

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 8 版 第 084 期 总第 9418 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2019 年 4 月 2 日 星期二 己亥年 二月二十七

每周时评 | Observation

| 喜迎建国七十周年 见证中国卡车用户转型奋进 | 系列报道之一

打破家电“小病大治”背后的利益共同体

■ 何勇海

家电售后服务中的乱象一直让消费者头疼不已,这一问题在今年央视 3·15 晚会再度遭到曝光。由于这些售后服务商并非消费者随便在网上找的杂牌军,而全都是由这些家电企业所签约授权的,因此让消费者感到更加防不胜防。

“小病大治”是家电售后服务中“年年有,年年有”的老大难问题,让花了许多冤枉钱的消费者怨声载道。比如洗衣机漏水,维修人员明知仅是排水管破损,却谎称需更换滚筒,让消费者花了数百元。去年 6 月,上海消保委为调查取证专门租房,将一台空调的万能遥控器设置为乱码,找了 11 个商家维修,结果竟得到电脑板故障、缺少制冷剂、电子元件故障等各种不同说法,还有人高价售卖遥控器,收费高达 730 元。事实上,维修服务商只需对码准确,就能使机器重新正常工作。

每当有“小病大治”现象被曝光,相关家电企业往往会采取处罚特约售后服务商的办法应对舆论,最多将与特约售后服务商解约。处罚特约售后服务商不过是“隔靴搔痒”,毕竟,特约售后服务商不是家电企业自己旗下的,特约售后服务商向家电企业交了罚款,损失还得通过对消费者提供售后服务找补回来。家电企业处罚特约售后服务商的结果,反而可能是变本加厉的“小病大治”。

该怎么防范家电售后服务的“小病大治”?首先要破除家电企业与售后服务商这个利益共同体。目前,家电企业基于市场分散、销售量以及节省成本之故,基本都是将家电售后的安装、维护与维修服务分区域外给第三方服务企业,家电企业要将安装费、基础服务费划拨给服务商。为保障服务商的经济利益,也为保障服务商愿意与之合作,不少家电企业允许服务商玩些“增值服务”的花样,比如为用户推荐收费项目,对“小病大治”也就监管不力,甚至“睁只眼闭只眼”。

要破除这个利益共同体,进而保障消费者的经济利益与合法权益,家电售后服务应该杜绝外包,分区域建立自己的售后服务站。据统计,家电企业在北上广等一线城市建服务站,一个站点一年的运营成本约 80 万元,三四线城市约为 30 万元。成本肯定比外包高,但家电经营拼的主要是售后服务,售后服务质量难以保证,损害的是品牌形象与长远利益。如果一家企业运营一个服务站成本扛不住,多个品牌可以共享此站点,同样可以节约成本,何况很多售后服务也可以规范收费的。

打破家电售后服务行业的变相垄断,也是重要一步。中消协专家委员会专家邱宝昌认为,“现在的家电售后服务都是厂家特约或者推荐给消费者找谁服务,厂家对一些维修零配件也只供应给自己的签约服务商,这从客观上就造成了消费者没有选择权”,他认为家电售后服务应市场化,不该再人为地设置门槛阻挡市场竞争,当真正的有品牌、有口碑的家电售后服务商出现,消费者就能根据自己的需求按需选择服务了。培养叫得响的家电维修服务品牌,确实是眼下值得考虑与探索的。

广告

有喜庆·今世缘
有缘 就喝 今世缘
CCTV《等着我》独家冠名

双汇熟食
SHUANGHUI DELI

三鲜卤·更入味

热线电话:400 990 3393
新闻热线:028-86637530
投稿邮箱:cjb490@sina.com



蓄积“合”的力量

——与新疆蓝天物流党委书记、董事长李芸华对话客户资源整合之道

| 编者按 |

历经七十载风雨历程,新中国经济社会发生了翻天覆地的转变,令世界瞩目。如今,互联网、大数据、人工智能等新技术的运用,使得各行各业都在历经颠覆和重构。而作为物流行业的主要参与者卡车用户在面临高端化、科技化、智能化的严峻挑战时,“单打独斗”已成过往,跨界整合成为主流趋势。

随着大平台、大车队、大物流的迅速崛起,逐渐形成区别于以往客户的示范性、规模化客户群体。这部分客户被陕汽定义为行业的头部客户,正是因为它能够带动整个行业群体和细分市场,并在所处生态圈中有明显的示范引领效应。

基于满足头部客户需求,搭建头部客户营销体系,创新头部客户营销模式,陕汽在业内首提“头部客户价值生态圈”这一理念,并策划了 2019 年头部客户终端互动推广活动,打造重卡行业头部客户推广的新模式。

为此,本报特开专栏,派出记者采写“喜迎建国七十周年,见证中国卡车用户转型奋进系列报道”,在全国选取一些重点客户,对其进行全面深入的采访了解,报道陕汽这一营销推广新模式,以飨读者。

聚焦陕汽CVP头部客户价值工程

陕汽重卡 品质成就未来

陕汽重卡 http://www.sxqc.com



●新疆蓝天物流党委书记、董事长李芸华

■ 本报记者 赵健

对李芸华的采访,安排在了星期五。

然而,当和记者见面,随行的陕汽工作人员送上鲜花表示祝贺时,李芸华恍然如当天是 3 月 8 日,一个属于她和全体女性的美好节日,她很开心地笑着。没有刻意的安排,这让记者的采访有了轻松、愉快的话题和沉甸甸的收获。

