

# 天津捷馬以品味取勝

文◎王輝

**走**進天津捷馬自行車公司，感覺很不一樣，整個公司給人一種寧靜、乾淨、明亮的氛圍，看不到其他許多工廠的那種嘈嚷和忙亂。2007年1月，捷馬被評為中國馳名商標，實至名歸，但這並不是捷馬所追求的終點，捷馬追求的是卓越的品味。總經理姚江表示，捷馬所追求的是工廠的品味、管理的品味以及人的品味。

2006年，捷馬生產自行車80萬輛，產品有一半出口。姚總經理表示，就目前來說，天津自行車基礎不牢，在產品的生產技術上和營銷觀念上與台灣企業還有較大的差距，但是捷馬決不會與其他公司一樣，在競爭中拼價格，這種價格的競爭最終只會制約整個行業的發展，不會從根本上改變技術和營銷思路上落後的現實，企業必須有自己的個性，形成自己獨有的優勢，同時重視品牌建設，因為有了品牌才能創造價值，所以捷馬非常重視產品的價值感，期許生產出令人稱讚的產品。

一個公司的管理直接影響著這個公司的整體運作，而管理的直接執行者就是公司的各級幹部。捷馬通過多種方式來全面提升幹部的素質，如：選派幹部去參加圓桌會議的「改變的力量」培訓，通過培訓使他們學習改變思維的力量，促進指導思維的改變，拓寬思想的界限，最終改變他們行動的力量。姚江表示，這種培訓的效果是顯而易見的，通過培訓使這些幹部對自己、公司和工作有了更新的認識，他們在工作中的表現有了很大改觀。到目前為止，捷馬送去

培訓的幹部已有四批，他們都在各自的崗位上做出了非常出色的成績。該公司副總經理張迅甚至當



▲觀念新、知人善任的捷馬總經理姚江。

圓桌會議助教，捷馬除了對幹部進行培訓外，還外聘老師來對其他員工進行培訓，提高員工的工作技能，開闊他們的思路，讓他們對自己的人生能有更準確的定位和長遠的規劃。姚總經理說，企業對社會也有一份責任感，捷馬不希望公司員工按照原有的模式進行工作和生活，而是要樹立他們職權上的思想，努力改變自己的人生，就是要讓每一個為捷馬服務的員工從培訓中受益。

堅持「勇於嘗試、務實和低調」是捷馬公司的作風，堅強的團體更是捷馬公司的競爭力，對於幹部對公司的付出，總經理姚江總是心存感激。企業的品味其實最終來源於人的品味，姚總表示，他多次在會議上強調，公司的每一個人應該提升個人品味。

