



野马汽车董事长安治富

■ 鞠金词

日前,根据乘联会数据,盖世汽车整理了2015年中国车企狭义乘用车(不包括微面和商用车)销量排行榜,全年增速最快的分别是东风英菲尼迪、上汽大通和四川汽车。据四川日报消息,数据显示,四川汽车12月销量5495辆,同比增长436.1%;全年销量40783辆,同比增长230.9%。

而在1月13日《人民日报》的一版,一则《去年我国汽车产销再创新高 双双突破2400万辆》的消息用了一张图片说明为“位于四川省绵阳市的川汽集团汽车生产基地流水线”的配图。人们纷纷在问,四川汽车到底是一个什么样的企业?它是如何做到这么快的增长速度的?它的未来又会怎样?

野马汽车 十年磨一剑

四川汽车就是曾经的四川汽车工业集团。如果不是资深汽车界人士,也不是成都或绵阳人,可能对川汽知之甚少,甚至是一无所知。其实,四川汽车工业集团是一家存在30年的老牌车企,生产的野马汽车曾经在上世纪90年代风光无限,是当时的国家免检品牌,中华人民共和国成立45周年四川省进京推荐产品。但在合资、进口的大潮冲击下,这匹“野马”没能加快脚步,走了下坡路。

2002年,四川富临实业集团有限公司对四川汽车工业集团进行兼并重组,后续动作不断,投资新厂、与国际团队合作,野马更换



野马汽车绵阳工厂

LOGO、赞助CBA、发布新车型T70及纯电动车E70等等。2011年12月,经股份重组之后,正式更名为四川(野马)汽车工业股份有限公司,简称野马汽车。“十年磨一剑”,这句话用在野马汽车身上或许再合适不过了。2005年8月完成新厂建设和技术改造,工厂整体迁至龙泉驿区。2007年12月,首款SUV产品F99正式进入开发阶段;2009年5月,野马F99在成都下线并开始全国销售。川汽人用传统汽车行业开发周期1/3的时间下线首款车型,创造了中国汽车行业速度的新标杆。2008年,正式提出新能源汽车战略,并组建新能源汽车项目筹备组。2013年,绵阳新能源汽车生产基地建成。2014年,全国首款新能源SUV野马E70下线。

2015年,成功把四川汽车带上全国销量榜的功臣就是野马T70 SUV。这款车一上市就获得消费者青睐,市场占有率不断攀升,产

品远销海外,可谓是SUV界里杀出的一匹黑马。昔日的川汽“野马”正在被唤醒,欲再次狂奔。

截至目前,野马汽车在全国已拥有一级经销商157家、直营店125家。野马汽车,DNA里只有四川的车企,它也是四川唯一的土生土长的车企,它再次崛起展现了四川汽车工业的荣光。

一个七旬老人的汽车梦

要想探秘野马汽车为何能在2015年取得成功,其背后的领路人功不可没,他又是何许人?

在绵阳地区,安治富的名气很大,当地人似乎都熟知他极具戏剧色彩的人生经历和传奇的创业史。从2000元的羽毛球厂起家,到拥有员工1万余人的四川富临实业集团,主要

李锦记为四川食品企业进入国际竞争建言

企业应认清该行业未来发展趋势,积极推行绿色管理战略,提高绿色产品数量和比重,满足国内市场对绿色食品日益增长的需求,最终达成食品领域的生态文明建设。

李惠中委员在提案中提出了六点建议:第一,在初期阶段,由政府组织制定食品工业行业绿色生产的规范、标准;第二,建立对实施绿色管理的食品工业企业给予政策激励与支持;第三,建立层级风险安全干预机制,完善绿色产业链;第四,加强问题食品生产企业和污染排放企业的监管力度;第五,政府宣传倡导绿色消费,由消费市场引导食品工业行业转型;第六,扶持食品工业龙头企业,鼓励自主创新,促进绿色品牌打造。

肩负使命, 李锦记做优良企业表率

作为拥有128年历史的李锦记酱料集团,销售覆盖超过100个国家和地区、220多种产品。在国际化发展之路上,李锦记秉承“思利及人、造福社会、共享成果”的核心价值观,积极践行企业社会责任,始终以“食品安全”为首要责任,为消费者提供放心可靠的产品,让李锦记品牌作为可信赖的标杆;为员工营造良好的工作环境和提供充分的发展空间;为社会创造就业,关注教育、热心公益;提倡节能减排,为社会资源的循环再利用贡献力量。

绿地高管变动 成都楼市挥手告别“大姐”时代

■ 倪明

据成都房产消息,前不久笔者获悉,成都地产界熟知的原绿地控股集团西南房地产事业部总经理助理、成都公司总经理任平已经正式离开现在的岗位,而接任者是原绿地控股集团山东事业部副总经理谷煜。早在1月初,就有业内人士透露,绿地成都公司的高管团队将发生变化,新的营销管理团队将于春节前调整到位。

