



海南海汽运输集团有限公司,走过了 58 年风风雨雨,历经挑战。今朝实施品牌战略,着“活棋”让海汽重焕生机。

经过半个多世纪的艰苦创业,海汽现已发展成为以道路客运为主,货物运输、汽车维修、旅游汽车租赁、汽车器材、燃油料供应、技能培训、货物快递等多元化并举的经济实体,并打造出“海汽快车”、“海汽商务车”、“海汽快递”、“海汽自驾”、“海汽出租”、“海汽器材”、“海汽维修”、“海汽技校”等系列品牌。近年来,海汽集团先后被授予“中国交通百强企业”、“全国道路客运经营资质一级企业”、“全国道路客运 50 强企业”、“全国用户满意产品”和“全国用户满意单位”、“中国企业文化建设 50 强”等殊荣。

在刚刚结束的首届海南品牌文化节“跨越辉煌 60 年——最受消费者喜爱的海南标志性品牌 60 强”、“跨越辉煌 60 年——最受消费者喜爱的海南标志性品牌企业行业 10 强(交通运输)”评比活动中,海汽集团荣登榜首,再度成为各界关注的焦点。

毋庸置疑,是品牌为这个饱经沧桑的老国企输送了新鲜血液,为其“舒筋活络”,使之生机勃勃,活力大增;是品牌,让一度亏损的老国企重新赢得了市场,使海汽在困境中崛起,从亏损企业变为利税大户;还是品牌,让海汽声名远扬,在市场经济大潮中脱颖而出,全面展示了国有控股股份制企业的崭新形象。

海汽,在打造品牌中崛起。品牌,铸就了海汽辉煌。

培育品牌 海汽绝处逢生

历经 58 年的风雨沧桑,海汽从小到大,犹如滚雪球般越滚越大。

海汽集团前身为海南省汽车运输总公司,成立于 1951 年 11 月 24 日,是一家拥有 58 年历史的国有企业。公司成立之初,十分寒酸,仅拥有拼装的营运车 19 辆,职工 50 多人,简陋汽车修理厂 1 间,固定资产 19 万元。

沐浴着改革开放的春风,经过海汽人数十年的艰苦创业,海汽一步一个脚印,不断发展壮大。

上世纪 90 年代,随着计划经济向市场经济转轨,海南客运市场逐渐放开,社会上的车辆以车型新、成规模冲击着客运市场,残酷的市场竞争使具有 50 多年历史的海汽陷入了困境,企业连续 3 年出现巨额亏损。

“物竞天择,适者生存”,这是自然界的生存法则。

残酷的现实迫使海汽决策层转变经营策略:培育品牌,靠新品牌夺回失去的市场份额。

加快车辆更新,重塑海汽形象是海汽打造品牌的一着活棋。1997 年 7 月,海汽融资 2000 多万元购置了 10 辆“大富豪”和大宇牌豪华客车,冠名为“省汽快车”投放我省西线高速公路营运。这批车辆外型包装美观大方、车厢豪华宽敞、配备航空式座椅,一时成为客车族中的“宠儿”。“省汽快车”以快捷迅速、安全舒适而深受广大乘客青睐。

一辆辆粉红色的洋溢着春天气息的客车驰骋于宽敞笔直的公路上,形成一道亮丽的风景线,十分抢眼。那,就是响当当的“省汽快车”。省汽快车投营两个月,立刻产生了轰动效应,车辆实载率达到 70%,比一般空调客车增加 30 个百分点,备受广大乘客追捧。海汽审时度势,把快车品牌推向际际运输,并更名为“海汽快车”。

