极光照明产业产生了重要影响。

3.4 企业战略、结构和同业竞争

针对不同国际市场企业有不同的战略。美国市场特点以集中化为主,订单主要集中在LOWES, HOME DEPOT几个大型全国连锁超市里,所以对品质,价格要求都比较高,市场进入门槛很高。但如果占据美国部分市场,极大扩展市场份额,加强广东三雄极光的发展,若扩大了市场范围,增加其在北美市场的业务点,并结合实际需求与分析结果制定相应的项目计划,跟国外大品牌进行合作,解决销售渠道复杂的问题,以性价比高进行竞争。

3.5 政府

近些年来,各国或是各区域都将环境的保护和能源的节约作为自身的首要任务,而此点出发使得LED产业得到了最佳的发展环境。各国或是各区域对该项节能技术尤为重视。美日欧等地区均制定了相关的政策,并设立了与之相应的发展基金以及政府引导的采购项目,重点扶持LED照明的应用普及。我国政府也把节能型社会列为未来国家发展的主要方向之一。

3.6 机会

全球市场大规模应用的时代来临,全球对环境变化的应对政策,全球化节能减排产品的应用,实际效能的综合体现,使LED技术和产品方案迅速得到普及的可能性到来;中国是世界在LED产品设计和制造的基地,竞争激烈但机会也多;发展LED技术和产品应用,是节能必由之路,大规模成为照明应用的替代功能而不是改善功能;这个新的行业中,许多企业在产品段的生产链不连贯,大部分企业难有总成本优势。

4 提升广东三雄极光照明产业国际竞争力的对策建议

4.1 制定合理的营销战略计划

正规的营销计划是一个企业提高市场营销重视的标志,只有确定了正规的营销计划才能够确立公司营销计划的内容,根据市场需求,结合企业自身产品优势与技术优势制定与之相应的组合进行营销。目前结合LED照明设备的发展和我国国际国情来分析,LED市场可以分为3部分。下表为其具体细分情况:

表 4.1 广东三雄极光公司照明产品细分市场

市场需求	产品	顾客类型
国内及海外大众商品需求	灯丝灯//SMD光源产品	海外大型建材超市/海外照明产品进口商/国内花灯店/国内灯具批发连锁店
国内及海外工厂生产型需求	灯丝封装/电源方案	生产灯丝灯企业
节能改造,厂房改造及路灯工程项目	商照产品	企业事业单位、工程公司、地产开发商、
国内电视生产型企业生产原料需求	EMC支架/封装产品	国内生产电视生产型企业

目前,全球能源革命,传统照明产品逐渐被淘汰,而LED产品的使用范围正逐渐推广,甚至有取代整个行业的趋势,在此背景下,广东三雄极光对LED产品的推广力度也不断加大。

4.2 计划长远的国际化战略

随着中国经济发展和贸易自由,中国家电行业国际市场的占有率正在稳步提高,对国际化战略的完善也越来越迫切。因此,应当从巩固国内市场的基础上走出去,学习国外大企业成熟的市场经营经验,了解家电行业的最新发展趋势,完善国际化战略。不断提升经营管理能力,为全球的客户提供质量更高的家电产品。

4.3 完善产品终生服务保障

产品终生服务保障是指自顾客购买商品期,广东三雄极光公司就会对商品问题负责,出现任何问题广东三雄极光公司都会提供帮助,提高顾客满意度,更加完善的商品售后服务保障有利于提高企业竞争力,企业应该培训一些有专业技能的售后人员,专职解决商品售后问题,帮助顾客解决困难。

4.4 品牌战略升级、宣传企业形象

随着差异化战略的落实和实施,公司将在品牌战略方面构建“主打品牌+子品牌”的品牌战略。针对特定细分市场,公司可以推出相应的子品牌;最终主要品牌+子品牌组合的市场效应。

5 总结

通过对广东三雄极光公司国际竞争力的研究,有助于广东三雄极光正视自己的国际竞争力。国际竞争力的钻石模型研究不但在企业完善国际化战略方面具有参考价值,还可以帮助企业准确了解企业在行业中的具体定位,从中找到企业的优势和劣势,针对企业的劣势予以科学性的管理和改进,从而提高企业的国际竞争力。

参考文献:

- [1]毛建青,陈文博.中国制造业国际竞争力的影响因素与提升对策研究[J].科技与经济,2018,31(05):46-50.
- [2]郭京京,穆荣平,张婧婧,阮馨逸.中国产业国际竞争力演变态势与挑战[J].中国科学院院刊,2018,33(01):56-67.
- [3]阳立高,赵思嘉,龚世豪,杨华峰.劳动力供给多维变化对制造业国际竞争力影响研究[J].财经理论与实践,2018,39(01):127-133.
- [4]余东华,孙婷,张鑫宇.要素价格扭曲如何影响制造业国际竞争力[J].中国工业经济,2018(02):63-81.
- [5]陈馨.中国照明产业的国际竞争力分析与提升策略[J].中国管理信息化,2018,21(04):111-112.
- [6]曾江.LED照明灯具市场营销策略研究[D].天津大学,2016.
- [7]郁聪,张建国,刘静茹.做强我国高效照明产业需要完善政策机制[J].中国能源,2018,40(07):5-9.