

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 8 版 第 132 期 总第 9175 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2018 年 7 月 13 日 星期五 戊戌年 六月初一

新闻简讯 | News bulletin

双汇母公司万洲国际 跻身《财富》中国 500 强 位居食品行业第 1 位

7 月 10 日, 财富中文网发布了最新的《财富》中国 500 强排行榜, 双汇母公司万洲国际有限公司入选该榜单, 排名第 55 位, 位居食品行业第 1 位。

据了解, 该榜单由《财富》(中文版)与中金公司财富管理部合作编制, 考量了全球范围内最大的中国上市企业在过去一年的业绩和成就。万洲国际以营业收入 1510 亿人民币上榜, 其所属的食品饮料行业本次共有 14 家企业上榜。

万洲国际是全球最大的猪肉食品企业, 市场占有率在中国、美国和欧洲的一些市场均排名第一。万洲国际拥有众多备受信赖的著名品牌, 并在猪肉产业链的所有关键环节, 包括肉制品、生鲜猪肉和生猪养殖, 均占据全球首位。 (本报记者 李代广)

第四届中国互联网企业发展论坛在京召开

7 月 10 日, 由中国互联网协会主办的 2018(第十七届)中国互联网大会在北京国家会议中心开幕, 大会以“融合发展 协同共治——新时代 新征程 新动能”为主题。

第四届中国互联网企业发展论坛于当日下午在大会举办期间召开, 工业和信息化部信息通信发展司副司长出席并致辞, 论坛发布了《2018 年中国互联网行业发展态势暨景气指数报告》。

《2018 年中国互联网行业发展态势暨景气指数报告》显示, 我国互联网行业持续快速发展, 景气指数再攀新高, 2017 年 Q3-2018 年 Q2 的互联网景气指数分别为 103.8、104.5、104.9 和 105.7。 (王戟)

上海浦东: 三年力争形成三大“千亿级”产业集群

上海浦东新区 11 日发布《深入推进张江-临港“双区联动”, 打造浦东“南北科技创新走廊”的行动方案》(以下简称《方案》), 三年力争形成三大“千亿级”产业集群。

根据《方案》规划, 浦东将通过三年努力, 力争形成生物医药、集成电路、智能网联汽车三个“千亿级”产业集群; 并在人工智能、新一代信息技术、航空航天等领域培育 10 家以上独角兽企业。

与此同时, 张江-临港“南北科技创新走廊”也将被打造成为上海科创中心建设的关键发展轴带, 长三角一体化发展的重要极核和世界级科学基础研究、科技创新策源地、高端产业发展和智能制造集聚区。 (李殊微 邵政)

睿天下携手乐土 打造首个集法律保障的高端园区企业体系

11 日, 绿地集团全资子公司北京睿天下新媒体信息技术有限公司与北京乐土优品网络科技有限公司正式签约。

据悉, 睿天下作为世界 500 强企业的全资子公司, 致力于打造商务园区综合服务平台——时在 APP, 针对 B 端企业及企业员工、商户, 提供集企业选址、企业金融、生意配对、物业服务、法律服务等相关的商务服务, 实现平台“找空间”“找资金”“找生意”为三大核心内容。乐土是国家认定的“互联网+法律”创新型高新技术企业, 是提供低成本法律保障与公益互助的互联网平台, 基于多年的法律服务经验, 通过“法律保障”的模式, 帮助每一个人低成本获得专业律师的法律保障, 乐土鼓励参与公益活动 and 分享资源, 共同创造法治、和谐、正能量的互联网家园。 (吴铭)

担当作为“出彩型”好团队: 中国重汽集团卡车公司党委 顺应新时代, 创造新佳绩

刘伟: 勇做国际市场探路者

李庆炳 本报记者 赵健

从 1991 年大学毕业至今, 刘伟在中国重汽集团有限公司 (以下简称中国重汽) 已工作了 27 个年头。27 年来, 他怀着对汽车事业的挚爱, 怀着对企业的忠诚与信任, 坚守岗位, 从一名基层的普通技术人员一步步成长为中国重汽集团副总经理, 负责国际市场营销业务。在刘伟的带领下, 中国重汽出口业务蒸蒸日上, 连续 13 年位居国内重卡行业出口首位, 为中国重汽实现跨越式发展做出了较大贡献。

