会长企业 | Huizhang Qiye

蓝池集团为实现“百年蓝池、国际化蓝池”的卓越梦想,打造中国汽车行业最具实力、活力、竞争力的汽车服务与贸易型企业而努力奋斗。

树百年基业 创国际品牌

□ 王雯

2月5日晚,在邢台军需学院内隆重举办了邢台蓝池集团2011年度总结表彰大会暨文艺演出。蓝池集团有限公司是经国家工商总局于2008年5月4日批准成立的国家级集团公司,其前身是邢台市华北物资贸易有限公司,该集团是以品牌汽车销售和维修服务为主的大型汽车贸易型企业集团。

蓝池集团目前以汽车销售、维修服务为主,涵盖二手车交易、汽车改装、精品装具、汽车美容、保险代理、汽车救援、交通运输、车友俱乐部、消费贷款等汽车产业价值链等业务。拥有先进的维修设备、雄厚的技术实力、现代化的经营管理模式和高素质的员工队伍,国家一类汽车维修企业资质,是冀南地区汽车销售服务行业的龙头企业,2010年度全国汽车经销商百强企业。

蓝池集团现经营品牌有:一汽-大众、一汽丰田、东风日产、郑州日产、东风雪铁龙、东风标致、东风启辰、上海通用别克、上海通用雪佛兰、上汽荣威、上汽MG、北京现代、长安马自达、江淮汽车、哈飞汽车等15个汽车品牌。

目前,蓝池集团下设分支机构41家。在河北、山西、河南、陕西等地良好运营多家品牌汽车4S店,同时还有6家4S店正在建设中,并在邢台市辖区各县市区设立了二级销售服务网点。集团计划到2014年实现年营业收入60亿元,在全国营业50家品牌汽车4S店。

目前蓝池集团经营面积达30万平米,总资产11亿多元,员工1800余人,其中大专以上学历占2/3,专业技术人员800多名。公司具备较强的销售、维修和经营实力,年销售汽车近2万台,维修17万多台次,年销售收入24亿元。

为回报社会,蓝池集团积极参加各种社会活动及慈善事业。近年来,先后解决就业岗位900多个,累计安排国有企业下岗职工再就业400多名;多次向贫困地区捐款赠物,兴建学校、资助失学儿童,实践了一个企业应尽的社会责任。

2008年11月,蓝池集团成功申报了邢台汽车物流园(中国·邢台汽车文化名城)项目,并于2009年2月7日正式列为河北省重点建设项目。该项目占地1712亩,一期占地525亩,总投资30多亿元,总建筑面积达130多万平方米。现已全面开工建设。该项目是集汽车销售、售后服务、零配件供应、信息服务、车友购物、汽车救援及配套服务于一体的汽车物流科技园区,建成后将成为我国规模最大、配套设施最齐全、环境最好的大型汽车物流园区之一,可安排10000人就业,实现年营业收入102亿元。

蓝池集团始终秉承“客户第一、员工第二、企业第三”的经营理念,肩负着“员工自豪、客户感动、同行尊重、社会认同”的社会使命,为实现“百年蓝池、国际化蓝池”的卓越梦想,打造中国汽车行业最具实力、活力、竞争力的汽车服务与贸易型企业而努力奋斗。

蓝池集团董事长杨晓勇

相关链接:

蓝池集团先后荣获“河北省关爱员工优秀民营企业”、“河北省汽车维修行业诚信经营企业”、“邢台地区二十强民营企业”、“邢台市先进企业”、“邢台市守合同重信用单位”、“邢台市价格(收费)诚信单位”等多项荣誉称号。集团董事长杨晓勇先生为第十一届河北省人大代表、河北省工商联常委、河北省光彩事业促进会副会长、邢台市工商联副会长、邢台市总商会直属商会会长、邢台市民营企业家联谊会副会长、邢台市市场建设联合会副会长、邢台2010年度十大经济人物。

