

生产线经过填平补齐顺利投入生产。二是 80 万条全钢载重子午线轮胎项目和 15 万套工程轮胎项目建设进展顺利。80 万条全钢载重子午线轮胎于 1999 年 11 月一次试车成功,被省科委认定为高新技术产品。2002 年产量可达 33 万条,可创产值 4.3 亿元。15 万套工程轮胎项目经过 1 年的建设,目前正在安装设备,于 2002 年底投入生产。同时,按照工程轮胎配套的要求,建成了工程轮胎内胎、垫带、水胎等项目。三是全钢丝宽基载重子午线轮胎后续工程项目已具备开工条件,2001 年公司荣获河南省“九五”技术改造先进单位。

股票上市取得了实质性进展,完成了证券知识上市辅导,通过了中国证监会郑州特派员办事处的调查评估,全部材料已上报国家证监会。

#### 6 党的建设和思想政治工作得到进一步加强

全体员工认真学习并实践了江总书记“三个

代表”的重要论述,深入开展了以“讲学习,讲政治,讲正气”为主要内容的“三讲”教育活动,加强了党的思想、组织、作风建设,公司被河南省国有企业领导干部廉洁自律办公室授予全省国有企业领导干部廉洁自律工作先进单位,公司党委被中共焦作市委授予“先进党组织”称号。同时,公司认真贯彻中共中央《关于加强和改进思想政治工作的若干意见》,结合公司的“热点”、“难点”问题,加强了思想政治工作,增强了企业的凝聚力和向心力。

刚刚召开的“十六大”是新世纪党的第一次全国代表大会。我们将认真学习全面落实大会精神,巩固和发展“十五大”期间取得的重大成就,保持公司持续、快速、健康发展的良好势头,确保 2005 年公司实现产值 50 亿元,把公司建设成为河南省乃至中西部地区的支柱企业。

## 跨国采购为何青睐双星

张艾丽

(青岛双星集团 青岛 266002)

前不久,双星集团参加了在南京举行的跨国零售集团国际采购会。这次采购会是迄今国内举办的一次最大规模的国际采购会。会议期间,前来双星摊位参观、咨询、洽谈的买家络绎不绝。有近 60 多个著名国际公司的采购人员到双星展位看样洽谈,确定意向订单。沃尔玛公司、家乐福公司、佳世客公司纷纷仔细寻价、拍照,拟定意向。同事、翠丰、春天、欧尚等位列 500 强的零售业巨头纷纷前来看样、咨询,经过对双星价格、品质、工厂规模等方面严格综合考评筛选后,跨国零售商们纷纷选定双星为供应商。双星为何有如此高的国际知名度?双星倍受青睐的主要原因是什么?

除了双星产品本身强大的竞争力和在全国鞋类企业排名中的雄居第一位的影响力外,规模经营、优质服务、名牌效应、过硬的产品质量,尤其是双星鞋紧跟国际潮流,多花色品种紧紧吸引了来

自世界各地客商们的眼睛。

### 1 运作规模经济

目前双星有 11 个工厂、60 多家销售公司、2000 多个销售连锁点,加上服装、轮胎、旅游、广告等三产实体,织成一个密集的销售网络,“前店后厂”的规模经营有机地形成一个整体,其市场动态、市场信息可以随机掌握,相互促进。如在材料采购上、在订单下单上,运用“量大价格低”的优势,通过降低成本来提高效益。

### 2 找准产品“空间”

一是“品种空间”,盯紧适合各个消费群体,主攻学生、青年人主要消费群体市场,大力开发老年人、儿童的消费市场,以花色品种齐全抢占市场。二是“价位空间”,在价格定位上全面覆盖,推出适

合不同市场的高、中、低挡价为迎合消费者。三是主打体育用品专用鞋的“空间”，借助体育比赛扩大知名度，主产专业运动鞋，同时带动休闲鞋的发展。四是“经营空间”，包括经营思路、经营办法、促销手段，根据市场变化，找准规律，进行不断创新。

