

立足国际化大市场,中国一拖深化改革增活力、布局全球调战略——

聚核铸强,唱响“东方红”



□记者 石蕴璞 通讯员 张智磊

在最近评选出的“洛阳十大文化符号”中,“东方红”拖拉机榜上有名。从市民和各地读者投票的情况来看,“东方红”已经成了洛阳人乃至众多国人心中民族工业的代表之一。

近年来,中国一拖积极抢抓机遇、深化改革,通过“聚核铸强”战略,创造了“共和国长子”的新辉煌。



东方红拖拉机在东北作业。(资料图片)

3 “聚核铸强”, 创造新价值赢得新发展

崔伟良是宜阳县三乡镇南村的农机大户。他和“东方红”早已结下不解之缘,是无数靠“东方红”致富农民中的一个。

20世纪80年代,崔伟良就靠着上市不久的东方红小四轮致富,后来又成为当地第一个用上东方红大轮拖的人。再后来,他成为全县第一个雇机手的农机户,并率先带领机手跨区作业,还组建了全县第一个农机合作社……

半个多世纪以来,一拖靠着不断的创新与进取,不断创造着巨大的社会价值,不断促进并引领着中国农业现代化的发展,并逐渐形成自己独特的企业文化与经营理念。

“一拖这样的企业,靠打价格战、拼规模都不能完全取胜,最终还是得靠技术。只有技术领先,才有可能生存发展下去。”一拖副总工程师焦天民说,在“十二五”规划中,一拖对产品技术的目标非常明确,如大轮拖要逐步形成400马力以下啮合套、同步器、动力换挡等不同档次产品平台。

一拖股份公司总经理助理朱卫江说,今年要继续保证大轮拖的市场份额第一,进一步细分市场。比如根据地块大小以及粮食作物、作业习惯、地形地貌、农艺特点的不同,分出旱田区、水田区、大块地、小块地等作业情况,量体裁衣推出不同的专用产品,以满足用户的个性化需求。比如,针对东北地区地块大的特点,主推200马力以上重型拖拉机;面向水田区推出高地隙产品;开发30马力以下的小型果园拖拉机等。

赵刻水说,未来3年内,一拖将在法国建成一拖欧洲生产制造基地以及一拖欧洲研发中心和一拖欧洲区域营销管理中心。3到5年内,一拖将形成全系列动力换挡拖拉机生产能力。这将大大提升拖拉机民族品牌,也将实现一拖全球化战略布局的重大进展。

与此同时,一拖将充分利用一拖H股、财务公司、中非重工投资有限公司等资源,加强产品经营和资本运作的协调互动,并启动A股回归工作,以加强资本平台打造,支撑企业快速发展。

“除了发展,我们别无选择。”赵刻水说,“卓越的全球农业装备供应商”是我们下一步的奋斗目标。”



东方红拖拉机走进全国农博会。(资料图片)



东方红拖拉机被奖励给全国种粮大户。(资料图片)

1 “聚核铸强”,国际背景下的新要求

今年春节前,300台东方红LX1104拖拉机作为国务院发放的奖品,被送给全国20个省市的300个种粮大户。这是我国首次以国务院名义给全国种粮大户奖励拖拉机。

近年来,国家不断加快农业机械化进程,出台了一系列扶持和优惠政策,使农机行业迎来新一轮发展期。“十一五”期间,中国一拖的年营业收入由77亿元跃至147.6亿元,除了难得的历史机遇,还得益于企业多年来在技术提升方面的不懈努力和在国内外市场的精心布局。

从20世纪50年代生产出中国第一台履带式拖拉机到20世纪80年代自主研发出中国第一台八挡小四轮拖拉机,再到拥有自主知识产权的第一台大轮拖

问世,一拖依靠研发创新,产品升级一次又一次引领农机行业发展的潮流。

以大轮拖整机产品技术为平台,以柴油机、变速箱、车桥、曲轴、覆盖件等为关键要素的大轮拖“黄金供应链”,使一拖实现了从整机技术平台到零部件的全面领先。

2010年9月,被誉为“国产最先进拖拉机”的东方红动力换挡拖拉机在一拖投产,不但打破了国外农机企业在该领域的垄断,还搭建起我国大功率轮式拖拉机升级换代的技术平台,标志着我国农机工业的技术水平开始与世界同步。

