

# 企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

## 广旺公司新年经营管控突出“精准”

P2

◎精准管控,降本增效 ◎精准销售,舞活龙头 ◎精准保供,给力生产 ◎精准调控,增强后劲 ◎精准投资,项目带动 ◎精准监督,确保落实

## 新闻简讯 News bulletin

华英集团董事长曹家富参加河南省第十三届人民代表大会

本报讯(记者 李代广)1月31日,河南省第十三届人民代表大会第一次会议在圆满完成各项议程后胜利闭幕。作为来自信阳市的59名省人大代表之一,河南华英集团公司董事长曹家富在省两会期间积极建言、认真议政,全面履行了一个人大代表的光荣职责。

1月24日,会议正式开幕,河南省省长陈润儿作《政府工作报告》。24日下午,信阳代表团举行全体会议,认真讨论陈润儿省长的《政府工作报告》。

曹家富代表在发言中说,陈润儿省长的报告立足全局、内涵丰富、谋划高远,是一份鼓舞人心、凝聚共识、催人奋进的报告,听后备感振奋,很受启发。他认为,华英公司这几年的发展历程,就像是河南经济发展的一个缩影,成绩来之不易,前景令人鼓舞。经过27年的发展,华英已经成为一家以鸭为主,全产业链的食品加工企业和以出口为导向的综合外向型企业,是中国鸭行业首家上市公司,总资产达到了80多亿元。

曹家富代表说,“十二五”期间,是华英打基础、抓布局、完善产业链的几年,完成了从“中国鸭王”“亚洲鸭王”再到“世界鸭王”的跨越;进入“十三五”以后,华英借助资本手段,对产业进行整合,加快了合资合作、兼并重组的步伐,围绕主业进行延链、补链、强链,进一步增强了企业的发展实力。

曹家富代表说,下一步,华英将以党的十九大精神为指导,以这次政府工作报告描绘的河南发展蓝图为契机,抢抓机遇,认真谋划,时刻把食品安全放在企业发展首位,加快推进企业创新发展步伐,不忘初心,牢记使命,继续为河南食品工业的大发展做出新贡献。

发言的最后,曹家富代表还就加快信阳区域高铁建设,解决出行不便问题和如何化解特殊贫困群体脱贫问题提出两点建议,得到与会代表的积极响应。

### 沃尔沃汽车公司去年利润创新高

沃尔沃汽车公司2月8日公布,由于去年全球销量大幅增长,该公司2017年营业利润增长27.7%,达到创纪录的141亿瑞典克朗(约合17.6亿美元)。

数据显示,公司去年全球销量超过57万辆,比前一年增长7%。其中,在中国市场的销售强劲,增长25.8%。去年公司销售收入为2109亿瑞典克朗(约合264亿美元),比前一年增长16.6%。

该公司说,去年良好的表现突出了沃尔沃近年来金融和运营领域的全面转型,并为下一个增长期奠定了基础。

沃尔沃总裁兼首席执行官霍坎·萨穆埃尔松说,自2010年以来,公司业务已经彻底转变,现在公司正在为全球性的可持续发展做准备,并围绕电动汽车、自动驾驶等制订了明确战略。沃尔沃创立于1927年,总部设在瑞典哥德堡,2010年被中国吉利集团收回旗下。

(付一鸣)

### 澳门注册企业数突破6万家

记者2月6日从澳门特区政府统计暨普查局了解到,2017年澳门新成立企业数量扭转之前两年的跌势,按年增加785家至5177家。截至2017年底,澳门注册企业总数突破6万家,达61045家。(新华)

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

企业家日报网站二维码

# 从白手起家到领先全球 ——来自中国规模最大商用车企业北汽福田的报道

新华社记者 赵文君 魏玉坤

中国已成为全球最大的汽车市场。轿车产业名声大的多数来自国外品牌,而我国自主品牌的商用车却正好相反,不仅占据中国市场产销量的90%以上,在国际上更具竞争力,被业界称为中国汽车产业的脊梁。中国自主品牌的商用车是怎样驶向全球的?记者来到中国规模最大的商用车企业——北汽福田进行了调研采访。

#### 创新是企业长青的生命

“自主品牌和自主创新是中国汽车产业迈向全球化的必经之路。”北汽福田汽车股份有限公司党委书记、总经理巩月琼说。

巩月琼介绍,福田是中国品种最全、规模最大的商用车企业,连续多年位居中国商用车销量第一,在海外市场连续6年保持中国商用车出口第一。目前已实现了1500家海外服务商配件库和30多个组装工厂的布局,海外经销商逾1000家,产品出口到110多个国家和地区,全球累计产销量800万辆。

