

首钢矿业国际市场开发策略

□文 / 刘 濛

(河北金融学院 河北·保定)

[提要] 首钢矿业作为从事采矿、选矿、机械制造等多行业的国有大型矿山企业,为唐山市经济增长和人民生活水平提高做出了重要贡献。目前,首钢矿业公司在满足国内需求的同时,正在积极谋求对外出口道路。为应对激烈的国际竞争形势,首钢矿业公司应从自身实际出发,认清自身状况,制定出符合自身实际的国际市场开发策略。

关键词: 首钢矿业;国际市场;开发

中图分类号: F42 **文献标识码:** A

原标题: 首钢矿业国际市场开发策略分析

收录日期: 2013年1月3日

一、首钢矿业国际市场开发 SWOT 分析

(一)优势

第一,资源优势。首钢矿业地处河北省唐山市,唐山市矿产资源品种多、储量大、质地优良、分布集中、易于采选。唐山市位于环京津中心地带,铁矿保有量 57.5 亿吨,是全国三大铁矿区之一,自有铁矿企业数量大,产量较高;唐山自有较高焦煤产量的煤矿,至今已控制了五个含煤构造,焦炭供应不足部分可就近向山西采购;水资源、电力资源也相当丰富,生产用水主要引自滦河水系,沿海厂区利用厂内余热建设了 5 万吨/日的海水淡化项目,解决了企业生产用水的循环利用,为钢铁生产提供动力支持。

第二,政策支持与资金保障。迁安市政府鼓励支持钢铁产业的发展,要求全市各级各部门为首钢矿业提供必要的服务和帮助,为首钢矿业的发展提供有利环境。迁安市民间资本雄厚,又毗邻京津,具有发展资金支持的优势,国家开发环渤海地区为其提供资金扶助。

第三,地理位置优越、交通便利。地处环渤海经济圈,有发展钢铁产业得天独厚

的优势,能够利用本地的资源,享受优惠政策。迁安市公路、铁路网络四通八达,信息网络建设先进,具备发展现代物流业的基础优势,现代化物流业能够解决钢铁行业巨大的物流吞吐量。

第四,人才资源。唐山是传统的工矿城市,历史悠久,工业生产基础雄厚。多年以来,围绕钢铁产业形成了产、学、研一体化格局,不仅存在大量的生产企业,并培养造就了大量的技术精英和产业工人,而且当地的科研院所、大专院校也在不断开发新技术、新产品,培养后继人才。

(二)劣势

第一,生产设备落后,产品品种结构有待进一步调整。目前的生产线以生产建筑、建设线材等常规品种为主,市场前景较好的级超薄热带、冷轧板、镀锌板、彩涂板、H 型钢、中厚板产量较低,尚未形成市场规模,有的仍处于在建期间,特种钢、特种合金钢只处于谋划阶段。

第二,高级技术人才缺乏。缺少能在科研开发领域起带头作用,能够带领企业自主创新,促进产品更新换代的高级技术人才。

第三,专业的国际营销人才缺乏。由于之前在出口方面投入较少,企业目前缺乏面向国际的销售人员,迫切需要了解国际贸易流程的专业人才。

第四,没有足够的宣传推广,在国际市场上没有稳定的客户。寻求国际合作伙伴,建立持久牢固的合作关系需要长时间的努力。

(三)机会

第一,国际需求量大,世界范围内钢铁消费持续增长。国外钢铁产业结构向高端调整,所让出的常规产品市场,将由发展中国家填补。首钢矿业在管理、技术、营销、资金供给等方面处于较高水平,在国际市场重新分配的竞争中必将处于有利

地位。

第二,钢铁行业处于寒冰期,对国企是机遇。首钢矿业由北京迁往迁安,得到了国家的大力开发扶持,对钢铁产能大规模扩张有很大优势。国家调整钢铁行业政策,提高了新建钢铁企业准入门槛,一批潜在的新进入竞争者被拒之门外,首钢矿业的竞争压力减小。

