

锻就彩练当空舞

——记四川省杰出企业家靳文生带领重汽王牌拼搏创新实现可持续发展

66 从 2010 年 9 月重组挂牌至今，在靳文生的带领下，重汽王牌不断强化管理创新、提升产品质量、加大技术升级、注重新能源汽车等新产品开发、推进精益生产、创新营销模式、积极开拓国际、国内市场，全力塑造品牌形象。如今，重汽王牌正以稳健发展的速度兼具核心竞争力的姿态，不断擦亮着“重汽王牌”这一张金名片，夯实着中国重汽集团挥师西部“桥头堡”的战略基础，在新形势下以王者的风范开始展现出优美的舞姿。

99



●靳文生董事长

■ 本报记者 赵健

重汽王牌，植根在新近晋升的国家中心城市——成都。

今年 7 月，2016 年度四川省机械工业 50 强企业评选结果在成都发布。中国重汽成都王牌商用车有限公司凭借在科技、产品和生产规模，以及销售每年持续保持着 25% 以上增长速度的业绩名列第 10 位，进入前十强。这充分表明，重汽王牌已经发展成为西部地区颇具实力的汽车企业，在中国汽车市场的版图上，抢得一席之地，占据了有利位置。

找准定位谋发展

七年，在时间长河中短如白驹过隙。然而，重汽王牌在重组这七年的发展历程中，变化却是翻天覆地的。宽敞明亮的厂房，现代化的流水生产线，品种齐全的各类产品，员工饱满的工作状态……这些都和重组前有着天壤之别。

如何将中国重汽集团在国内重型汽车市场上保持的产品在技术、性能、质量、服务、性价比等方面的优势与重汽王牌企业自身进行有效融合，从而在激烈的市场竞争中打造出企业的核心竞争力？

如今已经是重汽王牌董事长、党委书记的靳文生坚持认为，要在思想观念上有着深刻变化，要有不断否定自己、战胜自我的信心和勇气，不断正视面临的困难，努力打破各种坚冰的桎梏，积极通过企业管理、技术和产品的不断创新，找准企业在市场的准确定位，扬长避短，才能走出一条有自我发展特色的道路。

在激烈的市场竞争中，企业靠技术、靠产品创新赢得市场、求得生存已成必然之举，能够根据市场的变化适时创新和锐意变革的企业才是永恒的企业。在激烈竞争的情况下，若不大力发展新产品，企业的风险必定很大，不断创新是避开产品线没落的唯一途径。这一点，靳文生极力推崇。

靳文生认为，成都王牌重组以后，最富有成效的工作之一就是坚持技术创新和不断进行新产品开发。这是缘于，用户最大的满足莫过于对产品需求的满足。

因此，重组一开始，时任总经理的靳文生就明确提出了“产品大切换”这一革命性概念。首先从优化产品结构入手，一方面，对原有王牌产品进行全面的开发改造，逐一梳理，从产品配置、技术工艺全方位进行改进完善和质量提升。另一方面，实施对原有产品的切换全覆盖，开发更新换代新产品和微型卡车产品。着手研发并推广 7 系列新产品，借此重塑全新的重汽王牌品牌形象。

与此同时，重汽王牌先后投入 6 亿多元建成冲压、焊装等全自动化生产线，提高了工艺装备水平和生产能力。全新的厂房、生产线、机器人设备将重汽王牌以一个全新的面貌推至一个崭新的起点。

随后，经过重汽王牌产品改进实施的“011 工程”，以及建成的“012 中重卡生产



●靳文生董事长（右二）带领常务副总经理石建利（左一）、副书记兼纪委书记工会主席吴坤生（左二）等领导班子成员经常下车间检查指导落实各项工作

程”，重汽王牌的产品结构调整取得根本性变化，形成轻卡、重卡两翼齐飞的格局。产品系列由原来的 2 个增加到 5 个，基本涵盖了货车的所有品种；拥有的专利技术授权达到近 410 个，其中有 15 个发明专利，产品技术、质量有了较大的提升，公司的核心竞争力正在得到加强，并由整合稳定、打好基础，到了今天加速发展的阶段。

培育优势强核心

今天看来，中国重汽重组成都王牌绝非简单的一次叠加。如何求解重组中“1+1>2”，已不属于算术题的范畴，而是一道多元方程式。因为，重汽成都王牌要在集团公司领导下，遵守中国重汽的各项管理制度基础上，着力解决好产品配套、市场拓展、技术同步、管理接轨、文化融入等方面的实际问题，而努力解决好这些问题，重汽王牌才会完全融入中国重汽并放大所产生的“叠加效应”。

