

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 8 版 第149期 总第10459期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 责编:邓梅 版式:黄健 全年定价:450元 零售价:2.00元

2022年6月21日 星期二 壬寅年 五月二十三

讲政治 抓发展 惠民生 保安全

——四川省第十二次党代会精神宣讲台



好医生集团党支部 传达学习四川省 第十二次党代会精神

6月14日,好医生集团机关党支部委员会在集团总部召开组织生活会,专题传达学习中国共产党四川省第十二次代表大会会议精神。

好医生集团总部机关党支部书记、集团总经理助理胡升平参加会议并对学习宣传和贯彻落实党代会精神提出具体要求。全体党员通过线上、线下的方式学习,全面深入学习贯彻省第十二次党代会精神。好医生药业集团有限公司党支部、四川好医生攀西药业有限责任公司党支部、四川佳能达攀西药业党支部等同步召开了网络视频传达学习会议。会议由好医生集团总部机关党支部委员、质量管理中心副总监黄婉怡主持。

会上,中国共产党四川省第十二次代表大会代表、好医生攀西药业研发总监马秀英带领与会人员系统学习了四川省委书记王晓晖在中共四川省第十二次代表大会上的报告——《高举习近平新时代中国特色社会主义思想伟大旗帜 团结奋进全面建设社会主义现代化四川新征程》,传达了王晓晖书记在参加凉山州代表团审议时的讲话精神。

会议指出,王晓晖书记代表十一届省委所作的报告,高举习近平新时代中国特色社会主义思想伟大旗帜,深入贯彻落实习近平总书记对四川工作系列重要指示精神和党中央决策部署,回顾和总结了过去5年的工作,科学绘制了未来5年的壮丽图景,必将成为未来5年指导新时代治蜀兴川各项事业发展的纲领性文件。

马秀英同志分享此次参加中国共产党四川省第十二次代表大会会议,作为凉山州代表发言,汇报好医生集团牢记习近平总书记“中医药大有可为”的嘱托,有效助力乡村振兴,巩固脱贫攻坚成果,将继续加强对脱贫地区的产业帮扶,同时提高科技创新力量的注入,以不断地科技创新和为产业提供高质量服务作为企业的发展方向和支撑点,传承精华、守正创新,为中医药事业发展和巩固脱贫攻坚成果做出贡献,获得了领导同志们的高度肯定。

集团总部机关党支部书记、集团总助胡升平强调,公司全体党员要增强学习四川省第十二次党代会精神的积极性主动性自觉性,通过学习大会精神,切实增强“四个意识”、强化“四个自信”、坚决做到“两个维护”,筑牢信仰之基、补足精神之钙、把稳思想之舵。要不断强化宗旨初心、使命担当、干劲劲,扎实推动党代会精神在公司落地落实落细,要用省第十二次党代会精神激发党员群众积极投身公司创新发展新征程,为实现治蜀兴川再跨越,夺取全面建设社会主义现代化四川新胜利贡献力量,以优异成绩迎接党的二十大召开。

(一升)

新闻热线:028-87319500

投稿邮箱:cjb490@sina.com



企业家日报微信公众平台
二维码



中国企业家网
二维码

■ 本报记者 赵健

采访张雷,是在公司新搬的办公场地,那是一个集展厅、办公、维修、仓储为一体的物流园区,周围零星的几个商家在营业,稍显萧条。张雷介绍说:“我们搬出经营多年、十分成熟的中集车辆园市场,到了这个政府新近规划的物流产业园,营业面积扩大不少,尽管目前看起来比较冷清,但是作为国家重点打造的四川自贸区在成都的物流基地,我们敢最早一批入住,成为第一个吃螃蟹的,就是要抓住机遇,实现公司更大的发展。”

成都聚祥富汽车销售有限公司2014年离开偏隅之地——资阳,进军西南重镇成都,从别人手里抢得国内高端重卡汕德卡在四川的经销资格,从零开始,从小到大,用7年多的深耕细作,成就了汕德卡四川销售的龙头地位。成都聚祥富公司能再次选择从异地做起,勇气和信心正是来自于中国重汽汕德卡的品牌力量。

■ 因为选择 收获价值

和众多同龄人一样,历经了各种应聘,做过不同的工作,年轻时的张雷,跨行业进入重卡行业的销售,历经商海的磨砺,从初出茅庐的毛头小伙儿,到如今成熟稳重的优质成长型经销商,张雷不断完成着自己人生的蜕变,从他身上似乎充分印证人们常说的,选择大于努力,观念决定命运,思路决定出路等人生哲理。

