

# valspar

if it matters, we're on it.®



## 涂料的创新过程概述

徐文强博士  
威士伯亚太技术总监  
May 2013



# 威士伯历史沿革

## 威士伯200年发展历史

- 成立于1806年，总部位于美国Minneapolis, MN
- 在25个国家拥有10,000多个员工
- 全球有80多个工厂，20个实验室，39个研究中心
- Valspar是世界第五大油漆涂料公司
- 2011年全球销售额达到 \$40亿

200年发展历史

1806

"Point and Color" 零售店成立，后经不断发展，成为今天的Valspar威士伯公司。



1870

拓展产品线，开始生产汽车漆光漆，产品受到广泛赞誉。

1820

首次突破传统技术限制，生产出美国第一批油漆，被广泛使用在往来于美洲的各类运载物资和移民的轮船、火车、马车、汽车等交通工具上。

1920

为当时世界上最大和最豪华的玛丽皇后号豪华游轮（英国首相丘吉尔曾三次乘坐这艘游轮）提供特别涂料，使其顺利完成1001次横渡大西洋的航行。



1906

通过产品创新，首次推出不会发白的油漆，干燥时间只需两个小时，并且不会吸附灰尘，在当时行业内引起极大轰动。



1935

长期以来一直是全球知名饮料品牌的主要罐体内漆供应商。

1990

公司在纽约交易所上市，代号VAL。



2006

完成对中国广东华润涂料的战略投资，强强联合，布局中国市场。

1965

开发出当时全新的工业着色体系——"Tile-A-Matic75"，至今仍是涂料行业内唯一普遍认可的、可广泛应用于一系列清漆的着色体系。

1961

着力于技术创新，第一个开发出展示和销售有色漆的突破性方法——"Telecolor"，运用电子工具为消费者系统地配置理想的色彩搭配，开创了有色涂料市场销售的先河，推动了有色涂料的飞跃性发展。

1927

为人类历史上第一次横渡大西洋飞行的路易斯和梭号飞机（Spirit of St. Louis）研发特种涂料。



1978

DIY市场兴起，为了提供更高品质和更个性化的油漆，成立了全球第一个色彩设计中心——Valspar Color Studio，通过与合作伙伴设计师的合作，把握流行色彩的方向和获取各种色彩灵感来源。

