

# 行业动态

HANG YE DONG TAI

## 桂林橡机出口创汇逆市创新高

面对全球性金融风暴的冲击,桂林橡胶机械厂树立全球大市场的经营理念,调整营销策略,大力开拓国外市场,出口创汇逆市创新高。2008年出口创汇2444.9万美元,同比增长46.51%,创历史最高水平。现世界轮胎前10强已有9强、75强已有37强使用该厂产品。2009年出口形势继续看好,现已获得2000多万美元出口订单。

国际化是该厂营销目标。该厂强调人才建设、销售、售后服务等全面与国际接轨。将外贸人才队伍的建设作为系统工程来抓,通过人才管理的创新建立了基本可与外资、民营企业媲美的用人机制,培养和造就一批适合于高新技术产品开发和贸易的复合型人才。为了满足不断增长的出口需要,该厂制定出给高水平外语人才涨薪酬的政策,鼓励员工学习外语,形成适应产品出口的语言环境。该厂采用请进来、走出去的办法,两条腿走路,多渠道出口,即一方面与传统代理公司结成战略伙伴,另一方面充分利用自营进出口权,自己也走出去,使自营出口份额不断增大。为了适应外贸出口需要和今后企业出口额的稳步提高,该厂成立外贸公司,对外贸进行统一管理。该厂在美国、日本等国设立办事处,招聘当地人员从事销售和服务工作,加快沟通和服务速度。该厂注重印度、中欧新型市场开拓,最新开发了欧洲轮胎、阿波罗等新客户。为配合国外市场开拓,该厂加大在国外的宣传力度,多次参加美国、德国及印度等著名展览,向世界轮胎巨头全面推介GRM出口专用商标及企业产品,树立世界名牌。

工作细节化是该厂营销的特色。该厂强调工作细节化及产品质量可靠性。严格执行ISO 9001质量管理体系,确保第一步工作处于受控状态。

针对出口产品的特点,制定了专门的“出口产品检验办法及细则”,通过提高员工的工作质量来保证产品质量的提高和稳定。对普利司通、米其林等客户都采用专人负责制,针对不同客户特点和喜爱,制定不同营销方案。普利司通强调工作时间的性,该厂就将工作重点放在时间计划表及按计划推进工作和汇报上。米其林强调工作持续改进,该厂将工作重点放在米其林提出问题整改及预防类似问题再现上。细节体现企业对客户的重视,细节体现质量体系的运转受控。该厂通过细节的重视形成融洽的氛围,与对方交朋友,将生意做大做久。考虑到发达国家对产品安全性非常重视,该厂在产品安全性保证上更是细中求细,产品通过德国TUV及法国BV公司的CE认证。至今该厂累计出口硫化机近千台,安全事故一直为零。

产品高技术含量是该厂外贸成功保障。产品开发力争高起点、高技术、高附加值,产品性能能与世界上著名的橡胶机械相媲美,能够满足米其林等世界著名轮胎公司的工艺要求。对产品配套件实行全球采购,尽量选用国际品牌的产品,提高产品的性能价格比。对硫化机设计充分利用有限元分析及PDM管理,逐渐实现硫化机设计的零缺陷。对硫化机的控制系统投入更多的精力和力量,使其往高自动化、网络化、智能化发展。该厂为米其林研发的1220液压硫化机实现我国液压硫化机出口零的突破。该厂2008年与普利司通签订7台5000硫化机供货合同,产品为目前世界上最大规格硫化机,合同金额超亿元,创建厂以来单个出口合同最高金额纪录。该厂正在建立目前广西最高重型机械总装厂房,力争今年6月份5000硫化机一次通过普利司通的验收。该产品研制成功将确定该厂巨型全钢工程机械子午线轮胎装备在全球的领先地位。

陈维芳

## 益阳橡机扎实开展百日竞赛活动

在全球经济危机冲击下,益阳橡机鞭打快牛,积极应对金融风暴,从2009年1月份开始认真组织开展“抢市场、扩领域、盯回款、促生产”百日竞赛活动。公司领导高度重视,制定详细活动细则,确定销售目标,积极组织生产,设立百日竞赛奖

项, 实施责任制, 树立员工信心, 实干苦干, 千方百计在危机中寻求机遇。该公司首月实现销售产值 5 211 万元, 出口交货值比 2008 年同期增长 6.02%, 有效订单已达到 5 亿元, 保持了稳步发展。该公司将通过百日竞赛活动, 力争夺取全年首季开门红。

