

「えっ！わが家、意外と高いかも？」60秒入力⇒不動産無料査定 [PR]

経済

ブログに書く

引用ブログ (1件)

ツイート 77



ハイアールとの提携に見る “したたか”ドイツ企業と“消えた”日本企業

2013.2.7 11:03 (1/2ページ) 【日中関係】

1984年、あるドイツ企業が中国のある企業と提携を行った。これによりドイツ企業は既存の設備を中国側に売却し、その設備を使用した製品製造の技術も供与した。併せて、ブランドも一定期間、中国企業の使用を認めた。(フジサンケイビジネスアイ)

当時、この中国企業は経営不振のために再建中であった。名称は「青島電冰箱(冷蔵庫)総廠」。さっそく、ドイツの設備と技術を生かすとともに、相手側の企業名でブランドでもある「Liebherr」を織り込んだ「Qindao-Liebherr」(中国名、琴島-利勃海爾)というブランドで製品を市場に提供した。

経済の発展に伴って市場が拡大し、ドイツの技術も効いて売れ行きは好調だった。そのため、ブランド使用権の期限が切れかけた頃には、企業名もブランドも、類似した「琴島海爾」に変わっていた。その後、さらに「海爾」(Haier)、つまり、「ハイアール」に変わった。

この間、ドイツ企業は普及型製品の製造を中国の企業に譲り、自らはドイツでデザイン性にも優れた高品質の製品を製造し、欧州内外で販売を続けた。

さらに、中国市場でも大きな成果をあげた。中国の多くの消費者は「琴島-利勃海爾」の製品を20年以上使用しても「何の問題もなかった」ことから、ドイツ企業に信頼を寄せた。この企業はその知名度や信任感を利用し、中国の需要を取り込んで建設機械分野での快進撃を続けたのだった。

< 前のページ

1

2

次のページ >

↓ 関連ニュース

三洋からハイアールへ 継承しなければならない消費者への責任

8週間でアトピー、鼻炎、花粉症の症状が軽減!? カルピス社 [PR]

経済

ブログに書く

引用ブログ (1件)

ツイート 77



ハイアールとの提携に見る “したたか”ドイツ企業と“消えた”日本企業

2013.2.7 11:03 (2/2ページ) 【日中関係】

つまり、ドイツ企業は既存の設備や技術を有償で供与しただけではなく、ブランド使用権の貸与により、知名度を上げ、自社の他の製品に販売を促進した。

この間、中国の企業もまた、ドイツの設備や技術、そして、そのブランド・イメージの威力を生かして基盤を築いた。やがて、中国にとどまらず、白物家電分野では世界トップクラスの企業となった。

一方、2002年にこの中国企業と提携し、自社のブランド製品を販売しながらも日本で合併企業を設立してハイアール・ブランドの製品の販売に乗り出したのは三洋電機だった。10年後のいま、三洋は独立した企業としても、ブランドとしても実質消失している。

ハイアールと提携して自らの高度化転換を達成したのはドイツの企業だ。提携先の三洋と、その上位ブランドのAQUAも傘下に収めたのは中国の企業だ。日本の経営者はどうするつもりなのか。(甲南大学教授・杉田俊明)

▶ 三洋からハイアールへ 継承しなければならない消費者への責任

< 前のページ 1 2 次のページ >

↓ 関連ニュース

三洋からハイアールへ 継承しなければならない消費者への責任