会员风采 | Huiyuan Fengcai

“雪竹”瞄准中国时装内衣第一品牌

江苏新雪竹国际服饰有限公司迎来了一个特别繁忙的时节,成千上万件“雪竹”内衣正发往全国各地。这个已连续8年位列全国同类商品销售前十名的企业,正朝着打造“中国时装内衣第一品牌”的目标奋力前进。

新雪竹公司是我国服装行业新崛起的领军企业之一。1991年从家庭缝纫厂起步,20年来,以做强做大民族品牌为己任,将创业的激情与创新的活力发挥到极致,公司由小变大,由弱变强,发展成为国内具有较强影响力和知名度的服饰企业,先后获得“中国驰名商标”和“中国名牌产品”称号,去年销售中高档内衣达200多万件套,走在全国同行前列。

尽管因为气候原因,企业的销售旺季推迟了一个多月,但新雪竹公司的销售攻势依然凌厉,公司在全国各地新开设了200多家销售网点,使销售网点总数超过1000个,代理商超过100个。“新雪竹”还利用公司诞生20周年庆典活动,以及赴湖南、安徽等地开展的慈善捐赠活动,进一步扩大“雪竹”品牌的知名度。

淮钢精心打造人才队伍

长期以来,江苏省淮钢高度重视人才工作,努力搞好人才的引进、培养和使用,使企业的科技实力一年比一年强、发展势头一年比一年猛,成为苏北地区最大的现代化钢铁联合企业,2011年实现销售收入142亿元。

优化环境引才。淮钢以工资、住房、服务三方面的优惠政策吸引人才加盟淮钢。2011年初,又上调了毕业生见习期工资,并制定了企业的效益倍增和工资倍增规划,淮钢2011年员工收入增长了16%。

靠强联项引才。淮钢建有博士后科研工作站和钢铁研究总院博士后科研工作流动站淮钢工作站,筑起了博士和国家级冶金专家来淮钢创业的科研平台。

拓宽培养渠道,精心培育人才。近年来,公司已投入500余万元输送200余名业务骨干到有关冶金院校接受继续教育。淮钢现有10名省级以上、20名市级、30名公司级学科带头人。通过培养和引进,公司现有博士研究生3名,硕士研究生9名。

红豆杉生物科技公司晋级农企“国家队”

江苏省红豆集团下属企业——江苏红豆杉生物科技有限公司近日被农业部认定为农业产业化国家重点龙头企业。此次认定的农业产业化国家重点龙头企业有359家,分别来自全国各省、自治区、直辖市,其中无锡仅红豆一家入选。

江苏红豆杉生物科技有限公司成立于2004年2月,是致力于红豆杉资源研究、红豆杉盆景培育、提取紫杉醇制成抗癌药物的高新科技企业。红豆集团为红豆杉项目投资6亿多元,红豆杉的种植带动了周边农业的发展,给农民创造了就业条件,提高了他们的收入,从而推动了农村建设。红豆杉种植基地的建设使该地区林木覆盖率增加,起到夏季降温、秋冬季增温以及减少地表蒸发量和作物蒸腾量的效果,对调节当地气候具有积极的作用。同时,红豆杉净化空气效果明显,“健康树”名不虚传。通过对室内放置红豆杉前后对比,放置后比放置前,空气中二氧化硫、二氧化氮、一氧化碳及总挥发性有机物均有明显减少,空气质量明显改善。林木覆盖率增加还增加了当地景观资源。

(以上均据江苏省商会网)

“波司登”羽绒服连续17年全国销量遥遥领先,品牌价值达到206亿元。

波司登一年缴税超10亿元

□ 商中尧

从日前召开的常熟市纳税大户、规模企业座谈会上传出信息:总部设在常熟的波司登集团公司去年实现销售收入180亿元,同比上升13.9%;上缴税收突破10亿元,达到10.31亿元,其中,在常熟范围内上缴税收5.06亿元,其上缴国家税收总量位居常熟纳税大户之首。

2011年3月28日,波司登连续第15次唯一代表中国防寒服生产企业向世界发布流行趋势。8月21日,“梦幻九寨”———波司登秋冬时尚发布会在四川九寨沟震撼上演,这是波司登继丽江、张家界后第三次实景发布,在业界引起了极大的震撼。同时,波司登还推出“秋羽绒”概念,采用超薄型面料和含绒量高达90%的羽绒,设计出仅有260克重、适应秋季穿着的薄型羽绒服,将羽绒服的销售时间提前了半个多月。

