

姜昌国:创新 诚信 相信 学习 成就新邦

■ 特约记者 袁孝冲

长风破浪会有时,直挂云帆济沧海。
坚定自己信念和追求,乘风破浪,冲开险阻,实现自己创业梦想。宁波新邦工具有限公司总经理姜昌国,正带领着自己的团队和企业,以鹰一般的速度稳健翱翔,在经济大潮中运筹帷幄,在业界同行中独领风骚。
姜昌国 40 出头,中等身材,一双含笑的眼睛,轻快而矫健的步伐,显出他的自信和坚强。姜昌国告诉记者,他的企业主要从事五金气动工具(快速连接器和汽车售后服务工具)的研发与制造,目前年销售额已达 1.8 亿,产品几乎遍布世界各地,美国、欧洲和东南亚市场相当成熟,综合实力已居同行前列。
“创新、诚信、相信和学习,成就了新邦。新邦过去 10 年的发展历程如此,新邦的未来更是如此。”姜昌国说



【创新】带来收获

据姜昌国介绍,他初始对创新的理解是比较窄和比较偏的。他原先认为“做出新产品就是创新”。然而,他对十年创业进行总结后才发现,他对创新的认知是有问题的。其实创新是无所不在的,它的核心就是思维的创新。这时,他才明白,原来新邦一路走来一直都在创新。
譬如,2006 年他们对这个行业的加工工艺进行了颠覆性的创新。正因为这个创新,使得他们处在这个行业的领先地位。再譬如,他们对新邦的产品及市场进行了重新定位,做减法,聚焦美线市场,使得新邦能够专注地做好做精一个方向,从而有了新邦今天的规模。2008 年,他们在管理方式及机台设备的半自动化改造方面所做的创新,给新邦带来了巨大的收获。
姜昌国自豪地说:“到目前为止,我们已经是个小行业的全国第一名。所以,做总结的时候我发现,这十年里,虽然我们在新产品方面的创新成果不大,但是,我们在其他方面的创新却取得了不错的成果。”姜昌国接着又谦逊地说:“总结后我也发现,我们这么多年来创新,其实都是被动的,是被市场环境、外部压力推着走的,是没有清晰规划的创新。未来,我觉得需要做调整,应该有计划有目标地进行不断创新。”

【诚信】得到信赖

这么多年来,新邦一直把诚信经营放在

第一位,他们的市场主要集中在美线市场。据姜昌国介绍,新邦的客户很多是中间商,而这些中间商的客户很多是连锁超市。姜昌国他们有很多机会能够接触到这些超市,而且有些超市也向他们提出来“能不能直接供货”。碰到这样的情况,新邦都会拒绝。因为姜昌国觉得守规则守承诺比挣钱更重要,他们有责任有义务保护好自己客户。
对于供应商,新邦从来不拖欠他们的货款,他们遵守约定,货款账期一到就自动过账,从来不让自己的供应商担心货款的事情。
姜昌国说:“现在我们做生意的时候,总会担心货款收不到。但我觉得,诚信经营是一个企业最最基本的,也是最最根本的。”正因为诚信,新邦更能得到客户和供货方的信赖与支持。

【相信】才能成功

“要成功就得相信可能。”姜昌国坚信。他这人有习惯,在面对任何困难的时候,他一定会不停地问自己,还有没有可能性。他说:“我们认为,可能性,它是一种意识思维的空间,如果当一个人不再相信可能性了,他在坚持的路上就失去了支撑他这样做的思维空间,他就不可能再有坚持了。而很多时候,往往在最后的几秒钟,发生了奇迹”。

十年来,姜昌国经历过许多这样的情况,据他回顾,他永远不会忘记 2009 年年初百得验厂的事情。当时姜昌国接到百得验厂

通知的时候,新邦的管理模式还处于家庭作坊式,而现在突然有个世界级的公司来验厂,新邦的管理团队都觉得新邦基础太差,一致认为应该放弃验厂。但是姜昌国却坚持要验厂,因为他相信可能性。结果,新邦不但顺利地通过了百得验厂,而且还拿了高分。
2008 年金融危机的时候,姜昌国觉得他们的机会来了。因为他觉得危机里面就有机会。姜昌国认为,经济好的时候,大家都挣钱,谁都不愿意主动去做改变;现在危机了,大家又不得不去做改变,而且成本的压力也随之增大。这个时候,特别是那些大公司,他们一定因为成本的问题,需要调整他们的供应链体系。所以,这就给了新邦机会。姜总欣慰地说,事实上新邦有今天,真的要感谢 08 年的金融危机,现在中国的金融危机又来了,他觉得对于新邦来讲,未来更大更好的机会也随之而来了!