1990年出生的张雷,离开老家到成都来找工作的时候,并没有对自己有着很好的职业规划,干过一些工作后,他便离职去了成都一个从事商用车销售的企业上班,开始卖起重卡车了。

在那家公司的经历,让张雷学到不少销售方面的专业知识,给张雷现在的发展奠定了坚实的基础,也坚定了他从事重卡销售工作的信心。因而,在当时距成都一百多公里的资阳和平车业,也就是如今的成都聚祥富公司进军成都市场,招兵买马之际,他毅然决然地加盟进来。

这样的选择绝非一时冲动,在张雷心里,从对内重卡行业的发展现状和将来发展的方向来看,国内重卡市场竞争十分惨烈,其主要根源在于产品同质化相当严重,众多的车企只好被迫加入价格战。然而,市场的竞争最终应该是品牌之争,一个良性的车企必须要有很好的品牌影响力和较高的品牌价值。

根植中国市场 共享发展红利

——来自在华外资企业的声音

■ 潘洁 孙晓辉 周蕊

6月19日,第三届跨国公司领导人青岛峰会在青岛国际会议中心拉开帷幕,数百位世界500强和行业领军企业负责人通过线上线下方式如约赴会。

当前,中国经济正迎难而上,实现平稳开局并逐渐恢复向好。今年以来在华外资企业运营状况如何?

“总体来看,我们今年上半年取得了不错的经营业绩。尤其是5月份,随着各地疫情防控顺利推进和复工复产的开展,物流逐渐恢复,加上冶金、半导体、汽车等市场趋于回暖,我们当月销售收入和利润指标均达到预算,并好于去年同期水平。”德国贺利氏大中华区总裁艾周平说,目前企业在华近十个项目进展顺利,总投资约2亿美元。

不少受访企业告诉记者,虽然受到疫情



成都聚祥富汽车销售服务有限公司品牌经理张雷

近年来,国内卡车市场用车发生了巨大的变化,从以前的简单实用、皮实耐造的卡车,逐渐走向高端,进口高端卡车也不再是大型物流公司的专属。对此,国产高端卡车的市场也日益变大,国内车企也纷纷推出了自己的高端卡车,而成都聚祥富销售的正是中国重汽的高端产品——汕德卡。

张雷认为,品牌影响力是指品牌开拓市场、占领市场、并获得利润的能力。品牌力基本上是由品牌商品、品牌文化、品牌传播和品牌延伸这四要素在消费者心智中协同作用而成的。一个品牌要在竞争中脱颖而出,在消费者的心目中占有一席之地,就要使品牌的商品有强大的商品力,树立有助于强化品牌个性的品牌文化,实施有效的品牌传播,进行正确的品牌延伸。如今,品牌影响力已成为影响顾客选择商品的重要因素。

进军异地市场的选择伴随着风险,对于张雷来说,光有干事的信心和勇气是不够的,他不仅要整合各种资源,探索高端商用车的销售模式,更要培养和锻炼自己的营销团队。

“好在自己年轻,不怕失败,一切都可以重新开始。”张雷自信满满。于是,靠着团队的众志成城,公司的汕德卡销售,从2015年的20台,到2018年的100台,再到2021年全年实现销售汕德卡2400台,张雷带领着他的团队牢牢占据四川市场首位。

■ 因为价值,所以绽放

要了解一个企业,必须了解其背景。作为中国重型汽车工业的翘楚,中国重汽是新中国自主开发的第一重型汽车---

“黄河”卡车的诞生地,也是唯一一个全面引进国外具有国际先进水平的重型汽车制造项目的企业。如今的中国重汽,核心竞争力就在于其掌握的已经成熟的重卡制造技术,中国重汽的产品在技术、性能、质量、服务、性价比等方面,始终保持着在国内重型汽车市场上的突出优势。

中国重汽集团党委书记、董事长谭旭光上任的第一天就鲜明地指出了中国重汽转型的方向:必须实现技术全球引领,掌控高端商用车的核心竞争力。

中国重汽汕德卡传承世界一流重卡整车技术,采用可靠的总成及零部件与轻量化的研发技术,是具有经济可靠、驾乘舒适等显著优势的力作,汕德卡从2013年上市以来,在国内重卡市场就是神一般的存在,在业内首个达成了5年200万公里无大修的行业奇迹,并以其始终如一的品质广受行业客户的青睐,用“全勤”“高效”以及“智慧创新科技”重新定义了国产高端卡车新标准。

