

## 双星鞋力踏“高端路线”

近年来,双星集团积极把握市场和消费群体变化趋势,增强信心,积极开发高端鞋类产品,抢占高端市场,使双星在北京、武汉、长沙、南京、宁波、济南、沈阳、太原、天津等地进大商场、建大形象连锁店步伐加快,展现出了强势品牌形象,促进了双星鞋业在激烈市场竞争中更快、更好地发展。

据双星集团经营人员介绍,随着我国城市范围的扩大,消费区域发生了很大变化。过去一类的商业区,现在有的成为顶级商业区;过去二类商业区,现在很多成了一类商业区;过去一般的地区,现在也变为二类商业区。同时,消费群体发生了大的变化,特别是大部分农村青年进城务工以后,市场经营的中心和重点应该在城市、在县城、在城乡结合部。因此,双星集团审时度势,及时推出“进高端,卖品牌”的企业发展战略,加大“进高端、卖品牌,进军高端市场”的力度,鼓励生产和市场一线拧成一股绳,拼搏进取,抢占高端市场。

双星挺进高端市场采取了“五个定位、一个管理”策略:一是定好商圈的位,达到“三个占领”,即占领城市的高端市场,占领县城的高端市场,占领城乡结合部的高端市场。二是定好产品的位。分区域把产品定好位。三是定好开发的位。满足高端市场的特点和要求。四是定好价格的位。就是形象、产品和价位一个档次。五是定好形象的位。注重产品的外在形象——做工和款式,也注重产品内在形象——质量;既注重连锁店的外观形象,也注重店内装潢形象;既注重双星名牌知名度的形象,也注重双星名牌含金量的形象,做到用高档服装带高档鞋,用专业和系列产品带高档产品,用好的形象和服务促进高档产品经营。

同时双星领导骨干认识到,市场竞争就是管理的竞争,谁的管理过硬,谁就能生存和发展下去,他们在全国建起近 20 个大型物流配送和管理中心,既做好高端产品的网络供给,又不断加强对网络的督导和管理,严格制度、严格标准、严格检查。

“五个定位、一个管理”策略的实施,逐步使双星市场一线做到了“卖品质、卖品位、卖文化”,大大提高了消费者对双星的认可度、信誉度、美誉度、依赖度,实现了双星专业篮球鞋、专业羽毛球鞋、专业足球鞋、专业跑鞋、专业电工鞋等高档鞋

类产品的销售收入大幅提高,并占到双星鞋总销售收入的近 2/3 有力地提高了双星名牌形象,增强了双星品牌的竞争力。  
王开良

## 三工轮胎荣膺中国名牌产品称号

日前,国家质量监督检验检疫总局、中国名牌战略推进委员会在人民大会堂隆重召开“中国名牌产品暨中国世界名牌产品表彰大会”,山东三工橡胶有限公司生产的“三工”牌摩托车轮胎榜上有名,此次荣获中国名牌的同类产品仅有 7 家,三工轮胎的胜出标志着该公司名牌战略的一个重大胜利。

中国名牌产品是产品质量的最高荣誉,是企业产品进入产品质量金字塔的最高点。近几年,山东三工橡胶有限公司加强质量管理,实施名牌战略,加快自主创新,严格内部管理,产品先后被中国保护消费者基金会评为“中国消费者信得过产品”,被中国质量检验协会评为“全国质量稳定合格产品”,被省技术监督局评为“山东省名牌产品”、“免检产品”。“三工”商标被认定为山东省“著名商标”,企业被国家工商总局评为“全国守合同重信用企业”,被中国农业银行山东分行评为“AAA级信用企业”,被山东省科技厅评为“高新技术企业”。在此基础上,该公司苦练内功,取得了进军国内外市场的通行证,先后通过了 TS 6949 认证、ISO9001 认证、国内 3C 认证、美国 DOT 认证、海湾 GCC 认证、欧盟 ECE 认证,产品成为经得起市场检验,客户满意的放心品牌。

王旭涛

## 黄海橡胶推行成本管理效果显著

为进一步加强管理,全面提高企业经济效益,该公司面对原材料涨价以及出口退税率下调等不利因素的影响,继续深化精细化管理的工作力度。将各项成本、费用指标分解,细化到部门、班组,层层落实责任,人人背负指标,努力构建部门职能管理与车间基础管理相交叉的纵横管理网络,并明确成本管理部门和日常工作重点,真正将成本管理工作落到了实处并纳入日常化、制度化、规范化

