

# 精耕于市 纯粹于心

## ——新形势下重汽 HOWO 轻卡畅销之道追踪

■ 本报记者 赵健

随着轻卡事业部的成立和成都王牌的并购成功,标志着中国重汽形成重、中、轻、客、特全面发展的格局。在轻卡行业准入门槛低、产能已经过剩,市场竞争十分激烈,业界忧心轻卡市场日渐寒冷之际,重汽 HOWO 轻卡却逆流而上,在五年的时间里,由 2012 年进入市场销售 3000 多辆,2013 年 8000 多辆,2014 年 16000 多辆,2015 年 21000 辆,一举飙升至 2016 年全年完成销量 3.8 万辆,较去年同比增长 70% 以上,跻身国内轻卡第二阵营,位列国内轻卡企业十强第七位。重汽轻卡作为近年来轻卡市场优美的舞者,完成了自身化蛹成蝶般的蜕变,开始展露锋芒。

销量增长的背后,是企业细致研究市场,苦练内功的扎实举措的反映,也是为深入了解客户,积极满足用户需求,追求用户利益最大化的真实回报。中国重汽轻卡事业部总经理徐向阳坦言:只有做好企业的基础工作,把消费者的利益做好,坚守回归常识的心态,顺其自然,既志存高远又脚踏实地,天道酬勤,最终才能实现可持续发展。

### 精,源于厚积

要了解一个企业,必须了解其背景。中国重汽在进入轻卡领域前就一直是国内重卡行业的翘楚,是行业中举足轻重的角色。中国重汽曾在 1960 年生产制造出中国第一辆重型汽车——黄河 JN150 型八吨载货汽车;也是第一家成功引进具有国际先进水平的斯太尔 91 系列重型汽车制造技术,成为中国国内唯一全面引进国外重型汽车整车制造技术的企业。2009 年成功实现了与德国曼公司的战略合作,开创了我国汽车行业对外合作的新模式。

今天的中国重汽不仅拥有丰富的重型汽车设计和生产经验,熟悉国内外的技术现状和发展趋势,而且能够不断、及时吸收国外重型汽车的先进技术和经验,设计出符合中国国情的先进重型汽车产品,使其产品始终走在国内重型汽车的最前沿,成为中国重型汽车行业的领跑者。

“用人品打造精品,用精品奉献社会”是中国重汽一贯的企业宗旨。对市场把握要求精准,对产品则要求精美。如果说中国重汽在重卡领域通过掌握核心技术而成为重卡行业的领航者的话,而对技术精益求精的追求同样被带到了轻卡制造领域,中国重汽在轻卡行业的技术投入通过 HOWO 轻卡的运用后得到了市场和消费者的回报。

在 2010 年,中国重汽集团斥资 6.97 亿元,在章丘重汽工业园征地 1650 亩,新建 2 条具备年产能 10 万辆的轻型卡车生产线,并把产品定位于中高端市场,借鉴 MAN 公司卡车技术,并针对中国国情进行了重新开发。推出的 HOWO 轻卡悍将和 HOWO 轻卡统帅系列产品,发动机选用康明斯等中高端发动机,后桥也主要采用重汽与德国 MAN 公司联合开发的免维护桥,桥壳采用的是 SKF 轴承,整车 50 万公里内前后桥免维护。毫不夸张地讲,HOWO 轻卡产品一亮亮相,便被评价为:技术水平堪称一流,制作工艺十分精湛。

现在看来,豪沃轻卡的产品定位十分有战略前瞻性。随着国家法规的完善,以及发动机排放标准的切换,HOWO 轻卡走中高端线路的定位就从上市时的弱势变成了优势;中低端轻卡市场份额迅速萎缩,大马力轻卡份额提升,而物流效率提升又促使高端中轻卡、大马力车型热销,用户对轻卡的价格敏感度降低。HOWO 轻卡“能拉”的优势被放大了,尤其 HOWO 轻卡十吨车型,凭借更胜一筹



