

卓越突进

——献给柳工50周年华诞

本书编委会 编

ZHUOYUE TUJIN

50

1958—2008

广西人民出版社

卓越突进

献给柳工 50 周年华诞

ISBN 978-7-219-05984-5



9 787219 059845 >

定价：36.00元

卓越突进

——献给柳工 50 周年华诞

本书编委会 编

广西人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

卓越突进：献给柳工 50 周年华诞 / 本书编委会编. 南宁：
广西人民出版社，2008.11

ISBN 978-7-219-05984-5

I. 卓… II. ①本… III. 工程机械—工业企业—大事记—柳州市
IV. F426.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 164967 号

策 划 李筱茜

责任编辑 李克平

责任校对 陈红燕

装帧设计

 **Hidear** 小茜工作室[®]
STUDIO

前期制作

雅泰书装

卓越突进

——献给柳工 50 周年华诞

本书编委会 编

广西人民出版社出版

(广西南宁市桂春路 6 号 邮编：530028)

全国新华书店发行

深圳雅昌彩色印刷有限公司 印制

1/16 开本 20 印张 200 千字

2008 年 11 月第 1 版 2008 年 11 月第 1 次印刷

印数 1 — 11000 册

ISBN 978-7-219-05984-5/F · 770

定价：36.00 元

本书编委会

主 任： 王晓华

副主任： 冯 立

曾光安

成 员： 朱元虎 杨一川 钟春彬 闭海东

郑 津 黄祥全 黄 敏

David Beatenbough (闭同葆) 王更新

王相民 章二平 冯国梅 陈建明

撰 稿： 冯 艺 包晓泉



50年奋力跋涉。

50年风雨兼程。

那时的婴啼仿佛犹在世间响，曾经的年少歌声似乎依然在耳边，充满力量的成年时光，不知不觉就来了。一步一声呼吸，一步一方脚印，一步一个故事，一步一段传奇，亲切温暖，回味悠长。

没有什么是不会长大的，也没有什么辉煌不可以达到。

所以怀念，所以感悟，所以创新，所以突进。

风里雨里来了又去，无数艰辛，无数汗水，无数喜悦和欣慰，**都是我们共同的春秋感受。**

序 XU

邵希昆

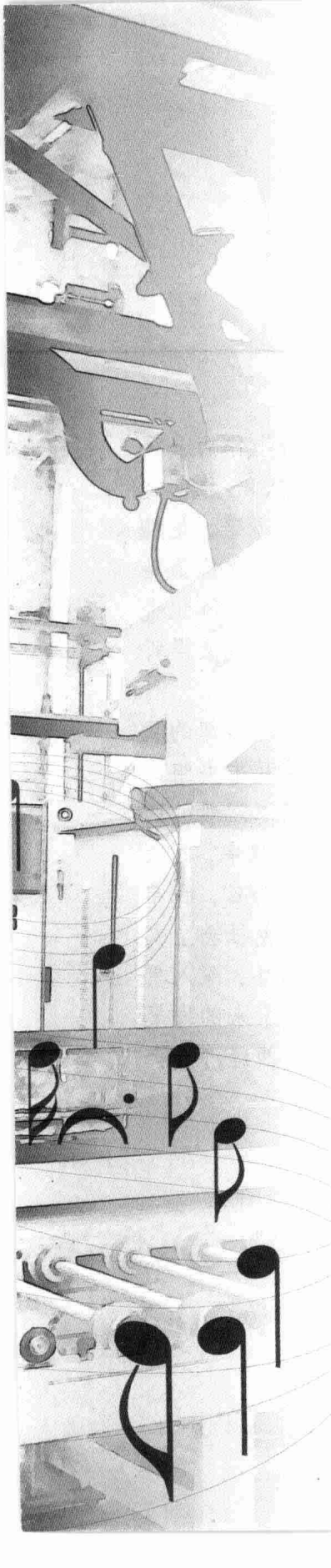
广西柳工是中国工程机械行业的排头兵，是广西工业的一面旗帜。“柳工机械”这一凝聚柳工9200多员工心血的品牌，是中国自主创新的民族品牌，也是5000多万壮乡各族人民的骄傲！从1958年至今，柳工走过了50年历程。柳工这50年的艰辛和辉煌，折射出广西现代工业发展和我国改革开放的印痕，是一部有价值的工业企业发展史书。

