

聚焦国际化人才培养 推进国际化战略步伐 远东控股与中兴通讯举行国际化高层交流活动

■ 李帅

7月2日,远东控股集团与中兴通讯股份有限公司(简称中兴通讯)举办国际化高层交流第五期活动,本期主题为:跨国经营给人力资源带来的新挑战。中兴通讯执行副总裁陈健洲、中兴通讯学院市场总监桑兆辉、区域市场总监张颖,远东控股集团董事局主席、首席执行官蒋锡培,远东智慧能源股份有限公司(简称智慧能源)董事、首席执行官蒋华君,集团董事、董事局秘书蒋承志,智慧能源首席财务官、董事会秘书万俊,智慧能源投资人、首席运营官陈静,集团人力资源部副总监孟祥波,远东大学管理学院院长助理任璐璐及相关人员参加活动。

座谈会上,蒋锡培指出,远东创立于1990年,在20周年庆典时,集团管理团队提出了“二次创业”的口号。六年来,远东的战略转型成功落地,在经济新常态下,保持了高速的发展态势。中兴与远东的创业时间相仿,在以侯为贵董事长为核心的团队领导下,以明确的战略方向、前瞻的眼光,保持竞争、责任的心态,把握核心要素,积极创新,走出了一条坚实的国际化道路。

目前,远东面临着国际化的关口,中兴的经验对远东至关重要。他肯定了国际化高层交流活动举办以来所取得的成果,通过国际化人才培养项目,远东中高层管理人员拓宽了视野,为远东的国际化战略奠定了良好的基础。他感谢中兴对远东的厚爱,希望进一步加强与中兴的交流互动,推进双方协同协作。



● 活动现场



● 蒋锡培发言

蒋华君对中兴给予远东国际化战略的支持表示感谢。他指出,远东立足国内市场,在国际市场方面进行了一些有益的尝试,希望中兴继续支持远东的国际化发展。

蒋承志介绍了远东控股集团的基本情况。远东以“主业+投资”的发展战略,坚持“内生+外延”的发展模式。主业聚焦“智慧能源、智慧城市系统服务商”,逐步形成智慧能

源系统化、国际化的竞争能力;投资方面,不断优化资源配置。目前,集团直接和间接投资的企业已达到328家,涉及大健康、大消费、家庭资产金融理财等领域。他指出,近年来,远东不断加快国际化步伐,制定了国际化发展目标:力争到2020年,国际业务比重达20%,外籍员工占比20%。在企业的国际化战略中,人力资源至关重要,中兴的经验和布局都值得远东借鉴,希望能与中兴深入交流学习。

陈健洲介绍了中兴通讯的发展历程,总结了中兴通讯国际化战略实施过程中的经验教训,他以诺基亚、苹果等国际知名企业的案例,阐述了制定科学的企业战略发展规划的重要性。他指出,企业的国际化要重视五个方面:科学合理的国际化战略、与国际化战略相匹配的人才支撑、平衡风险与机会、人才与公司的双赢以及企业的社会责任。企业的生命力不光体现在过好日子的时候,在进入低谷的时候,这种能力更为凸显。危机考验的是经营团队的战斗力,包括高层的决策能力、稳定大局的能力,中层的执行能力。在这个前提下,能否抓住新的机会、新的战略、新的市场,很大程度上决定企业战略目标能否达成。最后,他强调,远东与中兴一定要保持民企的活力、高效,不断强化获取资源的能力,积极把握机遇,就一定能够实现2020年战略发展目标。

蒋华君、万俊还就境外员工的招聘、培养、配置,企业文化理念、组织流程如何适应国际化战略转型等与陈健洲进行了交流。

陈健洲一行还参观了智慧能源科技馆。

迎接新规 红岩杰狮中置轴轿运车受关注

在GB1589修订的带动之下,国内轿运车市场也在发生着变化,最引人注意的当属中置轴轿运车的出现。在今年的北京车展和重庆车展上,上汽红岩展台都展出了旗下的杰狮中置轴轿运车,受到了各界广泛的关注。

虽然目前新版GB1589还没有正式发布,但是对于中置轴轿运车的规定已经敲定,中置轴挂车长度限值12米,中置轴车辆运输列车长度最大限值为22米,宽度限值2.55米,高度限值4米。

