

中国水性漆的“太空作战法” PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/288/2021_2022__E4_B8_AD_E5_9B_BD_E6_B0_B4_E6_c123_288412.htm 我在前面一篇文章中提到这么一个观点：水性漆还没有到大发展时期；同时，我也要说：并不是任何水性漆企业通过努力都无所作为；相反，如果谁能清晰的看到目前行业的“劣势”，谁就能在即将到来的大会战中抢占先机，甚至改变行业格局。三国演义中蜀国处于既不占“天时”，也不占“地利”的不利环境之下，但是刘备非但没有自暴自弃，反而高举“人和”之大旗，“桃园三结义”、“三顾茅芦”，结交天下豪杰，礼贤天下有识之士，使得蜀营中“战将如云，谋士如雨”，并最终三分天下，在中国历史上留下了不朽功名。刘备的成功说明了一个问题：看清形势，扬长避短。目前的中国水性漆行业也正处于“汉献帝弱政”时期，群雄奋起，角逐中原。水性漆虽然无论是从总产量还是从总销售量都只能占整个涂料行业的10%不到，看起来微不足道；但水性漆厂家之间的实力对比却实质上是油性漆厂家之间的对比；换句话说：在中国目前的市场上还没有具备在国际市场上有竞争力的专业水性漆生产厂家，水性漆市场的竞争只是油性漆之间竞争的一场点缀而已（大部分油性漆生产厂家也做一点水性漆，处于观望态度）。这是现实，对专业做水性漆的厂家而言是机遇，也是中国涂料消费市场上的无奈。但是你能不能看到未来涂料行业上的竞争是一场怎样的竞争？到那个时候的竞争主体是什么？如果是水性漆（一定是水性漆），哪家水性漆厂家能够在即将到来的行业整合之战中独善其身？并在未来的

可以预料的品牌之战中立于不败之地？如同中国家电史的发展轨迹一样：在上世纪90年代初，在中国市场上充斥着6000多种家电产品；而到20世纪过后，随着中国家电行业的整合时期到来，整个家电市场仅存活了不到十家驰名品牌，如长虹、海尔、TCL等，而原来的风云一时的部分品牌则是江河日下，并最终被市场遗弃。从家电这一鲜活例子可以比较看出：中国水性漆应该看到水性漆行业的这种“劣势”，看清形势，扬长避短，而将自身优势转化出来。水性漆厂家应展开化腐朽为神奇的“太空作战法”，一门心思做好水性漆这一具有广阔前景的新兴涂料行业。太空，曾经只是古时人类的一个美好梦想，到斗星月移的今天，随着科技不断大跨步向前发展，登月竟然成了某些人的浪漫之旅。而表现在军事上，太空战则是即陆战、海战、空战后的第四个新兴战场。可以说未来的战争格局是谁赢得了太空谁就能够赢得整场战争。作为专业成事水性漆的研发与生产的水性漆厂家，也面临着开辟新战场的问题。水性漆展开“太空作战法”主要有以下意义：一、轻装上阵，速战速决。油性漆行业上的是是非非太多，不去管它，我们只管自己的水性漆发展。具体措施就是将自身产品特性优势向终端消费者叙述和发挥得淋漓尽致，加大战略性广告投入，减少中间环节管理费用支出；二、科技领先，重点推出。科技领先是一块金字招牌，大多数涂料能清楚的看到这一点，但不能落实到点上，究其原因，则是发展高新技术可能带来的投入成本很高，（目前在市面上所有涂料企业都打着科技的招牌招摇过街，实是瞒天过海之下策。）水性漆企业应看到这种契机：化别人的劣势为自己的优势，集中优势兵力，从科技入手，从大方向入手，

减少急功近利的企业行为，而应对新产品的研发加大力度，提高产品的科技含量，长远布局，有一个长远的目标。让科技含量高、健康环保的水性漆产品走入万千百姓家，并让老百姓切切实实感受到水性漆企业是科技领先、诚信至上的企业；三、高端优势，领导潮流。我们有充分的理由相信：大部分商品能获得广大消费者的注意，是因这种商品首先采取的是“中高档战略”，“中高档战略”的最大好处就是通过中高档消费来带动低端消费。通常，中国人的惯性思维是看到某个有钱人家用了好产品，其余熟悉的人都会效法之。所以，水性漆的价格战略上要充分考虑到这个恒古不变的“万用法则”。从高端走向低端，先在北京、大连、成都等大城市展开战略，通过这种战略的辐射力来带动和影响到最大用户群体的注意甚至消费，来领导水性漆产品的消费潮流。四、不战而屈人之兵。中国有句话是这样说的：长城以北也可以称王。这句话的含义用在水性漆的发展上可能这样讲：水性漆应通过百里挑一的企业所独有的战略做法来威慑对手，成就自我。太空是一个大多数人并不清楚的世界，但人们对此又充满了好奇心。中国水性漆行业实施“太空战”的珍贵之处就在于运用令人眼花缭乱的“变阵”来赢得这个市场。举例子说：在产品销售上，我们通过不断提炼出的新颖的卖点来打动用户；在产品包装上，我们通过不同常规的设计技巧来获取用户的新鲜感受和购买欲望，等等。当然，在实施“太空战略”上的意义和做法上还有许多方面的涉及，在具体表现上可以借力于行业管理部门和媒体监督机构，例如在北京举行新闻发布会、产品鉴定会等。在我熟悉的水性漆企业当中，烟台好利洁水性漆有限公司就做得较好。“太空战

略”的实施也会相应的遇到一些实际上的操作困难，这些困难能不能够得到“迎刃而解”和彻底解决，也要看我们的水性漆行业上的精英们有没有胆识和耐心去做好，去真正意义上实施。因为战略总是随着时间的过去而时刻在发生变动，把握大局大方向，耐心做好细致工作才是每一位活跃在水性漆这一行业上的有识之士所应该思考的。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