解放初期，广西工业几乎是一张白纸。50年代中期，时任广西省省长韦国清将军亲赴上海“招商引资”，把一批上海的工业企业引到广西。柳工就是其中一个。

柳工的前身是上海华东钢铁建筑机械厂。1958年，华钢厂以半数的设备和人员从上海南迁柳州，组建了柳州建筑机械制造厂，后更名为柳州工程机械厂。柳工早期创业者们在柳州市郊这块荒凉的龙腾背上披荆斩棘、建厂安家、吃苦耐劳，艰辛创业。1966年中国第一台装载机在柳工试制成功后，企业找到了前进的方向。1993年改制为广西柳工机械股份有限公司，成为广西乃至中国工程机械第一家异地挂牌上市的股份制企业。进入21世纪以来，柳工人以振兴中国装备工业为己任，高举自主创新的旗帜，企业取得高速发展，拉开了建设国际化企业帷幕。柳工人艰苦创业，自强不息，形成了“团结、求实、创优、争先”的企业精神，把“致力于为客户提供卓越的工程机械产品和服

务”作为公司的使命；追求“工程机械行业世界级企业”作为公司的愿景；形成了“客户导向，品质成就未来；以人为本，合作创造价值”的核心价值观。柳工的企业文化主题鲜明，特色显著，是柳工的历史传统和现代企业经营理念结合的集中反映，是文化价值转化为现实的生产力和不可模仿的核心竞争力。在推进公司国际化进程中，柳工经营管理者对企业文化建设的重视让人钦佩，值得肯定。

柳工的员工队伍是一支高素质、能战斗、有志气、守纪律的队伍！柳工的管理团队积极进取、富有朝气，2006年，荣获中央组织部授予的广西唯一一家“四好班子”光荣称号。柳工以海洋般的胸怀广纳天下人才，在建设开放的国际化柳工这伟大的征程中，同心同德，奋发图强。今年11月26日是柳工创建50周年纪念日，我希望柳工以此为契机，站在新的历史起点上，高举中国特色社会主义伟大旗帜，以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，深入贯彻落实科学发展观，继续解放思想，坚持改革开放，在未来的发展中谱写更加辉煌的历史篇章，为中国工程机械行业和广西经济社会的发展做出更大的贡献。