徐向阳



的重载能力,在轻卡重载市场颇有优势,迎来了发展的好时机。

此外,从趋势来看,没有高端发动机的轻卡品牌已被边缘化,HOWO 轻卡入市后,便选装康明斯发动机作为其高端车型的动力配置,这也是其把脉市场,走差异化发展之路的最好例证。而事实证明,这个选择和判断相当准确和明智。

与此同时,重汽轻卡从建厂开始就确立了以用户需求为导向,各品系产品紧抓用户需求升级,找准细分市场,实施市场产品竞争组合策略,走差异化发展的目标,用高标准的产品来获得核心竞争力。

对此,徐向阳进一步阐述说:“作为后来者,重汽轻卡是从其他品牌手中抢市场,虽然这个蛋糕足够大,但并非每一个市场都要抢,而是要避开主流市场去抢细分市场,在多个细分市场能形成优势,重汽轻卡照样可以得到较好的发展。差异化竞争是成长中的企业唯一可行的策略,也将成为重汽轻卡接下来

较长一段时期内参与市场竞争的主旋律。”如今,在重汽轻卡销售出去的产品中,50%—60% 的订单是由定位精准所带来。

中国重汽轻卡事业部独具特色的“每周车”活动,销售人员通过在一线调研来了解产品的市场表现,并对各类用户的实际用车需求进行了解,然后反馈到公司技术和生产部门,甚至请用户前来一起总结、点评产品的优缺点,及时加以改进,不仅产品的市场定位更加精准,更为重要的是满足了消费者实实在在的需求。

比如,在市场调研中,重汽轻卡的一线销售人员发现部分水泥搅拌车用户群体对小方量的搅拌车有需求,但市场上的一些产品质量却不过关。重汽轻卡及时推出了一款轻卡水泥搅拌车,因为更灵活、行驶更安全、用车成本更低等优势,受到了市场的广泛欢迎。

以拓耕者的姿态,辛勤耕耘着轻卡市场这片热土,HOWO 轻卡在市面上的优异表现就是势所必致。

### 纯,源自执著

对于重汽 HOWO 轻卡而言,“纯”意味着什么?“纯”就是“纯粹”,一颗纯粹想在国内轻卡行业树立民族品牌的心。

“年产销三四万台对于轻卡行业来说不算什么。”徐向阳在接受记者采访时,刻意地保持着低调。作为重卡行业的“老兵”,清华大学科班毕业的徐向阳,执著又充满锐气,更不乏稳重和务实。

之前有过让一个零部件入门级企业成长为行业领跑者的经历,他对诸多问题的严谨表述和精准判断彰显出他的睿智和远见。重汽轻卡成立以来,虽然面临的压力和困难十分巨大,他和他的团队一直在顽强地努力,每年的跨越式增长,超过行业的增长速度,便是对这种努力的回报和肯定。

2010 年中国重汽宣布进军轻卡行业时,业内反响不可谓不大,一时间,种种猜疑、预测纷至沓来。不被人看好,是最主要的。“重汽 HOWO 轻卡虽然进入轻卡行业五年多时间,但是企业发展的步伐和集团公司的整体发展战略是一致的,在努力打造中国重汽百年企业品牌的同时,重汽 HOWO 轻卡不会只追求简单的经济效益,追求的是打造百年老店,要做就做做好车,要做就做实力派,踏踏实实地做好企业的基础工作,以专业的精神,为中国的制造业发展尽一份力。”徐向阳在接受采访时说道。

重汽轻卡成立至今,徐向阳感受最深,也引以自豪的是 HOWO 轻卡从产品设计、研发到销售队伍的建设。他认为,中国重汽在轻卡领域,刚起步自然没有规模,网络渠道要全部重打锣鼓另开张,市场更是没有认知度,完全是从零起步,几乎都是一边摸索一边干。虽然也走过了很多弯路,但员工也从中获得了存