靳文生深知，产销量的提升，只是企业立足的必然选择。因而，在靳文生和他带领的团队制定的发展战略步骤中，企业进行了一系列重大的提升工作：产品质量要提升，这是企业发展的根本保证；自主创新能力要提升，这是企业可持续发展的前提；市场营销和服务体系要提升，这是企业生存的重要手段；各项管理水平要提升，这是企业综合实力的体现。他强调，只有把这些提升工作做好，企业的各项事业才能迈上新的平台，才能缔造新的跨越。

于是，靳文生带领重汽王牌大张旗鼓地开展了一系列内部的管理改革，以生产精益化管理为抓手，全面做好现场管理工作，加强了费用预算、收入预算、经营成果预算等全面预算管理；升级了“财务+生产”成本管理方式，在生产经营活动中，严格按照预算控制开支，严格费用审批、超预流程，完善了物资装车结算一条龙审核和车间制造成本核算体系，积极研究试行模拟独立核算模式。



●重汽王牌的产品结构调整取得根本性变化，形成轻卡、重卡两翼齐飞的格局。

能立于不败之地。而要做到这一点，靳文生认为，唯有不断的创新。

在提升产品品质中，重汽王牌一直致力于精品的打造。在靳文生眼里，质量是生命，质量是效益，质量是品牌，质量是信誉。他因势利导提出了重汽王牌“精品工程”发展战略理念。

从质量门设立，再到质量承诺，然后到质量禁令的实施，重汽王牌在产品制造过程中，不断强化员工质量意识与装配操作技能水平，从细节质量做起，再到整车品质打造，公司始终践行“用精品打造精品，用精品奉献社会”的理念。

为此，公司狠抓质量不放松，从质量源头抓起，注重采购质量、装调质量、设计质量。结合市场客户需求，通过采取系列措施与执行，全面对产品进行了规划与提升，着力对整车性能优化、驾驶室技术状态、底盘技术状态、电器技术状态整顿、涂装质量、标准件、上装技术状态进行 7 大提升，实现了 64 项改进，81 条提升。

精品工程的实施，升级和优化了公司产品体系，形成了公司高端制造、高端产品的品种优势、品质优势、成本优势，全面带动了公司产品品牌、质量和效益的全面升级，增强了产品竞争力、企业盈利能力。

为打造精品，提升员工质量意识，公司着力塑造企业工匠，以工匠精神带动全员参与质量提升。真正打造出一流王牌汽车，建造一流企业。同时，以工匠力量激励其他员工，让全员牢记质量责任感与使命感，立足本职工作，精心操作，打造精品，实现了企业的产品从四川制造到四川创造的转变，从而真正实现企业品牌的树立，实现建百年重汽，创世界王牌这一梦想。

拓展市场显实力

如今的中国，变化日新月异，甚至可以移步换景。当你开始关注变化的本质，而不是变换的结果，你就会越来越深刻地体会到其中的那股规律波。抓住了趋势，就抓住了机遇。

重汽王牌重组前后一段时间，企业产品销售重点集中在西南地区传统市场。而对于国际市场，企业一直是空白。随着国内市场竞争日趋白热化，重汽王牌在打造精品战略过程中，着手参与国际市场的较量与竞争。组建了专门的国际市场部，并选拔一批高素质、高水平的实干人员组成优秀国际市场开拓团队，吹响了向国际市场进军的集结号。

2011 年，首批 40 辆出口斯里兰卡，正式打破了重汽王牌产品海外出口的零突破。实现了海外市场零突破后，重汽王牌渐渐在海外市场打开了新天地，先后产品出口缅甸、越南、老挝、巴拉圭、菲律宾等多个国家与地区。2015 年，中重卡产品也实现了一次性出口越南 200 辆。

2017 年 7 月，借着国家“一带一路”发展战略实施，重汽王牌以东南亚为主要目标，积极发展本地市场，与当地经销商建立战略合作关系，建立销售网络、服务点，促进王

牌汽车整车出口不断取得新成果。而作为缅甸市场，又是王牌汽车布局东南亚重要的整车出口阵地。经过积极开拓与合作，与缅甸 TRP 公司建立贸易关系，成功签署了 1500 辆王牌汽车订购大单，自缅甸市场合作以来，累计在当地实现销售 2165 台，贸易总额达到 2580 万美元，重汽王牌经销服务网点，经销服务网络已覆盖缅甸 80% 以上的区域，从而为公司东南亚扩大出口市场规模，奠定了坚实的根基。

如今，重汽王牌产品已在海外近 60 个国家与地区实现销售，累计出口产品达 5000 多辆。成为了四川省商用车出口标杆企业，四川省汽车出口量最大的生产企业，不断打响了“四川造”、“王牌造”在国际市场的品牌影响力。这为王牌产品进军国际市场大扩张，提升重汽王牌品牌度与企业形象奠定了坚实基础。

