

记录玉柴

媒体解读玉柴集团报道选萃

J I L U Y U C H A I

人民日报广西新闻中心 编

广西人民出版社

记录玉柴

——媒体解读玉柴集团报道选萃

人民日报广西新闻中心 编

广西人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

记录玉柴:媒体解读玉柴集团报道选萃/人民日报
广西新闻中心编. —南宁:广西人民出版社,2006.4
ISBN 7-219-05528-5

I. 记... II. 人... III. 新闻报道—作品集—
中国—当代 IV. I253

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 028868 号

责任编辑 陈 红

记录玉柴

——媒体解读玉柴集团报道选萃
人民日报广西新闻中心 编

出 版 广西人民出版社发行
社 址 广西南宁市桂春路6号
邮 编 530028
网 址 <http://www.gxp-ph.cn>
印 刷 广西民族印刷厂
开 本 890mm × 1240mm 1/32
印 张 14.5
字 数 350 千字
版 次 2006 年 4 月第 1 版
印 次 2006 年 4 月第 1 次印刷

ISBN 7-219-05528-5/L · 898

定 价: 30.00 元

版权所有 侵权必究

目 录

● 发展历程篇 ●

- 4/ 解读动力之魂
——《记录玉柴》出版絮语 张骁鸾
- 9/ 动力奏新曲 方 圆
- 17/ 解读 2005 年“玉柴现象” 殷海鹰 张骁鸾 韦家飞
- 25/ “玉柴现象”解密
- 38/ 逆势而上真英雄
——玉柴保持高速增长揭秘(一) 李小军 殷海鹰
- 42/ 科技创新是动力之源
——玉柴保持高速增长揭秘(二) 李小军 殷海鹰
- 45/ 营销攻势开创新天地
——玉柴保持高速增长揭秘(三) 李小军 殷海鹰 李春来
- 48/ 严格的制度 高效的管理
——玉柴保持高速增长揭秘(四) 李小军 殷海鹰
- 51/ 世纪末的承诺 戚 鸣 王贞华 庞 春
- 57/ 效益王牌从何来
——广西玉柴国有资产迅速增值探源 季洪光
- 62/ 星星还是那颗星星
——国有企业广西玉柴股份制改造纪实 梁长春
- 66/ 逆境奋进和科技创新
——玉柴机器股份有限公司改革整顿纪实 吴 毅 农李伟

70/ 靠科技创新重振雄风

——玉柴建立科技创新体系与机制的调查 黄礼义

74/ 玉柴“九五”创税 4.47 亿元 陆文

76/ 广西玉柴成联合国采购指定供应商 李小静 苏采涛

77/ 广西玉柴入围 2003 年度中国最具影响力企业 袁劲松

79/ 从 2 万元到 65 亿元

——喜看玉柴半个世纪发展的光辉历程 李秀翔 刘钦明

84/ 玉柴跃居世界行业“龙头”地位 黄建文 韦家飞

86/ 玉柴柴油机产销规模全球第一 佚名

88/ 玉柴跻身我国普通机械制造业纳税十强 佚名

89/ 全国最大小挖生产和出口基地在广西玉林建成

庞革平 张骁鸾

91/ 玉柴铁军鏖战“百亿战役”

