

全面进行技术升级,广泛应用新材料、新技术

双星鞋业高端产品走红国际市场

□ 本报记者 何沙洲
特约记者 王开良

在金融危机的影响下,诸多企业面临着严峻的考验,特别是作为出口企业受冲击最大,同时受国际市场的排挤,中国鞋业出口一直是困难重重。但是,双星鞋业出口在双星集团总裁汪海的指导下不断技术升级,依靠高端产品走红国际市场,在美国消费市场和意大利时装市场不断受到好评,并开创了出口逆势而上的好局面,打造了双星鞋业出口新形象。

双星时尚休闲鞋的制造技术在世

界鞋圈内是一流的,这为双星鞋业走俏国际市场打下了基础。面对激烈的市场竞争,在汪海指导下,双星鞋业出口生产厂不满足现状,全面进行技术升级,广泛应用新材料、新技术,在国际鞋业的高端市场展现出双星亮丽的风采。为适应国际市场的变化,双星鞋业出口的高端产品帮面材料更加丰富多彩,出现了银丝布、聚酯布、分化印染帆布等众多帆布系列;应用了镜面革、压花 PU 等干、湿发泡 PU 系列材料;并引进了真皮、PE 覆膜真皮、翻毛皮、长毛皮、豹纹皮等不同皮质材料;还采用了蕾丝网布、柔面革等特殊材

料;应用了五彩格力特、PE 珠光片等等众多新奇特材料,现在双星应用新型帮面材料达到 1086 种。如:攻克帮面真皮材料粘和新工艺,做出模特专用的真皮硫化鞋走俏意大利时装市场,双星创造了制鞋历史上的新工艺,第一批产品已投放到意大利的时装市场,受到客户的好评。新工艺、新技术的应用赢得了客户的信赖,他们多次到双星追加订单,其中仅 66104 蕾丝网布鞋追加 4 次,累计生产量 35 万余双,74686 高跟鞋追加 3 次订单,累计生产量达 20 万余双,创造了小批量生产订单居多的生产新奇迹。双星注射

鞋厂发挥专业优势,积极抢占安全鞋出口市场,共开发样品 60 多款,先后投产了新款安全鞋,设计生产荷兰客户和开发新加坡客户等多款安全鞋。

在进军国际高端市场时,双星鞋业出口生产厂按照双星集团总裁汪海提出的“进高端就是干别人干不了的,就是要做出比别人更好的产品”要求,以精工细作干一流精品的质量观念,从开发设计上、工艺技术上、操作技能上都迈进了国际一流鞋业工厂的行列。这些工厂按照高端市场高、精、细的质量要求,扎实认真地抓好多种类型的员工质量教育和培训,强化特殊

岗位的技能竞赛,培养了一支具备高素质、高技术、高质量的员工队伍。双星海江公司在生产美国一客户下单的新品种时,技术人员采取把两种彩色压条分别放置,控温硫化、彩条对换,再硫化成型的方法,达到不串色效果,取得多种压条硫化技术新突破。他们还在质量练兵活动中收到员工提出的产品质量好建议 102 条,质量创新达到 22 项,职工改进先进操作法 31 个,有力地促进了产品质量的提升。双星瀚海公司去年圆满完成了 140 个型号、892 个订单,共 330 多万双的出口生产任务,靠主动适应市场,团结拼搏

的精神,公司产品未出现一次延误交货期现象,受到了出口客商的高度肯定,美国一客户还亲自为公司送来喜报。双星鲁中公司不断提高出口鞋质量标准,创出了生产 60 万双出口鞋,质量零缺陷的新纪录,赢得了客户的信赖。

正是靠着种双星人特有的敢拼搏、敢竞争的精神,双星鞋业出口产厂适应了市场对新材料、新配方、新工艺、新设计、新产品的要求,创造了时尚休闲鞋生产工艺多项领先新技术,高端产品走红国际市场成为双星鞋业出口新的增长点。

科学发展观在民营企业的成功实践

□ 红豆集团党委书记、总裁 周海江

红豆集团是从最初弹棉花、织手套的小作坊,发展成为现在集科研开发、生产制造、全球贸易于一体的大型民营企业集团,是江苏省重点企业集团和国务院 120 家深化改革试点企业。目前集团业务涉及纺织服装、橡胶轮胎、生物医药、房地产等四大产业。去年深入开展的学习实践科学发展观活动,让红豆集团进一步深刻体会到科学发展观的正确性,红豆集团的发展历史就是科学发展观的成功实践和生动例证,科学发展观是指导民营企业不断取得辉煌的理论基础和根本保证。

用优良业绩来体现科学发展

发展是科学发展观的第一要义。在对待发展的问题上,民营企业往往存在两大问题:一种是片面追求急剧扩张,忽视了风险防范,遇到不利局面时困难重重、无法应对,导致企业一蹶不振;再一种是过于求稳怕乱,小富即满,谨小慎微,错失发展机遇,导致企业徘徊不前、不能做大。

