

红太阳开启中国民营企业新“大航海时代”

杨寿海曾经在一首诗里这样写道：举杯邀约过去风流/逆风笑谈世界列强/带上指南针/重新下西洋。其壮志雄心可谓激越豪迈。

敢于出海,搏击更大梦想

改革开放四十年,尤其是近十年,在中国跃升为世界第二大经济体的时代背景下,不管是国有企业还是民营企业都得到了长足发展,在掌握了大量资本和资源之后,一个个佼佼者开始对国际市场跃跃欲试。

但是中国企业出海,需要的不仅仅是资本,挥着巨额支票轰隆隆出海,一时声势无双,最终铩羽而归者比比皆是。外面的世界虽然海阔天空,但也是浪大风急。

不过必须承认的事实是,但凡有能力有机会参与国际竞争,敢于和世界500强同台竞技,与世界一流企业同台共舞的中国企业,都是值得点赞的,这中间的民营企业尤其如此。

作为现代工业化起步较晚的发展中国家,中国在现代产业的很多领域都丧失了先发优势。中国企业出海布局谋篇,勇气固然不可或缺,资本也是必不可少,但更为重要的是核心技术和商业创意,用技术征服市场,用商业创意和文化获取认同。

红太阳的出海三部曲

首先,主业农药充当了红太阳出海的急先锋。这是被动应战,也是主动出击。

红太阳刚开始创业的时候,国内农药产业层次整体水平还不是很高,刚进入商海战场的红太阳,主要的学习和竞争对手就是国际巨头企业。

“对手的高度决定着你的高度”,在战争中学习战争,与世界强企共舞的红太阳迅速成长。目前红太阳已经是全球最大的吡啶碱生产企业,产品已行销全球108个国家,拥有国内外客企近三万家。连续三年荣膺世界农药行业“奥斯卡金奖”——最佳供应商称号,成功步入世界农药制造八强、亚太一强、中国十三冠。

经过29年的发展,在国际农药市场红太阳已经拥有极具竞争力的技术优势和品牌影响力,成为中国民族工业在国际上值得骄傲的一张名片。

第二,红太阳出海打头阵的是主业农药,坐镇中军的则是全新的汽车产业。农药生产制造起家的红太阳跨界汽车产业,此举是主动转型,也是顺应趋势。

不出手则已,红太阳一出手即雷霆万钧。2015年红太阳斥巨资收购整合了英国CCA和英特诺帝两大百年汽车品牌企业,2018年初又一举中标了未来十年伦敦出租车和城市最后一公里物流车项目。强势出海,成就斐然。

阶段性复盘会发现,红太阳舍弃了过去中国企业巨额资本开路,简单拿来主义的“出海老模式”,而是构建了一个集“生产、销售和售后”一体化的大汽车生态圈,打通盘活了产业上下游,产业新动能得以释放。

第三,落子阿根廷,重兵部署大健康产业。新的出海新路线图预示着红太阳的国际化战略又往前迈进了坚实一步。

儒瑞科——红太阳赋予了阿根廷这家全资海外子公司一个极具中国文化特色的中文名字。为什么选择阿根廷?

阿根廷是世界粮油、肉类、水果的重要生产和出口国,素有“世界粮仓”之称,享誉世界。南美洲的车厘子更是每年引爆中国水果市场的超级单品。

阿根廷作为世界上最重要的农业大国之一,幅员辽阔,物产丰富,其主要的农业区潘帕斯草原,没有其他农业国普遍存在的土壤酸化和板结等不良现象。阿根廷农民在化肥上的投入很少,土壤的天然肥力保持得很好,其产出的农作物自然也更绿色更健康。

阿根廷,这个地球上距离中国最为遥远的国度,儒瑞科能迅速与红太阳发生化学反应,成功联姻并且运作良好,除了红太阳本身技术、品牌、资金等多方面的硬实力,其更深层次原因存在于两者在商业创意想象上的情投意合。

向这样一个超级农业大国出口环保农药,是所有农药生产制造企业都能想到的常规操作方式。但是如果仅仅是依靠这样的商业模式,拓展国际化版图,红太阳在世界范围内将遭遇大量强劲的对手,也很难与儒瑞科达成这样的跨国合作。

