

王巨冲：坚持是海尔斯的创业秘诀

本报记者 章程

名片册

王巨冲

海尔斯集团董事长,1984年
创立宁波海尔斯有限公司

A 始于小小钉子,一步一脚印



“年轻的时候有冲劲、有干劲,这是我的创业资本。”王巨冲回忆道,创业时刚年满20岁。彼时,他还是穿梭在大学与体工队中推销体育用品的小商

“

1984年,宁波成为全国第一批沿海开放城市之一。在国家政策的扶持下,催生了一大批有志青年进入商海,王巨冲就是其中之一。当时,他敏锐地察觉到商机,带领亲戚和街坊邻居成立中国第一家做钉鞋钉子的企业——海尔斯。大家从一枚钉子做起,开创了海尔斯的体育商业版图。如今,海尔斯专注于专业体育用品领域,潜心发展40年,成为一棵民族体育品牌的“常青树”。

”

贩。在推销体育用品的过程中,他发现最早的钉鞋是牛皮底配死钉,钉子磨损后整双鞋子即报废,如果做成可拆卸的钉子,各体工队与学校则可以节省一大笔开支。并且需求量很大,拥有的潜在市场巨大。

凭借自己敏锐的观察能力发现商机后,王巨冲创立了海尔斯。最开始,公司的主营业务就是制造钉鞋用的钉子。创业两年后,王巨冲便不满足于现状,他认为与其单纯生产钉子,不如直接扩大投入生产钉鞋。最终,在维持原有合作的基础上,王巨冲让自己的产品走进了浙江和江西的省田径队。

王巨冲一步一个脚印,稳定地完成了原始积累。时间来到1990年北京亚运会,一股运动热潮席卷全国。王巨冲又从中发现商机,敏锐地察觉到海尔斯

的产品可以从钉鞋扩大到各类体育用品。但对于经验不足的王巨冲来说,扩大规模自己心里也没底。最终在全体老员工和家人的支持下,王巨冲决定放手一搏。

说干就干。王巨冲特意前往上海运动鞋厂学习技术,提高自己企业的生产水平。企业开始购买先进设备进行更新换代。他还果断决定海尔斯需要引进大批人才。王巨冲表示:“引进大学生,为他们提高工资待遇和住房保障。另外,我会亲自带队到全国各地考察人才。”技术、设备、人才的不断壮大和发展,帮助王巨冲成功地完成了企业的规模扩张。二十世纪末,海尔斯便成为了田径项目本土体育品牌的领头羊。1997-2004年,海尔斯连续7年被国家体育总局田径协会认定为中国田径协会比赛专用鞋和专用比赛产品。

B 兴于科研,与国际接轨

时间跨过千禧年,进入新世纪后,海尔斯一直致力于在专业运动产品赛道发力,产品种类也更加全面。此时,一直在不断进取的王巨冲又开始思考如何让产品品质更上一个台阶。“走专业运动产品赛道,需要对科研进行高投入。如何让专业运动员的穿着更舒适,从而创造更好的成绩,一直是海尔斯思考的问题。”在产品科技研发方面,王巨冲决定投入大量人力物力,购入价值数百万元的机器,并且定期对

员工进行培训。高投入也造就了高产出,如今海尔斯拥有的专利已达50余项。而如今,面

对高速发展的互联网,王巨冲也不甘落后。2015年,在他的牵头下,跑跑网App正式成立。跑跑网的成立,让海尔斯也搭上了数字化的快车。

但创业之路并非一帆风顺,王巨冲和海尔斯也曾陷入瓶颈。“随着公司规模成型,生产力水平提升,‘供大于求’的情况开始显现。但企业前些年只埋头苦干,对这个问题的反应较慢,忽略了宣传和开发的重要性,导致无法打开更大的市场。”

如何破局?王巨冲开始着眼于海外市场。2016年,海尔斯成为国际马拉松及公路跑协会(AIMS)全球战略合作伙伴。王巨冲表示:“与AIMS的深度合作,将进一步助力国内马拉松运动文化的形成和传播,鼓励全民参与健



身,为实现体育强国目标贡献自己的力量。”在王巨冲的带领下,海尔斯多次亮相世界路跑大会,逐渐走向国际,被全世界的更多人所看到和熟知。

C 火于赛事,多元化发展

2019年,全国共举办马拉松赛事1828场。而在2016年,这一数据还仅仅是328场。马拉松运动爆火,作为田径项目的老牌运动品牌,海尔斯自然也吃到了红利。产品受众群体扩大,加之企业精准地宣传,海尔斯的发展步入快车道。

宁波成为杭州亚运会的协办城市,为本土的体育品牌同时带来了更多的

机遇。现在回过头总结,王巨冲说:“我们在开赛前很早的时间就做好了准备,最终成为蒙古和斯里兰卡代表队的服装赞助商。未来,我们还将紧紧抓住亚运带来的红利和遗产,优化生产、提升产能、开拓市场,让全世界更多的人知道海尔斯。”

如今,海尔斯的产品种类已达五十余种,涵盖了大部分的体育项目,企业年产值也达到了1亿元。谈及未来,王巨冲表示:“一方面,海尔斯将进一步做全系列运动产品;另一方面,我们还要打造自己的专属品牌赛事。”作为一家近40年的民族企业,王巨冲用“坚持”二字总结自己的创业成功秘诀,他本人也是这两个字最忠实的践行者。

