



2011年12月17日，“教育部签约汽车大赛合作企业赞助活动暨汽车技术培训会”在北京召开，教育部职成司刘杰处长，丹纳赫工具上海有限公司总经理魏勇，大赛裁判长、北京市汽车修理公司副总经理、总工程师魏俊强，教育部职业技术教育中心研究所教师资源研究室副主任吴全全等领导、专家到会致辞，200余名来自全国合作职校的代表出席会议。

每年一届的全国中等职业学校技能大赛由国家教育部职业教育与成人教育司举办，旨在展示我国中等职业教育改革与发展煌煌成就，加强汽车维修专业教学在全国范围内的相互交流。作为本次签约的合作企业，丹纳赫工具(上海)有限公司已经连续五届(2007-2011年)支持此项技能大赛。五届活动上已捐赠价值430余万元的工具，并协助教育部进行汽车运用与维修专业的教育教学改革。该公司对我国职业教育给予的关爱和支持，令人钦佩。丹纳赫工具(上海)有限公司参与职业教育的初衷是什么？多年合作中有何体会？公司目前的现状如何？未来又有怎样的发展蓝图？记者就读者关心的话题，采访了丹纳赫工具(上海)有限公司总经理魏勇先生。

助力职教 创造多赢

访丹纳赫工具(上海)有限公司总经理魏勇

文/本刊编辑部

记者：作为一家连续五届支持全国职业院校技能大赛的合作企业，丹纳赫工具(上海)有限公司对我国汽车职业教育作出的贡献有目共睹。您能否谈一下对此项大赛的想法和评价？

魏勇：全国职业院校技能大赛从无到有、从小到大，教育部等政府机构都一直发挥了主导作用，各行各业广泛参与，使得“普通教育有高考，职业教育有大赛”的理念深入人心。继2007年首届大赛举办以来，之后的大赛一届比一届规模大、项目多、覆盖面广、规格高。我们从现场体验2011年大赛就可以看出，此次中职汽车运用与维修专业赛事再次超出以往历届。

因此，此项赛事在促进职业教育与产业结合、与企业对接等各个方面，都发挥了

重要的作用，成为行业和企业参与职业教育的一个重要切入点。企业通过参与赛事，调动了自身的主动性和积极性，增强了对职业教育的理解。

记者：除了支持技能大赛，据了解，丹纳赫公司大力赞助职业院校，请您谈谈这样做的意义。

魏勇：当前，我国经济发展和就业正面临巨大压力，劳动力就业需要加强技能培养和培训，产业结构优化升级也需要职业院校培养更多的中高级技能型人才。因此，大力发展职业教育已成为我国的必然要求。近年来，党和政府高度重视职业教育，出台了許多相关政策、措施，推动职业教育更好更快地发展。

从企业发展的战略要求看，职业院校

是企业发展的一个重要人才培养基地，加强校企合作不仅有利于职业院校的发展，同样对企业的发展也起到了重要的促进作用。据了解，目前我国汽车维修行业中，38.5%的一线工人文化程度在初中以下，接受维修基础培训的占38.7%；具有故障诊断能力的技术工人只占20%。如今，我国已成为全球第一大汽车销售国，这对汽车维修人才的培养提出了更高的要求。所以，支持、赞助职业教育就是支持汽车维修行业的发展。换言之，支持职业教育不仅是国家、教育行政部门的事，也是企业应承担的一种社会责任，更是我们“世达”在中国经营理念的延伸。我们要为汽修行业高技能人才的培养、为国家的经济发展出一份力。

从另一个角度讲，支持职业教育还能够起到多赢的效果。首先是企业会赢。学生在校期间就能够使用到“世达”工具，并会记住“世达”工具，这有利于培养用户对产品的忠诚度；其次，学校会赢。在学校原有设备的基础上，我们再为他们“添砖加瓦”。在其次，竞争对手会赢。我们的赞助行为可能会带动更多的竞争企业也来支持、赞助职业教育，使职业教育得到更好地发展。

记者：五金是个传统的行业，你们如何在短短13年间发展成为这个行业中最具竞争力的制造厂商，把产品打造成行业中的领军品牌？

魏勇：“SATA”世达品牌为美国Apex集团所有，公司于1998年在中国正式成立，并已在上海、山东等地设立世界级水准的生产工厂。是特别为中国市场量身量制，满足国内市场对中高端手工具产品需求的工具品牌。

目前“SATA”世达工具的产品已涵盖了专业手动工具、电工电子工具、汽车维修专用工具、气动工具、液压起重工具、个人安全防护用品、工业钻夹头和刀柄、轮胎维修设备等八大类，为用户提供超过3000种规格的产品。