——广西玉柴集团 2004 年实现收入 100 亿元纪事

张骁鸾 曾庆光

97/ 中国玉柴五十年 李伟 王道海

108/ “王牌动力”铸就玉柴雄风

——记在改革中发展壮大的玉柴机器股份有限公司

詹丽萍 周金亮 李春梅 农宝勤

113/ 玉柴庆功销售收入超百亿元 李秀翔 黄建文

115/ 玉柴三大工程竣工投入使用 吴仁金 古学文

117/ 玉柴公司获 2004 年度“国内十大知名品牌” 佚名

118/ 玉柴名列 2004 中国机械工业销售收入第 27 位 刘丽

119/ 为了不可辱没的使命

——玉柴集团 2004 年销售收入超百亿元

王剑兰 王海道 于丹

124/ 他们谱写西部传奇 童政 周骏骏

132/ “王牌动力”创造玉林工业史上新纪录

- 玉柴去年销售收入超百亿元 詹丽萍 陈 杰 李春梅
- 134/ 玉柴旅游有限公司进入全国百强 詹丽萍
- 135/ 玉柴 2005 年将冲击 28 万台发动机销量 陈瑞华
- 137/ 玉柴重机加工达到国际先进水平 陈伟平 李春梅
- 139/ “王牌动力”书写动力春秋
- 广西玉柴集团品牌扩张之路 陈 伟
- 146/ “玉柴”柴油机等产品获“中国名牌”殊荣 詹丽萍 李春梅
- 148/ 玉柴晋身中国纳税大户 500 强 骆 玲
- 149/ 唯一获专家全票通过 玉柴捧回全国质量管理奖
李秀翔 李春梅
- 150/ 玉柴集团位居 2005 中国动力设备制造业第一名
詹丽萍 关 敏
- 151/ 玉柴打造世界知名的大型跨国企业集团 邓苏勇

● 经营管理篇 ●

- 156/ “点三八”生存法则:玉柴“领跑”的动力
——访广西玉柴机器股份有限公司总经理李天生
刘 伟 蒋桂斌
- 160/ 广西玉柴打造“王牌动力,营销巨舰” 张骁鸾 曾庆光
- 162/ 辉煌是如何打造的
——玉柴蹲点实录 杜 新 刘 伟 何丰伦
- 167/ 数字企业的信息魅力
——解读广西玉柴跳跃式发展 李子明
- 171/ 柳汽与玉柴携手打造中国第一赛车 张 辉
- 172/ 营销物流巨舰起锚开航 玉柴迈入卓越新起点 骆 玲
- 175/ 玉柴转型物流市场赢得开门红 杜 新 刘广铭
- 177/ 移动信息化:催生玉柴新的“发展力学” 佚名

- 180/ 玉柴:“狂想”带来超常发展 庞革平 张骁鸾
 184/ 玉柴:以绿色优质走向辉煌 黄建文 李春梅
 187/ 玉柴借打造营销物流渠道做大品牌 佚名
 189/ 玉柴实施“走出去”战略大展拳脚驰骋东盟市场 黄兴忠
 194/ 玉柴以创新决胜市场 杜新烈 春采涛
 198/ 玉柴营销落户桂林当年销售额达二十一点三七亿元 唐咸武
 201/ 玉柴营销物流巨舰从漓江起航 王贞桐
 203/ 玉柴营销业务实现战略转型 刘雪梅

● 人才战略篇 ●

- 210/ 舞台和背景
 ——广西玉柴岗位能手活动采风 张双武 胡平
 215/ “王牌动力”源于人才战略
 ——来自玉柴的报告 庞革平 张骁鸾
 219/ 广西首次组团到境外招聘人才 曾培源
 220/ 人才撑起的跨越
 ——广西玉柴聚英才谋发展纪实 李新雄
 224/ 人事厅长给玉柴博士专家拜年 罗忠贤
 226/ 玉柴培养高级管理人才 李春梅 陈政龙
 228/ 玉柴形成“人才小高地” 庞革平 凌陈
 229/ 动力之源
 ——玉柴机器股份有限公司实施人才战略纪实 伟红 刘华
 234/ 为了“王牌动力”更强劲
 ——记全国劳动模范、玉柴发动机一厂副厂长林杰军 詹丽萍

● 市场服务篇 ●

- 240/ “先人一步”创“王牌动力”
——玉柴机器超常规发展的启示 潘小楼 曾庆光
- 243/ “这是我们应尽的责任”
——玉柴温州长运服务站春节抢修纪实 佚名
- 244/ 建造全方位产品战略 玉柴机器继续服务体系优势 刘雪梅
- 246/ 买收割机,我还要买“玉柴” 佚名
- 248/ 玉柴引发汽车行业服务模式新变革 刘 坚
- 251/ 与用户结成利益共同体 玉柴全面推进双赢策略 陆 岳
- 253/ 玉柴以特色服务延伸服务网络 刘 坚 岳 琳
- 254/ 玉柴 YC4F 新产品在陕西受用户青睐 佚名
- 255/ 玉柴 YC4F 出川入陕挺进轻型车市场 胡启林 卢健伟
- 257/ 玉柴机器:广州绿色公交工程首选动力
——首批 25 台 LPG 发动机 9 月正式投入运营 辛受卿
- 259/ 玉柴新品 YC4F 走俏川渝 徐 瀛
- 260/ 中国发动机首次出口日本 央视
- 261/ 中国内燃机生产巨头挺进日本市场 刘 颖

