

# 宏源表业：从实用到时尚的超越

## ——一家外贸加工企业的品牌转型之路

■ 本报记者 施管高

绿植、花圃、草坪、高净度的车间、最先进的设备、繁忙有序的流水线，和一般工厂给人的印象不同，福建宏源表业有限公司的厂区是“花园式”的。

这来自宏源创始人林志强的精心设计。

园林设计出身的林志强在自己创业的企业里实现了求学所得，这成就了宏源的特立独行，甚至是鹤立鸡群。在很多企业满足于偏安一隅时，宏源将目光投向了全球；在行业内的

大多数企业热衷于贴牌制造时，宏源又开始进军自有品牌。

于是，宏源收获了这样的战绩：指针式石英表外贸领域出口额连续7年保持全国第一；成立为止设计生产过20000多款手表，在国内钟表企业中首屈一指。

2009年，宏源自有品牌Time2U亮相全国多个商场和超市。2013年，Time2U的销售网点已达1000多个，遍布全国所有省市自治区，覆盖百货、购物中心、商超、专卖店等多形式的零售业态，俨然已有中国时尚手表第一品牌之姿！



### 战略——前瞻

“小手表，大时尚”——这已经成为20世纪90年代之后制造商和消费者解读手表流行趋势的最佳标签，但这个简单的标签背后却蕴含着丰富的内涵，并集中体现为文化(Culture)、功能(Complication)、工艺(Craftsmanship)的“3C”钟表价值理念。而对此，林志强有着比一般人更早和更为精准的认识，这是宏源能一直领先，做到“人无我有，人有我优”的关键所在，而他一直在企业内部“布道”，试图让这一理念融入宏源的基因：

首先，文化是手表之所以存在并发展的核心动力。而时尚文化被包含

其中的时候，更延展了计时文化的单一属性，令制造商找到崭新的设计元素，也让消费者体验到文化的跨界魅力。时尚有时间和空间两个范畴，古典与现代的元素都能表达时尚的语言，而东方与西方的元素也能演绎时尚的节奏，手表因为贴身、耐用(相对服装、香水等其他时尚产品而言，虽然它目前越来越具有快消品属性)、精致、体积小但可塑性大等天然属性，成为时尚最经典的载体，同时也可以说是最包罗万象的载体——比如汽车、航空甚至星座这些多元的文化，都能够体现在方寸之间的手表之中。可以

说，时尚表天生具备广阔的前景。

其次，功能是手表体现技术创新的根本所在，而创新无疑是促使一个企业不断发展的核心动力。不同的生活方式需要各类表款，比如日常佩戴的手表体现日历、星期的实用，休闲运动的手表附加多功能计时的参考，出国商旅的手表展露时区功能的便捷，排队聚会的手表需要纤薄精致的优雅……当时尚的生活方式成为现代人的常态，时尚手表与我们的距离也越来越近。这又使表业时尚化成为可能。

最后，工艺是手表突出审美设计

的必要之法，包括造型、色彩、构图等元素的表壳、表盘设计与外观材料，如果没有各类专业工业的运用，时尚之美将无从谈起。这样的表款不是以简单的视觉美来取悦佩戴者，而是充满了把握时尚脉络、诠释时尚内涵的工艺之美——每一个细节都不是凭空而来，都是深思熟虑后的千锤百炼——虽然手表的基本功能是计量时间，但是赋予现代生活内涵的时尚表款，却能够穿越时光，抵达人们的内心深处。此时，手表已经不仅仅是一件工具或把玩之物，而成为人们附着了情感和性灵的精神寄托。

### 执行——落地

当然，再好的想法也需要执行，再美好的前景也需要一步步走近、实现。企业需要高瞻远瞩，更需要落地生根。

宏源想到的落地之法很朴素——狠抓质量。

这当然并不罕见，很多企业都喊出过“质量第一”的口号，但能做到、尤其是持续做到，是考验一个企业管理水平、尤其是内部控制水平的绝佳标尺。对此，宏源毫不含糊。

从2009年面世起，Time2U一路高歌猛进，经历了超高速发展，从不为人知迅速扩张到几千家店面。但越是在一片喜人的大好形势下，越是要提高警惕，切不可“萝卜快了不洗泥”，放