2010

威士伯在全球25个国家设有机构，全球雇员超过10,000人，全年销售额超过30亿美元。

2001

收购中国丽涂涂料有限公司，成为世界第六大涂料公司。



# 威士伯全球领先的业务领域

建筑涂料



木漆涂料



工业涂料



包装涂料



汽车修补漆



# 威士伯旗下所拥有的品牌:

## Legacy of Strong Brands



wattyl®



Huarun  
华润涂料  
漆业真专家

valspar®



GUARDSMAN®  
EXCELLENCE IN FURNITURE CARE  
SINCE 1915

DE BEER  
REFINISH

PlastiKote®  
THE PERFECT FINISH™



valspar®  
AQUAGUARD™

# 威士伯全球的分销网络

## 威士伯遍布全球的分销网络

持续开发全球客户

关注快速发展的涂料市场

- 中国
- 印度
- 拉丁美洲
- 东欧



# 威士伯在中国

---



# 威士伯全球研发中心

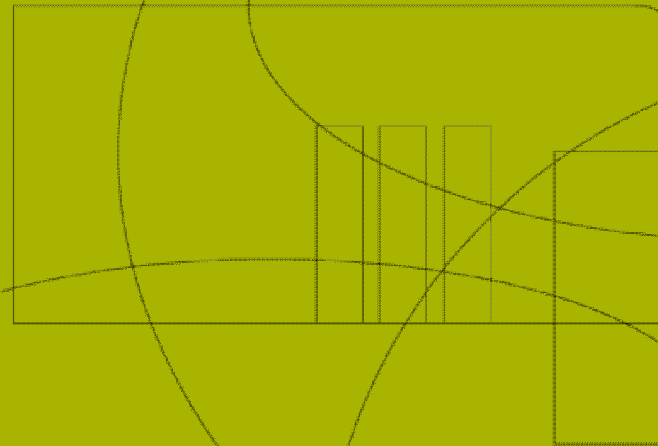


广州顺德

# 威士伯实验室和工厂



# Innovation Process Overview of Coating: 涂料创新过程概述:



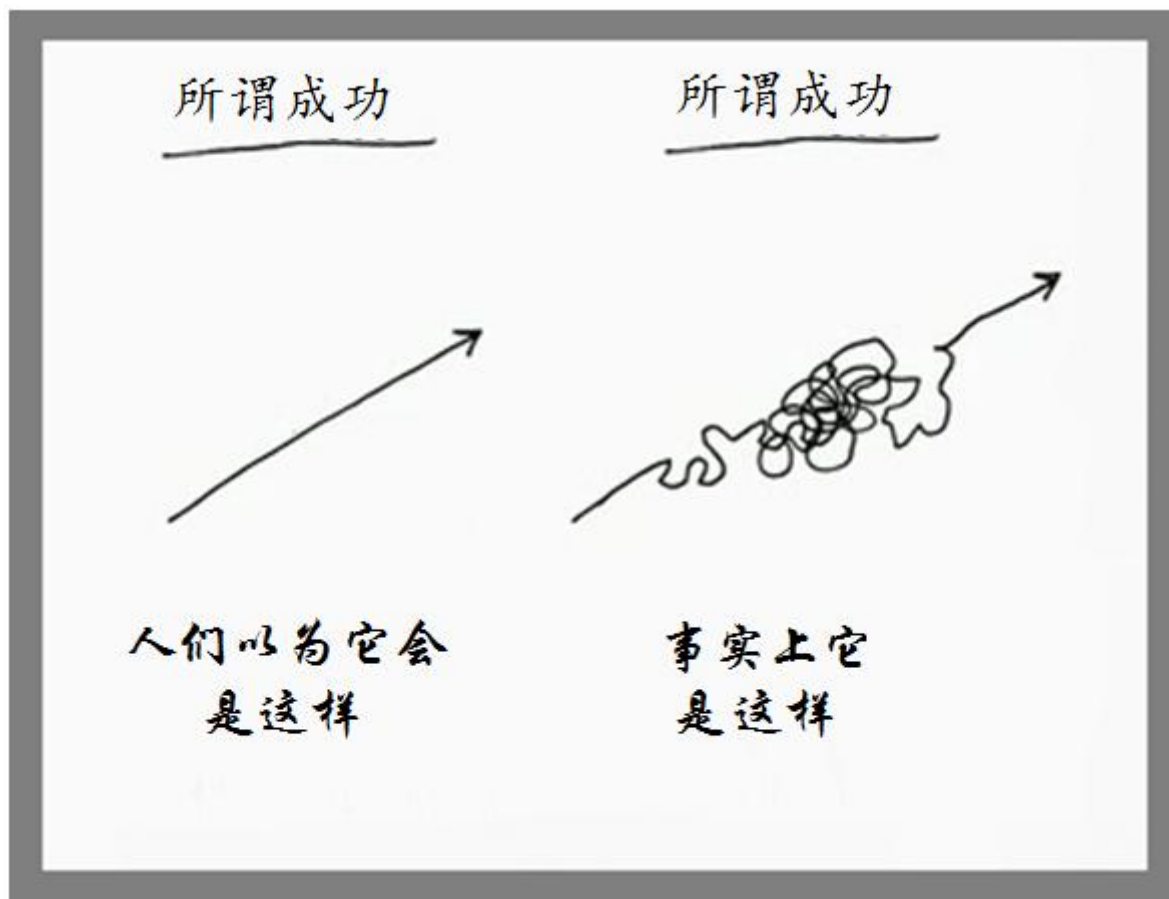
# 什么原因导致创新如此艰难？



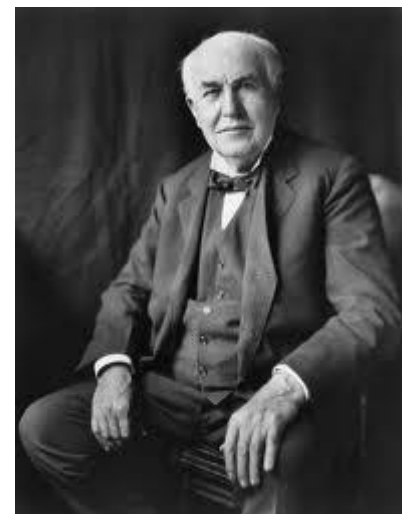
...或者由于团队考虑不够全面

有时，对产品需求的分析只考虑了最糟糕的情况，但不是最真实和最可能的情况...