在感。员工队伍建起来了,这成为了重汽轻卡接下来持续发展的重要基石。

重汽轻卡的营销团队大部分都不到 30 岁,最开始基本上是一清一色的应届毕业生,他们在重汽轻卡发展的过程中下了很大的功夫,现在在好多已经进入了管理层。可以说,这支逐渐培养起来的光荣之师,甘心从最基础的工作做起,才成就了重汽轻卡销售团队的专业性和产品的专业性。

在徐向阳看来,重汽轻卡作为一个初出茅庐求成长的新军,必须深入市场,了解市场需求。在此基础上,让产品不断改进与完善。“只有不断加强客户的认知,下功夫去做产品,才能打造出经典的车型,也才能找到自己的生存与发展空间,坚持做好基础工作,要埋头苦干,基础打好了,业绩自然就有了。

这点,从重汽轻卡的“凌晨营销”就可管中窥豹。在市场调研时,豪沃轻卡的销售人员发现,很多运输蔬菜水果的领卡车主,在市场上等待开张的 2—4 点钟无事可做。凌晨正是人最困的时候,豪沃轻卡的销售人员却认为这个时候是做营销的最佳时机,在这个时候介绍车型,进行推销,往往效果比较好。如此的用心,如此的执着,得到优厚的市场回报也就无可厚非了。

古语云:行百里者半九十。市场的瞬息万变,客观上要求人们做到时刻保持清醒的头脑,不以物喜,不以己悲。“从零开始”的重汽轻卡,徐向阳只能把自己目前定位为轻卡领域的领跑者,还不够出类拔萃。他不主张冒进,他告诉记者:“从来都不会制定过高、过快的发展目标。”

当然,一个企业要持续发展,可用四个底线问题来回答:凭什么凝聚人心;凭什么安排核心业务、增长业务和未来业务的三层产业链;凭什么获得比较竞争优势;凭什么获得持续竞争优势。重汽轻卡的决策班子一贯坚持认为一个企业要赢得竞争优势,就必须苦练内功,提升企业核心竞争力;同时,更要善于创造持续竞争优势,让自己永远处在市场领先地位。

借助中国重汽在重卡领域的技术优势,目前,重汽轻卡也适时导入了重卡的前沿技术,满足用户对车辆轻量化的新需求,并为下一步新能源轻卡的推出做好了技术储备。徐向阳介绍:“重汽有一个独立的团队密切跟进卡车新能源技术,力争不掉队、不落伍,必要的时候我们会导入市场,为将来激烈的竞争创造出更多优势。”

厚积才能薄发。面对明年的市场,徐向阳介绍,搭载 4.5 L MC05 曼技术发动机、改装“2250”宽体驾驶室和曼技术车桥的高端车型将会在不久后“震惊”业内。作为重汽轻卡的第一款曼技术轻卡,明年 3 月将实现批量生产,这意味着重汽轻卡的产品线延伸到了大轻卡领域。

迅速崛起的重汽 HOWO 轻卡已经在业内树立起一杆旗帜,高端化、智能化、轻量化,这是重汽轻卡的精明战略,从骨子里渗透的做好产品,做强品质,做大市场的信心和决心,从精神上洋溢的诚心经营的战略经营核心理念,正是一颗纯粹的重汽轻卡之心。

在 2016 年,重汽轻卡花大力气在国五车型的规划、研发和生产准备上,面对国五轻卡市场,重汽轻卡做好了全面应对。徐向阳预计 2017 年 7 月 1 日国四到国五的排放法规的切换将给行业带来一轮洗牌,这将决定今后至少 3 年内轻卡市场的新格局。准布局到位、把握好产品导入市场的节奏,产品有竞争力,谁就能在这轮洗牌中脱颖而出,抢占先机。

还有一点,也是关键的一点,我们知道,专注、执着,才能持久,才能跨越巅峰。期待重汽轻卡带给我们更多的期盼和惊喜!

