

# 匠心铸就品质 专注成就非凡

——西姆斯工艺制品(深圳)有限公司创新创业发展纪实

□ 刘林

中国现有的玩具生产企业85%以上为出口企业,产品以外销为主,玩具出口额约占玩具产量的50%。近几年来,受人民币升值、工资及原材料价格上涨、出口门槛提高等因素的影响,国内玩具产业的利润水平呈下降趋势,而西姆斯工艺制品(深圳)有限公司(以下简称“西姆斯公司”)却在同行业中连连创造众多奇迹,成为车模王国的佼佼者。循着这一股强劲的驱动力,让我们走近西姆斯公司,探寻他逆势而上的奥秘。

## 第一桶金

西姆斯公司的前身是一个汽车模型商店。1985年,海伯特·尼克先生在德国汽车工业重镇斯图加特步行街上,开了一个专营汽车模型的商店——汽车模型中心店。从一个负债累累的零售商店发展到一个知名的国际品牌,这其中有着一段传奇的创业故事。

1982年,贾淑霄由中国中信公司派往德国进修。第一次赴德学习,她发现德国人踏实严谨,这正好符合她一向做事认真的性格。同时德国的工作环境也非常契合她踏实做事的要求。1986年,贾淑霄再次来到德国谋求发展。3年后,时任西德大型机械制造公司EMAG中国市场顾问的贾淑霄,结识了海伯特·尼克。当时,尼克的汽车模型中心店交由儿子吴卫经营。由于吴卫缺乏管理经验,贾淑霄认识尼克时,商店经营正处于风雨飘摇的状况,店铺亏损20多万马克,正常供货时常被迫中断,债主们轮番上门要债。房东限令10日内缴清拖欠的2万多马克租金,否则将其扫地出门,甚至就连当时的税务顾问都建议尼克申报破产。

在尼克本人打算放弃,躲债非洲一走了之的情况下,性格不服输的贾淑霄建议,与其破产逃避,不如破釜沉舟拼一把。在劝住了尼克后,贾淑霄恳求房东给最后一次机会,并说服房东和尼克达成了还债协议。为了恢复正常供货渠道,维持商店经营下去,他们精打细算,按照收入情况对所有债务分别制定了每月的还款计划,并主动给债主们写信,请求他们接受分期分批偿还债务的请求,条件是正常供货。在获得了大多数供货商默许后,尼克以他的退休金做担保,从银行申请了7000马克的贷款,开始了艰难的重振之路。

可以说,尼克和贾淑霄的创业生涯是从负债产起步的。有德国女人告诉贾淑霄,当地的习俗是:很多德国女人看到丈夫负债会离他而去。贾淑霄却愿意凭自己的勤奋和勇气搏一把。

为了尽快扭转这个局面,她每天凌晨三四点就起来工作;为了赶走疲劳,能一连灌下两大杯咖啡,直到精神高度集中。用贾淑霄自己的话说,甚至连地上的蚂蚁都能看到。平日里,她和尼克一起参与销售、理货、盘账,每天的销售所得除了结清当天的货款

之外,还要按照计划归还旧债。为了节省开支,她甚至辞退了店里的清洁工,自己亲自打扫。此外,她还在刚拿到驾照后几天,就远赴车模产地,去意大利和法国等地开辟价格更优惠的新进货渠道。路上舍不得住旅店,就在车上和衣过夜。有一次半夜被嘈杂声吵醒,才发现竟然停在了一个垃圾收集场。

经过锲而不舍的努力,贾淑霄和尼克用了一年半时间,业务从负的20多万上升至零,终于清偿了全部债务。由于他们店里的新货多、价格优,渐渐吸拢来一众粉丝,有些车模爱好者甚至远至瑞士边境、法国边境以及柏林,很多人专程来斯图加特购买他们的新款车模。生意开始有了起色,也赢得了行业里诚实守信的口碑。