● 企业信用篇 ●

- 266/ 诚信,玉柴制胜的一张“王牌” 郑盛丰 罗宗昌
- 272/ 诚信第一 郑盛丰
- 275/ 修复信用“断链” 当以企业自律为先
——从中国最大内燃机生产基地玉柴看企业信用(上)
杜 新 邓亚平 李 嘉
- 278/ 以高信用支撑起银企合作双赢平台

——从中国最大内燃机生产基地玉柴看企业信用(下)

杜新 邓亚平 李 嘉

280/ 短评:信用是融资“法宝”

杜新 邓亚平 李 嘉

282/ 诚信玉柴

——广西玉柴集团系列报道之财务信用

王剑兰 王大海 杨 博 周金亮

286/ 评论:中国工业战线一面诚信经济的旗帜

何勇海

289/ 广西玉柴四亿元欠债是怎么来的 李红梅 罗宗昌 张骁鸾

293/ 广西玉柴诚信造就王牌动力

——广西玉柴机器股份有限公司健康发展纪实

梁 茜

298/ 倾力打造全优信用典范

——广西玉柴机器股份有限公司信用建设侧记

曾庆光 沈 豪

302/ 玉柴念好“诚信经济”经

周骁骏 童 政

304/ 玉柴营造诚信品牌四部曲

李伟红

● 企业文化篇 ●

312/ 企业文化:玉柴传奇的根基

韩 歌

316/ 真情凝聚万人心

——广西玉柴公司思想政治工作创新记

季洪光

323/ 为用户创造财富

——广西玉柴机器股份有限公司服务文化探源

佚名

328/ 强劲的动力

——广西玉柴机器股份有限公司加强党建工作纪事

施 维 周金亮

330/ 玉柴企业文化怎样落地

佚名

336/ 玉柴依托思想政治工作推进诚信建设

刘 伟 何丰伦

339/ 文化引领玉柴踏上“百年老店”

马晓岚 刘峥毅

● 技术开发篇 ●

348/ “精”、“净”结合:玉柴产品率先变脸 刘 坚

350/ 玉柴:向世界级动力王国冲刺 周骁骏 黄福强 童 政

352/ SAP 清华紫光联合助玉柴集团企业信息化 张富凯

353/ 广西玉柴与日本雅马哈合作开发船舶发动机 张骁鸾

355/ 技术创新:玉柴的一张“王牌” 莫小康 曾庆光

357/ 三大技改项目助玉柴走向国际化 江东洲 江咏霖 刘 昊

359/ 玉柴柴油机获国家免检资格 叶万松 莫 萍

360/ 玉柴机器获国家重要技术标准专项试点 蒋素辉

361/ 玉柴推出城市客车新动力 佚 名

362/ 玉柴推出四款新型重吨位发动机 刘新彬

364/ 玉柴再握“尚方宝剑” 重型机装试车间开工 李秀翔

365/ 中大汽车牵手玉柴机器打造最高性价比客车 佚 名

366/ 东风柳汽携手玉柴机器打造高端重卡 佚 名

● 社会评价篇 ●

370/ “中国这家企业是不可战胜的!”

——广西玉柴机器股份有限公司发展探秘 张骁鸾 曾庆光

383/ 玉柴:四张“王牌”打天下 虎革平

391/ “诚信玉柴”打造中国强势企业的核心竞争力

——玉柴实践诚信建设实现跨越式发展案例解读

刘 伟 曾庆光

399/ “王牌动力”相撞 “让世界了解你”

