

福田全球化构想：世界前十

■ 本报记者 陈昌成

1 万年太久,那 15 年呢?
15 年前,这还是一家初创的公司,如今,这家公司已经开启世界级企业之旅。这就是福田汽车:从 1996 年 8 月 28 日成立,到成为世界商用车销量第一,福田只用了不到 13 年的时间。

“不能吃老本,要立新功”。这是福田汽车总经理王金玉在 2011 年年中党委工作会议上的报告主题。在福田汽车党委副书记赵景光看来,这句话有着更为明确的目标指向,“2020 年,福田要成为世界级主流汽车企业,实现全球销量突破 400 万辆,销售收入超过 5000 亿元,名列世界汽车企业前十强。再用十年时间,把福田汽车打造成世界级汽车企业。”

这就是“福田汽车 2020”战略。围绕著“2020 战略”,福田汽车开展了一系列纵横捭阖的产业布局。

全球化野心

实现从“中国运营到世界运营”的转型

在福田汽车公司的大厅中央,两个硕大的地球仪分外惹眼。这是福田公司的一个中方、一个外方合作伙伴在其 15 周年大典上的贺礼。两份同样的贺礼都清晰地表达了福田汽车公司全球化的决心和野心。

9 月 2 日,在乌鲁木齐召开的首届中国-亚欧博览会上,巴基斯坦与福田汽车签署了城市公交长期战略合作备忘录。按照约定,福田汽车将在近期内为巴基斯坦提供至少 2000 辆替代能源公交车以及相应的技术和服务支持。

这只是福田汽车全球化布局的一个阶段性成果。

根据福田汽车“2020 战略”,未来五年福田汽车将实现“5+3+1”的突破。“5”是要在印度、俄罗斯、巴西、墨西哥和印尼五个国家分别建立海外工厂;“3”是指在日欧美三个发达体市场取得市场突破;“1”即是指在北京建设福田汽车全球创新中心,最终实现福田公司从“中国运营→世界运营”的转型。

全球化仅仅依靠热情和勇气是远远不够的。赵景光告诉记者,福田汽车发展战略的出台,经过三四年的研究,综合了福田汽车战略发展部以及大量咨询公司的研究,“以 2020 战略中的‘5’为例,福田汽车对每个市场的研究报告至少有 10 公分厚。”

印度作为“5”的“首席”,旗帜意义不言而喻。赵景光告诉记者,4 月 29 日,北汽福田汽车股份有限公司在印度马哈拉施特拉邦首府孟买与其签约,将建设一座年产能为 10 万辆的工厂,可望于 2012 年竣工投入使用。据悉,在签署之日起 5 年内,福田汽车意向以固定资产、设备或其他马邦政府 2007 年优惠方案中所定义的“适格投资”,进行不少于 167.6 亿卢比的投资。

根据印度媒体报道,2010 年印度重卡销量达 26.2 万辆,同比增长 65%。分析者预计,到 2013 年、2014 年,印度重卡销量将突破 50 万辆。中国企业如能在印度市场需求大规模增长之时积极拓展,占领市场先机,势必在后日市场竞争中处于优势地位。专家表示,福田能成功签约在印度建厂,在当地市场展开持



福田汽车党委副书记兼新闻发言人赵景光向记者介绍公司全球化目标

战,为中国卡车企业深耕细作印度汽车市场开了个好头。

此前,福田汽车已经与俄罗斯联邦莫斯科市政府签署合作备忘录,福田汽车欧洲汽车事业部暨俄罗斯福田汽车公司正式成立。福田汽车将在俄罗斯投资建设年产 10 万辆汽车的生产基地,投产轻卡、中卡、重卡、客车、MPV、皮卡、SUV 等全系列,产品辐射全欧洲。

赵景光表示,全球化既是长远目标,又是发展进程。汽车产业的全球属性属性决定了地区性品牌难以长期立足。实现可持续发展,必须走全球化之路。

产业链雄心

未来将面向五大重点产业

全球化比的是速度,拼的却是背后强大的业务结构支撑。

2011 年 7 月 13 日,在主题为“转型与创新 质量与人才”的福田汽车年中经济工作会议上,福田汽车战略转型意图高调亮相。福田汽车未来将面向五大重点产业:汽车与新能源汽车、新能源、汽车物联网、金融服务和重型机械。

而这一转型与 2010 年底国务院出台的《加快培育和发展战略性新兴产业产业的决定》高度契合。

“五大产业规划的启动与实施,意味着福田汽车将迎来业务模式与赢利模式的巨大突破,为新一轮跨越式发展谋篇蓄势。五大产业规划的启动与实施,也标志着福田正在从一个单纯的汽车制造企业向一个以汽车业务为核心、以战略性新型产业和生产性服务业为未来业务方向的大型企业集团迈进。”赵景光表示。