1992年,贾淑霄在意大利市场采购,无意中见到了欧洲新出现的品牌Anson。Anson是一家香港公司,专注汽车模型制造。经过谨慎的小批量试销后,贾淑霄的采购量开始逐渐加大,这引起了德国车模批发商们的注意。他们以Anson这个新品牌为贾淑霄从中国直接进口的,一个重量级的车模批发商施白特公司甚至提出向贾淑霄购买3000个Anson车模。面对这次机会,贾淑霄提醒自己一定要谨慎对待,并用她在大学里学到的进出口贸易知识,要求施白特公司开具银行不可撤销信用证,购进了3000多个Anson车模,其中3000个批发给了施白特公司,其余零散的部分放在店里直销。很快,这批优质车模引起了Anson老板注意。他在意大利进口商陪同下,专程来到德国斯图加特拜访汽车模型中心店,并委托贾淑霄作为Anson品牌的德国独家代理。这是汽车模型中心店由商店零售上升为进口批发的转折点,也让贾淑霄在德国赚下了第一桶金。1994年,贾淑霄和尼克卖掉了商店,集中精力打理进口业务。

## 精品之梦

Anson车模属于中等品级。希望事业更上一层楼的尼克决定要去制造世界上更好的车模,这一决定得到了贾淑霄的支持。1993年,在一次往返中国的过程中,他们看到了中国发生的翻天覆地的巨大变化。感叹之余,决定辞掉Anson代理,回到中国生产自己心目中的高档车模。他们暗下决心:要么不做,要做就做最好的!

贾淑霄和尼克首先选中了一家深圳的高档车模生产厂,委托其加工自己心仪的车模。一年多之后,几乎耗尽了他们开展进口业务以来的全部积蓄。那时公司既没有了商店收入,也没有了进口批发业务收入,在新产品开发过程中,还需要不断的投资。尽管艰苦拮据,在质量和时间矛盾面前,他们选择了质量;在细节和成本矛盾面前,他们选择了精益求精。1995年,他们终于盼来了第一个产品上市。新产品当年就被德国的三家主要车模杂志评选为“1995年度最佳车模”。



尼克(中)接受德国电视台采访

为了继续探索高档车模生产经验,“不安分”的贾淑霄和尼克决心离开委托加工厂,以最小的规模和最简陋的设备,尝试自己生产高档车模。1998年,他们组建了由6个员工组成的团队,租下了400平方米一层、几乎看不到一块完整玻璃的楼层,开始进行生产。

在那段日子里,贾淑霄和尼克与员工们一个饭桌上吃饭,一个房间工作。创业条件艰苦,从车间去厕所,必须垫着脚尖踩着躺在泥浆中的砖头进出。功夫不负有心人,在1998年~2000年那段时间里,他们生产的车模在德国获得了7次一等奖。

为了实现精品之梦,2000年,他们在深圳独资建厂,成立了西姆斯公司,贾淑霄担任董事长,尼克担任技术顾问。并逐渐形成了和德国联手,从完全自主开发到全生产的全套流程。从第一代产品“黑王子”开始,西姆斯公司坚持走高端精品路线。在发展过程中,他们不断提高产品的档次要求,精致程度非一般同行可比。西姆斯公司精湛的生产工艺,得到了德国市场及大多数车模收藏家们的认可。而贾淑霄本人,更是受到多家国外媒体的专访报道。西姆斯品牌如今已经成为国际车模行业中一只名副其实的“金凤凰”。

## 成就品牌

“认真做事,诚信做人”是贾淑霄一贯坚定的处事理念和成就西姆斯品牌的灵魂。这个理念贯穿在对全体员工的教育中,融入生产和质量检验过程中,体现于西姆斯四个分支机构销售服务中,是全体西姆斯员工恪守的精神格言。

遵循这样的理念,西姆斯要求产品选用优质的真材实料,以精益求精的工匠精神,生产出了卓越的车型系列、世界冠军系列和车主座驾系列。

可以说,西姆斯车模发展到现阶段,每个产品都是由超过1000多个零件组成的精品。在开发阶段,西姆斯公司对一些容易脱落、损坏,或容易生锈腐蚀的部件,按自己独特的工艺要求进行了加工和处理。考虑到产品安全,对一些未知风险同样进行

了预估,包括运输风险、客户把玩过程中的风险、在潮湿高盐分环境里存的风险、油漆性能长时间稳定性的风险等等。为了使油漆保持长久饱满光亮,西姆斯公司只使用美国杜邦和德国鹦鹉牌两种高档真车采用的油漆。为了对客户负责,产品质量检验设有五道关:产线巡检;包装前全检后发给合格证书;每周由董事长、总经理、质检副总、技术总监、销售经理、生产经理联合组成的公司抽检小组,对已入库产品进行抽检,凡是不合格产品超过一定比例,这批产品必须返回产线推倒重来;产品出厂前再检;产品到达分公司后,还要求各地销售人员在货物发出前按比例抽检。贾淑霄常说:“客户相信我们,我们一定要以诚信回报顾客。凡是自己能看到的瑕疵,就不要自欺欺人、心存侥幸,以为客户看不到。”

