

孙北平:责任心造就 3612 天“零死亡”

◎理念引领,落实安全责任 ◎倾力四化,保障安全生产 ◎钢规铁律,护航安全生产 ◎率先垂范,履行安全职责

<< P2

新闻简讯

News bulletin

人社部:1370 亿养老金已到账开始投资

4 月 25 日,人社部相关负责人表示,截至 3 月底,北京、上海、河南、湖北、广西、云南、陕西等 7 个省(区、市)政府与社保基金理事会签署了委托投资合同,合同总金额 3600 亿元,其中 1370 亿元资金已经到账并开始投资,其他资金将按合同约定分年、分批到位。此外,2017 年一季度养老保险基金同比增长 25.4%,基金支出同比增长 22.9%,累计结余突破 4 万亿元。

从全国来看,养老保险基金仍保持收大于支,基金累计结余持续增加,确保了全国职工养老保险待遇按时足额发放。(李超)

能源投融资体制改革路线图出炉

近日国家能源局印发《关于深化能源行业投融资体制改革的实施意见》(下称《意见》),首要任务就是充分激发社会资本参与能源投资的动力和活力,明确今年上半年内要建立健全能源投资项目负面清单制度、权力清单制度和责任清单制度。

《意见》要求充分激发社会资本参与能源投资的动力和活力。同时提出,实行能源投资项目负面清单制度,进一步取消下放能源投资项目核准权限,《政府核准的投资项目目录》外的项目,一律实行备案制。第二大清单制度是能源投资项目负面清单制度,要求抓紧制定并试行《国家能源局权力和责任清单》。此外,还需建立能源投资项目负面清单制度。能源项目核准机关要厘清职权所对应的责任事项,明确责任主体,健全问责机制。按照任务分工和进度安排,这三大清单制度要在今年 6 月底前完成。(吴明)

到 2030 年能源消费总量控制在 60 亿吨标准煤内

中国国家发展和改革委员会 25 日对外公布《能源生产和消费革命战略(2016-2030)》,计划在能源生产和消费领域推行一场重大革命。《战略》给能源消费划出多条“红线”:到 2020 年,煤炭消费比重进一步降低,清洁能源成为能源增量主体,非化石能源占比达到 15%;单位 GDP 二氧化碳排放比 2015 年下降 18%;单位 GDP 能耗比 2015 年下降 15%。

到 2030 年,能源消费总量要控制在 60 亿吨标准煤以内;非化石能源占能源消费总量比重达到 20%左右,天然气占比达到 15%左右,新增能源需求主要依靠清洁能源满足;单位 GDP 二氧化碳排放比 2005 年下降 60%-65%,二氧化碳排放 2030 年左右达到峰值并争取尽早达峰;初步构建现代能源体系。(李晓喻)

休刊启事

本报 4 月 29 日、5 月 1 日休刊。祝大家节日快乐!

本报编辑部

九天绿健康产业集团

aleenn 九天绿

专注健康产业

专注药食同源

专注治未病工程

热线电话:400 990 3393

新闻热线:028-86637530

投稿邮箱:cjb490@sina.com

企业家日报微信公众平台二维码

中国企业家网二维码

本报常年法律顾问为闫永宁律师

手机:13609110893

北方股份:唯有创新 别无他途



郭新燕 张远加 文 / 图

“惟改革者进,惟创新者强,惟改革创新者胜。”近年来,北方股份坚定不移地推动改革创新,推进市场化机制进程,搭建平台推动转型升级,不断深化改革,保持创新活力,迎来新的发展机遇。

近日,北方股份建成我国最大电动轮矿车总装车间。随着车间相关设备的迁入和生产线的投产,将彻底解决长期以来影响企业生产能力提升的瓶颈制约,企业系列电动轮矿车产能将在当前年产 70 台的基础上逐年提升。

实际上,从“十二五”开始,北方股份便惊喜不断:2012 年,北方股份入围“全球工程机械制造商 50 强排行榜”,是我国首个凭借单一产业入围的企业;2013 年,实现矿用汽车销售 470 余台,占全球销量的 10%。产品现已实现全国所有省级区域全覆盖,占据国内 80% 以上市场份额,国外市场拓至全球 63 个国家;累计总销量名列全国第一,世界第三。

打造“五位一体”营销体系

“不谋万世者,不足谋一时;不谋全局者,不足谋一域。”为适应和满足大客户采购方式的转变,北方股份在产品直销的基础上,创新和开拓合作模式,逐步构建了以共同承包、互助营销、体验式营销、定制式营销、金融平台营销为主要方式的“五位一体”营销体系。

共同承包矿山开采业务,构建利益同盟关系。北方股份不再局限将自身定位为单纯的设备供应商,而是立足整个矿山价值创造。通过与实力强大的设计院、矿业公司合作,联

合承包矿业开采业务,以设备供应的方式共担风险、共享收益,以提高自身在矿业开采全产业链的重要地位。双方拥有共同的利益驱动,能够构建起紧密的战略同盟关系。

广泛开展互利营销,“抱团取暖”谋求发展。北方股份主要目标市场之一是钢铁行业,而矿用车生产过程中钢铁采购量极大。北方股份利用与客户产品的互补性,双方互为供需关系,为双方在经济形势较好时快速发展,在经济步入劣势时“抱团取暖”打下了基础。

体验式营销开“新局”,疏通合作渠道。北方股份在开发新市场或者将新产品提供给客户使用时,往往采取体验式营销的方式,将样车产品提供给客户免费使用,同时搭配与正常售车同样标准的服务。在这一过程中,既能

