

第八篇 挑战 (后篇)

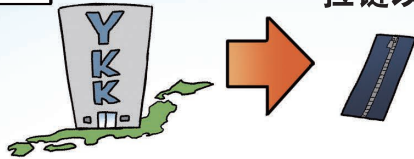


YKK 正面临着—场考验……

20世纪70年代，
在USA有着和日本完全不同的商业模式。

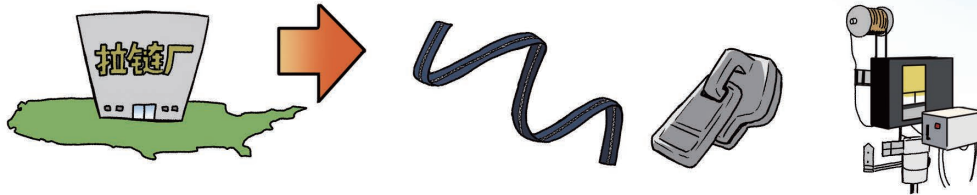
日本

拉链以“成品”交货。



USA

以配件交货，同时把牛仔裤拉链部分的
缝制设备租借给缝纫加工厂。



紧握

并与客户即
牛仔裤生产厂家之间，
建立了长期的信赖关系。

YKK要想打入这块市场
难度非常大。

尽管如此，YKK 并没有因此停下前进的步伐。

首先必须在提高拉链强度和降低成本上超越对手。
于是，负责开发的M站了出来。

坚固耐用，
保证可承受牛仔裤的水洗加工
及最后的成品加工。

日本

必须达到这种产品标准！

M(50)

