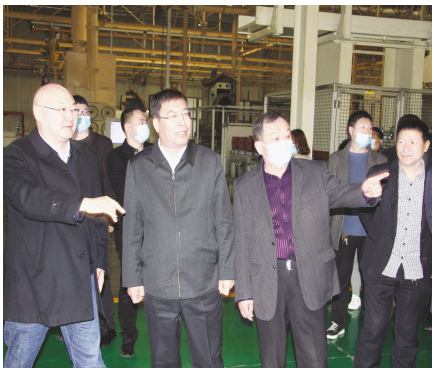


企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 12 版 第 067 期 总第 10047 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 责编:王萍 版式:黄健 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2021 年 3 月 22 日 星期一 辛丑年 二月初十



●王克俊(左一)、李跃民(左二)、侯建尚(左三)在参观现场

建设都市圈 企联在行动
洛阳市企联企协
召开2021年会长扩大会议

■ 本报记者 罗红耀

3月18日,洛阳市企业家联合会、洛阳市企业家协会(下称洛阳企联)召开2021年会长扩大会议,贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想和党的十九届五中全会及省、市经济工作会议精神,扎实推进企联各项工作健康发展。

洛阳市企业家协会会长、中国一拖集团有限公司党委常委、第一拖拉机股份有限公司副总经理王克俊致辞。他说,中国一拖前身是第一拖拉机制造厂,是国家“一五”期间重点建设项目,1959年建成投产,新中国第一台拖拉机、第一辆军用越野载重汽车在此诞生。经过60余年的发展,目前中国一拖已成为以农业装备为核心、并创新发展特专车辆、制造服务业务的大型装备制造企业,是国家农机工业重点骨干企业。建成投产至今,已累计向社会提供350余万台拖拉机和290万台动力机械。他渴望与有关单位通力合作、融汇资源,着力打造中国领先、世界一流的先进农业装备研发制造基地。他说,洛阳市企联成立以来,团结联合社会各界,沟通企业与政府、企业与企业、企业与社会之间的联系,致力于推进企业改革和发展,提高经营管理水平和综合竞争力,为国家经济的发展做出了许多贡献。在建党100周年和十四五开局之年,市企联将进一步完善服务机制,搭建和谐环境,为谱写出彩洛阳新篇章做出更大贡献。

洛阳市企业家协会会长、万基控股集团有限公司党委书记、董事长李跃民作工作报告。他说,2020年,洛阳企联在市委市政府坚强领导下,在上级企联和主管局帮助指导下及广大企业鼎力支持下,围绕加快洛阳经济建设,攻坚克难,圆满完成了各项工作,对重点企业进行调研,解决企业面临问题,开展创新成果评审,年创造经济收益7.79亿元,开展洛阳100强评审,助推企业做大做强做优,尤其在新冠疫情期间,会员单位万基控股集团、国宏控股集团捐赠抗疫物资500万、30万,有力支持防疫工作,提升了洛阳及企业形象。

2021年,洛阳企联将坚持以创新发展为引领,积极融入都市圈建设,围绕洛阳副中心城市引领作用,在更大范围内统筹资源要素,打造高质量发展共同体,加强调研活动,发挥桥梁纽带作用,开展企业管理创新,关爱企业家,积极营造企业家健康成长环境,加大宣传力度,不断提升影响力和知名度,吸引更多企业加入到企联行列,保持企联健康发展,为打造洛阳都市圈、为建党100周年做出更大贡献。

洛阳企联书记侯建尚、副会长兼秘书长史宝生、副会长王怀星在主席台就坐,并分别发表重要讲话,传达中企联等有关会议精神,审议增补第八届部分理事、常务理事、副会长单位、副会长单位、副秘书长单位及县区企联会长、特邀企业代表共80余人参加会议,并实地参观了中国一拖集团大轮拖装配线。

中年创业
他如何逆袭成为“跑圈小米”创始人

■ 王楠 报道

敢于“中年”辞职创业的人并不多,艾国永即是其中一个。

37岁时,艾国永还是整天在格子间内忙碌的“上班族”,在媒体行业工作的12年时间里,艾国永在事业上节节攀升。而正值事业巅峰期的他却毅然选择辞职创业,去追寻人生中的别样风景。另一方面,由于长期处于高强度工作状态,艾国永的身体也对他发出了警报,这也是其下定决心创业的另一关键原因。至于创业方向,艾国永想到了平日常用来舒缓鼻炎症状的跑步运动。

2015年2月,艾国永和他的跑步公司马孔多就此创立,公司名字取自加西亚·马尔克斯的代表作《百年孤独》,也正是这部艾国永最欣赏的文学巨作给予了他“中年破局”的勇气与力量。

而事实证明,艾国永的选择是正确的。经历短暂的调整期后,马孔多现已成为“跑步圈”的网红品牌。在京东中小商家的精细化运营扶持下,马孔多2020年全年销售额已达1800万元,同比增长227%,销售额较2018年增长超12倍。