目录 MU LU

前 曲 柳工元素与天下诱惑 /1

风从天边来 /4

大鳄真的到了面前 /10

“柳工”是个什么概念 /16

几个举足轻重的名字 /22

乐章一 那些远去而又清晰的云影 /29

南迁，一起创业 / 32

关于方向的寻找 /38

在改革长廊里穿行 /42

乐章二 可以触摸的激情 /47

最美的画面孕育在大战中 /50

数字非游戏，营销非儿戏 /57

青春的岁月像条河 /64

心有多大，舞台就有多大 /71

乐章三 品牌时代 /77

卓越就是比别人更创新，更国际化 /81

挖掘机进行曲 /93

六西格玛是什么 /99

谁占有高质量，谁就占领大市场 /105

门泊东吴万里船 /112

印度，我来了 /119

开进东南亚 /125

乐章四 实力主义 /133

强龙成群，更需要把他们凝聚在一起 /137

在最美的时候，我遇到了谁 /148

为东方神话添彩 /156

“新式武器”频频亮相，真牛 /164

他的比喻让我们记忆深刻 /169

乐章五 非机械递进 /177

走向世界的一次“忽悠” /180

一个广告，千金一诺 /188

装载机成了沟通我们之间思想的桥 /193

我们读到一篇很好的散文 /201

夜深人静的时候最想家 /207

乐章六 强大轮廓下的温暖与鲜活 /213

王晓华的阐述 /216

做人与做企业 /222

幸福宝典 /229

后 曲 大爱无垠与传奇蔓延 /235

和四川一起疼痛并前行 /238

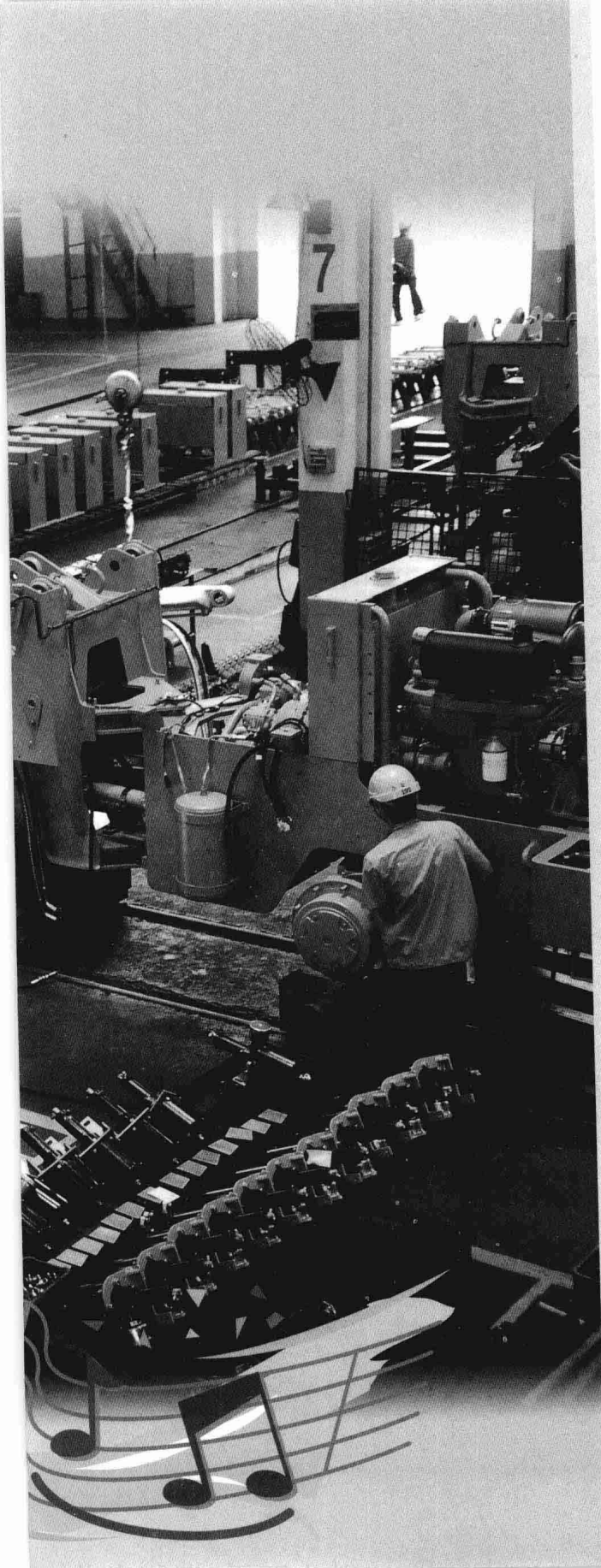
传奇无尾声 /243

写在后面的话 /246

附 柳工50年大事记 /249

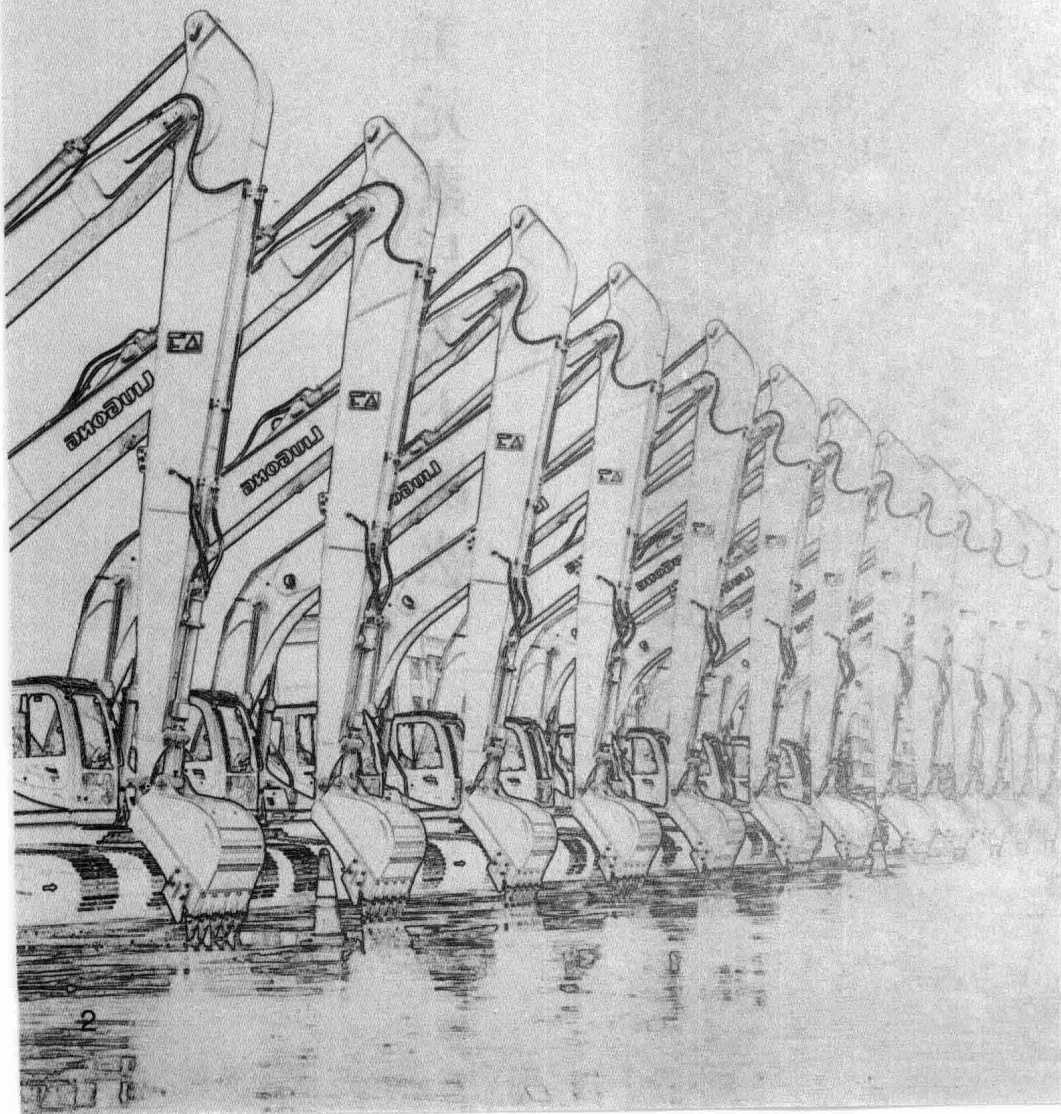
