



黄海橡胶集团首季创汇 再次跨越千万美元大关

出口创汇一直是黄海橡胶集团的强项,2004年一季更是得益于闻市场而动,加大产品结构的调整,创造出了创汇 1169 万美元,同比增长 12% 的佳绩。在全行业面临原材料居高不下、全钢子午线轮胎生产过剩等不利影响的情况下,黄海橡胶集团发挥强项,把目光更多地投向了国际市场。

众所周知,一季度,全国轮胎行业在原材料居高不下的情况下,又面临限制超载、全钢子午线轮胎生产过剩等影响因素,摆在企业面前的是重重难关。同行业一些厂家为了保住市场,纷纷采取降价、赊销、让利等促销措施,但黄海橡胶集团却转变思维,“打高科技牌、走国际化路”,采取了制造精品、开发新品牌等符合企业实际的有效措施,确保了出口创汇的强劲势头。

今年以来,黄海橡胶集团瞄准国际市场,加大了产品结构的调整,满足了市场差异化需求,产品持续旺销,出口订单一直饱满,产品销往美国、韩国、尼日利亚和我国台湾省。目前,黄海橡胶集团正在为保证外销市场供应,开足马力、满负荷运转,像需求旺盛的 ST 系列规格产品正在千方百计扩大生产能力,尽最大努力满足客户需要。

在不遗余力满足市场需求的同时,黄海橡胶集团积极开发特色产品,推介自主品牌。他们根据美国、中东、非洲等市场的不同需求,开发适销对路的产品。在欧美一些发达国家,有着子午线轮胎主要使用无内胎规格的特点,黄海橡胶集团便从技术开发、生产管理等各个环节入手,成功制

造出了积极吻合市场需求的产品。在提高出口创汇总量的同时,黄海橡胶集团不断提高自主品牌的出口比例,进一步扩大了“黄海”品牌在国际市场的声誉。去年下半年以来,已有美洲、非洲、中东等地区的许多客商主动前来洽谈代理业务,希望能做“黄海”品牌的销售代理。

另外,“不让一条不合格轮胎流入市场”的管理制度不仅成为降低生产成本、消化原材料暴涨的减利因素的有效手段,也为保证出口产品质量设置了层层关卡。黄海橡胶集团信守“为客户铸造精品”的诚信理念,使每一条出口胎以高质量、高技术的精品形象亮相国际市场,既赢得了老客户的赞誉口碑,又为开拓新市场奠定了坚实的基础。

管蜀萍

实施企业信息化建设 提升企业抗争能力

贵州轮胎股份有限公司在 1993~2003 年的 10 年时间里,大力实施企业信息化建设,成功开发了企业 MIS 管理系统,并运用计算机辅助产品设计和有限元分析,缩短了产品设计周期,提高了产品质量。近年来,在企业信息化建设中成功实施和运用 ERP 系统,并完成了公司工厂维护模块的扩充,提高了企业的管理水平,降低生产成本,使公司业务运作模式与国际先进水平接轨,增强了企业同国际跨国公司的抗争能力。在 4 月 9 日举行的贵阳市信息化工作会议上,贵州轮胎股份有限公司被贵阳市人民政府授予“2002~2003 年度贵阳市信息化工作先进单位”称号。

1993 年,贵轮公司与贵州科学院共同开发了基于 NOVELL 网络系统下的包括财务、生产计划、原材料采购、产品销售、产品质量检验等企业管理元素的企业 MIS 管理系统,并建立了连接公司几个主要部门的局域网。同时,在运用计算机辅助产品设计和有限元分析等方面取得了一定的经验和成果,缩短了产品设计周期,提高了产品质量,被贵阳市评为 CAD 运用工程示范企业和制造业信息化工程示范企业。

