

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