西姆斯公司相信一条真理——“逆水行舟,不进则退。”新产品就是在过往经验的基础上,不断摸索创新。即使原有的旧车再生产,它的工艺重新利用,西姆斯公司也要找出之前的不足之处,在新的机会面前寻求改进,在超越自我中迈向新的台阶。

以轿车顶部天窗为例。真车的天窗是可以开关的。西姆斯公司以前的工艺和其他多数车模厂家一样,在模具上象征性地勾画天窗轮廓,表示天窗的存在。2016年,西姆斯公司在生产Talbot车模时,萌生了天窗可以打开的想法。在多次研究和尝试之后,终于装上了活动天窗。由于是第一次,天窗只能打开1/3,而且打开过程中磕磕绊绊不顺畅。但在当时的车模行业,也算是一项创新了。2020年,西姆斯公司接到任务,要求生产奔驰600的车模。因为奔驰600是奔驰汽车的顶级产品,西姆斯公司的这款车模绝不能以普通的工艺水准制作,否则会降低它的档次。车模除了要开天窗,还要装上后视镜、阅读灯,内面不仅要看上去高雅美观、舒适豪华,还要保证天窗轨道隐藏在天花板和车顶之间。基于2016年的经验教训,研发团队决定把这项技术搞成功。因为空间狭小,导轨装置必须用非常薄的不锈钢片组成。为了

天窗导轨多次滑动不至于损坏,西姆斯公司研发团队舍弃了胶水,采用铆钉固定。经过几个月的反复研究和尝试,天窗终于可以顺畅开启和关闭,天窗和车顶的缝隙衔接平滑均匀,而打开的幅度从Talbot的1/3改善到了2/3。虽然耗费了大量时间、材料及人工成本,但这项技术的成熟应用,为这款奔驰600车模,再次增加了不少亮点,提升了它的珍藏价值。

中国北方的老人们常说:“鞋穿穿半截。”是说鞋子的重要性。一双漂亮高档的鞋子可以为人增色不少。这个道理同样适用于汽车模型。为了提高车模档次,注重品质的西姆斯公司从一开始就对车轮狠下功夫。而西姆斯公司的车轮工艺如今已经发展到了第六代。

25年前,西姆斯公司开始生产的第一产品是奔驰SSK。当时他们铆足了劲,下决心超越大名鼎鼎的某行业先驱。在那时,车轮普遍采用塑料辐条上喷漆的工艺,西姆斯公司希望像真车那样采用金属材料,经反复试验,最后决定采用不锈钢腐蚀片做辐条,在上面喷漆的办法。腐蚀片是金属材料,显然比塑料辐条结实得多。这项新工艺使得西姆斯公司研发的第一个产品获得了车模主流媒体的认可。

西姆斯公司精益求精的脚步并未因此停止。因为腐蚀片的辐条是扁的,即使喷上漆也不如真车的车轮一样那么圆,而且一旦不小心被硬东西磕碰了,就会陷下去无法纠正。西姆斯公司继续探索解决办法。尝试用直径0.2米的钢丝做辐条。钢丝固定到车轮上需要在轮圈上钻孔,经过反复尝试成功地用上了钢丝辐条,这是西姆斯公司研发的第三代车轮。第三代的辐条是多层次辐条根据真车设计,交叉引代替单层辐条。第四代的辐条上增加了气门芯。最初的气门芯是将0.8米直径的钢棒,打磨成0.4毫米直径的气门芯。中国古语“铁杵磨成针”用在这里,一点都不夸张。第五代车轮是在0.2毫米直径的钢丝辐条上装鸡眼。0.6毫米直径的鸡眼,用手指尖都捏不住,还要一颗颗地穿入到每根辐条中,并固定在辐条顶端。看上去非常精致漂亮。为了这项专门工具

的设计,研发团队没少下功夫,这也因此成了西姆斯公司的顶端工艺之一。因为成本特别高,同行都不愿意涉足。现在已经是第六代车轮了,西姆斯公司创新性地用上了滚珠轴承,增加了车轮的稳定性。