基于杰狮M100打造 动力总成不变

杰狮中置轴轿运车是基于杰狮M100底盘打造而成,动力方面采用的是科索C9国四发动机,法士特十挡手动变速箱,为了配

合新的标准,轿运车的驾驶室也采用的是杰狮平顶驾驶室。

杰狮中置轴轿运车的整车长度8625mm,宽度达到了2500mm,以车头固定部分为限,那么高度为2670mm,而其余部分高度是可以调节的,所以最终高度还是需要跟进货物来确定。

后桥采用的是空气悬挂,可以在货物较高时降低整车的高度,也是为了降低整车重心之后保证车辆的行车安全。

上装几乎都能动 细节考虑周到

杰狮中置轴轿运车的驾驶室上方可以独立放置一台商品车,这就是为什么要采用平顶驾驶室的原因,上装可以根据需求平置或者斜置。

而后面的上层货板整体都可以上升或



● 红岩杰狮中置轴轿运车是基于杰狮M100底盘打造而成,采用的是科索C9国四发动机,法士特十挡手动变速箱。

者下降,在装商品车的时候就会把它整体下降,然后将商品车装上去,装好之后再升高,

然后才能继续装下层货板。

在下层货板进行装卸的时候,尾部的货板同样也可以进行独立的升降,起到一个斜坡卸货的作用。

轿运列车一般是由前部的主车与后部的挂车组合而成,通过主钩和从钩组成的连接装置与主车连接。在上层货板还专门有防跌落设计,防止人员在上层查看货物时意外跌落,细节考虑极致周到。

编后语

虽然目前最新的GB1589还没有正式发布,但废除传统的飞机版轿运车是迟早的事,取而代之是更安全高效的中置轴轿运车。而上汽红岩已经做好了充分准备,在这个时候推出了红岩杰狮中置轴轿运车,准备好接受新规和市场的考验。

(红岩)

国酒之窗



毋庸置疑,作为中国国酒,茅台集团如何实现千亿级企业目标,如何成长为受人尊敬的世界级企业,是一件值得期待的事情,也是全面解读茅台“十三五”规划的要点之一。

“十三五”的五年,将是贵州茅台脱胎换骨、打造产业巨舰的关键时期。这一次转型的核心之一,是进一步全面提升企业在全球化时代的竞争能力。贵州茅台“十三五”规划强调,未来五年,茅台集团将致力打造集团的五大能力。

一、国际化推进能力

茅台“十三五”规划清晰指出,国际化推进能力是茅台面临的巨大挑战。因此,未来五年,贵州茅台必须投入足够的战略资源,做好充分的战略准备,综合推进产品国际化、经营国际化、文化国际化。

据介绍,贵州茅台的国际化的具体职能包括:国际市场研究能力、产品研发和规划能力、品牌战略和导入能力、渠道设计和管理能力、经营管理能力和资本运作能力。

根据茅台“十三五”规划,贵州茅台的国际化战略,以布局全球市场为要点,开发国际化适销对路的产品,先易后难,将茅台品牌麾下产品分销到世界各地;集团亦将通过在海外建立分支机构,以自营和收购国际酒业品牌双通道进入国际市场,发展国家化经销网络,实现业务互动。

相关人士强调,茅台集团将在经营全球业务的同时,传播中国酒类品牌的文化价值,以文化营销方式培育忠诚消费者,系统提升集团国际推进能力。

二、集团化运作与管控能力

茅台集团“十三五”：产融结合打造千亿级酒业航母

系列报道之六

提升五大战力 助推茅台再造

在世界经济范围内,集团企业与单体企业相比,具有更强的竞争优势。相关人士形象地比喻说,贵州茅台集团总部,就像庞大舰队的旗舰。这个中枢的运作与管控能力,直接影响整个舰队的效率与战斗力。

茅台“十三五”规划希望,未来五年,在集团总部层面重点培养战略管理能力、资本运作能力、监督控制能力、专业服务能力等四大核心能力,实现母合效应,使得集团总部成为价值创造总部,实现“1+5”管控模式。“1”即一个战略中心型组织,就是将人力资源管理与财务目标相联结,订好关键人(企业家和高级经理人)的全面平衡指标,培养关键人成为决策者去开创新业务,将管理幅度缩小以便于管理,让关键人去对话成本、创造利润,主动优化流程、减少浪费,按创造价值的效益分享成果,激励不同层次的战略主体和关键人;“5”即5S战略管控体系,包括战略规划、战略计划、战略管理、战略审计、战略评价等五个方面。通过“1+5”模式来实现集团对子公司的价值整合与创造。