初识李芸华,知性、睿智、善良又随和。从她手里拿着一叠记者之前做的采访提纲反复手稿便知她对人、对事都很认真、诚恳。外表略显瘦弱的她是地道的“疆二代”,西域广袤无垠的原野,和豪情奔放的淳朴民风的熏染,使她胸怀坦荡,敢作敢为,至情至性。

今年二月,她从总经理的职位升任为党委书记、董事长,开始掌舵起新疆蓝天石油化学物

流有限责任公司这个销售额达 120 多亿、中国化工物流 30 强企业、自治区最大的 4A 物流企业。在她看来,衡量一个企业是否强大非常重要的指标就是其在资源链条上的整合能力,而要做到这些,一定要有“竞合”的理念,从与各种资源客户不断融合中形成企业发展“合”的力量。

整合

——到市场中寻觅“为我用”

2003 年成立,2011 年改制。作为新疆中泰(集团)有限责任公司(简称“中泰集团”)的全资子公司,新疆蓝天石油化学物流有限责任公司(简称“蓝天物流”)主要承担中泰集团下属子公司所有原材料和产成品的运输任务。

改制转型以后,蓝天物流业绩提升非常明

显。年销售收入从 2011 年的 1.66 亿元人民币急速扩张到 2016 年的 36 亿,2017 年的 68 亿,2018 年更是达到创纪录的 120.64 亿元,呈现出几何式增长。

快速裂变的背后,是把一些零散的要素组合起来,通过某种方式而彼此衔接,实现信息系统的资源共享和协同工作,最终形成有价值有效率的一个整体,从而获得超值的效果。李芸华把这一切定义成资源链条上的整合能力。

蓝天物流通过股权和经营模式进行资产重组,创新运营管理模式,整合社会物流资源,与疆内 70 余家资金实力强、管理水平高的物流企业形成战略联盟,共同出资购买车辆打造“联合车队”,发挥了整合车源、稳定运力的作用,合作承包商服务企业能力得到增强,确保了中泰集团公司所属子公司原材料、产成品的正常运输。

如今,在以“大力夯实保供业务,全力推进多元化经营”两大发展主题指导下,充分依托中泰集团的发展实力,蓝天物流现已形成多种具有自己特色的产业优势:

——以“煤”为核心的大宗原料采购平台,建立产业链运营体系,延伸了煤—钢—焦上下游产业链;

——以“量”作为合作契合点,通过与中石油战略合作,有效降低运输过程中的管理成本和运输成本;

——以成本品销售为基础,逐步延伸油—轮胎—汽车销售的汽车后服务板块;

……

通过对各种资源链条的整合并实现协同发展,蓝天物流主业与多种经营同步发展,形成以产业链贸易带动物流运输业、物流运输业促进汽车后服务产业链的增长,呈现出各板块之间相互扶持、相互促进、多点盈利、多方共赢的良好格局,从而实现了从传统的供销贸易向供应链综合服务商转型。 [下转 P2]

四川中烟发布“品质革命”新成果

3 月 28 日,四川中烟品质革命成果汇报暨中式雪茄“醇甜香”品类构建启动暨媒体交流会在成都举行。会上,国家烟草质量监督检验中心发布了四川中烟“品质革命”新成果:2018 年来,该公司三款不同规格产品在国家局抽查中分获同类产品综合质量总分第一和全场第一,实现“三个第一”。

这是四川中烟大力推进“品质革命”的缩影。党的十九大以来,以供给侧改革为主线的质量变革已成燎原之势,“来一场中国制造的“品质革命”势在必行。2018 年 4 月,正值创业百年的四川中烟正式喊响“品质革命”,提出从人才建设、质量文化、质量制度、创新谋变等方面推动品质革命,走出一条国企高质量发展的新路子。



四川中烟公司相关负责人介绍,公司牢牢聚焦“品质革命”,不断传承工匠精神,着力科技创新,持续开展创新改善活动 445 项,产品品质得到显著提升,实现了从生产合格品到生产优质品的根本性转变,卷烟制造先后取得多项成绩。“除了‘三个第一’,在产销规格综合质量、抽

检产品包装质量、重点规格感官质量、优质品率、焦油量控制水平五个方面全线提升,旗下国内第一款融入哲学思维的产品已成为中式卷烟高端品牌“新标杆”,雪茄制造也收获手雪茄份额第一等五个第一。”该负责人介绍。

记者还从会上了解到,四川中烟还先后

获得国家级、行业级在技术创新领域荣誉 19 项,品牌和市场影响力持续提升,取得重点品牌结构提升全国第一等行业“五个第一”,“中国雪茄博物馆”还荣获 2018 年“四川十大产业文化地标”称号。

交流会上,四川中烟还正式发布了中式雪茄“醇甜香”品类构建方案。

来自国家烟草质量监督检验中心、四川省经济和信息化厅、四川省科学技术厅、四川省农业农村厅、四川省市场监督管理局、四川省总工会、四川省社会科学院、四川省质量协会、成都市经济和信息化局、四川省烟草专卖局(公司)和四川省烟草质量监督检测站的相关领导参加了此次会议。 (李森)

广告

好鞋伊百路 健步人生路
养生热线:400-100-2912

广告

宽适商务舱 与实干家同行
风行 M7 荣耀上市 买东风风行到成都海鑫达
成都海鑫达汽车销售服务有限公司 销售热线:18116572758 地址:成都市武侯区三环路武侯立交外西侧科东四路17号

碧桂园 COUNTRY GARDEN
给您一个五星级的家

川味熟食经典
热线电话:400-6867-887