



《诚信载道》

连载六十九

（接上期）
他们专门邀请云南大学教授开设礼仪讲座，邀请民航空乘部门的专家对官兵进行礼仪实践培训，使官兵们转变以往严肃、死板的服务形象，提高了服务质量，营造了安全稳定、优质高效、快捷温馨的和谐口岸通关环境，树立了良好的窗口形象。

昆明机场海关努力提高机场口岸的通关速度，开展了“多点申报、口岸验放”的新通关模式，使机场口岸出口货运量 70%左右的鲜活商品快速通关；“不让一滴不合格的航油进入飞机”、“不让一滴航油流失”、“宁等飞机一小时，不让飞机等一分”，这是中航油云南分公司普通飞行员、保管员和加油员的诚信承诺，他们严谨细致的工作作风时刻践行着诚信宣言；检验检疫局积极为客户开设“物流绿色通道”，24 小时全天候服务，保证货物及时受理报检，及时出检，及时出证，完成口岸通关的“三及时”；云南民航空管分局为更好地为航空公司和机场提供服务，提出了“切实加强安全管理，确保飞行安全，提高运行组织管理，提高运行质量，加快基础设施建设，提高设备保障能力，加强空管队伍建设，提高人员素质”的要求；东航云南分公司飞机维修基地开展了“服务质量和安全生产专项整治”活动和“提高航班正点率、降低人为差错率百日安全竞赛”活动，使旅客乘机更加安全；厦门航空公司营业部把创建活动与“以诚为本，以客为尊”的公司理念相结合，在服务工作中切实做到“五心”服务。

物品货真价实、菜肴卫生可口也是消费者最基础的消费要求。百事特商务有限公司通过制定严格的采购进货制度，物品验收储存制度，食品管理制度，卫生消毒等制度规范操作行为，并按照餐饮服务卫生标准和酒店卫生标准的每一项要求，实实在在地落实在管理中。在 ISO9000 质量体系框架内，杜绝“不诚信”供货商，杜绝出现食品卫生安全事故。客房卫生工作也是具体的诚信服务工作表现，百事特秉承诚信服务的理念，努力打造放心客房，房间内所有的布草均送至专业洗涤公司清洁、消毒；客房内的茶杯、漱口杯等重复使用的日常用具，均严格按照卫生要求落实清洗制度，每次消毒都进行登记，并有客房领班进行检查，让每一位顾客都能用得放心。同时，在客房内，每天在客人入住前会对房间进行全面清洁，不留卫生死角，以高标准、严要求保证每间客房都能达到严格的四星级标准。

在旅客最关注的餐饮和商品的价格问题上，昆明机场以旅客满意第一、商家、机场共赢的理念为依托，邀请省消协、检验检疫局等有关部门一起对候机楼内的商品进行了价格检查，要求所有商家明码标价，按价售货。并以特许经营的方式引进肯德基介入机场餐饮业，丰富了机场的餐饮风格，拉开了机场平价餐饮竞争的序幕，满足往来机场的旅客更高层次的需求。

就机场和航空公司而言，荣辱与共的关系更为明显。航空公司和机场看上去像是一对民用航空共同利益相分隔的两个不同行业，实则双赢，散则双输，非常贴切地形容了机场和航空公司之间的关系。双方常就拓展、现代化、噪音、排放、起降费和其他的一些事情争论不休。事实证明，航空公司和机场是一荣俱荣、一损俱损的关系。航空旅行这个过程让乘客来到了机场，同时产生让航空公司支付给机场的费用。机场离开航空公司无法生存，航空公司离开机场同样无法运营。毫无疑问，航空公司和机场共同推动着航空人流、物流。团结合作，结成联盟才能进一步增强双方的竞争力。

诚信机场的创建为昆明机场和驻场单位、各航空公司提供了广阔的沟通交流平台，建立了旅客、机场、驻场单位、航空公司间的精诚团结关系，形成了共赢的良好局面，逐步树立起了昆明国际机场的“诚信”品牌。

（待续）



Special Report

特别报道

人物对话

靳文生：塑造“老虎下山，猴子上树”效应

——与中国重汽集团成都王牌商用车有限公司靳文生总经理对话企业重组之道

■ 特约记者 伍玉祥 本报记者 赵健

记者手记：
2010年9月28日，中国重汽收购重组的中国重汽集团成都王牌商用车有限公司隆重成立。而在当年，国内的商用车市场呈现一路飚红的“井喷”行情，中国重汽更是创造了全年实现产销重型汽车近 20 万辆的国内历史纪录。