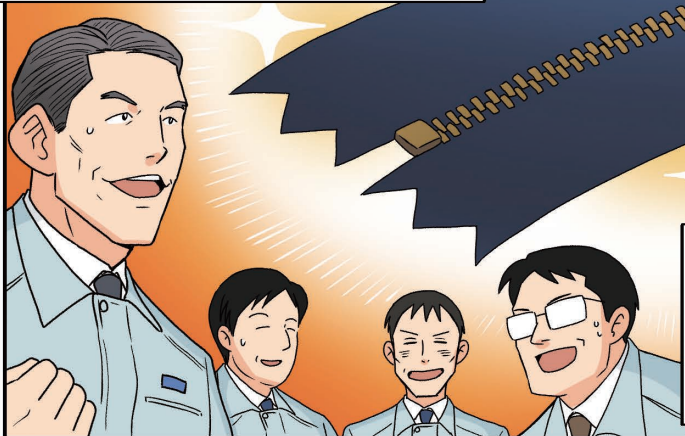
打破各部门间的屏障，
采用一体化联合搞研发等下功夫
改进研究开发工作。



彻底分析其他公司的
拉链产品。

对材质、加工方法和形状选用等
反反复复尝试了数百次……

最终在质量上超越了其他公司的产品。



完成了牛仔裤拉链的研制。

当然, 仅有过硬的产品质量, 还不足以打开USA市场……

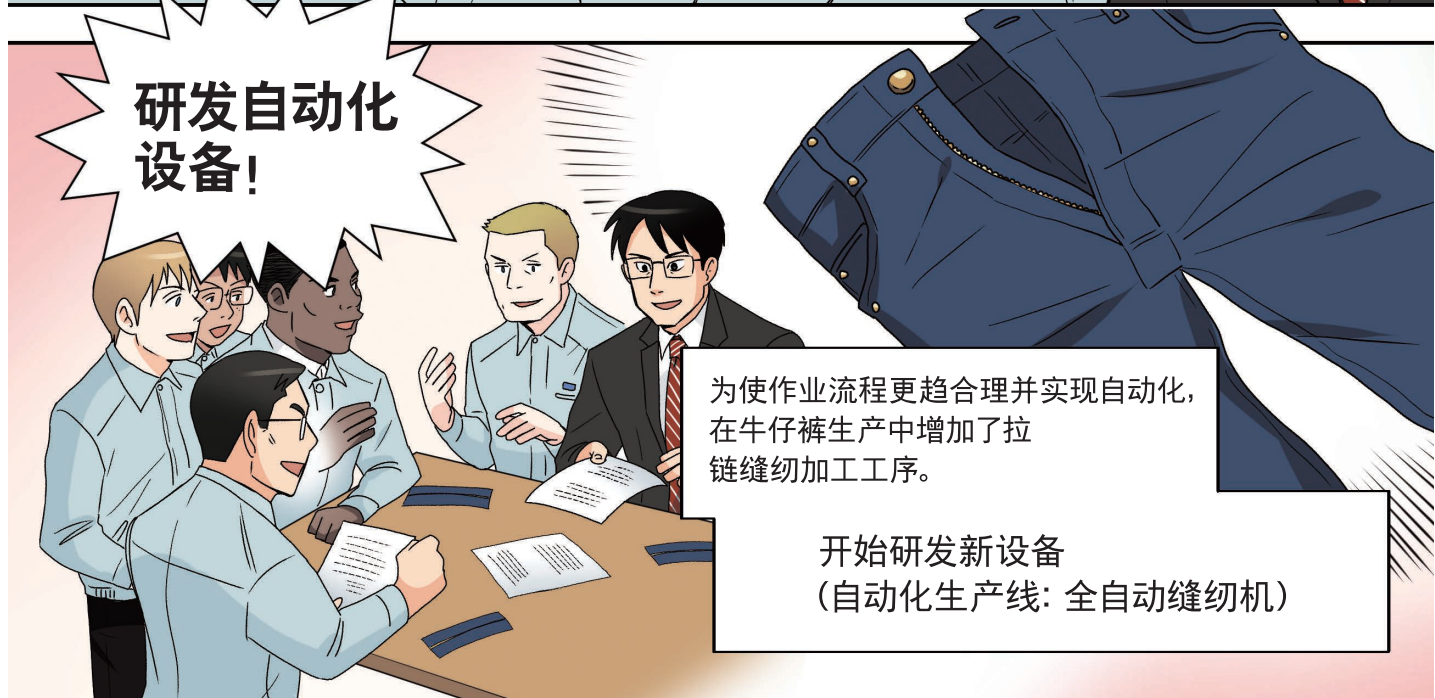
在USA



