

# 徐工持续发力电子商务 跨境业务超过九成

互联网为传统企业转型发展插上了腾飞的“翅膀”。对于徐工集团来说,加快国际化步伐同样离不开互联网技术的创新发展。

在徐州软件园的一栋办公楼里,走进徐工电商公司,一个电子大屏实时记录着平台国内外市场的交易数据、商机特征、客源分布等内容,这个电子大屏名字叫徐工电商生态数据的智慧平台。

2017年底成立的徐工电商,目前营业收入已突破3.8亿元。伴随着业务的快速发展,市场的不断开拓,未来五年将力争平台交易量突破百亿元,成为徐州软件园申报国家级电子商务示范基地的龙头电商企业。

## 有优势 徐工发力电子商务

21世纪的中国已经成为全球机电产品制造及出口的重要基地。从绝对额和比重看,机电产品早已成为外贸出口的龙头产品。2018年,中国机电产品出口9.65万亿元,占我国出口总值的58.8%,长年占据中国对外贸易的半壁江山。

拥有70余年历史的徐工,是中国工程机械行业的龙头企业,上下游供应链企业数千家,在海内外市场和知名度和美誉度高,徐工品牌的相关产品在全球范围内有稳定和忠实用户群,核心产品具有较高的市场占有率。

徐工电商公司的成立,通过电子商务的产



●2018年5月18日徐工电商双平台上线发布会

业化、专业化探索与实践,全力打造徐工在工业电子商务领域新的平台优势,在全球化市场环境中建立持续竞争优势,为徐工国际化开创更大发展空间。

徐工电商公司依托徐工集团完善的工程机械产业链和成熟的国际化发展经验,以工程机械产业为核心,应用互联网+技术,自主研发设计的资源富集、创新活跃、高效协同的国际站Machmall(www.machmall.com)、国内站螳螂网(www.tlang.com)两大平台已于去年5月18日上线发布。

平台通过整合中国制造优质资源,推进需求端与供应端无缝对接,为全球客户提供多品

类、成套化、系列化机电产品及租赁、拍卖、二手设备、配件和海外仓等各类电子商务贸易与综合服务,构建繁荣的电子商务平台和生态系统。

## 发展快 跨境业务超过九成

徐工电商平台充分发挥徐工遍布世界各地的专业化、国际化的贸易与服务优势,为国际买家和供应企业双向定制贸易策略,上下游、内外贸、线上下,系统提供电子商务贸易服务解决方案。

2018年,徐工电商公司先后获得江苏省智慧江苏重点建设工程、徐州市电子商务示范企业、徐州市级外贸新业态试点、“互联网+”创

新竞争力信用企业、诚信示范经营认证企业以及徐州市青年文明号、科技型中小企业资质等荣誉。

依托徐工集团优势产业基础,立足于为工程机械上下游和机电行业提供相关互联网产品和服务,徐工电商平台将构建全球领先的机电产品贸易融通和资源共享平台。

据了解,该平台自发布以来,已受到淮海经济区乃至全国机电产品制造企业持续关注,截至目前,已吸引中石化润滑油、内蒙一机、上柴动力、上海彭浦、四方锅炉、金彭电动车等行业翘楚入驻平台,同时公司也与谷歌、阿里巴巴、中国制造网、法国Direct Industry、环球资源等达成战略合作关系。

海外客户,帮助供应商提升品牌溢价,获得更高利润,公司成立第一年实现营业收入突破3亿元人民币,其中跨境业务占比超过95%,平台海外注册用户突破10万个。

通过电子商务实现行业百台成套路面设备、大吨位成套矿用设备、批量起重机械、土方机械产品批量出口,创行业跨境电子商务交易纪录。

目前,平台产品询盘覆盖174个国家和地区,产品销售至全球78个国家和地区,既有法国、加拿大、韩国等工程机械高端市场,也有巴西、越南、印度尼西亚、斐济等徐工传统渠道覆盖薄弱的市场。同时新开辟瓦努阿图、圣马力诺、特立