任平在绿地任职近12年,2004年绿地刚进成都时,任平就进入绿地集团西南事业部,分管营销工作,可谓绿地在成都的

元老级人物。根据成都资深媒体人表示,当时的绿地成都公司营销部,主力人员仅有任平和其下策划人员黄志毅及一名负责营销部门管理的人员。在楼市黄金十年的成都房地产市场,她与华润营销总监张青萍、棠湖营销总监石虹、麓山国际社区营销总监蒋莉等女性营销总监在当时是行业内的一道靓丽风景,而其他三人早已相继离职,另谋它就。

2011年,绿地开始组建西南事业部,任平也晋级为绿地成都公司分管营销的副总经理,此后先后出任绿地集团西南事业部总经理助理、绿地集团成都公司总经理。

企业故事

新万兴瓷业的新兴产业之路

■ 欧军

上世纪90年代初,乐山市夹江县的建陶产业迎来了一轮发展高潮,这为后来的“西部瓷都”奠定了坚实的基础。四川省新万兴瓷业有限公司诞生了,它也是夹江县“资历”较老的一家陶瓷企业。伴着“西部瓷都”的崛起,公司也得到了迅速的发展,到2008年,该公司成为西南地区最大的本土陶瓷企业。

但是,令外界一头雾水的是,就在四川省新万兴瓷业有限公司业绩正当红火、建陶市场一片向好的时候,公司高层却将精力转向碳纤维材料。2010年,四川省新万兴碳纤维复合材料有限公司成立,新厂开工建设,“新万兴”开始涉足新材料领域。经过近几年的建设、研发和市场开拓,四川省新万兴碳纤维复合材料有限公司取得20多项国家专利,进军航空航天材料领域。该公司被评定为国家高新技术企业,该公司研发的技术获得乐山市科学技术进步奖一等奖。

2015年10月,中国西部瓷都·夹江首届陶瓷交易博览会在夹江举行,会议期间,“新

万兴”推出一款新品吸引了人们的眼球。“新万兴”将碳纤维新材料与传统的陶瓷生产相结合,推出了碳纤维地暖瓷砖。这款瓷砖的电能转化为热能的转化率高达98%,智能温控,绿色环保。这款产品一推出就受到商家的青睐,全国各地的商家纷纷上门洽谈设立该产品的销售网点。短短几个月,这款碳纤维地暖瓷砖已在上海、浙江、江苏、湖南、云南等省(市)建成了数十个销售网点。

转型发展新兴产业,锁定高端产业,又运用新兴技术带动传统产业上档升级,迈向产业高端产业、产品高端,“新万兴”的新兴产业之路给业内带来了许多思考。

观点

“绿色企业”是大势所趋

四川省新万兴瓷业有限公司总经理、四川省新万兴碳纤维复合材料有限公司副总经理刘梁奇,向记者“解读”了“新万兴”新兴产业之路。其实,“新万兴”早在2002年就对碳纤维材料这一新材料产业产生了浓厚的

兴趣。当时“新万兴”的建陶业务蒸蒸日上,但公司考虑到,尽管当时城镇高速发展,建材需求巨大,但城镇发展的速度终有一天会放缓,传统建陶产业会面临市场萎缩的困境,于是公司把眼光投向运用范围不断扩大、前景广阔的碳纤维材料领域。

刘梁奇说,“新万兴”转型的另一个原因来自国家政策的调整,创新、节能、环保的绿色工业是大势所趋,企业发展必须紧跟国家政策。在中国西部瓷都·夹江首届陶瓷交易博览会上推出的碳纤维地暖瓷砖,也是响应国家政策,将传统的建陶产品附加了节能环保功能。目前,碳纤维地暖瓷砖的产量在“新万兴”的建陶产量中占比约10%。“新万兴”正加快步伐,用这一具有节能环保功能的新产品替代传统建陶产品。

刘梁奇说,长期以来,党委政府在土地、水电等要素保障做了许多服务。乐山市委近期印发的“十三五”规划建议科学合理,符合国家发展政策,将大力发展新兴产业,升级传统工业。这一建议的出台,更加坚定了公司继续沿着这条路发展壮大的信心和决心。

2015 销量增速全国第三

3-5年内做到自主品牌前五

2015年12月,庞大集团与野马汽车正式签署战略合作协议,引起了业界不小的震动。庞大汽贸集团在业内有着国内汽车零售航母之称,它选择和野马汽车合作,也证明了野马汽车的产品和品牌得到了业界的认可。