【学习】清空心态

新邦之所以有今天,总经理姜昌国觉得学习是至关重要的。他坦诚地说,从小他是位不会读书的人,他也不怕大家笑话。他说,2007 年之前,他没有一本书是从头看到尾的。
据姜昌国回忆,就在 07 年,他才看完了他人生的第一本书《人性的弱点》,而且是在美国出差时无意中看中的。自从这本书看完之后,姜昌国对他的人生有了重新思考。他觉得他的人生不应该是这样的,创办公司不能仅为了自己挣钱。他觉得经营公司应该为

自己身边的人负责,应该为他们创造更多的福利。姜昌国下决心改变自己。于是,他越发感觉到学习的重要了。
打那以后,姜昌国就走上了学习的道路。8 年多来,因为学习,他改变了许多,他的人生和事业发生了日新月异的变化;因为学习,他对未来不再迷茫,对未来充满信心;也因为学习,他发现身边志同道合的人越来越多了。为此,姜昌国深深相信:未来不再是梦!
但是,姜昌国也知道未来经营企业也会越发困难。因为互联网+和资本的结合,必定会增加企业的经营难度。“现在草根创业,说不定搞出一个什么全新的商业模式,并在资本市场融了一大堆资金,分分钟秒就把你给灭了,而且往往还搞不清楚是被谁给灭了。所以,未来什么样的情况都会发生。”因此,姜昌国认为未来互联网+和资本,已经是企业经营必不可少的生产要素了。如果不懂互联网+和资本运作,那么企业将很难生存和发展。
因此,对于未来,姜昌国给自己的企业提出三个阶段目标:管理要系统化,营销要去中间化,资产证券化。
站在互联网+和资本面前,姜昌国觉得自己还只是个小学生,需要清空心态,一切归零,以第二次创业的姿态迎接新邦的未来。
一个不断变革的时代,一个不断前进的企业,一个不断学习的人生,姜昌国总经理怀揣着他的理想与激情,带领新邦团队一路前行!相信新邦一定会走得更远,飞得更高。

环境保护“绿坐标”评选又添新元素

“6·5”世界环境日前夕,以“改善环境质量 推动绿色发展”为活动宗旨的环境保护“绿坐标”案例征集活动再次启动。据主办方介绍,“绿坐标”案例征集,就是要用创新来推动环境质量改善。据悉,今年的“绿坐标”评选由《环境保护》杂志主办,《环境教育》杂志协办,环境保护专家委员会提供智慧支持。创新案例征集范围包括地方政府、环保系统、各类所有制企业,还增加了教育行政部门和相关中小学,为“绿坐标”案例征集又增加了新的元素。
5 月 30 日,习近平总书记在全国科技创新大会、两院院士大会和中国科协第九次全国代表大会上发表的重要讲话中指出:“实施创新驱动发展战略,是应对发展环境

变化、把握发展自主权、提高核心竞争力的必然选择,是加快转变经济发展方式、破解经济发展深层次矛盾和问题的必然选择,是更好引领我国经济发展新常态、保持我国经济持续健康发展的必然选择。”2013 年 10 月 21 日,习近平在欧美同学会成立一百周年庆祝大会上的讲话中强调:创新是一个民族进步的灵魂,是一个国家兴旺发达的不竭动力,也是中华民族最深沉的民族禀赋。在激烈的国际竞争中,惟创新者进,惟创新者强,惟创新者胜。
环境保护“绿坐标”案例征集活动发源于 2014 年,到今年已经是第三届。案例征集主要涵盖环境保护制度、管理和技术创新三个部分。环境保护制度创新案例征集的主体

为全国各省、自治区、直辖市环保系统,全国各地级市人民政府;管理创新案例征集主体为全国各地级市环保局,与环境保护相关的大型企业,全国各地教育行政部门,全国各地环境教育成果显著的中小学;技术创新案例征集主体为与环境保护相关的各类所有制企业。创新是“绿坐标”评选的唯一标准。
在 2014 年“绿坐标”案例征集中,山东省环境保护厅、天津市环境保护局、大连市环境保护局、江苏生态环境监控中心、北京市丰台区环境保护局等 12 个单位分别获得制度创新、管理创新和技术创新奖;环境保护部核与辐射安全监管司、重庆市环境保护局、临沂市环境保护局、浙江省环境宣教中