尼达和多巴哥等新兴市场。

## 前景好 打造行业内的领先企业

徐工电商公司通过实施OEM/ODM/OBM战略创新商业模式,丰富机电产品类别,满足全球客户多样化需求,借助Machmall跨境电商平台,为供应商提供巨大的市场机会和发展机遇,不仅实现了越野吊、水井钻机、100米登高消防车、两头忙等工程机械高附加值产品销售等,还实现了工业炉、空压机、推土机、发电机组、低速新能源车辆、物流仓储及搬运设备等产品商机撮合与批量出口。

徐工电商打造的电子商务平台解决了机电产品买家与卖家的信息不对称问题,下一步将改造方向延伸至产业链的其他环节,提供数据服务、信息服务、物流服务、金融服务,诸如仓储、物流、金融等非标的业务,探索二手车、备件、租赁等新业务,为客户提供更有价值、更多元化的生态服务。

徐工电商公司以“赋能供应链,创新生态圈,为全球客户提供机电产品综合服务解决方案”为使命,坚持专家寻源、优中选精,在全球范围内汇集甄选优质机电行业资源,未来五年内,赋能合作伙伴突破10000家、注册会员突破100万、平台交易量突破百亿,发展成为全球信赖、国际领先的机电行业电子商务综合服务平台,力争5年成为机电产业集群垂直电商领先者。(中新网)

# 河南仰韶酒业举行2018年度双先表彰会 仰韶酒业逆势而上,营销收入增长高达45%,是公司成立以来增幅最大、成绩最为显著的一年

■ 本报记者 李代广

3月10日上午,河南仰韶酒业有限公司2018年度双先表彰会在渑池县仰韶酒庄生态园区隆重举行。2018年,仰韶酒业逆势而上,取得了可圈可点的成就,营销收入增长高达45%,是公司成立以来增幅最大、成绩最为显著的一年。

酒业公司班组长以上管理人员、营销公司办事处以上管理人员、受表彰的先进工作者、先进集体代表500余人参加会议。

河南仰韶酒业党委书记、董事长侯建光,仰韶酒业党委副书记、营销公司总经理卫凯,仰韶酒业党委副书记、酒业公司总经理郭富祥发表了主题讲话。

## 侯建光:讲政治、提品质、强市场、控风险,实现仰韶品牌可持续高质量发展

2018年,是仰韶酒业承前启后的一年,也是“仰韶再出发战略”新时代的开局之年,围绕“18年的出彩”和“19年如何继续出彩”,针对“一个核心”、“两个平台”、“三个确保”、“四个方面”的新思路,尤其强调讲政治、树廉洁、防风险、重实效,四个方面工作深入理解,内化于心、外化于行。

在营销势能方面:产品裂变、日月星上市,彩陶坊进驻西安,结构调整成果凸显,营销收入增长高达45%,2018年是公司成立以



●仰韶酒业2018年度双先表彰会

来增幅最大、成绩最为显著的一年,2019年务必重点围绕“调机构、提品质、强品牌”战略,夯实营销持续发力。

在科研创新方面:重点推进陶融型工艺白酒的品质提升与复制、陶融型国家团体标准的评审工作、全面质量管理工作再上新台阶,项目建设有序推进,团队建设要有新气象。

在管理体系方面:在三大管理体系的调整和修改层面,第一个调整,在原来“意识形态管理”、“产品品质管理”、“市场营销管理”的三大管理的基础上,新增加了“风险防范管理”。重点防范十大风险:经济效益风险、食品安全风险、标签标注风险、消防安全风险、生产安全风险、环境保护风险、广告法风险、媒体公关风险、个性突发事件风险、廉洁自律风险。

第二个调整,将意识形态管理的“抓党

建、抓法治、抓风气、抓廉政”,调整为“抓党建、抓法治、抓廉洁、抓风气、抓廉政”,专门把廉洁风险从十大风险中调整到意识形态管理中。

第三个调整,是市场营销管理由十五字方针调整为十八字方针,“调结构、提品质、强品牌、抓管理、提单产、增销量”,增加了“提单产”。

## 卫凯:真抓实干再出发 凝心聚力赢未来

卫凯通过一组靓丽的数据总结了仰韶营销公司2018年的整体销售业绩,数据显示彩陶坊四大销售中心整体销量增长超过45%,为“仰韶再出发战略”实现良好开局。同时围绕“市场布局、营销势能”两大方面进行了系统回顾。

