

【安徽叉车集团迎来60年华诞】

编者按:60年,对于一个人来说已是花甲之年,而对于一个企业来说或许又是一个新的起点。2018年10月,安徽叉车集团迎来了60周年华诞,在这一喜庆季节里,安徽叉车集团人思考最多的仍然是改革、创新和发展。他们数十年引领行业发展的精神,为我国自主叉车品牌在国际市场上稳稳地占得一席。截至目前,安徽叉车集团所属的合力品牌叉车产量已超100万台,资产突破100亿元,连续27年保持全国行业第一,产销量跻身全球第7位,产品销往世界80多个国家和地区,是我国叉车行业中当之无愧的王者。

安徽叉车集团:如何让自主品牌走得更远

——访安徽叉车集团有限责任公司党委书记、董事长张德进

■ 本报记者 张晓梅 / 吴明 张骅

10月28日,正是丹桂飘香,蟹肥菊黄的丰收时节,安徽叉车集团迎来了60周年华诞。在60年沉甸甸的业绩面前,作为掌舵人的安徽叉车集团有限责任公司党委书记、董事长张德进却依然神情肃然,在他看来,前进的路上仍充满挑战,只有把现有的业绩作为起点,向新的目标进发,才能确保自主品牌走得更远。

危中有机 市场是自己争来的

当前世界政经形势的复杂诡异,特别是中美贸易摩擦让很多企业绷紧了神经。但张德进认为,危中有机,市场是自己争来的,做好自己的事才最为重要。

张德进分析说,短期内中美贸易摩擦会对中国叉车整机及零部件企业出口美国市场造成影响,尤其是一些以美国市场为主导的叉车企业;中期随着贸易摩擦加剧,沿海地区部分出口外向型制造企业将会遭受一定打击,叉车作为工厂物料搬运主要设备,随着东部沿海省份这些制造企业经济下行,将会导致该区域叉车订货量降低,给国内叉车行业持续增长增加变数;后期随着中央相关政策出台以及贸易矛盾缓和,企业纷纷采取有效应对措施,降低出口贸易对美国市场依赖,同时持续加强自身技术和管理实力提升,应该说,该贸易摩擦对中国叉车行业影响有限、风险可控,在党中央坚决领导下,我们完全有力量度过本轮“危机”。

近年来,安徽叉车经历并战胜了亚洲金融风暴、美国次贷危机和行业转型升级的压力。在应对这些危机时,安叉的核心是做好自己的事,在别人忙于应付纷乱之际,紧紧抓住“危”中透出的“机”进行下一轮发展的谋划、布局。

“目前,中国叉车市场已连续多年成为世界第一大市场。中国经济体量较大,国土幅员辽阔,工业产业门类齐全,内销市场潜力大,完全有实力孕育本土叉车企业发展。但同时也要看到,国内市场竞争异常激烈。在行业协会登记叉车整机企业已突破100家,

低端低质低价产品偏多,同质化严重,价格战激烈,业内企业创新投入参差不齐。”张德进认为,在应对危机时,应该先“强筋健骨”,练好自身内功。

精益管理 做好产品和服务

“只要社会在发展,物流产业就会像血液一样流淌在世界各地,叉车是物流产业的核心装备之一,中国又是世界第二大经济体,仅内需市场就需要大量叉车产品,但买谁家的,还要看你的产品和服务。”张德进说,打铁需要自身硬,做好产品和服务是应对一切危机的不二法宝。

近年来,安徽叉车集团以市场和现场为抓手,巩固并提升行业龙头地位。在经济新常态下,立足“三确保”目标,不断提高国内市场占有率,特别是今年以来,国内销量屡创新高,国内市场占有率稳步提升;另外,通过着力创新营销政策和模式,继续推进营销体制、机制变革,优化营销政策,市场销售高歌猛进;在品牌建设上,公司高度重视软性宣传作用,创新自媒体推广途径,精准投放高端客户群,加大高铁等媒介投入,增强与用户之间的黏度,通过组织参加行业重要展会等途径,推出多款电动及自动化运搬产品,彰显行业第一品牌实力。

在企业内部主要致力于三个方面工作,一是关注质量品质,传承工匠精神。对标国际优秀,按照《中国制造2025》,加快推进质量变革、效率变革、动力变革。通过推进质量变革、效率变革、动力变革,打造合力精品车。

二是推进精益管理,提升企业软实力。2008年全球金融危机肆虐,中国传统工业行业普遍下滑,部分企业举步维艰,在审视国内外经济环境吸取历史成功经验基础上,安徽叉车集团导入以“丰田制造”为标准的精益管理模式,务求降成本、去浪费、提品质、提效益。同时,创新精益推进方式,结合现场改善和设备智能化改造,实现精益管理与智能制造有机融合。