# 创新的咒语



创新是一个反复的过程。



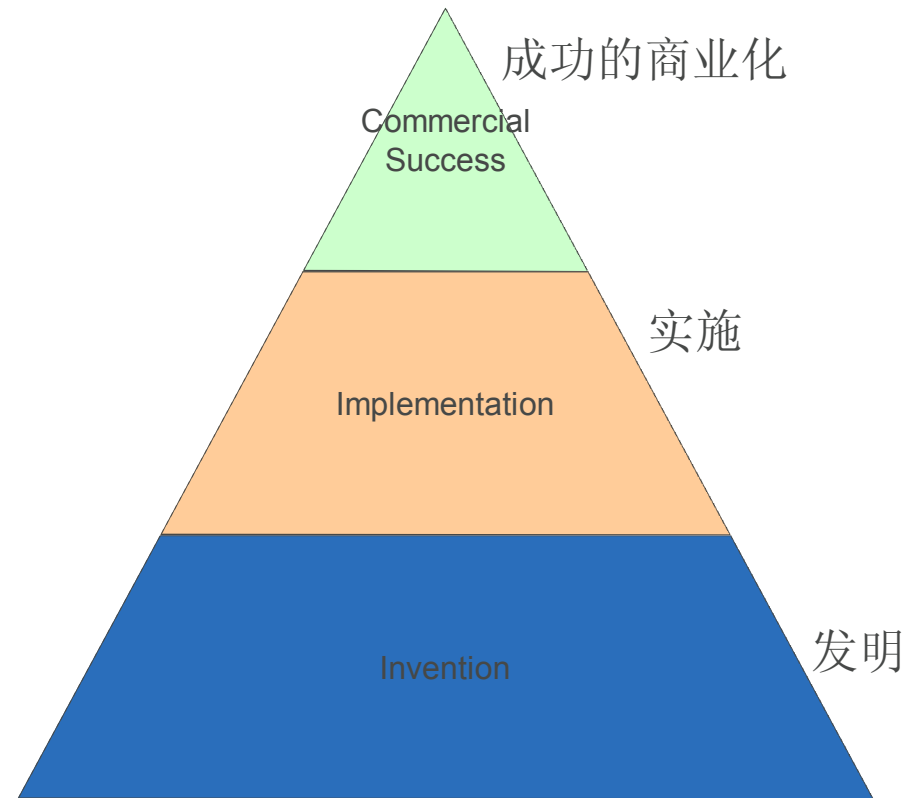
托马斯 爱迪生

在灯泡成功发明之前失败了3000多次

# Invention vs. Innovation 发明与创新

Invention 发明 = is the first occurrence of an idea for a new product or process. 一个新的产品或过程的想法第一次发现

Innovation 创新 = invention 发明 + implementation 实施 + commercial success 成功商业化



# 创新定义

操作定义: 在市场上具有竞争力的新创意。



这意味着消费者将愿意为此买单

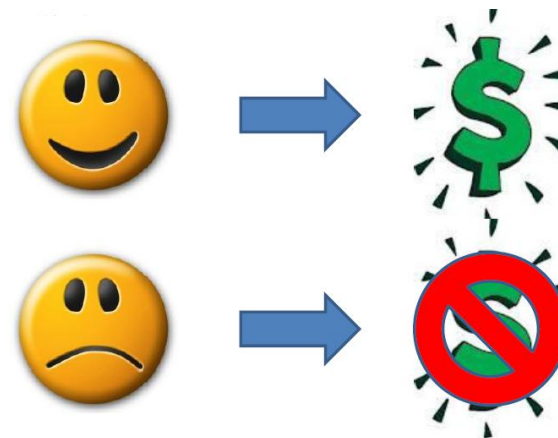
创新是需要花费时间的



创新是一个反反复复的过程 - 概念越”新颖”，第一次尝试就越不太可能”完美”