“做没有挑战的事情,就是在虚掷自己的人生。在我的理念中,生命在于体验,每一段人生旅程,都应该设计好不同的风景,我是长途跋涉欣赏沿途风景的那个人。”艾国永如是说。

从重度鼻炎到“跑圈小米”

在进军运动服饰领域之前,艾国永便已通过在新媒体矩阵免费分享跑步专业知识的方式,聚拢了一批跑步爱好者。2019年,马孔多旗下的新媒体矩阵“全民跑步”和“马拉松助手”的粉丝数量便超过200万,总阅读量近5亿次,单日平均阅读量136万次,“这些粉丝,不少人转化为我们的跑步装备消费者。”“没有他们,在电商红海时代,做一个新品牌是难以想象的困难。”也正是有了这些原始粉丝积累,让马孔多在运动服饰领域挣得了第一桶金。

基于此,“够专业”逐渐成为马孔多的品牌标签。而在与粉丝交流的过程,身为“跑者”的艾国永更是结合自身经验,围绕跑步人群痛点反复推敲产品设计。

例如针对跑步时手机会掉出的问题,马孔多推出的“可装手机跑步长裤”将口袋设计在后腰部位置,让手机在跑步时不会晃动。而



●前排中为艾国永

采用防水材料的口袋可有效隔离汗水,避免跑步时弄湿手机。

只有走进跑者,才能更好的了解其真实需求,从而在产品上实现突破。在艾国永看来,马孔多的成功不仅在于产品专业,更在于其“接地气”的品牌风格。据悉,马孔多自始至终坚持“超级性价比”策略,选用和大牌运动装同等级的材质,但售价只有其五分之一。所以,马孔多也被众多跑友亲切地誉为“跑圈小米”。

凭借其专业且实惠的品牌特性,马孔多被越来越多人所熟知并积累起了大量的忠实用户。然而,受限于所处领域过于垂直,仅凭“跑友”间的传播,已无法跟上马孔多的发展速度。2019年,京东开启精细化运营战略,对平台中的中小品牌商家进行扶持,而作为被扶持的对象的马孔多也由此驶入发展“快车道”。

得益于京东扶持战略,2020年,马孔多全年销售额已达1800万元,同比增长227%;2020年10月10日,马孔多在京东单独首发首款跑鞋在其京东旗舰店独家上线,上线一周,即卖掉了4000双,售罄率达到90%。目前,马孔多京东旗舰店已有41万人关注,多款商品供不应求。

“像马孔多这样垂直且具有差异化、品质

过硬的中小品牌,都是京东愿意给予资源、流量来扶持的对象。”京东相关负责人表示。

在京东看来,相比于市场规模稳定的头部商家,平台中那些品质良好、有着较高好评度的中小品牌商家,理应得到扶持,被更多的消费者看见。为此,但凡符合要求的中小品牌,京东都会施行统一政策,不仅在活动期间给予其优惠补贴,还可在用户搜索时给予店铺流量扶持,为更多像马孔多一样的中小品牌商家,打造向上空间。

凭“韧劲儿”扛过生死局

正如书中“马孔多”这个由拓荒者开辟的“世外桃源”,毅然跳出舒适圈选择“拓荒”的艾国永终究是“活成了自己想要的样子”。但在其“光鲜亮丽”的创业故事背后,艾国永和他的马孔多也曾多次面临“生死存亡”的抉择。

公司创立初期,由于缺乏客户资源,以及尚未找到行之有效的盈利方法,资金一度捉襟见肘。这样的困境,让艾国永不得不重新拾起“老本行”,接一些“公关小活”来维持公司正常运转。现在想到那段经历,艾国永依然感到“心有余悸”:看不见方向,也找不到未来。

不过,故事的转折点发生在马孔多成立

一周后。

在北京参与承办了9场马拉松赛后,对于彼时的艾国永而言,马拉松项目不仅可以帮助公司化解生存危机,也让他看到了更为广阔的商业空间,至此,“赛事公司马孔多”逐渐走上正轨。这是马孔多品牌的第一次重大转型。也正是这一次,让艾国永和马拉松捆绑得更紧密。

值得一提的是,虽然转型后的马孔多在赛事业务蒸蒸日上,但艾国永却“坐不住”了。一方面,艾国永意识到公司在赛事承办上已难有更大商业作为,另一方面,在艾国永看来,跑者们最需要的,是专业跑马理念的普及,和高性价比的专业跑步装备。基于此,艾国永决定在公司鼎盛时期主动求变,从“赛事公司马孔多”转型为“跑步品牌马孔多”,剑指运动鞋服领域的全新市场。

在转型运动鞋服领域后,艾国永在人力投入上又扩大了一倍、不仅引进了服装和电商的专业人才,还增加了跑步产品的开发和订货。但由于对新领域不够了解,以及盲目扩大成本,2019年5月,公司现金流出现了严重问题。艾国永一度面临没钱发薪水的困境。为此,艾国永从手机上贷款20万元,把薪水按时交到每个员工手中。随后更抵押了仅有的房产,换来的300万元也成为了马孔多彼时唯一的输血来源。