凭借“粉红色车体外形+靓丽巴姐+一流服务”,海汽一举打响了“海汽快车”品牌。品牌,拯救了老国企的命运,海汽因此绝处逢生。

海汽人由此看到了一缕曙光。

“海汽品牌能够一炮打响产生轰动效应,关键是定位准确。”海南大学形象研究室主任徐国定教授说。

创新品牌 提升海汽竞争力

培育品牌,使海汽在激烈的市场竞争中迈出了可喜的一步,赢得了发展的空间。但海汽人并不满足于于此,他们审时度势,乘势而上,创新品牌,不断提升海汽的市场竞争力。

“品牌要在创新中不断升华。”海汽运输集团有限公司董事长、总裁夏亚斌如是说。

为进一步提升“海汽快车”的品牌竞争力,满足高层次旅客的出行需求,2005 年,海汽又推出“海汽商务车”,为旅客提供个性化的超值客运服务。目前已有数十辆“海汽商务车”投入营运,先后开通了海口至那大、八所、兴隆、陵水及三亚至琼海 5 条线路,日发班 100 个,上座率较高。推出海汽商务车新品牌,满足了旅客日趋高档化和舒适化、个性化的出行需求,培育了海南道路客运服务的精品品牌。

迄今为止,海汽已成功打造出“海汽快车”、“海汽商务车”、“海汽自驾”、“海汽出租”、“海汽器材”、“海汽快递”、“海汽维修”等系列品牌,围绕着“海汽快车”、“海汽商务车”等客运品牌,全方位实施塑造企业形象的 CI 系统,推出海汽司徽、海汽快车标徽和海汽快车、普通客车车体包装,以及海汽旅游、海汽

品牌助力 海汽扬帆破浪行



经过多年的精心打造,“海汽快车”、“海汽商务车”等已成为响当当的品牌

快递、海汽出租的品牌形象标识,在社会上产生良好的形象效应;融入巨资先后购置“沃尔沃”、“大宇”、“凯斯鲍尔”以及“奔驰”等高档豪华客车 300 多辆,扩大海汽快车、海汽商务车客运品牌的规模。“海汽快车”已由 10 年前的 10 部增至目前的 294 部,营运线路由东、西线高速公路延伸到琼中、乐东等五指山腹地 and 老少边穷地区,贯通全省 18 个市县近 67 条线路。并开通了至广东、广西及香港特别行政区的“海汽快车”班次,目前,“海汽快车”日均发班 900 多个班次,营收和利润增长了 15 倍,占全司总营收的 40%,使海汽扭亏为盈,连续 10 年保持增长的势头。保住了海汽在海南客运市场的主导地位。

近年来,“海汽快车”频频被国内、国际性会议,世界性比赛活动指定为接待专车,全面展示了海汽新形象。

千方百计创新“海汽快车”这一品牌,是

动,通过内通外联,沟通交流,使品牌建设既能起飞又能落地,全面展示海汽诚信形象和经济实力。

海汽在实施品牌战略中,先后培育了一大批品德高尚的美丽巴姐,她们相当一部分成为企业管理和部门管理的骨干;培育出了获“全国五一奖状”的文昌公司快车乘务班;运输一队“全国巾帼标兵岗”和“青年文明号”以及不少全国和省部级的服务明星班组在海汽基层涌现。涌现了林允忠、麦俏、阙文武、罗海燕、徐华丽等一批先进典型,他们是企业的根基,是品牌打造的生力军、是魅力海汽的形象代表。

高标准的硬件设施是品牌建设的重要一环。近年来,海汽投入巨资新建海口汽车西站、海口汽车南站、临高汽车站、万宁汽车站、文昌汽车站、儋州汽车站、琼海汽车站、保亭汽车站和黄流汽车站等汽车站,同时大



品牌铸就海汽辉煌,这一切凝聚着海汽集团领导班子的智慧

海汽人孜孜追求的目标。

2001 年,海汽领导在该司第十七届二次职代会上提出,实施“海汽快车”名牌发展战略,提出了“抓质量、树形象、创名牌”的经营思路,并导入 CI 系统工程对“省汽快车”进行包装,“省汽”变更为“海汽”,“省汽快车”更名为“海汽快车”。海汽司徽、海汽快车标徽及车体包装获得了国家专利。至此,海汽结束了无品牌产品的历史。

