

行业动态

山东玲珑入选 2005 年度 中国企业信息化 500 强

日前,由国家信息化测评中心主办的“中国企业信息化 500 强”调查与评选揭晓,山东玲珑橡胶有限公司再次入选 2005 年“中国企业信息化 500 强”,名列第 259 位,比 2003 年提升 33 位。

近年来,山东玲珑的企业信息化建设是以“优化资源整合、提升管理创新”为核心理念,围绕建设“数字玲珑”的战略目标,按照“总体规划、效益驱动,分步实施,重点突破”的思路,以数字技术覆盖整个企业运行的全部过程。信息化应用领域已经包括了生产过程自动化控制、财务管理、进销存管理、办公自动化、技术管理、质量管理等领域。战略目标是建成适应信息化发展的基础设施和多功能、高效率的网络体系;基本普及现代信息技术在企业所有领域的应用;生产过程自动化、办公信息一体化。

此次入选 500 强的企业占整个国民经济收入的 1/3 以上,主要评价指标源于中国企业信息化指标体系,可以与国家信息化水平评价体系接轨。在今天,企业评价的标准有所变化:强健有力要比规模庞大更具未来价值,而企业的信息化水平正是构成“强健有力”的重要内容。在我国,以信息化带动工业化,已成为基本发展战略。可以说,对于 21 世纪之初的中国企业来说,信息化已经成为它们成长向上所必须要面对的生存环境,成为它们发展向前所必须要抓牢的一条主线。国家信息化测评中心胡建生副主任在讲话中就此认为:近年来各地各行业广大企业在信息化领域的探索和实践,正在成为这个时代、这个社会、这个国家的活力之源、财富之源、创新之源!因此,本次“信息化 500 强”也可以说是信息社会的新“财富 500 强”。

“中国企业信息化 500 强”调查还显示,企业信息化正在进入深水区。500 强企业的多数进入了信息化的深度应用阶段。表现为,信息化决策主要集中在企业的最高管理层(特别是 70% 以上的企业集中在企业的经营管理层),业务决策体系对信息化建设进行决策、管理和控制成为主要的模式,信息化的机遇和风险都在加大。

刘纯宝 王 玉

黄海一季度实现销售回款 同比增长 14%

2006 年一季度,黄海橡胶集团公司面对轮胎原材料价格持续高位的严峻形势,适时进行了市场战略转移,调整了销售政策,销售业绩取得较大突破。今年第一季度实现销售回款同比增长 14%。

进入 2006 年以来,该公司通过多次对产品价格进行论证,目前全钢载重轮胎部分规格产品价格上调了 2 个百分点,斜交轮胎价格在 3 月 1 日开始上调了 10 个百分点。面对原材料价格居高不下,尤其是天然橡胶价格不断创新高的严峻形势,调价只是提高效益的途径之一,而在整个销售工作中比较大的动作便是战略调整。本着“以盈利为目的,以效益为中心”的原则,该公司提出了 2006 年以全钢载重轮胎为重点、力推半钢轮胎、削减斜交轮胎的策略,并在全公司范围内提出了要树立“全厂围绕销售转,思想围绕市场转”的观念,以市场的发展规律为准则,坚定“以销定产”的思维模式,同时拟出台以激励与约束相结合的新的业务激励办法,最大限度的提高业务人员的积极性,并将施行“多销多得”的奖惩办法。营销思想的转变直接影响到营销业绩的提升。2006 年前 2 个月国内销售回款同比增长 55%,2 月份国内销售回款同比增长 172%,3 月份国内销售回款比 2 月份增长 95%。

另外,该公司还提出实施企业精细化管理,依据这条主线,在全国市场范围内采取了精耕细作的操作方式,分别对全钢载重轮胎、半钢轮胎、斜交轮胎 3 个市场、产品系列及区域市场进行细分,找准产品的市场定位,进行深度营销。在对区域