

## 8 管理之窗 Management

# 徐工深入布局全球市场 以技术创新迈向中高端

目前,徐工布局全球,高效利用国际区域优势研发资源,嫁接全球高端资源进行适应性开发和自主创新,先后组建徐工研究院及欧洲、北美、巴西、印度等五大研发中心,全面开展新产品开发、产品适应性、共性技术及实验技术研究,初步建立起能够支撑整个徐工集团国际化拓展的研发和技术平台,显著提高了徐工在相应关键零部件与产品领域的研发能力。目前,徐工欧洲研究中心产出的核心技术,使中国企业首次拥有液压系统关键技术,实现了行业突破性发展。

目前,徐工拥有国家认定企业技术中心、高端工程机械智能制造国家重点实验室、中国合格评定国家认可委员会(CNAS)、国家级工业设计中心等四个高端研发平台,拥有6000多人的研发队伍和100多位外籍专家。全球工程机械技术大咖们在徐工的舞台上挥洒着自己的智慧,让这个有着半个世纪渊源的老牌国企越来越有创新生机,更越来越有国际范儿。

### 屡屡突破的高端技术

正如徐工集团董事长王民所说,“现在跨国公司正携几十年的品牌技术经验,从高端向中端市场逼近,我们必须勇敢地向中高端跨越,向国际市场挺进。”市场上的肉搏战,归根到底是核心技术的创新战,只有从“制造”向“智造”转变,徐工的名字才能在全世界更加响亮,中国产品和品质才能真正跻身世界工程机械“豪华俱乐部”。

基于这样的认识,徐工聚力实现施工应用技术、液压传动技术、动力传动技术、智能控制技术、结构优化技术5大专业方向关键核心技术的突破创新,近年来先后在SLS快速成型系统关键技术研究、LNG发动机油性能研究、动力传动系统匹配技术研究及起重机抗电磁干扰技术研究等多项基础性研究中取得突破,多项技术指标达到并超过国际先

徐工集团董事长王民说,“现在跨国公司正携几十年的品牌技术经验,从高端向中端市场逼近,我们必须勇敢地向中高端跨越,向国际市场挺进。”市场上的肉搏战,归根到底是核心技术的创新战,只有从“制造”向“智造”转变,徐工的名字才能在全世界更加响亮,中国产品和品质才能真正跻身世界工程机械“豪华俱乐部”。

进水平,在世界工程制造的云端展露了中国企业的风范。

其中,徐工聚焦XE470C挖掘机、QY70K-I汽车起重机、XM101K铣刨机、CV122压路机、GR180D平地机五大项目领域的减振降噪研究,开展全生命周期设计技术研究,使五大产品技术领域的振动和噪声性能显著改善,达到国际水准,并在该技术实现总体达到国际先进、部分达到国际领先水平,超亮眼成绩单。

### 惊艳全球的高端产品

10月15日,以“技术领先、用不毁”为主题的“徐工道路2018高新产品发布会”召开。涵盖6大类、23个系列、100余台徐工筑养护机械设备整装列阵,惊艳了全球用户,充分展



“全球第一吊”徐工4000吨级履带起重机在烟台成功实现全球首吊

现出徐工强大的高新产品技术和竞争实力,也再次印证了徐工攀登行业珠峰的雄心和实力。

而此次发布会的主题——“技术领先、用不毁”,正是王民董事长收到德国“工匠精神”的启发,于2016年向全球发布的徐工产品金标准。金标准体现了王民以及徐工集团对高质量、高标准的自觉追求。在这一追求下,徐工集团突破了高端产品创新与关键零部件技术难关,在过去起重机、压路机、装载机三大核心产品的基础上,增添了挖掘机、混凝土机械、桩工机械、重卡与环境产业“新五样”具有全球行业竞争力的主力板块。

目前,徐工拥有全球最大吨位全地面起重机、全球最大起重力矩履带起重机、全球第一高度的举高喷射消防车等多项全球之最产品,每年诞生100多个国内首台套产品,并涌

现出一大批高端代表产品系列。其中,徐工G一代全地面起重机攻克了“智能臂架”等行业最高水准的15项关键技术;徐工新一代XD“3”S系列双钢轮压路机打破了国外在67Hz高频振动领域的技术垄断;全新一代V系列装载机,应用APD自动功率分配技术全面提升产品性能……一个个高端系列的陆续问世,让世人感受到了徐工新一代产品智能化、高可靠性的中高端品质,也让徐工的登顶梦想不再遥远。