# 创新与客户的需求

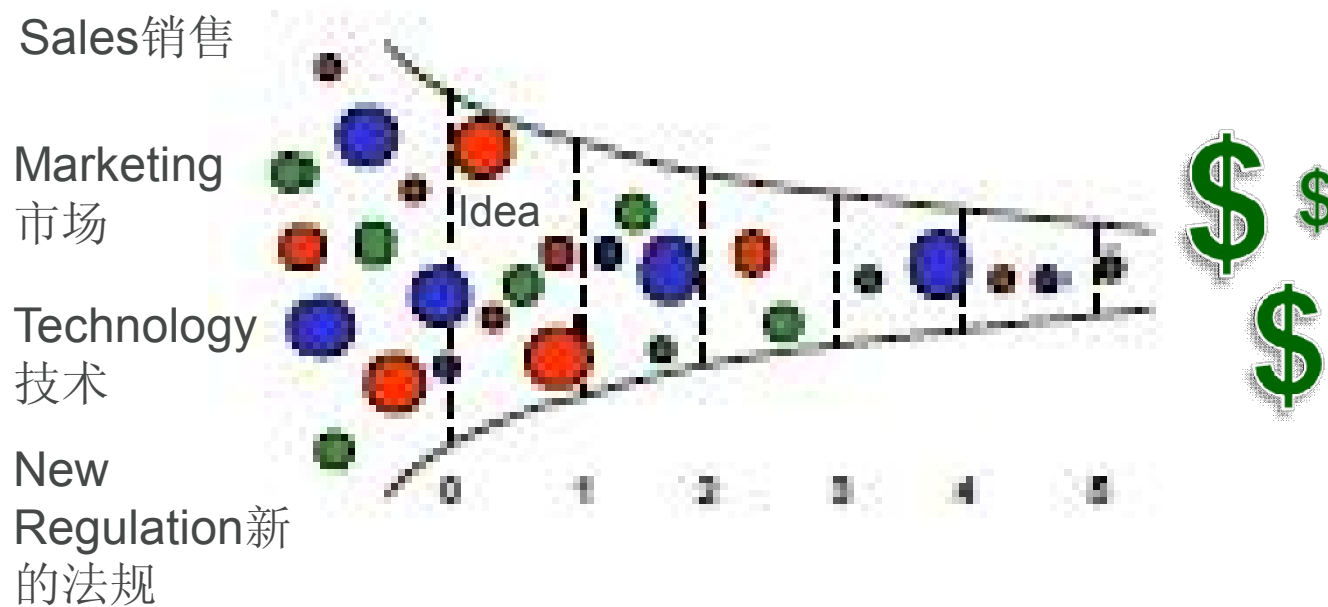
**VOC-客户的声音**



创新是立足于市场需求的创新。创新必须始终围绕着客户的需求，为客户带来价值，这是创新的来源和创新的目的。

# Drive for innovation创新驱动

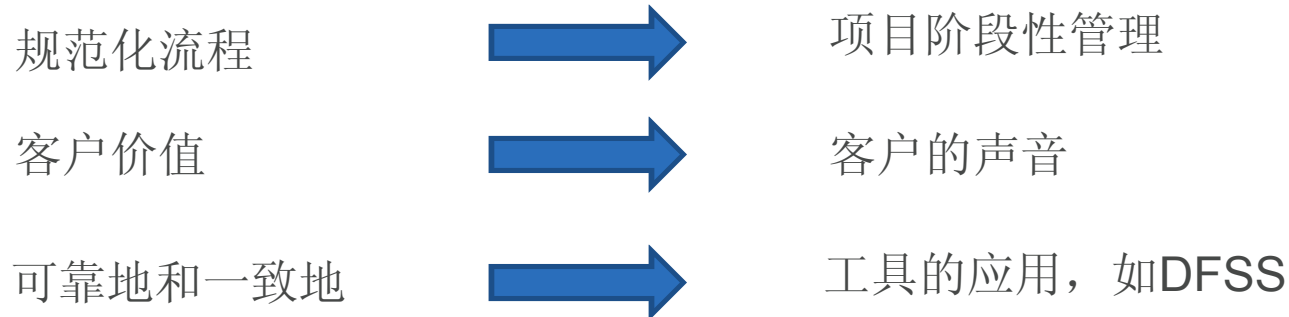
Select and fund specific innovation initiatives that are expected to get the Company advantage in competition. 选择和掌握创新的主动权期望给公司带来竞争优势。