中国重汽将不仅仅满足于为客户提供最具竞争力的产品,更将致力于为客户提供全生命周期价值服务的整体解决方案。如何理解产品与价值的辩证关系,谭旭光在一次讲话中指出“服务型制造能够提升传统制造业的核心技术竞争力,是对我们全价值链过程的一种理解,它需要强有力的技术支持。”

张雷认为,汕德卡是中国重汽商用车的高端车型,开发之初,汕德卡就对标国际高端卡车。自推出以来,就有很多与众不同的地方,很多方面它都引领了国内的潮流,比如大马力、液力缓速器、气囊悬挂后提升、长换油、



平地板、车联网应用、智能卡车里的紧急刹车系统、自适应巡航系统等。现在看国内卡车的演变方向,你不难发现,重汽汕德卡真的是站在了潮流的浪尖上,真的是符合用户需求的一款车。

中国重汽能精准捕捉用户需求,实现快速反应,并快速研发出响应的产品推向市场,并实现从卖产品转向卖价值,从这一点来说,张雷认为这是汕德卡在四川市场能够打开局面的关键所在。

常言道:酒香不怕巷子深。中国重汽汕德卡定位为进口替换车型,凭借卓越产品品质和良好售后服务,通过其不断导入新车型、拓宽产品线,在牵引车基础上,持续深耕自卸车、载货车、专用车等细分市场,销量成数倍增长,令国内其他重卡产品不能望其项背。

特别是2020年以来,在新冠疫情、法规趋势、地方管理升级等多方因素影响下,汕德卡的成绩得到了市场的充分肯定,全年实现超7万辆的销售,也让汕德卡在国内高端重卡成为领跑者,令所有人瞩目。

张雷并不讳言今年重卡市场严重下滑,“面对的压力比当初选择的时候更大,不仅有流动资金、车辆交付、用户开拓,更重要的是整个团队的协作能力,对我们这个年轻的团队来说,绝对是历练和考验。”

“应该说,中国重汽汕德卡给了我们最大的扶持度和发展空间,将来我们一定会积极开疆扩土,在四川市场大展宏图,创造佳绩。”

在张雷看来,如今的汕德卡已经炼成了一块金子招牌,并不断输出品牌的力量,指引着他 and 团队越走越有信心。

事务副总裁向小芳说,目前和福特相关的所有一级和上游供应商都已经全部复工。

直面疫情挑战,在华外资企业不仅加速复工复产,努力把疫情耽误的时间“抢”回来,更危中寻机、化危为机,开出新店,加码新投资。

特斯拉已从复工复产之初的单班制恢复到了双班制运营,产能利用率恢复至100%;西门子在沪主要制造业企业产能均已恢复至80%以上;优衣库在浙江、湖北、安徽、黑龙江等地“一口气”开出12家门店……

“疫情虽给我们的业务带来挑战,但同时也有机遇。我们积极挖掘在医疗医药、电子制造、食品等领域新的业务增长点,关注中国在加快新基建投资方面的业务机会。”总部位于美国的跨国工业气体供应商空气产品公司全球副总裁、中国区总裁苏俊雄说。

中国美国商会不久前发布的《美国企业

在中国白皮书》显示,超过三分之二的受访企业表示,中国仍是其在全球的前三大投资市场;83%的受访企业表示,他们没有考虑将生产或采购转移到中国以外的地区。

当前,全球供应链加速调整,一些传统优势条件正发生变化。诸多挑战下,跨国公司为何继续向中国投下“信任票”?

迪卡依中国区副总裁王亭亭告诉记者,集研发、设计、生产、物流、品牌、全渠道零售为一体,中国是迪卡依集团唯一进行全产业链投资的海外市场。“我们在中国生产的产品销往20多个国家和地区,占到集团全球市场的半壁江山。中国体育市场是一个万亿级的蓝海市场,成长空间巨大。”

在欧莱雅北亚总裁及中国首席执行官费博瑞看来,中国不仅拥有全球需求最高且最考究的消费者群体,更拥有强大且丰富的数字生态圈和创新生态圈。

[紧转 P2]

双汇熟食

SHUANGHUI DELI

三重卤,更入味

广告

醞造单位:贵州省仁怀市王丙乾酒业有限公司
出品单位:贵州省仁怀市狄康春酒业有限公司
服务热线:18586361133 (沈先生)
13608529997(张先生)

广告