三、品牌化建设能力

大视野决定大品牌。在全球产业阵营中,酿酒业,是典型的品牌导向型行业。人们很难想象,如果没有品牌,一家酒企将怎样在激烈的竞争中生存。

作为全球品牌价值五百强企业,贵州茅台“十三五”期间的品牌战略,是业界关注的焦点之一。

茅台“十三五”规划认为,品牌化建设能力,是茅台集团作为酒业提供商实现品牌全球化的必备能力。未来五年,他们将围绕品牌建设,培养八个核心能力——

培养新品牌策划和培育能力,成功打造新品牌,改变“茅台”一枝独秀的现状;培养品类品牌规划能力,建设新的品类品牌,实现多品类酒业经营;培养品牌战略组合能力,在多品牌格局下,确立每一个品牌的地位和价值,根据业务组合设计品牌组合,明确每一个品牌在组合中的定位;培养品牌文化提炼能力;培养品牌国际化推广能力;培养品牌资产管理能力;培养集团内部品牌管理和运作能力;培养品牌危机预警和处置能力。

四、市场化深耕能力

改革开放38年来,贵州茅台成长变化中最耀眼的趋势,就是以市场为导向的不断演进。市场化的深入,也使得贵州茅台从一个区域型的地方企业,成长为具有跨国影响力的巨无霸企业。

未来五年,贵州茅台集团将不断提升市场化深耕能力,从现代市场营销、渠道构建、终端建设、市场管控四个方面打造市场化深耕能力,建成市场快速响应体系。

据茅台集团有关人士介绍,“十三五”期间,他们将从以下方面强化市场能力——

的营销策略的能力。

强化规划产品从厂家到消费者手中的渠道链条及不同渠道形态的组合方式,对原有的渠道网络进行梳理、重塑,主动性建设现代渠道网络的能力。

强化依据市场定位及营销策略选择终端,进行终端定位,设计终端策略,实现终端平台化、互动化和生动化的能力。

强化渠道各层级的价格体系管控能力,改变渠道成员利益不合理的状况,建立价格调整机制,保证茅台酒获得合理的价格定位。

强化追踪产品的流向,防止各区域市场间的窜货、杀价,保障经销商成员的合理利益的管控能力。

强化引导渠道成员配合厂家的营销策略,动态跟踪、评估、调整渠道成员的能力。

五、资本化运作能力

茅台“十三五”规划明确指出,资本运作能力将是茅台新时期需要建设的核心能力之一。茅台酒在全球出色的产品竞争力,给集团带来了雄厚的资金积累,也给他们推动资本运作,奠定了良好的基础。

据介绍,未来五年,产融结合是茅台集团战略发展的重要支撑。茅台将从提高投融资能力、投资对象选择能力、项目培育能力和资本市场运作能力出发,培育集团资本化运作的核心优势,形成产融结合的独特优势和运作模式。在尽快获得金融牌照的前提下,规划好金融板块的子业务,形成金融子业务层面的培育能力,较快完成金融核心业务的定型,改变金融资本运营能力较弱的现状,努力打造集团酒业之外双轮驱动中的“另一轮”。同时充分利用账面资金结余进行有价证券等金融产品买卖活动,加速金融资产的流动性,谋取利益最大化。(茅宣)

东风德纳车桥十堰部件厂 扎实开展“两学一做”学习教育活动

笔者在东风德纳车桥有限公司十堰部件厂三车间会议室看到,该车间的党员正利用生产间隙认真做着“两学一做”学习笔记。该厂自4月份起全面启动“两学一做”学习教育活动,这只是其中的一个镜头。

