

IEC17025; 2005 新准则运行的实验室, 实验检测水平达到了新的高度。在成本管理上, 公司面上开展了“三个一”活动, 通过内部节能挖潜和成本细化来降低生产、管理、销售各项费用。公司万元产值耗标煤比上年降低 20.3%, 耗水降低 27.2%, 耗汽降低 2.9%, 管理费用比例比上年降低了 5%。在设备管理上, 通过开展“示范机台”和“设备 TPM”活动, 提高了设备精度和自动化程度, 减少了人为的质量缺陷。全年完成设备改造 410 项, 重点改造 108 项, 降低了设备维修费用, 提高了劳动生产率, 对产品质量形成有力促进。在精益生产上, 先后出台了《2005 年精益生产推进战略》、《精益生产推进评价体系》和《改善提案运营基准》, 增加了质量、成本、生产率三项指标考核指标, 建立了“精益生产推进室资源库”, 为实现可持续发展奠定基础。公司全年完成提案 748 件, 提案实施率达到 75%。

5 品牌效应拓展市场

2005 年, 玲珑品牌先后被授予“中国行业十大影响力品牌”和“中国行业十大畅销品牌”, 玲珑轮胎因质量优异被指定为“2005 年中国卡车大赛”专用轮胎。公司也被授予“中国品牌建设十大杰出企业”。良好的品牌形象和较高的市场知名度, 结合公司的“稳”、“抢”、“量”、“道”营销理念, 使市场网络迅速拓展, 占有率一路攀升。在国内公司成为全国近 20 家汽车生产商的战略合作伙伴, 重点进行了二级零销市场网络完善和终端市场触角的延伸。在国际市场上, 大力发展外向型经济, 培育国际知名代理商, 先后与世界四大轮胎巨头建立合作关系, 使公司的国际销售网络遍布世界 120 多个国家和地区。

6 文化建设成绩斐然

山东玲珑树立“长久经营靠质量, 永久经营靠文化, 要卖产品, 先卖文化”的经营思路, 高度重视企业文化建设。结合公司 30 年厂庆, 先后开展了“我与山东玲珑”征文、30 年厂庆书画展、企业主题歌征集和“青春风采”舞蹈大赛、体育比赛等一系列文体活动, 拉近了员工与企业的距离, 突出了“文化服务发展、文化凝聚人心”的主题。组织召开了公司第三届党员代表大会和一届三次职工

代表大会, 推动公司的民主建设健康发展。与建设“诚信招远”, 打造“平安金都”活动相结合, 强化员工诚信意识, 架构了金融安全区, 树立了良好的外部形象, 为构建和谐社会作出企业应有的贡献。

2006 年山东玲珑总的工作目标是完成轮胎总产量 1200 万套, 变压器 2400 台、橡胶机械 100 台(套)、钢圈 20 万件, 发电 2.4 亿度, 炭黑产量达到 3.6 万 t, 钢丝 1.65 万 t, 水泥厂生产水泥 38 万 t; 水泥砖 1570 万块。全年完成销售收入 68 亿元, 出口创汇 3 亿美元。

2006 年, 是公司发展史上一个重要的“调整年”, 公司的经营思路将由技改拉动转向管理推动, 要依靠提高全员素质, 加大市场开拓, 重推自主创新, 强化内部管理, 保证生产经营目标的顺利完成。一是启动“素质再造”工程, 狠抓两个队伍建设, 以一流员工创一流企业。二是抓好五个管理, 提高四种速度, 向管理要效益、靠管理促发展。三是紧扣市场脉搏, 参与国际竞争, 开创全球营销新局面, 做“大”更要做强”。四是加速产品结构优化升级, 打造科技型企业新形象。五是抓好八大项目建设, 快速形成生产能力, 增强企业可持续发展后劲。通过项目总量、质量和推进速度的控制, 推动公司在短时间内形成规模优势, 良性循环, 实现企业的可持续发展。六是突出“以人为本”, 坚持与时俱进, 营造特色文化, 建设和谐企业。

三工打造子午线轮胎竞争新优势

山东三工橡胶有限公司以发展为主题, 以管理为中心, 加快了子午线轮胎项目建设力度, 努力打造子午线轮胎竞争新优势。

一是加大资金投入力度, 推进项目建设。

投资 2147 万元加快推进子午线轮胎项目建设。基础设施建设共投资 248 万元, 新建了 2681m² 的成品库一座、882m² 接跨车间一个、油罐池 2 个、密炼车间压片机基础一个等。为适应新形势和满足市场需求, 购进了二辊成型机、双模自动硫化成型机、三角胶敷贴机、工字轮、钢丝缠绕轮、钢丝型辊等设备 217 台套, 合同金额达 1740 万元。同时, 购进模具等 46 台套, 合同金额 159 万元, 保障了生产的稳步进行。