如今,提到徐工的技术创新,王民董事长反复强调,正是因为全面发力高端产品创新和市场国际化开拓,才让徐工集团取得了逆势发力、加快转型的发展成就。相信未来的徐工一定会以技术创新为指引,继续坚守改革,向产业中高端跃进,向全世界贡献一个源自中国的优秀世界级品牌。(中新网)

## 学习规范 用好规范 提升管理

近日,中铁八局建筑公司总经理赖佳兵和总工程师彭舸带队到贵阳北动车二所项目部进行“学规范、用规范”现场调研。

赖佳兵一行深入施工现场,在存车场、林渡大桥、下穿贵开框架桥等重点工程部位对工点管理人员质量控制规范、安全卡控要点的熟悉程度进行了随机抽查,检验他们对各种施工规范的掌握和应用情况,并结合施工现场对管理人员进行了现场指导。

“学规范、用规范”是工程项目技术管理的重要内容,要力求学以致用,知行合一,以规范项目管理,确保工程安全和质量处于受控状态,达到“干好活”的终极目标。施工管理人员要学习规范,结合现场用好规范,在不断学习和总结中提升管理水平和素养。赖佳兵指出,在集中学习并开展针对性培训的同时,深入一线,将规范用到每一个工点、每一道工序上,做到理论结合实际,逐步加深对规范的理解并熟练掌握,达到规范、快速解决施工现场问题和提升技术管理水平的目的。

实践证明,工程管理人员要勤跑工地,勤做记录,到实践中去观察、去磨练,才能使自己在“学规范、用规范”的具体实践中不断得到充实和提高。(罗晓丹)

## 变罚为奖 给企业带来的启示

某县是一个山区小县,在创建卫生和文明城市过程中,城区时有花卉不翼而飞。为此,县城市管理局便在县电视台和广播中打出告示:“凡检举偷窃花卉者奖励500元。”从此以后,城区街道上再未丢失过花卉。有人好奇地问,为何不写成“凡偷窃花卉者罚款500元?”相关管理人员答道,如果那样写的话,只能靠我们有限的几个工作人员去监管;这样写却可以调动市民的积极性,让大家都参与管理……

由此,联想到我们的企业管理。现代企业管理尤其需要员工人人参与。对管理者而言,真正意义上的成功必然是团队的成功。脱离团队去追求个人的成功,这样的成功即使得到了,也是不牢靠的。管理必须扭转少数人管,而大多数人被动受管的局面,让广大员工都来参与管理,成为管理的主人,这是企业管理的成功之道。

中国企业在打造世界一流企业的进程中,管理起着至关重要的作用。加强和改进管理,就要积极发挥广大员工的作用。拿对企业的效益生命攸关的成本管理来说,就要广泛树立成本可控理念,形成人人关心成本管理、人人参与成本管理的局面,构建全员、全方位、全过程的成本管理组织体系,将成本管理责任落实到每一个环节、每一步工艺、每一个部门或车间,直至落实到每一台设备设施、每一个员工,加强生产经营过程跟踪分析和监控,组织广大员工对标先进,查找差距,研究办法,落实措施,改进工作,方能收到降低成本的实效。(陈楠)

## 华为云计算布局中国北疆:打造中国“数据高地”

华为软件技术有限公司与哈尔滨市政府10月23日共同签署华为哈尔滨云计算产业战略合作协议。双方将依托哈尔滨在大数据应用方面的优势,在灾备数据中心、软件开发云、城市产业云等领域进行全方位合作,共同打造中国的“数据高地”。

近年来,在中国官方推进“供给侧改革”的大背景下,哈尔滨凭借环境地理、能源电力充足,以及高校人才集中等优势,积极发

展以“云计算”、“云数据处理”为代表的高新技术产业,并配建了“中国云谷”用以发展相关产业。

根据之前中国官方发布的信息,2016年(第15届)中国软件业务收入前百家企业名单,华为以软件业务收入1786亿元人民币,连续十五年蝉联软件前百家企业之首。根据协议,华为“云计算”落地后,将推进哈尔滨创建“中国北方数据中心”,并在哈尔滨

建设容灾备份数据中心,面向国家部委、省市政府、大型央企国企、金融企业等单位提供容灾备份服务。

“哈尔滨市已将软件产业定位为未来发展的战略性新兴产业。”哈尔滨官方相关负责人在签约现场表示,作为目前中国最大的软件企业,华为“云计算”的落地,将为哈尔滨大数据产业发展提供重要的基础设施支撑。(史轶夫 杨拓)

