

审核中,对该公司轮胎产品评价好,对质量管理体系表示满意。评审组对该公司的质量管理体系进行了全面的评述:贵州轮胎股份有限公司的领导层对产品质量和质量体系建设重视,最高管理者的职责承诺得到了落实,员工的质量意识较高,企业的质量方针质量适宜,阶段性的质量目标基本实现;编制的质量体系文件满足体系运行要求,资源配置基本满足要求,今年已经投入资金对设备进行更新、改造,引进了一批大中专毕业生充实技术管理队伍;产品的实现过程受控,产品实物质量符合相关标准及顾客要求,服务及时,顾客满意;按计划实施了内审核管理评审,并对体系运行情况进行了经常性的过程检查,对审核和检查出的问题能及时地按纠正措施要求进行整改,已建立了自我完善机制并具有了不断改进、提高体系有效性纠正的能力,体系运行正常、有效。钟明贵

红豆轮胎三大亮点

2004年1~9月,江苏无锡红豆集团摩托车轮胎和电动自行车轮胎的产销达400万条左右,比去年同期增长40%,且到帐率达99.27%。预计2004年摩托车和电动自行车轮胎销售收入将达到1.8亿元,比去年增长0.45亿元。

该公司为何能在国内摩托车市场明显萎缩,橡胶主要原材料价格大幅增长等情况下,逆势而上,采取的策略是上新项目,增加出口贸易,改销售点为经销点。

1 新品拓宽市场

2003年2月,该公司涉足电动车轮胎,经过一年多时间的努力,已成功开发出20多个规格产品,满足市场的不同需求。电动车轮胎在摩托车轮胎销售网络的基础上,快速在国内各省建立电动车轮胎经销点,每月的销量达15万条左右,由此使电动车轮胎成为该公司轮胎的经济增长点。

2 增加出口贸易

2004年,该公司摩托车轮胎的出口量每月达到6万多条。面对大好的形势,该公司将计划进一步扩大生产,以满足市场需求。该公司摩托车轮胎采用3种销售方式来做出口贸易。第一种方

式是通过外贸公司来做出口贸易。这种方式风险小,但相对利润低,在刚做出口贸易时起到了极大的作用。第二种方式是直接与外商做业务,这些外商中的一大部分是老客户。该公司以产品质量、企业信誉等,提高了外商的忠诚度,从而使许多外商放弃外贸公司直接与公司建立长期的业务关系。这种方式不仅利润大且业务相当稳定。第三种是通过摩托车生产厂家来做出口贸易。经过几年的出口贸易,许多摩托车行业的外商主动要求国内摩托车生产厂家采用红豆轮胎,从而间接增加了轮胎出品量。

3 改销售点为经销点

1995年,该公司投入资金在全国各省建立了自营销点,这种销售方式虽然成本较高,但可快速了解市场、掌握市场、做大市场。2001年,该公司又将销售点改为经销点,先后在全国大面积范围内建立经销网络,提高了市场的灵活性,同时又降低了经营成本。在改变销售方式时,针对不同的市场,建立不同的销售模式。在广东、四川、河北三地,未设立经销点,采用自营销点的销售模式,从而掌握了占领市场的主动权。戴海燕

山东玲珑四个规格产品 顺利通过乌拉圭 LATU 认证

随着进出口贸易的日益发展,出口日趋活跃,山东玲珑轮胎有限公司在巩固老市场的同时,又开发了南美洲乌拉圭市场出口产品。根据国际贸易规则,产品进入乌拉圭市场,首先要满足乌拉圭的LATU认证,为了顺利取得LATU认证,该公司积极开展工作,使认证前期准备工作有序、完善。

2004年11月10日,乌拉圭的Ricardo先生代表政府对该公司质量检测体系及产品进行了为期2天的现场审核,在各个部门的积极配合和共同努力下,Ricardo先生对质量检测体系及产品实物质量给予了非常高的评价,165/70R13 LMA1、6.50 14 10PR、8.25 16 14PR、10.00 20 18PR 4个规格顺利通过LATU认证,取得了出口乌拉圭的通行证,扩大了公司产品的市场范围。

刘纯宝 王 玉