

新思想 新机遇 新举措

——诺霸全新出发



2015年伊始，诺霸捷报频频，一周内连获三个奖项。1月25日，在第十二届中国经济人物年会上，诺霸上海曾鸿炼总经理作为五金行业的代表，被评为“第十二届中国经济新领军人物”；1月26日，上海市工商联五金商会为诺霸精密机械（上海）有限公司颁发了“2011-2014年度‘诚信企业’”称号；1月28日，在第七届“企业诚信创建”活动上，诺霸上海又被评为“四星级诚信创建企业”。



创新驱动发展

诺霸来到中国不仅是为了盈利，更是希望能够借一己之力为中国市场提供先进的扭矩技术和产品，为中国的五金行业的发展推波助澜，这是诺霸的生存价值。要实现这一远大目标，公司不能闭门造车，而应在自身发展的同时，注重创新和产学研相结合。曾总一直非常注重企业与学术、科研机构的结合，认为企业的生命力是与学术和科研息息相关的。

事实上，诺霸上海在创立之初，就非常注重创新和产学研相结合。比如，2007年，诺霸高瞻远瞩，预估市场动态，顺应市场未来趋势，建立了扭矩校准实验室。2011年，与全国工具五金标准化中心、国家轻工业工具五金质量监督检测上海站、上海市工具工业研究所达成共识，共同筹建了上海扭矩工具联合研发中

心，希望通过企业、政府、专业研发机构等多方力量，共同为行业发展做出贡献。2012年，诺霸上海与上海的大专院校合作，为毕业生提供就业机会，并结合公司实践，帮助他们提供毕业论文指导。2013年开始，曾总参与了“百名校友站出来”的活动，推动内地台商和台湾圣约翰科技大学进行科研交流，促进学校研发能力与创新成果的转化，促进企业吸收先进理念及科学技术。2013年至今，诺霸上海又先后申请了5项发明专利和11项实用新型专利，有力推动企业发展的同时，也促进了行业及社会效益的提升。2014年，诺霸上海自行研发了扭矩工具检测车并申请专利，在全球分公司进行推广销售。林林总总，都可以看出，诺霸上海在产学研方面投入颇多。

2014年9月，曾总作为扭矩工具的资深专家



应邀出席了由中国科学与科技政策研究会与台湾中华科技管理学会共同发起、教育部人文社会科学重点研究基地——清华大学技术创新研究中心承办召开的“第二届海峡两岸科技管理与政策博士生论坛”。在论坛上，曾总发表了关于中国应当将产、学、研三者相结合的相关建言，得到了参会嘉宾的高度认可和一致好评。

“安全、服务、专业、创新”一直是诺霸上海长期坚持的发展目标。在经济新常态下，这八个字被赋予了新的时代意义。诺霸以安全为基础，以服务为核心，以专业为保障，以创新为方向，努力配合“中国制造2025”战略，为2025年从制造大国迈入制造强国行列默默地奉献着。

WE ARE A FAMILY

在诺霸的经营理念里，“家”的概念被极为推崇。从某种意义上说，诺霸就是一个大家庭。在这个“家”里，处处充满温情和谐之声，而非层级森严、气氛凝重。迄今为止，诺霸上海为公司服务年限超过五年的员工已过半数。正是出于对诺霸企业理念与文化的强烈认同，诺霸才有如此高的凝聚力。曾总告诉我

们：“我们尊重文化，尊重信仰，尊重生活习俗，让每个员工都对这个家有着深深的归属感。不仅一个企业是这样，整个社会也是一个家，一个外延更大、内涵更广的大家庭。”

