

# 扎根北非 迈向高端 ——记2024年度中国重型汽车集团公司劳模刘明灿

本报记者 赵健

刘明灿，现任西非大区阿尔及利亚代表处副首席代表，分管阿尔及利亚代表处和埃及代表处工作。作为一名一直奋战在海外一线的基层人员，刘明灿以实际行动践行中国重汽国际化战略举措，带领团队深度开发非洲地区中最难开发的北非市场，打破了阿尔及利亚市场中国其他竞品的行业垄断地位，颠覆了中国品牌在摩洛哥、突尼斯等欧洲品牌传统大市场的受歧视地位。

## 坚定市场目标 抢抓订单不手软

2023年刘明灿的驻外时间达247天，他已经连续5年没有回家过春节了。他以抢抓市占率、超额完成各项指标为己任，北非区域代表处2023年斩获订单2366辆，完成指标295%，其中汕德卡新增订单381辆，同比增长154%，实现开票1200辆，完成指标150%，确保中国重汽在北非区域中国品牌卡车中市占率第一。

## 抓住市场机遇 实现低谷绝地反击

两年前的阿尔及利亚是中国竞品品牌在非洲最大的市场，中国重汽重卡在当地销量几乎为零。2022年，阿尔及利亚政府颁布了整车进口法规，各汽车品牌和企业都看到了市场的广阔前景，纷纷抢抓机遇，争夺整车进口配额。通过前期的网络布局，刘明灿带领团队快速开展行动，在当地经销商的配合下，中国重汽成为中国品牌中唯一一个拿到重卡整车进口许可和配额的企业，也是全球重卡进



口份额最多的品牌，获得整车进口配额2500辆。

## 抢抓高端市场 打破低价竞争怪圈

2023年以前，雷诺和曼一直占据着阿尔及利亚高端物流市场的主导地位，中国产品难以打入该细分市场。为了在细分市场上取得新突破，刘明灿带领团队深挖当地大客户资源，重点突破当地大型运输公司。两个月内，他们行驶5000多公里，对不同市场、不同区域进行大跨度走访，拜访重点意向客户100多家，签约终端订单客户20多家，最终实现终端订单400多辆。

对当地大型运输公司的开发，刘明灿打破了传统思维上同中国竞品打价格战的死

局，积极开发蓝海市场。当地大型运输R公司，拥有雷诺等各类品牌车辆130余辆，并计划再采购100辆雷诺车，而中国重卡始终未在其考虑范围内。接到采购信息后，刘明灿和他的团队经过不懈努力，打开了同该公司高层对话的大门，在其同雷诺签订合同的前三天，成功说服客户，从雷诺手中抢夺下这100辆订单，实现了汕德卡高端车型的成功导入。通过该客户的导入，激活了当地高端物流市场对汕德卡品牌选择的活跃度，陆续实现汕德卡订单132辆。

## 响应“一带一路” 积极打造协同出海

阿西部矿业铁路自贝沙尔起，经廷杜夫延伸至加拉·杰比莱特，全长950公里。该项

目575公里的新建铁路以及全线950公里的信号、通讯和供电工程，将由中铁建与阿Cosider集团组成的联合体实施，是近年来中国企业在阿承建的最大单体项目。西部矿业铁路建成后，将完善当地铁路网，实现矿区、工业区和港口的连接，对当地发展具有重要战略意义。

这里降雨少、日照强，地表几乎没有植被，夏季最高温度能达到55摄氏度，冬季昼夜温差大，给施工车辆的品质提出了极高要求。刘明灿和他的团队认真分析工况需求，有针对性地提出产品推荐清单，积极沟通承建的中国企业，同时联合当地经销商和国内资源，保障车辆供应，最终当地铁路建设所需的604辆卡车全部使用中国重汽品牌，极大地提高了中国重汽在当地的品牌影响力，为当地铁路建设添砖加瓦。

