

高质量发展背景下的轴承工业发展

江苏南方精工股份有限公司董事长 史建伟

众所周知，我们正处在一个飞速发展的时代，也是一个瞬息万变的时代，国际政治环境风云变幻，全球经济有持续下行的趋势。南方精工作为一家靠轴承起家的传统汽车零部件制造企业，我们已经感受到了前所未有的压力，压力来自于哪儿？压力其实就是来自于这个时代，也是来自于我们自身。习主席在二十大报告中提出“高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务”，在高质量发展的背景下，传统制造企业必须从转型升级上升到自我革命的程度。因为这是一场事关生死的苦战，如果我们不做出颠覆性改变，就不能够有新的“生”，就无法成为一家百年企业。我们总说机会稍纵即逝，但是今天我希望大家知道，机会始终是给有准备的人，对于轴承工业的高质量发展，我们需要多一些思考！

一、单品极致，一款轴承打天下

每个企业都会说对标，但只要有客户订单，就算是仿制也会去做。在企业初创阶段，生存是最重要的，各种门类都做。同行之间相互厮杀，拼价格，走捷径。往往得到的结果都只是拼命造了子弹却没有枪膛，射不远！万米宽一米深，产品缺少品牌效应。我们如何做到一米宽万米深，是每个企业当下要思考的问题之一。

二、告别多元化，聚焦优势战略

多元化这个名词，没有什么不好。盘点一下什么是多元化？每个产品都挣钱，每个行业都涉及，每个品种我都做！在这里，我要分享三个字，那就

是“断、舍、离”！我们经常听到某某大国某某强国，以大国的人民定义自身。事实上，卡脖子的技术、项目还有很多。我们不是巨人，而是大卫。那大卫该怎么战胜巨人？哪些是做不到的与做不了的？我们自己要有一个清晰的认识！

三、市场超级细分寻找蓝海空间

回首走过几十年的历程，我们一直在找寻蓝海，其实哪里有什么蓝海，各个领域，乃至细分领域都是红海一片。身处红海，我们只有先找到一个破局点，把你的优势干上去，形成一种反制的力量。按照您的思路去打，要有甘愿巨大牺牲、捍卫核心利益的勇气，从动态的角度衡量自己的实力，懂得如何培养自己的实力。在考虑解决战略问题的时候，要放眼全局，不拘泥于一城一池，某时某点的得失。

四、三观认同，企业文化纵深

1. 35%的员工表示，自疫情开始以来，企业文化已经发生了巨大变化。随着工作场所的改变，员工对企业文化也发生了变化。无论是否积极投资于企业文化，又或积极推动企业文化，最重要的是，领导要时刻关注企业发展，确保他们在正确的时间推动正确的企业文化变革！

2. 三分之二的员工表示他们的组织，拥有非常积极的文化。许多企业表示已经成功地适应远程和两地办公。三分之一的员工持中立或负面看法。他们的企业文化很难让人接受。对于文化，敬业度和人员流动之间的联系担忧。

3. 60%的员工积极评价他们的文化，影响他们每天工作和行为。企业文化是一种日复一日，每时每刻的经验，好的企业文化更加促进员工发挥出色，企业家需要了解员工每天发生的事情，并组织做出调整，改善员工的工作体验！

五、涵养之关做一个受人尊敬的人

企业家需要带领团队选准方向，渡过激流险阻，创意择优、极度透明，实现自己的人生价值和企业的目标。应对剧烈的变化，正确选择道路，利用内外界不利因素，转化有利因素，因势利导，有效决策。

企业家的涵养：

1. 思想领导力：使命、愿景、价值观、加反省
2. 专业领导力：高效决策、激励人心、匠心精神、变革创新
3. 品格领导力：真诚信、负责可靠、合作共赢、勇敢担当
4. 根植于内心的涵养
5. 无需提醒的自觉
6. 以约束为前提的自由
7. 为别人着想的善良
8. 正直、善良、正能量，为人的至高美德

六、品牌效能专精特新

品靠科技、牌靠文化。科技创新是品牌发展的核心动力，文化建设是品牌口碑经营的基本支撑。

1. 品牌需要记忆、联想和美誉
2. 品牌记忆，联想与识别的区别
3. 品牌是持续打造的超级符号

七、合规经营安全是百业之本

企业合规越来越严，及时自查，避免犯错。未经部门批准营业，夸大宣传，虚假财务资料，环境安全等。以风险为前提，以放量为核心，以结果为

导向，小心使得万年船，成功也是失败之母，传承与创新，升级与降维，强大强大，先强后大，做一个实业家、资本家与慈善家。

八、认清当下每逢大事要有静气

我们正面临百年不遇之大变局，疫情因素、科技革命、消费迭代、劳动成本等逆全球化趋势，供应链缺失、通胀压力、汇率变化，购买力下降、二代企业家接班、原材料价格波动，都使市场充满不确定性。每逢大事有静气，当前比拼的是核心竞争力、韧性免疫力与耐心定力，唯有优秀，才能稳健！做最好的产品，最好的文化，最好的企业，方可行稳致远！