北汽福田汽车股份有限公司成立于1996年8月28日。巩月琼回忆道:“公司成立之初,那时没有牌照,没有目录,没有资金、技术、人才。福田选择以轻型卡车为突破口,历经20年崛起为中国规模最大的商用车企业。”

巩月琼将福田形容为“非洲草原上的羚羊”,“在竞争中生存,一直在奔跑。创新是企业长青的生命。”巩月琼感慨,在强手如林的世界汽车行业崛起,福田得益于多年来持续创新的生存理念。

在科技研发方面,福田建立了全球化研发布局,以北京为全球研发中心,以德国为电



●福田汽车高端中轻卡市场的战略力作——欧马可

福田建立了全球化研发布局,以北京为全球研发中心,以德国为电子电器及未来技术研发中心、日本为乘用车研发先导,搭建全球两级研发体系。目前,福田已具备领先的虚拟仿真测试能力,形成了整车及关键零部件的测试验证能力。

子电器及未来技术研究中心、日本为乘用车研发先导,搭建全球两级研发体系。目前,福田已具备领先的虚拟仿真测试能力,形成了整车及关键零部件的测试验证能力。

令福田人自豪的不仅是市场销量。巩月琼介绍,福田在安全、排放、油耗等国家重大标准制定中起到了重要作用,在专利方面国内外申请总量超过10000件,其中发明专利超过3200件,授权专利达到7100件,发明专利授权1100件,海外专利申请在德国、印度、俄罗斯等重点市场进行布局。

#### 攻关商用车面临的难题

满足公路货运企业和司机在安全、舒适、可靠、绿色上的新需求,提高运输效率、降低油耗,减少污染物排放,促进公路物流行业加

快治愈“小散乱差”的顽疾,这是中国商用车市场面临的一道道难题。

“福田一直围绕解决这些难题,进行持续攻关。”巩月琼说,“相对于发达国家公路运输的效率,中国还有很大的提升空间——降低运输成本、提高柴油的货运效率。”

“一辆重卡百公里的排放量相当于七八辆小轿车。”巩月琼介绍,基于车用柴油对于能源安全及节能减排的重要性,美欧相继设立国家级超级卡车战略项目。

作为中国规模最大的商用车企业,北汽福田携手美国康明斯,打造绿色环保、高效节能、安全智能的超级卡车,目标到2023年实现油耗降低30%,重量降低15%,耐久性达到150万公里,驾驶辅助技术和主动安全技术新车配备率超过80%,全生命周期成本整体水平节省15%以上。

福田旗下研发的清洁能源技术领先行业,是国内最早致力于清洁能源客车研发、最早实现氢燃料电池客车商业化和单车安全运营里程全球最长的客车企业。目前,清洁能源汽车销量连续多年保持行业前列。

“福田的超级卡车每月为我节约2000多元

的油费,互联网智能系统也很先进,行驶时的舒适度比普通卡车要高很多,真的很棒。”一位老司机如是评价福田欧曼EST超级卡车。

#### 向制造服务型转型升级

“以前买车,能运货就行,现在需要物流全程跟踪,需要车货匹配,还要监控驾驶行为。”巩月琼说,电商的繁荣对高效物流带来了很大需求,物流行业迎来转型升级,对于商用车、尤其卡车的作用非常依赖。

物流业降本增效也提出了新需求,从对车的要求,发展到用信息化手段降低人员、车辆、运营管理等成本的投入,带动效率提升。

“面对行业的各种变化及挑战,福田作为中国最大的商用车企业必须进行深度自我变革。”巩月琼说。

巩月琼介绍,人们对卡车的关注点正在从“价格”向“全生命周期运营成本”转变,客户的个性化定制需求逐步增多,要求整车厂提供从产品、服务到后市场的个性化定制整体解决方案。为此,北汽福田借助车联网,构建汽车产业互联网,为用户提供科技化、互联化、专业、便利、无忧的汽车消费全周期超级体验,从而实现由传统制造向制造服务型模式转型升级的总体目标。

目前,福田汽车车联网已经初具规模。据统计,车联网监控车辆数超过67万台,每月运行的车辆超过30万辆,每月行驶里程达到21亿公里,每月工作车辆的运行时长超过220万小时。福田建立了遍布全国的近7000家服务网络,平均服务半径小于40公里,用户有需求的地方就有福田的服务。

展望未来,巩月琼表示,福田以中国、德国为运营中心,推进在印度、俄罗斯、巴西等国逐步产业化,目标是突破发达国家市场。“振兴民族汽车工业,实现中国汽车强国梦想,福田这只羚羊仍需快速奔跑。”巩月琼说。

