

責任編輯：胡可強 版面設計：陳潔



「新絲路 心服務」 徐工「一帶一路」海外服務行盛大啟動

徐工「一帶一路」海外服務行盛大啟動

絲路新開通機遇，徐工築夢新未來。5月29日，江蘇徐州徐工集團以「『新絲路 心服務』為主題的『一帶一路』海外服務行」活動隆重啟動。來自加納、烏茲別克斯坦、白俄羅斯、剛果（布）、俄羅斯、波蘭、伊朗等18個國家的27位駐華使節、參贊，中國工程機械工業協會會長祁俊，徐工集團董事長、黨委書記王民等共同連接象徵「一帶一路」互聯互通的五彩絲帶，大屏幕上徐工海外服務行線路同步點亮，標誌着徐工「一帶一路」海外服務行活動的正式啟動。

香港文匯報記者 許娉聞 通訊員 劉剛、劉愛軍

「新絲路」帶來「新機遇」

「一帶一路」戰略是國家在新常態下提出的新戰略、新思路、新舉措，「一帶一路」國家戰略鋪開，給中國工程機械帶來歷史性機遇。

作為中國工程機械龍頭企業，徐工已經先行一步。「一帶一路」沿線國家中，徐工已在「一帶一路」沿線中亞區域、西亞北非區域、歐洲區域、亞太區域共涉及65個國家佈局了較完善的營銷網絡，在俄羅斯、印度、波蘭等國建立分子公司，在烏茲別克斯坦、波蘭、哈薩克斯坦、馬來西亞、伊朗等國建立KD（散裝件）工廠，均為「一帶一路」重點區域。此外，在歐洲並購了德國施維英公司、德國FT公司、荷蘭AMCA公司，在歐洲、美國和印度建立了研發中心，在印度擁有生產基地。



徐工集團董事長王民陪同來賓參觀徐工智能化製造基地

國際化一直是徐工集團的核心戰略，在海外市場的前期佈局為徐工「一帶一路」發展奠定了紮實的基礎，贏得了競爭優勢。2013年，徐工集團前瞻性地看到烏茲別克斯坦市場在中亞佈局中的重要地位，在該國建立合資工廠。目前，徐工烏茲別克斯坦合資公司運營良好。2014年5月投產，當年就實現了盈利。同時，徐工集團以合資公司為平台，迅速拓展當地市場，在國內整體出口同比下降8.13%的大環境下，徐工在烏國出口銷量實現逆勢強勁增長。

徐工機械副總裁、進出口公司董事長孫建忠認為，在這些國家建設組裝廠，可以充分發揮合資工廠在「絲綢之路」經濟帶上的紐帶作用，並以合資工廠建設為據點和契機，全力向中亞、南亞、東南亞、東歐等市場輻射延伸。這些合資工廠在當地可以享受關稅、增值稅減免等優惠政策，極大地提升產品競爭力。

值得一提的是，目前在哈薩克斯坦，徐工產品市場佔有率達到80%，超過其他世界知名品牌。在當地的大型工地上，隨處都可以看到耀眼的「徐工金」；在東南亞菲律賓、馬來西亞、印尼等國，徐工的履帶吊更是有着明顯的優勢。就在前不久，徐工「掌門人」王民親率代表團訪問中東，同代理商和客戶簽署了上千台設備的採購大單，價值超過4億元人民幣。在董事長王民的直接推動下，徐工海外市場捷報頻傳，繼拿

下南美市場400餘台設備訂單後，徐工在土耳其工程展期間又將500萬美元的大單收入囊中。

「心服務」譜寫「新篇章」

徐工進出口公司總經理劉建森說：「王民董事長一直倡導把客戶作為上帝對待，多年來這種經營理念在徐工得到了真實的、教科書式的體現。徐工的快速發展，就是以客戶的需求為出發點，傾聽客戶的聲音，滿足客戶的需求。」

徐工創新的速度、創新的步伐，一直在中國工程機械行業是領先的。徐工提出的生產當地化、銷售本地化，就是要為「一帶一路」沿線國家提供適銷對路的產品。經過20多年的努力，徐工已經形成了一大批適應型新產品。與此同時，徐工全面改進挖掘機、水平定向鑽、大型裝載機、滑移裝載機等產品的振動噪聲性能。

這幾年，徐工與合作方形成了一種合作共贏的關係。徐工提出與經銷商一家人、一家親的觀念。2014年，組織全球十大經銷商成立了行業內首個海外顧問委員會，形成了利益與風險共擔合作鏈條。客戶遇到經營困難的時候，徐工就及時提供支持和幫助，已經不是簡單的貿易關係。

2015年，借助「新絲路」建設的東風，徐工着力提升海外服務質量和體系化水平。自2011年起，根據王民董事長的「強推海外服務」的要求，徐工開始着力加強海外服務備件體系建設，在服務體系提升、備件體系提升和培訓體系提升三個方面施以重手，建立服務商授權機制，推進主機廠備件前移，搭建海外備件協同管理電子商務平台，持續完善服務備件網絡佈局和服務培訓模式，建立經銷商服務人員培訓體系認證和分級評定，藉以完善徐工海外服務備件新體系。

與海外市場推廣活動相結合，在絲路沿線20個國家開展行業內首個大型「一帶一路」服務系列活動。市場推廣活動覆蓋15個國家、16場海外展會、產品推介會。服務行活動以沿線20國三包期內產品為主，走訪產品覆蓋起重、鏟運、挖機、混凝土、道路、汽車、基礎、隨車各工廠產品近10000台，覆蓋率達53.7%。服務行活動嚴格按照「一送、二查、三教、四問、五反饋」進行標準化作業：免費贈送三