卫凯表示,2019年,是“仰韶再出发”成果巩固的关键一年,全体仰韶人通过八个意识“政治意识、大局意识、核心意识、看齐意识、危机意识、紧迫意识、超越意识、成就意识”,践行四个狠抓“狠抓党建、狠抓法治、狠抓风气、狠抓廉政”,达成一个“效能革命”的目标,紧紧围绕“调结构、提品质、强品牌、抓管理、提单产、增销量”十八字方针开展工作。

## 郭富祥:以党建、科研、品质、安全、作风为引擎,继续往开 再赴新程

郭富祥在报告中围绕“生产酿造、市场服务、安全管理、团队建设”四大方面回顾了2018年的工作重点,并从六大点剖析了工作中的不足之处。



# 欢声笑语,双汇女工喜度“三八”节

日前,为了让全体女职工度过一个欢乐的节日,双汇集团党委、工会、团委、女工委,举办了女子个人跳绳、“协作跑”趣味活动。当天,来自公司总部20家单位近300人、25支参赛队参加了本次的趣味活动。

大家不分年龄、不分工种每一支队伍脸上都洋溢着自豪的笑容,为了能够展现自己最好的一面,大家积极组织,提前练习,活力十足。

最终,来自股份肉制品分厂的游淑丽以219次有效跳绳次数,0次失误获得了本次比赛的一等奖;股份肉制品分厂2队获得了本次协作跑的一等奖。

在活动现场,跳绳在女工的手中翻飞腾跃,上下穿梭,女工们个个身手不凡、动作敏捷;在协作跑现场,女工们喊着响亮的口号,迈着铿锵有力的步伐,相互协作跑到终点。摄影 万红卫 本报记者 李代广

## 国酒之窗

# 以战略眼光、务实行动,为茅台未来更好布局——李保芳长春调研座谈侧记

3月6日-8日,茅台集团党委书记、董事长、总经理李保芳率队在吉林市场调研。

两天半时间,调研组在长春走访5个经销点,与上百名来自东三省、内蒙古自治区的茅台酒及系列酒经销商高管座谈交流。茅台酒股份公司副总经理、酱香酒公司党委书记、董事长李明灿,茅台酒股份公司总经理助理、茅台酒销售公司总经理王玉鹏,以及企业文化处等相关部门负责人陪同调研。

与以往不同,此次调研,是茅台集团和股份公司高层,在进行茅台酒市场调研时,同步调研酱香系列酒市场。

“过去,对酱香系列酒重视不够。今后的市场调研工作,系列酒和茅台酒,一是要同步,二要优先——一定要把系列酒放到一个很重要的位置。”李保芳说。

茅台酒和系列酒在东北市场,销量远不及河南、山东等地。千亿茅台冲刺之际,茅台高层选择东北这个在营销贡献度上并不起眼的地区进行调研,收集经验、查找问题、寻找办法,其目光所及,远非一时一地。

“我们不能因为小,就认为这个市场不重要。这么多人生活在这片土地上——我相信将来,他们都会爱上茅台的产品。但是,我们不能等到有一天增长了再去工作,现在需要打一些基础性的东西。”

## 换个视角树“标杆”,小市场背后的大思考

我们要未雨绸缪,把眼光放得更长,把工作做得更远。下大力气培育市场、培育消费群体,为将来做大整体规模打好基础。



●李保芳一行参观调研

“我们想要打造东北酒业销售的标杆。”吉林省酱源供应链公司CEO赵宏亮的这番表态,赢得李保芳的点赞。

酱源公司,是茅台酱香系列酒经销商。其股东,既有当地茅台酒资深经销商王福盛,也有一些对酱香酒充满感情的新锐商人。

“酱源公司代理系列酒经销之后,一直试图在‘跨界’上发力:他们与婚庆公司合作,‘借力’提升系列酒在青年消费市场覆盖率;他们与农资公司合作,借助其网络,把酱香系列酒推向县级市场。”

听罢介绍,李保芳当即安排,请赵宏亮次日在东三省内蒙省区经销商座谈会上,再谈一次经验。

“这次调研的一大收获,就是酱源公司的案例。他们针对市场一线,基于市场需求实际

和不同特征,通过与婚庆公司、农资系统合作,推介系列酒产品,扩大市场规模的‘跨界’模式,值得学习。酱香酒公司要认真总结借鉴,加以推广。”李保芳现场点评道,“什么是渠道下沉?这就是渠道下沉。如果有这种志气成为‘东北标杆’的企业,我们为什么不支持他们?”

