

为了防止检胎人员出现漏检现象,公司又要求他们在检验合格轮胎上加盖合格章方可包装入库,达到称质量率100%,确保无漏检现象。在全体骨干员工的努力下,现在公司的成品轮胎检测率已经达到100%。市场退回次品轮胎由2007年月均32条下降到现在的月均0.8条。

借鉴质量倒推的成功经验,在成本管理上也实施倒推管理,创新推出了环形控制管理法,促使成本管理日益提升。

环形控制管理法就是对所有废旧物资进行严格把关,废料场根据工作实际建立起了《废旧物资违规记录本》,对符合程序、有相关报废手续的废旧物资予以接收,进行竞标出售,对于不符合手续的废旧物资则提报给财务中心、设备能源处、企管督察处、技术研发处、质量处等相关部门进行重新鉴定,将结果反馈生产厂以及物管处,进行细分处理,确实达到“物尽其用、吃干榨净”的目的。

通过成本管理法的实施,也使保管员由过去的单纯收发料转变成现在的集质检员、把关员、信息员、保管员于一身的综合管理员,把住了废料监督控制关,实现了物尽所用、变废为宝的目的,缩短了管理与被管理间的距离,提高了全员抓成本、降消耗的意识,改变了过去废品管理意识淡薄的局面,改变了过去“给企业干,浪费点无所谓”的错误思想,员工主动降、主动算、主动减消耗。6月份,双星青岛轮胎总公司的废胶囊比5月份降低了1.4t,废钢丝帘线比5月份降低了16.44t。

为合理地控制库存,使死钱变活钱,最大限度地盘活资金,自今年2月份以来,双星青岛轮胎总公司领导班子在生产与销售计划接口环节加大了管理力度,从销售计划到生产调模组织进行了细化理顺,提出了“市场需要什么规格,我们就生产什么规格”的目标口号,而作为轮胎出厂最后一站的仓库人员对库存数量、生产品种、生产计划等最熟悉。公司在要求成品库人员把好入库轮胎外观、出入库轮胎数量的同时,加大了入库轮胎生产计划的控制,对生产的入库轮胎严格按销售入库计划对应入库、把关,对未按计划生产的轮胎坚决不予入库,并在第一时间向销售部门进行信息反馈,便于及时调整。同时,为保证入库轮胎及时发货,仓库每天对实际库存明细汇总,以报表形式向销售部门提报,

为销售发货提供第一手资料。在获知反馈信息后,生产部每天将影响计划完成的各类问题进行详细的原因分析,做到生产倒查、责任到人、考核到人,各工厂也积极运用好生产倒推管理法发现和解决问题,保证了生产计划不受影响。王开良 由志凌

桂林乳胶用爱化解危机

勇立潮头,爱满人间,这是桂林乳胶厂的企业精神。金融危机下,桂林乳胶厂赋予“爱满人间”新的内涵,将爱渗透到产品研发、生产、销售和售后服务各个环节,将爱洒向员工、经销商及消费者,用爱换爱,用爱赢得市场,为企业创造价值的同时为社会创造价值。2009年上半年实现销售收入11284万元,比2008年同期增长12.6%,利润335万元,同比增长3%,主要经济指标创历史新高,居同行业首位。

在同行业普遍削减工资且企业资金紧张背景下,该厂员工月收入平均每人增加200元左右。对中夜班费补助标准进行调整,幅度达50%。对职工最关注的生活区改造项目正在努力推进。夏天一到,就组织安排专人配制和运送清凉解暑茶到生产一线,并在食堂免费供应绿豆汤、稀饭、菜汤等。爱的文化感染员工,提高企业凝聚力。企业员工思想稳定,企业呈现一派和谐景象,工作积极性比以往任何时候都高。

该厂产品主要是安全套及乳胶手套等“爱”的产品。工厂要求研发人员用心用爱去设计“爱”的产品,在产品中体现爱心和爱意,体现企业的社会责任。针对主导产品安全套,开发了刻度套、黑色经典超薄套等品种,提高性趣,改善人的生活质量。为了提高手套耐油性和寿命,开发出丁腈橡胶与天然橡胶复合家用系列手套,并获国家专利。该厂计划今年投资800万元进行产品研发,主要项目有:复合家用手套植绒工艺研究、生殖健康用品硅橡胶制品研制、夜光安全套及静电手套等。每个项目都围绕改善人们生活质量设立。