临危受命 投身国际市场开启改革发展之路

受金融危机影响, 2009 年, 中国重汽重卡出口销量仅有 8000 辆, 出口系统面临前所未有的发展瓶颈。2009 年底, 刘伟开始全面负责中国重汽国际市场营销工作。面对严峻的国际经济形势, 对于从未涉足过的国际市场营销领域, 刘伟深感责任重大。为了不辜负组织的信任, 他没有丝毫犹豫, 毅然决然地投身到国际市场开拓中, 努力探索国际市场突破的改革发展之路。

“工欲善其事, 必先利其器。”上任之初, 刘伟首先在已开拓的国际市场和营销系统内部进行充分调研, 对国际市场的划分、营销团队组织架构、营销模式进行了系统分析, 同时配合对国际先进营销理念和成功案例的学习, 找到限制国际营销业务发展的主要症结。

不破不立, 固守成规没有出路。2010 年前, 中国重汽产品出口集中在 30 多个低端国家市场, 市场发展不均衡且抗风险能力差。在国际形势急剧变化、行业竞争日趋激烈的背景下, 刘伟带领国际营销团队锐意改革、科学决策, 于 2010 年初坚定不移地按照集团公司的决策对出口系统的市场区域、组织架构和营销模式进行了重大调整和职能优化, 大力实施“走出去”战略, 翻开了中国重汽国际市场发展的新篇章。

身先士卒 转变营销模式走出国门深耕细作

刘伟深知, 唯有真正贴近用户、服务用户, 才能做到对市场深层次的理解和把握, 为科学决策、稳步推进中国重汽国际化战略实施提供有利条件。

2010 年之前, 国际营销团队在国内办公, 工作方式是“遥控操作”, 与市场严重脱离。为了更加有效地对接市场, 刘伟带领团队



确定了“人员走出去、海外驻得下、岗位在海外、市场走上去”的原则, 全面进行营销模式的调整, 将“前方作战部队”的办公地点全部移到海外, 人员全部驻扎海外进行市场开拓, 全方位进行国际市场的销售网络、服务网络和配件网络的三网建设。

同时, 将国际市场开拓需要的订单排产、生产进度、车辆转运、出口报关、质量索赔、财务结算和出口退税等工作, 由新成立的“后方配合和支援部队”统一牵头负责。“前方”与“后方”形成完整的国际市场营销团队, 分工更加专业、高效, 有力地支撑了国际市场的快速发展。目前, 中国重汽年出口重卡已经超过 3 万辆, 出口国家遍布 100 多个国家和地区。

作为战略决策的制定者和责任人, 刘伟严格按照国际市场的“开拓者”要求自己。几年来, 他先后出访海外 30 余次, 深入近 50 个发展中国家和地区开发市场, 进行市场调研、拜访客户和洽谈项目, 仅非洲地区他就走访过尼日利亚、坦桑尼亚、苏丹等 20 多个国家。

在苏丹, 为了能够进入当地运油车辆市场, 刘伟深入车辆使用现场向用户推销产品, 与工作人员在草席搭成的遮阳棚下工作和休息, 面对炎热干旱的天气, 口渴了就用舀子从铁皮桶里舀生水喝。为了与客户拉近感情, 刘伟亲自介绍产品, 以自己的真诚打动他们。一位车队老板当场决定购买 50 辆车进行试用, 此后, 每年都有批量重卡进入当地运油市场, 中国重汽在苏丹已成为销量第一的品牌。

科学决策 推动国际产能合作向纵深发展

2013 年, 国家“一带一路”倡议提出之后, 刘伟认为, “一带一路”为企业更高层次地进行跨国投资经营、跨国研发、跨国生产提供了重大机遇, 为企业海外基地建设提供了战略指导和保障。近年来, 他带领整个国际市场营销团队转变工作思路, 勇于探索, 大力创新, 积极推动国际产能合作。