和谐发展树形象

面对如今市场的瞬息万变，犹如逆水行舟，不进则退，这就客观上要求人们要时刻保持清醒的头脑，不以物喜，不以己悲。是主动还是被动地参与竞争，这不仅要看取决于自身的规模和实力，更需要树立战胜自我、超越自我的信念。

靳文生上任后深知，重汽王牌的重组不仅是资源的重组，更是思想理念、核心价值观、企业文化的重组。基于此，稳定并快速植入中国重汽先进的企业文化，以“用精品打造精品，用精品奉献社会”的价值观，用“科学发展，诚信经营，精心操作，实现最佳效益”的管理理念贯穿经营工作全过程显得尤为重要。

常言道：文化似水，润物无声。重汽王牌重组之后，一方面快速建立起党政工团组织机构，强化员工的思想政治工作，加强职业素质、业务技能培养，积极为员工办理相关社会保险，解除了员工的后顾之忧，促进了员工队伍的稳定。另一方面，积极加强人才队伍优化建设，提高员工队伍素质，推进民主管理，着力创造生动活泼的生产经营局面，极大地调动起员工积极性。同时，选拔优秀年轻员工培养锻炼，许多有管理思路、有责任感和工作热情、能打硬仗的年轻员工充实到干部队伍。

七年多时间的历经磨砺，重汽王牌锻造了一支勇于拼搏、无限忠诚于企业的干部职工队伍。树立起坚持以发展为主题，树立时不我待，只争朝夕的创新发展的，强化速度战略意识，激发起紧迫的进取精神。

重汽王牌领导班子励精图治，率先垂范：靳文生的家人在济南，他长期与家人分离，老母亲脑溢血病重，他不能守在身边陪伴，女儿参加高考，也只有独自应对，家里的大凡小事，只有他爱人一手操持；广大干部职工更是主动放弃休息，加班加点……为了企业的发展，这样的故事不胜枚举，全厂上下齐心协力，团结一致，全力以赴地拼搏在各自的岗位上；大家都努力着，期盼着在改造中求发展，在改革中求振兴，在不断完善自我中把企业做优做强。

众所周知，领导者的思路决定企业的出路。七年来，以靳文生为首的重汽王牌的领导班子大胆改革，锐意进取，既赢得了市场，得到了集团公司的高度评价，职工看到了发展方向，更赢得了来自各方面的信任和支持。

今年 6 月，靳文生获得四川省杰出企业家荣誉称号。他现在还担任四川省成都市工商联副会长、市企联、企协副会长、成都市人大代表。在他的带领下，重汽王牌公司先后获得四川省高新技术企业、四川省企业技术中心、四川省名牌产品、四川省质量消费放心品牌示范点单位、四川省商用车出口第一和出口免检资质标杆企业、成都市大企业大集团、成都市著名商标、成都市 100 强企业等多种荣誉称号。

在全心投入企业发展的进程中，靳文生还十分关心社会和谐发展，热心公益事业。秉承集团公司反哺社会，以实际行动履行社会责任的优良传统，靳文生带领重汽成都王牌主动积极参与社会公益活动，先后为地处偏远山区云顶山捐款修建公路，为城乡无偿清洗街道和园林绿化，获得了政府“爱心企业”的荣誉称号。

2012 年重汽王牌拿出数万资金举办“王牌微关爱西部教育”活动，帮助四川攀西、云南、贵州、重庆等地方贫困山区学校进行系列助学活动，支持贫困地区的教育事业，积极践行企业的社会责任。

沧海横流，方显英雄本色；妙手回春，始显脊梁峥嵘。2017 上半年，重汽王牌各项经营指标都有了较大的增长。1-7 月份产销各类车辆 2.4 万辆，同比增长 25.81%。实现销售收入 200368 万元，同比增长 69.11%。实现利润总额 1596 万元，同比增长 101.81%；上缴税金 5350 万元，同比增长 218.07%。

重汽王牌的发展正经历了由量变到质变的过程，具备了技术优势、品牌优势、价格优势、人才优势和网络优势，提升了企业的整体素质，树立了全新的企业形象，积聚了发展的动力，增强了参与市场竞争的综合实力。人们期待着重汽王牌在未来的发展一定会带来更多的惊喜，创造出更加辉煌的业绩。



●重汽王牌产品已在海外近 60 个国家与地区实现销售，累计出口产品达 5000 多辆。成为四川省商用车出口标杆企业，四川省汽车出口量最大的生产企业，不断打响了“四川造”、“王牌造”在国际市场的品牌影响力。