但也正是艾国永的破釜沉舟,让马孔多起死回生。

就像马孔多的首款跑鞋被命名为“韧劲儿”一样,在艾国永看来,如果心中没有“那股子韧劲儿”,马孔多或许无法在两次生死攸关的转型中存活下来。而在公司“生死存亡”之际依旧选择坚守质量,也成为马孔多恒久不变的精神底色。

如今,以“超级性价比”著称的马孔多仍坚持对产品进行“全检”,即每件产品的每一生产环节都要经过质检员的逐一检验,虽然这样会造成较高成本,及生产难度,但为了让跑友们买得放心,马孔多愿意投入。

虽然历经坎坷与磨难,但马孔多更像是艾国永给自己人生下文撰写的楔子,抑或是他心里的一枚钉,时刻叮嘱着艾国永钉住初心,盯住希望。

“2021年的业绩目标是翻两番,营业额冲击5000万。”面对未来,艾国永的目光自信且坚定,因为他始终相信,他和马孔多正在路上。(据环球网)

唯有奋斗多豪志
——记淮北矿业集团2020年度优秀共产党员、华塑股份电石厂厂长丁顶

■ 陈春秋 文/图

“为了企业安全业绩‘双一流’高质量发展,一些黑发人干成白发人,青年人变成中年人……”在华塑股份2021年职代会上,一段文字真实刻画出开拓者与建设者的群像。淮北矿业集团2020年度优秀共产党员、电石厂厂长丁顶就是这幅“群英谱”中的一员。

临危受命开新篇

2019年9月12日,在生产管理部任部长的丁顶刚刚完成年度大修任务。本打算松一口气,一纸调令,他又回到曾经奋战过6年的电石厂。

产量上不去,管理下滑,职工思想波动……再次来到电石厂,一大堆问题等待处理。电石厂是华塑股份最辛苦的单位之一,战线长、环节多、变化快、风险大、安全压力大。“与



●丁顶:电石厂厂长

其担惊受怕,不如真抓实干”。丁顶干工作一向风风火火,说干就干,上任第一天就推出整治跑冒滴漏、做实员工培训、隐患排查闭环、动态抽查监督“四条举措”,下决心打造一支“职业化、规范化、标准化、专业化”的职工队伍。

经过一段时间的努力,电石厂各项工作逐步迈入正常轨道。电石产量也从期初日产1400T,上升到2500T。一度制约企业发展的“老大难”问题解决后,公司上下终于松了一口气。

而丁顶丝毫未敢懈怠,他深知,确保电石厂安全稳定运行绝不是一蹴而就的事。

身先士卒战高温

每年夏季,是华塑股份生产最艰难的时候,尤其是电石厂,外面骄阳似火,炉前热浪滚滚,炉前温度更是让人难以忍受。

为保障高温时期员工的身心健康与安全,电石厂超前谋划,提前启动应急预案。推行一线工作法,班组长以上管理人员与职工干在一起,累在一起,苦在一起。现场搭建“清凉平安棚”,配备人丹、藿香正气水等消暑药品与盐汽水、雪糕、冰镇西瓜等消暑用品,并配备了抗高温“新武器”——冰袋降温马甲。遇到高温预警,开展健康摸排,集中关注“易中暑”人员,全方位预防高温中暑。

盯现场、抓过程、定措施,2020年夏季高温期间,丁顶与职工一起苦战30多天,刷新

了电石厂建厂以来高温季节稳产高产的最好记录。产量提升了,而丁顶的体重却下降了20多斤。面对尚未上幼儿园的孩子,为家庭操劳的爱人,每次手机视频,丁顶总会潸然泪下,愧疚与自责油然而生。丁顶内心清楚,家人需要他,电石厂700多名职工更需要他!

“丁厂长来了以后,各项工作顺了,产量稳定了,更重要的是收入也提高了,大伙干劲也更大了!”电石厂一车间副主任吴金刚(主持工作)说。

创新思路强管理

为激活内部管理机制,2019年,华塑股份引进外部先进企业承包二车间。

真正的强者,敢于承认自己脆弱,接受自己的不完美。为学习借鉴二车间管理经验,丁顶带领班子成员轮番到现场跟班,虚心学习,总结经验。

[下转 P2]

双汇熟食
SHUANGHUI DELI

三鲜、更入味

广告

新闻热线:028-87319500
投稿邮箱:cjb490@sina.com



民族医药的核心品牌 始创于1696年

源古承新 甘露众生

西藏甘露藏药股份有限公司
Tibet Ganlu Tibetan Medicine Co., Ltd

电话:0891-6522710 邮箱:info@glzy.cn
西藏自治区拉萨市经济开发区林琼南路15号

剑南春酒厂出品

剑南红

全国运营中心:四川剑南红酒业有限公司
服务电话:028-83388900
地址:成都市科华北路62号力宝大厦北塔21楼