

黄海橡胶雄鹰翱翔

李金磊

(青岛橡胶(集团)有限责任, 山东 青岛 266041)

黄海橡胶集团, 历经了 70 年的风风雨雨, 依然迈着矫健的步伐, 快速奔走在改革发展的大道上。经过 5 年的卧薪尝胆, 苦练内功, 历经“二次创业”艰苦卓绝的奋斗, 重新站立在世界轮胎行业强企之林。

进入 2004 年以来, 轮胎行业遭遇到前所未有的困难。原材料在多年持续涨价的情况下, 2004 年更是一路窜高, 居高不下。其中生胶涨到每吨 15000~16000 元, 而且大多被期货市场套走。全球范围的石油涨价, 从而带动了相关产品价格的上涨, 尤其是各帘布生产厂纷纷逐月提价, 目前每吨帘布已上涨了 2000 多元。与此同时, 炭黑、助剂等原材料的价格也随之上涨, 氧化锌的价格由每吨 6000~7000 元, 上涨到 11000 元, 有价无市是每一个轮胎生产企业都必须面对的一道必须解决好的难题。国家限制超载力度的加大使原本竞争异常激烈的轮胎市场, 变得更加惨烈。目前, 许多厂家库存激增产品大量积压, 限产、停产的轮胎企业比比皆是。据不完全统计, 已有近一半的企业处于半停顿状态。能源、电力的紧缺, 更是严重制约了企业的正常生产。由于全国性的煤炭紧张, 致使煤的市场价格由前期的每吨 270~280 元, 上涨到目前的 560~570 元, 而且货源很少, 质量差。面对恶劣的生存环境, 轮胎企业何去何从, 正面临着严峻的考验。

黄海橡胶集团凭借敏锐的市场视角, 认识到企业的基业常青, 技术、品牌是保障。2004 年上半年, 黄海人认清形势, 准确把握市场规律, 在其他厂家低价抛售, 赊销出货急于回拢资金的情况下, 黄海橡胶以“追求用户满意度最大化的”为目标。坚持“全面、协调、可持续发展”的科学发展观, 坚定不移贯彻执行稳健的市场政策; 严格胎号

管理, 推行“一胎一卡”制度, 以诚信服务拓展市场; 开展新产品推介会, 重点推出了以满足高端用户需求的“Luluton”品牌, 加大对终端直接用户的服务; 建立了区域性售后服务中心。市场政策的一致性、稳定性, 市场规范的到位, 售后服务的满意放心, 极大的保护了客户、用户的利益, 给黄海橡胶带来了丰厚的回报。1~6 月份, 单月产销率均突破 100%, 库存下降 10 万余套。国外市场、配套市场、维修市场 3 个市场都火, 全钢、半钢、斜胶轮胎三种产品都旺, 黄海橡胶的努力拼搏迎来了累累硕果。2004 年上半年, 实现集团工业增加值 3.2 亿元, 同比增长 28%; 产值 13.85 亿元, 同比增长 31%; 销售收入 13.06 亿元, 同比增长 28.3%; 创汇 2690 万美元, 同比增长 29.6%; 利税 1.24 亿元, 同比增长 36.3%。

市场经济的特点就是竞争, 物竞天择、优胜劣汰, 而市场竞争的基础一是靠实力、二是靠品牌, 品牌则是具体体现了一个企业的实力、质量、信誉和效益。企业的竞争说到底就是技术水平的较量。持续自主的技术创新能力一直是黄海橡胶集团的优势, 2004 年被黄海橡胶集团定义为自己的“品牌年”。以品牌占领市场, 以品牌引领市场正成为黄海人前瞻性的追求, 依靠一流的技术研发队伍, 黄海橡胶集团的技术创新又结硕果。上半年共研制开发新产品 56 项, 重点开发了高端产品“路路通”新品牌, 形成了高、中端和基础级 3 个系列, 开发了全钢、半钢轻卡系列, 半钢白胎侧系列, 以及 16 吋、17 吋大轮辋的轿车子午线轮胎新产品。新产品一经推出, 使用厂商闻风而至, 订货、抢货。黄海橡胶“不让一条不合格轮胎流入市场”活动的开展, 更为黄海橡胶市场的火爆、产品的热销奠定

