



品牌再造 扬帆健行

——本刊总编辑刘柱对话海克斯康测量技术(青岛)有限公司
执行总裁周亮先生

本刊记者 金 卯

海克斯康计量于2012年9月正式启用新的品牌策略,不但包括推出全新的LOGO形象,还对产品线品牌名称进行全面整合升级——新的品牌策略下,只保留Leica、Leitz及部分分销渠道产品的品牌名称,其余产品线名称全部由“海克斯康计量”代替。海克斯康计量的品牌再造策略面向全球所有的市场,影响遍及所有的产品线,那么,到底是什么原因促使海克斯康在全球经济不景气之时做出如此大的举动?该策略又会为市场带来怎样的影响?……本刊记者专访了海克斯康测量技术(青岛)有限公司的执行总裁周亮先生。

刘柱: 据悉,海克斯康实行了新

的品牌再造策略,把“海克斯康计量”正式定位成产品面向市场的主品牌。为什么要进行品牌再造?品牌再造后将会带来怎样的影响?

周亮: 是“变化”本身要求我们改变。在过去10年,海克斯康一直持续塑造变化,收购了一系列的知名计量品牌、公司以及专业技术,并将其成功地整合在我们的业务单元里。海克斯康计量旗下的每个品牌都是我们的骄傲,正是因为它们在各自市场上的优异表现,才使得海克斯康计量获得全球客户的广泛认知。在这个阶段里,海克斯康计量逐渐由公司名称转换成为计量市场上耳熟能详的主品牌,我们全新的品牌战略充分

考虑到这一点,我们决定将海克斯康计量定位为我们面向市场的主要品牌,这是一个水到渠成的时机。除了顺势而为,应变而变的发展需要促使我们采取品牌再造策略。

品牌再造后,我们采用统一的“海克斯康计量”作为主品牌,从而更容易获得和展现全球化大公司的优势,更清晰地传达我们对产品、对技术、对新兴市场、对细分的行业方案的关注与创新;我们的客户会更容易获得更多的产品和方案信息,由此获得更合适的方案;我们的供应商、经销商能够明显获取大公司展现出来的协同优势;我们的员工能够更紧密地联合到一起,更容易地共享

集团的全部产品技术。海克斯康计量品牌再造策略对海克斯康计量所有相关人员都是一个利好举措。

刘柱：从中国航空航天行业购进第一台三坐标测量机开始，海克斯康计量已经与中国航空航天行业合作了40余年。随着航空航天行业的发展，海克斯康提供了哪些新的计量方案？

周亮：海克斯康计量青岛公司的前身原本出自中航集团，海克斯康计量与中国航空航天行业的合作有很深的渊源。针对航空航天行业的计量解决方案，一方面，海克斯康计量提供了该行业全面的测量解决方案，包容现场化、自动化、专业化的特点，如为特殊叶轮叶盘提供带有四轴转台的Leitz PMM高效率高精度自动化检测系统，为叶片叶轮、机匣等复杂零部件加工提供专业的在机测量系统，有效解决手工低效、工装定位稳定性不高、生产周期长等工艺难题；另一方面，针对当前航空航天企业对发展信息化建设的需求，海克斯康计量推出智能化制造工厂方案。在相当长的一段时间里，测量设备、测量软件以及其他用于生产的各种生产制造系统迫切需要整合协调到一起。我们自2003年就领先于业界提出“数字化检测”的概念，致力于统一的测量软件和测量管理软件的开发，建立数字化检测工厂，减少测量技术和测量管理技术的复杂度，提升检测和质量管理的效率，降低设备维护和学习的成本。当前，我们提供的PC-DMIS EMS企业级数字化检测平台，能够整合散落在车间各角落里的所有不同类型的精密测量设备及其测量软件系统，做到所有的产品数据的实时收集存储、统计分析和网络化共享传播。

为帮助航天航空行业建立更加智能的制造工厂，海克斯康计量的数字化检测方案还延伸到了工厂的生产制造系统中，与客户一起找出最好的方式，帮助用户搭建一个强大、敏

捷、简单的企业信息整合平台，关联企业已有的各类数据管理平台的相应数据，使企业可以跨多个站点和地域在一个统一平台上运行并不断改善自己的离散流程和精益流程。

刘柱：在并不乐观的经济形势下，能否为我们分析一下计量技术的发展趋势？

周亮：在计量行业，除了上面提到的按照不同层次客户的需求提供解决方案，总的来说，先进测量技术在向着现场化、专业化、自动化和数字化的趋势发展。所谓现场化，即通过多样定位、多样选择的便携式测量设备以及针对客户需求提供高精密计量的固定式现场测量方案，满足客户对于车间现场质检的需求；自动化，意即针对自动化生产线尤其是大批量自动化生产线，集成多类自动化装备，如机器人、上下料系统、定制夹具、转台等，以大幅度提升生产效率；数字化，意即整合所有的检测设备硬件和软件系统，实现大一统的产品数据收集、分享和管理，并对越来越多的检测设备实现即时状态的监控和工时分享，以促进所有设备资源的有效利用；专业化，意即针对特殊需求提供特殊设备，类似专机专用，不仅仅为了提升检测的效率或者效果，还有降低客户投资的目的，如专为大齿轮测量推荐的Leitz PMM-G齿轮测

量中心兼通用测量机、小薄软类零部件检测专用的多传感器测量设备—复合式影像测量仪。

刘柱：在2012年上半年，虽然经济形势不乐观，但海克斯康计量仍然实现了增长。您认为这些成绩的背后蕴藏着怎样的市场竞争力？

周亮：不管经济形势如何，需求总是在往上走，绝不会倒退。所以，我们只有做得更好更到位，满足市场的需求才能在不乐观的经济形势里立于不败之地。

海克斯康计量旗下的测量产品及技术几乎涵盖当前计量范畴里所有的高精密计量产品。海克斯康计量之所以能够提供最全面的解决方案，在于能够体现我们核心竞争力的5S能力——一流的专业服务(Services)、广泛而贴合用户需求的软件(Software)、尖端技术的高精度传感器(Sensor)、全面完整的解决方案(Solutions)和面向各行业领域的专业团队(Sectors)。5S被称为我们的DNA，是我们业务单元的真正优势。5S帮助我们打造“真正”全面的解决方案。海克斯康计量的产品及方案范畴已经从普通意义的质量数据采集扩展到数据的优化、分享和管理，并且将质量检测与管理系统关联到整个智能生产制造的大系统中。(责编 夏宛)



采访印象

品牌再造后，在未来的计量市场上，大家将看不到原来属于海克斯康计量集团旗下的“DEA、Brown&Sharpe、

塑造变化

ROMER、Cognitens、OPTIV、m&h”等品牌，取而代之的将是“海克斯康计量”。海克斯康计量的全新LOGO极具动感和现代感的多变幻化，体现了多姿多彩和勃勃生机，也体现了其多类产品线的完美组合，充分展示了海克斯康创新发展的寓意，更好地体现了海克斯康计量“塑造变化”的涵义。

采访过程中，周总告诉记者：“我们的品牌再造策略策划了很长时间，是顺应外界环境

和我们自身的变化的一个过程，会实现用户最大的收益。品牌再造体现了海克斯康的变化和策略，不是促进用户变化，而是帮助用户适应变化，超越变化创造新价值的因素。”

海克斯康计量通过品牌再造策略，将变化视为机遇，成功地塑造并超越了变化，再一次展现了“大家”风范。我们仿佛看到，意气风发、魄力十足的海克斯康计量正在拉升帆船，迎风健行。