前曲

柳工元素与天下诱惑



QIAN QU

LIUGONG YUANSU YU TIANXIA YOUHUO



追求卓越是不可放弃的，对此，每一个柳工人都像对待自己生日一样牢牢铭记。

柳工 50 年发展史，按柳工自己的思路可以划分为 6 个时期。1958-1978 年是以计划经济为特征的原初期，1979-1983 年是以计划调节和市场调节双轨制为特征的改革初步尝试期，1984-1993 年是以十一届三中全会召开和股份制公司成立为标志的快速发展期，1994-1997 是集团公司成立前后的稳步发展期，1997-2001 年是新老领导班子交接的平稳过渡期，2002-2008 年是规模、品牌、人才、管理、技术、产量、销售额、企业文化与整体综合竞争力都处于超常规爆发状态的高速推进期，长袖舞天，脱胎换骨，卓越突进。

所以，很多故事不得不从新世纪说起。

天下再大，亦有柳工风云。

天有多高，心就有多高。

风从天边来

文 / 柳工集团 李海

天下可以很大，也可以很小。

每个活生生的独立体，都有自己所认知的特定天下。

刘备带着关羽和张飞在隆中三顾茅庐，首先听到的，是诸葛亮午觉睡醒之后的一席天下宏论，从此，他就在一个清晰的天下概念里打下自己的蜀汉江山了一部三国，让中国人看到了一个神机妙算的诸葛亮，更让人感慨那书生肚子里，竟早就装下了如此这般的天下风云。

天下总是诱惑无穷，能有几分天下，首先在于你是否真正了解所面临的天下格局，是否有足够的远见、胆识、智慧和激情。

从某种意义上说，柳工始终在谋求着具有独特影响力的天下之一极。

这，指的是世界工程机械行业生产、营销、创新、拓展生存与发展空间的天下。要想完全拥有整个天下，对于只经历过30年国家现代经济起飞史的中国工程机械企业而言显然过于奢侈，但，如果能充满理性又不

