

尊贵

尊贵电器集团，是一家集冰箱、冰柜、洗衣机等白色家电的专业研发、生产及销售服务为一体的大型家电企业，2011年销售额在十亿元左右。1999年成立于上海。

一、生产经营状况

集团目前拥有上海尊贵、安徽尊贵冰箱专业生产基地。公司不断从客户需求、市场需求的角度出发，完善和丰富产品结构，抢占市场与消费热点的制高点，提升产品的差异化优势。目前，公司产品从单门到对开门共200余款，涵盖风冷、直冷、风直冷混合型全系列。

企业在产能方面作出不断扩充的同时，为切实夯实产业链，进一步加强了自我配套能力，相继组建了钣金、塑料造粒、挤板、吸塑、注塑、管路系统、线束、门封、包装、泡塑等15个冰箱配件自制车间，形成了完整的自我配套体系，使企业目前90%以上配件实现自制，从冰箱配件源头上有效配套件质量。

二、市场开拓状况

公司根据冰箱市场格局的实际情况，制定了“内销、外贸两条腿走路”的营销思路，在精耕细作国内市场的同时，积极开拓国际市场。通过公司制定的“网络年”、“服务年”、“营销年”、“客户提升年”等颇具尊贵特色的举措实施，实现了内销连续数年保持50%以上的高速增长。公司更以稳健发展的气魄迈出了国际化的坚实步伐，与德国设计师朗月先生建立双方合作，借以引入欧洲专业的设计理念和优良的制作工艺；同时积极开拓海外市场，逐步已将产品销售及服务扩展至北美、中东、东南亚、中亚、非洲等八十多个国家和地区。

三、品牌建设状况

为增强企业在国际市场上的竞争力，更着眼于企业的长远战略发展需要，公司在07年向“马德里协议国组织”中的诸多国家申请注册了企业自有品牌“尊贵”、“航天民生”的商标，为企业未来更大的国际化战略发展铺路搭桥。

为了提升品牌的知名度，近几年连续在中央1套、中央3套、湖北卫视等诸多中央媒体及国内专业家电网站投放企业产品与品牌形象广告；在国内数条主要高速干道树立形象户外广告以增强品牌的美誉度与认知度；并坚持投入巨资，对终端网络进行综合形象展台、门头的制作和投放，累计投入6000余个乡镇及县城终端网络，并且根据农村终端的门店面积等特点投入大量企业自行设计制造的移动式地台，用于乡镇终端网络形象的初级建设，为品牌的推广和树立打下了坚实的基础。

四、渠道网络建设状况

公司选择以地区级代理制作为企业冰箱产品市场推进及品牌推广的主要渠道平台和模式，缩小品牌销售半径，借力于客户的渠道、资金以及物流平台，将冰箱产品迅速推向广大的农村市场。事实证明，地区级代理模式是适合企业与品牌发展需要的，与企业的发展是匹配的，也是适合中国农村冰箱产品销售的。目前企业拥有冰箱地区级代理商客户500余个，基本覆盖国内所有省份和地级城市，现拥有15000余个三、四级市场的经销商网络，渠道呈现“网状特点”，产品迅速走进了我们中国农村的千家万户，将为中国的新农村建设贡献企业应尽的力量和责任。

五、技术创新状况

公司组建了以获得国家国务院特殊津贴的制冷专家周于兴为核心的技术研发团队；成立了以企业总经理挂帅的新品开发小组及技术中心，加快了新品研发和规模化生产与上市的速度；并坚持“生产一代，研发一代，储备一代”的新品速度和战略思路，使得企业每年冰箱新品开发数量达到50余种，紧紧把握住市场及农村消费者的需求热点，不断推陈出新，在企业的发展中增加产品优势和活力。目前公司所有系列产品均达到

国家1级能效标准，且有多款冰箱达到欧洲A++级能耗标准。

六、产品质量状况

公司不断强化质量管理和产品质量控制力度，并于2005年通过了ISO9001：2000质量管理体系认证。

在质量管理的过程中，企业坚持在全系统推行企业质量管理制度，将产品制造全过程中所有参与者处于标准的、可控的质量控制体系当中，保障高品质、高质量的生产。

为从配套件源头一直到成品质量的有效控制，企业创建了独具特色的“尊贵模式”，既90%以上的配套件全部实行自制自用的配套体系，坚持用好的原料，来制造企业的产品，塑造品牌，真正实现“让客户放心，让消费者满意”的社会责任。而且，随着企业自配能力的不断提高，有效地保障了售后配件的供应，保障消费者的服务需求的切身利益。

公司针对冰箱容易掉漆等现象，公司自05年起冰箱所有钢材部分（包括后背板、中下隔档）全部采用覆膜PCM彩钢板。

七、企业人才队伍建设状况

目前，公司各类管理及技术研发人员、质量管理人員均以专科以上学历为主，主要是来自上海交通大学、西安交通大学；生产操作人员来自诸多专业制冷院校；目前企业从事产品开发的科技人员及各类专业技术人员约100人，占企业职工总数的15%左右。公司汇集了一批专注于制冷研究的专家和强大的研发队伍。

在人才培养与激励机制方面，公司坚持“能者上，平者让，庸者下”的竞争机制，对员工进行职业生涯规划，提高员工综合能力，使员工看到自身在企业内的发展空间，发挥员工爱岗敬业的主动性。

企业以总经理为组长，建立人才评价与晋升机制，形成“是金子总会发光的”的企业竞争氛围，从员工的技能、综合素质、工作业绩、创新能

力等方面进行评估，建立起公司的人才晋评系统，按月对员工的创新、工作业绩等进行综合评价与沟通，提高了员工的工作积极性，取得了良好的效果。

公司对向公司提出合理化建议的，以及在生产制造中通过小革新、小创造、小发明改进工艺提高质量的员工行为，设立特殊奖励基金，以奖励在技术创新、产品研发、新技术、新工艺、新材料的应用中对公司产品工艺质量提高提出合理化建议等方面作出突出贡献的员工，同时将此项激励方法纳入制度化管理，取得了显著的效果。

公司与台湾健峰学院、中国聚成培训学校等培训企业签署战略合作伙伴关系协议，定期对企业员工进行现场管理、素质提升等方面的培训，使员工真正感受到在企业中的进步与企业的帮助。

八、企业发展优势

在资本方面，以强有力的资本背景进入市场，保障了公司有能力进行业务拓展和机构拓展；强大的资本金背景保障了公司在拥有充足的偿付能力、进行产品的研发能力。

在管理方面，公司建立健全了现代企业的治理结构，实行国际化标准的后援管理体系，并建立了严格的产品质量控制体系，公司《章程》严格遵循家电生产企业惯例和国内、国际有关法律法规，以“节能、环保”为奋斗至高点，公司现代企业的法人治理结构清晰完备，并严格照此进行经营管理。而专业的管理平台保障了公司运营的流畅、合理。

在机遇方面，尊贵电器集团处于中国家电行业发展的历史时期，公司取势而为，做大做强，安徽尊贵起步伊始即志存高远，立足高起点，建立国际专业平台，较大限度地追求稳健与进取并行的经营策略。借时机优势，积极抢占市场，扩大客户群，发展速度远高于市场平均水平。公司将继续取势而为，依据行业目前变化，遵循规律，提升业务品质和品牌形象。

本文链接：<https://dqcm.net/wenan/zg-218553.html>