駐華使節興致勃勃地觀看「鋼鐵蜘蛛俠」步履式挖掘機表演



啟動儀式上，徐工集團董事長王民為海外服務代表隊授旗

檢；檢查產品性能指標和維保情況；教授正確的操作保養簡單故障維保方法新產品、成套性；問詢客戶施工信息、購機需求、備件購買渠道及改進建議；形成活動信息反饋、產品遺留問題反饋、用戶滿意度、服務備件建設和競爭對手商務、服務政策反饋，藉以更好的完善徐工服務品質。同時，徐工服務人員將跑遍所有中資企業在海外的施工工地，為中國建設大軍在海外施工提供強有力的服務支持，書寫中國建設與中國裝備聯手開拓海外市場的新篇章。

徐工積極進行「一帶一路」沿線國家「當地化」融合，充分發揮經銷商的本土化優勢，與「一帶一路」沿途國家經銷商聯合開展區域展會、產品推廣與客戶活動以及全球「服務體系提升」等活動；並借助事件、客戶案例、品牌活動等提升海外品牌知名度。根據「一帶一路」區域市場拓展的需要，完善商務經理、產品經理、服務經理人才儲備。完善網絡佈局，計劃在俄羅斯、白俄羅斯等中亞、非洲國家和東南亞沿海地區增加10個一級經銷商，讓徐工XCMG品牌對「一帶一路」65個國家實現全覆蓋。

在提升服務質量同時，將徐工集團「關心關愛」灑向海外，走訪機手，關愛機手，提升徐工品牌的公益形象和客戶口碑。

「新體系」鑄就「新夢想」

2014年，徐工牌產品出口「一帶一路」中65個國家中的48個，佔出口總金額的76.1%。徐工在「一帶一路」沿線國家營銷體系和服務體系建設趨於完善，營銷渠道覆蓋「一帶一路」42個國家，擁有一級經銷商80個，4個KD工廠（烏茲別克、馬來西亞、波蘭、哈薩克斯坦）、17個備件中心和16個辦事處。

2015年，中國製造業巨頭借力國家「一帶一路」戰略的強勢東風，紛紛揚帆出海。徐工集團也緊隨「新形勢」，謀劃「新招式」，以品牌形象提升為主線，以服務質量提升及體系建設為抓手，培育徐工海外競爭新優勢，打造國際市場新形象，提升海外市場佔有率。

目前，徐工正在進一步加強對「一帶一路」沿線國家工程機械市場研究，加強與各級有關政府和央企的交流合作，強化人才、技術和產品儲備，順應市場發展趨勢。依照商業原則，靈活運用境外經貿園區、工程總承包、第三方合作等多種「出海」模式，做好國內產能與國外市場的對接，更好契合不同地區尤其是「一帶一路」沿線國家的需求。

完善在「一帶一路」區域的渠道和網絡佈局，加快在「一帶一路」區域建設備件中心、服務中心，完善服務網絡。計劃在俄羅斯、阿爾及利亞、斯里蘭卡、柬埔寨新建4個備件中心，在俄羅斯、蒙古、泰國、柬埔寨、土庫曼斯坦、美國、加拿大等國家新建11個備件網點。借助國家「一帶一路」東風，在「新絲路」沿線，用「心服務」培育徐工海外競爭新優勢，打造徐工海外品牌「新形象」。

徐工集團董事長王民表示，未來五年，徐工將繼續重點面向「一帶一路」沿線國家，有序推進營銷體

系、研發基地、產業基地、金融及服務體系建設，持續為沿線國家基建項目實施提供全方位的施工裝備保障，力爭實現沿線國家市場收入三年翻一番的戰略目標。我們願與世界各國朋友一道，共同推進「一帶一路」戰略合作，推動徐工邁向國際化事業的嶄新藍海，以追求卓越的產品品質來服務於全球用戶，來共同造福於沿線各國人民。

徐工300台大噸位挖掘機出口中東

5月29日，徐工集團300台大噸位挖掘機出口發車儀式隆重舉行，300台大噸位挖掘機的車隊猶如一條長龍，緩緩駛出徐工集團挖掘機基地大門，奔馳碼頭發往中東。

徐工集團董事長王民表示，此次徐工大噸位挖掘機大批量出口中東，是中國挖掘機行業在高端產品領域的一次重大突破，不僅開拓了中國挖掘機企業走向全球的新篇章，更是標誌着以徐工為代表的中國企業成為了全球挖掘機行業重要參與者。作為中國工程機械排頭兵企業，徐工集團將更加注重新產品質量和技術，真心為客戶創造價值，借力「一帶一路」戰略的實施，將徐工品牌效應向全球擴展，推動更多的徐工裝備走向世界。

據悉，此次作為中國挖掘機行業大噸位產品出口第一大單，歷經40多年的艱苦曲折，中國液壓挖掘機歷史性的實現了自主品牌大噸位挖掘機大規模走向國際市場。

近年來，在與全球工程機械巨頭的角逐中，目前，在高端產品領域，徐工30噸至百噸級大型礦用挖掘機已快速成功切入外資品牌主流市場並迅速站穩腳跟，成為中國大型挖掘機第一品牌。

國際化一直是徐工集團核心戰略。目前徐工挖掘機已遠銷非洲、南美、東南亞、中東等80多個國家和地區，37噸、47噸、70噸和90噸大型液壓挖掘機先後出口澳大利亞，21噸級挖掘機批量出口美國，成為中國挖掘機進入高端市場的重要標誌。



徐工300台大噸位挖掘機出口儀式現場



徐工「一帶一路」合作交流會現場，各國使節和與會來賓合影留念