



干燥·品质

干燥剂行业何去何从？  
要恶性竞争还是要质量？

-----TOPSORB 给国内干燥剂同行的一封信

### 国内干燥剂行业正进入恶性竞争的状况

作为一个显而易见的事实，当前国内干燥剂行业，正进入恶性竞争的状况。整个行业利润越来越低，干燥剂产品质量水平也在下降，形势堪忧。

#### 1. 同行死掐

不少干燥剂厂商同质化竞争严重，除了“产品简单抄袭+价格战+给客户回扣（私下给采购人员行贿）”等，好像没有其他的策略。如果不打价格战，不给回扣，好像反倒不正常了。有些同行在同一个客户上死掐，誓言把对方打死，结果杀敌一千，自损八百。

#### 2. 原料质量下降

由于利润下降和客户拖欠货款，干燥剂包装厂商对干燥剂原料厂商在价格上进行挤压和货款拖欠，致使相当一部分原料厂商一味追求降低成本，缺乏改进质量和工艺的动力。比如干燥剂原料之一活性矿物，目前整个行业活矿的平均吸湿能力和质量水准远低于2008年以前，其原因就在于活矿生产商在原矿凹凸棒粉选料时把关不严，甚至主动以次充好，有一定规模的大厂尚且如此，没有实力的小厂更加跟风。干燥剂包装厂家指责活矿厂商质量太差，后者抱怨前者“又想马儿跑，又想马儿不吃草”。

#### 3. 质量不检测

由于国内干燥剂产品的最终用户（如工业品、服装、电子产品等各行业用户），对干燥剂了解不足，缺乏专业检测设备来鉴别干燥剂质量，很多干燥剂包装厂商和原料厂商都心存侥幸，连他们自己都没有基本的检测设备，如测试吸收率的恒温恒湿箱和测量水分的水分测定仪，对进料都不做检测，毫无质量控制可言，就以专业厂家自居，对用户信誓旦旦。

须知**干燥剂的产品本质是通过吸湿防潮功能，来保护客户产品的质量。如果干燥剂自身的质量就有问题，怎么能保证客户产品的质量呢？**

客户产品的价值，往往是干燥剂价值的成千上万倍。客户花了钱，却买不到可靠的质量，其结果一是损失巨大，二是干燥剂厂家失去客户的信任，客户前面做，后面丢。在这种情况下，客户是受害者，干燥剂厂家是失败者，只有私下收受回扣的采购人员中饱私囊。

### 另一条道路：以质量和服务求生存、谋发展

当人群中只有一个人踮起脚尖张望时，这个人占了便宜，当所有的人都踮起脚尖张望的时候，其效果是大家都徒劳无功。抓到机会的一定是另辟蹊径的人。

若干年前，当万科宣布“追求阳光下的利润”“决不行贿”时，语惊四座，听众一片哗然，没人相信。万科却坚持以此为天条，在“专业化”道路上持之以恒，以质量、服务、品牌取胜，结果成就了房地产行业最大的企业。

TOPSORB 坚信“决不行贿”不是一种清高，而是一种力量。虽然在短期之内要丧失一些订单和客户，经历一些困难，但这样也逼迫 TOPSORB 以可靠的质量、优质的服务、多样化的产品设计、持续的品牌建设来生存立足，并以此壮大。

TOPSORB 以其自身的实践证明了可以不依赖上述不正当手段，确实有一条更为健康、更有尊严、更对客户负责的可持续发展的道路，那就是以质量和服务求生存、谋发展。

TOPSORB 是以开拓国际市场开始的。一是以干燥剂原料（包括蒙脱石、活性矿物）出口供应美、日、德及其他各国的干燥剂包装厂家；二是以干燥剂包装成品出口供应国际市场

上的经销商和代理商。无论是国际干燥剂厂家还是代理商，他们都从事干燥剂行业多年，拥有完善的质量检测设备和严格的质量管理体系，讲究规范，注重细节。可以说，TOPSORB 是以国际客户为师，在国际客户的高要求下成长起来的，通过质量和服务建立起客户的认知和信任，并进而建立长久的合作关系。

时至今日，TOPSORB 产品已经出口 20 个多个国家。TOPSORB 先难后易，先国际市场，再国内市场，以质量和服务开路，也赢得越来越多国内客户的认可，采购订单与日俱增。不仅如此，TOPSORB 成为众多跨国公司指定的干燥剂供应商。

### 看看国际上干燥剂品牌企业是怎么做的？

TOPSORB 与国际上众多知名的干燥剂品牌企业有不同形式的合作。因为合作关系，TOPSORB 管理人员多次走访和现场考察多家国际干燥剂品牌企业，包括最为先进的日本、德国、美国的工厂，屡屡惊诧于同样是在干燥剂行业，国内和国际厂商在观念和运作方式上存在着的巨大差异。比如：