# 日照港二公司依法从严 治企取得宝贵经验

近日,山东日照港集团股份二公司注重紧密结合港口转型发展实际,全面依法从严治企,加强内部科学管理的先进经验,引起了业内同行的关注兴趣和学习借鉴。

近年来,该公司紧紧围绕生产经营中心突出一个“严”字,全员倾力打造公司“依法治企升级版”,使内部管理和对外服务有章可循、有法可依,从根本上杜绝了员工违章违纪、干部违法犯罪行为的发生,有力地推动了外部市场环境的改善和真诚合作氛围的形成,广泛赢得了中外客户的由衷信赖和业务支持,进一步提升了企业的核心竞争力和发展质量效益。

实施依法从严治企方略,促进企业管理转型升级。经营管理者坚持遵法从规经营,一线劳动者自觉护法守规服务,层层依照相关国际法和国家法律法规,不断规范约束广大员工的生产服务行为,端正行业风气,杜绝吃拿卡要,恪守职业道德,严防职务犯罪,树立“全员廉洁奉公、企业弊绝风清”正气,长期吸引船东、货主、代理、司机前来加强货运友好合作,做大做强做优以铁矿石为主的大宗散货运输市场。全方位构建起法治强企、制度兴企的规范运作体系和卓越精益生产绩效综合评价管理模式。在决策和管理程序上,依据《公司法》建立决策、执行和监督相互制衡的法人治理结构;在散货经营和装卸服务上,对各个基层单位统一推行成本预算管理,建立目标考核和内部奖罚责任制,依法开展业务合作,规范员工从业行为,推进企业转型升级,调整优化货种结构,提高总体运行效率,保证客户服务质量;在法治和制度建设上,建立法律事务管理体系和利益相关方组织协调机制,对内讲制度、依法进行有效管理,协调劳动关系,维护职工权益,保障安全生产;对外守信用、依法开展合同化服务,有效防范市场风险,维护企业根本利益。

该公司工会维权小组与商务中心法律事务部,在全港率先推行法律咨询服务和依法维权协调机制,依法依规加强职工劳动保护和企业文化知识产权保护,主动化解公司内部劳动争议和外部业务合作纠纷,并主动为公司员工发明创造申请国家专利,让每一项自主创新成果都能受法律永久保护。

(滕以来 王竹平)

# 隐患在一线发现 问题在一线解决

西昌钢铁炼铁厂烧结作业区排查 隐患从基层抓起

11 月份,西昌钢铁炼铁厂烧结作业区通过不断创新安全管理方式,狠抓岗位隐患排查,做到人人参与现场隐患排查,及时发现隐患,及时消除隐患,全面保障安全生产顺行。

该作业区结合天气寒冷和保产压力大等不利因素,加大了对现场各类隐患的排查力度。要求职工每天接班后对所负责责任区进行一次安全隐患排查,对发现的安全隐患按检查确认表认真填写,由小组长统一进行梳理,对本班组能够解决的,立即进行整改;没有能力解决的,立即上报作业区处理。特别强调当班发现的隐患当班必须整改完成,力争做到隐患不过夜。为了加大隐患排查力度,作业区安全员每周组织对安全隐患排查情况进行查验,力争不留隐患死角,在现场直接提出安全隐患解决的办法,把责任落实到基层,使安全隐患得以在第一时间被发现和及时消除整改,此举夯实了安全基础管理,保证了生产安全顺行。

该作业区专职安全员敬锐说道:“每一个安全隐患的存在,都有可能造成安全事故的发生,要消灭安全隐患,使安全隐患得到及时排查,得到及时整改,就要从最基层抓起,就要从最基层发现,就要从最基层解决。”

(何勇)

# “好家风”带来的“福利”

## ——中铁十一局四公司工会培育“好家风”小记

■ 特约记者 郑传海 通讯员 常会彬

围绕培育“好家风”组织开展“三八·健步走”活动,为包括健步走在施工一线工作的 612 名女职工购买了健康险,公司机关 30 名女职工参加健步走;

