

改革开放以来中国企业界里程碑式的人物 柳传志个人品牌的“三天”建设法

柳传志,中国企业家的精神“教父”,中国企业界里程碑式的人物,其个人品牌的成功,已经不仅仅体现于无形资产了,而是可以转化为真金白银。

2009年2月,联想集团在连续亏损11个季度后宣布“柳传志复出担任董事长”,第二天,联想的股票大涨11%。按照当时的市值计算,联想的股票市值增加了33亿港元。我们几乎可以说,“柳传志”,这个个人品牌,价值33亿港元!

“柳传志”个人品牌的建设可以分为三个层次,我将其称为个人品牌“三天”建设法。

第一“天”:恪尽天职

企业家作为企业领导人,天然担负着企业发展的职责。要想建设企业家个人品牌,他负责的企业业绩必须绝对出类拔萃、令人信服,否则,无论如何建设个人品牌,都只能是空中楼阁。

在天职方面,柳传志的业绩可谓“芝麻开花节节高”。他先是带领着联想从中科院的一间小平房中起步,发展成为中国IT行业的领袖企业;接着,他成功地培养出了杨元庆和郭为两个接班人,并将联想一分为二,避免了“一山不容二虎”的悲剧。

然后,他导演了鲸吞IBM PC业务的联想国际化大戏,并交班给继任者。他自己在投资界小试牛刀,随即成为一个成功的投资者,带领着联想投资、弘毅投资完成了多项出色的投资,还顺手打造了融科置地这个地产行业新秀。

第二“天”:释放天性

在有了一定的企业业绩做基础后,柳传志开始在公开场合发表一些极具个性化的、关于企业管理的观点。这些言论,都有一个共性——质朴。

比如,他用“吃着碗里的,看着锅里的,

想着田里的”来阐释企业发展战略,用“搭班子,带队伍,定战略”来阐释企业管理战略,还有“不怕跟在外企后面吃土”的比喻,都透着柳传志这位本土企业家的质朴。

这些个性语言,使得柳传志的形象迥异于那些满嘴洋词的海归企业家,让国人大呼过瘾。而且,这种“化繁为简”的管理之道,也更符合中国的哲学思想。

站在高位还能回归“质朴”,就是柳传志久经历练得来的“天性”,或说管理秉性,这个标签让他有效区别于其他“竞争对手”。如果企业家仅仅业绩出众,却没有突出的管理秉性,就会流于平庸,公众只会记住他对企业做的贡献,却无法将其作为独立个体看待。

第三“天”:彰显天良

有了良好的业绩支撑,还有鲜明的管理秉性,这样的企业家,个人品牌建设是否成功了呢?



答案是否。完成了上面两层“天”,他最多拥有一个知名度、认知度较高的个人品牌,但是有可能昙花一现,会有争议,不会成为“万众敬仰”的领袖级个人品牌。这是因为没有完成第三重天——彰显天良。

所谓“天良”,指的是:企业家必须能创造一种适应时代发展的理念并成功代言之。

柳传志之所以能跨出IT业成为整个中国企业界的“教父”,天职和天性都是基础,最重要的是他彰显了中国知识分子产业报国、自强不息的精神,这种精神正好顺应了改革开放后一代知识分子的追求,于是成为了一代知识型企业家的代言人。

(志华)

2015年(第十二届)《中国500最具价值品牌》排行榜发布

玉柴品牌价值升至232亿元 居第103位

6月16日,世界品牌实验室(World Brand Lab)主办的“世界品牌大会”在北京召开,大会发布了。在这份基于财务、消费者行为和品牌强度分析而获得的中国品牌国家队阵容中,玉柴集团在全国机械行业呈整体下滑情况下,2015年品牌价值仍呈现逆势增长,由2014年的188.16亿元跃升为232.75亿元,首次突破200亿元,位居发动机行业榜首,中国500最具价值品牌第103位。

玉柴集团品牌价值的持续提升,是玉柴“二次创业”成果的重要体现。玉柴集团2015年围绕“两条产业链,两个服务平台”,梳理了品牌架构,开展助推营销型的品牌战略,通过集团品牌管控模式创新、集权与分权的结合,加强子品牌建设指导,提升集团的整体品牌强度,除了发展原有的“玉柴机器”核心子品牌优势之外,通过品牌战略规划、品牌形象建设、品牌维护、品牌推广、子品牌管理等系列创新活动,提升品牌管理水平,“玉柴润滑油”、“玉柴物流”、“华原滤清”等业务品牌也得到了很好的拓展,并通过商业模式创新提升了美誉度和忠诚度,形成了玉柴集团品牌持续提升的有力矩阵。

