

照明企业电子商务案例----太阳河企业创业之路 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/266/2021_2022__E7_85_A7_E6_98_8E_E4_BC_81_E4_c40_266893.htm 说起电子商务，宁海县太阳河灯具有限公司副总经理刘明如数家珍，这位曾经有过9年电子商务经验的老总深谙电子商务之道，并且及其富有智慧，未动一分一厘，短短一年多的时间内，凭借对于电子商务的出色理解，先后在阿里巴巴、环球资源、中国互联网中心、中央电视台、浙江电视台等媒体打出了太阳河的品牌，不能不让人佩服他的匠心独具之处。95年，刘明在江苏连云港某家信息公司开始接触网络，到了98-99年的时候，刘明跑到一家高中教起了书，中间以个人的名义和几个朋友合开了一家网站，进行电子商务的最初尝试。虽然没有成功，但是为他今后的成功打下了不可忽略的基础。后来刘明又到了一家集团公司，做人力资源部部长。2002年，刘明几经周折，来到了现在的太阳河公司，负责该公司电子商务的全面营销。“当时的创业真的是非常艰难。对于刚成立不久的公司来说，花几万元去买一些电子商务网站的产品，压力之大是可想而知的。”但是刘明坚信，他的集团化生产的美梦就是从电子商务开始的。开始的一年里，交出去的几万元并没有收到回报，也没有单子，这让刘明承受了非常巨大的压力。但是，他的品牌-----太阳河，却在网上打出了很高的知名度。先是从阿里巴巴开始，然后到环球资源、到中国互联网中心，到中央电视台，许多知名媒体主动来采访他们，在一年之内，太阳河的品牌在各大媒体上迅速开花。“我们的产品主要是以文具类产品为主。现在我们的美工刀被亚洲环球资

源排为四大著名品牌之一。你还可以到网上搜索，太阳河有40多种产品被GOOGLE排在前十内。一年内，花了几万块钱并没有获取一分钱订单的太阳河，终于在一年后苦尽甘来，先是在中国制造网上获得了一个集装箱的订单，然后在阿里巴巴上有了一笔130万元的订单。紧接着又有一个50多万美金的定单。但是尽管如此，刘明还是固执地认为：他眼睛里的电子商务营销并不是订单本身，而是通过网络营销所产生发品牌效应和大集团化生产管理模式。“虽然，刚开始的时候，太阳河只是一个不起眼的中小企业，但是到了今天，他已经在全国范围内已小有名气。”显然，刘明并不满足于现在已有的成绩，他的目标是：三年之后，太阳河成为真正意义上的集团公司。到目前为止，太阳河已与沃尔玛（间接）、STAPLER（直接）、震旦、三六零、珠式会社白木等著名公司签下合作协议，文具尤其是美工刀被列为美工刀全球四大品牌之一，太阳河企业为美工刀生产供应商世界前四。网络销售占整个公司销售额的绝对比重占95%以上；通过互联网，太阳河在短短的一年半时间里，由仅有五十万元人民币注册资金的小小的“宁海县太阳河灯具有限公司”完成原始资本积累，现在开始进行集团公司的初步酝酿阶段，已经开发成功的生产基地有：浙江温岭、玉环、义乌、江苏昆山、苏州等地，除此之外，公司在包头，北京，上海，广州，都成立独立的集团分公司。这将成为太阳河集团公司扩张的第一步。在此基础上，太阳河还将借鉴耐克的生产管理方式，进行产品的产业优化整合。他看到NIKE的产业优化整合后大大提高了生产效率，降低了生产成本，分工的细化专业化从企业内部扩展到行业范围，增加了企业的竞争力。但是这

样的整合在没有网络之前是可望而不可及的。通过网络，他可以找到各个细分领域的最佳供应商，并且可以迅速地建立起紧密的合作关系，管理和沟通效率也大大提高了。而太阳河可以触类旁通，先进行配件的整合，再运用已有的品牌优势和销售渠道做好市场工作。铁噶把产品配件化，每一个配件找到最有竞争力、价格最好、质量最优的供货商，现在，他们的配套企业已经在江浙一带分布，达到10余家之多。以美工刀为例，可以拆分为：塑料、金属和刀片几个部分，他们会找到各种不同的供应商，然后进行最终的整合生产。在短短的一年半内，太阳河的美工刀已经一跃排名全球四强，不能不说是一个奇迹，让业界刮目相看。但是，刘明知道，这只是第一步。他的目光还很远。一切都有可能，一切尽在不言中 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com