生产过程中融入爱的元素,改善作业环境,提高生产效率。全厂全面推行精益生产,改善生产流程。投资400万元进行技术改造,提高设备自动化程度,扩大生产能力。高效多功能医用外科

手套生产线项目仅用3个月就全面完成,将医用手套的生产能力提高80%。在目前H1N1流感蔓延情况下,医用手套市场看好,刚完成的生产线已满负荷生产。生产部门合理安排,生产车间半年来基本处于开足马力加班加点状况。春节后第一周医用手套车间连续7天加班,4条手套生产线及1条手套检查线满负荷工作,手套包装工人均超产38.9%,这都是近年少见的现象。企业生产热情及能力的提高为销售打下好的基础。

市场营销更是爱的传递和延伸。该厂认为,销售人员是主体,经销商是载体,消费者是客体。在爱的传递过程中要充分调动销售人员及经销商的积极性,为消费者提供增值服务,提高满意度。

首先提高销售人员的积极性,兑现上年度销售人员各种奖励,制定更有效的年销售工作激励方案,优先为销售部门配备现代办公设施,给予销售人员通讯补助,鼓励销售人员多联系客户,建立稳定客户群。二是善待经销商。金融危机下经销商不可避免受到冲击,企业主动与经销商联系,帮助经销商解决实际问题,让经销商感到温暖。目前该厂经销商呈现每月增加趋势。三是视消费者为真

正上帝,让消费者感受到企业的关爱及增值服务。

根据以上3条原则,企业调整经营策略,不断拓宽销售渠道;引入客户层级管理,针对国内不同销量的客户采取分级定价体系,规避渠道冲突,提高销售效率,有效激励和培育客户,促进全局市场协调发展。销售人员奔赴全国各地,拓宽渠道,开发销售终端,力争抢得新的销售增长平台;精心设计了直供百强医药连锁的直供销售策略,设计专供产品,仅上半年新增终端客户2500多家;实行业务员市场终端严格的实地巡访检查制度,严格考核,进一步设立交叉检查及本部电话抽查制度,确保终端陈列品种供货及时,掌握终端销售动态,监督促销落实。

调整产品销售重点。针对主导产品安全套高端产品销售受金融危机影响较大,着重推广中低端产品,扩大中低端产品市场份额。针对H1N1流感增大的手套市场需求,着重推广医用手套产品,今年新增了巴西、意大利、南非等手套大客户,同时通过美国首屈一指的医疗耗材审核,预计今年将形成批量销售,实现医用手套首次向美国出口。

陈维芳 董贵成

陶氏欧洲公司 合成橡胶价格全面上涨

陶氏欧洲公司宣布,自2009年7月27日起,其在欧洲、中东、非洲和印度市场销售的所有等级的合成橡胶全面提价。其中,丁苯橡胶售价每吨上调200欧元,聚丁二烯橡胶每吨上调240欧元。公司称,由于各种单体特别是丁二烯的价格不断上扬,公司不得不提高合成橡胶价格,以保持长期可持续供货。

郭毅

上半年越南橡胶出口量增长

2009年1~6月,越南橡胶出口量达到24.6万吨,与2008年同期相比增长7.6%;越南向中国出口的橡胶量达到16.6万吨,占其橡胶出口总量的67.5%。

博文

东洋向丰田提供 Proxes A20 原配轮胎

东洋美国轮胎公司日前宣布,该公司将向丰田Prius V车型提供原配轮胎——Proxes A20轮胎(如图1所示)。Proxes A20轮胎是一款全天候环保型轮胎,具有较低的滚动阻力,在湿路面和干路面条件下具有良好的制动性能。为Prius V车型配套的Proxes A20轮胎规格为P215/45R17 87V。



图1 Proxes A20 轮胎

尚轮