然而，市场是瞬息万变的，也是残酷无情的。在迎来发展高峰之后，2011 年国内的商用车市场急转直下，迅速下滑，并延续至今。

2011 年，重组仅一年的重汽成都王牌在行业市场严重下滑的情况下，依托整个产业链的良性互动和全体员工的努力，完成了重组后恢复性产销增长，并略有赢利的经营目标。

而在 2012 年，重汽王牌在微、轻、中卡领域异军突起，胜利完成集团公司下达的年度效益目标的同时，实现了从重组后的恢复性发展到逆势增长。

攻坚克难，逆风飞扬，重汽王牌正历经难，蜕成蝶般的蜕变。尤其是在面对国家宏观调控政策趋紧、资金政策紧缩、经济形势复杂多变等不利影响，以及国内重卡市场低迷的大环境下，重汽王牌的逆市增长如同一道耀眼的亮光，不仅成为集团公司发展的一大亮点，也照亮了下滑的国内商用车市上升的道路，极大温暖了所有期盼中国民族汽车工业崛起的心。

2012 年 1-12 月底，中国重汽成都王牌实现整车销售近 2.8 万辆，较上年同期增长 22%，在这一连串的数字背后，重汽成都王牌人究竟做了些什么？能给人带来什么样的思考和借鉴？重汽王牌又将走向哪里？

于是，记者便和重汽王牌总经理靳文生有了下面的一番交流对话——

挥师西进 建造桥头堡

记者：靳总，我们首先回过头看看重汽成都王牌两年多时间所走过的路，如果用一句简单的话来概括，你会怎么说？

靳文生：呵呵，我们姑且这样来说吧，重汽成都王牌公司两年的实践制造出了一种叫“老虎下山，猴子上树”的效应。

记者：哦，这倒是个很有新意，也很有趣的比喻，怎样理解呢？

靳文生：新意算不上了，这是一句老话，最早是从在改革开放的苏南等先进地区由“老虎下山，狮子出笼，猴子上树”的俗语脱胎而来。我是这样理解的，在全球经济一体化进程加快的今天，大企业不能闭门造车，要放开搞活，而小企业则要迅速学会上树的本领，善于“攀龙附凤”，而不再顾影自怜，妄自菲薄。用如今更为时髦的话说，就是发挥出各自更多的正能量，这样的双方进行合作才会共赢，才能实现共同发展。

对在重汽王牌公司而言，那就是，依托中国重汽成熟的先进科技和造车理念及综合实力，结合当时成都王牌原有的市场网络基础，实现资源互补，弥补中国重汽唯重缺轻短板，实施西进扩张，尽快形成重中轻微特全系列商用车整车制造体系，打造中国重汽西部最大的商用车生产基地，从而让中国重汽真正成为国际知名、国内其他企业无法替代的重型汽车生产领军企业。

记者：愿望总是美好的，可实施起来



往往会有很多变数，这也就是有媒体把原不足 100 天一见如故、双方即合喻为当下流行的“闪婚”，对于一些人来说，这样缺乏感情的行为似乎并不被所看好。

靳文生：这也很正常，看你怎么理解的问题，一般情况下，只要按照科学、规范、严格的程序和流程，采取积极的措施防范合作中的风险，兼并重组后的企业都会尽快健康运行起来，重汽王牌如今的发展，可以充分地让人们看到更加美好的希望。

记者：那中国重汽收购重组原成都王牌公司的初衷是什么？

靳文生：经过改革重组十年的发展，中国重汽坚持自主创新，大力实施国际化战略、技术领先战略、区域化战略和高品质、低成本战略，使其在行业中的地位和影响力发生了明显的变化，其产销规模已进入重卡行业世界前三位，技术水平和运行质量一直引领着国内重卡行业的发展。围绕“十二五”发展规划，中国重汽总的目标是要在坚持科学发展、在转方式、调结构的过程中，产品结构将由现在单一生产重卡发展为中卡、轻卡、特种车、客车全系列商用车和矿用、码头作业车辆、高附加值工程机械、吊车并举的产品格局，产品充分满足国内外目标市场的需求，产品的目标，客观上要求企业要合理的调整产品结构和布局。

随着国家新一轮西部开发战略的深入实施，以及西部地区广阔的市场容量，陆续新开工建设的涵盖铁路、公路、机场建设和电力、水利、煤矿、石油、天然气等多个方面的重点工程，都让中国重汽看到了良好发展机遇。这样才有了中国重汽的西进战略，也才有了重汽王牌这样的桥头堡。