## 打破竞争优势 通过本地化实现突破

北非是欧洲的后花园，也是欧洲传统重卡品牌的根据地。当地市场对中国产品歧视较大，其中埃及整车进口关税达到了15%，突尼斯整车进口关税达到了30%，摩洛哥整车进口关税更是高达40%。通过深度解析当地政策法规，加大经销商网络和产品布局，刘明灿带领团队在突尼斯和埃及市场成立了中国重卡品牌在当地的第一家组装企业。摩洛哥成为首家海外组装汕德卡的国家。他们通过对细分市场的深入研究和配置差异化布局，实现汕德卡搅拌车在摩洛哥细分市场的市占率稳居第一。

不经历风雨，怎能见彩虹。在这个非洲地区最难开发的北非市场，刘明灿带领团队凭着不抛弃、不放弃的奋斗精神，让汕德卡品牌闪耀在这片土地上。

# 车向前：以科技创新推动家电零售业发展

陈佳茵

在家电行业，每一次的技术革新与经营模式转变，都是一股强劲的浪潮，推动着这个行业不断向前发展。在这波澜壮阔的浪潮中，潍坊三联家电有限公司董事长兼总经理车向前，凭借着对行业动态的敏锐洞察、丰富的经验积累以及勇于创新的精神，引领企业在激烈的市场竞争中破浪前行。

在车向前的领导下，潍坊三联家电犹如一艘稳健航行的巨轮，不断发展壮大。员工从几十人到现在的1000余人，经营国内外100余个家电品牌，建有直营店及加盟店共计200余家，成为了山东省家电零售行业的中流砥柱，也成为了在全国知名的大型家电企业。然

而，车向前深知，在这个瞬息万变的时代，企业如逆水行舟，不进则退。于是，他将目光聚焦在了运营技术创新与管理模式优化上，决心以科技为利刃，为企业开辟出一条更为广阔的发展道路。同时，在他的积极推动与主导下，一系列具有创新性和行业前瞻性的软件著作应运而生。

“全方位家电售后服务管理平台V1.0”的诞生，彻底改变了传统售后服务的模式。曾经，客户报修后往往需要漫长的等待，维修进度不透明，服务质量参差不齐。而如今，借助这个平台，客户只需轻松一点，即可完成报修申请，系统会迅速智能派单，维修人员的信息和预计到达时间一目了然。维修过程中，客户还能实时跟踪进度，维修完成后可对服务进

行评价。这一系列的变革，让售后服务变得高效、透明、贴心。而“智能家电库存优化管理系统V1.0”则像是一位精准的“库存管家”。以往，家电企业常常面临库存积压或缺货的难题，导致资金占用和销售机会错失。该系统通过大数据分析和智能算法，能够准确预测市场需求，根据不同季节、地区、销售趋势等因素，为企业提供科学合理的库存建议。值得一提的是，这两款软件著作凭借其卓越的性能和显著的效果，已经被众多同行广泛使用，成为行业内提升管理效率的得力助手。

在当下家电行业竞争愈发激烈的大背景下，线上电商发展迅猛，线下门店面临诸多挑战，同时家电企业内部各业务板块管理也亟待整合优化，数据流通不畅、决策效率低下等问题凸显。为了帮助家电企业突破困局，实现转型升级，车向前带领团队毅然踏上新征程，最新开发的“家电经营线上线下智能一体化管理系统”和“家电行业智能综合管理ERP系统”，将助力众多家电企业打通业务链条，提升管理效能，帮助企业提升业务增长率。

在山东，“买家电，到三联”是家喻户晓的响亮口号，承载着无数消费者的信赖与认可。而在当下，要让这句广告语再次深入人心，创新无疑是那把关键的钥匙。也正是凭借着对创新的执着追求，车向前带领“三联”始终屹立于行业潮头，不仅巩固了自身在中国家电零售行业的领先地位，更为整个行业的繁荣发展注入源源不断的动力。未来，他也必将持续创新，为中国家电行业的蓬勃发展贡献力量。