一直以来,波司登积极推动科技创新,着力提高核心竞争力。去年11月,国际标准化组织/服装尺寸系列和代号技术委员会(ISO/TC133)秘书处落户波司登,这是中国服装业在国际标准化工作中的历史性突破,更对提升我国服装产品国际竞争力、增强国际话语权具有重要意义。2011年6月,波司登斥资3亿元购入伦敦牛津街附近的一幢大楼,将在今年伦敦奥运会之前开设包括男装和羽绒服在内的四季化产品旗舰店,并设立公司欧洲总部,这是波司登国际化进程中的重要一步。

据悉,“波司登”羽绒服连续17年全国销量遥遥领先,品牌价值达到206亿元,还获得中国消费品领域唯一的“中国工业大奖”,成为中国工业领域唯一统揽“世界名牌”“全国质量奖”和“中国工业大奖”三项国家级顶级荣誉的企业。

在乳业微利时期,伊利集团利用自身优势,通过农业科技创新和让出饲料利润补贴奶农,提高奶农的收益,达到多方共赢的良好局面。

发力农业科技创新 伊利与奶农共赢

□ 孙杰

2月1日国务院发布了2012年中央1号文件,将农业科技创新放在了突出位置,称“实现农业持续稳定发展、长期确保农产品有效供给,根本出路在科技”,并表示中国将下决心突破体制机制障碍,大幅度增加农业科技投入,推动农业科技跨越发展。农业科技创新,关键在于龙头企业的引领。多年来,伊利以自身的科技创新带动奶农增收致富,实现了企业和奶农的双赢。

伊利利用科技创新带动奶农致富增收,在良种繁育、科学饲养、统一防疫上,加大对奶农的扶持和服务力度,与奶农结成相互依托、同呼吸、共命运的鱼水关系,利益共享、风险共担、互相依存。加大投入。2011年,伊利发放奶款近120亿元,全年共为120座家庭牧场提供扶持借款4500万元,全年已累计投入2000万元用于购置TMR机、榨奶机、制冷罐等大型设备。截至2011年,伊利在为养奶牛户累计发放奶款近770余亿元,以滚动的方式累计向农户发放购牛款20多亿元,带动500万奶农走上了脱贫致富的道路;并投入10多亿元用于防疫工作补贴和疫病防治;设立奶牛风险基金,补偿奶农在防疫过程中的意外损失。

春节前,中国乳制品工业协会副理事长、奶业协会副理事长、伊利董事长潘刚慰问奶农。

在乳业微利时期,伊利集团利用自身优势,通过农业科技创新和让出饲料利润补贴奶农,提高奶农的收益,达到多方共赢的良好局面。伊利集团创立至今,始终将创新作为自身实现可持续发展的动力之源,形成了以技术创新、自主研发为核心竞争优势的发展模式。在2011年,伊利获得了“国家级企业技术中心”的认定并通过了“国家级地方联合工程研究中心”的评审,为伊利的技术创新注入新的动力。已经建立起一支知识全面、水平先进的技术研发队伍,吸纳了大量的乳业研究人才。截至2011年,科研人数已经达到625人。其中,专家博士9人,中高级技术职称有410人。2010-2011年伊利新增专利总数136件,其中发明专利42件,实用新型专利44件,外观设计专利50件,发明专利的授权率稳居乳品行业首位。

在行业增长回归理性的环境下,东风商用车公司在龙年开局仍保持着稳健的经营态势。

创营销新模式 东风商用车公司1月销量过万

□ 杨逸

2012年1月,东风商用车公司销售中重卡超1.2万辆,在行业增长回归理性的环境下,东风商用车公司在龙年开局仍保持着稳健的经营态势。

1月份,东风商用车公司本部销量近1万辆。重卡方面,东风商用车公司1月销售9000余辆,2011年底,经过60项改进进行全面升级的新天龙上市,将进一步增强东风天龙的竞争力。中卡方面,1月销售3000辆,明星产品东风天锦行业地位不断夯实。

