

3. 增加 1~2 个新品牌,打破公司仅有“环燕”单一品牌的格局,以多品牌、新产品开拓市场。

四是充分利用信息化管理提高工作效率。2003 年,公司要实现内部联网,财务部实现电算化,人力资源管理微机化,各单位逐步向无纸化办公发展,通过信息化手段提高工作效率,体现现代企业的现代化气息。

郭红波

双星载重轮胎荣获“青岛名牌”

近日,青岛市经委召开的“2002 年度青岛名牌颁奖大会”上,双星牌载重轮胎继运动鞋、皮鞋后又被评为“青岛名牌”。

此次评选是青岛市经济委员会根据市委、市政府加快品牌经济发展的要求,按照《青岛名牌产品动态管理办法》,对青岛 20 多种产品,请有关专家进行严格评审出来的,并公开征求广大消费者的意见。双星集团生产的双星牌运动鞋、双星牌皮鞋、双星牌载重轮胎三产品,以技术含量高、产品质量好、市场竞争力强和具有较高市场知名度、较好服务质量,被市政府认定为 2002 年度“青岛名牌”产品。另外,双星集团技术开发中心被认定为市级以上企业技术中心。此次评比,双星集团一共获得四项荣誉称号,显示了双星较强的研发能力和在消费者心目中的影响力。

张艾丽

山东三工橡胶有限公司 2002 年再创佳绩

2002 年,山东三工橡胶有限公司实现销售收入 4.99 亿元,实现利税 3920 万元,分别比上年同期增长 5.1% 和 13.5%,出口创汇 300 多万美元。

2002 年,该公司首先重点加强技改项目建设,增强企业发展动力。年产 200 万套轻型载重汽车轮胎和 30 万套载重汽车轮胎项目顺利投产。为了提高产品科技含量,增加产品附加值,公司又投资全钢载重子午线轮胎项目,目前国内外设备以及基建招标工作已顺利结束。第二,抓好生产管理,夯实发展基础,加强现场管理,整顿统计工

作,进行车间机构改革。第三,强化质量控制,增强竞争优势,加大专检力度,完善质量体系,取得了 ISO9001 质量体系认证和强制性产品认证证书,通过了轮胎产品 CCC 强制认证。三工牌轮胎被中国质量检验协会评为“全国质量稳定合格产品”,并再次被省技术监督局评为“免检产品”。第四,强化营销管理,扩大市场份额,加大市场开拓力度,大力开发新市场,积极开展进出口业务,产品销往新加坡、菲律宾、美国等二十多个国家和地区,提高了三工品牌的知名度。第五,加强人力资源管理,提高企业整体水平,加强思想政治教育,积极开展征求合理化建议活动,强化技能培训,注重培养和引进各类人才。

该公司在此基础上,加强成本控制,增加了经济效益。通过严格控制大额支出,实现技术创新和小改小革,严格内部管理,充分修旧利废,全年共节约资金 2075.8 万元。

周显江

声学振动测试技术解决方案 技术交流会在北京召开

由中科院声学所、同济大学声学所、重庆大学机械工程学院、朗得科技有限公司、德国 Head Acoustics 公司和德国 Faist Anlagenbau 公司共同举办的“2003 年声学振动测试技术全面解决方案技术交流会”于 2003 年 3 月 31 日至 4 月 1 日在北京中科院声学所举行。

会议重点介绍了通过噪声的测试方法,使用传递路径模拟与合成进行噪声与振动故障源诊断和分析方法思路及其他测试方法的差异,主观音质评价方法;其次介绍了声学测试用房的基本概念与国外相关行业的现状;第三介绍了 Head Acoustics 多通道噪声振动分析仪在汽车、摩托车、家电等行业应用的实例分析。

据悉,一汽投资约一亿人民币的声学测试研究室及动力总成声学测试室正在建设中,这预示着我国将全面启动并进入汽车声学研究与控制阶段,作为汽车零部件的轮胎占汽车总噪声的百分比约为 20%,因此汽车噪声中轮胎噪声也是重要和关键因素。目前我国轮胎行业对轮胎噪声的