#### 对比 1:

国内干燥剂企业在销售规模还非常小的时候，就倾向搞一个大面积的厂房，以显示排场和实力；国际干燥剂企业**注重空间利用率，注重厂房单位面积产值和单人产值，注重挖掘现有工厂设施潜力。**

#### 对比 2:

国内干燥剂企业主要通过备大量的存货以防不时之需，采购原材料有很大的随意性；国际干燥剂企业**重视周转效率，重视与客户沟通获得较为精确的采购计划信息，严格控制库存，注重提前计划；**

#### 对比 3:

国内干燥剂企业生产管理非常粗放，现场杂乱，浪费和无效搬运严重；国际干燥剂企业**将 5S 管理、可视化管理，无尘车间等练成了日常的基本功。**

#### 对比 4:

国内干燥剂企业喜欢买好车体现实力，但主要的生产设备包装机喜欢买便宜的，能用就行，故障率高，在实验室设备方面购置就更加吝啬了；国际干燥剂企业**开什么车比较随意，但在生产机器设备、实验室设备很讲究，愿意做大的投资。**

#### 对比 5:

国内干燥剂企业极少对员工和工人培训，员工人数较多，但工种单一，薪水较低，人员流动性大；国际干燥剂企业**重视对员工和工人的培训，重视一专多能，精简人员数量，薪水较高，人员较为稳定。**

#### 对比 6:

国内干燥剂企业喜欢拉关系，给客户回扣，以此获取业务机会；国际干燥剂企业**重视市场推广和品牌建设，经常参加展会。**

#### 对比 7:

国内干燥剂企业常喊质量口号，但执行乏力，管理者在关键问题上常为自己找借口，自己先妥协；国际干燥剂企业**视质量和信誉为生命，对细节执着到底，注重从上到下全员质量意识教育。**

#### 对比 8:

\*国内干燥剂企业喜欢什么市场都做，产品规格众多，资源配置分散；国际干燥剂企业**有鲜明的市场定位和采用差异化战略，专注将细分市场做好做强；**

。。。。。

我们总是抱怨行业环境不好，利润越来越低，却没有深入反省自身管理存在的问题。**要知道每一个观念的转变，每一次管理水平的提升，都孕育着降低成本、改善利润的机会。**有没有想过，日本、美国、德国的人工成本是中国的8倍~10倍，厂房、办公场地等多项经营成本也远比中国高，还能把公司做那么大。**我们国内干燥剂行业有几家真正做得很大的企业？**

### **TOPSORB 对国内干燥剂同行的倡议**

TOPSORB 作为干燥剂行业的一分子，对于目前行业状况感觉忧虑，在此对国内同行提出以下几点倡议：

1. 着眼长远，加强自律，坚守质量底线。**不要认为用户没有检测工具就心怀侥幸。永远不要低估客户的智商；**
2. 在同行比较时，要向好的看，不要向差的看。**如果您对国内的同行谁都不服气，那您向国际上最好的干燥剂企业看齐行不行？**只有这样，才能看到问题和差距，才能沉下心来把事情做好；
3. **对同行保持适度的宽容，比质量、比服务、比创新、比品牌，良性竞争。**不要将价格战和给回扣作为唯一的法宝。干燥剂市场如此分散，永远不可能垄断，没有哪家能吃完所有的饼。
4. 不要过份挤压干燥剂原料供应商，视他为合作伙伴，让他有利润空间，有积极性有动力改进质量，帮助他一起改进质量。
5. **转变观念，向管理要效益，通过创新创造机会，以服务赢取客户忠诚度。**与国际上的干燥剂企业相比，我们还有太多可做的事情。

### **TOPSORB 是以质量取胜的身体力行者**

1. TOPSORB 确保干燥剂原料供应商对于质量改进的努力能获得利润上的回报，以高于同行的有吸引力的价格收购更高质量的干燥剂原料，并保证决不拖欠原料供应商货款，保证其合理的现金流； TOPSORB 要求原料供应商签订质量保证协议；
2. TOPSORB 对于每一批干燥剂原料，在供应商发货离厂之前，先要求供应商随机抽样快速寄给 TOPSORB 检测，经第一次初检合格才准离厂发出；原料到达 TOPSORB 工厂入库，在生产之前进行第二次抽样检测，检测合格才能开始生产；
3. TOPSORB 欢迎每一个客户针对其订单索取相应批次的进料检测报告；
4. TOPSORB 欢迎每一个客户来函来电索取美军标 MIL-3464E,中国军标 GJB2714-96, JIS 日本工业标准等质量标准文件，并可提供详细解说，以提升客户对干燥剂质量的认知，并欢迎客户监督；
5. TOPSORB 愿意与每一个客户，无论其采购量大小，签订质量保证协议，以保护客户利益。

国内干燥剂行业的同行们，让我们立足长远，共同努力，扭转不正之风，将整个干燥剂行业推入一个以质取胜的时代！

**质量沦丧，会导致行业信用崩溃；唯有以质取胜，才能多赢！**因为大家好，才是真的好！

---