

多元化道路推进山推崛起

本报记者 马辉 本报通讯员 王砚华

企业转型之路 系列报道 ②

近日,山推股份公司驶入了国内工程机械行业外贸出口的快车道。302台套主机成套设备,总价值2.5亿人民币大单落地南美地区。

“产业结构转型,我们是实践者,更是受益者。”山推股份公司董事长张秀文说,山推所走的一条道路,就是一条多元化、国际化的道路。今后一段时间,山推将加快优化产业布局,完善全球化的销售网络,确保国际市场占有率持续增长,实现与国际工程机械巨头共舞。

“我们可以预见,卡特、小松都是全系列产品发展,都不是靠单一产品来实现大而强的。”张秀文



调整市场布局,大力开拓国际市场

302台套主机成套设备、总价值2.5亿人民币大单落地南美地区。近日,山推股份公司迎来了国内工程机械行业外贸出口开门红。日前,首批279台山推多品种主机已抵达青岛港口,准备发运到南美地区。此次山推成套设备出口发运,公司将派驻22名服务人员一同

前往。服务人员将由山推多个部门的服务人员组成,也是公司目前为止人数和规模最大的一次,为施工项目提供了成套解决方案。

“此次成套设备大单出口,是山推全系列产品大规模进军拉美市场的一个重要里程碑。”张秀文告诉记者,今年以来,公司开始调

整市场布局,在保留传统市场的基础上,大力开拓战略市场。市场结构由原来以非洲、东南亚为传统市场,转变为由泛俄、非洲、中南美齐头并举的更为平衡的市场结构。

“目前,山推产品涵盖和品牌推广到世界五大洲133个国家。”山推股份公司总经理王飞告诉记者。



拓宽产业链条,朝产品多元化发展

工程机械行业是一个产品众多且技术、资金、劳动力均密集的行业,总结我国工程机械行业发展趋势,产品多元化是民族装备制造制造业强大之本,是实现国际化发展的趋势。

“我们可以看到,卡特、小松都是全系列产品发展,都不是靠单一产品来实现大而强的。”张秀文

说,现在各大工程机械制造商纷纷拓宽产品线,增强企业竞争力。

王飞告诉记者,2008年山推全资收购湖北楚天,进驻混凝土机械领域。短短两年时间,已经形成“一站三车”成套设备系列化产品链,销售收入实现了四倍以上增长。2010年,山推与日工株式会社、武汉中南工程机械设备有限

公司联合投资兴建山推武汉混凝土产业园,目前山推混凝土机械正在快速成长,产销量实现四倍以上增长。

“山推已告别推土机单一产品的时期,在保证推土机市场优势地位的同时,积极拓展多元化产品市场,拓宽产业链,实力不断增强。”张秀文说。



补齐发展短板,重视人才科技建设

三原健是来自日本的供应链管理专家,山推近年来在经营管理方面的优化提升速度令他感到惊异。

今年年初,山推以综合得分第一名的成绩摘得“山东省省长质量奖”。王飞认为,评分除依据产品质量外,还包括管理、服务等方方面面,因此获奖不仅是对物化的“产品质量”的认可,更是对山推整体发展质

量的肯定。王飞说,“企业在高速发展时期,如果不能夯实发展质量,就难免会‘阴虚火旺’。在国家强调调方式调结构的大背景下,山推静下心来抓企业的发展质量,回头看,这种选择是正确的。”

“质量型”发展体现在不惜“血本”补齐企业发展短板。随着产销规模不断扩大和业务日益多元,山推迫切需要对产、供、销、研

发、财务、服务等各部门的资源和信息进行统一整合。为此,他们高薪聘请了郑鸿亮(泰山学者海外特聘专家)负责ERP企业资源计划系统建设,仅2010年就投入大量的建设资金。

