



JINJIANG ECONOMY NEWS

晋江经济报

印尼版

第42期

http://www.jjjb.com.cn E-mail:jjb419@yahoo.cn

许宾宾：塑造品牌就像跑一场马拉松

本报记者 蔡明宣 董严军 张晋福

“力利玩具要成为一家优秀的百年企业”，作为“玩二代”，晋江力利玩具有限公司总经理许宾宾接棒而行。这是许宾宾这一辈子笃定的事业，也是她奔跑路上，不断在求思、求变、求进，让力利玩具紧跟行业潮流不断向前的原动力。

十几年来，从传承到接班，从接班到突围，许宾宾一如既往地深耕传统制造业，就如同在跑一场马拉松，不言放弃，坚持不懈。

“跑过马拉松的人都知道，这项运动很考验一个人的内功，诸如需要扎实的马步、正确的跑姿、适中的步幅、规律的呼吸等。”在许宾宾眼里，想要把一家企业做好，练好内功才有办法让企业走得更远。

坚持创新 打造行业标杆

玩具行业是一个品类繁多、产品更迭快的行业。然而，30多年来，力利玩具却始终坚持只做两类玩具：惯性工程车与DIY手工串珠。历经多年的发展积淀，力利已在这两大玩具品类，构筑了较强的技术优势和竞争壁垒，成为行业的质造标杆。比如一款惯性工程车的开发费用大致在40万元(人民币，下同)到50万元不等，力利目前已拥有100多款，且每年都会持续开发四到五款新品。假如有一家企业计划进入这个玩具领域，想要达到力利现有水平，一开始就需要投入两三千万元



的模具成本，这还不算后续的新增款式及其他费用，还有人才储备、烦琐的供应链管理等。

“力利专注品类，但并不局限于品类本身。多年来，力利玩具在产品创新领域不断深耕，我们追求从每一个细节入手。”许宾宾说，这样的专注与专一，是两代玩具人间的

传承。“不论行情好坏，父亲对于产品品质的要求从来没有降低。”许宾宾说，父辈的匠心精神值得自己去学习并传承。过去十多年来，无论市场如何变化，许宾宾始终按照自己的既定目标，打造力利在“DIY手工串珠”和“惯性工程车”领域的市场主导权。

用各式表格做数据分析，透过枯燥的数字做科学决策。在她看来，一家发展中的公司，老板无非充当两种角色，一个是超级业务员，一个是超级管理员。最好的情况是，你有足够强的业务开拓能力，能帮助公司获取订单，保证生产和销售。同时，又能让公司各个部门有序、平稳、高效地运转起来。

除旧承压更大。“厂二代”要把老一辈管理者思想中不适当的部分进行优化，甚至淘汰，不可避免地会发生大量摩擦。

“力利玩具的产品配件多，所需模具、原材料配搭也多，工序复杂，生产耗材多。任何一个细节出问题，都会影响产品质量和利润。”许宾宾深知制造业的利润就隐藏在这些细枝末节，不仅要打破重构，还需要引入现代化的管理方式。

事实证明，许宾宾对于生产环节的不断“打磨”收到了实质性的效果，在同等水平上，力利的产品始终要优于同行，在报价上更具竞争力。

守城与除旧两个阶段之后，就是布新。夯实好内部管理后，许宾宾把布新放在了推动与周边供应链的合作与整合，从而不断强化力利玩具的供应链门槛与综合优势。

“要打造一个快速响应的供应链管理体系，优化企业内部管理流程很难，更难的是如何让供应商的管理水平也跟上来。”许宾宾认为，一家好的制造型企业，对每一个配件的供应商、每一道工序的外协，必须做到可追溯、可评估、可监管，让看似被动的固定产能投放，做到张弛有道。

近年来，力利玩具在业务稳步向前的基础上，把核心聚焦在了工程部人员的招聘与培养上，同时还不断引入先进的注塑机设备。许宾宾表示，人才是企业无论发展到什么阶段都最为关心的核心竞争力，玩具企业尤其痛于缺乏优秀的工程类设计人才，这些人才能够在产品创新、制造环节优化等多个领域倒逼企业发展。

第三届中国博士后创新创业大赛海外参赛选手为晋江点赞

本报讯(记者 李玲玲)近日,在第三届中国博士后创新创业大赛总决赛上,不少海外选手带着前沿科研项目参与其中,为赛事增添了浓厚的国际交流氛围。

来自埃及的博士后研究员 Kamel Mohamed 便是这群海外选手中的一员。当被问及参赛初衷时,他微笑表示,“我来到这里,一方面是为了探寻与自身研究领域相关的最前沿创新方向,另一方面也希望在这里找到潜在的合作机遇。”

除了对科研交流与合作的期待,晋江这座城市的独特魅力,以及赛事的优质服务,也让 Kamel Mohamed 倍感温暖。他由衷赞叹,“这座城市十分美丽,当地民众格外友好,对我们海外选手更是热情周到;而且赛事组织工作做得极为出色,每一项安排都细致入微。在这里,我完全没有身处异国他乡的陌生感,反而像在自己国家一样自在舒适。”

据悉,本次大赛以“博创引领四十载 智汇赋能向未来”为主题,设置创新赛、创业赛、海外境外(“一带一路”)赛、揭榜领题赛等四个组别。其中,海外境外(“一带一路”)赛共吸引6449名海外青年人才报名1361个参赛项目,比第二届大赛增长111.66%,其中港澳台地区195个、共建“一带一路”国家252个、其他国家914个,大赛对海外青年人才的吸引力不断提升。

为出海添动能 晋企爆品闪耀广交会



本报讯(记者 蔡明宣 张晋福)近日,在第138届中国进出口商品交易会(广交会)上,晋江传统制造业交出亮眼阶段性答卷。222家次企业累计拿下442个展位,覆盖鞋服、纺织、箱包、文具等核心品类,预计意向成交订单金额近百亿元。展会期间,多款创新爆品引采购商高度关注,彰显“晋江制造”硬核实力。

从品牌拓展到技术创新,晋江企业以全周期发力、多维度创新,打破传统制造业“守旧”刻板印象,在广交会这个全球贸易舞台上,展现强劲竞争力。

值得一提的是,作为“晋品出海”关键活动,“晋江之夜”为超百家晋企搭建对接超百名海外采购商的精准平台,为“晋品”全球化注入新动能。

守城、除旧与布新

“塑造品牌就是要做那些活下来的少数,要比别人跑得更久更远,从这个意义上说,企业之间的品牌之战更像是一场考验耐力、体力、意志力的马拉松。”这也是许宾宾每天喜欢跑步的原因。

从接手力利至今十几年,许宾宾没有花太多钱在外部品牌宣传上,倒是把时间、精力、资金都花在内部梳理上,首要平衡三件事:守城、除旧和布新。

守城很重要。父辈留下了平台根基,“制造二代”一没有经验,二没有战功,如何让第一代经营者信服,如何让跟随第一代的老骨干信服,最根本的方法,是新任接班人在业务和财务上做出“肉眼可观”的成绩和突破。

10多年来,许宾宾坚持与各个核心部门战斗在一线,参与中层管理,制定公司制度、流程,引导部门