车向前深知，在这个瞬息万变的时代，企业如逆水行舟，不进则退。于是，他将目光聚焦在了运营技术创新与管理模式优化上，决心以科技为利刃，为企业开辟出一条更为广阔的发展道路。同时，在他的积极推动与主导下，一系列具有创新性和行业前瞻性的软件著作应运而生。

“全方位家电售后服务管理平台V1.0”的诞生，彻底改变了传统售后服务的模式。曾经，客户报修后往往需要漫长的等待，维修进度不透明，服务质量参差不齐。而如今，借助这个平台，客户只需轻松一点，即可完成报修申请，系统会迅速智能派单，维修人员的信息和预计到达时间一目了然。维修过程中，客户还能实时跟踪进度，维修完成后可对服务进

# 智慧营销专家胡雅芳：以创新为驱动，探索行业的数字化升级之路

刘梦昕

营销在纺织行业中占据着重要的地位，随着人工智能、大数据、物联网等前沿技术的广泛应用，传统的营销模式正向数字化、智能化、精准化方向转型。企业通过数据驱动的客户分析、智能化的营销策略以及跨平台整合的市场推广手段，实现了客户需求的精准捕捉和产品推广的高效落地。同时，智慧营销在提升客户体验、优化资源配置以及促进可持续发展等方面展现出了巨大潜力，成为纺织行业未来发展的重要引擎。在行业变革的浪潮中，涌现出不少兼具杰出技术科研能力和创新精神的智慧营销专家，绍兴市柯桥区优梦家纺有限公司董事长兼业务经理胡雅芳正

是其中一位杰出的代表人物。

胡雅芳工作认真负责，兢兢业业，不断提升自己的营销技能和管理能力。凭借着多年的经验积累，她创立了绍兴市柯桥区优梦家纺有限公司，现任董事长兼业务经理。公司是一家自营出口窗帘、浴帘、靠垫等产品的公司，拥有现代化的生产车间、先进的设备以及高端的技术和科学的管理体系，在世界各地的客户中取得了良好的声誉。目前，公司已成为中国轻纺城窗帘布艺协会副会长单位、中国家用纺织品行业协会第七届理事会会员单位、绍兴市柯桥区中国轻纺城窗帘布艺协会第二届副会长单位、行业先锋会员企业、2021年度中坚力量会员企业等，并在行业中屡获殊荣，荣获2018年度“自营出口二十强”

“自营出口优胜单位”等光荣称号。

胡雅芳还紧跟时代发展的步伐，不断学习先进的信息技术，把人工智能、物联网、大数据分析等技术与营销工作结合起来，创新研发了“基于大数据分析技术的客户挖掘平台”“基于物联网技术的营销活动规划平台”“人工智能技术驱动的营销策略分析系统V1.0”“深度学习技术驱动的市场开拓和客户维护系统V1.0”等一系列极具突破性的技术成果。随着这些成果在行业中的陆续发布，吸引了业内众多知名企业的目光，不少公司将它们引入使用，助力企业营销工作的技术变革和升级。

胡雅芳研发的这一系列创新成果的推出，有效解决了纺织行业智慧营销领域中的

多项难点和痛点问题。这些系统通过大数据分析精准挖掘潜在客户，解决了传统营销中客户定位模糊的问题；利用物联网实时收集客户反馈和市场动态，提升了营销响应速度和活动效果；通过人工智能和深度学习技术优化营销策略，克服了市场预测不准和资源分配低效的挑战；同时，这些平台还在客户维护与关系管理中实现了个性化服务和精准化营销，大幅降低了客户流失率，显著提高了客户满意度和市场竞争力，为纺织行业在智能化转型过程中提供了强有力的技术支撑。