围绕培育“好家风”活动,与共青团委和总工会,以及武汉的大型企事业单位联合举办的“邂逅爱情、浪漫之旅”,来自各个项目工地的 24 名未婚青年男女和 12 名兄弟单位女职工参加了活动;

围绕廉洁文化进家庭,引导党员领导干部家庭成员洁身自好,相互监督,相互提醒,携手培育清廉家风而推出的“廉政家风讲堂”,吸引了公司 25 名领导干部或在关键岗位上工作的职工家属从四面八方到公司专门参加“廉政家风讲堂”;

围绕培育子女感恩长年累月地为祖国的基础设施建设而辛勤忙碌,一年四季难得与家人见面一面的父亲们而精心设计的“心语心愿·父亲节”一经推出,很快得到了 17 个在国内

内外承担重大基础设施建设任务和 2 个后方基地共计 70 名“铁二代”的积极响应;

……

一台接着一台的“培育好家风”好戏,让中铁十一局四公司员工工会体会到工会搭台劲吹“好家风”带来的“福利”格外耐人寻味。

今年初,该公司工会在认真学习习近平总书记于十八届中央纪委六次全会上强调的“注重家庭、注重家教、注重家风、发扬光大中华民族传统家庭美德,传承优秀家教家风文化,弘扬社会主义核心价值观”重要讲话精神时,引发思考,培育好家风,工会应当利用自身深入员工,了解员工,团结员工等诸多优势,有所作为,当仁不让。

他们把策划“好家风”建设的着眼点放在贴近员工,贴近生活,贴近现实上,针对企业流动、分散等特点,逐一分类排队,从大龄青年恋爱难、子女与长年在野外施工的父亲见面少,廉洁从业离不开后方亲人的支持等实际,在广泛征求意见的基础上,精心设计了“三八·健步走”“邂逅爱情、浪漫之旅”“心语

心愿·父亲节”“廉政家风讲堂”和女职工征文,组织长年累月在施工一线工作的先进女职工疗养等一系列围绕培育好家风而开展各项活动。

活动一经开展,立即受到分散在国内外 60 多个重大建设工地施工的员工们和分散在 20 多个省市区 100 多个县市职工家庭成员的热烈欢迎和踊跃参与。远在甘肃兰渝铁路建设工地的闭智勇,得知公司工会举办“代替儿女敬孝心”的活动后,便大胆地把自己埋在心里多年的“给父亲买个记忆睡眠枕头”的想法,试着告诉了公司工会,工会女工委主任田艳君第一时间联系上在云南玉磨铁路项目部担任厨师的小闭的父亲闭绍才和项目工委负责人,转达了小闭的心愿,并请项目工委帮助挑选小闭喜欢的那款记忆枕头。当闭智勇通过远程视频系统告诉闭绍才,这种记忆枕头有助于睡眠和增强记忆,从自己上初中的时候开始,就一惦记着啥时候能给宝宝买这种枕头,好让爸爸睡个安稳觉。是公司工会开展的“心语心愿·父亲节”活动,帮助他圆了这



“邂逅爱情 浪漫之旅”相亲联谊活动,青年男女合影。(常会彬 摄)

个“心愿”。只见闭绍才眼睛里闪烁着激动的泪花,抱着枕头在脸上挨了又挨……

听了“廉政家风讲堂”故事会,几个女同志在一起聊起感受时说:廉政家风,绝不仅仅是不收他人礼物那么简单的小事,她一头连着党风,一头连着家人的幸福和平安。很多贪污受贿的罪犯,都是从家风不廉,经不起小恩

小惠的诱惑开始的。类似“廉政家风故事会”这样别具一格的形式,最能够起到循循善诱的效果。“培育好家风”,没有大道理,都是活生生的真实故事,形象生动又好懂,更有助于家庭平安和谐,这正是我们女同志所希望看到的。