

王潤東談「愛賽克」

世界的愛賽克，中國的丸石；過去的丸石是屬於國外的，現在丸石是屬於中國的。曾經的愛賽克是屬於中國的，現在的愛賽克是屬於世界的。

圖、文◎編輯部

王潤東，天津愛賽克車業總經理，天津自行車電動車行業協會副理事長，先後獲得天津市勞動模範，市優秀企業家，市技術創新明星，市「九五」立功先進個人，市新長征突擊手等榮譽稱號。

棄仕從商，盡顯儒商氣魄

提到王潤東總經理，給人的第一印象永遠是他的親善、和藹。但作為一位馳騁商海多年的北方漢子，卻很少有人知道剛出校園的他曾在天津市大港區做過團委書記，實幹、聰明的他在仕途上也是如魚得水。

然而機遇往往會改變人的一生，正當王總在仕途上蒸蒸日上的時候，他毅然選擇投入改革的大潮。用王總的話來說「機遇對於每一個人來說，都是公平的，但結果卻千差萬別。時勢造英雄，在機遇面前未被淘汰的必是勇士！」無疑王總抓住了人生的機遇，敢作敢為造就了如今馳騁在自行車領域的勇士。



▲天津愛賽克總經理王潤東在車間檢查工作。

創業之初，王總根據市場調查分析選擇了自行車行業，一做就是近二十年。彈指之間，王總從初入行時的勇士變成了如今割據一方的領主，但他始終堅持定期到生產一線指導工作。在這二十年中，王總和所有員工一起付出辛勤的汗水，體驗創業的艱辛，也分享成功的喜悅。



▲天津愛賽克車業總經理王潤東。

人才是企業發展的基石

在王潤東總經理的創業過程中，他始終認為「做企業沒有資金不行，但沒有人才更是萬萬不行。」基於這個觀點，他一貫把人才之事作為企業發展的大事，千方百計吸納人才，留住人才，用好人才。他提倡：賢者居上，能者居中，智者居側，工者居下。在選擇人才上，王總的方法也很獨特，他主張「在賽馬場上挑駿馬，在市場競爭中挑人才」。他廣納賢才，任人不唯親，一步一步推動自己的事業攀上一個又一個高峰。



▲愛賽克丸石營銷中心總監張勇。



▲與會嘉賓認真聽取會議內容。

與丸石結緣

對於丸石品牌，許多朋友都有所瞭解，作為一個成立於 1894 年且走過 118 年風雨歷程的百年日本品牌，丸石產品一直深受市場喜愛，並成為日本四大自行車品牌之一。2006 年，天津富士達集團成功收購丸石公司及旗下所有品牌，開創了自行車行業民族企業收購國外一線品牌的先河。2008 年底，王總組建天津愛賽克車業並全權受理丸石國際業務。公司創立至今，已經走過了三年的風雨歷程。在這三年中，王總始終把品質放在第一位，用優良的產品品質樹立品牌信譽，贏得國際市場。自行車產銷量逐年增長，2011 年產銷量突破 70 萬輛，出口創匯 5,000 萬美

元，使愛賽克由一個小公司迅速發展成為集研發、生產、銷售、服務於一體的自行車出口企業，在競爭激烈的國際市場贏得了一席之地，成為中國自行車出口效益良好的生產企業之一。

高調進軍中國市場

2012 年 3 月，隨著中國北方國際自行車電動車展覽會的召開，囊括了山地、公路、折疊、城市輕便四大系列近百款產品的丸石產品與中國廣大經銷商和消費者正式見面。展會期間，王潤東總經理鄭重宣佈丸石品牌中國市場業務啓動。王總還表示，在新丸石產品體系中，不僅保留並改善了丸石傳統日系輕便車，同時根據中國消費者需要下大力度打造了集時尚與實用於一體的高性價比山地車、折疊車等產品。全新的丸石產品體系一經面世就得到市場的一致好評，這也堅定了王總在三年內將丸石品牌綜合影響力打行業三甲的戰略目標。

丸石品牌早在上個世紀 90 年代就已經和中國市場結下了不解之緣，此次愛賽克公司高調宣佈丸石品牌進軍中國市場，是市場的需要，更是市場的必然。



▲2012年天津展期間，王總親切接待來訪考察指導的領導團。（右二：中國輕工業聯合會副會長王世成；左三：天津市副市長王治平；左二：天津愛賽克車業總經理王潤東；左一：天津自行車電動車行業協會理事長龔孝燕）。