## 茅台推“稳价”新规 云商出货量从30%提至40%

为了控制价格,茅台发布公告要求各地经销商严格执行53°500ml飞天茅台酒售价不超过1499元/瓶,并指出要在春节前供应7000吨的计划量。

最近有消息称,茅台又将推出“稳价”新规,要求经销商在云商的出货量从以前的30%提至40%。

据悉,这一新规已经开始执行,且推单只能1对1推,最多给客户10箱,推单的不计入云商任务量。

“线上”云商投放再提量,而同时“线下”渠道也给出了数据化的新规,显然,双管齐下的稳价动作再次释放了茅台对“乱价说不”的决心。

针对此次茅台云商提量,有专业人士分析,在历时4个月后,茅台要求经销商40%的量要通过云商平台进行销售,一方面是想要更好的管控渠道,管控价格,另一方面也是为了让茅台价格透明化和杠杆化,打击市场“囤酒”“炒酒”的投机势力。

“茅台每次调控价格都是通过释放其他



价格产品,增加团购和专卖店,当茅台云商出现后,尤其是去年要求经销商在云商出货不低于30%后,不仅让茅台价格透明化和杠杆化,避免了经销商囤货,保证了消费者利益,也让去年的价格大致稳定在1299元。”卓鹏战略咨询培训机构董事长田卓鹏表示,茅台云商具有价格杠杆调控作用,在他看来,这次增长到40%,对于稳定在1499元/瓶的市场价格具有重要意义。

对于价格的管控能力,从去年开始,茅台就已经积累了经验,从生产段的全力保障,调整优化品种结构的角度入手,全力保证普通茅台酒生产;到供应端的保障,采取不均衡发货,加大旺季发货,减少淡季发货的新政,尽量避免消费淡季所发的货被社会资金囤积;再到市场,要求经销商的计划量按照规定30%,现在是40%通过云商平台直面消费者,甚至在物流上保证发货。这都显示出茅台已经开始从源头着手解决价格问题。

近年来,茅台一直在加强终端建设,一方面增加“终端型”经销商的数量,另一方面加强电商平台的建设,同时还在全国新建茅台酒体验馆等等。

在茅台全国经销商大会上,茅台党委书记、总经理李保芳公开表态:2018年调量具体在海外市场、电商渠道、生肖纪念酒、高附加值产品四个方面。在经销商联谊会上茅台方面也明确指出:2018年茅台将持续实施“茅台云商”战略。

对于茅台的终端建设工作,白酒分析师蔡学飞就表示:茅台云商将是未来茅台酒的主要补充渠道。茅台集团未来将监控到每一款产品的销售额以及销售动向,实现精准营销。

同时,茅台经销商也表示:“茅台近年来逐渐掉掉强势的大商,同时增加经销商数量至2965家。若未来实现将目前30%的线上销售量大幅提升,这使得茅台将经销商手中茅台酒的流向,以大数据的形式牢牢掌握在手中。”

茅台大力加强终端建设,有分析人士就指出:如果茅台的终端战略进一步加强,并得到严格的实施,这可能意味着茅台公司能够自己颠覆传统的层级代理制度,形成扁平化的销售体系,开拓营销新模式。

对于经销商表示云商上的货大多是被二批商抢得而不是被消费者购买。正一堂战略咨询机构常务副总经理邵伶俐表示,这并不是本质问题,可以通过技术解决。

在他看来,云商让茅台的价格透明,计划量通过云商平台利远远大于弊。在云商平台,产品的配送由经销商完成,经销商还充当了监督角色,而云商让经销商和高端消费者走在一起,让经销商知道如何运营会员体系,为身边的茅台消费者服务,这是云商的最大功能。

(本报记者 张建忠 樊瑛 组稿)

**茅台醇**  
品正之道 醇厚柔和

纯正美国味  
来自Smithfield.  
美式培根 美式火腿 美式香肠  
进口Smithfield猪肉原料

**国酒茅台**  
酿造高品位的生活

本报监制公告  
本公司个人不得以新闻舆论监督之名向企事业单位和社会各方面索取任何费用;本报任何个人不得以任何理由向企事业单位和社会各方面索取现金,广告等宣传正式签订本报合同并通过银行汇款或报样汇款,不得以任何理由收取现金或应付到与报社无关的其他账号。违者将受到严肃查处。欢迎广大读者及社会各界监督。

举报电话:028-68230681  
028-68230659  
028-68236221  
举报传真:028-87325242  
企业日报社

**容拳道**  
引领心身健康 容拳成就梦想

www.rongquandao.com

QR code for the website www.rongquandao.com