根据协议,庞大集团与野马汽车双方将展开销售服务网络的深入合作,庞大将携手野马积极推进北方重点区域城市野马汽车销售网络建设,计划在2016年内新增销售网络30余家,其中计划建设4S旗舰店8家、4S店20余家,从而形成比较完善的销售服务网络。同时,双方还就野马新能源汽车展开合作,预计2016年传统及新能源汽车销量可达到10000台。

不仅和庞大深度合作,2016年,野马汽车还计划建一级经销商200家、直营店400家、新能源经销商10家,持续拓展海外市场,进军3个国家;同时加强电商平台合作,2016年总销售目标为50000辆。

对话中,笔者质疑安治富并非汽车专业出身,他笑称汽车又不是什么高科技,只要用对了人就行。的确,在管理上安治富自有一套经验。2016年,野马汽车内部将实行股改,让骨干员工持股,“不把野马汽车做上市,我绝不退休!”这是安治富对员工的承诺。他同时强调说,“时至今日,我的两个上市公司股市的股份一股都没卖出,因为我把公司做上市不是为了变现套钱,而是为了规范公司,是让跟着我的员工有盼头有干劲。”2018年,野马汽车目标产销量做到12万辆以上,电动车做到1万辆以上。3-5年内,把野马汽车做成中国自主品牌的前五,这就是野马的终极目标。

布局互联网+视频 罗技牵手 中国电信四川公司

■ 新民

近日,罗技与中国电信四川公司在四川成都成功签署了双方之间的战略合作协议。亲临现场的罗技全球CEO Bracken Darrell先生表示,罗技凭借高质量的产品与服务,通过与中国电信四川公司的重点项目合作从而服务于中国视频通讯市场,对双方都具有重要意义。

据悉,此次战略合作,双方将以中国电信四川公司“想家”项目为契机而展开。罗技全球副总裁及亚太区总裁刘坤先生表示,中国政府推动的互联网+战略以及宽带中国等项目,给罗技这样的高科技设计型公司带来良好发展机遇,罗技将充分发挥其技术研发能力,对适用于现行互联网+视频通讯生态系统的相关产品进行智能化的创新与升级,从而更好地服务生机勃勃的中国市场。这次战略合作将使科技巨头罗技与业内翘楚中国电信四川公司之间强强联手,开创互利共赢的绝佳局面。

关于此次战略合作的主要目的,刘坤先生表示:为了积极履行企业社会责任,合作双方以实际行动深入贯彻落实“十三五”规划提出的“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展新理念,借产业升级助IPTV及宽带服务使得视频通讯走进千家万户,让信息技术发展及基于互联网+的产业升级能够惠及百姓,同时推动国内视频通讯产品的进一步转型升级。

刘坤先生认为,通过本次合作,将国际品牌的优质产品与国内大型企业的项目相结合,创造出能够满足消费者潜在需求的更好的产品与服务,同时相应国家关于供给侧改革的相关要求,进一步推动四川当地居民的信息产品消费升级。

刘坤先生接受媒体采访时还表示,罗技公司与中国电信四川公司未来在市场营销方面也将建立更紧密的合作,罗技将充分发挥消费者市场营销方面的经验,与中国电信四川公司展开全方位合作,共同将“想家”项目以及后续互联网+视频通讯项目打造成全国的示范样板,以优质产品与服务惠及更多地区的消费者。

签约仪式后,罗技高层走访了中国电信四川公司总部,并在展厅体验了基于IPTV的家庭多媒体娱乐与信息中心,直观感受了这一服务给消费者带来升级体验。中国电信四川公司以技术升级为基础,以消费者体验为核心的商业模式不断创新也给罗技高层留下深刻印象。刘坤先生、中国区董事总经理蒋志兴先生和中国电信四川公司高层人员都有充分的信心,相信通过这次全方位的合作,能有效提升产品效益和用户体验,进而实现视频通讯创新成果与信息产业的结合,营造视频通讯产业的创新模式。罗技高层也充分相信借助与战略合作伙伴的紧密合作,凭借先进技术与卓越产品品质,罗技能够为中国的互联网+战略,更为中国的经济发展,作出更大的贡献。

赏析

七律 颂四川省企业联合会

■ 李槐

四处都有新机遇, 川道而今变坦途; 省己思远方成长, 企划规模展宏图; 业绩皆因勤努力, 联手才能有功夫; 合作对话加培养, 会当凌顶通大路。

七律 颂四川省企业家协会

■ 李槐

四通八达到西蜀, 川流不息发财路; 省事还须平常功, 企管都曾艰难度; 业内有谁可比肩? 家外无人不赞誉! 协作方是大问题, 会有时日开五福!

(注:此两首七律诗系四川省经济和信息化委员会直属单位管理处正处级调研员李槐同志,在新年之际为四川省企业联合会、四川省企业家协会所作的藏头诗。)