### 管理日记

## 建立自己的“顾问团”

■ 联邦快递中国区副总裁 陈信孝

当你是组织中的最高主管,别人会变得比较不愿意或不敢跟你说哪些地方不好,可是当位子越来越高,这方面需求就会越来越大,否则你没办法看到全貌。所以对比较不爱开口的主管,我跟他们一

对一碰面时,会提醒他们这方面多做一

些。我常常建议经理,要有个自己的“顾问团”,其中有些来自部属,有些是同僚,有些是上司,找五六个你信赖的人,让他们把对你的观察反馈给你。你就不会以一人的经验、一人的看法决定事情,而是综合大家的

意见。

FedEx每年会对员工做主管及公司满意度调查,所有经理有两个最重要的分数:一是绩效评估,另一个就是员工帮他打的分数。我也建议经理们,每个月都去听听员工的声音。通过这些制度,鼓励员工学习对上司提出意见。

## 百大中国品牌借天猫双11 出海诠释新零售中国方案

“今年天猫双11,我们要帮助100个具有真正能力、体现中国风采的中国品牌‘出海’,建立世界级的影响力。”10月26日,阿里巴巴集团CEO张勇在杭州举行的第二届全球跨境电商峰会上宣布,包括海澜之家、百雀羚、格力等在内的100家中国知名品牌,将第一次在天猫双11迎接遍布全世界的消费者。

据介绍,在今年天猫双11期间,这些中国品牌将依托天猫已经建立的全球线上线下一体的全渠道优势,以及物流、支付、大数据等全方位技术能力,将其海量商品和服务高效延伸到全球超过200多个国家和地区,真正实现“一店卖全球”。

此外,在今年天猫双11期间,这些中国品牌在全球的海外线下门店都将同步参与“万店同庆”活动,其中部分品牌更将开出海外新零售样板间,让当地的消费者与中国消费者同步体验最前沿的新零售科技。为了方便海外消费者选购来自中国品牌的优质商品,天猫双11前夕,继新加坡、马来西亚之后,天猫出海在Lazada相继开通泰国、菲律宾、印尼等多国“TaobaoCollection”站点,并通过Lazada平台及其物流、仓储、配送体系。天猫海外还在马来西亚和新加坡推出了家具上门送货安装的本地化服务,让当地用户购买家具更省心省力。

“天猫出海”计划是天猫在2016年9月就开始内部孵化的重大项目,致力于为全国优质商家及商品提供交易、物流、支付、翻译等一揽子解决方案,帮助他们低成本、低门槛地从国内市场无缝拓展至全球市场。



图为阿里巴巴集团CEO张勇宣布天猫助力百大中国品牌出海计划

对于中国商家和国产品牌来说,“天猫出海”正在为他们打开一片新蓝海。天猫商家只需要符合出口品质和授权要求,通过现有店铺就可以销往海外,而且无须增设海外运营团队,也无须考虑跨境物流、支付、商品翻译等问题。

在过去的一年里,质优价廉的中国国货商品已经通过天猫出海销往全球200多个国家地区,从“中国制造”到“中国创造”的模式转化,让全球用户对中国品牌的认知和需求都提升到新的高度,中国品牌得以迅速打开海外市场,扩大品牌全球影响力。

数据显示,在今年天猫618理想生活狂欢节中,林氏木业海外成交同比增长近5倍,当天旗舰店进店人数达到25万人次;通过天猫把羽绒服卖到南半球后,波司登的羽绒服生产和销售第一次不再受季节限制;通

过天猫大数据,“全棉时代”第一次了解了海外消费者的购物偏好,为其未来的全球营销提供了充分的依据。

“中国的商品走向海外历史已久,但中国品牌走向海外才刚起步。”张勇说,“今天通过天猫,我们希望能帮助‘中国制造’真正走向‘中国创造’,走向中国品牌。”

自2016年云栖大会上,阿里巴巴董事局主席马云提出“新零售”概念已经满一周年,天猫新零售不仅在全面提升中国市场的活力,也在深刻改变全球零售的基础设施和商业理念。

“这被认为是全球零售变革的‘中国方案’,林氏木业海外成交同比增长近5倍,正是新零售‘中国方案’的最佳诠释。”张勇说。

(赵小燕 胡亦心)

## 从+互联网到互联网+ 苏宁创新转型探索引领智慧零售

日前,商务部召开全国零售行业创新转型工作现场经验交流会。从一个200平方米的专营店,到中国连锁经营的龙头,再到今天线上线下融合发展的世界500强企业,率先完成互联网零售转型的苏宁,在会上分享了通关世界500强之路的心路历程。

