

息化管理为龙头,充分挖掘自身资源和潜能,致力于管理创新,在短短几个月内开发并完成公司标准信息化管理系统的上线工作。虽然缺乏专业技能训练,开发人员却充分发挥自己的特长,刻苦钻研,利用业余时间对该项目的现状分析、解决方式、实施方案、功能的规定、性能的规定、输入输出要求、数据管理能力要求、运行环境规定等等进行了系统地思考,解决了重重难关,使公司标准信息化管理系统初具规模。

标准化信息管理系统涵盖质量管理体系、计量管理体系和环保管理体系三大管理体系及管理标准、工作标准两类标准,是公司标准信息化的基础,是实现办公自动化和无纸化办公的手段。此次上线运行的质量管理模块,主要是简化质量体系文件的管理,以电子版的发布,有效缩短信息的传递时间,加强动态管理的时效性,提高过程的效率。如对需要修订和完善的内容,可在意见栏内进行反馈,与相关部门沟通确认,报公司分管领导批准后,进行相应更改。

该系统的开发和应用,进一步完善了三角集团标准化管理的模式。

于光国

“环燕”农用轮胎推出系列化产品

鹤壁黎源电力有限公司托管经营鹤壁环燕轮胎有限责任公司后,针对市场用户不同的使用条件和消费水平,以“环燕”品牌为拳头产品,制定了产品系列化的发展思路。推出了配套专用轮胎和“神农”中、低档农用轮胎,以适应作业量不大、载重负荷较小的农户使用。目前,配套专用轮胎已经开始批量生产,中、低档农用轮胎正在试制阶段,有望于下半年批量投放市场。

郭红波

日本东海炭黑在天津建厂

日前,日本东海炭黑公司与日本住友商事会社共同出资,在天津技术开发区化学工业园建立一家炭黑企业的申请,已获得批准。这是继美国卡博特、德国德固萨、台湾中橡和印度博拉集团之

后,第五家进入中国的国际炭黑资本。新注册成立的这家外资企业,名为东海炭黑(天津)有限公司,经营期限暂定 50 年。工厂占地 15 万 m²,投资总额约为 5700 万美元,东海炭黑出资 80%,住友商事出资 20%。一期工程建两条生产线,装置能力合计 4 万 t,计划 2006 年春季建成投产;根据市场需求,公司计划最终扩建到 10 万 t。

日本方面做出这项投资决策的主要依据是:中国汽车工业快速发展,炭黑需求量以高于 15% 的速率增长,从 2001 年起,中国的炭黑市场规模已经超过日本,成为世界第二大炭黑消费国。预计这种趋势将持续下去。由于炭黑的物流成本和分销费用较高,在用户附近建立生产基地有利于降低成本,另外中国的炭黑原料也比较容易获得。因此,日本东海炭黑公司认为,在中国建立生产基地完全能满足建厂要求。东海炭黑(天津)公司的目标客户主要是日本和欧美的轮胎生产商,以及日本的汽车用橡胶配件制造商,为其提供高质量的炭黑。这与东海炭黑公司在日本的客户群结构是完全一样的。此外,这家天津公司也准备进入非橡胶用炭黑市场,依当地的市场需求情况,生产诸如油墨用炭黑等品种。

郭隼奎

山东三工橡胶有限公司 树立质量意识 狠抓质量控制

山东三工橡胶有限公司自创建以来,始终坚持“以质量求生存,以信誉求发展”的经营战略,通过严抓质量管理,走质量兴企之路,促进了企业的持续、快速、健康发展。

一是完善质量体系。公司按计划进行了两次内审,对审核中发现的不合格项责成有关部门进行限期整改,并制定出切实可行的纠正预防措施计划,保证了质量体系的进一步完善和提高。公司有关部门加强文件资料的控制管理,对合格供方名录、采购物资 ABC 类、检验计划以及各类表格进行了修改、修订和换版,使质量体系文件更加科学、规范。

二是加大专检力度。与各合格供方签定质量协议,督促供货厂家搞好产品质量。所有原材料