乏激情地死咬世界行业版图中自己能够谋求到的最大利益,那毫无疑问是一条光明的可行之路,尽管那天下早已被世界行业巨头们指了又指、分了又分。

事实上,这一点已经无可置疑。

2007年一开春,世界工程机械行业的权威杂志《国际建设》按照各公司2005年工程机械产品销售额,推出了“2006年世界工程机械50强”榜单,柳工名列第32位,在中国工程机械企业中处于先锋序列。2006年世界工程机械50强分布在14个国家,销售总额为988.63亿美元,排名前十的公司依次为卡特彼勒、小松、特雷克斯、约翰迪尔、沃尔沃建机、利勃海尔、日立建机、CHN、英格索兰、山特维克矿山工程机械,清一色的国外企业,市场份额合计占68.05%。其中,市场份额超过10%的只有卡特彼勒一家,其余各家均不超过5%,这从另一个侧面印证了竞争的激烈。本次排行榜中国共有7家企业上榜,柳工排名靠前,市场份额为0.51%。而在CCM2008年公布的“全球工程机械50强”榜单中,



柳工以总体达 14.66 亿美元的销售额，已经上升到第 22 位。

数据显示，2007 年全球工程机械 50 强销售额首次冲破 1500 亿美元，这块大蛋糕，实在太过诱人。

但，仅仅咬上蛋糕不到 1% 的部分，对柳工人来说，显然太不过瘾了。

柳工的地理位置，只是在中国大轮廓中几乎最南边的柳江岸龙腾背，但所有柳工人都时刻感受到天边那些行业巨人的影子，感受到由此带来的巨大压力和动力，而激情，也往往在这种时候上升到一个最高值。

作为现任柳工董事长的王晓华，对这个天下，心里有一本清清楚楚的明细账。

在全球工程机械市场中，北美地区是世界工程机械最大的生产地和市场，拥有大小工程机械制造企业 500 余家，其中有多家全球著名的大企业。美国工程机械的发展首先缘于其巨大的经济总量。据统计，美国的工程建设投资总量每年大致在 1.165 万亿美元到 1.19 万亿美元之间，所以，绝对能保证数百亿美元的工程机械销售市场。北美工程机械的销售，近几年稳定上升，2002 年到 2006 年期间，北美地区 16 类主要工程机械产品的销售情况一直稳中见涨。此外，北美工程机械租赁市场也很发达，2006 年，整个地区共有租赁门市部 3412 个，租赁设备的价值达 906100 万美元。但近一年来，美国次级贷款市场出现问题，房市下挫，对美国经济乃至全球经济都产生了一定负面影响，工程机械行业同样未能幸免。日本是世界上工程机械第二大生产国，从 20 世纪 60 年代开始高速发展，到 80 年代末，产量增长了 12 倍，90 年代以后受经济衰退的影响产量逐年下降，2001 年降到谷底，2002 年开始回升，并保持了稳定增长的态势。日本的基本建设投资，几年来徘徊在每年 4500 亿美元到 4900 亿美元之间，其工程机械的销售有很大一部分在于出口，而且在近几年中，出口增长速度大于国内市场增长速度，目前，日本工程机械出口已占其销售额的三分之二。欧洲是工程机械主要生产地区和市场，其中西欧占有绝大多数份额，但东欧地区现在增速较快，市场潜力较大。近年来，欧洲经济保持平稳小幅增

长的态势，2000年是欧洲历史上GDP增幅最高的年份，2006年也是其经济发展较好的一年，其中德国、爱尔兰和中东欧情况更好一些，这些都对工程机械的发展产生了深远影响。单从生产而言，西欧占有96%的份额，远多于东欧的4%，但东欧增速明显。根据欧洲建筑设备委员会(CECE)提供的资料，2007年，欧洲工程机械销量约增长10%。另外，欧洲工程机械租赁市场发展极快，2006年已发展有4万家租赁企业，设有2.1万个仓库，总营业额达215亿欧元，其中英国、德国、法国、意大利、西班牙占有81%的份额。韩国是上世纪80年代崛起的另一个工程机械生产基地，其特点是技术起点比较高，强调规模化生产，控制进口以保护国内市场，同时以出口为主，这种模式，非常容易受到国际经济环境变化的影响。至于中国，在加入WTO后，工程机械行业融入世界的进程明显加快，世界上几乎所有工程机械著名企业

