

远见

# 把创新变成“信仰”

有句话叫做“流水不腐，户枢不蠹”。意思是指常流的水不发出臭，常转的门轴不遭虫蛀，寓意经常运动，生命力才能持久，才有旺盛的活力。一个人，一个组织，只有不断求新求变，时刻让自己的思维保持在创新的状态，才能在瞬息万变的时代中不被淘汰，走在前面。

创新是一个永恒的话题，需要我们天天讲、时时谈、事事想。企业之间的较量就像是一场马拉松比赛，到达终点才是最后的赢家。在这场拉锯式的竞争中，最重要的就是出其不意，不走寻常路，也就是创新。企业的创新有很多层面，包括组织创新、制度创新、管理创新、文化创新、技术创新、机制创新等等，这里面很重要一点是机制创新，因为人的积极性不是天生的，而是后天激励、激发出来的。看一个企业有无活力，就看它的创新能力，尤其需要看机制的创新能力，机制僵化，企业必定死水一潭，机制一活，则满盘皆活。

华兴这些年的发展，就证明了机制创新的强大力量。我们在技术研发中引入“对赌”机制，由技术人员、试制人员自筹部分研发费用，双方共担风险，共享利益，增强责任意识。研发人员把公司的事情当成自己的事业对待，有了这股激情和责任，就没有克服不了的困难。再比如，我们让生产一线的管理者口袋里时刻装着现金，平时在转车间的时候，发现那些巧干、会干，能提高产品质量和效率的金点子、好做法，马上“点现金”式奖励，技术创新就是这样，生产一线、市场开拓都有诸多创新的好办法，关键是你是否开动脑筋，是否能持续创新。

华兴的发展从来不是一帆风顺的，经历的挫折和磨难很多。在经历的各种艰难困苦中，我们唯一不丢的就是持续的创新。哪怕是丛蒿墙里找曙光，我们也去拼，去闯，去尝试。我们深深懂得，企业的持续发展

和基业长青是何等不易——因为它是在打破企业从诞生、发展到强盛、衰亡的周期性规律。企业经营既是科学，更是一门艺术，它并不是几种要素的叠加，几种思想和理论的执行；它需要在有序的体系内对变幻的世界和新兴消费者进行探测和反应，也需要让管理者在肯定与否定、在心灵折磨中不断挑战自我，超越自我，走向新生。

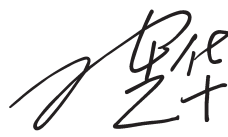
人们常说，人生最大的敌人不是别人，而是落后的、守旧的、不思进取、不懂得变通的自己，战胜自己比战胜别人还困难。

还有句话让我感触很深：“有我才企业的今天，但有我就没有企业的明天。”说的就是一个人如果不与时俱进，持续的学习和更新自我，就会变成发展的绊脚石。

“成也是你，败也是你”。社会发展和市场变化日新月异，以往的经验只是在当时的环境和条件下起作用，绝不是包治百病的“灵丹妙药”。

做过去了就成了落后的，如果再用过去的经验解决新问题、新情况就是刻舟求剑，掩耳盗铃。

今天已进入互联网与数字化产品联网的新时代，市场的竞争不再是单一产品、设备、单一区域和国家的竞争，孤立的产品时代已经结束，越来越多的产品在跨界，进行跨行业与国家整合。这就需要企业经营者、管理者要有革命性的创新思维与能力，采取灵活的管理和组织模式，重新界定自己的价值，重构组织、重塑文化、与新生代的员工和消费者共舞，才能赢得未来。总结为一句话：把创新变成信仰，一切险阻都将化为坦途！



(作者孙宪华系山东华兴机械股份公司董事长)

# 思路与出路

## 华兴 2015 发展“路线图”

——积极推进“五化”建设



华兴公司召开 2014 年总结表彰大会，会议认为经济“新常态”、“一带一路”战略等，都会对华兴的“二次创业”产生推动力。

胡兴国

“我们要坚持‘走出去和引进来’相结合的战略，实现产品科技化、市场国际化、项目基地化、资产证券化、经营资本化，这是企业适应当前我国经济‘新常态’发展的需要。”孙宪华董事长对今后一段时期华兴“总基调”做了部署。

### 关键词一：产品科技化

华兴要将高科技含量、高附加值、高市场占有率的“三高”产品作为企业的开发重点，实现真正的转型升级，产品必须要做好储备，渡渡板二代必须要研制成功，石材机械、农机、玻璃机械等其他诸多产品都要在科技含量高、高智能化、自动化上下功夫。未来的竞争就是差异化、个性化的竞争。大量节能环保的新技术、新材料、新工艺将会更有生存空间，国家有政策，也有资金支持这方面的发展。

### 关键词二：项目基地化

在市场战略位置布局，华兴将与实力雄厚的企业进行联姻、合作、合资经营。华兴出产品，合作伙伴出资源，实现以产品来换市场，以资源来换竞争力，优势互补，通过产品和资源的有效配置，实现项目基地化，形成新的经营格局，这是挑战传统的、新的商业模式。