# 涂料创新和新产品开发

## 创新使命描述

创新的成功需要具备 创造力和一个**规范化的流程**，这个流程能够可靠地和一致地交付**客户价值**。



# 以下的情景有没有发生过？



客户解释的是这样的



市场负责人理解的是这样的



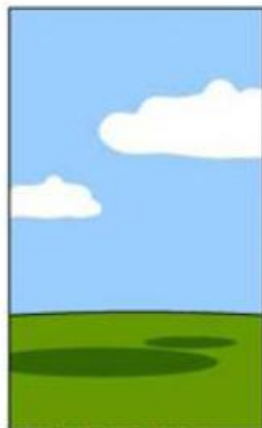
技术人员是这样设计的



操作员是这样组装的



销售员是这样描述的



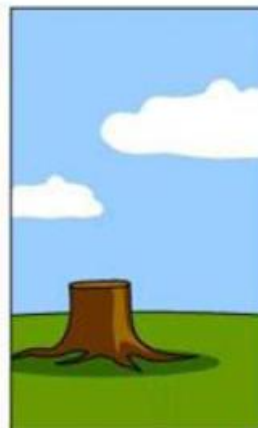
项目是这样被文件化的



产品性能是这样表现的



客户是如何被收费的



各部门是如何支持的



客户真正需求的是

# 创新方程式

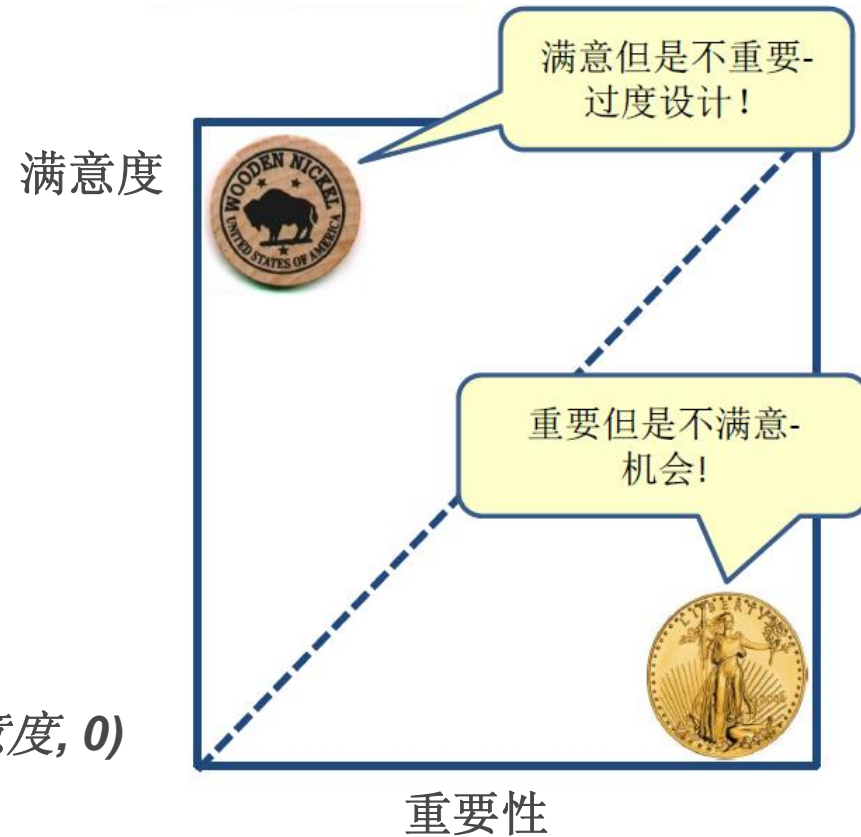
关注客户需求的创新方程式：

