

吕伟超:做一只快速奔跑的蜗牛

对话纳税双百企业掌门人(25)



堂胜公司董事长 吕伟超

记者 吕高攀

不断创新,不断提高产品附加值和品牌价值,开发出符合市场和消费者需求的产品,并引领高端运动休闲器材市场,这是市堂胜工贸有限公司一直为之努力的目标。

经过多年发展,堂胜公司已成为高端运动休闲滑板车行业的领军企业,在行业内具有较强的影响力,产品的市场占有率达到了15%,跻身国内休闲滑板车行业前十强。

人物印象▷▷▷

时隔一年再次见到吕伟超,他的巨大变化清晰地刻在脸上,修饰整齐的络腮胡不乏年轻人的朝气,言语间透露的自信显现出与年纪不相符的成熟,从富二代到创二代,吕伟超顺利完成了角色的转换。

似乎有着天然的联系,伴随着吕伟超的成熟,堂胜公司的补钙工程有序地展开,这只可爱卡通的蜗牛开始不断加速,企业文化的健全、团队架构的改善、生产环节的精益化、技术研发的推进、产品

体系的创新,一系列工作在吕伟超的推动下正井然有序地进行。

过去几年,企业发展的风风雨雨让吕伟超对经营管理有了全新的认识,言语间,他提到最多的是责任。在他看来,尽管接手的是家族式企业,但是现在公司里的老员工或是看着他长大的老一辈,或是跟他一起长大的小伙伴,企业如今已经成为大家的平台,管理层的每一项决策与其说是为了做大做强企业,不如说是向大家尽责。

对话吕伟超▷▷▷

问:小产品做出大文章,面对需求更迭快速的市场,你如何让堂胜的滑板车永葆青春?

吕伟超:休闲滑板车一直以来为广大年轻消费者所喜爱,不过就单个产品而言,其寿命并不长,对我们的研发创新提出了很大的挑战。因此,我把增强企业创新能力作为打造企业未来核心竞争力的重要砝码。

近几年来,我们在这方面的举措不断,成立堂胜运动器材高新技术研究开发中心,与西北工业大学机电学院达成深度合作,先后引进了多名具有丰富工作经验的工程师加入堂胜研发团队。连续两年,我们的研发经费于销售收入占比始终保持在4%以上,去年比前年整整翻了一倍。

全身心的投入给了我们丰厚

的回报,高新技术研究中心先后获得各类授权专利34件,其中发明专利1件,实用新型专利21件,外观专利12件。这些专利技术90%以上已成功转化应用到各个系列产品中,实现了对各类休闲运动车、运动健身车、健身休闲两用车、儿童滑板车等各个系列产品自主知识产权(专利)全覆盖。更让人感到欣喜的是,我们自主研发的4款新产品被列为省科技厅省级科技新产品试制计划项目。

整个研发项目的实施让我们真正实现对高新休闲运动车概念的定义,从产品结构、工艺、生产技术进行全方位改进,在同行业中发挥引领示范作用。

问:产品从量到质的转变,不仅需要创新,内部强筋健骨同样重要,这方面你是怎么做的?

吕伟超:确实,企业创新能力的打造让我们拥有巨大的发展潜力,与之同步进行的还有精益化生产的实施,该举措为我们提供了更强大的市场竞争力。

休闲运动滑板车一直都被归类于劳动密集型产业,对于每天都有上万台滑板车下线的繁重任务来说,原有的操作模式使我们经常面对无法保质保量交货的风险。

鉴于此,我们从今年开始对金工、注塑、装配、喷塑等车间实施精益化改造,分析所有工序,分

解后重组合并,取消流水线,用工作台面布置工站式精益生产线,改善后线体平衡率提高为92.74%,8人产能为500台/天,人均产能提升17.3%。

同时,激发全体员工的工作主动性、积极性和创新精神,鼓励全体员工提出合理化建议和参与改善技术革新,推广和应用,加强改善成果的管理、推广和应用,提高企业经营效益,推进企业的可持续发展,结合公司的实际情况,制定并全面推行持续改善管理制度。

问:近两年来,你一直在企业团队建设上做文章,如今成效如何?

吕伟超:市场经济瞬息万变,面对强大的竞争对手,企业原有的知识、经验已远远无法应付不断变化的新情况、新任务,唯有不断地学习、学习、再学习,以补充自己的知识,提高企业的水平和能力,保持自身的核心竞争力,才能在竞争中立于不败之地。

现阶段,我们通过自我超越、改善心智模式、建立共同愿景、团队学习、系统思考五项标准构建学习型组织。整个人才培养系统搭建遵循了三个原则:向上紧接

战略,向下关注绩效,中间紧贴业务。人才发展要把秀才训练成士兵,把士兵训练成士官,把士官训练成将军。

今年,我们结合堂胜商学院的平台优势对营销人员实施培训,从企业文化、专业知识、市场行情、情商智商等多方位、多形式进行培训与开发,并为营销人员设立阶段性成长目标,帮助其快速成长为专业的、训练有素的营销专才,为企业储备一批、沉淀一批专业的营销人才做准备。

我的难忘时刻▷▷▷

snail 开始稳步布局国内外市场

不久前,对于我已经向往很久的国内市场,我进行了初步探索,邀请多位国内领先的休闲运动用品经销商来企业考察。期间,我重点向他们推荐了snail,让我意想不到的是,这只小蜗牛吸引了大家的目光,纷纷表现

出强烈的合作意向。

堂胜以向国外合作伙伴的OEM输出起家,随着自身创新能力的增强,我们与这些伙伴的关系更加密切,特别是在产品设计方面,我们相互之间的合作已经水乳交融。在这样的基础上,我们开始逐步向ODM和OBM模式延伸。开始我也担心合作伙

伴是否能介绍我们的自有品牌进入他们的市场,可是得到的反馈令我非常振奋,有多位稳定的合作伙伴希望代理我们的自有品牌产品。

我觉得,这是多年来堂胜坚持设计和品质至上理念结出的硕果,我们的蜗牛将会迎来快跑的春天。现在,我们在品牌建设方面取得了长足的进步,先后在国内注册有STREET RANGER 伟超 snail 阳光男孩等14件商标,在欧盟注册有Snail ZE-BRA STREET RANGER 三件商标。



掌门人对永康报全媒体强势推广合作意向。
纳税双百企业

诚信为本
同舟共济