二是强化过程控制,提高产品质量。

首先,生产源头抓质量。原材料引进是生产的第一步,是产品质量的基础。为提高子午线轮胎检测水平,筹建了子午线轮胎检测中心,对原材料用等同或高于国家标准进行检验,从源头上控制产品质量。

其次,生产过程抓质量。对子午线轮胎生产的每一道工序、每一个环节都制订了相应的质量控制程序,实施了一系列控制措施,对各工序加大了专检、自检、互检力度,不合格半成品不准进入下道工序,每一条成品轮胎必须经过X光机检验合格后方可出厂。通过严格的自检、互检,及时查出并避免了质量问题的出现。

再次,提高全员质量意识。加大了对子午线轮胎厂员工的质量意识教育,使“全员抓质量、环环讲质量”的质量文化深入人心。通过开展“学操作、学规程、学制度、学标准”和“月度质量标兵”活动,提高了广大员工的工艺技术水平。将质量指标完成情况作为绩效考核的一个方面,严格兑现奖惩,充分调动了全员积极性,努力营造“人人重视产品质量”的浓厚氛围。

三是强化营销管理,提高市场竞争力。

首先,规范市场管理,理顺了市场管理秩序。

其次,加强市场开拓,积极实施品牌化战略,加强“三工”、“黑蚂蚁”产品的宣传力度。

再次,提高服务意识,制订并实施了《三包理赔政策》,对客户实行跟踪管理,对市场信息及时反馈。

周显江

风神轮胎个性化工程机械轮胎 生产见成效

随着斜交载重轮胎市场的逐渐萎缩,许多轮胎制造企业尤其是小型轮胎制造企业纷纷把目光投向竞争相对较弱的工程机械轮胎市场。目前能生产工程机械轮胎的厂家由2000年前的不足10家增加到20多家,工程机械轮胎市场竞争日趋激烈。风神轮胎股份有限公司作为国内最大的工程机械轮胎制造基地,要在该市场上立于不败之地,除了靠规模和质量外,还要积极与市场结合,增加产品的创新性,扩大轮胎应用领域,增加轮胎使用

功能,发挥在工程机械轮胎设计制造领域的优势,使其成为行业的领跑者。为此该公司技术部门将个性化工程机械轮胎作为开发的重点。2005年个性化工程机械轮胎生产已见成效,三大个性化工程机械轮胎产品系列:G-26(L-3)系列、G-24(L-5)系列、港口专用系列生产已初具规模。

G-26系列包括17.5-25-12/14/16PR、20.5-25-12/16/20PR、23.5-25-16/20/24PR、26.5-25-28PR有内胎和无内胎两种型式共计19个品种。花纹是该公司第一个外观设计专利。该花纹是在认真调查用户意见,潜心研究国内外轮胎设计特点的基础上研发成功的。首次将设计复杂的混合花纹用于工程机械轮胎,增加了轮胎的使用范围。该花纹不仅被“龙工”指定为配套轮胎,定牌加工“龙工”商标,而且国外多家轮胎经销商贴牌加工销售该种花纹轮胎产品。

L-5(G-24)花纹系列包括17.5-25-16PR、20.5-25-16/20PR、23.5-25-16/20PR共计5个品种。该花纹轮胎全部为无内胎轮胎,面向出口市场,该花纹轮胎产品胎面厚实,花纹设计为直横向花纹,花纹块面积与轮胎行驶面的比例高达80%,花纹为超加深花纹,花纹深度为普通花纹深度的2.5倍,胎面胶采用耐切割配方,轮胎耐磨、耐刺扎、耐切割性能优良,特别是在各种矿山、煤田、建筑工地等极恶劣的施工现场能发挥其经久耐用、高效率的使用性能。

“港口专用”系列工程机械轮胎是国内首次推出的专门用于港口集装箱吊车等港口专用机械的轮胎,包括21.00-25-36/40PR、14.00-24-28PR、16.00-25-32PR、18.00-25-40PR等有G-12/30/31三种花纹型式,有内胎和无内胎两种结构共计7个品种。该系列产品已试制5个规格,其中2个规格已正式投产。该系列轮胎在结构设计、配方设计和施工设计上采取了多项措施以适应港口机械要求轮胎高气压高负荷的特点。在进行港口专用轮胎市场推介后,国内及国内市场需求旺盛,纷纷要求订购该种轮胎,首批生产的轮胎已发往国内港口试用。

2005年个性化工程机械轮胎已全部投产或试制,截止到2005年12月,该3大系列产品已生产近3万条,创产值一亿多元,经济效益和社会效益显著。

何红卫