创新方程采用了两个关键因素将创新机会模型化

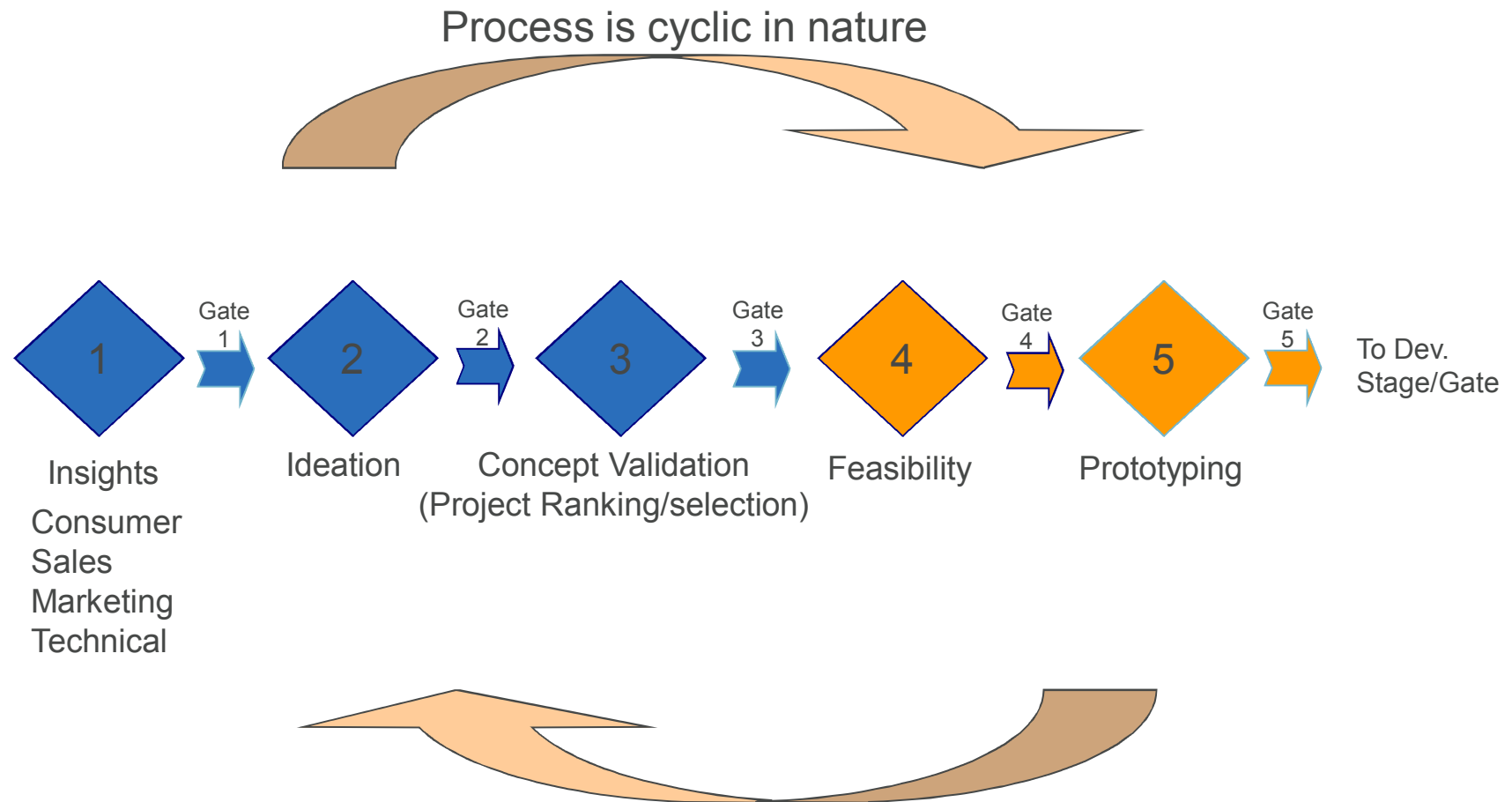
- 对客户的重要性
- 客户满意度

机会可以用以下公式表达：

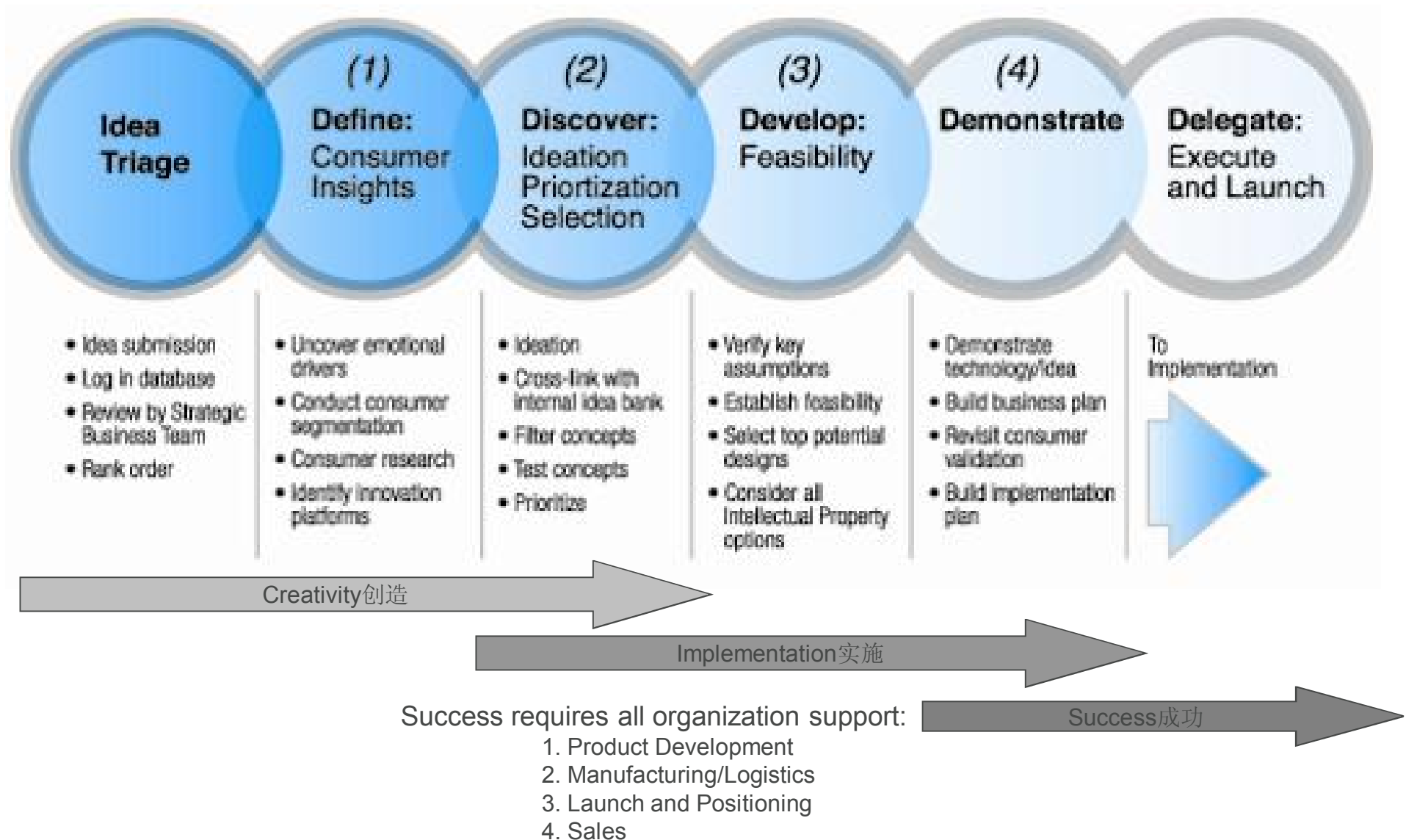
$$\text{机会} = \text{重要性} + \max(\text{重要性} - \text{满意度}, 0)$$