在品牌排行榜中,前5名为工商银行、国家电网、中国移动、华为、中国人寿,这些品牌已经迈进世界级品牌阵营。但中国制造业企业的品牌影响力与国际企业还有较大差距,品牌国际化任重道远。国际品牌专家学者以《中国制造:社交、移动及全球化品牌策略》为主题发表了研究成果,呼吁“中国制造2025”要将品牌战略放在核心地位,提升国际化竞争力。玉柴集团将加大“二次创业”与战略规划实施落地,以“筑平台、优结构、健体系、增效益”为经营方针,坚持产业、产品、质量、市场内涵增长,强化顶层设计,持续绿色智造、商业模式创新、品牌和文化创新,促进企业转型和品牌的升级。

(陈曼华)



随着“一带一路”战略的推进 红岩杰狮批量进入越南市场

龙丹

日前,记者从上汽依维柯红岩获悉,随着“一带一路”特别是“海上丝绸之路”战略的推进,上汽依维柯红岩商用车有限公司的重卡产品在东南亚市场也备受青睐,越南一综合性物流运输公司经过前期考察调研,决定采购上百台具有纯正欧洲血统的杰狮牵引车。7月上旬,首批50台红岩“杰狮”牵引车将正式交付。

近年,上汽依维柯红岩商用车出口战略稳步调整,重点出口区域从传统的优势区域非洲拓展至东南亚、中亚、中东及南美洲,出口产品也从传统的优势产品金刚自卸车丰富到分别覆盖高、中、低端的多系列自卸、牵引、载货和专用车。

具有欧洲血统的红岩重卡在国际市场上日益受到青睐。2015年,上汽依维柯红岩紧跟“建设21世纪海上丝绸之路”的战略构想,深挖处于海上丝绸之路十字路口和必经之地的东盟市场,重点对东盟国家进行战略布局。此次红岩“杰狮”在越南的批量入境,将吹响红岩全面战略进入的号角,引领越南重卡新风尚。

王俊 弋永杰 徐宁 韩瑜

“末代矿长”是淄矿集团埠村园区管委会主任郭恒斌对自己的戏称,因为已有57年开采历史的埠村煤矿,随着资源枯竭,原有的三对井口已关闭了两个,最后一对井口也将在1-2年内关闭,郭恒斌自然也就成为了埠村煤矿发展史上的“末代矿长”。也就是这位“末代矿长”,以“绝不能让埠村这个品牌垮掉”的责任感发起产业革命,带领全矿干部职工成功实现后煤炭时代产业转型,让一个垂暮老矿返老还童。

作为淄矿集团的支柱矿井,埠村煤矿在“九五”时期曾为淄矿自救解困做出了突出贡献。然而,随着开采年限的延长,煤炭资源逐渐枯竭,埠村矿自2004年开始陷入亏损,2009年亏损额高达1.17亿元。特别是2012年以来,煤价“跌跌”不休,对埠村煤矿的经营更是雪上加霜,仅靠挖煤、卖煤养家4000多名职工和12000多名退休人员及家属已愈发困难。如何把“死棋”盘活,郭恒斌及其管理团队上下求索,寻找活棋的招数。通过改革挖潜力,通过转型求突破,埠村煤矿全员发动,掀起一场后煤炭时代的产业革命。

转观念 机遇现

“6年前,我们医院还只能依靠矿上给补贴才能维持生存,而今,我们医院成为了矿上的创利大户。”在埠村煤矿医院,院长孙芳国谈起医院近几年的发展变化很是感慨。埠村煤矿医院成立于1971年,就医的病员以埠村煤矿职工家属为主。该院通过

有所思“粗茶淡饭”系列产品推介暨招商会落幕 4款新品受热捧,当日订单突破500万元

6月14日,湖北有所思食品股份有限公司在宜昌均瑶锦江国际大酒店举行“粗茶淡饭”系列产品推介暨招商会,有所思品牌的核桃、绿豆、红豆、燕麦四种粗粮饮料精彩亮相,受到全国各地经销商的热捧,来自江苏、浙江、安徽、广东等地的近200名经销商争相订货,现场订货款金额达500多万元。