“现在,酱香酒的市场不要面面俱到、遍地开花,有些地方不成熟,宁可暂时放一下。但是,对一些致力于把系列酒做大的公司,要给予特殊的照顾。回去后,酱香酒公司班子要在一个月内,拿出一套帮助酱源公司做成‘东北标杆’的系列措施。”

“从当前看,国家振兴东北老工业基地的战略不会改变,东三省发展的步伐不会停下来,整体形势只会越来越好。大家要相信,东北的经济一定会振兴;从长远看,全面小康、消费

升级的大背景下,喝好酒、喝健康酒,将会成为越来越多人的选择;从客观看,东北老乡历来豪爽大气、豪放善饮,这种传统短时间内不会改变,内蒙同样如此。”李保芳强调,东三省加上内蒙,人口总数将近全国的十分之一,无论是人文传统,还是经济潜力,对于茅台集团而言,东北市场潜力不可小觑,需要提前布局。

“所以,我们要未雨绸缪,把眼光放得更长,把工作做得更远。从现在起,不管茅台酒,还是系列酒,要进一步对症下药,制定措施,抓好工作。要千方百计做好推广宣传,加强消费引导,下大力气培育市场、培育消费群体,为将来做大整体规模打好基础。”

系列酒的营销,能不能对东北市场采取一些更加特殊的政策,来做大需求?李保芳针对东三省及内蒙的市场扩容,还提出了新的设想:系列酒的品鉴,要从大规模、大场面转向小而精、高质量。今年开始,要把大规模的共享品鉴活动,转为中小规模的体验式互动。具体方式上,可以进广场、进街道、进社区、进乡村、进厂矿、进企业。总之,就是要品鉴工作沉下去、实下去,让酱香系列酒从大型宴会上摆到寻常餐桌上,让消费者从酱香味、酱香酒从感知到接受,从认可到喜欢。

“这件事,首先从东北做起。”

## 办好“酒博馆”,为“文化茅台”扩容

在文化传播方面,除了讲好一些已经成熟的“茅台故事”外,还要注重从经销商当中去挖掘“故事”。

29年。

他设立的吉林省酒博物馆,在长春是知名4A级景区。这里收藏了50多个国内品牌的白酒,3000款世界知名品牌的红酒和洋酒,品种多达6697个。

除了琳琅满目的老酒藏品,吉林省酒博物馆更像一个与茅台有关的历史资料库:20多年来,茅台销售公司给经销商们下发的所有文件,连续多年参加茅台酒经销商大会的代表证等等,这些容易被忽视的东西,经过精心保存、分类,经历时光积淀之后,都成为特殊的历史文物。

李保芳一行,用了一个多小时,在这里仔细观摩,并现场讨论。在调研组看来,这座博物馆某种意义上说,正是丰富“文化茅台”建设外延与内涵的鲜活案例。

“看了过后,总的感觉是名不虚传,值得看、值得学、值得支持。”李保芳边看,边与同事交流。“吉林省酒博物馆的文化介绍,尤其是档案的管理真是一流水平。在茅台酒文化城和茅台档案室找不到的文件,白山的博物馆还能找到。一家经过改制的民营企业,能有这样严密的管理体系,有这么高的管理水平,很不简单。”

“你的镇馆之宝是什么?”现场,李保芳问汪凤莲。随后,他要求已与吉林省酒博物馆建立对口合作关系的茅台集团企业文化处,制作一个更为精美的共建牌匾,挂在博物馆的显眼处。

“作为龙头企业,茅台要首先站出来,理直气壮地支持老宁,让他把博物馆越办越好。”李保芳分析指出,“把‘酒博馆’建设作为切入点,是一个不错的办法,要充分参考借鉴,扎实推进‘文化茅台’建设。”

谈到未来文化茅台工作的推进,李保芳认为要重点处理三个问题——