



驻郑敌军没等战役打响就弃城逃窜

中原野战军4个纵队围攻郑州,守敌惊慌北逃,战役提前打响

冤家路窄 守敌曾是我军俘虏

1948年9月,我山东野战军发动了济南战役,围剿国民党王耀武兵团,蒋介石害怕我军围攻战略要地徐州,紧急命令驻防郑州的第16兵团第3军东援徐州。9月初,又命令驻扎新乡的40军和第12绥靖公署率106师、268师移防郑州,企图继续控制郑州这个平汉、陇海铁路交会的战略要地。9月初,40军派遣两个师的兵力移驻郑州。

40军其实不算是正规军,确切地说是国民党收编的地方部队,而李振清算是个地方土匪。这支部队,曾被我军先后两次歼灭,李振清本人也曾是我军的俘虏,所以郑州战役还没打响,李振清就被吓破了胆。

10月上旬,我中原野战军解放了郑州周边大部分地区,从当时整个形势分析,郑州周边除了以北的新乡、安阳等地区有部分匪敌外,以东、以西、以南等部分地区都成为解放区,对整个郑州形成了一定的包围之势。



解放郑州部队进行攻克城墙战斗训练。(空降兵某军史料)

1948年10月,中原野战军4个纵队根据指示挺进郑州周边,郑州守敌40军逃回老巢新乡的道路已经被我军封锁,俨然成了瓮中之鳖。解放军做好了充分准备,解放郑州战役于10月22日提前打响。

晚报记者 董洪刚/文 王梓/图

完成合围 从4个方向切断敌人出路

中原局、中原军区决定乘敌立足未稳,动摇不定,夺取郑州。10月13日,中原局和中原军区在禹县拟定攻郑部署和战役计划,下达了作战预先号令。邓小平指出:我军夺取郑州,李振清势必乘机北逃新乡,只有这一条路。为此,务必派出一支强有力的部队,切断敌人的北逃通道,全歼守敌不放走一个敌人,确保黄河大铁桥不被敌人破坏,务必确保毛主席指示的落实。

10月18日下达攻取郑州的基本命令,原定25日夺取郑州(注:对于原定夺取郑州时间说法不一致,认为是25日的,说因发现敌

人有北逃现象于是提前到22日;第二种说法是原定22日,记者几经查找都没有找到命令原件或复印件)。中原局和中原军区决定拿出晋冀鲁豫军区4个纵队夺取郑州,战役由陈赓、陈锡联统一指挥。

中原区首长决心以第一、第三、第四、第九4个纵队,全部歼灭郑州城内守敌,控制郑州,使中原与华北两解放区连成一片,创造大量歼灭敌人的条件。遂以第一、第三纵队为东兵团,由郑州城以南至东北方向突击;以第四、第九纵队为西兵团,由郑州西南至正北方向突击;以豫皖苏军区第一、第五两

军分区3个基干团位于开封以西地区,破坏陇海铁路,阻击开封之敌西援并截击可能由郑州东逃之敌。华北解放军一部同时对新乡以南、黄河铁桥间之敌发起攻击,二、六纵队阻截北援郑州的国民党军,以协同作战。同时,陈赓、陈锡联、杨勇、秦基伟同志根据刘少奇、邓小平和陈毅的指示,在禹县拟定了具体的作战计划。以一纵队于郑州以东、三纵队于郑州以南、九纵队于郑州以西以北、四纵队为预备队,进行向心突击,从4个方向切断守敌出路,全歼敌人只是时间问题。

弃城逃窜 敌军北逃,战役提前打响

有趣的是,守敌得知我军兵临城下时,恐慌万分,在22日6时左右,放弃防守工事,弃城往北逃去,试图在我军防御工事没有修筑完备前,逃到老巢新乡,郑州战役也因为敌军逃跑而提前打响。

孤立无援的守敌选择北逃,而中原野战军九纵的进攻的位置恰好就在郑州城与黄河大铁桥之间。九纵队司令员秦基伟、政委李成芳、参谋长何正文、主任谷景生在接到作战命令后,当即做了详细周密的作战计划。秦基伟在作战会议上指示:守敌40军战斗力不强、素质低劣、士气不高,其他的也好不了多少。我纵队作战的指导思想是:“死猫要当活虎打”。

之后,九纵27旅旅长崔建功指示驻守薛岗、苏家屯一线阻截北逃敌人的我79团团长任应、政委田耕,“关门打狗”,必须将门关死。

群众支前 纷纷表示解放军要啥给啥

群众都表现出了极大热情,豫西四分区及时组织各地群众参加支前工作。群众纷纷表示:“解放军要啥给啥,需要多少给多少。”四分区群众迅速组织了50辆大车,自动运往30里外的兵站,每趟运粮草1万余斤。

据当时各县的不完全统计,群众参军参战者3317人,支前民工20328人,派担架3219副,出大车3579辆,小车1350辆,挑子1200个,修建桥8座,修公路97里,牲口11222头。支援柴草784000斤,粮食207万斤,食盐1090斤,食油11125斤,肉类28850斤,现金22万余元,架电话线35里,运送荣誉军人420人,运输公粮、弹药等5310420斤。