海汽决策层意识到:海汽快车品牌锻造成名牌,必须在提高服务质量上下功夫,藉此提升市场竞争力。

海汽审时度势,提出“同心、多元、创新、奋进”的企业精神,“抓质量、树形象、创名牌”的经营战略方针和“安全、舒适、快捷”的服务新理念,号召全体员工团结奋进,为实施名牌发展战略做出贡献。

2004 年,海汽导入 ISO9001:2000 质量管理体系,将“安全、舒适、快捷”作为海汽人的服务理念,开展海汽情感式服务。多年来,海汽在品牌建设中,全力塑造员工形象、车辆形象、车站形象,努力践行让“旅客满意在车站、舒适在途中、安全到终点”,“旅客满意是海汽人不倦的追求”的服务宗旨。

崭新的豪华快车加上温馨的情感式服务,便构成了“海汽快车”品牌的核心。2004 年海汽集团通过 ISO9001:2000 质量管理体系认证。

海汽快车以“服务优质、形象可人”锻造了自身的价值,拓宽了市场的空间,成为了最受旅客信赖的品牌。

如果说规范化的企业制度和先进的管理造就了海汽品牌的“形”,那么,优秀的企业文化就是海汽品牌的“神”。海汽用文化凝聚人心,统一员工的行为,规范员工道德,形成共同价值观。海汽围绕海汽品牌打造了文化精品,通过文化传播途径宣传营销海汽品牌,同时通过行之有效的培训机制将企业文化灌输到每个员工心中,大大增强了企业的凝聚力。海汽独特的文化为品牌建设提供了良好的平台和载体,海汽转会会员俱乐部、海汽艺术团、海汽男女篮球队、《海南汽运报》等紧贴企业实际,开展一系列营销活

刀阔斧改造市县车站的站容站貌,改善服务设施设备,为旅客营造了优美的乘车、候车服务环境。

海汽品牌的不断创新,其知名度、美誉度大大提升,使海汽成为海南客运的一匹黑马,市场竞争力大大增强。

海汽,再次驶入发展快车道。

提升品牌 谋求海汽大发展

志在高远,不断改革,是企业求生的必由之路。

2007 年 12 月 28 日,海南省汽车运输总公司顺利完成了改制——海南海汽运输集团有限公司正式挂牌成立。脱胎换骨的改制,意味着海汽集团从此将扮演新的角色,赢得发展的先机。

在汹涌的市场经济大潮中,如何维护、提升海汽品牌,增强其竞争力和影响力,谋求海汽大发展?这是海汽无法回避的现实问题。

“内外部的形势都在发生深刻的变化,海汽集团面对机遇和挑战应把握战略高度,率先求变。保持领先。品牌化建设正是海汽全面提升形象,修炼内功,立足于长远竞争优势的重要战略选择。”海汽集团董事长、总裁夏亚斌如是说。

挑战和机遇再一次摆在了海汽人面前。

以夏亚斌董事长、总裁为核心的领导班子高瞻远瞩,决定通过新一轮的品牌建设再次全面提升海汽品牌。

在今年第一届职代会二次会议上,一致通过将今年定为“海汽品牌质量年”的决议,决定对集团品牌现状进行系统梳理和把脉,并在此基础上进行品牌的维护和全面提升。集团高层同时确立了“引‘外脑’、谋发展”的品牌战略发展思路,决定采取向全国公开招标的形式,选拔出合适的品牌管理咨询公司,借助对方的专业知识,结合本司实际,全面推进品牌化建设。

