



《广告·标识》
设备与器材杂志

你的位置: 首页>>《广告·标识》设备与器材杂志>>总第13辑08年第4期>>协会 Association

杂志搜索 QUICK SEARCH 关键字: 期刊: 所有期刊 SEARCH

- ▼ 总第24辑09年第9期
 - ├ 卷首语 Preface
 - ├ 资讯 News
 - ├ 法律专栏 Legal Column
 - ├ 专题 Column
 - ├ 技术 Technology
 - ├ 企业 Enterprise
- ▼ 总第23辑09年第8期
- ▼ 总第22辑09年第7期
- ▼ 总第21辑09年第6期
- ▼ 总第20辑09年第5期
- ▼ 总第19辑09年第4期
- ▼ 总第18辑09年第3期
- ▼ 总第17辑09年第2期
- ▼ 总第16辑09年第1期
- ▼ 总第15辑09年第0期

欧洲标牌业之外包

2008上海广印展上, 欧洲标识联盟主席与我们分享了中国和庞大的标识界之间外包发展历程的优势。

外包事实上意味着在其他地方寻求资源, 而不是在你自己的工厂(当然你至少需要有一个)。外包在任何工业或分销链中已经成为一个越来越重要的因素, 标识行业也不例外, 这就是进化。

为什么我们需要外包(outsourcing)?

有很多原因, 但是这里有几个重点:

1. 我们都想在更大型项目中有竞争力。
2. 我们没有足够的技术工人。
3. 我们有熟练技术工, 但开支太大, 如薪水、服务费等。
4. 我们在工时上有法定限制。(如法国, 每周不超过35小时)
5. 我们没有合适的设备或技术。
6. 我们没有足够的生产能力。
7. 我们不想把注意力集中于生产方面而是注重于项目管理。

我们在寻找什么样的合作伙伴?

在德国, 有句话。。。。, 用英文说出来的意思, 就是。长着一身好肉的猪, 甚至可以给你牛奶、生产羊毛。我们都想要精确性、高品质, 尤其是高品质和好的价钱方面的一致性, 而不只是物有所值即可。

差不多好不是我们要的标准

当然我们应该知道我们要的是什么。

我们如何传递这个信息?

这不像跟你的主管在工厂口头说说即可, 而是事无巨细都需要记录在案: 最好就是结合图表及照片, 最好是用真实的案例。

要确保图标有专业的注释, 而不能你用你工厂的口语。

现在我们说到图表: 用哪种格式? AutoCAD 和 CorelDraw 是比较大众化的, 但是用哪种版本呢? 要确保是兼容的。

再说到输出的字体: 用哪种语言。英语不一定好! 翻译不是一件简单的事情, 不要问你附近中餐外卖店的人去翻译, 这会让你大吃一惊。

“V” and “X”: 使他简单而实用, 就像日本产品使用手册。

“色板”: 使用汽车油漆编码, 他们是真正全球通用的, 把样品寄给你的合作伙伴, 并叫他寄回他的样品。

即使你提供产品的合伙人明白你的意思, 但他晓得指导生产吗?

不断的监督指导和突击检查都不是常用的手段。但我们如何去检查这些事情? 你的合伙人可能在生产中偷工减料吗? 你如何知道呢?

你有合适的人选去帮你检查这种产品?

质检人员能感染你的合伙人吗? 我意思是能激发你合伙人最大的能力。

出货前的检查

我所知道的一些例子, 美国买家聘请的驻外质检人员, 并不一定是标识的行业中人。认为不合格产品, 他们否定了40%的槽形字。

说，这种尴尬局面本应在早期即可避免。毕竟：你不付钱你就拿不到产品，这意味着项目无法进行，而且可能也不再有合伙人了。在这个游戏里没有赢家。

到货时的检查

我们都听过一些故事，关于收到一些垃圾货而不是你要的东西，但是让我们来分析下道理，谁会发一些没有人接受的没有任何保证的东西。

付款：烫手的山芋

供货商要求定金嘛？多少钱才是合理的，并且你的合伙人有多少可信度？

L C（信用状）手续费 所有的规则必须写明，检查是必须的

F O B / C I F（离岸价 / 到岸价）：在转船的时候付还是在卸货的时候付。

社交应酬：

这些在大陆社会中扮演一个很重要的角色，然而，你必须学会如何分辨在友好招待背后的冬季。保持注意力在你的目标上：去买能实现你目的的产品：符合规格，准时交货，价格合理。不止一次，而是每次如此。你将必须去奖励一种相互信任的关系。

你来中国投资，我肯定你们能得到你想要的并会得到很好的回报。对待这里的人要公平，我敢保证你也会被当地人用类似的方式对待。这是一种冒险，当然也乐在其中，祝大家好运！

首页  收藏此页  打印  回到顶部  字体【大 中 小】

中国·上海广告设备器材供应商协会 © 版权所有 2006

地址：上海盛泽路8号宁东大厦18楼 沪ICP备06031494号