

# 企业发展

## 玲珑集团激流勇进 再掀发展高潮

2009年9月26日,玲珑集团年产1200万套高性能轿车子午线轮胎等5个建设项目同时开工奠基,创造了集团同期开工建设项目最多、建设规模最大、投资最多、起点最高的历史。

2009年9月11日,美国轮胎特保措施正式签署,冰雪初融的轮胎行业一夜突变,再遇寒流,面临着比金融危机更恶劣的困境。然而与此同时,玲珑集团以大手笔、大气魄同时开工建设了以年产1200万套高性能轿车子午线轮胎为代表的总投资高达40多亿元的5大项目,掀起了新一轮发展高潮。这些项目建成后主要生产环保轮胎、雪地轮胎、超低断面高性能轿车轮胎以及高档SUV轮胎等高科技含量产品,有利于高新技术产业化,加快技术转化为产品、产品转化为效益的速度,同时有利于突破贸易壁垒以及有效抵制美国轮胎特保措施。

玲珑集团作为行业新领军企业,近年来在企业发展方面屡屡有惊人建树,创造了许多令行业称颂的奇迹。在本次美国轮胎特保案造成的困境中,开工建设规模庞大的轿车子午线轮胎新项目亦非心血来潮,逞一时之勇,而是基于企业高质量的发展模式和对未来竞争的精确判断,是打造提升企业国际市场核心竞争力的战略平台。多年来,玲珑集团以创建世界一流的精益企业为目标,全力打造科技领先、管理精细、品牌知名、产业集群、市场国际化的五大竞争优势,成为轮胎行业中发展速度快、产品系列全、品牌价值高、出口创汇多的民族轮胎企业。特别是自全球金融危机和美国轮胎特保案以来,玲珑集团未雨绸缪,顺势而为,把宏观战略与微观战术相结合,围绕市场,快速反应,立足研发,打造品牌,做到了市场不萎缩、发展不减速,保障了企业平稳较快发展,展示出玲珑集团强有力的核心竞争力。

在品牌营销上,玲珑集团始终坚持“信誉为

本、用户至上”的经营理念,以长久经营为宗旨,发展事业型战略合作伙伴,与国内20多家主机厂建立合作关系,发展区域代理100多家,建立服务营销网点3万多个,并且以“玲珑家苑”和“千店工程”为主线,建立了规范化、档次化,集营销、服务、管理于一体的终端销售体系。在国际市场上,发展年销售额超2000万美元的客户8个,超5000万美元的客户2个,高档子午线轮胎产品出口比例达到80%,90%以上的出口产品为自有品牌。销售网络的稳定性和产品质量在民族品牌中首屈一指。玲珑集团2008年的销售收入为102亿元,出口创汇6.5亿美元,出口创汇居全国第一。美国轮胎特保案以来,国内客户纷纷要求增加订单,帮助企业转移国际市场的销售压力,而美国以外的国外客户也主动增大玲珑轮胎采购量,美国前六大客户则表示继续保持正常的业务合作,10月份,60%的美国市场订单正常发货。

正是因为玲珑人的专业、专心、专注,所以玲珑集团才会在形势突变时处变不惊,在风雨来时雷打不动。随着年产1200万套高性能轿车子午线轮胎项目的建设,2011年年底玲珑集团在调整产品结构的基础上,轮胎年总产量将达到4000万套,销售收入突破200亿元。

刘纯宝 孙松涛

## 双星集团深度挖掘市场

2008年以来,面对金融危机带来的不利因素,特别是日趋激烈的市场竞争形势,双星集团引导市场经营人员认识到竞争需要有打赢的精神,从危机中抓机遇,变危机为商机,正确认识危机,勇敢挑战危机,沉着应对危机,在新的市场竞争面前,主动争市场、抢市场、夺市场、能拼、敢卖、会销售,销售文化、销售理念、销售管理,认真研究客户,想办法开发客户,树立商战中打赢的精神。在金融危机暴发1周年,不少企业仍深陷困境之时,双星集团却在战危机中取得累累硕果,鞋、轮胎、机械等销售全面开花,而且创出历史最好水平。

2009年2~4月,双星橡塑机械有限公司子午线轮胎项目组业务员跑遍了山东地区,行程1.5万km,终于跟踪到山东某橡胶集团扩产项目将