通过全国竞标选拔,海汽集团最终确定厦门艾维思特管理咨询公司作为品牌建设战略合作伙伴,全面开展品牌维护和提升项目,为品牌发展注入全新活力。

今年 7 月 28 日,海汽集团品牌建设项目正式启动。

夏亚斌总裁在启动仪式上表示,海汽品牌发展已有 12 年的历史,海汽快车、海汽商务车等品牌扬名岛内,海汽集团的知名度和美誉度得到了提升。夏亚斌认为,品牌是需要发展和维护的,目前海汽品牌与国内外知名品牌相比尚存在一定的差距,有必要维护和发展。海汽与艾维思特携手打造全新的海汽品牌,将成为海汽发展史上的一个里程碑。坚信不久的将来,一个全新的海汽品牌将走向全国,走向世界。

海汽品牌战略顾问——厦门艾维思特管理咨询公司总经理王浩认为,创新和发展是海汽的必然选择,海汽把今年作为“品牌质量年”,对品牌进行重新梳理和定位,这表明海汽领导层高瞻远瞩眼光与魄力。艾维思特管理咨询公司与海汽通力合作,对海汽品牌进行维护与提升,将使海汽品牌提升到一个新的高度,绽放出新的光彩。

有关专家认为,质量是品牌的基础和保障,品牌是质量和企业文化、管理实力、竞争力的外在表现,品牌与质量是相辅相成的,实现企业名牌发展,必须抓好企业质量和品牌建设。专家认为,品牌不是花钱砸广告,不是简单做宣传,而是一个系统的、长期的、涉及到企业管理、人力资源、营销、生产等方面的工程。

围绕提升品牌这一目标,海汽将不断创新质量管理和品牌模式,提高管理的有效性和品牌吸引力。创新质量管理体系方面,在该公司现有的 ISO9001:2000 质量管理体系的基础上,推行更为简单易行的“6S”(整理 seiri、整顿 seiton、清扫 seiso、清洁 seiketsu、素养 shitsuke、安全 security)服务现场控制模式,加强和完善海汽品牌 CI 设计和实施,提高质量管理的有效性;同时,大胆创新品牌模式。对海汽快车、海汽商务车、海汽普通车、海汽旅游车、海汽公交车、海汽出租车、海汽快递等服务产品的功能重新进行市场细分和定位,在不断完善品牌内涵和外延基础上,加大发展和传播的力度,抓住海南国际旅游岛建设和东环铁路建设的契机,加大海汽旅游、海汽公交的投入,扩大市场份额,形成规模和品牌经营,营造新的经济增长点。通过创新品牌,使海汽成为全国交通运输行业的王牌。

实现名牌发展,人才是关键。海汽集团有关负责人表示,为推进品牌建设项目,该公司将加强员工队伍的教育培训,制订一套与企业名牌发展相适应的员工培训计划,结合岗位需要,有针对性地加强员工的岗位知识和技能的培训,让优秀人才脱颖而出。同时,从品牌打造的需要着手,有目的地选聘部分优秀员工充实到生产一线,为品牌建设服务。

雄关漫道真如铁,而今迈步从头越。历经数十载的沧桑坎坷,海汽集团如今站在了新的历史起点上,蓄势待发。

好帆凭借力,助我破浪行。海汽集团将乘着品牌建设的东风,再次扬帆启航,破浪前行……

(姚伦茂 陈健 麦世晓)



温馨服务暖人心

各界人士点评海汽品牌



●梁中国 (国际品牌联盟中国区主席)

海汽集团作为海南知名的大型国企,能率先向全国公开招标开展品牌建设项目,这表明海汽高层富有战略眼光。为什么中国的企业普遍竞争力不敌欧美企业,纵然原因很多,但缺乏品牌意识是其中重要因素。好在像海汽这样的一批有着前沿品牌意识的中国企业已经出现了,他们开始从生产导向转变为市场导向,注重内外功兼修,将品牌建设上升到战略高度,这不仅奠定了自身未来的发展优势,更是对整个海南越来越

●解艾兰 (名牌与市场专家委员会主任、中国国际名牌协会会长)