的管理轨道。上半年,由于始终坚持“堵住源头、抓好中间”的原则,对原材料的入口及成品的出口都严格进行把关,并全方位、全过程地监控从原材料到半成品部件及成品各个环节,及时解决影响成本的各种问题,有效的降低了中间环节成本。与此同时,为进一步严格工艺管理,抓好每一个工序、每一道关口的质量监控,确保工艺纪律的执行,还针对子口裂、拉链爆、抽丝爆、胎里露丝、肩空等容易出现的质量问题积极的开展了攻关活动,全面提高了产品质量。

此外,为降低生产成本,提高产品盈利能力,黄海橡胶集团在上半年还继续加大了技术创新力度,加快了新产品、新材料和轮胎轻量化等工作的进度,先后开发新产品和新配方设计74项,其中新产品49项,新配方25项,轮胎和输送带新产品产值达5700余万元。

吕晓梅

## GPX公司向中国工厂投资 2000万美元

GPX国际轮胎公司迄今为止已经投资了大约2000万美元来升级改造于一两年前购买的位于河北的轮胎厂。

据该公司介绍,投资主要是建立实心轮胎项目和提高斜交轮胎的产能,并向GPX公司位于加拿大安大略省米西索加市和美国缅因州Gorham市的实心轮胎工厂提供支持。GPX公司最终还可能在河北的工厂增加子午线轮胎的生产。

河北的这家工厂已经改名为河北兴茂轮胎有限公司,主要生产载重斜交轮胎、小型专用轮胎、农用轮胎和越野轮胎。该工厂雇员超过1000名,年产能4万,产能和GPX公司收购它时大致相当。在收购后的这一年,该公司主要致力于改善产品结构而不是增加产能。最初的工作是更新重组设施和改进流程,其次是提高产品质量和改进工作方式等。

在收购之前,该厂已经为GPX公司生产了5年的轮胎。GPX公司认为在通过工厂代加工生产产品来发展业务的模式下,无法做到对生产进行完全的控制。为了突破这个障碍,拥有一家该公司自己所有的、能完全自控的工厂是必要的。

GPX公司向整个全球轮胎市场提供工业特殊轮胎产品。该公司期望中国工厂将为中国和东

南亚的销售提供支持,同时也向北美的轮胎生产提供支持。该公司表示,北美地区和中国的生产都将继续,并将利用每个工厂的特点来更好的为客户提供高价值、高品质轮胎产品和服务。今后,乘用车轮胎更多的将由河北的工厂来生产。

陈维芳 郑先群

## 黄海橡胶顺利实现 第一步搬迁规划目标

2007年是黄海橡胶集团有限公司进行搬迁改造,实施战略转移的关键之年。从2006年下半年开始,该公司就本着“总体规划、分步实施、控制增量、盘活存量,投资少见效快和生产搬迁两不误”的原则,有条不紊的展开了搬迁改造工作,并确定了三大步总体搬迁规划目标。随着此项工作的进一步加快推进,日前,第一步规划目标已顺利实现,即已完成全钢载重子午线轮胎搬迁改造及扩大产能工作。全钢载重子午线轮胎21台硫化机、6台成型机和一台密炼机生产线已投入运行。

今年初,该公司根据确定的发展战略目标,结合企业实际确定了通过搬迁改造和填平补齐部分工艺设备,使全钢载重子午线轮胎、半钢子午线轮胎分别达到年产180万条和300万条的总体搬迁规划目标,以及第一步先完成全钢载重子午线轮胎搬迁改造及扩大产能;第二步完成现有200万套半钢子午线轮胎的搬迁,扩大产能到500万套和新上150万套全钢载重子午线轮胎生产线;第三步15万套工程轮胎项目的分步实施方案的三大搬迁规划目标。2006年下半年以来,经过多方面的积极努力和协调,已先后完成了项目可行性研究报告的编制评审、前期资金的筹措、厂房扩建工程开工手续的审批、环评报告编制以及新增关键工艺设备的招标等关键环节的工作。从2007年4月份开始,实施了硫化机、成型机和密炼机的搬迁改造工作,经过周密计划和统筹安排,已于日前全部搬迁到位,调试工作业已圆满完成。

目前,该集团全钢载重子午线轮胎生产线及其他设备的搬迁工作正在规划准备中,工业园全钢厂房接跨扩建工程、全钢增产扩容新增设备也正在紧张的施工和严格按照工期加工制造。

吕晓梅