25年过去了,西姆斯公司从当年不知名的小公司,渐渐积累了口碑,立住了品牌,在德国、法国、意大利、荷兰等国获得60多块奖牌。每当贾淑霄站在国外的领奖台上,或站在采访的银光灯下,面对媒体记者和观众。她总是心生感慨:自己的名字不重要,重要的是人们从她的黑头发、黄皮肤中知道她来自中国。能为自己的国家争得一份荣誉,她觉得,这是她人生价值所在。

## 传承发扬

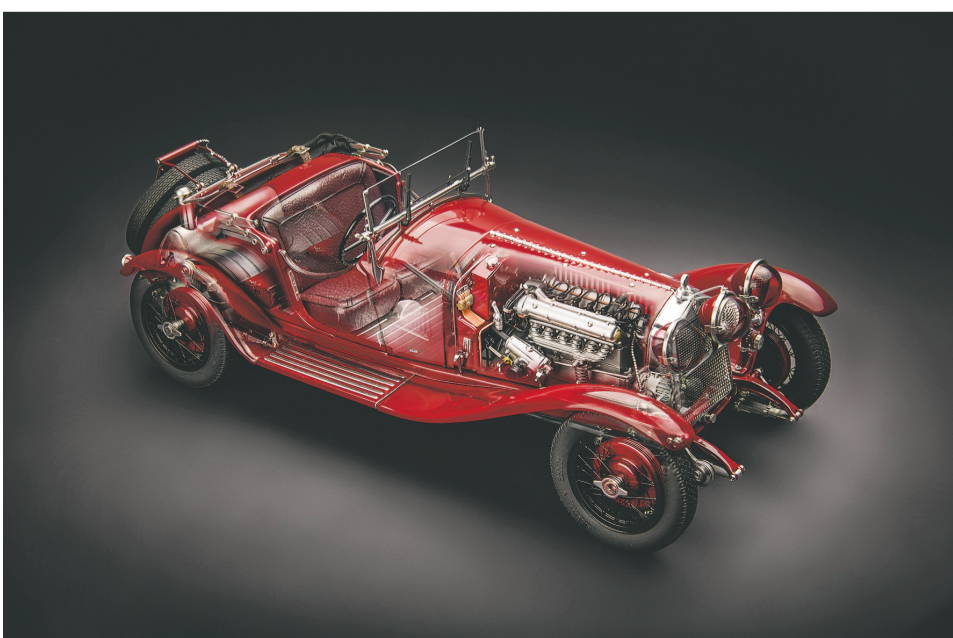
在央视记者的采访过程中,贾淑霄讲到一个例子:德国在二战中,虽然整个“硬件”几乎都被破坏了,但是凭借一贯重教育的政策,培育了一批高素质人才。这些高素质人才进入到社会里,可以迅速提高全体国民素质和技术水平。这些“软件”的力量,是德国经历了两次世界大战后,还能在短时间内迅速重建的秘诀。而德国人“有知识,守纪律,做事认真”的国民素质,更让其在世界范围内赢得尊重。贾淑霄认为,这一点不仅仅是德国人的专利,中国人同样具有踏实认真的优秀品质。“如果中国也奋起直追,大力开展国民教育,提升全体国民素质,中华民族一定能够更加强大。我们老一代人有义务参与到改变社会浮躁、湮没、消极风气,弘扬社会正能量的宣传教育工作中。我在企业要求员工‘认真做事,诚信做人’,也把我们的故事讲给社会的年轻人。如果越来越多的人接受这个理念,全民的社会风气会得到很快提高。从做大到做强,靠的是好品质。好品质靠的是高素质的人。高素质的人,就是认真做事、诚信做人的人。”

如今,西姆斯公司的车模在世界汽车模型领域中,成为众多车模收藏者交口称赞的精品。西姆斯公司从30多年前的车模零售店发展到如今的车模制造的引领者,从名不见经传到异军突起,打败多个老牌车模制造商,离不开创始人和企业团队的艰苦努力,离不开敢为人先的远见卓识。过去,西方引领车模行业的发展;未来,西姆斯公司将引领世界车模行业的潮流。

(本文配图由西姆斯公司提供)



研发团队生产奔驰赛车车模“W196”



车模“Alfa Romeo 6c 1750 GS,1930”



车模“Maserati 300S.07”



西姆斯公司所获奖杯