及时发现样车存在的问题,又能实时进行改进提升,充分满足客户的个性化需求,提高最终采购成功率。

定制式营销造新优势,满足客户个性化需求。北方股份以大客户需求为导向,为客户“量身定制”,重新配置系统,构建了小批量、定制化、个性化的设计、营销方案,在市场开拓中凸显自身综合技术优势。

金融平台营销开辟“新阵地”,民营市场拓宽需求空间。长期以来,北方股份营销模式以直销为主,付款方式和比例较为固定。但随着国家对民营资本的放开,越来越多的民营资本开始进入到矿山开采领域,产生了一大批承包商和个体户。面对兴起的新兴市场,北方股份注重抓好区域大客户营销工作,通过重点攻关民营客户群体里开采量较大、采购需求较多的客户,将这部分潜在需求变成了实实在在的订单。

创新谋发展,合作谱新篇

北方股份通过整合国际资源,与大客户海外项目联手协作共赢海外市场,特别是非洲、东南亚的大批发展中国家,以及俄罗斯、蒙古等国,出于发展经济的需要,能源开采和基础设施的持续升温带来了矿用车的强劲需求。

“借力”大型央企海外投资项目,“借船出海”布局海外市场。借助国内多家大型央企的海外投资平台,凭借矿用车优良的性价比快速切入海外市场,逐步扩大在当地的影响力,扩充营销空间。2013 年,公司通过“借船出海”方式实现出口的矿用车占全部出口数量的比例接近 70%。

“借力”海外代理商营销网络,深度扎根目标市场。借助国内多家大型央企的海外投资平台,凭借矿用车优良的性价比快速切入海外市场,逐步扩大在当地的影响力,扩充营销空间。2013 年,公司通过“借船出海”方式实现出口的矿用车占全部出口数量的比例接近 70%。

“借力”海外代理商营销网络,深度扎根目标市场。借助国内多家大型央企的海外投资平台,凭借矿用车优良的性价比快速切入海外市场,逐步扩大在当地的影响力,扩充营销空间。2013 年,公司通过“借船出海”方式实现出口的矿用车占全部出口数量的比例接近 70%。

[下转 P2]

食品安全体现了一个企业的责任与担当

安徽省政府代表团莅临双汇参观考察

本报记者 李代广

4 月 15 日,安徽省委副书记、省长李国英,安徽省副省长方春明带领安徽省政府代表团莅临双汇参观考察。河南省副省长王铁,漯河市委书记马正跃,市委常委、市委秘书长孔祥智,市委常委、常务副市长高喜东及双汇集团总经理张太喜陪同。

双汇第一工业园内,绿草青青,生机勃勃。下午 3 时许,安徽省政府代表团抵达双汇第一工业园,双汇集团总经理张太喜与李国英一行一一握手,表示欢迎。漯河市委书记马正跃首先对代表团表示热烈欢迎,并介绍了漯河市食品产业发展成果。他表示:此次安徽省政府代表团莅临漯河考察、传经送宝,为我们提供了一次好的学习交流机会,恳请各位领导对漯河工作多提出宝贵意见,以便更好地推动漯河各项工作开展。

双汇集团总经理张太喜代表万隆董事长



和全体双汇员工,对代表团莅临考察表示热烈欢迎,对安徽省政府和芜湖市政府对芜湖双汇的关心和支持表示感谢。张太喜向代表团介绍了双汇 30 多年的发展历程,表示双汇母公司万洲国际进入世界 500 强成为全球最大的猪肉食品企业,是广大消费者支持的结果,张太喜殷切希望安徽省政府和芜湖市政府以及各位代表团领导,继续关心和支持芜湖双汇,使芜湖双汇为当地经济发展做出更大贡献。



张太喜陪同李国英一行来到屠宰车间参观走廊,整齐干净的屠宰车间内,自动流水生产线有序转动,员工们熟练认真地操作,每割一刀都要消毒。李国英等看到在线生产高瘦肉头检验的场面连声称赞:“双汇集团高度重视食品安全,体现了一个企业的责任与担当,食品行业需要更多的双汇集团。”

在生鲜品展厅,张太喜向李国英等介绍说:我们根据消费者的不同需求,把一头猪分

解成 260 多个产品,双汇有 2000 多辆冷藏物流专用车辆,根据各地需求,及时配送到各个销售网点。双汇在全国有 30 多家分厂,除新疆、西藏外,双汇的产品均可朝发夕至。李国英听后连连点头。

在肉制品展厅,双汇王中王、双汇大香肠、腐皮鱼卷、渔乐圈香肠等数百种双汇产品琳琅满目。张太喜向李国英一行介绍说:“双汇生产的肉制品有 600 多个品种,这里展出的只是部分产品,我们发挥中美协同效应,利用美国生产设备和原料,生产 Smithfield 品牌的美式培根、火腿、香肠高端产品,投放市场后很受消费者欢迎。我们利用中国‘双汇’和美国‘Smithfield’两大品牌战略,在市场上有很大的互补性,发展空间巨大。”

最后,李国英表示:“双汇紧盯市场需求,研发了众多质量上乘、附加值高的产品,不愧是中国乃至世界一流的食品企业。双汇经验值得安徽食品企业学习借鉴。”

引领心身健康 容拳成就梦想

www.rongquandao.com

纯正美国味

来自 Smithfield

进口 Smithfield 猪肉原料

美式培根 美式火腿 美式香肠