据了解,近年来山推先后从卡特彼勒、丰田等国际知名企业吸纳了30多名高端人才,如今在山推四大工业园区中,随处可见各种肤色的外籍员工。



山推产品正被运往海外市场。崔保运 摄

蝶变2012

——济宁解放路部分批发商入驻豪德升级之路

豪德商贸城B南、C、F区是济宁规划的最大的五金机电、汽配和建材装饰专业市场,汇集了市内2000余家商户。其中很大部分是来自解放路的老商户,他们有的已经在解放路经营十年以上,有的创业就没离开过解放路。故土难离,记者带着疑问走访部分商户,找寻解放路商户搬迁的答案。

解放路商户的烦恼

济宁解放路是自然形成的马路市场,在不足700米的道路两侧聚集了数百家批发零售商户。站在狭窄的街道上,放眼望去,到处堆放的货物,铝材切割的火星,川流不绝的人流,拥堵的交通昭示着解放路的繁华,也隐藏着丝丝的焦虑。

年销售数千万,代理多个知名品牌的朱先生,生意做得大,烦恼也多。“我被困住了。在解放路经营10年,我已成为市内有名的照明品牌经销商,现在想再进一步,却发现无路可走了。解放路房租年年涨,市场没配套,货存城外,店在城内,来回折腾。道路窄,占道经营多,客户进不来,也出不去。生意全都在市区,作为济宁总代理商,无法覆盖十二县市区,运转颇费周折”。

用租金买商铺

经营陶瓷的孙老板是一个精打细算的人,与客户的价格谈判可以精确到小数点后3位,却大手笔的在豪德买了4间铺子。

“解放路租金涨的快,前几年才30元/㎡月左右,最近一两年就涨到了40元以上,我店铺不大,一年也要5万多。想换地方难,济宁其他市场租金更高。”“两年前我就找出路了,各个商业项目考察一遍,基本上没有低于10000元/平米的,买不起啊!”“只有豪德价格还行,4间铺子100多万,等于用现在铺子20年的租金买到4倍面积的产

权,值啊!”。

在豪德商贸城的解放路商户和孙老板情况类似,大都轻轻松松扩大了规模。



建设自己的总部

某知名电器代理商的邓老板在F区同样买了4间铺,装修已完毕。店铺全部贯通,华丽展台尽显产品档次,二楼装成了办公区,很专业,很现代。

“以前的店很小,楼上楼下都存货,像个仓库,居住和生意也分不开。大客户来了不敢往我店里带,太没信心,怕店里的混乱影响代理产品印象”。“现在好了,空间很充足。一楼经营,二楼办公,设施齐全,这就是我的总部了。等豪德仓储中心起来,这里还是我的仓储配送中心”。

据了解,80%入驻豪德商贸城的商户都将店铺建成了总部、营销中心和旗舰店。

依托豪德企业升级

中国现代商贸的发展,历经了从农贸市场到批发市场再到商贸区的路径转变。作为商贸发展最高阶段,商贸物流区既是专业市场,也是品牌和企业孵化园。济宁豪德是其典型代表,十大超大规模专业市场加十大完美配套,带给商户的是更大的发展平台和商机。

B南区的洪先生将豪德规划为战略重点,“我们以前拥挤在解放路,局限较大。现在搬出来了,以豪德为中心,一

方面主攻市内专卖店,一方面供货各县市区商超,济宁的整个局面就打开了”。

F区的陈女士的定位更具策略性,“豪德是我们市内第3家店,使我们在市内的布局更合理。豪德有仓储,我们配货更方便,企业发展更顺畅”。

C区代理电气产品的李先生很直接,“我的目标就是争取两年翻一番,五年销售过亿”。

F区的刘老板目标更长远,“豪德店是总部也是配送中心,我还有一个厂子,依托豪德的位置、规模、仓储、物流优势,我将优化济宁市的生意,同时推出自己的品牌,争取先占领整个鲁西南,再推向全国”。

每一位进驻豪德的商户都发生了可喜的变化,营业面积扩大了,经营更顺畅了,仓储配套好,配送方便了,未来目标明确了,发展前景更为广阔了。

