

楚调节方法。

(2)操作人员常使用操作台上Ⅰ线速度增减电位器整体改变Ⅰ线速度,但干燥部分速度不随Ⅰ线速度变化。在速度增减不大时,浸泡部分与干燥部分可以通过两者之间的接近开关匹配速度,但其调速作用是有限的。若速度无法匹配,会使胎面无法满足质量要求。因此应设定好配方参数,在Ⅰ线速度增减较大时,通过调用配方后重新启动生产线改变生产线速度,避免浸泡与干燥部分速度不匹配。

(3)开机上料前应注意使光电开关正对反光板,否则,调节辊在下极限位,而后段输送带已加速,一上料部件就会被拉伸。另外,部件较窄时应

注意部件是否偏离未能挡住光电开关,否则也会拉伸部件。

3 结语

经过对设备的调整,胎面生产线的运行达到了预期的效果,胎面的一次合格率从41.2%提高到91.2%,子午线轮胎的动平衡合格率从50%左右达到90%以上,以前月平均产量仅2.6万条,月最大产量2.8万条,现在月平均产量达到3.3万条,月最大产量3.5万条,为我公司子午线轮胎年增产量8.4万条、年增产值840万元提供了设备保障。

收稿日期:2004-02-15

成山集团在京发布全新企业形象

中图分类号:TQ336.1 文献标识码:D

山东成山集团股份有限公司(以下简称成山集团)4月18日在北京人民大会堂举行了“千帆并举,共拓九洲”全新企业形象新闻发布会,宣布启用全新的企业标识,为企业打造中国民族品牌、更好地实施国际化发展战略奠定品牌形态基础。

新的企业标识为:,在白底红色排列字母“chengshan”的上方,一条红色的弧线飘然跃起。董事长车宏志解释说,红色飘动的弧线象征着轮胎奔驰的轨迹,预示着成山集团有决心、有实力争创中国名牌乃至世界名牌。新标识很好地展示了成山集团的企业精神和经营理念,有助于提升成山集团在客户心目中的形象,有利于提高公司的凝聚力和市场竞争力,不仅能够有效传递企业精神,而且是公司成功实施品牌战略的第一步,是成山集团在新的发展阶段重要的品牌创新举措。

长期以来,成山集团依靠科技兴企的发展方针,实施“优质高效、规范管理、技术领先、诚信经营”名牌兴企战略,以增值服务打品牌,以优秀的企业文化固品牌,以质量体系造品牌,以技术创新升品牌,在质量、规模和技术等方面领先。成山集团仅用27年的时间走完了国内同等规模轮胎企业80年的发展之路,创造了我国轮胎工业史上的一个奇迹。

目前,“成山”是我国轮胎工业十大轮胎民族品牌,同时是我国轮胎行业“中国驰名商标”。成山集团成立于1976年,最初只有员工66名、资产不足48万元。而今成山集团已发展成为年销售收入35.1亿元、跻身世界轮胎排名第13位的国家大型轮胎企业。为不断增强企业的科研开发实力,成山集团每年将销售收入的3%~4%作为科研经费,目前已经建成国家级技术中心和博士后工作站,多次荣获国家科技进步奖,是全国轮胎行业迄今为止荣获科技奖励档次最高、获奖项目最多的轮胎企业。随着成山集团品牌经营意识的不断增强、技术创新步伐的加快,产品质量已与国外同类产品相当,所欠缺的就是对轮胎品牌的宣传,这也是我国轮胎工业至今还没有“中国名牌”的重要原因。

近年来,成山集团对品牌建设的投入正逐年增加,并与北京大学联合创办了“荣成北大科技园”,园区研发中心将主要从事轮胎原材料上游产品研发,这将对成山产品的技术进步提供强有力的支撑。此次成山集团全新企业形象发布会的举行不仅会大大提高企业和产品知名度,升华成山集团的经营理念,创造和形成统一的公司形象,而且向世界证明,成山集团有决心、有实力争创“中国名牌”乃至世界名牌。车宏志表示,成山集团未来5年的目标是:力争成为规模千万化、管理信息化和经营国际化的百亿轮胎企业集团。

(山东成山集团股份有限公司 董兆清供稿)