2012年,行业环境可谓机遇与挑战并存,东风商用车公司将以谨慎科学的预测,挑战进取的姿态,确保市场份额不低于2011年。东风商用车公司将重点提升品牌价值,强化商品平台的开发和维护。尤其在营销模式上,协同商企研发、采购制造、服务体系进行全价值链的协同,形成了特有的营销模式,支撑了公司战略商品的持续稳健增长。

统筹规划 推动产业升级转型

神威药业荣获“河北省信息化与工业化融合示范企业”称号

□ 张晓婵

近日,河北省工业与信息化会议在石家庄市召开,副省长张杰辉,省工业和信息化部党组书记、厅长王昌等领导出席会议并做了重要讲话,神威药业集团等15家企业被授予“河北省信息化与工业化融合示范企业”称号。

在企业信息化建设中,神威药业始终保证做到三个“结合”:企业信息化建设与制造过程相结合,企业信息化建设与强化企业的基础管理相结合,企业信息化建设与引进先进的管理理念相结合。以全面提高企业管理水平和整体竞争力为根本目的,紧紧围绕企业发展,始终坚持统筹规划、突出重点、整体推进,大力推动产业升级转型。

通过积极推进两化融合,神威药业集团建设了覆盖集团及子公司各个业务环节的规范化、集成化、一体化的信息化系统。整个系统包括SAP ERP系统、CRM系统、中药制剂先进工艺集成及生产过程自动控制系统、近红外在线自动检测监控系统、电子监管码系统、自动化物流配送中心、办公自动化系统、即时通讯系统、互联网信息雷达及全文检索系统、网络视频会议系统、全面预算系统、数据仓库与决策支持系统等,实现了业务运营与信息化,现代中药质量控制追溯与信息化、物流与信息化、现代管理与信息化、决策支持与信息化的融合,极大提升了企业管理水平,取得了显著的经济效益与社会效益。

据相关人士透露,若有企业为了处理库存打“价格战”,东北瓷都商会及陶瓷开发区都会对其作出严肃的处理。

法库陶瓷企业差异化寻突破

□ 吴铭

作为沈阳市北部产业集群中一颗璀璨的明珠,法库县以其陶瓷产业集群的迅速发展壮大而越来越被世人所熟知,受到国内外投资者的青睐。据建材周刊报道,从2002年第一条陶瓷生产线落地至今,法库陶瓷产业历经了从无到有、从小到大、从量变到质变的发展过程。2010年全县实现工业生产总值230亿,固定资产投资60亿元,税收3亿元,占全县税收的28%,预计到2012年新的一年中,法库县的陶瓷及其配套产业产值将突破300亿元,安置就业人数达到15万人。

据了解,今年法库开工的情况与往年相差不大,法库各陶瓷企业更多地是采取“减产自救”、“减产保价”等措施去应对当前陶瓷市场的整体不景气的问题,避免恶性竞争。据相关人士透露,若有企业为了处理库存打“价格战”,东北瓷都商会及陶瓷开发区都会对其作出严肃的处理。在规范的措施以及形势引导下,法库陶瓷园区的每一家陶瓷企业都开始走上产品创新,提升产品质量与档次的道路上。

对于法库陶瓷未来新的一年发展,沈阳鑫凯陶瓷有限公司林文金董事长表示:“当前法库陶瓷最大的任务并不是走向佛山、面向全国,而是一步一个脚印地做好产品,抢回被广东、华东、山东等地产品在东北区域的市场份额,完全‘吃透’本区域的市场,最大限度地占领泛东北区域的全部市场份额,最终实现产业转型,逐步提高产品质量,走品牌化道路。”而新中源集团旗下的辽宁金地阳陶瓷有限公司陈恢库总经理则表示:“在新的一年里,金地阳将继续坚持高起点、高标准和走差异化发展的道路,即产品差异化、营销差异化、服务差异化,形成自己独特的竞争优势!”