



西奥电梯市场部一把手俞嘉琛(左)向记者介绍情况

线下销售活动取消,那就自办网络直播间卖货 疫情下的杭州电梯大厂 这样找回信心

本报记者 施雯

“最近,杭州对20多座过街天桥进行了提升改造,里面就用了我厂的电梯。”

80后工科男俞嘉琛,十余年里,从工程管理岗到市场营销岗,亲身经历了“西奥电梯”从默默无闻一步步走到国产电梯销量全国第一的过程。

2021年,位于杭州临平区的西奥电梯克服重重困难,完成了10万部电梯的销售,创下历年最好业绩。今年年初,面对激烈的市场竞争,他们立下今年的目标:卖出13万部电梯。

没想到,疫情卷土重来。西奥电梯和所有企业一样,有点措手不及。

如何迎难而上?作为市场部一把手的俞嘉琛,感到压力山大。

钱江晚报·小时新闻推出“问企·钱江晚报记者大型蹲点系列报道”,多路记者走进各类市场主体,以蹲点亲历的形式,观察当下浙江如何稳住经济。这一次走进西奥电梯,跟随销售主管一起下工厂、会客户,看这家制造业企业如何克服困难、找到自信。



生产线上是一个个机械臂

最快两分钟生产一部电梯的大厂 突然遭遇上游断供

西奥电梯集研发、设计、生产、销售、安装及售后维保于一体,拥有百余项国家专利,是国家智能制造示范试点企业。不过,抛开这些光环,一家制造企业生存发展的关键,归根结底是要把产品卖出去。

俞嘉琛说,销售不仅要关注客户,更要了解市场,也要对产品的技术、生产、物流、上下游供应链甚至宏观经济等了如指掌。

疫情之下,如何把影响降到最低,是需要迫切解决的问题。“今年一季度销售实现较好增长,受疫情影响,四五月订单增幅缩减……全年增量压力都留给了下半年。”俞嘉琛说。

在俞嘉琛看来,销售的根本是生产。“对承包商来说,早一点拿到电梯,就能更快回笼资金。电梯厂更快更好地生产,就是一种市场竞争力。”

记者跟着俞嘉琛走进车间,看到了迭代更新中的未来工厂。

车间里几乎看不到工人,取而代之的是一个一个机械臂。共51条生产线,最快两分钟能生产一部电梯,电梯生产每个环节同步完成质检工作。过去买一部西奥电梯的等待周期是1个多月,现在从客户下单到完成生产,平均交付时间是8个工作日,最快的梯型3

个工作日就可以交付。高峰期,工厂每天生产电梯超过500部。

在智造超脑控制中心,屏幕上闪现着一个个订单。“某房地产公司订购了20部电梯。”生产指令触发的同时,数字化协同生产同时在各供应商平台生效,上游的零部件生产企业同步开工生产。

这样的流程,保证了一部电梯以最快速度交付到客户手中。

不过,生产的快节奏,在今年春季因为疫情被打乱了。

疫情期间,一天发货量从500多台减少到100多台,原因是上海的电缆供应商停工,不再发货,这样的情况从3月底起持续了两个月。电缆只能从江苏一家工厂得到少量补给,但杯水车薪。工厂每天出货的电梯会有几十台没有电缆,安装后,需要等配件到齐才能投入使用。

尽管采取了诸多补救措施,但仍延误了个别客户的项目工期,企业因对方提出赔偿蒙受了一定的经济损失。

好在一周前,上海的电缆厂复工,西奥电梯的产能逐步恢复。“现在一天产能已恢复到三四百台,优先补货给那些因为疫情而零部件缺失的客户。”俞嘉琛说。

线下销售活动基本取消 网络直播间里开卖电梯

春季是企业开拓市场、争取订单的黄金时段。每年春季,西奥电梯会在全国各地组织数十场品牌宣传会,邀请房地产企业、设计院等参会,同时上门回访战略客户。

往年的春季,西奥电梯工厂堪比旅游景点,每天会有十几拨来自全国各地的客商参观考察,试乘各种电梯——毕竟买电梯不像网购,可以七天无理由退货,需要慎重。

可今年春季,因为疫情,这些线下活动基本都取消了。

这种情况下,怎么增加客户黏性?

“顾客不能上门看货,那能不能线上看呢?”俞嘉琛和同事们想到了网络直播。没想到,效果很不错。

记者在产品展厅体验了一把“直播卖货”——公司研发了一款“5G看工厂”App,通过人工解说和直播画面,让客户实现网上考察。

展厅就是直播间,这里陈列着几十部电梯,有家用的,也有商用的。电梯解说员成了直播小姐姐。不过,和常见的直播带货不一样,这个直播间里,客户不是越多越好,而是享受一对一的VIP待遇。

“这是瞳膜扫描电梯,您看一眼要去的楼层数字,电梯会自动帮您按键。我来演示一下……”

“这是电梯大屏显示器,方便插播小区通知,还有一键呼叫应急救援功能……”

三名直播小姐姐正在通过直播介绍电梯。她们最近非常忙,一天要做十多场线上互动。

推出新产品,享受新政策 完成今年任务,很有信心

新的商机,在不断寻找客户需求的过程中被发现。在样品间,俞嘉琛介绍:“这是新研发的私人电梯,占地不到1平方米,只能站一个人,但价格实惠,能满足行动不便者的需求。”

市场虽然风云变幻,但俞嘉琛坚信,技术硬核、服务周到就可以把握市场话语权。

这些年,工厂通过不断迭代更新推出科技赋能的新产品,在国内外激烈竞争中取得了优势。

比如,工厂研发的人脸识别电梯,在老旧小区加装电梯上有广泛应用。比如,语音电梯、瞳膜扫描电梯,只要说说话、瞪瞪眼,就能无接触乘梯,帮大家打消防疫方面的顾虑。

受房地产市场影响,西奥电梯预计今年房企板块业绩会有所下滑。全国百强房企中,有超过50家是西奥电梯的战略合作伙伴。

但令人欣慰的是,今年以来,西奥电梯接到了很多公建项目订单,比如高铁站、医院、学校、回迁房小区等,相比去年已有20%增量。此外,个人电梯业务也同样增长迅速,“像我们的别墅电梯,去年卖出了5000多台,今年销量还会增长。”俞嘉琛说,“我们真切感受到经济在复苏,国家在为拉动经济做各种努力。”

作为被高分认定的浙江未来工厂,西奥电梯得到了各级政府在政策、资金、人才引进方面给予的全方位支持。最近,省市区先后出台了多条助企纾困政策,西奥电梯也能享受到税收、社保暂缓支付等方面的优惠;今年还被列入临平区鲲鹏计划,不久将享受到区政府真金白银的补贴。

俞嘉琛和同事们深受鼓舞,想对政府真切地说一句:感谢!“我们对完成年度销售任务更有信心了。”

西奥电梯厂二楼有个客用食堂,记者跟着去吃了午饭。随着疫情形势好转,已有一些客户上门。此前两个月没什么人气的客用食堂,现在重新响起了各地方言。

这一刻能真切感受到,工厂的“烟火气”正在回归。