贾增益

- | | |
|-------------------------|---------|
| 402/ 玉柴集团的成功之路 | 佚名 |
| 405/ 玉柴要做百年品牌 | 何秀华 |
| 408/ 信誉:玉柴的制胜之宝 | 蒋升阳 |
| 412/ 销售收入突破百亿 玉柴绘就多元化轮廓 | 佚名 |
| 414/ 玉柴总有新动作 | 岳琳 刘坚 |
| 417/ 玉柴集团向世界展示“中国制造”的力量 | 佚名 |
| 423/ 玉柴跨越发展的成功启示 | 马晓岚 李喜喜 |
| 430/ 玉柴铸就华夏民族动力之魂 | 佚名 |
| 437/ 玉柴为中国体操队注入“强心剂” | 佚名 |

● 附录:关于玉柴 ●

- | | |
|-----------------------|----|
| 441/ 玉柴集团简介 | |
| 445/ “王牌”动力点将台 | |
| 448/ 玉柴机器股份有限公司历年主要荣誉 | |
| 452/ 编后话 | 编者 |

发展历程篇

玉柴的发展史,其实可以用两句话来说清楚:

从50年前固定资产投资只有2万元的小作坊,到20年前资产不足800万元的小企业,今日成长为一个固定资产投资达65亿元的大集团。

从50年前从事砖木结构的小工场,到20年前年产柴油机600台的小工厂,再到现在柴油机产销量25万台、集团销售收入突破100亿元的中国最大的内燃机生产基地。

玉柴的巨大的变化一目了然,其发展历程也是清晰可辨的。但他们所经历的艰难曲折,所付出的努力和艰辛,绝不是寥寥几笔能够概括的。20年前,玉柴在中国同行业排名仅是173位,然而,他的掌门人、富于狂想的王建明就提出“赶超世界一流企业”的远大目标。这么多年来,他们就是沿着这样的目标,一步一个脚印地走过来的。

2004年,玉柴实现销售收入107亿元,与2003年同比增长五成多;生产柴油机24多万台,同比增长三成四;销售柴油机近22万台,同比增长近三成;实现利税总额10多亿元,同比增长七个百分点,这是一个辉煌的成就。而正是在这辉煌的基础上,2005年,玉柴向28万台发动机销量的目标发起了冲击。

《中外企业文化》撰文说,玉柴的50年,无异于新中国经济史的一个缩影,也是新中国总结历史的经验教训后知不足而后勇的一个写照。在这样的意义上说,玉柴见证了新中国的历史,经历过共和国从曲折到辉煌的沧桑巨变,尤其诠释了改革开放乾坤巨变的时代精神。诚然!

解读动力之魂

——《记录玉柴》出版絮语

有人言,“桂林山水甲天下”,许多外国游客只知道桂林而没听说过广西,可见桂林山水胜景之名气;也有人说,“玉柴机器,王牌动力”,许多中国百姓只懂玉柴而不识玉柴所在地——古有“岭南之都”之繁华、今有“千年古州”之美誉的玉林,可见玉柴企业盛名之响亮。

然而,对于国外的动力行业来说,老外们不仅知道中国有一个玉柴,而且懂得玉柴在中国南方的广西,在广西的一个小城市玉林,这使得玉林小城在海外也颇有知名度。虽然是一个地方企业,玉柴公司对宣传与提升一个地方的知名度已有了相当的影响力,人们从中可感受“名牌企业”给地方带来的人文魅力。

玉柴,是广西一个响当当的首批超百亿元的名牌企业,是中国一个知名度与信誉度极高的行业龙头企业。玉柴机器,更是中国屈指可数的声名远播海内外的金牌产品。玉柴企业的发展史,是中国动力机械行业从无到有、从小到大、从弱到强、从内到外的发展缩影。从玉柴企业的发展之路,不仅可观中国动力机械行业沉浮历程,也能洞察广西工业企业的坎坷故事。

玉柴从一个作坊式的小工厂,发展成为中国最大的内燃机生产基地;从一个固定资产不足 800 万元的小型企业,发展成为超百亿元的大型企业集团;从一个曾经一度陷入瘫痪边缘的内向型企业,发展成为实力雄厚并向海外积极扩张的跨国合作企业……并且,经过 50 年的发展,创造了以“人为本、争第一、零起点”为价值核心的企业文化和以“四个一”为内容的企业诚信体系,开创性地成就了玉柴在物质生产之外的丰富多彩的精神产品财富。玉柴集