松质量控制。因为这不仅仅是一个产品是否合格的问题，还会牵扯到售后、返修、口碑、市场推广、乃至经销商队伍稳定等等一系列问题，牵一发而动全身。与其到时亡羊补牢，不如未雨绸缪，将一切隐患排除在出厂之前。

同时，宏源还投入了大量的人力、物力、财力进行生产改革。2011年，公司正式聘请中国钟表协会前技术顾问、瑞士天梭表(中国区)售后技术总监——王泽生老师作为Time2U技术顾问，并且在2011年底专门成立了精品装配生产线，该精品装配线全无尘车间建造，公司同时购置了最新的检测仪器、装配工具、QC设备和

瑞士标准的高级装配桌椅用于Time2U的生产和品管控制。与此同时，宏源还成立了直接受总经理领导的品管部，对Time2U手表品质全程跟踪、抽查、检验，以加强对生产部门产品品质的监控，并严格保证其权威性和独立性，以客观中立的姿态对品质负责。

2012年更是被宏源列为产品“品质年”，要求以全公司的力量一起来提升Time2U的品质水平，进一步凸显了对产品品质的重视。用品管部张漳州的话来说，产品质量之于企业的重要性就好比一个人的心脏，“心脏是人体重要的一个器官。只有维护好，有一

个健康的心脏，才会有健康的体魄。产品的质量犹如企业的心脏，只有严把质量关，提高产品的质量，才能使企业屹立于市场之林。”

因此，质量在宏源被提高到生存的高度，是第一重要的问题，公司从上到下总动员投入到了这场轰轰烈烈的质量“运动”中。但它又不是一阵风式的短期行为，而被作为战略在宏源长期执行——只要人人都有信心，人人都重视，产品质量必将稳定中不断提高，公司就会有一个“健康强壮”的体格来抵抗激烈的竞争压力，在市场中搏击、生存，完胜对手，直至脱颖而出，最终达成公司的愿景。

源一臂之力。”

毫无疑问，正是有了一群有责任感、有担当、有专业素养的员工以及像严总、王泽生、张漳州这样爱企业、愿意为企业无私奉献的管理团队，宏源才能够能够在市场上攻城拔寨，攻无不克、战无不胜。而将他们维系在一起的，是宏源的精神、宏源的文化，也是创始人林志强身上一直具备的一种情怀。

愿有梦想的宏源与梦想一起飞！

### 未来——腾飞

宏源能够做出出色的业绩，归根到底，是因为有一群“宏源人”。这是让林志强引以为自豪的，也是令业界敬佩的一个坚强团队。

宏源的管理团队很稳定，培养了一批骨干，但同时又注重引入新鲜血液，用“空降兵”来不断“杂交”和优化企业文化，而且彼此间的融合大于冲突，形成了一种良性循环。

用其中的代表人物王泽生的话说，宏源的成长道路犹如他自己人

生道路上的体悟。王泽生曾任中国钟表协会技术顾问、瑞士天梭表(中国区)售后技术总监，前年加盟宏源成为Time2U技术顾问。早在中国钟表技术协会时，王泽生就与宏源有着多次交道；而对Time2U，更可以说是“看着长大的”，所以感悟也格外多。

“1959年我转到北京上学。在通州第一次看到了火车，火车真大，跑得真快！比起以前见到的牛车、马车，

火车的能量不知道要强多少倍！我又一次心情激动，这是第二次观念转变，‘火车’比‘牛车’厉害得多！”

谈到今天的宏源，王泽生说：“董事长带领全体员工，企业要升级，就要转变传统观念。就像‘火车头变成动车组’一样，让‘每一节车厢都有动力’。调动起所有高管和员工的积极性，让他们发挥主观能动性，狠抓管理，向管理要水平、要效益。宏源需要成功，宏源也一定能够成功，我助宏