去年7月,一拖确立了“十二五”时期做强做优企业的“聚核铸强”战略思路。

“聚核铸强”战略的内涵,在于3个“聚”、4个“能力”、3个“做强”。3个“聚”

是指聚集核心资源、聚力核心业务、聚焦核心市场;4个“能力”是指以提升自主创新能力、市场营销能力、国际化经营能力、人才强企能力为重点,不断提升公司创新和运营能力;3个“做强”是指做强拖拉机、柴油机、农具核心业务,做强零部件黄金供应链体系,做强国内国外两个市场,把中国一拖建设成为卓越的全球农业装备供应商。

“这是在全球市场的背景下,一拖提升企业竞争力的战略思想。”一拖董事长赵刻水说,如今,国际农机市场竞争激烈,欧美发达国家的农机巨头往往从经营机制、产品技术到管控模式等各方面全副武装,如果一拖不靠“聚核铸强”提升竞争力,就无法跟他们抗衡。

2 “聚核铸强”,布局全球步步为营

围绕“聚核铸强”战略,一拖正在进行产品升级、研发创新、国际化经营、人才兴企、资本运作和精细化管理等六大战役,并建设以市场为导向的技术创新体系,构建全球中高端产品竞争优势。

“国际化是必须的,若不主动,必将被边缘化。”赵刻水说,现在全球一盘棋,若固守本土,阵地必将被蚕食,因此一拖必须强力进军国际市场,实现全球化的资源配置。

一拖加快了全球市场的战略性布局。

去年3月,一拖收购了生产拖拉机动力换挡传动系统的法国McCormick工厂,这是我国农机企业跨国收购第一例。这次收购不但使一拖扩大了国内高端拖拉机的市场份额,还能快速进入法国及欧洲市场,为全球客户提供全系列动力换挡拖拉机产品。

6个月后,一拖(黑龙江)现代农业装

备基地生产基地的两个工厂正式投产。黑龙江基地以大功率、中高端技术水平的轮式拖拉机及农具为核心业务,是一拖为实现“全球农业装备供应商”目标而实施的重要步骤。

在始终保持与美国、英国、奥地利的国际知名研发机构合作、快速消化集成国际先进技术的同时,近年来,一拖还有效整合全球研发资源,并加大了对资本、人才、技术、市场等各类资源的配置和整合力度。

中亚是中国一拖的重要海外市场。以吉尔吉斯斯坦为例,该国以农牧业为主,对农业装备有巨大的需求,但在资金不宽裕的情况下,多数农民希望选择融资租赁、分期付款等方式购机。

为了更好地开拓这个市场,一拖经过精心准备,最终和相关各方达成协议:吉尔吉斯斯坦农业银行以银行资产做抵

押,由中国国家开发银行提供融资贷款定向购买东方红拖拉机,再由吉尔吉斯斯坦农业银行通过融资租赁方式销售给当地农民。今年6月初,作为“上海合作组织”北京峰会的一项重要内容,中国国家开发银行与吉尔吉斯斯坦农业银行签署了额度为150万美元和1200万元人民币的融资贷款合作协议,这笔贷款将全部用来通过融资租赁形式,帮助吉尔吉斯斯坦农民购买东方红拖拉机。

这一方式,使“东方红”在中亚地区的销售进入了崭新阶段,是中国一拖国际化经营的成功案例之一。

目前,一拖已在上百个国家和地区注册了YTO商标,不但建立了覆盖全球主要国家和地区的国际营销网络,还在多个国家建立了组装厂、国际备配件服务中心,从生产、销售、服务各个环节向终端市场延伸。