苏宁云商副董事长孙为民介绍苏宁在面对互联网带来的挑战和机遇的做法时表示,苏宁成为智慧零售的引领者,历时8年主要做了三件事,即通过“+互联网”开辟新渠道,通过“互联网+”再造新业态,通过资源共享开创盈利新模式。

谈到苏宁对实体零售企业转型升级的启示,孙为民表示,“行业发展有时代共性,企业发展有自身个性。每一个成功的转型经验都值得借鉴,但不可以照搬模仿。”他表示,苏宁贡献的普适经验就是,“坚持行业本质不动摇、拥抱时代技术不保守、实施创新路径不紊乱”。

### 通过“+互联网”开辟新渠道 SKU攀升到4400万

2009年,苏宁率先在国内传统零售企业中进行互联网转型实践,通过营销变革、渠道创新、双线同价、平台开放来拥抱互联网,通过再造后台、重塑能力、变革组织、构筑生态,苏宁互联网零售的新商业模式逐步向新盈利模式转变。

孙为民表示,苏宁互联网转型的第一步就是“+互联网”,运用IT技术,开发网络产品,建立企业和用户的连接,基于互联网向用户提供商品交易和产品服务。在此过程中,苏宁基于PC端、移动端和电视端,先后上线苏宁易购网店,并采取多种举措做好流量经营工作。

首先,打造开放平台,丰富线上商品。目前,苏宁SKU数已经从最初的30万发展到4400万,不仅满足一站式购物,也能提供海外购和中华特色购物,通过商品丰富扩大用户规模,稳定用户粘性。其次,打通线下会员数据,双线同价多渠道销售归集店面,依托店面资源发展全渠道会员,通过线下引流线上,低成本获取用户。最后,通过收购数字广告运营团队和PPTV内容播放平台,全网开展数字广告精准营销,充分延展版权内容营销的品牌传播价值,通过内容全网传播持续激活用户。

### 通过互联网+再造新业态 2018年拟开5000家互联网门店

孙为民口中的“互联网+”,是指把互联网技术应用在实体场景中,通过嫁接、叠加物联网、人工智能技术,改造和优化实体店面的商品展示、销售、支付和服务流程,打造零售新物种、优化零售新业态。

孙为民表示,围绕实体零售店面的互联网升级,苏宁主要推进了三大业态体系的建设。一是苏宁广场、苏宁生活广场这种大而广的平台店建设,这种店面更加注重餐饮、娱乐、休闲、健康、学习等服务业态的布局,以服务业态的高频流量,激活线下平台的商品消费;二是苏宁红孩子、苏宁优趣、苏宁超市、苏宁汽车超市、苏宁极物等精而鲜的品类专营店;三是苏宁小店、苏宁易购直营店等社区网点。

“门店是改变用户认知最好的载体,也是苏宁的优势和差异化资源,2018年要新开5000家的各类线下互联网门店”,这是苏宁董事长张近东国庆期间在企业内部封闭会上提出的目标,他表示,2018年苏宁要围绕“大店更全、小店更专”的策略,聚焦生活广场、零售云、社区店等重点项目。

### 通过资源共享开创盈利新模式 上半年利润同比增长340.53%

“数字经济时代,智慧零售的发展表面上看是渠道和业态的变化,但深层次的变革是零售资源的重塑和再利用。”孙为民表示,苏宁在转型过程中,始终围绕零售经营中信息流、资金流、商品流的变化,建立数据云、金融云、物流云这一互联网时代的零售新资源。

从苏宁云商发布的半年报来看,今年上半年,公司实现营业收入837.46亿元,同比增长21.87%,实现归属于上市公司股东的净利润为2.91亿元,同比增长340.53%,盈利能力进一步凸显。其中,苏宁物流社会化营业收入同比增长152.67%,苏宁金融业务总体交易规模同比增长172%,“数据+物流+金融”三驾马车齐驱发力带动经营效益稳步提升,开创企业盈利新模式。

谈到未来的互联网零售模式,孙为民表示,未来零售,没有线上线下的渠道之分,只有在线、不在线的状态区别;没有实体和虚拟的对立,只有物联网的场景差异。线上线下全渠道的互联互通、融合发展的智慧零售模式已经成为零售发展的必然趋势,而且以人为核心的消费体验将越来越重要,未来,互联网零售会诞生大量的新模式、新业态,这对于拥有丰富积累的实体企业来说,将是一次难得的转型升级的机遇。(中新网)