

何全华:用170万双鞋赢得国际客户信任

本报记者 柯国笠

117条生产线满负荷运转,一批批订单发往海外……在福建晋江经济开发区五里园,福建美明达鞋业发展有限公司外贸订单持续攀升,为企业生产上足“发条”。据悉,该公司主要出口运动鞋、跑鞋、工作靴和户外鞋等产品,其中90%销往美国,其余销往欧洲。

自1992年创建美明达公司后,福建美明达鞋业发展有限公司董事长何全华便大力引进客户,公司员工由最初的几十人发展到3000多人,经营策略也由最初的靠量发展转变为如今的靠品质吸引客户,已发展壮大为年产值近15亿元(人民币,下同)、为上下游企业解决近万人就业、年纳税6000多万元的大型企业。



半个月工厂起死回生

时间回溯到2011年11月的某个早上。因为电线短路,位于福建晋江西园街道赖厝工业区的美明达厂房突发大火。

赶到火灾现场的何全华,看到滚滚浓烟及熊熊的大火,脑袋瞬间空白。看着无法控制的大火,何全华觉得那火就是在烧他自己的身体。毕竟,当时打拼了几十年创立起来的企业在眼前化为灰烬,何全华却无能为力。

站在正在燃烧的工厂边上,何全华掩面而泣。那一刻,他回想起自己高中毕业后,随舅舅在美明达做鞋子的情景。那时为了多赚几块钱,他每天都要起早贪黑,风里来雨里去,辛辛苦苦打拼20多年,才有了今天。就这样烧没了,何全华有点不敢相信自己的眼睛。

最终,火灾损失达到1.5亿元,这哪怕在现在都是巨款,何况当时,美明达正处于高速上升期。美明达如遭灭顶之灾。刚购进的100多万元的原材料化为灰烬、即将交付的200万双鞋子成为泡影、数条生产线付之一炬……“美明达完了”的流言不胫而走。何全华压力倍增。

尽管心在滴血,但何全华顶住了各方的压力,一直以积极的姿态来应对这场灾难。特别是针对还未交付的客户订单,何全华重整旗鼓,全力以赴。

由于何全华过往在做生意中留下了很好的口碑,为人处事也备受

认可,事故发生后,很多供货商并没有“趁火打劫”,有的答应推迟交货,有的则将订单转移到他处,这给了何全华喘息的机会。

而当何全华着手引进设备、采购原材料恢复生产、抢做订单时,江苏一家机械生产商不仅立马按照原先约定好的图纸调试机械,而且从江苏派来46名电工到厂里帮忙安装调试。另一家原材料供应商则答应让美明达赊账取货。短短的5天时间,美明达就完成了材料准备。半个月后,新的生产线投入使用。何全华说:“这是美明达创办多年以来累积的财富,也是那次事故企业能够顺利过关的关键。”

当时,何全华与工友们夜以继日地赶货。他常常深夜了还在厂房,吃饭就在厂里简单解决。虽然时间短,但是对产品的质量要求,他严格把关。越是关键的时候,越要注意细节。

就这样,当年年底,何全华成功赶制出了170多万双鞋子供应给客户。虽然与原计划的400万双差距较大,但是在向客户交付170万双鞋的时候,客户的代表震惊了,他不敢相信美明达能够做到。

然而,事实却是,美明达真的做到了,而且做得比以前更好。对方看到了企业应对灾难的能力,也为接下来的合作奠定了基础。

与世界知名大企业合作

作为公司的掌舵人,何全华思想开阔、大胆改革,才造就今天的美

明达。

“火灾交付”事件给了客户极大的信心。第二年,客户便与美明达达成战略合作伙伴关系,不仅追加生产订单,同时也将成品鞋的设计交给美明达。真是柳暗花明又一村,这让何全华喜出望外。

2002年,美明达只是一家仅有3条生产线的鞋企。但由于交货期及产品品质都比较稳定,美明达获得了美国多家大型商超的青睐。当时由于诸多原因,美明达与美国多家大型商超的合作长期停留在加工生产这一阶段,一切的研发、设计皆由对方提供。

后来,客户主动提出由美明达全权负责成品鞋开发、设计、生产,关键在于美明达的不断创新精神。

美明达虽是一家以出口为主的加工型企业,但是多年来,在产品开发、设计上做文章。从凉鞋、拖鞋,再到运动鞋、登山鞋、休闲鞋、滑板鞋,美明达不断加大在研发上的投入。不仅如此,该公司经常派人到世界各地考察、参展,收集最新信息、把握市场动态,每年都推出百余款新鞋型上市参与竞争,最终促成了与美国多家大型商超的深度合作。公司产品大部分出口美国、加拿大等国家,与全球最大零售商Walmart、Skechers、Reebok集团等世界知名大企业建立良好的合作伙伴关系。

与多个海外仓合作 “晋品出海”再添新通道



本报讯(记者 曾小凤 许春 秦越)近日,随着搭载首柜货物的车辆缓缓驶出泉州综合保税区(以下简称“泉州综保区”),晋江至罗马尼亚的物流专线正式开通。

这柜货物主要来自晋江,包含建材、卫生用品等,通过轻重搭配的方式,帮助企业降低物流成本。其中,石材物流成本降低50%以上,纸和鞋物流成本降低10%~30%。每周都有货柜从晋江发出,每柜载货量在22吨至26吨之间。

晋江经济开发区相关负责人表示,中国晋江-罗马尼亚共建“一带一路”物流专线的开通,极大缩短了货物运输时间,降低物流成本,将有力推动晋江企业进一步拓展欧洲市场。

与此同时,泉州综保区新型保税仓正式开园。该保税仓由福建晋园发展集团投资建设,占地66.13亩,总建筑面积6.3万平方米,主要发展保税物流、跨境电商、集拼出口等业态,利用综保区“进口保税”“出口退税”的功能优势,结合海关“数字综保”系统,入区非保转保税便捷申报,以及“分送集报”“先查验后装箱”等便捷通关模式,为企业提供保税仓储、国际中转、跨境电商等全链条服务。目前,晋园发展集团已与多个海外仓建立合作关系,将以保税仓作为前置仓,帮助企业进一步拓展海外市场。

全球化进程再进一步 安踏球鞋五大洲同步发售



本报讯(记者 柯国笠)日前,安踏与NBA超级球星凯里·欧文合作推出的第二代签名篮球鞋(ANTA KAI2)在全球五大洲的16个国家和地区的36家店铺同步发售,并进入世界知名的球鞋线上平台Footpatrol。KAI2成为安踏首款同时登陆亚洲、北美洲、欧洲、大洋洲和非洲的产品,也是国产品牌首款在五大洲同时发售的产品,标志着安踏品牌全球化进程再进一步。

通过KAI2全球发售,安踏实现在海外渠道上的进一步突破。业内人士表示,有别于当前其他运动品牌的出海策略,此次安踏不是以电商模式出海。安踏品牌通过强代言、强产品,深入在地渠道,进入本土市场,通过品牌价值的蓄能及放大,吸引流量。

安踏品牌CEO徐阳表示,“安踏品牌的国际化绝非一时兴起或仅为一双球鞋的营销幌子。这是我们几十年来坚持不懈、厚积薄发的结果。”