

3 产品性能

将封隔器胶筒放入地面模拟试验装置(根据封隔器座封原理设计:罐体长 1 700 mm;罐体内径 125 mm;介质 柴油;最高试验温度 150℃;最大试验压力 100 MPa)进行模拟密封试验,结果胶筒性能达到要求。

4 结语

在油田 3 000 多米深井开采作业中使用证明,耐高温高压封隔器胶筒的应用大大减少了封隔器的作业次数,降低了作业成本,显著改善了现场开采效果。该产品的社会和经济效益好。

(河南濮阳中原油田采油工程技术研究院
杨凤香供稿)

不断走向国际市场的双星集团

中图分类号:F270;TQ336.7 文献标识码:C

早在 20 世纪 80 年代初,青岛双星集团有限责任公司的双星鞋就风靡神州,然而双星集团并不只是盯住国内市场,而是靠不断提高产品质量,逐渐拓展国外市场。

初闯国外市场,每双双星鞋价格不到 1 美元,这时的双星鞋销售是典型的微利甚至赔本买卖,但为了立足国际市场,双星人坚持一面学习外国先进管理经验,一面创新技术、提高质量,不遗余力地寻找每一个市场机会。

双星集团在 1988 年取得自营出口权后,抓住当时制鞋工业由发达国家向发展中国家转移的机会,采取“多口岸、多渠道、多形式、多花色、多品种”的“五多”出口方针,同世界制鞋企业展开激烈竞争。1992 年,双星集团通过在纽约、新加坡和中国香港等国家和地区召开新闻发布会、举办鞋展等活动,促使双星产品大步迈入国际市场,尤其是在美国还刮起了一阵双星风。

在开创市场的过程中双星人认识到,要想长久立足于国际市场,就要脚踏实地做好出口工作。本着强民族品牌、为国争光的信念,在产品质量管理上,双星人始终牢记“质量第一”的宗旨,提出“企业什么都可以改革,唯有质量第一不能改革;

企业什么都可以原谅,唯有质量问题不可以原谅”的质量管理理念,建立健全了从原材料采购到成品出口的一条龙质量管理体系。按照“搞好产品质量就是最大爱国”的思想,双星集团制定了共有 2 000 多个条款的“质量法规汇编大全”,从而在产品出现质量问题时可依据法规考核责任人,一追到底。严格的质量管理使双星集团于 1998 年在同行业中率先拿到了通向国际市场的绿卡——产品出口免检证。

为了塑造中国名牌产品形象,双星集团还加大了高科技创新力度,并先后聘请了著名教练马俊仁作顾问、国际知名奥运画家比利奇作设计师,推出了空调鞋、新概念奥运系列鞋等高新技术产品,并及时将这些新产品销往美国、日本等国家,大大提高了双星产品的声誉。

在企业管理上,双星集团提出了“超标准考核”、“超微机管理”、“抓人质保品质,提高企业综合素质”等管理思想,同时借鉴国外先进管理经验,率先在企业进行体制改革,以适应多变的国际市场环境。

在双星品牌高级运作阶段,企业管理达到了“严、高、细”的要求。2001 年 4 月,一位客户在参观厂区时惊奇地发现每棵树上都挂有一个小牌,小牌上写着负责该树修整管理人的姓名,他赞叹到:“双星集团的管理能细化到每片草、每棵树,我还有什么不放心的”,于是一次性订购了 20 万双鞋。大到车间,小到角落,双星集团一流的管理水平让美国 PSS 公司、日本 CEO 公司、韩国学山公司等客户佩服不已。

经过多年不断努力,双星集团的鞋产品已由原来的 1 种解放鞋发展到包括 45 个系列、1 000 多个品种、5 000 多个花色的产品规模,而且还以平均每天开发 3 个新品种的速度将产品推向市场。

现在,双星产品的销售区域已扩大到美国、日本、德国、南美、澳洲等 200 多个国家和地区,年出口创汇 5 000 多万美元,双星集团已成为中国制鞋行业的领军企业。

(青岛双星集团有限责任公司 张艾丽供稿)