

用心、用情、積極改變

王慶坨企業家闡述經營的突破

中國自行車市場的一片低迷，讓許多相關業者感受到前所未有的壓力；王慶坨的四位企業家為了突破現有的經營瓶頸，決定改變管理思維，增強企業的發展活力，讓企業在競爭中得以持續強大。

圖、文◎王輝



今年8月以來，如同電動車市場的景氣，自行車內銷市場也出現低迷的狀況，多數以內銷為主的廠商皆表示，對於自行車行業來說，歷年的冬季都是相對的淡季，但是今年的情況卻非常反常，主要表現在需求量降低，不能滿足工廠的產能需要；而鋼鐵和人力等價格上漲、市場混亂、競爭的無序化加劇，造成向客戶提價困難，利潤也進一步下降。再者便是中國國家政策的調整，主要為退稅降低、人民幣升值，使出口業務舉步維艱。企業在各種不利因素的影響下，都感受到前所未有的考驗。

改變思維 尋找新奶酪

「必須去尋找新的奶酪」，來自天津王慶坨的天津市力亞川自行車有限公司總經理胡傑、天津市盛森車具有限公司總經理胡林森、天津市騰其克車料有限公司總經理宋福義和天津市奧捷順車料有限公司總經理曹尚成等4位企業家感慨道。力亞川為一家整車廠，以出口為主，2007年以來產量穩步提高；盛森車具則成立於1995年，生產自行車座墊，產品60%為出口；騰其克車料成立於1996年，生產車圈，年產車圈400萬套；奧捷順車料成立於2001年，生產輻條，配套整

車出口。4位企業家表示，就目前的形式來看，按照以前的老思路經營一定沒有出路，必須積極地改變自我思維，從細節做起。

突破管理和營銷思路

他們表示，管理是一個長期的過程，而不是階段性的工作，必須時時進行。管理者在經營上要有超前的眼光，帶動所有員工共同努力，實現企業的願景；並經常召開員工會議，提升管理層的思想境界，向員工講述企業制度、安全生產、規範操作、質量控制等問題，細心發現每個細節，了解這些制度和規範其實有許多可改變的地方。

但是改變生產管理方式只是比較表面的工作，更重要的是改變管理者和員工之間的關係。他們表示，管理者必須體認到員工是公司巨大的財富、公司財富的創造者，公司必須依靠員工、團結員工、為員工著想，並對員工進行人性化管理，提高員工的工作能力，為員工往後的發展打下堅實基礎，才能形成管理者和員工的互動。在管理者用心感化員工、增強企業向心力、凝聚企業所有人的力量之後，企業才能強大。

質量是企業生命

就整個市場而言，每個層次的產品都有其消費族群，力亞川胡經理說，即使是層次比較低的自行車，都必須嚴格控制質量，提供給客戶性價比最優的產品，而不能認為層次低就不重視品質，因為產品質量是企業服務態度和技術水平的綜合體現。

近兩年來，自行車的市場發生了巨大的

變化，大家紛紛表示，按照以前的方式經營企業肯定不行，不能再只埋頭做產品，還要抬起頭來觀察整個行業的發展趨勢，加快產品設計和技術的進步，生產出更符合市場需求的產品；營銷方式上要更加多樣化，也要通過展會、網路、媒體宣傳等手段的結合，來開發新的商機，避免低價競爭。

積極改變管理者心態

另外，4位總經理也談到，作為企業的管理者不僅肩負著企業發展的責任，自身的形象和處事方式也會對員工和公司的合作者造成極大影響。管理者要善待合作者和自己的客戶，做起來其實是很不容易。

而供應商對公司產品的品質及有序經營有很大的影響，只有與供應商的配合暢通，才能保證公司的運轉順利，所以要改變對供應商的態度；在心態上不要以客戶的身份自居，把他們當成合作夥伴，理解他們的難處，照顧雙方利益，互惠互利並共謀發展。

很多人都說客戶是上帝，但是這幾位總經理說，對待客戶的態度要像對待父母一般，很多人說要孝順父母，但是不是每個人都能做到。客戶是企業的生存關鍵，要把客戶的利益和企業的利益相結合，甚至進一步去滿足客戶的需要、考慮客戶的利益，永遠以善心和真情對待客戶，提供他們滿意的產品，相信一定能贏得更多客戶。

4位總經理表示，未來要逐步縮小與各自領域內優秀企業間的差距，多放手積極改變，增強企業發展的活力，一定能達到理想的發展狀況。