所谓“不谋万世者不足谋一时,不谋全局者不足谋一域。”红太阳出海战略的系统性、整体性、协同性,在落子阿根廷布局大健康产业上再一次得到了充分体现。

红太阳出海的新模式

在现代商业思维里面,单纯依靠输出强势产品,对生意合作伙伴进行单向的产品销售,已经很难保持企业发展的健康性和增长的连续性。在谋求合作的过程中必须给予合作伙伴足够的商

业支撑,既要取之,又要予之,这样双方合作的基础才能稳固。

简单来说,红太阳阿根廷分公司的主要业务链分两条。第一条是面向阿根廷以及南美市场销售红太阳的系列环保农药产品,第二条是购买阿根廷及南美市场的绿色健康食品销往中国。让世界主要的农业生产国使用来自中国的品质世界一流的环保农药,提高农业生产率增产增收;同时让中国的老百姓在家门口享用来自海外原产地的国际健康食品,满足美好生活的需要。

这两根链条最终构成一个360°循环互动的健康产业链生态圈完美闭环,产供销一体化,利益风险共同体,生意双方买卖,产业链的上下游角色按供需随时互换,相互激励,彼此促进,生意日隆。

目前的模式是“买中国卖南美”和“买南美卖中国”,更大的愿景是“买中国卖世界”和“买世界卖中国”。

与之相应,红太阳在国内配套成立了以百国庄园、智能物流、智慧农贸等新零售、新物流为新业态的数字健康产业链生态圈,进存销一体化,对接来自国际的健康农产品和食品。红太阳一个新的跨国大健康产业集群呼之欲出。

从植根农药到跨界出海,红太阳国际化的过程也是其产业不断转型升级的过程。红太阳人凭借自己的商业智慧和超强执行力,逐渐摸索出一套新的“出海模式”,同时也为敢于追逐梦想的国内其他企业提供了极具参考和研究价值的成功样板。在“一带一路”的时代感召下,红太阳自觉肩负起领袖级企业的责任担当,开启了中国民营企业新的“大航海时代”。

吴清华

实现国际化的高效运行逻辑

再论宣贯落实『实现红太阳国际化』推进会议精神

在“进军世界500强,实现红太阳国际化”推进会议上,集团董事长杨寿海对如何实行国际化提出了“聚焦数字健康,聚力技术推动,聚合市场拉动,实现聚变到裂变,创造全员幸福”的“四聚一创”工作措施,那么,如何将这些措施落地,真正做到高质量运行“实现红太阳国际化”呢?

强化价值链意识,深层次梳理优势和问题清单。红太阳已经走过28年的发展历程,在国内外农化行业成为一枝独秀的龙头企业,资产质量高,产品声誉高,技术壁垒高,市场站位高。最近五年来,以传统行业我独醒的远瞻姿势,融入互联网、物联网、大数据,运用创新思维,实现了变中求进,在市场大潮中花开满园,弥香四野,取得了有目共睹转型升级业绩。雄厚的经济实力、人才资源、文化资源和团队接班资源,成为红太阳向国际化进军的强有力的动力源,这是我们的最大优势。

然而,在看到优势和潜力的同时,我们同样有诸多制约企业高质量发展、国际化发展的深层次问题:管理层人浮于事,目光短浅,互联网经济发展认知滞后;机关部门缺乏服务意识,责权不清,导致时有推诿;核心业务流程含有瑕疵,运行效率低等;内部管理能力不足,环节多、死角多、漏洞多、业务链条长、运行效率不高;勤学苦练氛围薄弱,思想守旧,接收新事物慢性思维占主导,抢抓机遇能力不足,等等。

在过去很长时间里,通过会议号召、人事调整、制度改进等措施,改观不大,往往处于碎片化进行,效果并不尽如人意。因此,我们面对向国际化进军这个新的时代命题,一定要整体化推进,厘清责、权、利,甚至身份待遇,以齐抓共管主次分明的理念,痛下决心,自我剖析,从革命性的变革入手,清除影响集团发展的“病灶”,在内部管理体制、运行机制、管控模式上做文章,下功夫,依托优势,克服劣势,打造健康、高效、高质量发展的红太阳价值链。