有所思食品公司是2013年稻花香集团投资10亿元打造的饮料产业核心项目,建有标准化生产厂房及办公楼,总建筑面积5万平方米,引进了具有国际先进水平的无菌冷灌装生产线、PET热灌装生产线、易拉罐生产线、无菌砖生产线共7条,配套设施4000余台套,年产量可达30万吨。

目前,有所思公司调整产品结构,优化产品种类,推出核桃、绿豆、红豆和燕麦系列粗粮饮料。在活动现场,新品“粗茶淡饭”时尚的包装、细腻的口感,让来自全国各地经销商赞不绝口。安庆经销商潘菊红以28.35万元订单拿下当天单笔订单冠军,获得公司1万元奖励。她表示,此次活动让她进一步加深了对稻花香集团雄厚实力和浓厚企业文化的了解,她将与有所思食品公司共同携手,将“粗茶淡饭”系列产品做大做强。

有所思营销公司总经理冯紫帆分析了行业态势,并对市场营销活动作出规划。他从战略布局、市场策略、区域规划等12个方面向经销商详细讲解了粗茶淡饭的市场运作方案,为经销商运营新品“粗茶淡饭”提供了具体营销思路。

稻花香集团常务副董事长、总经理蔡



经销商参观龙泉铺古镇



经销商查看粗茶淡饭新品



经销商参观有所思生产车间

开云出席活动并讲话,他说,有所思食品公司是稻花香集团“十二五”规划中的重要组成部分,他希望通过此次“粗茶淡饭”系列产品推介暨订货会,与全国经销商共享产品成果,携手创造更加美好的未

来。

稻花香集团党委书记、董事长蔡宏柱在致辞中说,有所思品牌由毛泽东诗词《七律·有所思》而得名,文化底蕴深厚。有所思饮料项目呈现“三个新”:一是组建新团队,聘请饮料行业顶级专家团队入驻,为产品品质提供保障;二是运用新思维,以健康理念谋营销创新、全国布局;三是研发新产品,以粗茶淡饭对治现代人饮食过于精细的缺陷,迎合消费时尚。在国家大力倡导“大众创业、万众创新”的背景下,有所思有信心跻身全国优秀饮料品牌行列,相信稻花香必将为有所思经销商带来价值,实现创造财富的目标。

活动当天,与会经销商先后参观了三峡物流园、龙泉铺古镇、稻花香包装工业园、稻花香酒业公司和有所思食品公司。

稻花香集团常务副总经理、有所思公司董事长曾洋,稻花香集团董事长助理、稻花香酒业公司副总经理罗贤强、陈小磊,有所思公司负责人甘根华,有所思食品公司副总经理陈贤国等参加会议。

(文/图 李辉 高围 袁林)



暮年老矿的“产业革命” ——淄矿集团埠村园区转型发展侧记

践行“商业模式创新”理念,实施名医战略,建立了“医生工作室”,先后聘请省内知名度较高的医院专家定期坐诊,提高了相应科室人员的诊疗水平,增强了医院的综合实力。通过拓展医+药、医+企、医+医、医+商、医+惠等合作模式,利润实现了滚雪球般的增长,2014年创利390万元。

埠村煤矿医院仅是新成立的埠村园区管理委员会所属9个实体单位之一。和埠村煤矿医院一样,9个实体单位在新观念引导下,分别找到了适合自身行业特点的新模式,驶入了发展的快车道。

扭亏先扭思想,转型先转观念。埠村煤矿通过持续不断地开展形势任务教育,激励全员鼓足干劲,开智用心往前奔,提出了眼界有多宽,资源有多大的“大资源观”,统一了“有人就有财富,困难也是机遇”的思想。让全体员工自信有能力、有办法跳出“煤炭”觅商机,努力达到把煤矿“做‘没了’人人也能吃好吃的目标,实现埠村矿的彻底转型。

观念一转天地宽,在埠村煤矿,已形成了千军万马闯市场的发展格局,许多员工由“舍不得远离家门”到“争相走出去创业”,远到内蒙古、陕甘,近到省内乡镇,都留下了埠村矿人辛勤耕耘的足迹。依托雄厚的人才技术优势,埠村矿先后有1360多名职工走出矿区外出创业,2014年创利