心、河北省环境监测中心站、深圳市人居环境委员会、中国核能电力股份有限公司、绿创美环保工程(深圳)有限公司等 12 个创新案例分别获得 2015 年度制度创新、管理创新和技术创新奖。
环境保护“绿坐标”评选活动从 6 月开始,到 12 月结束,时间跨度为 6 个月。评选流程分为提名、初评、终评、颁奖四个阶段。“绿坐标”评选得到了专家学者的充分肯定,中国环境科学协会副理事长杨朝飞说,“绿坐标”评选有一个清晰的评价体系,就是创新。创新,具有典型的时代特征,创新,也是发展的永恒主题。
(周凭)

建湖县大力实施商标品牌战略取得丰硕成果

日前,从江苏省建湖县市场监督管理局传来消息:该县“建湖青虾”“建湖草鸡”被国家工商行政管理总局商标局认定为地理标志商标,至此该县共认定 5 件地理标志商标。这是该县大力实施商标品牌战略取得的又一成果。
近年来,建湖县大力实施商标品牌战略,坚持地理标志商标与“三名”商标一起抓,一业一策订措施,一企一标抓培植,一着不让强推进,推动产业转型升级,促进经济提质增效,为冲刺“双过半”目标奠定了基础。
宣传争创奖励政策,造浓品牌战略氛围。县市场监管局认真贯彻落实新《商标法》,积极开展新《商标法》宣贯和培训工作,宣传县委、县政府关于对新认定驰名商标和著名商标的奖励政策,向广大市场主体普及商标知识,引导企业争创地理标志商标和“三名”商标,助推经济稳健发展。

争创地理标志商标,提升特色农业竞争力。该局将“建湖大米”“九龙口大闸蟹”“建湖青虾”“建湖草鸡”等列为重点培植对象,做到政策引导、对口培训、指导服务、统筹协调、维权打假“五到位”。按照成熟一件、申报一件的原则,支持和指导相关协会积极准备地理标志商标的申报材料,全程跟踪申报过程,以积极的姿态推动申报工作顺利开展,形成推进地理标志商标建设的优势和合力。
争创省著名商标,助力企业稳健发展。该局根据不同产业特点,实施商标驱动,增强商标意识,开展精准培育,引导企业走商标引领发展之路,创塑“建湖商标”,打响“建湖品牌”,增强企业竞争力。今年初该县“三虹”“几百粒”“建富”等 3 件商标被新认定为省著名商标。省著名商标的培植和认定实现了从工业向服务业和农业延伸、从特色产业向传统优势产业延伸。目前,该县累计拥有 49 件省著名商标。今年拟申报 2 件省著名商标,力争新认定 2 件省著名商标,为争创高层次商标奠定基础。

争创中国驰名商标,推动企业转型升级。该局坚持质量与效益并举,加快企业转型升级、经济提质增效,推进商标战略向纵深发展,着力从全县省著名商标中遴选优势企业,重点培育,精准培植,积极支持企业争创驰名商标。去年该县“窑”“丰群”“巨轮”被国家工商总局商标局认定为“中国驰名商标”。目前,该县累计 11 件被认定为“中国驰名商标”,占全市总量四分之一,全市第一。地理标志商标、著名商标、驰名商标品牌战略的实施,有力推动了建湖县石油装备、机械、制绳、金属合金建材和现代农业、现代服务业等产业整体水平的提升。

(刘祝春 毛长军)

遗失启事

成都市金牛区芙蓉达建材经营部普通发票(号码:千元版 03659151-03659175,百元版 05831976-05832000)遗失,声明作废。

安徽宝泉佳创投资

寻优质项目: 房地产、矿产、电站、新能源、学校、种养殖、医院、制造加工业、各种在建工程等。

高薪聘商务代表

15255591977 李经理

邮箱: 15255591977@163.com

编前语

2014 年 1 月 15 日,ISO (国际标准化组织)颁布了《资产管理体系》系列标准:ISO55000《资产管理——综述、原理与术语》;ISO55001《资产管理体系——要求》;ISO55002《资产管理体系——ISO55001 应用指南》。该系列标准主要针对固定资产(也可用于管理其他类型的资产)。

2014 年 8 月 11 日,本报刊发了《ISO55001 资产管理体系的应用简述》,引起了读者的浓厚兴趣,并与作者就 ISO55000 系列标准等诸多相关问题进行了交流。其中交流最多的问题是:该国际系列标准的核心精神是什么?组织(含企业)如何落实该核心精神?为了统一解答这些问题,作者特撰写了《ISO55000 的核心精神》一文。本报今天予以刊发,敬请关注。