作为资深的智慧营销专家，面对市场和技术的快速变化，胡雅芳在市场需求和创新技术之间找到平衡，为绍兴市柯桥区优梦家纺有限公司获得可持续的发展动力。

# 北重集团动力源分公司： 打好“节能降耗”小算盘 做实“降本增效”大文章

每一度电、每一滴水、每一方气，毫厘之间的节省也可以创造大效益……今年以来，北重集团服务保障事业部动力能源分公司以降本、提质、增效为导向，探索节能降耗新路径，在能源结构优化、技术革新、精细化管理等方面持续发力，点“能”成金，做好挖潜增效、管理提效、全员创效的大“文章”。

北重集团是国家重点用能单位，使用的能源主要包括天然气、电、水、蒸汽、氧气、氮气、二氧化碳碳等，能源消耗量大且种类繁多，每年支出外购动能费用超2.4亿元。近年来，受国家能耗双控和“碳达峰、碳中和”政策的实施等影响，电力、天然气、水等能源价格均出现了上涨，增加了公司生产经营成本。

动力能源分公司从政策争取、技术革新、改进管理等方面制定9项具体措施，推进节能管理创效工作，1-11月实现节能管理创效1897.8万元，完成年度目标的118.6%。



最大化。2024年，天然气临时销售价格上涨至3.595元/m³，收到通知后，公司立即与燃气公司联系，说明企业的经营形势，军品生产和科研任务，编制《北重集团关于商榷调整天然气销售价格的函》，承诺每月按时支付燃气费，经过多次沟通协商，最终天然气价格每立方米优惠0.2元，降低了能源成本，截至目前共优惠324.96万元。

秉持精细化管理理念，削减排外购水成本。动力能源分公司在生产现场巡检时，发现水资源跑冒滴漏及时进行修复，杜绝长流水现象。采暖期间对采暖系统运行及采暖设备设施进行巡检，加大节约用水宣传力度，确保职工对用水节水理念入脑入心，全年节约水费50多万元。

积极谋划，争取降低外购热费。供暖期间，动力能源分公司安排专人每周对各建筑物的入阀门进行检查、维护，及时更换已经损坏、失灵的阀门；并且根据需求及时调整各个环路之间的热平衡，实现分区精准供热；根据室外温度变化，实行动态温度调节。

抢占交易先机，投身绿电交易新赛道。2024年度火电协商交易价格为每度电0.3112元，为降低电力成本，动力能源分公司组织人员认真研究自治区电力多边交易相关文件，积极与二电厂、准大发电厂以及内蒙古大漠风电等公司对接、交流，安排专人每日第一时间密切关注电力交易市场，认真测算公司下月的用电量并绘制用电负荷曲线图，利用电力多边交易平台，1-11月降低外购电费支出569.16万元。

不仅如此，动力能源分公司还积极争取功率因数奖励，降低电费支出。他们充分利用电价分时电价政策，实现避峰就谷。

强化管控，从“细处”抠成本，压减交易电费成本。牵头组织成立电力多边交易工作组，安排专人每日统计、上报特钢事业部、铸锻公司炼钢情况以及炼钢峰、谷、平时段利用情况，密切关注电力市场动态，分析每日各时段用电和电费情况，对比合同电量和实际发生电量以及合同电价和出清价，降低交易价格。

动力能源分公司积极协调生产，降低峰段用电，调度特钢事业部50t电弧炉与铸锻公司15t电弧炉分时段冶炼，并且在公司内部实行分时电价政策，实现避峰就谷。

动力能源分公司将重点指标与生产单元、生产流程结合起来，建立了重点指标的日反馈、周预警、月考核、季讲评机制，尤其对50t电炉、360压机等重点耗能设备运行情况进行每日稽查，针对异常现象，第一时间与用能单位能源管理人员共同分析超标原因，及时纠偏；每月对定额数据进行跟踪、验证，利用能源管控系统，形成公司重点指标统计表，针对异常指标下达作业指导书，要求用户分析原因并及时整改，形成闭环管理。1-11月份下发作业指导书26份，节约能源成本186.7万元。