超过千万元。

实施“轻资产”运营也是埠村矿人转观念后的杰作,在不追加任何资金和成本投入的情况下,实现增效创收。矿研石热电厂通过引进凉水塔余热回收“轻资产”改造项目,不仅减少了资金投入,增加了对外供汽量,也获取了每年32万元的纯利。万华水泥公司的贴牌加工项目,在增大市场占有率的同时,提升了“万华”水泥的品牌效应。运洗厂通过开发利用煤泥烘干产品,在减少锅炉损耗的同时,也使经济附加值进一步提高。

转机制 活力现

在埠村矿工程塑料公司,厂长于福德和书记侯绍刚对于正在推进的股权改革试点既感到压力又充满期待。“我正准备变卖家产投资入股,真正与企业融为一体啦”于福德笑着说。以产权改革为纽带,发展混合所有制经济正成为埠村矿各经营实体的努力方向。按照埠村矿管理层设想,通过优化集体所有制股权持有增强各实体企业负责人的责任担当,压力担当。目前,正以工程塑料公司作为股权改革的试点。“企兴我受益,企衰我受穷”,“共生共荣、共同发展”的激励效应业已显现。目前,工程塑料公司正围绕拓宽新材料产业投融资渠道,抓紧操

作新三板挂牌,以期引进战略合作伙伴,形成多元化投资结构。

2014年12月,淄矿集团制定了支持埠村煤矿加快改革发展的指导意见,将埠村矿实行“园区化”管理,形成了一个煤矿、八个非煤实体的“1+8”格局。通过重新界定各管理层的职能、顶层设定园区“管委会”“转身”路径,跳出围着煤炭转的圈子,致力于地产、水、电、汽等资源的综合开发与利用,努力求得各类自有资源的价值最大化。目前,基于“济南东延、章丘西扩”的城市对接计划,埠村矿的1653亩土地已纳入开发蓝图。成立“实业发展公司”的探索进展顺利,届时可将现有独立核算的实体单位资产整体装入,把实业发展公司打造成投、融资运作平台,实现“资产”变“资本”,为增量扩能提供资金支持。

大力实施减编制、减人员、减投入和减轻办社会压力。构建“大部室、小机关”,园区机关只设规划发展部、人力资源部、财务部、审计监察部和综合办公室“四部一室”,人员减少到42人;在全力实施“能人经济”,打破干部职工界限、打破官本位思想、打破经营管理模式”,凡是自己认为有经营能力、有管理才能、有营销经验的所有员工,发动其“自告奋勇、毛遂自荐”的对各厂点、公司、车间等进行总承包,园区管委

会确定经营指标进行考核,实现“能者上、庸者下”,确保增利创收。

转产业 曙光现

转型的根本目的是扭亏解困,把亏损企业做没就是贡献。秉承这种理念,埠村煤矿通过置之死地而后生,把优良资产做大,把不良资产剥离,实现产业的优化升级,走出转型发展新天地。该矿的新型墙材公司因资源枯竭,产品单一,市场低迷,造成盈利能力差,经矿班子研究决定,对该厂果断进行了关停。

立足埠村矿的长远发展,埠村矿干部职工决心玩转“煤字号”以外的新产业、高科技。他们组建了“东辰共赢服务公司”,下设矿业管理、工程管理、钻探注浆等6大服务板块,专门为矿井生产提供“保姆式”专业化服务。成立了注册资金1000万元的“东辰共赢物业公司”,已承接了5家相关物业管理业务,使部分女工和年龄偏大、身体状况良好的男性职工成功转型。目前,已与数家单位达成了保洁与食堂管理合作协议;整体托管章丘市“文博园”项目也正在洽谈当中。

充分把握国家倡导的产业方向和地方发展规划,本着“优质、高效、低害”等基本要求,埠村矿成立了工业蓝宝石、锂电池、健康养老、纸业印刷等4个项目部,目前各相关工作顺利推进。今年4月1日,埠村园区年产120吨工业蓝宝石项目顺利通过节能评估论证。据了解,蓝宝石晶体生产线占地200亩,一期工程为100台晶体生产线,今年动工建设,预计2016年投入生产。该项目科技含量高,市场前景广阔,经济效益明显。