益阳橡机开展百日竞赛活动首先从销售入手, 多方出击, 稳定现有主导产品市场, 开拓新市场, 销售人员想方设法跑市场, 充分发挥外协作用, 积极承揽外来加工件。通过努力, 现已揽进首批高速铁路高架桥模板和大型高难度立柱、导轨的加工任务, 弥补订单萎缩、生产不足, 以保证设备的满负荷生产。该公司狠抓工程项目, 全力加快对新采购的国内第一台有效行程 22 m 动龙门铣磨床设备的安装。2009 年年初, 组装人员到位进行安装, 具有铣、镗、磨、钻四种功能的该台设备被迅速安装后将立即承接已投产的 2.7 m×16.4 m 大型平板加工任务, 这是企业在设备投入中对特大型加工件生产能力的突破, 公司具备了承揽大型平板业务订单的设备基础, 为企业持续发展注入了新鲜血液。

大力拓展船舶产业是益阳橡机发展的一大亮点。下属中海船舶公司在保证资金 100% 回笼情况下, 抓住国家发展船舶产业良机, 做大做强, 2009 年已到手订单逾 1.7 亿元。在国家拉动内需政策鼓励下, 中海船舶抢抓天津环渤海湾、环广西北部湾以及设备工程船舶的重点工程市场机遇, 保住原有的交通、水利、长江航道的计划船舶市场外, 拓展上海、江苏、湖北、浙江等新市场。春节过后, 员工们就兴高采烈地投入到了工作岗位, 如火如荼地展开工作。

“倡导节约, 从我做起”树立员工节俭意识, 2009 年 1 月份, 该公司由审计室牵头, 以内部审计为抓手, 把各车间刀具管理室归口到仓储部统一采购, 统一管理, 每月张贴刀具使用情况, 杜绝了刀具的多领、冒领现象, 有效提高利用率, 大大降低了刀具的耗用量。

益阳橡机稳定现有市场, 竭尽全力开辟新市场, 拓展塑料机械等新领域, 加快产品技术更新, 做好人力储备, 加强考核管理, 保持企业稳步持续发展, 为下个发展高峰奠定坚实基础。 陈建绥

## 贵轮公司在侵犯其名称权案中胜诉

2009 年 1 月 20 日, 贵阳市中级人民法院以“(2008)筑民三初字第 101 号”民事判决书就原告贵州轮胎股份有限公司诉被告贵州某橡胶有限公司侵犯名称权一案作出判决, 判决被告贵州某橡胶有限公司立即停止对贵轮公司名称权的侵犯及不正当竞争行为, 并于判决生效之日起 10 日内赔偿贵轮公司经济损失 10 万元。

自 2008 年年初以来, 全国各地不断有客户、经销商致电贵轮公司反映, 市场上有贵轮牌轮胎销售, 该产品没有“三包”售后服务, 包装上注明的生产厂家是贵州某橡胶有限公司, 询问该产品是否为贵轮公司生产。贵轮公司为维护其合法权益, 深入调查, 搜集了一系列足以证明“贵轮”即贵州轮胎股份有限公司唯一简称的确凿证据, 并于 2008 年 11 月 7 日向贵阳市中级人民法院提起诉讼, 要求被告贵州某橡胶有限公司立即停止对“贵轮”名称权的侵犯及不正当竞争行为, 赔偿经济损失 15 万元, 并承担本案诉讼费。

2009 年 1 月 6 日, 贵阳市中级人民法院开庭审理了此案, 法院认为: 原告贵轮公司作为贵州省唯一的轮胎生产厂家, 具有雄厚的实力、较高的品牌知名度及社会美誉度, 虽未将“贵轮”作为商标进行注册, 但多年来, 贵轮公司在对内管理和对外宣传中, 均大量使用特定简称“贵轮”, 无论是国内轮胎行业, 还是广大经销商和消费者, 均认为“贵轮”这一称谓就是指贵轮公司, 这一简称是贵轮公司通过日积月累、大量广告宣传、消费者对其产品的市场知名度和相关公众的广泛知晓度及美誉感所形成的, 具有广泛的显著性, 具有与企业名称同等的意义。而被告贵州某橡胶有限公司故意将贵轮公司为公众所知晓的“贵轮”作为商标在轮胎的显著位置标注, 产品在贵州省境内外销售, 客观上足以使购买者误认为是贵轮公司的产品, 且没有“三包”售后服务, 不仅使广大消费者受害, 也使贵轮公司遭受了重大经济损失, 损害了贵轮公司良好的品牌形象和商业信誉, 严重扰乱市场秩序, 其行为已侵犯了贵轮公司的名称权, 构成不正当竞争, 遂作出上述判决。

路仕平