# Innovation process 创新过程



# Innovation Process Overview 创新过程概述



# 威士伯的创新管理

## 创新 + 流程

选取最佳创意



快速执行最佳创意

威士伯坚持为客户带来价值的创新作为导向，信息化共享为前提，项目管理为平台，预算管理为手段的创新管理模式。

## 威士伯涂料产品创意房



valspar

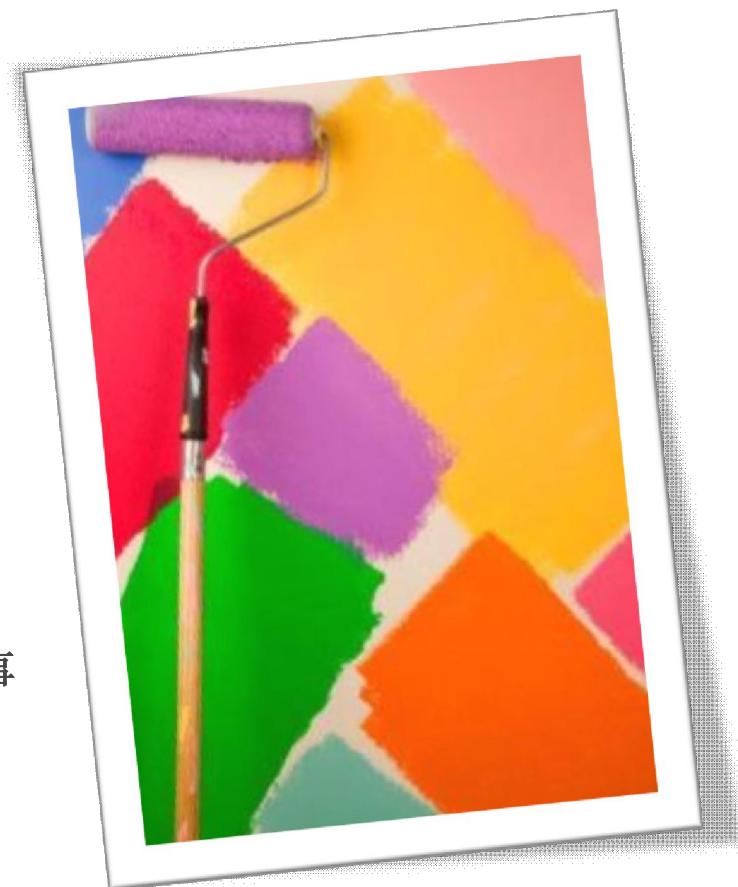
# 威士伯涂料颜色创新管理

---

威士伯持续地为所有消费者提供创新的产品和新的体验。

威士伯专注于总体的色彩体验（这是我们网站的一项创新）、推销、零售经验、色彩咨询和色彩趋势的专业意见以及色彩搭配。让色彩的体验更加方便，且充满乐趣。

**Every color tells a story**  
每个颜色都告诉您一个故事



# 威士伯创新的绿色节能产品



## ENERGY STAR

威士伯拥有 800 多个能源之星产品，提供丰富的色彩选择，向消费者倡导环保节能理念。

## LEED

威士伯公司是 U.S. Green Building Council 会员之一。Valspar SR 环保涂料体系能够满足美国绿色建筑评估体系 LEED 的各项认证要求，为崇尚绿色理念的设计师的首选。

## CRRC

作为 CRRC（国际冷屋顶评定委员会）的重要成员，威士伯公司一直致力于推动和完善屋面材料热反射和热吸收性能的质量控制体系。

作为北美第一大热反射涂料生产商，威士伯公司始终致力于绿色节能产品的开发，已经拥有 800 多个 Energy Star® 产品。Fluoropon SR 系列热反射环保产品，能够将超过 70% 的太阳光反射回空中，减轻了太阳光对建筑物的加热作用，配合高达

0.9 的热辐射率，最大程度地减少了热岛效应和能源消耗。除 Fluoropon SR 外，威士伯还提供硅改聚酯，高性能聚酯的 SR 产品，节能达 23%，能够满足不同类型建筑项目的环保设计需求。

# Thanks