本文综合原九纵27旅79团团参谋长、某军原副军长靳钟采访内容及某军政治部、郑州市委党史研究室等提供史料

【推动中植汽车城发展的祭器(之产品篇)】

让产品都学会思考

2004年开业,2005年销量1700辆,2006年3200辆,2007年8000辆。在河南,中植汽车销售服务有限公司(以下简称河南中植)这几年把一个叫奇瑞的自主品牌推到了巅峰。这些数字的背后,到底站着什么?实际上,于汽车生产厂家和消费者之间的才是汽车经销商,他们处于一个中间地带,上承企业下接消费者:买进产品,卖出产品,很多时候像是没有思想的机器人,机械地重复着两个简单的动作——“进出”。但是河南中植却在这一过程中注入了自己的思想。因为他们“走出去”的产品已经不完全等于“引进来”的产品了。

量身定做:你要什么 我们给你什么

一千个消费者,会有一千个需求。你需要什么,我就给你提供什么,这叫量身定做。当中间商依据市场从“向消费者要效益”转变为“向供应商要效益”时,产品就成了大有作为的利器。河南中植在汽车城

的运营中也发现了这一点,于是,“定制式”营销在汽车行业诞生了。

“10个人喜欢天窗、不喜欢真皮座椅,20个人喜欢真皮座椅还喜欢天窗,好,我们调查的结果是这样,那我们就去和厂家说,只要够一定数量,厂家都满足我们,这边又不耽误消费者。”河南中植董事长卢义峰管这个模式叫“定制式”:客户选定车型后想要什么配置只需一列清单,15个工作日就提车。“真正卖得好的车只有两三款,但即使是这两三款,各人的要求也不一样,尤其是价格和配置。今年5月前后,河南中植连推欢腾派、尊享派、逍遥派等5款‘定制式’A5,备受都市时尚家庭欢迎,在不到40天的时间里全部销售完毕且创下单日销售26台的佳绩,市场反应很好。”卢义峰说。

研究产品:做一个有“大脑”的链条

对于一个商人就要时时刻刻研究市场,研究产品、研究消费者的需求,让自己的产品满足消费者需求,在市场竞争中占据一席之地,除了做到“人无我有”,还要做到“人有我优,人优我鲜”。

“一款车,哪个排量卖得好、一个排量哪个车型卖得好都可以细分出来,通过对客户需求调查,将用户的需求信息与我们的加、改要求反馈厂家以得到适合的产品,就形成了更好的供需关系。在买与卖的链条上,中植已经不再是一个简单的中介,而是一个能自己独立

思考、敢于出创意、有思想的链条。”卢义峰说。

奇瑞东方之子出身被定位于B级车。早在它诞生的时候,一位业内人士就这样评价,“奇瑞东方之子为中国的商务车市场掀起了‘价值取向’的重新定位。”但是,河南中植却为东方之子注入了新的概念——家庭用车。“因为价格合理,东方之子也可作为一款适合家庭使用的私家车。”老卢说。这一概念的提出,实际上给东方之子开辟了两条道路,一条通向商务群体,一条通向普通的家庭。这样,东方之子等于有了两个“生计”。而在市场竞争日益激烈的今天,会两条腿走路,当然在面对市场洗礼的时候有更大的胜算。

价格、服务:给产品锦上添花

产品好并不等于产品好卖,消费者还是倾向于购买价格实惠、服务有保障的产品。中植汽车城在一年成长中发现,价格从来就是为产品锦上添花的,价格的竞争对于中植来说不算竞争,因为优势尽握。“河南中植从诞生那一天起,就是在价格战的血雨腥风中一步步壮大起来的,打价格战我们从来不怵任何对手。”中植总经理段永岗说。中植依托“标准4S店+大卖场+汽车城”的规模优势,大批量储备库存资源,可以从奇瑞厂家拿到一些额外的销售返点,正是有此做保障,中植的车型要比市场上同类产品卖得便宜。



而十几年与汽车用户打交道的感触让董事长卢义峰深谙营销服务的真谛,中植的含义就是“根植中原,服务四方”。也许,买了中植车的人说话最有说服力,“从我买东方之子至今已和中植打了近四年的交道,可以说每次到中植,他们的服务面貌都会给我一个惊喜!”郑州大学奇瑞车主李先生说道,“尤其是汽车城开业后,我到这里次数很多但不是修车,而是带同事过来买车,宽敞的试驾场地、舒心的环境、热情的接待都给我们留下了深刻的印象。同事们对中植的评价都非常不错,这也让我很欣慰!”

河南中植汽车销售服务有限公司 (奇瑞汽车河南钻石级销售服务商)

销售热线:0371-67275555 67259996 67520333

经销地址:中植中原4S店 中原西路116号
 中润北环4S店 北环汽车交易中心对面
 中植奇瑞汽车城 西环路与化工路交叉口向北1000米路东

