

, 工业总产值(现行价)同比增长 11.7%, 工业增加值(现行价)同比增长 8.69%, 出口创汇同比增长 31% 的较好成绩。

经受住严峻的考验, 依然保持着正常、稳定而快速增长的黄海橡胶, 一季度在产量上可谓是“满堂红”, 尤其是 3 月份, 外胎日产新高达到了 13438 条。炼胶公司创日产终炼胶 320t、创月产终炼胶 7413t, 都是历史最好成绩。为保证生产的连续性和稳定性, 该集团建立了原材料供应工作的预警机制, 增强了工作的预见性。根据每日、每月的生产计划, 测算出主要原材料的需求量, 落实好货源信息和货源渠道。在原材料采购上实行厂家直购、批量订货, 实行了月付款、季付款, 同时制订相应的质保措施, 保证了原材料采购质量。

为保证生产的顺利进行, 该集团各生产厂科学安排、周密组织、合理调度, 职能人员带班、跟班对生产中出现的的问题, 深入现场了解情况, 及时解决, 保证了生产计划的顺利完成。为确保设备 100% 的安全正常运行, 生产厂各车间加强了设备管理责任制, 对设备维护保养明确职责, 充分发挥了保全、电仪人员的作用。

在质量管理上, 进一步加强各工序工艺执行率的检查考核, 切实保证了产品品质。质检人员继续加大了对成品胎的督查力度, 对模型使用情况、成品胎质量及回修胎质量进行不定期抽查, 对存在的问题及时进行信息反馈, 督促生产厂进行及时整改, 保证了轮胎品质达到市场的要求。为进一步占领市场、开拓市场, 严格根据市场的需求组织生产, 一季度共组织了 20 多个新规格的试制, 及时的满足了市场的需求。

在销售工作上, 该集团积极组织大胆的进行创新, 对销售的各部门经理实行竞争上岗、动态管理, 从而有效的增强了竞争的危机意识、企业发展的责任意识和个人价值的实现意识, 并使市场得到了有效的启动, 新市场得到开发。在为产品服务方面, 紧紧围绕“实施市场创新, 全面提高市场开拓能力”的发展战略和市场定位, 进一步提升服务理念, 以诚信服务为重点不断提高售前、售中、售后服务的工作质量, 实现 24h 电话服务, 完善了用户服务信息处理, 进一步提高了顾客的认知度和用户的满意度, 也促进了该企业市场的发展。

吕晓梅

“三角”上榜商务部重点扶持 出口名牌名单

日前, 国家商务部外贸司公布了 2005 ~ 2006 年度重点扶持的 190 个出口名牌名单, 三角轮胎股份有限公司的“三角”品牌榜上有名。

自 2004 年以来, 国家外经贸权全线放开, 商务部力图通过政府的帮助, 支持和培育具有自主知识产权和自主品牌的商品出口, 引导有实力的企业到国际市场上参与中、高档产品竞争, 使自主品牌在中国出口中占据更大的比重。这次公布的 190 个重点扶持出口名牌包括机电产品、医药保健产品、五矿化工产品、服装、轻工工艺和食品 6 大类。其中, 机电产品扶持品牌有 70 个, 数量最多, 服装品牌为 54 个, 轻工工艺品牌为 40 个, 食品品牌为 11 个, 五矿化工品牌为 8 个, 医药保健品牌为 7 个。

根据该名单, 6 类产品的 190 个名牌将在资金支持、出口信用担保、检验检疫、通关等方面受到商务部的重点扶持。据了解, 入选企业先要过 8 道门槛, 包括上年度经营盈利; 出口额不低于 1000 万美元; 通过国际通行的质量管理体系认证; 近三年来无严重违法违规行为; 未因出口商品质量问题被国外索赔; 没有发生重大质量事故等。而拥有自主知识产权、上年度出口额、出口额增长率、市场占有率、销售产值, 以及海外市场商标注册情况、海外营销机构和售后服务体系建设情况等评审指标, 则是评审委员会对具备资格的企业打分的依据。

于光国

成山外贸出口实现首季开门红

2005 年一季度, 成山集团有限公司共出口轮胎 84 万套, 创汇 3000 万美元, 比去年同期分别增长 87% 和 185%, 实现了首季开门红, 创历史最佳业绩。

成山集团有限公司国际营销部重点围绕市场开发、产品推介、强化服务做文章, 开拓新市场, 扩大老市场。北美地区去年销售 2000 万美元, 为了