品牌建设中国很多企业在谈,但是很多只是停留在做广告做宣传的层次,显然对品牌理解有偏差。海汽集团则让我感到很欣慰,他们将战略、定位、传播、形象和活动统一在系统的品牌建设体系下,全面有层次,始终围绕海汽品牌的打造铺开。这才是科学有序的品牌建设,也是我们提倡的。只有这样我们才会有更多真正有竞争力的民族品牌诞生。



●徐国定 (海南大学形象研究室主任)

祝贺海汽集团在品牌建设上取得骄人成绩。客运行业是对全社会意义重大的行业,这个行业之前是缺乏品牌意识的,重生产胜过了重品牌。但产业改革的趋势告诉我们,品牌就是一种管理,一种创新机制。海汽集团品牌建设值得称道,不是因为它今天取得的成绩,而是它已经开始将品牌

●孙凯 (海南省民族歌舞团团长)

首先祝贺海汽集团在此次“跨越辉煌 60 年——海南最受消费者喜爱品牌”评比中荣登榜首。海汽品牌在这次评选中能够取得如此佳绩,这与海汽人长期的努力是分不开的。作为海南乃至国内知名的道路客运企业,海汽一直有一种敢为天下先的勇气和魄力,在品牌建设的道路上孜孜以求,无论是 12 年前推出海汽快车,还是今年面向全国品牌咨询公司公开招标品牌战略深度合作伙伴。



海南岛的未来建设与大发展,需要涌现出更多的像海汽一样的品牌。希望海汽能够继续高举品牌大旗,为海南的品牌建设书写更辉煌的篇章。



●王健生 (海南省旅游研究会秘书长)

从海汽快车到如今的海汽商务车、海汽快递、海汽旅游,海汽品牌家族不断壮大,凸显出“海纳百川,汽运天下”的豪情与胸襟。眼下海南正在全力打造“国际旅游岛”,在这个过程中,海汽承载着岛内外道路客运的畅通与保障任务,就是海南一扇对外的窗口。可以说,在整个“国际旅游岛”建设中扮演着至关重要的角色,海汽品牌建设任重道远。

这次评选,说明了海汽品牌再次赢得了社会的认可,用“实至名归”来点评恰如其分。衷心希望海汽品牌能够做强做大,为海南国际旅游岛建设做出更大贡献!

●孙志国 (海南省商贸行业品牌建设领导小组办公室成员)

海汽快车作为海南省道路客运行业的一面旗帜,成为海南人民岛内中长途出行的首选。这在很大程度上得益于海汽这些年来在品牌建设上的努力。经过 12 年的精心打造,海汽品牌不断发展壮大,为海南道路运输事业做出了巨大的贡献,赢得了市场,也赢得了海南人民的心。相信在未来的发展中,海汽品牌一定会再创辉煌,给全省人民带来更大的惊喜。



●王浩 (厦门艾维思特管理咨询公司总经理)

此次海汽集团荣登“跨越辉煌 60 年——最受消费者喜爱的海南标志性品牌 60 强”榜首,可谓实至名归。这是海汽集团多年来坚持品牌发展战略的结果。海汽集团作为海南品牌建设的领军企业,其先进的理念和骄人的成绩一定会促进海南更多企业走上品牌化发展的道路,这对于整个海南国际旅游岛建设和海南明星企业涌现都是大有裨益的。

我们公司很荣幸能作为合作伙伴为海汽品牌化发展尽一份力量,再次向海汽集团表示祝贺!

●韩俊元 (第一代“海汽人”代表)

海汽能荣登这次评比榜首,作为一名“老海汽人”,我感到非常的光荣和自豪。

我是“第一代”海汽人,58 年来亲眼目睹了海汽不断发展壮大的历程,也感受到了海汽品牌的强大给我们员工带来的实惠。可以说,“海汽”这两个字已经融入了我们一代又一代海汽人的情感和心血,成了我们生命的一部分。我们坚信,海汽品牌一定会给全省人民带来更多的惊喜。