### 智库

北京师范大学管理学院院长  
唐任伍 企业竞争力的作用方式

企业文化竞争力的作用，更主要的体现在用文化聚集人才，培育企业的精气神上。优秀的企业文化是以人为本、尊重人的感情的文化，具有强大的凝聚力，它融入企业之中，在企业中形成一种团结友爱、相互信任的和睦气氛，强化团体意识，使企业职工之间形成强大的凝聚力和向心力，同时也容易吸引优秀人才加盟企业。大凡优秀人才，他并不仅仅看重某个企业的待遇、福利，而更看重的是企业的文化氛围和价值观，看有没有能够实现自身价值的机会。有一个跨国企业专门对优秀人才作过调查，问卷他们在企业中最重要的是什么，大部分的回答是追求在整个职业过程中是不是被信任、被重视和被重用。信任、重视与重用，这三个因素已

经成为员工在组织活动中的考查指标。好的人才像海绵，他们希望在工作中有学习、有成长。企业的“上上策”是“文化留人，感情留人，从心做起”。

品牌战略与营销广告专家  
翁向东 贴近顾客做消费者的知心虫

由于国内绝大多数品牌还谈不上了解消费者，更谈不上做消费者的知心虫。因此，大老板和市场总监们，多多离开你的五星级写字楼，去市场第一线和零售终端，与你的顾客保持紧密接触，你才有可能深入地了解他们的内心世界和潜在需求，为产品和服务的改进提供第一手鲜活、翔实的信息；偶尔也去乘乘公交车，吃吃大排档，到集贸市场找人聊聊，了解芸芸众生的购买心理。迪斯尼的高层领导每年必然有两周时间到第一线当

服务员、导游员、售票员；张瑞敏经常签名售机与顾客贴近，还让顾客有一种受重视的感觉。

企业战略管理专家  
白洪山 用好绩效管理这只“抓手”

要想让绩效管理这只“管理抓手”抓的有力、抓出业绩，在能够确保充分发挥企业现有资源、员工创新能力的同时，协同实现个人绩效、部门绩效、公司绩效三个层面的共同效果，必须解决两个问题：1、员工有完成绩效目标的“动力”；2、各级员工的“动力”能传递到市场上。“动力”问题解决的好，是发展能力强的企业的共性特征，也是国内民营企业之间老板智慧、老板胸怀差异的高度体现，是一家企业能否创新突破、持续成功的内在原因；必须建立有效的“动力传动系统”来保证方向的正确、路径和

过程的有效、动力投放的协同一致，才能够实现整合企业资源、协同员工行动、实现绩效目标，通过持续改善、不断提升组织的市场竞争力。

北京河南企业商会会长  
姜明 用对方法落实计划

落实计划，完成任务。有计划没行动等于零，有落实没完成等于零；目标的生命力在于实现，计划的生命力在于落实。落实计划是常量，落实重于泰山。目标明确，思路清晰，如何落实？关键是靠人，靠言必行、行必果、实其言、行胜言的员工，靠重诺守信、责任诚信的员工；关键是靠项目，靠企业的每一个项目负责人领导下的项目团队！靠我们员工的一种拼劲，人争一口气，华山一条路，在逼迫中成事，在绝境中成事，以每一位员工的计划落实，实现企业的大目标。

### 资讯

#### 第二届女性人才资源开发与利用研讨会召开

由中华女子学院和北京市女企业家协会共同主办，主题为“开发与利用女性人才资源——挑战、创新、发展、梦想”的第二届中国女性人才资源开发与利用国际研讨会近日在北京召开。全国妇联、中国人才研究会、中国女企业家协会及各行业的女性人才近400人参会。研讨会结束，北京市妇联副主席周志军、北京市女企业家协会会长吴秀萍、70余名女企业家和首都13所高校师生出席了北京女企业家助推女大学生就业创业讲师团启动仪式暨座谈会，就目前女大学生广泛关注的热点问题进行了交流和探讨。