第三,地处国家重点开发环渤海经济圈。首钢矿业得到国家的大量政策和资金扶持,大量科研、销售人才也积极投身开发环渤海的事业。首钢矿业的发展可谓天时、地利、人和。

第四,钢铁行业中心的转移。从国际市场上看,目前发达国家钢铁产能严重过剩,急切寻找出路,钢铁产业中心有从发达国家转向发展中国家的趋势,首钢矿业应有机会利用国外资金、资源,大力吸引外资,加快对企业股份制改制、企业间资本流通与合资合作,引进先进生产技术和先进管理方法,促进企业整体素质的提高,从而生产出更具竞争力、更符合国际市场要求的高科技含量的商品。

(四)威胁

第一,来自其他出口国家的竞争。目前,我国钢铁企业低档产品的竞争对手主要是俄罗斯、乌克兰等国的钢铁企业。高档产品的竞争对手主要是韩国、日本的钢铁企业及台湾中钢。由于首钢低档钢铁产品价格较低,需要一定的保护政策才能形成市场进入壁垒。

第二,来自国内的竞争。经济全球化是大势所趋,国内很多钢铁企业也正在积极投身于开拓国际市场的行动中,来自国内的竞争压力日益增大,市场份额更难争取,资源压力进一步增大。

第三,竞争模式不适应。随着钢铁市场的开放和国际化,首钢矿业对新型竞争还有待适应,在群体企业间竞争、品牌的

竞争、商业存在模式竞争、市场快速反应能力竞争、销售终端、创造客户价值竞争、提升产品的技术含量和附加值的高层次竞争、人力资本获取竞争、企业效率、政府行政效率竞争、政府管理经济能力竞争等都还需要一定的适应过程。

第四,成本增加。钢铁生产中必需的原材料铁矿石、燃料煤炭价格持续上升,电能、水能等动力资源价格也节节攀升。

第五,世界钢铁产业产能的严重过剩,对首钢钢材进出口压力较大。“入世”后下调钢材关税、取消进口钢材数量限制、取消钢材指定经营政策,对首钢钢材产业会造成一定的冲击。因为首钢钢铁国际化程度不高,产品质量还不太高,成本较高,综合竞争力较弱,一些钢材产品的价格高于国际市场价格,在规模、产品结构、工艺装备上处于中等偏上水平,集中度偏低,能耗高、效率低,距离一流水平还有一定差距,这些都构成了首钢走出国门的威胁。

二、唐山首钢矿业开拓国际市场策略

(一)4P 营销策略

1、产品策略。和国内大多数钢铁企业相同,首钢矿业的钢铁产品存在产品质量较低,难以符合国际要求的问题。因此,应升级生产设备,加大科技投入,提高产品的质量,力争使产品达到国际先进水平。首钢矿业作为国内钢铁行业的大型国有企业,应充分利用这一优势,利用国企的优良声望和诚信保障,以达到让国外消费者放心的品牌效应。提高产品附加值,不应致力于低级产品的开发、出口,应积极生产高技术资金投入的高附加值产品,对产品进行精加工,实行严要求,高规格,提高出口产品的档次。

2、定价策略。由于不同的文化背景和经济条件,世界各国的消费习惯和购买力有所差别。所以,不同的国家会执行有差别的服务价格策略。对不同国家的出口商品会规定不同的销售价格。作为影响市场需求和消费者购买意愿的一个重要因素,对不同的国家地区的产品售价进行适当调整,有利于产品销售市场的扩大。提高产品的销售量,使产品较其他同类产品更具竞争力。通过选定定价目标,确定市场需求,估计成本,分析竞争者的产品及价

格,企业能够根据实际情况制定出适当的销售价格。首钢矿业要针对不同的销售市场,作出不同的销售价格,既能符合当地消费的需求,又能达到盈利目的。

3、渠道策略

(1)健全国际营销网络。应在出口目的国家建立自己的子公司,让子公司遍布重要国外市场,形成完善的国际市场营销网络,以便更加高效、快速地了解当地市场信息,提高决策的速度和准确性。同时,有利于我们更好地完善售后服务,拓展用户和市场。