身为“泛太平洋商会”第六届会长的曾总，把这种治企中“家”的理念带入商会的管理之中。“泛太平洋商会”不同于我们熟知的行业性



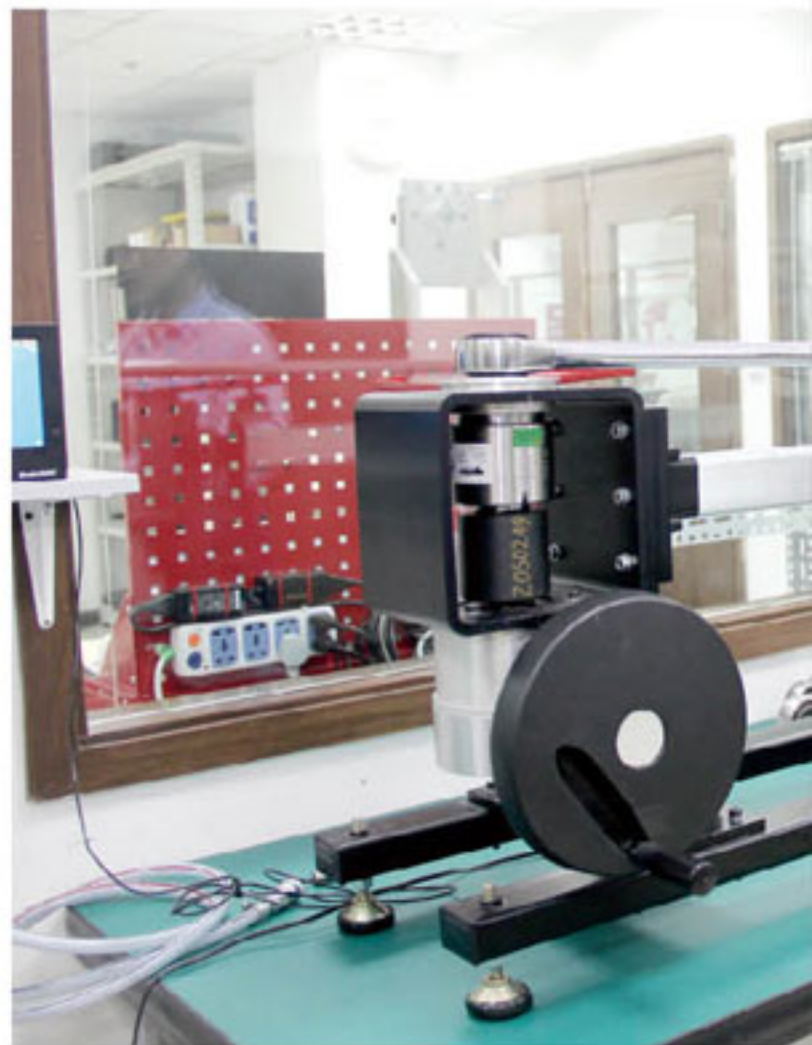


商协会组织，而是跨行业、跨地区和国家的商会，商会的成员来自不同的行业、不同的国家、不同的种族，说着不一样的语言，有着不一样的文化习俗。想要发展好这样一个庞大的组织，仅仅依靠固有的行业地位是远远不够的。作为会长，希冀得到成员的认可也绝非易事。而曾总却做到了。“君子以仁存心，以礼存心。仁者爱人，有礼者敬人。泛太平洋商会的成员来自亚太地区的众多国家，我首先要做的就是尊重他们每一个人，倾听他们的需求，让他们知道，不管来自哪个民族都是被尊重，被需要的。”正是曾总的这种博大胸襟，赢得整个泛太平洋商会成员的高度认可和支持。

出任泛太平洋商会会长以来，曾总为商会的发展尽心尽力，哪怕是细微之处都会用心体

察会员之所需。如商会年会时，他将参会人员分为12个团队，弃用“同国家成员一组”的旧制，把

同行业不同国别的成员组织在一起。“都说音乐无国界”，其



实同行间也是无国界的，同行之间更能迸发出共识的火花。通过这种融合的方式，让不同国家的商会之间相互接触、交流沟通进而相互吸收、渗透，学习进而融为一体的。这样，商会才会变成一个互敬、互爱、互助的大家庭。曾总说，“下一步，我计划将中国国内的商协会与泛太平洋商会对接，让中国商协会真正做到与国际接轨。”

拥抱新常态

在国际金融危机后续影响下，2014年世界经济总体增长乏力，虽然中国经济增长率达到7.4%，大大高于美国的2.2%，欧元区的0.8%，但对大多数中国企业来说，2014仍是“比较困难”的一年。然而，诺霸上海在这一年却逆流而上，打了场漂亮的逆势战，销售业绩实现了最高突破，第三季度已完成了全年的销售目标。

目前，中国的改革已进入由浅水区到深水区的新时期，而习近平总书记也着重强调整个中国经济已进入“新常态”。企业要与时俱进，跟上发展的步伐，必须适时而为。“我们





要具备互联网思维，要随着市场的变化而变化。诺霸清楚地知道扭矩行业的红海和蓝海在哪里，并通过不断的创新，实现企业的进步，开辟属于自己的蓝海。”曾总如是说。

然而，风险和机遇总是并存的，正如现今正热的大数据营销，许多企业都跟风投入大量人力、物力收集大数据，然而，大数据真正的赢家又有几个？又有多少企业在付出后落得惨淡收场？企业又当如何应对新常态下衍生的新模式？曾总分析说，单纯的数据并不能称之为“营销”，只有通过不断的分析与整合，才能得出有益的结果，这才是大数据营销的意义所在。品牌的建立也是如此，没有一定数据支持，就不能称之为品牌，数据分析的过程及结果是推动品牌发展的溯源，而品牌的影响力必然带来更多数据的来源，两者之间是相辅相成的。

进入“新常态”的中国经济不断升级，必然为市场发展带来新的“变数”。谁能抓住这些“变数”，将其转化为企业的发展契机，谁就能抓住市场，成为市场的赢家。诺霸的思想就是紧跟市场的发展不断“变化”，而高品质的产品、完善的技术服务、优秀的团队是诺霸的精髓，也是诺霸成功的基石。

面对新形势、新常态，运用新思想，把握新机遇，实施新举措，保持与时代同步的节奏，这是诺霸上海未来发展的方向，也是万千成功企业发展的必经之路。



■ 参观诺霸（上海）扭矩校准实验室、技术部