

嘉隆總經理鄭有武 主動談創新 改變思維

文、圖◎閔時傑



▲寧波嘉隆總經理鄭有武。

寧波嘉隆工業有限公司自1997年腳踏創業起家以來，在配套和服務方面不斷增強。其創立的腳踏品牌「飛敏」，也在國內市場佔有了一席之地。作為全世界最大的腳踏生產基地，嘉隆工業經過數年的沉澱，不斷的追求創新，嘉隆的企業思維也在不斷變化，目的是希望給客戶帶來更好的產品。

在經過2013年整體增長8.9%的情況下，今年嘉隆將增長目標定在20%以上。在總經理鄭有武看來，雖然去年行業內整體狀況不好，呈下降趨勢，但嘉隆仍逆勢增長，顯示出很強的競爭力。而在今年1-3月份，嘉隆的銷售情況與去年同期相比，增長28%左右，這也讓他對今年企業的發展頗具信心。

產品創新從客戶出發

在2014年新產品的開發方面，鄭有武提出以客戶為本，改變和創新從客戶的角度出發的原則。不管是在產品的設計、製造方面，還是價格、服務方面都作出提升。

在今年的上海展上，嘉隆將推出幾款創新性產品，結構方面更加的穩定，在使用同一基礎結構的情況下，演變出不同設計的產品。使得產品更容易製造，適宜批量生產的同時也降低企業成本，增加產品的競爭力。這也是未來幾年嘉隆在研發方面的一個方向。

另一方面是對老產品進行升級，在外觀設計上更加美觀，設計更加合理。第三點則是針對市場上發現問題的產品，進行杜絕性的改變。自去年，嘉隆專門成立了客服部

門，作為產品、客戶的反饋部門及時收集客戶反饋信息，將很多問題扼殺在萌芽狀態。

內部管理改善以人為本

採訪中，鄭有武提出了關於人才培養的一個逆向思維方式。在企業利益和員工利益中優先選擇員工利益。即首先愛護員工、提高員工待遇，通過員工創造出好的產品、得到重要的客戶，以此實現企業整體的贏利。

今年，嘉隆將團隊建設和企業文化建設納入整體的考核中。目前定的目標是在同行業、同地區保證員工的待遇保持到中上等。同時給員工提供培訓及更多的晉升通道和機會，通過培訓提升員工文化程度。經過改善，今年嘉隆的員工流動率是歷史最低的，招工速度也是最快的。直接決定今年前3個

月的超預期增長，這也是改變的一個成效。企業內部以人為本的改善，提升嘉隆的內部效率，也減少內部不必要的浪費。使得今年的產品交期大大縮短，庫存下降40%左右。

鄭總經理強調，雖然目前行業內的競爭愈發激烈，但是競爭是一個企業前進的動力。外界的競爭，對於嘉隆來說是一大推力，可以促使嘉隆不斷改進，創新，推進嘉隆持續進步。



飛搏投資碳纖輪圈工廠

文、圖◎邱志華

惠州飛搏運動器材有限公司一直以生產高品質碳纖車架及其零件享譽業界。隨著技術的熟練與業務的拓展，車架與前叉等產品的品質愈加穩定。除了業內熟知其在車架前叉上深厚功底，其實飛搏一直在碳纖輪圈製造上花費了巨大心血，技術上也得到很大的改進，隨著品質穩定，訂單逐年增加，決定單獨成立輪圈工廠。

飛搏於2013年7月份在原廠附近成立飛搏輪圈工廠，期為客人提供更加完善的服務。廠房面積約3,000平米，員工將逐漸增加到100人。李洪傑副總經理表示，目前碳



▲飛搏總經理李洪傑。

纖輪圈月產能可達 4,000 個，目前產量在 2,000 個上下，輪圈工廠的成立，會進一步增加輪圈的訂單。

副總經理李洪傑進一步介紹說，輪圈廠目前有一臺全自動鑽孔機、切邊機、輪圈測試機、以及 2 組成型爐臺。碳纖輪圈首先是卷料，再送到熱化處理、再到冷化、出爐、

打磨，這樣算完成初步成型的製造。之後就是銑面機進行打磨、切邊處理，最後就是鑽孔以及外觀處理，最後每個輪圈都會進行外觀以及胎壓的檢測，另外，公司還引進了一臺全方位檢測機，檢測輪圈的真圓度與平坦度，得以確保每個產品合格才送到客人的手中。



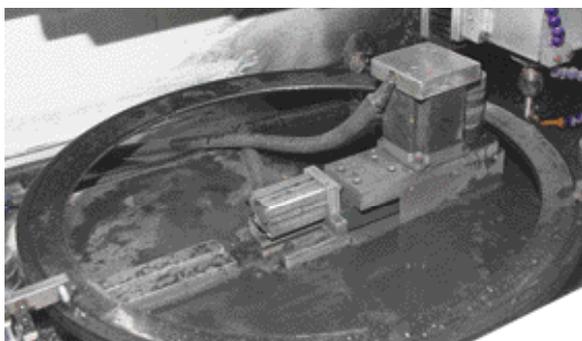
▲卷料好的輪圈雛形。



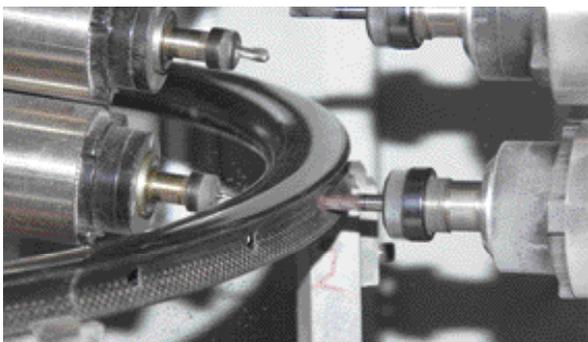
▲新鮮出爐的輪圈毛坯。



▲全方位檢測機能夠確保真圓度少於 0.4 mm 和平坦度小於 0.3 mm。



▲正在切割輪圈外槽。



▲數控鑽孔機正在作業當中。



▲近短時間熱議的雪地車碳纖輪圈也有生產。