三是落实服务领先,开拓后市场业务。推广维修服务标准化,加大售后服务力量投入,采购



安徽叉车集团党委书记、董事长张德进在集团60周年庆典上致辞

近千辆售后车辆,持续推进全国省级营销子公司4S店建设;强化配件公司服务职能,进一步规范配件采购与销售渠道,扩大融资租赁服务主业规模,逐步实现再制造公司规模化运营。

改革创新 紧握两大发展引擎

“改革和创新是保证一个企业健康发展的两大引擎。”张德进说,安徽叉车集团改革和创新这两大引擎一直在高效运转着。

随着新的营销体系建立,安叉随之推进营销体制、机制变革,优化营销政策,市场销售大大提升;选派了一批年轻骨干支援市场一线,组织千余人次产品及维修知识培训;建立B2B电商平台,推进整车和配件网络销售,探索重装专业化销售模式;提升网点硬件设施条件,继续优化4S店面形象,持续采购服务维修车辆,提高服务市场客户能力和水平。

技术创新一直是安徽叉车集团保持产品优势的核心,通过引进、消化、吸收再创新,打造出中国行业一流的企业技术中心。在2017年,安徽叉车集团荣获第四届中国工业大奖表彰奖,顺利通过国家高新技术企业认定,成功晋升为国家级工业设计中心,先后斩获“2017年度第二届中国工业车辆创新奖(金奖)”、“国家级企业管理现代化创新成果”等殊荣。全年累计取得授权专利325项,其中发明专利50项;先后主持及参与国际、国家和行业标准制

定10项,并承担国际可持续性分技术委员会秘书处工作。

同时,产品创新研发也取得了较好业绩,加快内燃叉车H、G系列升级换代,推进电动仓储类叉车、混合动力叉车及锂电叉车、AGV(智能运搬设备)等。

人才和团队 才是最核心竞争力

张德进是安徽叉车集团发展的实践者,也是见证者,更是今天安徽叉车集团的领航人,已在企业摸爬滚打了大半辈子。在数十年的职场生涯中,他既有不断实现人生价值,奉献社会的喜悦,同时更感责任重大,从不懈怠。在管理企业中,让他感受最深的是人才的重要。他认为,干任何事,人才和团队才是最核心竞争力。

安徽叉车集团坚持“党管人才”的原则,牢固树立“重学习能力、重实践能力、重创新能力”的人才观。强化“一把手”负责制,将人才工作列为各部门和领导绩效考核的重要内容;定期研究、定期检查,保持人才工作始终有领导、有计划、有管理;各级党组织负责人深入基层,加大谈心交流,帮助引进人才和入职大学生解决实际工作中遇到的困难。形成了齐抓共管的工作格局,不断完善人才成长上升通道,着力培养一批担当务实的人才队伍。

在人才队伍建设上,培养创新意识,调动员工创造活力。推进职工(劳模)创新工作室与技能

大师工作室融合;研究引进高层次人才政策并开展相关工作,持续加强电动系列产品维修培训和人才输出力度,建立健全国内销售网点电动专业销售队伍;加大国际化人才队伍建设,建立管理、技术、配件、服务等海外人才库及配套机制,根据需要能快速出访或派驻海外。

“尊重依靠员工,忠诚成就合力。”张德进说,安徽叉车集团始终把发展成果惠及全体员工,着力为员工解难题、办实事。近年来,先后开展了员工生活设施改造升级等民生项目,组织开展春送关爱、夏送清凉、金秋助学、冬送温暖等活动,帮扶救助、扶贫济困构建和谐劳动关系;坚持完善民主管理,支持工会依法依规开展工作,把资金财力更多地投入基层一线,让每位员工感受到企业发展带来的红利。

主编视点

民族品牌需要 更多的坚守和耐心

每当遇到国际经贸挑战和金融危机之时,具有自主知识产权的民族品牌在经贸发展和百姓生活中就显得尤为重要,而民族品牌除了做好研发、创新和品牌建设等必备功课外,更重要的是坚守和耐心。很多制造产业,如冰箱、彩电、空调等家电企业在坚守中走向了世界,又如叉车、重型卡车等高端制造也在数十年的苦苦求索中融入了全球。安徽叉车集团合力品牌就是在60年的坚守和耐心磨砺中,27年雄居全国行业之首,产销量居全球第7位。坚守和耐心是民族品牌自主创新发展的重要密钥。

张德进

本刊执行主编: 张晓梅