有办法了……

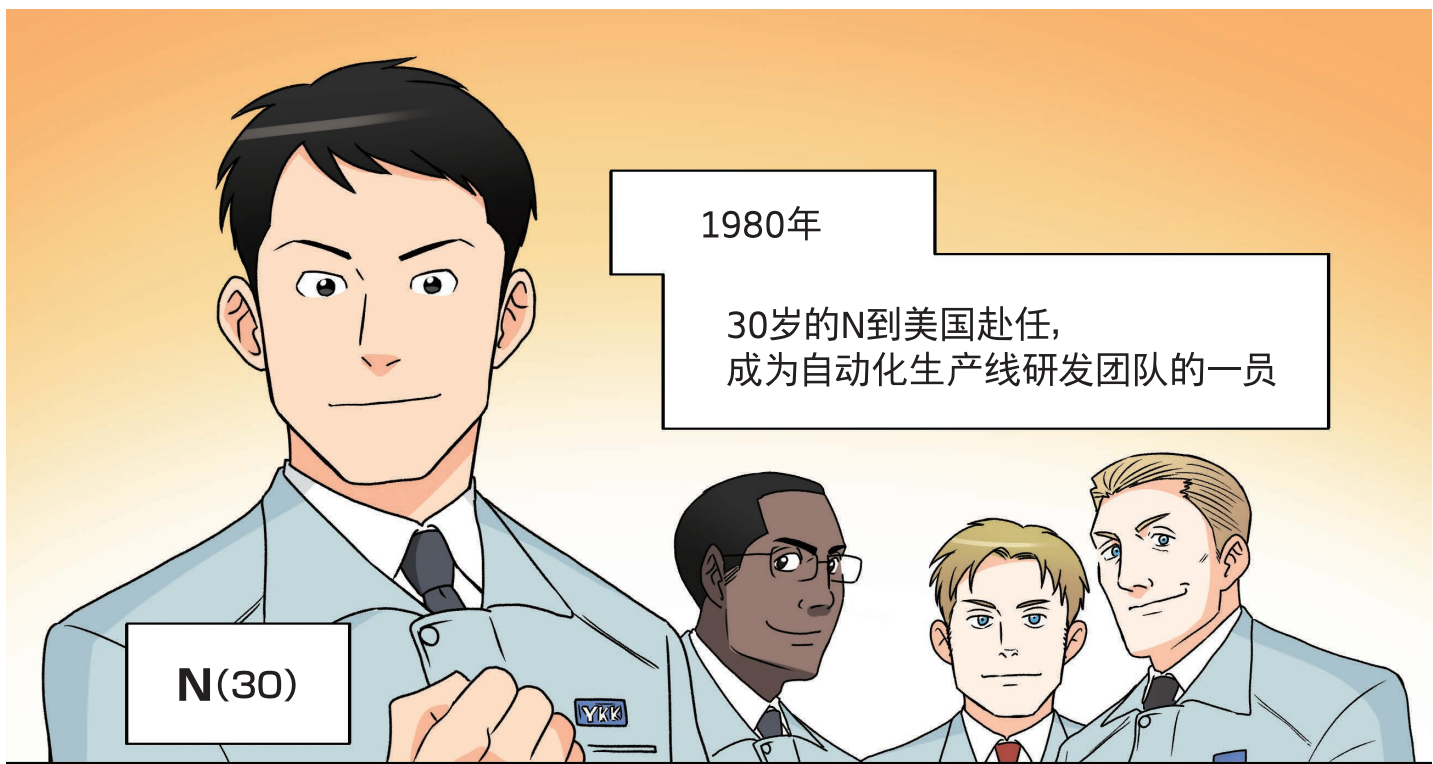
有必要为客户的缝纫加工提供合理的建议。

研发自动化设备!



为使作业流程更趋合理并实现自动化, 在牛仔裤生产中增加了拉链缝纫加工工序。

开始研发新设备
(自动化生产线: 全自动缝纫机)

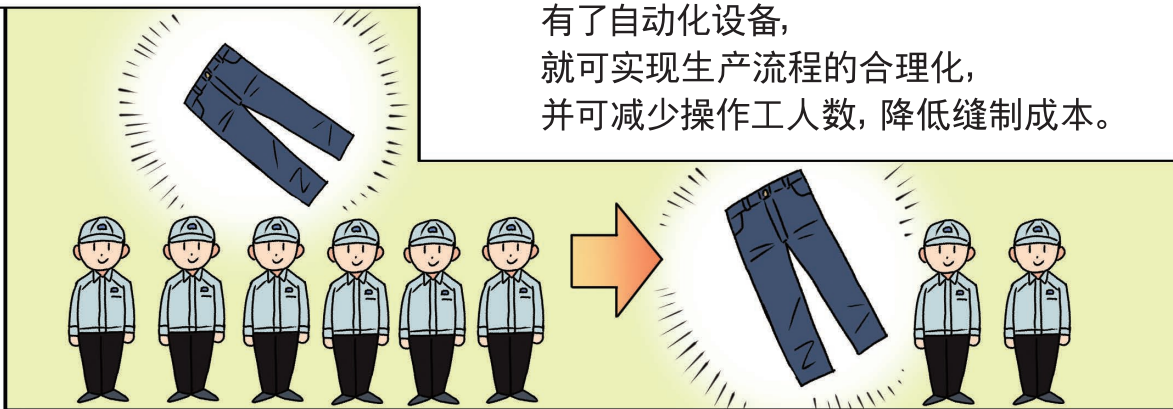


1980年

30岁的N到美国赴任，
成为自动化生产线研发团队的一员

N(30)