2000 年以来,贵轮公司投资 1200 万元,在信

息化建设中又相继完成了 ERP 项目的实施和运用、CAD/CAE 的运用和 PM(工厂维护)模块的扩充。完成了 ERP 系统集成的(FI)财务会计、(CO)管理会计、(SD)销售与分销管理、(MM)物料管理;集成的(PP)生产与计划、(CO-PC)产品成本。于 2002 年 9 月 10 日成功上线运行。在 CAD/CAE 的运用方面走出了企院联合共同开发的路子,实现了在轮胎产品开发上全 CAD 化,并实施非线性有限元分析技术在轮胎设计中的运用,完成了载重轮胎、工程轮胎、子午线系列轮胎、军用安全轮胎的内支撑体材料和结构分析及优化。2003 年成功地对公司 PM(工厂维护)模块进行扩充。提高了公司厂房、生产设备、固定资产的维修保养及管理水平,降低了生产成本,使公司业务运作模式与国际先进水平接轨。

贵轮公司企业信息化建设不断完善,今年 2 月 23 日,该公司工艺计量网络系统技术成功上线运行就是运用 ERP 系统提升生产质量管理的成功典范。

钟明贵

河南风神实现首季生产开门红

河南风神轮胎股份有限公司 2004 年第一季度共完成产值 8.65 亿元,产量 70.2 万套,较去年同期均有较大幅度增长,实现首季生产的开门红。

2004 年年初,市场对工程轮胎、斜交轮胎的需求增长,为抓住市场机遇,最大限度的满足客户要求,公司各部门密切配合,深入挖潜,使今年一季度开局顺利,产值、产量分别较去年同期增长了 47% 和 26%。

早在 2003 年底,根据公司确定的 38 亿的产值,生产部门就与各分厂充分沟通,对产值目标逐月分解,通过使用大量的数据对炼胶、成型、硫化等工序在 2004 年的生产情况进行了详尽的预测,从中发现问题,提前制定对策。

炼胶能力不足一直是困扰公司产量提高的一个瓶颈问题。公司先后两次召开提高炼胶生产能力的专题会议,工艺、设备等方面协调行动,取得了较好效果。2 台 GK255 的能力,由原来的 135t 左右,提高到 150 t 左右,3 月份完成混炼胶产量

12533t,创历史新高。

为了满足生产的需求,公司对各分厂加大了考核力度。一季度由于硫化机的拆迁,生产能力受到一定的影响,硫化分厂在硫化机减少 18.8% 的情况下,载重轮胎产量仅比去年同期下降 1.86%,产量下降 4.61%。工程轮胎在产一台硫化罐的情况下,产值同比增长 41.62%,产量同比增长 46.49%。

2004 年初,公司制定了生产能力利用率,产销平衡率等评价生产效果的指标,并对炼胶、成型、硫化各工序生产情况进行图表与趋势分析和对策分析等,通过管理创新,取得了事半功倍的效果。

一季度,生产部门与销售部门密切配合,加大了库存分析力度,对市场需求及时进行准确的预测,随时调整生产。由于产销结合科学,一季度库存大幅下降,生产呈现出供不应求的喜人形势。

吉书良 许 丽

山东玲珑三大品牌轮胎走俏市场

山东玲珑橡胶有限公司一季度实现开门红,产销收入再创历史新高,各项经济指标较上年都有了较大提高,产值、销售收入、利税比上年分别增长 65.99%、132.77% 和 44.22%,出口创汇同比增长 158.07%,继续保持轮胎行业领先优势。

近年来,山东玲珑通过技术改造,引进纳米技术和绿色配方技术,使产品的科技含量不断提高,通过引进精益管理方式和建立健全市场营销网络,不断做大做强国内外市场,全面提升了企业经营能力和竞争实力,依靠技术创新和管理创新,先后开发成功一系列“耐磨王”、“工程王”、“利奥王”、“山地王”等具有高新技术含量和自主知识产权的专利技术产品,进一步优化了产品结构,塑造了品牌形象,提高了市场占有率,形成了高起点、多系列、多档次、大市场的发展格局,使三大品牌的轮胎不但走俏国内市场而且热销欧美等国外市场。

随着子午线轮胎市场的快速增长,山东玲珑