记者：如此看来，这背后更多的是中国重汽选择了成都王牌，选择了四川，选择了西部，同时补充了中国重汽公司的产品链，而成都王牌汽车则成功登上了中国重汽这样的大企业舞台，并完全融合进入集团的发展步伐，实现双方资源的互补性。

靳文生：应该说，中国重汽成都王牌的重组，是中国重汽高层领导睿智的决策，是成都王牌涅槃重生难得的历史机遇，是产业整合谋取双赢之道的经典案例，于重组双方，于整个产业格局的合理化，进一步发展具有十分重要的意义。

历史竟是惊人地相似。众所周知，中国重汽与许多企业一样，经历了企业发展瓶颈，面临亏损的窘迫困境。从而凭借整合重组，创新改革形成了中国重汽集团近 10 余年的快速发展，铸就了在重型汽车行业的标杆领先地位。而原成都王牌凭借民营企业灵活的经营机制，在粗放经营四川农用车行业的排头兵，但随着市场理性的回归，却面临上不去，下不来的尴尬。在历史的节点上，中国重汽成都王牌不期而遇，双方快速“闪婚”，正式重组挂牌，快速形成了“老虎下山，猴子上树”的正能量效应。

攻坚克难 厉兵秣马

记者：靳总，你上任至今两年多了，现在回想当时到成都履新时，你是什么样的

感受？

靳文生：重汽成都王牌成立后，一切工作都是全新的，纷繁的。可以想象，既要面对全国几百家经销商、服务商、配套企业的转型整合，又要面对 3000 多名原成都王牌员工如何转变思想观念，尽快适应中国重汽的管理模式的问题；同时还要保证企业正常运转，上技改，研发新产品，加强与地方有关部门的协调与沟通等等事情，真可谓“千头万绪”。

记者：是的，可以理解，要做的事很多，你怎样来突破，要遵循什么样的原则？

靳文生：我们遵循的理念就是融合、创新。简单地说，成都王牌的重组就是企业文化的整合。融合的核心就是要传承中国重汽较为成熟的企业文化，用中国重汽的核心价值观贯穿成都王牌公司经营活动的始终。

记者：你是山东人，到四川来工作，对两个不同地域的文化你怎么看？

靳文生：齐鲁文化厚德载物，大气儒雅。巴蜀文化闲情逸致，快节奏慢生活。两种文化的反差必然形成强烈的撞击。

记者：这样的两种文化在企业中进行融合，有着怎样的结果？

靳文生：过程是艰辛的，效果却是明显的。两年多时间的历经磨砺，重汽成都王牌锻铸了一支勇于拼搏、无限忠诚于企业的职工队伍，全厂职工有了主人翁的意识，上下齐心协力，团结一致，为产销屡创新高全力以赴地拼搏在各自的岗位上；大家都努力着、期盼着在改造中求发展，在改革中求振兴，在不断完善自我中把企业做优做强。

记者：在解决文化融合的同时，重汽王牌在技术和产品上，生产经营上如何进行调整和突破？

靳文生：我认为，成都王牌重组以后，最富有成效的工作之一就是坚持技术创新和不断进行的新产品开发。这是因为，用户最大的满足莫过于对产品需求的满足。

记者：产品的形势看来很好，我们怎么去做好市场营销呀？

靳文生：2012 年，成都王牌着力打造“王牌造车，经销发展，用户发财”这一共赢平台，采取区域市场细分，不同产品投放对接，在部分地区实行“一地一策”增设保兑仓，尽力助推经销商做大，全力为用户排忧解难。

与此同时，成都王牌进一步拓展销售网络，按市场区域和产品细分，快速形成了王牌汽车东西南北乃至西藏地区全域

辐射，达到销售、配件供应、服务一体网络 1000 余家，为进一步做大王牌市场奠定了坚实基础。

化蛹成蝶 逆风飞扬

记者：今天看来，中国重汽重组成都王牌绝非简单的一次叠加。现在对于双方来说如何求解“1+1>2”，已不属于算术题的范畴，而是一道多元方程式。首先，重汽成都王牌要在集团公司领导下，遵守中国重汽的各项管理制度基础上，着力解决好产品配套、市场拓展、技术同步、管理接轨、文化融入等方面的实际问题，而努力解决好这些问题，重汽王牌才会完全融入中国重汽并放大所产生的“叠加效应”。

靳文生：重组两年来，成都王牌在集团公司的正确领导，地方政府支持关心和全体员工努力下，已进入一个稳定发展阶段。2012 年，全面完成集团公司下达的效益目标考核目标任务，保持了重组后从恢复性发展到逆势增长的发展态势。