### 3 加速物流管理

在物流上，他们突出一个“早”字，早准备，进行跨季节研发新产品；抢时间，在第一时间将产品送至连锁店、超市，让消费者“超前”买到跨季产品；抢资金，每一个连锁店配备微机，卖出的每一双鞋的资金能够迅速地回收，从而加速了资金周转。

双星连锁店实现统一采购、统一宣传、统一打广告，运用内部信息网的高科技管理手段使连锁店、超市、商场实现信息共享。在授权范围内，从双星代理到每一名员工，都可以看到公司共有的信息，提高了透明度。

### 4 定期举办大小型订货会

双星集团每个月不定期举办各种小型订货会议，每季换季之前定期举办一次综合性大的“采购洽谈会”和各类专业性的小型采购会，吸引国内大省采购商和国内双星代理，集中采购产品，定期举行行业信息交流活动，让国内外企业采购机构了解双星的新产品，提升了供货能力。集“吃、住、游、玩”高效率的交易环境，促使双星真正实现从传统的生产型企业向现代的服务型企业转变。

### 5 不断开拓国际市场影响力

他们勇于与国外众多名牌角逐于国际舞台，紧紧盯住国际市场，主动出击，在依靠国外客户主动上门洽谈业务的同时，借助国际市场的人才、资金、渠道，建立双星的国际销售网络。以“空调鞋、专业羽毛球鞋、专业篮球鞋、专业保龄球鞋、钓鱼鞋、步行滑冰两用鞋”等鞋类产品，“COOLMAX空调”袜、网球服等高价值服装类产品主攻美国市场，并打进了欧洲市场，打遍了东南亚市场。目前产品出口到美国、日本、香港、中东、南非、澳洲等80多个国家和地区，在国外相继建起了10个经营公司。2002年上半年，双星创汇4183万美元，年底有望突破8000万美元大关。

### 6 售后服务无“小事”

服务是当今市场最可市场化的商品，微笑服务、售后服务在双星已经不再新鲜。怎样让企业的品牌、信誉度在消费者心中深深扎根？双星推出了“高效率服务、蹲式服务、亲情服务”，通过三个服务达到“赢心、赢利”，最后成为市场的赢家。

前不久，双星总裁汪海收到来自银川一位退休干部的来信反映，2002年5月份女儿花了35元钱买的一双小孩凉鞋出现开胶现象。这件事情引起了双星总决策人的高度重视。在短短几天时间内将此信反馈给银川总代理。总代理张经理亲自登门向其赔礼道歉，并给换了一双新鞋。

商战如战争，在近乎白热化的激烈竞争中，双星靠信誉、靠服务、靠现代化企业的生产经营方式，博得许多跨国客商的青睐。

## 3531 厂靠信誉保品牌

河北廊坊3531厂在生产经营过程中，始终视信誉为企业的无价之宝，从而赢得了用户的青睐，保持了3531品牌的长盛不衰。

在激烈的市场竞争中，该厂领导充分认识到，信誉直接左右着每个企业的命运。一个现代企业如果拥有良好的信誉，其产品就会被消费者接受，企业就能不断发展壮大。因此，他们把讲究信誉贯穿于生产经营的全过程，表现在产品设计、工艺操作、生产现场、产品质量、营销及服务各个方面，要求任何一个环节都不能出问题。

新兴铸管股份公司在山西引黄工程中需要2m以上特大型胶圈，而国内以前从没有生产过，为满足客户需求，该厂从人力、物力、财力上给予大力支持，经过全厂上下一致努力，终于成功开发两米以上特大型胶圈，与新兴铸管配套后打压试水一次成功，受到业主和专家的一致好评。

最近，青岛一客户急需T型胶圈270条，价值仅2500元。当时，正值华北地区大雾天气。配货汽车无法按时送到，该厂就派专人坐火车将货送到客户手里。3531厂就是这样赢得了客户的广泛依赖。

赵引德