### 关键词三：市场国际化

企业要走出去，参与全球营销和市场竞争。关键是提高自己的产品质量和服务质量。当前，世界经济全球化趋势加速发展，今年的 APEC 会议确定“一带一路”战略机遇，布局东盟、中亚等国际市场，将成为企业加快发展国际市场业务的必须选择。努力开辟新市场，实现国外、国内资源系统配置的国际经营平台，创建发展新格局。

### 关键词四：资产证券化

简单地说是把企业资产变成可以出售的证券的行为。当前国内的金融结构、融资困难导致的“钱荒”不能只靠银行，只靠贷款，要通过审计、评估有效资产，变为证券化。实现证券化，我们要请懂金融的团队，真正地进入金融圈，实现资金的有效运行，我们的融资才有活力。

### 关键词五：经营资本化

是把企业的经营成果变为市场融资的主体，围绕市值增值进行经营。充分加强上市、上柜公司资本运作，公司市值发挥资本市场的优化配置作用，实现盈利能力的优化，盘活企业资产。还可以通过发行股票、配股、增发以及发行可转债，实现持续融资。建立和完善企业的内控制度、提高企业管理水平、提高生产效率、缩减成本、降低经营风险，实现市值最大化。

# 山东华商金属板材交易中心加快建设进程

滨州市金融办将支持该市唯一获山东省金融办批准筹建的大宗商品交易中心

为督导山东华商金属板材交易中心建设，滨州市金融办副主任于晓梅 1 月 9 日到华兴公司调研，博兴县金融办主任于永增陪同。

山东华商金属板材交易中心是由山东华兴机械股份有限公司发起，与山东省新兴物产有限公司共同筹建的，2014 年 12 月获得山东省金融工作办公室批复同意筹建。该交易中心立足于山东，着重服务模式理念创

新，致力于发展介于现货与期货之间的大宗商品交易市场。

华兴公司董事长孙宪华汇报了山东华商金属板材交易中心的建设情况，并就进一步完善交易中心运营安全、更好的发挥电商平台优势等进行了交流。孙宪华感谢市、县金融办长期以来对华兴在政策、资源等方面的支持。孙宪华表示，华商金属板材交易中心建设目前已经完成硬件设

施的建设，下一步要通过试运行，完善各项流程，综合运用公司实体经济载体和立足博兴县金属板材集散地，以高质高效的经营思路，发挥资金沉淀、改善地方金融环境、促进产业活跃性的作用，为区域经济的发展作出更大贡献。

对华兴电商平台的高标准的硬件建设和超前的经营思路，于晓梅表示赞赏。她表示，山东华商金属板材交

易中心作为滨州市唯一一家获得山东省金融办批准筹建的大宗商品交易中心，市、县金融办高度重视平台建设情况，支持华商金属板材交易中心尽快建成运营。希望华兴认真按照省金融办的批复，加快建设进度，进一步做好宣传推进，让更多的实体经济认识到电商平台在降低流通成本、改善金融环境中的作用。金属物流公司总经理刘防等参加活动。

(胡兴国)

华兴人

# 从平凡员工到“销售双雄”

范振春

2014 年华兴英雄榜出来了。在华兴金属物流公司钢材销售业绩中，相涛由于创出最高的销量，王志伟由于为公司创出最高的利润，两人由此被评为华兴的年度销售标兵。相涛和王志伟上榜后，同事们将他俩并称为“销售双雄”，他们的创业故事随即成为大家的热议话题。

## 相涛：从“领跑”到“销冠”

先说“销售双雄”中的相涛，他销量最大。

“其实，我做得还不够好，我能取得这样的业绩多亏了领导支持，多亏了华兴公司这个知名度很高的平台。”在谈到销售成绩的时候，相涛显得很谦虚，“在上学学的是市场营销专业，但是学习更多的是销售理论，怎样与客户沟通、怎样让客户从心理上产生吸引力，要说优势，我在这方面可能多少有些，但是市场营销是很复杂的课题，就连我的大学老师都说，市场营销是个很难说清的学问，归结一句话，谁能把产品卖出去谁就是合格的营销员。”

老师说的很对，在到市场部一年多的时间里，由于年轻，心高气傲，去了很多地方也谈不下一个客户，产品卖的很少，相涛就怀疑自己是不是适合做营

销。公司领导看出了相涛的低落情绪，及时鼓励他，利用公司培训机制，提高他的业务技能。

相涛记得很清楚，那是 2012 年夏天，最热的时候，领导带领几个销售员去青岛联络客户，接下来又去临沂考察市场。在这个过程中，“领跑”的销售员学到了很多实践经验。回来后，正好赶上公司与河北中铁装备公司合作，有中铁装备公司钢卷的质量、价格、区域优势，又有华兴的品牌、信誉、规模优势，相涛逐渐尝试，慢慢摸索，不断积累经验，一步一步，在已经取得联系的客户和后来自己联系的客户中展开了业务。