团整个企业以及其所形成的玉柴思想、玉柴意识、玉柴文化，无不成为广西企业界的佼佼者，也成为全国企业界的先驱者。

正因为如此，玉柴企业事迹值得记录，玉柴现象里凸现的“动力之魂”值得解读。这一本以媒体文章来解读玉柴集团的《记录玉柴》，十分值得广西企业界来探讨，从中可以了解玉柴在广西、在全国、在世界同行业中如何冲锋陷阵、如何屡建奇功、如何临危不惧、如何长盛不衰。从企业发展战略上看，玉柴发展道路上的得失荣辱是广西企业不可多得的生动教材。玉柴这种顽强开拓、不甘落后、比强不比弱、不达目的不止步、到达目的更迈大步的企业意识，广西各类企业有必要学习和借鉴。因为，有了这种精神，广西的企业自然多一份“王牌动力”式的底气、豪气甚至是霸气，如此一来，广西整体上相对于全国较落后的经济状况将会得到更有效的改观。

如今，在世贸组织游戏规则面前，中国企业在千方百计增强企业实力的同时，无不注意树立企业形象，打响民族品牌。同样，广西企业界都力争打出自己的知名品牌，不少企业提出商标要成为广西的著名商标，产品要成为广西的知名产品，还要成为全国同行的著名商标和驰名产品。企业的名牌产品不仅仅是实力的象征，还是科技与创新的表现，更是决胜市场的砝码，同时是抵御国外洋品牌冲击的一道“民族长城”。在这方面，玉柴企业有其一套成功的攻城掠地的发展战略。从《记录玉柴》所录的文章中可知，玉柴与德国、日本等发达国家的顶尖企业进行的携手合作，与国内外众多科研院所长期开展的技术合作，玉柴在全国布下行业内最大的服务网点与用户形成的市场合作，玉柴与金融部门形成的诚信信贷合作，无不与名牌战略息息相关。

从全国范围上说，广西有影响的工业企业并不多，并不是广西缺少生存知名企业的土壤，而是广西尚缺少大气、大器的企业家。提起玉柴，人们不仅能联想到王牌动力和玉牌服务，还能十分自然

地联想到玉柴领军人和生产一线的众多的玉柴建设者。成功的企业无不与成功的企业家紧紧相连,知名的产品无不与知名的企业团队紧紧相连。在玉柴集团,拥有玉柴精神的一万五千名玉柴建设者,是玉柴这个动力王国的真正核心,是玉柴成为全国企业 500 强、玉柴成为中国最具影响力企业、玉柴努力跻身世界同行“四强”之一的“动力之魂”。

当前,广西所有的大小企业,都面临着广西历史上最有利的“天时、地利、人和”的抢滩时机:广西社会经济已进入高速发展的黄金时期而提供了良好的投资环境,中国—东盟博览会在首府南宁年年定期举办而提供了企业近水楼台先得月的展示便利,中国—东盟自由贸易区的建立日益展现全球可观的最大商圈,广西如今又获纳入大湄公河次区域合作进而展示双重商机,加上中国西部大开发的进一步深入,广西经济日益融入大珠三角经济圈,广西极力打造的环北部湾经济区的横空出世……广西众多企业从而真正迎来了千载难逢的发展好机遇。

广西企业怎么思考?广西企业家怎么行动?从《记录玉柴》中,广西企业家们可窥视玉柴一系列的企业战略。如何从玉柴发展过程中借鉴到更多有实战意义的经验?观此书会有一斑见全豹之悟。俗话说,他山之石可以攻玉,就是这个道理,也是这本媒体报道选萃的另一方面的价值所在。

玉柴的成功,还有一个值得肯定的辅助因素,就是在成功开发市场的过程中,善于利用社会综合信息资源,善于与新闻媒体进行互动合作,有效地把企业产品、企业文化、企业形象推向社会,并从中巧妙地连接国内国外的广大用户,达到企业品牌的最大宣传效果,大大增强实现企业利润最大化的综合生产力。

在此书付印之际,回首刚刚过去的 2005 年,我们从玉柴集团获得了一系列的喜讯:

在 2005 年,玉柴集团实现营业收入 120 亿元,增长 12%;销售