在尼日利亚, 中国重汽与在全球享有很高商业声誉的非洲首富丹高特先生合作, 他在非洲多个国家形成了巨大的水泥、炼油等产业帝国, 旗下有 1.5 万辆卡车进行产品运输。为了能够把中国重汽的重卡销售给丹高特集团, 刘伟一年内三次去尼日利亚拜访丹高特, 与这位商业奇才谈判。只用真诚和良好的产品是远远不够的, 刘伟带领团队广开思路、精心策划准备, 拿出了融资支持、车辆运营管理、全天候售后服务承诺, 以及未来产业的合作意向等, 形成一套组合方案, 终于打动丹高特集团采购中国重汽产品。截至目前, 丹高特集团已累计采购中国重汽产品 1.3 万辆, 所用的美国卡车基本都换成了中国重汽产品, 成为中国重汽全球第一大直接用户。

在刘伟及其团队的积极推动下, 中国重汽与丹高特集团在尼日利亚合资组建的卡车组装厂也于 2017 年开始运营生产, 为中国重汽的海外发展闯出了一条新路子, 并已在尼日利亚、越南、缅甸、巴基斯坦、埃塞俄比亚等国家建立了 15 个境外生产组装工厂, 同时还有在建项目 4 个, 为中国重汽国际市场的持续稳定发展提供了有力保障。

牢记使命 为国际市场持续稳定发展护航

目前, 在全球 100 多个国家的不同行业领域, 中国重汽的产品正在为全球客户提供运输解决方案, 得到了客户的普遍认可, 中国重汽正以锐不可当的破冰精神广泛参与国际市场竞争。在紧抓业务的同时, 刘伟清醒地认识到, 只有不断提高员工的政治素质, 才能凝心聚力勇攀国际市场高峰。

根据国际市场营销人员绝大部分时间在国外工作的特点, 刘伟提出了建设海外党支部, 建立了开展党员活动和海外党员发展的工作机制, 结合“两学一做”活动, 要求海外党员的组织学习要与国内党组织保持高度一致, 确保党员能够保持先进性、积极性, 充分发挥党员在国际市场营销工作中的先锋模范作用。

作为一名从基层成长起来的企业管理人员, 刘伟坚持理论学习, 不断提高政治品质, 传承优良道德风范, 勇于创新, 敢于担当, 对党忠诚, 不忘初心。他牢记使命, 坚信乘着十九大的东风, 全面贯彻中国重汽“聚焦、融合、开放、创新”的全新理念, 就一定能够以独具特色的国际营销新模式, 为国际市场持续稳定发展保驾护航, 在经济全球化进程中展现新作为, 为中国重汽打开一幅国际市场开拓的崭新画卷。

让科技净水造福千家万户

——访温州美流净水设备有限公司董事长兼总裁陈利

本报记者 许强

今天的城市农村水污染势头猖獗, 二次污染也频繁发生, 桶装水菌落超标、瓶装水费用高昂。然而, 喝水是每个人每天必需的, 百姓如何能喝上健康干净的水? 日前, 本报记者就此问题专访了温州美流净水设备有限公司

董事长兼总裁陈利。

记者: 喝干净的水对很多人来说很奢望, 现在有没有办法让百姓都能喝到干净的水?

陈利: 如今城市水质的恶化令人头疼不已, 用水水质的干净程度对人民群众身体健康安全非常关键。据世界卫生组织调查, 人类疾病 80% 与水有关, 水质不良可引起多种疾病。

怎么解决? 相对于桶装纯净水和管道分质供水, 净水器具有使用方便、价格实惠、现制现用水质新鲜、无二次污染等优点, 深受广大居民欢迎, 是饮用水深度净化中应用最广泛、最有发展前途的处理方式。我们美流净水设备公司是专门从事净水设备研发、设计、销售为一体的科技型公司, 宗旨就是“改善饮用

水质, 保障生活健康”, 我们科研产品——美流净水器不仅能全面解决日常家用水的净化, 包括饮用、沐浴、洗衣、做饭等生活用水, 也能消除水污染给市民健康造成危害。

记者: 美流净水器是怎样净水的?

陈利: “美流, 一流而净。”凭什么这么说? 美流净水器的核心是膜技术的应用。 [下转 P2]

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

引领心身健康 容拳成就梦想

www.rongquandao.com