操作流程归位,科学编制工作方案。在这次会议上,杨寿海董事长明确了推进实现国际化的领导小组,明确了人员和责任,奠定了抓落实的基础。各职能岗位要以权责对等匹配,操作流程归位的基本原则,大张旗鼓,扎实的开展国际化推进工作。一是从强化顶层设计入手,建立流程机制。深度研判,对形势和市场作出正确的分辨,梳

理编制出直达目标的工作方案。二是各公司和主要职能部门以及主要责任承担者,要至始至终的参与项目运行。按照“权责梳理、流程优化”的原则,制定“流程操作指南”,按照“大流程、端到端、责权归位、风险受控”的原则,构建国际化业务流程体系,工作责任体系,目标路径和愿景。

简洁高效受控,抓实各种业务运行。在目前国内外市场如此严峻的形势下,我们着力推进国际化,向世界500强进军,既有逆水行舟的豪情与胆量,也有冲锋陷阵的勇气和担当。

一是各级决策者和管理者均应心无旁骛,除去一切繁杂事务,以简洁、高效、受控的工作节奏,形成各司其职、各负其责的管理责任网络。同时,理顺手里抓的,眼里看的,心里想的各类业务清单,以最快的速度、最好的质量,将“国际化进军”推向新的高度。

二是全力攻城略地,全力扩土兴疆,让各项工作在短时间内踏上国际化运行“高速公路”。以建设好阿根廷“儒瑞科”为基地,快速扩展南美大市场以及全球市场,不但要提升红太阳环保农药增收增效,同时要让中国老百姓在家门口能够享受来自世界各地的优质健康食品,满足美好生活需求。

三是精准评估每项业务价值,创造价值过程,明确纳入流程管理的业务范围及管控该业务流程间的承接关系。在实施过程中,以“闭环管理、管服分开、独立监督”为原则,在业务流程框架中行事,减少越位错位的可能。

四是围绕核心业务,明确参与业务管理的角色定位和对等权责,走出条块分割的传统职能定位,向业务流程环节可控的价值定位转变。从源头开始,一事一议,一步一趋,事事步步留有痕迹,堵绝事后找不到责任人的奇形怪事发生。

五是站在全球视角,强化技能培训,按照杨寿海董事长“转变观念,加强学习”的要求,培养一线员工,释放一线活力。开展自我知识更新,请进来,走出去,网络互动大学习活动,学习国际化游戏规则,学习国际化战略定位,学习国际化的工作流程制度和操作。向成功者学习经验,向失败者学习教训,快速解决“只会当兵,不会当官,只会自己干,不会用人干”的境况,以每一个人的技能本领,汇聚成高效运行之势,为实现“进军世界500强,实现红太阳国际化”作出应有贡献!

夏学海



10月15日,中共世界村大数据产业党支部和中共中国电信南京高淳区分公司总支部委员会举行“党建翼联”活动,高淳电信总支书记、总经理王菊萍,红太阳集团党委副书记张晓春,红太阳集团党委委员、世界村大数据产业党支部书记胡容茂出席并交流。高淳电信总支委员和各党支部委员及世界村大数据产业党支部全体党员等30人出席活动。

会上,双方就党建翼联共建各领域细节及党建工作经验进行交流,并签订党建翼联合作协议书。双方表示将以共建共享为基础,以合作共赢为目的,坚持党建统领,立足各自实际和特点,有效整合双方在党建、人力、智力、教育、科技、文化、信息、阵地、经费等不同方面的资源优势,开展党员“联学”、品牌“联创”、资源“联享”、服务“联动”等结对共建活动,做到内外互联、优势互补、平台互动、成果互惠,携手共筑美好生活。

通过合作共赢平台的搭建,让各类资源作用显性化、扩大化,发挥集约化效应,能有效拓展基层党组织功能,充分发挥基层党组织主体作用,进一步发扬红太阳集团“为他人创造幸福,为社会创造繁荣,为国家创造尊严”的经营理念 and “不忘初心、情系国家、恩报社会”的使命担当,让全社会共享大数据时代的最新成果,充分展现红太阳良好的企业形象。

(诸追懿)

举行『党建翼联』活动 云数据高淳电信