现成的设备可以说都是一些“半自动”机械。
仅仅起到辅助“拉链装配”的作用。



有了自动化设备，
就可实现生产流程的合理化，
并可减少操作工人数，降低缝制成本。



日美两国的技术人员
齐心协力投入了研发工作。

几年之后，
融合了USA独具一格的创意与
日本的技术支持。

终于研发出
自动化设备的原型机。

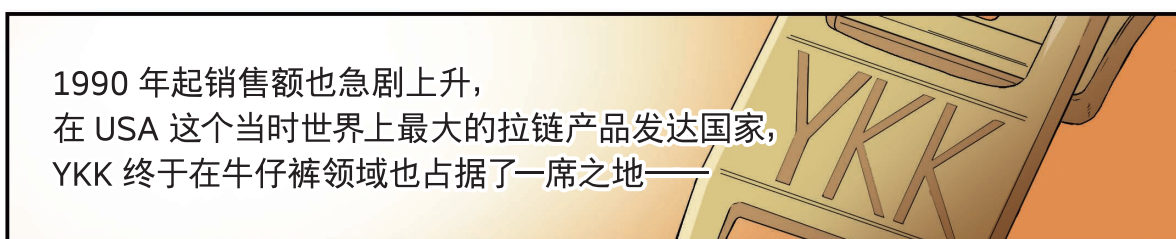
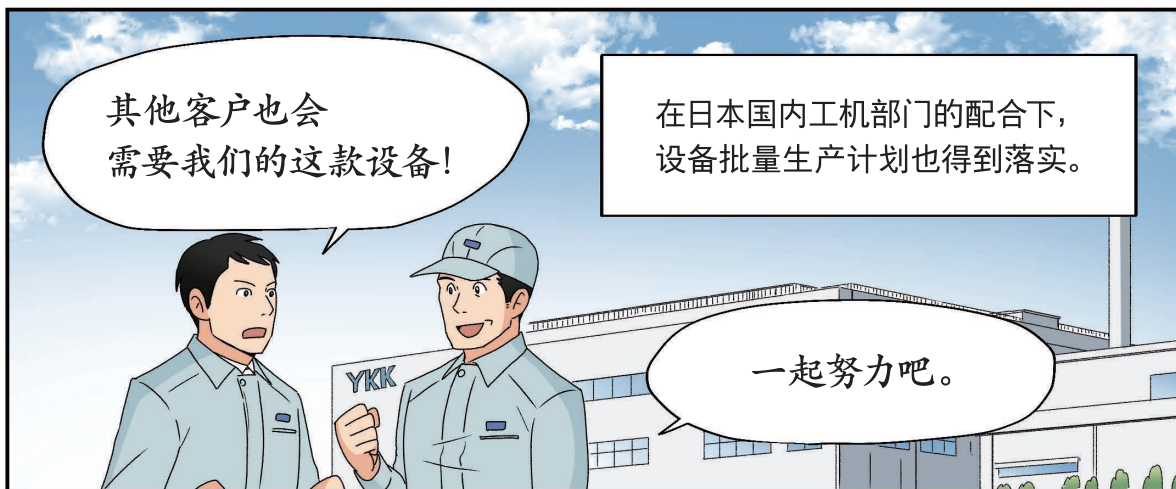
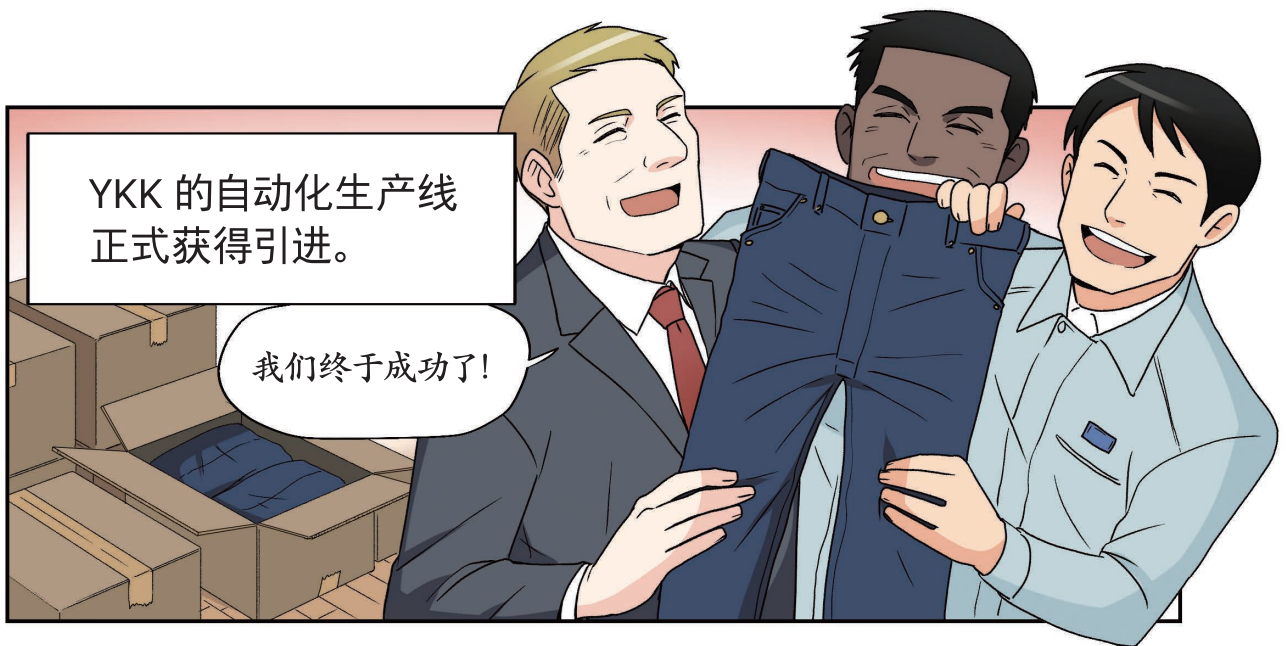
但是，仅在试制车间
的试运行还不够。