为降低吨钢成本，特钢事业部不懈努力，积极推进机械式真空泵替代锅炉蒸汽抽真空节能改造，创造性地引入机械式真空泵技术，实现高效真空抽吸的同时大幅降低能耗与运营成本。全年节约能源成本近300万元。该机械式真空泵替代锅炉蒸汽抽真空节能改造案例荣获“2024全国机电装备维修与改造和再制造领域创新领先应用案例”。

(高玉莹)

密切关注天然气市场动态，实现成本效益

# 王国菊： 以创新驱动 广告行业发展

李文静

在经济全球化和数字化浪潮的交汇下，中国广告行业正经历前所未有的变革，传统媒体向新媒体转型，单一传播向跨界整合迈进。王国菊，作为兼具创新思维与市场敏锐度的行业领军人物，在这一转型过程中发挥着重要作用。

王国菊是中国广告行业的资深专家，擅长广告战略制定、客户资源开发及大型项目管理。2006至2007年间，她在航美传媒集团担任市场部总监，成功策划并执行多项航空媒体广告整合推广方案，助力公司在竞争激烈的航空广告市场中脱颖而出，赢得高端客户资源。

随后，王国菊加入上林境和国际广告(北京)有限公司，担任总经理。其间正值中国广告行业快速发展的十年，尤其是数字化广告的崛起，她敏锐捕捉这一趋势，推动公司完成多项战略性转型。其间，她促成与中央电视台体育频道的长期合作，巩固公司在传统媒体广告的核心地位，并为开拓数字化广告市场奠定基础。同时，她还推动公司与东风本田、梅赛德斯奔驰、红牛等世界500强企业达成广告合作，显著提升客户品牌市场影响力，为公司带来稳定经济收益。

近年来，中国政府推进经济结构转型与消费升级，广告行业在此进程中扮演着重要角色。王国菊将政策导向与市场需求紧密结合，通过跨媒体整合和精准投放策略，帮助客户在市场竞争中占据优势。她主导的“航空媒体广告精准投放项目”，整合航线数据与广告资源，实现目标客户的精准触达，提升广告投放转化率，验证数据驱动型广告策略的可行性。此外，她还洞察品牌全球化趋势下跨行业合作的可能性，推动多个高端品牌跨界营销项目，通过整合传统媒体与数字化平台资源，制定创新广告传播策略，为客户品牌带来持续市场增值。

创新是王国菊职业生涯的核心。她带领上林境和国际广告(北京)有限公司成为央视广告重要合作伙伴，并拓展数字化广告业务，巩固行业领先地位。她的跨平台广告整合策略，结合传统媒体与新媒体优势，为客户提供一站式品牌推广服务，提升公司业务多样性，为行业树立创新标杆。同时，她重视人才培养，建立完善团队管理与绩效考核机制，培养专业化、数字化的新型广告人才，为行业未来发展注入活力。

面对技术进步和消费者需求多元化，广告行业未来充满无限可能。王国菊认为，紧跟技术创新和市场变化步伐，才能在行业转型中占据主动。她强调大数据、人工智能等新兴技术在广告行业的应用，将成为精准投放和个性化营销的关键。在推动公司业务发展的同时，她还积极参与行业活动，担任2016年第八届全国大学生广告艺术大赛山西分赛区评委，为行业挖掘优秀人才，推动广告教育与实践结合。

王国菊的职业生涯是中国广告行业发展的缩影。在经济发展与政策利好的推动下，她以创新为驱动，以市场为导向，为公司创造显著商业价值，为行业树立良好榜样。未来，随着数字化进程深入，王国菊将继续引领广告行业探索新蓝海，为中国品牌走向世界贡献力量。她的成功经验和前瞻视野，不仅为公司带来商业成功，也为整个广告行业提供了宝贵的启示和借鉴。