(2)利用电子商务。通过网络平台的实时沟通交流,更加方便快捷地了解顾客的需求。能够根据具体的订单进行专门的生产,避免资源的浪费,使生产活动更具目的性。同时,能够了解国际行情,得到准确的产品价格、种类数量的信息。使企业适时作出调整,更好地满足市场需求,提高国际竞争力。

(3)出国拜访和来厂参观。可派遣既熟悉钢铁产品生产程序又掌握国际销售技能的人员出国拜访,向国外客户对首钢矿业产品进行具体详细的介绍,了解他们的具体需求,进行商务谈判,使双方达到双赢。也可以邀请外企驻华办事处工作人员来厂参观考察,了解首钢矿业的生产情况后做出是否合作的决定。

4、促销策略。首钢矿业要扩大钢材出口,必须积极做到按国际先进质量水平标准组织生产。积极适应国际市场形势,形成出口市场多元化;积极开展国际市场调研,及时掌握信息,加快开发新品种,寻求出口机会;积极通过钢铁行业的驻外商业机构或企业的海外子公司直接寻找最终用户,减少中间流通环节,降低出口产品销售成本,提高出口效益。

(二)FDI 经济合作联盟策略。FDI 经济合作联盟策略(国外直接投资)是在向外输出产品和技术的同时,更加注重资本的输出,通过在钢材市场所在地合资、独资建厂(主要是高附加值和深加工产品),以回避贸易壁垒,扩大市场份额。同时,还能利用建厂当地的煤铁资源、动力资源,减少国内资源消耗。

(三)政府政策支持。迁安市各级各部门要增强忧患意识、责任意识和大局意

识,采取有针对性的措施,抓住机遇,应对挑战。要以资源配置、整合重组、延伸链条为抓手,把建设首钢精品钢铁基地的事业推向前进;各职能部门和镇乡要进一步强化服务意识,围绕企业需求,积极搞好服务,为企业生产创造稳定、和谐的环境;加强承载环境建设,解决企业发展中遇到的瓶颈制约,帮助企业做大做强;积极引进先进适用技术,加大科研机构、大专院校和企业进入钢铁产品加工生产领域,加大研发力度。国家维持汇率稳定,降低汇率波动给出口带来的风险,能使企业有信心坚定从事出口。稳定出口退税率,调动企业出口积极性,保证出口数量增长。下调税率,降低企业应交费用,减少企业的税费支出,使企业有更多的资金投入科研和开拓国际市场领域。

(四)人才培养。21 世纪是信息时代,是知识经济时代。首钢矿业是正在发展建设中的现代化、数字化大型企业。为了更好地适应知识经济时代,加强自身的竞争力,公司加快了人才的培养,确立了以“五个服务”、“五个平台”、“四个培训渠道”、“三支人才队伍”为核心的人才战略目标,制定了针对“技能操作人才”、“专业技术管理人才”、“青年人才”和“高层次人才”的激励制度,这些组成了公司的人才培养战略。

为加强全员培训管理,促进学习型企业创建工作,加快培养和造就适应公司发展需要、拥有较强学习和持续改进能力的经营管理人才、专业技术人才和高技能人才队伍,进一步规范培训方式方法,整合培训资源,完善基础工作,最终与公司整体的信息化职工培训管理相关规划相融合。培养出既熟悉钢铁生产过程,又掌握国际贸易、跨国投资等诸多方面知识的专门人才,有利于国际化经营事业的发展,从而提高企业的核心竞争力。

主要参考文献:

- [1]郭瑜.浅谈我国外贸出口的品牌战略[J].漳州职业技术学院学报,2008.4.
- [2]王新玲.如何提高品牌的竞争力[J].市场经纬,2002.1.
- [3]宋调.OEM 的未来发展思考[J].物流科技,2004.9.