研究与分析尚处于初始阶段,加强与完善轮胎噪声研究并建立相应噪声技术标准将有助于轮胎向高品质进展。如果国产轮胎的声学研究不能及时跟上,随时都有被主机厂淘汰的可能,况且在中国市场已有良好声誉的国外轮胎企业已经大张旗鼓地进行低噪声轮胎产品的市场运作,因此轮胎行业的技术飞跃应及时抓住商机,全面提升产品质量。 伍江涛

2002年山东玲珑橡胶有限公司经济发展的四大亮点

2002年,山东玲珑橡胶有限公司经过广大干部职工的共同努力和顽强拼搏,较好地完成了预期生产经营任务,继续保持市属工业企业第一利税大户的荣誉。2002年全公司整个生产经营呈现出了四大亮点:

一是经济指标大幅度飚升。实现工业总产值比上年增长21.9%;完成销售收入比上年增长19.6%;实现利税比上年增长14.7%;出口创汇2277.8万美元,名列全国同行业前10名。

二是质量指标稳中有升。斜交轮胎外胎合格率为99.92%,比上年提高0.03%;内胎合格率为99.89%,比上年提高0.08%,并率先在国内通过了中国轮胎认证委员会3C强制认证。

三是管理降耗成绩显著。各种主要设备的完好率达到96.4%,比计划提高0.4%。全部设备完好率达到95.6%,比计划提高0.6%。

四是分公司经营活力大增。 刘纯宝

双星出口实现首季开门红 ——一季度出口量大增

双星集团一季度出口增长了39.44%,产销率达到106.99%。

1 产品创新

在鞋类产品研发方面,双星推出了“打专

业牌带动休闲鞋”策略,市场定位高、中、低档兼顾,以创新为突破口,利用“新技术、新工艺、新设备、新材料”,大力调整产品结构,优化新品种。通过重奖“创新能手”、“岗位明星”,使双星鞋能够以每天推出9款新品的速度,抢在市场的前列。推出款式新潮的专业运动鞋、休闲鞋、劳保鞋系列一上市就征服了众多消费者,呈现供不应求的局面;生产的绝缘鞋、防静电鞋、绝缘电工鞋等高新技术产品深受美国、日本等欧美消费者的喜爱。在轮胎产品方面,推出了系列高档精品轮胎,已远销东南亚、中南美、中东等60多个国家和地区。为尽快全面占领市场,扩大了农用斜胶轮胎的生产规模,扩建了全钢子午线轮胎生产基地,并与时风集团合资投建年产400万套的农用轮胎厂。另外,还上马了工程轮胎项目、丁基胶内胎项目,采用“边生产、边投入、边扩建”的滚动发展思路,抓紧时间抢速度、上规模,提高公司在国际市场上的竞争力。

2 经营方式创新

他们注重与国际大公司建立良好的合作关系,通过先进的国际通讯、国际联络,利用世界500强翠丰、沃尔玛等国际巨商连锁店的销售优势,打入国际市场,跻身美国、日本等国际连锁超市。大力发展电子商务,与国际大客商的合作成为扩大出口的有效途径。双星鞋厂、双星工业园先后通过某跨国大经销商评估后,双星与国际大客户的合作进入亲密友好的伙伴关系阶段,2月份,双星最大的出口基地海江公司通过美国最大鞋类经销商PSS公司的CPE评估,3月份,又通过日本某跨国连锁超市的评估,为开拓国际市场增添了优势。

3 市场创新

细分市场,寻找空间,将市场“大蛋糕”做“小”,借外部力量、外部资金,以卖断代理权、特许经营的方式,吸收海内外人士、资金加入双星,扩建了销售网络。另外,根据地区市场的特点,针对不同消费层推出不同价位、不同价格的品种,较好地填补了市场空白。做到“200%的服务、200%的配合”,使双星产品在国际市场上的地位日益根深蒂固,订货量也不断翻番。 张艾丽