ISO55000 的核心精神

■ 蒋坛军 资深管理顾问

ISO55000《Asset Management— Overview, Principles and Terminology (资产管理——综述、原理与术语)》,对资产的定义如下:“Asset is an item, thing or entity that has potential or actual value to an organization.”因为该国际标准目前暂无中文版,笔者试译如下:“资产即对组织具备潜在的、或已兑现的价值的物品、器具或存在物。”而且,ISO55000 也明文如此阐述:“Asset management enables an organization to realize value from assets in the achievement of organizational objectives. (在实现组织目标时,资产管理令组织创造价值)”。故而,该国际系列标准的核心精神,可简而言之为:令资产最大化创造价值。
“令资产最大化创造价值”。也就是说,按照 ISO55000 系列标准来管理资产(含设备、建筑、土地等)时,我们不仅要关注资产本身的价值,而且更要关注资产为组织(含企业与相关方)所创造的价值。相对只关注资产本身价值的传统管理思维,“令资产最大化创造价值”显然更体现了资产管理的本质。但在实践中,如何落实该核心精神(即:如何令资产最大化创造价值)?资产的属性可粗分为三个层次:物理属性、组织属性(或企业属性)、社

会属性。可从此三层来思考如何令资产最大化创造价值。
从物理属性的层次,主要关注资产本身的价值。例如在设备密集型企,可通过实施 LCC(Life Cycle Cost,全寿命周期费用),以收集、分析与优化生产设备在全寿命周期的整体费用,并消除常见的“低价买、高价用与修”之弊。再例如,应改善生产设备的 OEE(设备综合效率,含故障、换产与调整、预热、修理、空转与瞬降、速度下降、不合格品等)。
从组织属性(企业属性)的层次,主要关注对组织(企业)营运各相关环节进行改善,以便令资产可创造更多、更优的价值。例如在设备密集型企,应对市场营销、产品研发等环节进行改善,通过获得附加值较高的产品订单、获得充足的订单量,以避免生产设备在单位时间内的产值与利润偏低、减少或消除因订单不足而导致的设备闲置。过去十年,华为研发投入累计超过人民币 2400 亿元,在 2015 年,终于令其手机业务挤入全球第三。再例如通过融合精益与工业 4.0 的思维来实施智能制造,以便压缩生产周期、降低库存水平、自动化生产、提高产品质量水准、智能化运行等手段,最终获得比传统生产模式更好的利润空间、更高的客户满意度。
从社会属性的层次,主要关注资产对社

会环境的价值贡献、社会环境对资产最大化创造价值的贡献。资产对社会环境的价值贡献,例如按照安全生产、清洁生产等要求,改善设备安全性、排污与能耗性能等;提高单位时间的生产利润,从而多交利税等。社会环境对资产最大化创造价值的贡献,例如富士康公司为了降低深圳成本较高的负面影响,已在境内外成本较低的地区建立新生产基地。
应当注意,资产属性的三个层次之间存在交集、或相互作用,并不一定就存在非此即彼的界线。例如降低生产设备的能耗,既是物理属性、企业属性(降低营运成本)的需求,也可能是社会属性(法律法规)的要求;对生产设备实施“追求零故障”工程,既是改善设备的物理属性指标,但同时必须改善企业相关的营运(企业属性),例如在设备设计过程中,采用维修预防措施;设备选型时进行 LCC 估算;备品备件质量控制;自主维护;专业维护;提高人员操作与维护水平等。
因为考虑在不同企业、不同行业、不同国情里的普遍适用性,ISO55000 系列标准采用了高度凝练的表述,显得有些晦涩难懂。故在实施该系列标准时,力求举一反三纲而万目张,精准抓住其核心精神(令资产最大化创造价值);然后破除“就资产论资产(就设备论设备)”的藩篱、消融组织(含企业)营运中的“孤

岛管理”现象(职能部门未能充分从整体利益出发,而是分割式各自为政);再基于组织(含企业)自身的战略目标与运行特点、其所拥有资产的特点,可基于上述三个层次进行分解(例如 John Woodhouse 展示 TWPL 公司的归类为:法规符合性、风险承担、资本价值、功能价值、内外形象),建立定量或定性的衡量指标或准则,并通过 LCC、资产全寿命周期价值创造核算表、资产投入产出比核算表等方式,予以收集、分析并持续改进。

参考文献:

[1] ISO.ISO55000/55001/55002 Asset Management[S].Switzerland: ISO, 2014.

[2] John Woodhouse.ISO55000 Asset Management: What to do and why [M].Switzerland: ISO, 2016.

[3] 中岛清一.设备综合工程学[M].南京:江苏省机械局,1979.

[4] 卫军峰.液态奶行业资产价值风险与对策[R].上海:嘉宽咨询微信公众号,2016.

[5] 雒宏伟.资产管理普遍存在的误区 VS 资产管理新理念[R].上海:嘉宽咨询微信公众号,2016.

[6] 张礼立.资产管理在中国智能制造的实践[R].上海:嘉宽咨询微信公众号,2016.