必须放到实际的
牛仔裤工厂才能
真正得到检验……

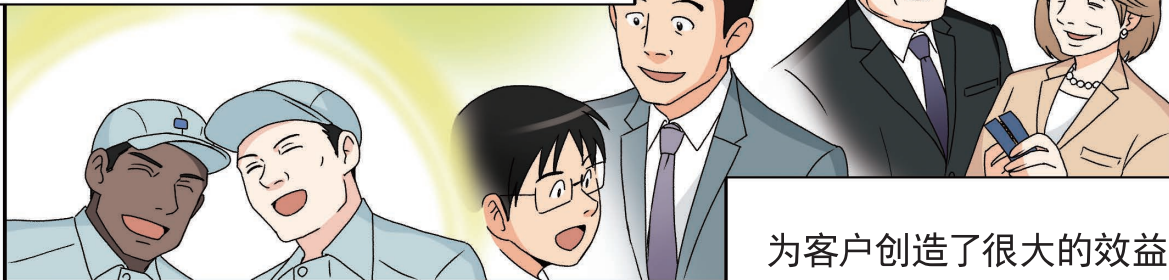
公司销售员日常的真诚待人得到了回报，
平时积累了深厚信赖关系的
某牛仔裤大厂家
决定引进设备测试。

技术人员驻扎在工厂，
反复改进测试……

半年之后……



此后，
通过不断地进行产品研发和改进自动生产线，
以及降低生产成本等，
并认真听取客户的意见，



为客户创造了很大的效益。

以更优的价格、
更快的速度、
提供更好的产品

现在的 YKK 依然继承了老一代的精神。



结束