#### 北京和牛打造民族品牌

为让国人也能吃上纯正的和牛肉，日前畜牧专家引进澳洲和牛纯血胚胎，与北京中加合力董事长武保安共同成立怀柔养殖基地，在西直门金贸大厦创建了和牛的品鉴场所，做足民族品牌这一大文章。据记者了解，不久前，日本NHK电视台为拍摄《什么可以和日本和牛相媲美》的专题片，经国家新闻出版广电总局批准，对“北京和牛”进行了专题采访，这也是对“北京和牛”民族品牌的认可。据武保安透露，“北京和牛”冰鲜肉礼品盒将会投放市场，春节前北京消费者就有望在家门口品尝到世界顶级牛肉。(小杨)

#### 2013 海峡两岸(苏州)品牌博览会举行

日前，由中华商标协会、海峡经济科技合作中心、全国台湾同胞投资企业联谊会、台湾商业总会联合主办的2013海峡两岸(苏州)品牌博览会在苏州国际博览中心举行，来自波司登、爱国者、好孩子、清华科技等数百家品牌企业都参与这一盛会。据悉，品博会将以“提升品牌价值共创民族品牌”为主题，打造一个立足大陆市场、面向亚洲、覆盖全球、加快转型升级步伐、展示企业发展成果、促进两岸企业深化合作、共铸民族品牌的专业博览会。

### 361° 新闻

## 361° 中国排球联赛 (2013—2014) 开赛

■ 陈芳 洪雅如

日前，361°中国排球联赛2013—2014赛季(以下简称“排球联赛”)于深圳拉开战幕。本赛季，361°与排球联赛再度携手，共同打造精彩体育盛宴，助力34支劲旅承载梦想，迸发激情，延续对运动的多一度热爱。

作为排球联赛独家冠名赞助商，携手大赛4年来，361°不遗余力地推动赛事发展。本赛季361°以“因热爱，而无惧”为主题，激励新生代运动员传承排球精神，无惧考验与挑战。在专业运动装备方面，361°为本届排球联赛量身打造“星耀”系列装备。根据排球项目肢体运动特点，比赛服采用3D人体剪裁技术与精细拼接手法，结合动感、概念化造型，减少运动束缚性，提升运动自由度。战靴设计采用超轻耐磨MD大底结合TPU中桥系统与扭转点等技术，增强稳定牢固性的同时提升前掌与后跟传导功能，帮助运动员在赛场保持最佳竞技状态，发挥最大潜能。一系列创新科技运用于大型专业赛事，表明了361°在专业运动产品研发上的超专业化水平。

361°矢志推动中国排球事业实现新飞跃，不仅整合全球科技全面装备排球联赛，更是全力整合社会各界资源，在服务、传播等方面为赛事提供强力支持及保障。对此，361°总裁丁伍号表示，361°致力于成为全球令人尊敬的品牌典范，一直以来全力推动中国乃至世界体育的发展。361°希望以排球联赛为平台，让更多的人参与和关注排球运动，让热爱、关心、支持中国排球的社会各界能够通过更多渠道、更多方式，以更多形式助力联赛，更希望在各方共同努力下，共同推动中国排球事业步入更高的阶梯。

### 北京工商海淀分局 六项措施规范登记注册代理市场

为进一步规范登记注册代理市场秩序，近日，北京工商海淀分局出台了六项措施。一是制定《海淀工商分局规范登记注册代理秩序工作意见》。从加强对登记注册代理机构的引导和服务、遏制非法登记注册代理行为、内外联动建立长效工作机制等三个方面提出10条具体工作意见。二是做好对代理机构的引导，提升行业自律水平。采取了开设专用文件窗口、加强业务培训、设置义务服务窗口、公示代理机构联系人等创新措施。三是摸底分局周边“黑代理”情况。安排人员每天收集发放名片，招揽业务人员的联系方式，在分局大厅显著位置设置“名片回收箱”。四是对收集到的名片进行详细检查。根据其中印有的代理机构名称，及时约谈机构人员，要求其限期进行整改。五是通过《致申请人的一封信》等形式，宣传无资质代理的社会危害。在大厅明显位置设置“曝光栏”，公示收集到的无代理资质人员的名片，提示企业办事人员谨慎选择登记代理服务。六是加强内部管理，严格纪律要求。通过会议传达、自我检查等形式，提高干部的认识，切实杜绝违反工作纪律的行为。

北京海淀工商专栏