记者：公司目前的发展处于什么样的情况，你满意的地方是什么，认为还需改进的地方在哪里？

靳文生：2012 年是集团公司转方式、调结构、深入开展“二次创业”的质量效益年，成都王牌按照这一主线，根据企业实际，积极制定贴近市场的经营策略，一是着力营销体系建设及营销模式创新。快速扩张销售，服务网络达到了 1000 余家，以灵活的商务政策，如“一地一策”，不同产品不同区域投放，保兑仓银企合作，完善配件供应服务体系等多种方式拓展份额，实现了东西南北乃至西藏地区的市场网络布局，有力地促进了市场扩张。

二是以 7 系产品的成功开发 and 延伸开发，基本实现了对传统产品的切换。其中成功开发了新能源汽车，并获得国家新能源汽车整车生产资质，形成了新能源汽车产业化和效益增长点。

三是企业各项基础工作进一步完善，为市场大营销夯实了基础。2012 年成都王牌的产品形象企业形象得以全面提升，王牌汽车被政府授予四川省名牌产品，王牌汽车位居四川省商用车整车出口排名第一，获得四川省出口免抽查资质，成为四川省商用车出口标杆企业。

记者：对 2013 年的市场形势你有什么看法，谈谈你下一步的发展打算？

靳文生：我非常乐观地认为，成都王牌在 2013 年将大有作为，主要基于我们的几项核心战略：

一是全面提升 7 系产品的技术领先优势，占据市场竞争制高点。目前，我们已基本完成以 7 系产品平台取代老产品的切换，将在配置优化、技术工艺方面进一步完善提升，以品牌影响力固化西部市场，并向做大全国市场强力辐射。

二是继续扩张营销网络，强化营销管理，从现有 1000 家营销网络增至 1500 家左右。加大 4S 店建设，选择和支持有条件的经销商实现销售上量的突破。

三是加快推进 O12 中重卡项目尽快投入市场运营。

2013 年应该说，成都王牌占据天时地利人和先机，我们有条件有信心参与任何市场竞争并实现产销经营目标，保持从恢复性发展到逆势增长，从逆势增长到跨越式发展的良性循环，为成都王牌的快速发展，加快中国重汽的国际化进程起到西部桥头堡的先锋作用。

靳文生之精彩言语

★老话讲：“老虎下山，猴子上树”。这句话是苏南等先进地区由“老虎下山，狮子出笼，猴子上树”的俗语脱胎而来。我理解为，大企业不能闭门造车，要放开搞活，而小企业则要迅速学会上树的本领，善于“攀龙附凤”，而不再顾影自怜，妄自菲薄。两家联手，合作共赢，最终实现共同发展。

★面对如今市场的瞬息万变，犹如逆水行舟，不进则退，这就客观上要求人们要时刻保持清醒的头脑，不以物喜，不以己悲。是主动还是被动的参与

竞争，这不仅要取决于自身的规模和实力，更需要树立战胜自我、超越自我的信念。

★如今的商用车市场的竞争，犹如当年红军过草原，唯有树立起超坚定的信念、不懈的坚持，从不言放弃，方能攻坚克难，最终存活下来。

★能够根据市场的变化适时创新和锐意变革的企业才会在竞争中立于不败之地。

★有思路才有出路，有境界才有事业，有作为才有地位。

复星集团 4.7 亿美元投资再保险

复星集团在保险业的布局正逐步完善，继去年 9 月宣布与保险巨头保德信集团合资设立人寿保险公司后，近日在再保险领域又下一城。

1 月 9 日，由复星国际有限公司和国际金融公司(IFIC)共同持有的鼎睿再保险

有限公司宣布，该公司已成功获香港保险业监理处正式授权，在香港经营初期资本达 5.5 亿美元的承保业务，范围覆盖亚太区。复星国际和 IFIC 分别持有鼎睿再保险 85.1% 及 14.9% 股权，投资额分别为 4.68 亿美元及 8195 万美元。

复星在保险行业频频落子。2007 年，复星认购了永安保险 19.9% 股权；2011 年 7 月，复星接手新华人寿 0.91% 股权；2012 年 11 月，复星合资子公司复星保德信人寿保险有限公司正式开业。在涵盖了财产险、人寿险等领域后，复星这一次又

把目光瞄向了再保险。

复兴集团董事长郭广昌认为，鼎睿再保险将连同复星其他的保险项目，为集团带来重要的保险业务收入，并推动复星向世界一流投资集团迈进。

（张昊男