“尽管有五大重点产业,但是汽车产业仍然是基础和核心。在五大重点产业中,其余产业都紧紧围绕汽车产业这一核心,彼此关联,相辅相成。”赵景光表示。

据了解,福田汽车将不再单纯发展商用车,而将实现“商用车+乘用车”业务并举,实现汽车业务的全面发展。同时,福田不仅要生产新能源汽车,还将介入新能源动力电池、储能电池、可持续电源以及与智能电网、智能交通有关的系统开发,抢

占新能源汽车的核心产业链。

另外,福田汽车还将发展汽车物联网业务,将提供汽车物联网数据终端设备、信息服务、应用软件,并全面跟踪监控汽车电子、中国商用车物联网中心、网络购车平台等领域的发展机会。福田汽车还将建立自己的汽车金融服务体系,并逐步开展风险投资、私募股权投资、证券投资等投资银行业务。同时,利用福田汽车品牌和产业资源优势,开发汽车起重机、履带起重机、矿用

车、泵车、混凝土机械等产品。业内人士分析认为,五大重点产业的新规划,源于福田汽车突破自我、开拓进取的企业成长内在动因,更源于福田汽车对汽车产业发展规律的深刻领悟及未来可持续发展的长远考量。五大重点产业的新规划,也体现了福田汽车对于中国宏观经济未来走势的全面把握。

赵景光表示:“好的战略,需要一定的资源禀赋支持,特别是人力资源、制度创新和融资能力。实质上就是整合资源的能力。”2006 年福田汽车从汽车行业的发展趋势出发、从汽车生产的内在特点出发、从知识经济的内在含义出发,创造性地提出“集成知识、链合创新”的发展模式。

赵景光告诉记者:“福田汽车党委把‘建设学习型组织,实现人力资本最大化’作为党委工作的重要内容,引领企业发展。福田汽车的发展,是一个对知识孜孜追求和不断集成创新的过程。我们充分学习、吸收、转化世界先进的战略、技术、运营、营销等各个方面的知识,集成创新,形成福田特有的知识资产,并将这种特有的知识资产转化为管理技术,从而形成企业核心竞争力。”

责任心诚心

没有发生一例召回事件

无论全球化“业绩”如何亮,也不论产业链“创新”如何强,在福田汽车的经营准则中,“诚信”一直排在“业绩”和“创新”之前,位居首位。

在赵景光看来,诚信是一个企业的道德准则,是一个企业组织持续存在的道德品质。正是由于企业的诚信赢得了客户的信任,最终成

为企业不尽的成长之源。

“不说谎、不做假,依法经营,回报社会就是一种诚信,社会责任也是一种诚信。”赵景光表示。

对福田汽车而言,为客户提供可靠、高质量的产品就是诚信经营的表现。一个企业对质量的重视程度在很大程度上取决于领导对质量的认识,领导在质量管理中起着决定性的作用,这是福田汽车在实践中得出的一个结论。由此,“战略管理学通用、品质管理学丰田”作为标杆学习的管理方针在福田汽车上下铺陈开来。

“说自己的产品一点质量问题也没有就是不诚信的表现。”不过赵景光透露,“到目前为止,福田汽车还没有发生一例召回事件。”

这一切基于福田汽车严格的质量管控体系。福田汽车的质量体系建设包含两方面的内容:一是产品创造质量体系的;二是商品制造质量体系的建设。商品制造质量体系能力的建设,维系了企业现实的竞争能力;产品创造质量体系能力的建设,奠定了企业未来发展的实力。

“召回并不丢人”,在赵景光看来,不敢承认质量问题,没有可靠的售后服务就是对客户的不诚信、不负责任。

为此,自福田推出“全程无忧”服务品牌后,经过几年的潜心努力,“全程无忧”已经成为企业的核心竞争力,同时也成为企业差异化竞争中的独特优势。目前,福田拥有国内商用车企业超大的服务网络,覆盖全国的 4700 多家维修站,服务半径锁定在 50 公里以内。

值得一提的是,为了加大对全国配件库存情况的掌控力度,在“全程无忧”服务品牌创立当年福田就在行业内率先运用了信息化配件管理系统,数字化管理系统的应用,大大增强了配件管理的及时性,有效提升了终端市场的服务效率。



龙江家具产业探索转型升级新路

近日,2011 中国(顺德)家具产业发展高峰论坛在顺德龙江举行,国内专家与 200 多家企业代表聚集一堂,为龙江家具产业的发展把脉献策,为家具产业转型升级探索新路子。与会代表们建议龙江家具产业转型升级,强化产业技术升级与产业高端环节培育的结合,加速在家具制造环节中融入电子信息技术和业务,以创新为核心,以培育龙头企业为重点,以培育产业高端环节为方向,加强产品质量和品牌建议,全方位提高家具产业发展质量和竞争力。

