

的降低成本,为最大限度的市场开拓奠定基础。

黄海橡胶以“品牌战略带动市场战略”的经营方针,在 2004 年上半年研制开发了全钢子午线轮胎新品牌 LULUTON。这是一种投放高端市场的高端产品,适用于高端用户,对一直困扰全钢子午线轮胎的两大难题——肩空和子口裂进行了有效解决,它将成为黄海全钢子午线轮胎中的精品,将于不久投放国内市场。据介绍,新品牌的加入将有效增强黄海品牌的整体竞争力。

由于受国家限超载的影响,多数人陷在了“全钢子午线轮胎只适用于超载”的误区当中,把目光都转向了斜胶轮胎市场,然而,全钢子午线轮胎的降低油耗、高速安全、耐磨耐用、减震舒适、操纵稳定的显著优点注定了它将是轮胎的发展趋势。有报道称,近几年中国轮胎工业保持稳定高速增长,特别是子午线轮胎年递增率都在 30%以上,出口轮胎已超过日本位居世界第二位。2003 年美国完成出口轮胎 4000 万条,而中国则是 4566 万条。因此,黄海橡胶深知这一点,苦练内功,不断提高自身产品质量,将黄海牌全钢子午线轮胎的这一坚强后盾做得越来越好。7 月份黄海橡胶共完成出口创汇 548.7 万美元,比同期增长 79.7%。其中,全钢子午线轮胎完成出口创汇 184 万美元,比同期增长接近 100%。据悉,7 月份以来,国内外客户对黄海牌全钢子午线轮胎的认知度呈直线上升趋势,对品质的认可也达到了前所未有的高度。市场需求旺盛,订单饱满,产品除销往美国、加拿大、东南亚、中东地区外在欧洲也有订单。收获的丰硕成果证明:黄海橡胶全钢子午线轮胎在提高和保证产品质量方面已有了历史性的飞跃。

吕晓梅

贵轮公司 ERP 系统 PM 模块扩建等项目投入运行

贵州轮胎股份有限公司列入 2004 年贵阳市第三批企业信息化项目专项补助资金计划、投资 172 万元 ERP 系统 PM 模块扩建、服务器运用及联络容灾及机房防雷安全的改造项目已经完成,并投入运行。

该公司原有网络架构涉及 8 个异地的建筑物,最远的在 15km 左右,通过计算机技术将网络划分为 6 个不同的网段,保证了各个网段数据的安全。贵轮公司投资 1200 万元于 2002 年 9 月完成的 SAP 公司的 R/3ERP 系统,具有了财务会计模块、管理会计模块、销售与分校管理模块、生产与计划模块和产品成本模块、物料管理模块的模块功能,使财务管理和物料管理进入了真正意义的实施管理和控制,有效地支持了业务快速的增长,也为下阶段系统的增容项目实施打下了基础。

随着企业规模的不断扩大,轮胎生产模具和原材料品种多,给库房管理、物流、资金流、信息流的控制、生产计划的制定造成了一定的困难;产品销售面广且多,在全国已形成了各区域中心管理的 30 多个销售点,市场因素要求公司必须及时调控市场;“三包”服务须周到及时,市场信息反馈须及时;产品更新换代的速度从产品开发、生产到销售必须加强协调;原有系统也存在信息反馈不全面、机房安全、网络病毒影响系统的正常运行、硬件资源不能满足系统运行等问题。因此,为保证业务的运作维护网络系统的正常运行,有必要实施 SAPR/3 的 PM 模块的升级;同时运用 HP-MAS1000 完成服务器的升级,保证模块服务器能 7×24h 小时的服务;为保证计算机机房系统的正常工作,还完成了机房防雷系统的安装。

该项目的实施,可以有效地控制贵轮公司生产制造过程和产品成本;降低库存,提高资金利用率和控制经营风险,控制产品生产成本,缩短产品生产周期,提高产品质量和合格率,减少财务坏账、呆账金额等;增强企业业务处理历程的合理化;企业竞争力得到大幅度提升,企业面对市场的响应速度大大加快,客户满意度显著改善;增强现代化管理意识和水平,增强企业内部的管理,提高工作效率,信息高度共享,为成本核算带来更多的便捷,直接透过订单查看发生的成本情况。

钟明贵

▲据预测,2004~2005 年全球橡胶消费量仍继续增长,增长率约为 5%,这将是连续 4 年增长,但增长率不会超过 2000 年的 7%。市场对天然橡胶的需求增长率分别为 5.6%和 5.4%,合成橡胶的增长率分别为 3%和 4.7%。伍江涛