世达工具作为中国手工具行业的领导品牌，在中国率先提出“终身保用”承诺。在Apex核心文化和价值体系的引领下，世达品牌秉承高质量，合理价格，不懈提高售后服务和不断创新的精神，广泛用于工矿企业维护维修、汽车维修及建筑装潢领域，“终身保用”的承诺更使得客户更无后顾之忧，获得各行业用户的一致好评。

公司从1998年成立至今，通过长期努力和不断创新，在用户心中建立起了良好的品牌形象，成为中国手工具第一品牌。我们之所以能够有今天的成就，简单说有三点。第一，准确的市场判断。“世达”在1998年进入中国市场时，当时我国的五金行业还处于落后状态，很少有人去做五金工具的开发和生产，我们正是看准了行业需求和市场潜力，及时抓住了机会。另外，丹纳赫在美

国就是作手工工具的，具有很深的行业背景和丰富的管理经验，并具有全球的战略意识和发展方法。他们针对中国市场，重新给产品命名、重新定价，实现了本土化发展。第二，我们有一支创新型团队。这支团队能够从社会现象中汲取经验，大胆尝试。比如，做门投、做多级分销我们是第一家。再比如，做工具类的展架、旗舰店，利用展示车到工厂进行宣传，等等。每一步都是创新，但创新又不能离开社会环境和行业本身，也不能因循守旧。第三，有良好的市场定位。我们通过市场调研，发现中档工具在中国比较缺乏，而且有相当一部分人希望能够用上中档工具，而且这种需求在未来几年会快速增长。于是，我们就定位于生产、制造中档手工工具，这个定位奠定了“世达”成功的基础。

记者：在五金工具行业里，你们是第一家提出“终身保用”理念的生产厂家，这样做考虑过成本吗？

魏勇：产品质量是一个品牌长盛不衰的生命线。我们之所以敢提出“终身保用”，是因为我们有一套严格控制体系并且严格地执行。基于对我们产品质量的充分信心，我们在国内率先提出“终身保用”的理念，并在全国建立200多家售后服务中心，努力做好售后服务工作，保证用户用得放心、开心，解决了他们的后顾之忧。从“终身保用”理念的提出，到现在已经13年了。13年来，我们一直在认真履行自己的承诺，并且每家经销商也都在执行公司的换货政策，这是目前任何一家品牌都做不到的。我们的这一做法无形中树立起企业的信誉度，使之成为“世达”利于不败之地最核心的保障。

“终身保用”是指所有产品，除在包装上或样本资料中特别注明“非终身保用”或“保用期限”以及“非免费修理或更换”所述的情况外，在正常使用过程中，如果使用功能有损坏，皆可免费修理，直至更换同一产品。为了确保“终身保用”承诺能够更好地兑现，“世达”在今后还要加强相关的工作，进一步完善售后服务体系。“世达”

在全国的换货中心已达2300家，遍布全国各大中城市及县级市。与此同时，我们还启动了50辆流动售后服务车，把“世达”的售后服务送到用户的家门口，让我们的用户能够方便、快捷地享受到“世达”优质的售后服务。

记者：您怎样看目前我国的五金工具市场？丹纳赫公司将为我国的五金市场作出什么样的贡献？

魏勇：我国经济的高速发展伴随着工业的不断进步和科技的不断革新，“高效率、高品质、人性化、竞争力”已经成为各行各业正在倡导的标准和追求的目标。从传统工业到新兴工业都面临着竞争的压力和不断提高工作绩效的挑战，这意味着更多的工业制造和维修工作需要更加准确适合的工具来协助工作者。所以，我们希望通过更加省力和更加人性化，更加精准和好用的工具，为工人提高工作效率，达到完成或超额完成工作任务、为企业实现既定目标提供保障。也希望“世达”工具在手工具这一传统行业里，永远保持第一名的位置。

记者：请您谈谈未来几年丹纳赫公司的发展目标。

魏勇：说到公司未来的发展，我对国内市场充满信心。从市场需求看，目前“世达”虽已在4S店以及一、二类汽车维修企业中占有率很高了，但由于国内汽车市场的快速发展和人们购买力的增加，未来几年汽车快修店将会迅猛发展，这为“世达”的发展提供了巨大的空间。从国内的销售和服务网络看，我们在东部的销售和服务网络已经发展到了县级市。随着我国工业发展和工业布局向中部、西部的转移，我们也将把目光投向中、西部地区，将在那里建立销售和服务网络。从产品的角度看，目前公司的产品多达3000种，我们将继续研发、生产出更多、更好的产品，力争使品种达到5000个，让更多的劳动者能够从繁重的体力劳动中解放出来，同时提高工作效率。另外，我们还将继续开拓国际市场。目前，已有20%的“世达”产品远销南美、东南亚及远东等市场。M