据了解,到目前为止,顺德龙江作为“中国家具制造重镇”、“中国家具材料之都”,拥有国内家具制造及服务中最为完整的产业链和产业集群。到目前为止,龙江已经拥有 2700 多家家具生产企业,3000 多家家具原材料企业。

(黄春兰)

资讯

公司

李宁承诺环境友好型排放

8 月 26 日,李宁公司在北京总部召开记者见面会,对之前提出的环境友好型排放承诺做进一步补充;于 2019 年在供应链中最终消除影响环境的化学物质,将 NP、NPE 等列入化学品控制名单;和相关机构商讨对于 2019 年实现环境友好型排放目标的具体实施办法,并在 2011 年底的社会责任报告中公布于众。李宁公司是最快表态的中国企业,先后在官网上发布声明,不仅对“产品是否符合欧盟 REACH 标准”的焦点问题进行了解答,还做出了在供应链中实现环境友好型排放的积极承诺。

ABB 为宝马提供新喷涂系统

全球领先的电力和自动化技术集团 ABB 近日获得了宝马汽车集团(BMW)新喷涂生产线建设的一揽子订单。根据协议,由配备喷涂系统集成包的 ABB 机器人组成的全功能喷涂系统将在未来数年内交付。据了解,ABB 提供的机器人设备大部分将是公司最新一代的 IRB 5500 喷涂机器人,这些机器人将应用于宝马汽车生产基地中全自动化生产线车身内外部面漆和清漆的喷涂工序中。同时,宝马公司还将采用 ABB 的 IRB 5500 系列机器人用于塑料部件的处理和喷涂工序中。

圣元携手青岛国际拉网节

近日,以“到海边拉网啦”为主题,由青岛胶南市政府主办,圣元国际集团协办的 2011 年中国青岛灵山湾国际拉网节,在青岛胶南水城拉开帷幕。著名演员唐国强与圣元国际集团董事长张亮及胶南市领导共同启动拉网节仪式。张亮表示,圣元作为立足于青岛的本土奶粉企业,通过倾力支持本次拉网节,传承悠久的渔家文化、宣扬保护海洋、实现可持续发展的现代人文理念,把拉网节打造为在国内外享有盛誉的旅游节庆品牌做出自己的贡献。

Greatsim 数控仿真软件问世

Greatsim 数控仿真软件采用高效的 3D 图像引擎技术和逼真的 3D 机床模型、高效的 G 代码解析模块以及数控面板来模拟真实机床的操作和加工过程。同时,该软件还通过了 Intel 的多核和图形测试,并获得 Intel Software Partner Program 标识。初学者通过使用本软件掌握数控编程原理与应用,在使用过程中用户可以看到自己的编程结果,以达到可视化效果,对提高数控学习人员学习 G 代码的编写和机床的操作有很大的帮助。在 Greatsim 官网(www.greatsim.com)上学员可以看到软件操作演示。

红黄蓝教育机构发布新产品

9 月 19 日,红黄蓝教育机构正式发布家庭教育产品《竹兜快乐家庭》,该产品成为红黄蓝教育机构旗下的第三个品牌。《竹兜快乐家庭》是革命性的家庭早期教育产品,有四大革命性特点:第一,中国首部适合低龄宝宝的三维动漫《竹兜和朋友们》为宝宝树立成长榜样;第二,为五种不同特点孩子的成长表现提供个性化教育方案;第三,创新的家庭教育环境材料打造立体教育效果;第四,极易复制的家庭情景亲子游戏为育儿生活增添无限乐趣。

行业

新希望乳业提升乳品标准

在日前召开的中国乳制品工业协会第十七次年会上,新希望乳业全新推出“24 小时巴氏鲜牛乳”,在乳品市场急需树立健康、安全标杆之际,首次让中国乳业进入了健康“标准时间”时代。据新希望乳业总裁席刚介绍,“24 小时鲜奶”限定在 24 小时内销售,超过 24 小时则必须下架。此举是新希望乳业企业核心战略——“鲜战略”的重要一部分,“鲜战略”遵循新鲜牧场、新鲜加工、新鲜营销和服务的标准,实现从牧场到餐桌各个环节新鲜、健康、安全的无缝连接。

深发展推出现金管理新品

日前,深发展在北京发布“财富 1”现金管理产品,该产品适应供应链管理日趋强化和企业现金流趋紧的形势,超越传统现金管理服务,更适合供应链信息运转,提供支持企业跨越式发展的独具特色的现金管理服务。

深发展作为现金管理业务的后来者,该行着意立足供应链金融的丰富经验,构筑“财富 1”后发优势,沿着供应链开创“贸易融资+现金管理”融合模式,提供完整的交易银行服务。