了产品质量基础。从原材料进厂、到轮胎出厂,每一道工序都严格把关,“不让一条不合格品流入下工序”,技术、质检部门更是加大巡察力度,严抓工艺纪律的执行落实,措施到位,上下齐心,从而造就了“市场困难,黄海轮胎销售不难”的市场反差。

“市场的需求就是工作的目标”,黄海橡胶集团紧握市场脉搏,顺势而动,市场需要什么就生产什么,市场缺什么就做什么,加大产品结构调整力度,快速反应,切实做到了“无序的市场有序的生产”,日产值、产量不断创造新高:日产值突破1000万元。

利润是企业生存的根本,面对极其困难的外部环境,进一步内部挖潜,节支降耗摆上了黄海橡胶集团的日程,上半年,通过新材料、新配方的应用,剥离产品多余功能,节约成本1400万元。人

才是基石,执行是关键。黄海橡胶市场的火爆,产品的旺销,没有人才万万不能。2004年,黄海橡胶集团开展了“做黄海品牌员工,创黄海品牌岗位”的主题活动,涌现出一大批许振超式的员工、海尔式的先进集体。

企业的成败靠执行,“百分之百地完成任务,没有任何借口”执行文化理念的提出、实施,使黄海橡胶的执行能力极大提高,这也是黄海橡胶能够克服种种困难取得突出成绩的所在。

时至今日,黄海橡胶产品热销,市场火爆的局面依然持续着。一个市场规范、技术领先、管理到位、人才济济的轮胎企业的雄鹰展现在眼前,翱翔在天空。经过困难的历练,今日的黄海正用她那敏锐的视角,强有力的执行迎着市场经济的狂风暴雨,向着更高的目标展翅高翔,我们期待着一个更强、更大的黄海橡胶。

五大项目协调发展 四大战略强劲驱动

——山东玲珑上半年各项经济指标再创历史新高

孙松涛

(山东玲珑橡胶有限公司,山东 招远 265400)

2004年上半年,山东玲珑橡胶有限公司销售收入、利税分别比上年同期增长87.77%和65.54%,被授予“山东省100强企业”和“中国石油和化学工业百强企业”荣誉称号。“玲珑”商标被认定为“山东省著名商标”,产品被授予“山东省名牌产品”称号。在由世界品牌实验室发起编制、世界经济论坛联合主办、世界经理人独家协办的2004年中国品牌价值评估中,玲珑品牌经评估其品牌价值就高达38.97亿元,全国品牌排名149位,荣获“2004年中国500最具价值品牌”的荣誉称号。

1 以子午线轮胎为契机,平衡资源利用为宗旨,实施五大技改项目,优化产业链,构建经济效益和社会效益相统一的制造业群体

为突出轮胎主业专业化、规模化发展趋势,公司一是投资新增投资3亿元,引进德国内衬层、意大利纤维压延机、荷兰成型机等主要生产设备,进行全钢子午线轮胎的二期扩建工程,使整个生产线达到年产150万套的生产能力。二是依托轮胎工业园完善的辅助设施,投资3亿元进行了年产200万套半钢子午线轮胎的项目建设,形成年产200万套的半钢子午线轮胎生产能力。三是为满足能源需求,投资6651万元进行热电联产的二期扩建,目前设备安装调试已经完成,新增主要设备一炉一机,届时公司日发电量达到58万度。四是为合理利用资源,与山东最大的水泥生产商山水集团强强联合,投资2000万元实施了年产80万t水泥粉末站的一期工程,形成年产20万t优质水