据了解,此次学习教育活动该厂发放《习近平总书记系列重要讲话读本》和“两学一做”学习教育笔记本,保证了在职党员人手一本。

该厂党委书记陈正权要求全场干部、党员要深刻领会中央开展“两学一做”学习教育的重要意义,通过学习教育,努力做到讲政治、有信念,讲规矩、有纪律,讲道德、有品行,讲奉献、有作为;要将个人自学、专题讨论、主题实践等活动贯穿学习教育活动始终,学而思、思而行;要抓好专题学习教育,坚持问题导向,开好专题组织生活会,做好党员民主评议。同时,他要求全厂各党支部要加强党员管理和学习督导,确保学习教育取得实质性的效果。(马潇雪)

羚锐制药结合实际推进“两学一做”学习教育

河南羚锐制药股份有限公司贴膏剂事业部在全面开展“两学一做”学习教育过程中,要求党员干部和企业经理人在确保规定动作完成之外,结合各自部门和单位实际情况,选择不同形式,形成“分层次、有特色、重实效”的学习教育,保证“两学一做”学习教育实现两促进、两不误。

自“两学一做”学习教育全面开展以来,事业部结合自身实际,因地制宜强化学习教育的成效,相继下发了《关于进一步落实“两学一做”学习教育,形成基层党组织学习教育特色的通知》《事业部经营班子成员走进基层主题活动方案的通知》等文件。党员领导人员带头示范,事业部领导率先进入所联系的部门和生产车间,与基层党员交流学习体会、倾听一线声音、发现典型案例,并为一线党员讲党课,实际解决一线难题。事业部党支部要求,“两学一做”学习教育要注重发挥党员领导人员带学促学作用,层层示范、层层带动。要突出经常性教育的特点,把“两学一做”学习教育同做好中心工作结合起来,并对学习教育的方式方法、学习教育重点做了明确具体的要求。

在规定动作之外,事业部党支部还设计了征文活动、知识竞赛、警示教育、红色之路、党课观摩评比、领导对口联系点主题学习、重温入党誓词、集中轮训、唱红歌、歌咏比赛等“两学一做”学习教育自选载体,供各部门和生产车间结合各自实际情况选择开展。

为加强对“两学一做”学习教育的督促指导,事业部成立了“两学一做”学习教育协调领导小组,在规定督导动作外,特别提出要分层次加强指导,真学实做推进企业生产经营工作。要求。做到事业部党支部“学做指导”有专题,各基层党小组搭建平台有做法,组织实施有特色,全体党员学习教育有亮点。(汤兴)

殷晓鹏：生态养殖 回归自然

青山绿色特禽养殖场,位于赤峰市克什克腾旗万合永镇大青山脚下,该养殖场的鸡自然成长,肉质细嫩,营养丰富,鲜香可口,鸡蛋纯正、养分倍增,受到市场欢迎。

该养殖场负责人殷晓鹏,是80后大学生创业者,以“诚信天下”为创业理念。他说公司建立生态养殖基地,进行生态养殖。生态养殖跟人工养殖的区别,在于生态养殖是根据不同养殖生物间的共生互补原理,利用自然界物质循环系统,在一定的养殖空间和区域内,通过相应的技术和管理措施,使不同生物在同一环境中共同成长,实现保持生态平衡、提高养殖效益的一种养殖方式。这一定义,强调了生态养殖的基础是根据不同养殖生物间的共生互补原理;条件是利用自然界物质循环系统;结果是通过相应的技术和管理措施,使不同生物在一定的养殖空间和区域内共同成长,实现保持生态平衡、提高养殖效益。

公司以自己养殖的家禽对比同类企业或散户的养殖项目,具备的优越性和亮点较多。如鸡的外观,干净、光亮丽的羽毛一定程度上就是健康的象征,也预示着它们对当前食物所提供营养成分已经很满足。

这最终决定的是高品质的肉产品。动物们除了享受到基地广阔的空间环境以外,还能随时随地享用上百重口味的杂食。对于工业养殖来说,这种条件是不具备的,而个人散养户更不会花时间和精力去给他们养殖的动物提供这些额外的服务了,细节决定品质。动物的天性就是自然随意、无拘无束,我们尊重动物,尊崇信仰,所以它们让动物真正回归自然的怀抱。它们时而奔跑、时而睡觉、时而吃零食、时而坐卧,可能是告诉它们它们已经做好了随时进入自然界食物链的准备。

他说,我们不追求快速生长和出肉率,使所饲养的产品在纯天然的环境下自然成长,保障生长品质,为消费者提供健康、营养、美味的产品。(曹月)