中企动力发布新战略布局

2011 年 9 月 16 日,国内最大的信息化运营商中企动力在北京举行了“新中企时代——中企动力 12 周年庆典暨战略发布会”。会上,中企动力业务总经理陈鸣飞与大家一同回顾了中企动力的 12 年发展历程,技术与运营总经理张斌就中企动力的云平台及技术运营模式做了分享。中企动力总经理陈丹进行了“新中企时代”的战略发布,正式宣告揭开了中企动力与中国企业共同迎来的一个高速发展、辉煌成长的“新中企时代”序幕。

液态奶用户满意度结果公布

近日,中国质量协会、全国用户委员会继 2009 年、2010 年之后,第三次组织开展了液态奶消费者满意度测评。本次液态奶调查中共选取了 24 个品牌,测评显示,液态奶行业的用户满意度为 75.60 分(满分 100 分),比 2010 年提高 3.11 分。其中,得益、卫岗、完达山三个品牌位列满意度前三位。得益也成为 2009 年至 2011 年连续 3 年获得行业用户满意度第一的品牌。从行业角度看,消费者感知质量对满意度的影响最大,品牌形象的影响次之,表明消费者对液态奶的质量和品牌最为看重。

畅捷通发动“小企业云应用”

近日,畅捷通公司举行的“2011 畅捷通小企业云应用大会”,拉开了小企业信息化的云时代大幕。大会以“改变 @ 畅捷通云”为主题,全面探讨和分析了小企业在新形势下面临的经营难题。畅捷通软件有限公司总裁兼 CEO 曾志勇表示,云应用的快速来临,让小企业信息化从“奢侈品”变成了“日用品”,企业只需购买云计算服务,就可大大减少企业运维成本,云计算是解放小企业的唯一方式。

秋高气爽送好礼 护心揽景享欢乐 奇瑞秋季关爱活动正式启动

进一步挖掘秋季关爱活动的亮点,对常规活动进行宣传,呼吁用户参与;同时,对奇瑞“快·乐体验”服务品牌2011年的J.D.Power成绩进行宣传,突出奇瑞服务良好的口碑和品牌形象。

秋高气爽,畅享好礼:爱车保养,护心揽景。9月1日,奇瑞秋季关爱活动正式启动,活动将历时1个月,旨在为全国奇瑞用户送去秋季关爱之情,共享金秋之乐。

秋高气爽日,出游正当时。

秋天作为出游的黄金时节,自驾游已成为众多车主的首选。但秋季时节,湿度升降幅度加剧,湿度加大,再加上长途跋涉,外出奔波,极易导致汽车发动机、空调等系统发生问题,此时选择为爱车做一个全方位养护将是十分重要。在启动时,车灯能否正常工作;刹车系统是否正常;雨刷器能否正常工作;这些正是奇瑞汽车急车主之所急,适时推出的秋季关爱活动的初衷。秋季关爱

活动的目的,就是旨在为爱车保驾护航,增添出行乐趣,从而进一步增进服务站与用户的沟通交流,真正体现奇瑞“快乐体验”服务品牌的宗旨。

四重好礼送惊喜

据悉,此次秋季关爱活动涵盖了“免费检测”、“备件优惠”、“进站有礼”、“旗云3(A5)专享”四重关爱。奇瑞用户只要进站,就可以享受到发动机系统、冷却系统的免费检测,以确保发动机在启动、运转、散热等方面的正常运行,保障用户的安全出行,免除后顾之忧。而活动期间,一贯秉承“承优于民,让利于民”的奇瑞汽车,更有23种备件享有高达8折的优惠;同时,用户只要进站,就有机会获得奇瑞公司提供的美孚机油的馈赠;而作为旗云3(含A5)的老客户,更有机会获得运动背包一个,实实在在享受奇瑞关爱。

品质服务受认可

此次秋季关爱活动,奇瑞从客户实际需求出发,一方面倡导以养代修的理念,增强用户的保养意识;另一方面,提高外出行车

的安全系数,保障用户驾车出游更加顺利。

2011年至今,奇瑞已经成功推出春季和夏季关爱活动,适时为用户送去了季节温情。而此次秋季关爱活动以“秋高气爽 护心揽景”为主题,是奇瑞“快·乐体验”服务品牌内涵的又一次展现,秉承“更便捷”、“更专业”、“更周到”的服务宗旨,奇瑞“快·乐体验”服务品牌愈来愈受到客户的认可,其客户服务满意度在J.D. Power调查中创下841分的佳绩。随着秋季关爱等各项活动的开展,奇瑞服务将更加贴近客户生活,走进客户心中,为客户营造更加快乐的汽车生活,提升客户的服务满意度。