随着业务开展的越来越多，相涛也逐渐适应了市场销售这个岗位，现在他的客户已经遍布山东全省。

为什么不向省外发展呢？针对这一疑问，相涛根据分析发现，钢材销售有区域限制，这是钢材市场的特性。根据这一特性，相涛每天比较山东各市场钢材的网上报价，针对不同市场，确定自己的合理定价组织销售。至于今天的销售业绩，除了手脑勤快，相涛还总结了六个字：信誉、信任、时机。

华兴品牌影响力、华兴的市场信誉，在业内外都有口皆碑，这是公司无形资产对市场平台的无形贡献，这一平台最终促成了钢材销售的优势，时机的重要性也无处不在，比如，河北的一家上游客户，由于资金配置问题而急于出售钢材，相涛准确把握这一时机，利用

手中掌握的大量下游客户资源，及时进行短倒业务，连续 4 天，每天短倒钢材 2000 吨。

## 王志伟：网络营销好手

再说 2014 年为公司创造最高利润的王志伟。

王志伟是 2012 年 3 月到华兴工作的，在大学学的是网络营销。在取得今天的销售业绩时，他还在庆幸当初的自己在大学里遇到了一个好老师，老师利用学校的电子商务平台，教学生做网络营销，教学生社会实践，教学生推销产品。在那个过程中，他爱上了销售这一行。

但是，当他毕业后，把自己要做销售员的想法说出来的时候，却遭到了家长的反对，因为父母都是公务员，都希望他考取公务员岗位。但是，他还是执拗地进了华兴金属物流公司，做起了销售员。王志伟说：“我喜欢销售这个行业，这个行业能锻炼人，我还有一个梦想，就是京东、淘宝的老总都是业务员出身，我羡慕他们，希望能像他们一样走上自己的成功之路。”

有句话说，理想很丰满，现实很骨感，王志伟在公司初期的经历正好验证了这句话。虽然在学校有过销售实践活动，但是，在学校销售的是保健品，在华兴销售的是钢材，市场变了，客户对象

变了，一切需要从头开始。

“刚开始，不敢进客户公司的大门，怕对产品知识不熟悉，怕没有话说，说不好。”王志伟说。接下来他的情况和相涛一样，也是公司领导及时让他补上了产品相关知识这一课。他记得第一次走向市场，是到东营港一个客户，在领导协助下，他从问人家做什么，需要什么开始，逐渐说到华兴公司的概况，华兴的优势，华兴的产品，在他诚心诚意的交流中，取得了客户信任，赢得了第一个客户。

开口没有回头箭，既然自己选择了这个行业就要勇敢地走下去，何况，当初的理想一直在等着自己。王志伟利用自己的专业知识，借助各个钢铁 QQ 群、相关网站等网络平台，搜集、积累客户资源，尤其是上游客户，他在钢卷、型材、高强板等每个钢材品种中，都储备好几个客户，进行实地联络，日常沟通，这为他后来搞好短倒业务，为公司创造更高利润打下了基础。

“搞好和上游客户的关系，才能创造最高的利润空间。”王志伟坦诚地说，每个钢材品种储备几家上游客户，就是为了做销售时货比三家，做到利润最大化。

在选择上游客户的过程中，选择有实力、信誉好的公司，把好风险控制，这样有利于向下游客户销售。至于下游客户，就是要找好和上游客户对应的“目标客户”。 (下转第十六版)

# 华兴 2015 管理“六重点”

——持续打造核心竞争力

卞滢滢

2015 年公司将进一步优化资产结构，强化资本运营，有效盘活存量资产，以市场开拓为抓手，加大市场开拓力度加强技术创新，推进管理提升，提升企业核心竞争力积极适应发展形势。为此，崔洪章总经理对做好 2015 年各项工作提出要求。

一是继续实施资产减持“瘦身”，进一步优化资产结构，有效盘活存量资产，更好地发挥资金的使用效率。

二是抓好业务经营，加大市场开拓力度，各公司要以市场开拓为抓手，抢抓“一带一路”新机遇，在东南、西南、西北实现市场战略布局。

三是加强技术创新，提升企业核心竞争力，盘活存量技术，发挥市场对技术研发方向导向作用，慎重选择一批市场前景的高新技术产品，选择合适的产业化途径，快速占领市场。

四是及时防控经营风险，积极适应发展形势，进一步完善内控体系，加强内部审计工作，规范管理流程。加强应收账款清理，加快资金回笼。

五是强化企业管理，提高经营效益，必须高度重视经营数据和财务数据，严格控制各项财务费用、生产费用，降低非生产性开支，强化计划和预算执行的刚性。压缩非生产性人员比例，将富余人员向生产一线、市场等方面流动，安全生产做到“全覆盖、零容忍、严执法、重实效”。

六是促进企业文化、品牌建设，持续打造“五个华兴”，确保全面完成 2015 年各项目标。加强企业文化建设。加快健全品牌管理体系，加强品牌保护，提升品牌影响力。注重品牌形象传播，办好《中国企业家·今日华兴》，综合运用宣传、广告等多种形式，提高公司知名度和美誉度。