所以,民营企业实践科学发展观就是要坚持发展不动摇,既要牢牢把握好发展机遇,又要审时度势、防范风险,实现持续发展,取得优良业绩。多年来,红豆集团保持了年平均两位数以上的增幅,发展的特色体现在转型发展、升级发展、生态发展和跨国发展等四个方面。

一、转型发展。市场在不断在变化,竞争在不断升级,企业只有以应变变才能立于不败之地。多年来,企业一直注重转型发展,从生产经营型向创造运营型转变,从资产经营型向资本运营型转变。创造指的是研发,运营指的是品牌网络,这些都是为了打造品牌,提升产品附加值。

在研发方面,红豆集团以发明专利大户的身份而成为全国专利试点先进单位,2009 年申请 190 项专利。近年来,红豆集团分别与北京、南京、上海等地的科研机构开展了产学研合作,先后申报了国家中小企业创新基金项目、国家火星计划项目,申报了省科技支撑计划工业项目、省高新技术企业等。红豆还高起点规划了红豆国际科创园,打造了红豆居家、轩帝尼、依迪菲和 Hodo 红豆男装等高档品牌,市场反映优良。在品牌网络方面,企业积极转变营销模式,加强连锁专卖体系建立。红豆五大品牌目前已有连锁专卖店 1200 家,今年将提前完成 3000 家的目标。通过连锁专卖,提升了形象,巩固了市场。

从资产经营到资本经营,是企业

领域的又一成功尝试。今后,红豆还要在资本运营方面有更多的动作,来促进企业的跃升。

二、升级发展。纵观红豆集团 50 多年的发展之路,走的就是一条产业不断升级、告别粗放之路。在传统的服装领域,红豆从最初的弹棉花、织手套,发展到针织内衣,到 1991 年成为全国最大的针织内衣,企业又果断决定发展服装系列化,先后成功上马了西服、衬衫、羊毛衫等产品,1995 年成为中国服装品种最多、市场覆盖率最高、销售额最大的企业。

走在全国服装行业前列的红豆集团,没有停止升级发展。集团先后投资进入了摩托车、电动车制造,全钢子午线轮胎行业和生物制药行业。2009 年,全钢子午线轮胎产能达 120 万套,后继项目扩能全部投产后,产能将达 400 万套,做到全国前五名,该项目也正在积极准备上市。

三、生态发展。生态发展是人类发展的最高境界,只有生态发展才能从根本上克服农业文明和工业文明的种种弊端,实现全人类的持续发展。在企业发展中,我们一直在探索生态发展之路,寻找既能产生经济效益,又能保护环境的项目。十多年前,我们发现农村有不少土地闲置浪费,而一种神奇的珍稀树种——红豆杉却濒临灭绝。红豆杉是国家一级保护植物,能吸纳空气中有毒气体,净化空气,从中提取的紫杉醇是治疗癌症的广谱药物,全球供需矛盾突出。于是,集团决定利用农村闲置土地进行红豆杉的大面积人工种植,并向药物提炼制造领域进军。

近十年来,集团先后投资 4 亿多元,攻克了一系列技术难关,人工种植红豆杉 3 万亩,3500 多万株,形成了规模化种植、抗癌原料紫杉醇提炼、盆栽及苗木外销、观光康复的庞大生态健康产业链。据估算,完全投产后红豆杉项目年产值 50 亿元。这不仅拯救了国家濒危树种,而且增加了农民就业渠道和收入,大大优化了生态环境,成为大型工业企业集团进军农业生态领域的成功范例。另外红豆杉将作为中国生态文明建设的重要成就在世博会中国馆展出,真正展示了世博会“生态文明”的诉求,展示中国企业生态开发的杰出成果。

四、跨国发展。企业要想做大,必须进入国际大循环,实现国际化发展。多年来,红豆集团在产品外销方面逐年增长,还先后在美国、日本等地设立贸易机构。2007 年,红豆集团在跨国发展上迈开了突破性步伐。在国家鼓励企业“走出去”政策的激励下,红豆集团在柬埔寨西哈努克港创办了占地 11.13 平方公里的经济合作开发区,这也是中国商务部批准的首批八大境外园区之一。

过去,中国企业“走出去”往往是单个企业的扩张和发展,而现在正在探索组团式走出去模式,这就是建立中国企业的工业园区。这样不仅能够有效地规避风险,还能通过工业园区的配套设施更好地促进企业发展,掌握在境外的发展主动权,并形成境外发展的规模效应。该园区建设得到了中国总理温家宝的关心,也得到了柬埔寨首相洪森的重视。现在,红豆柬埔寨工业园道路、水电、办公区域等基本设施已经建好,目前已有 7 家企业签定了入住协议,30 多家企业正在洽谈。

用“红色品格”来推动科学发展

中国需要“红色企业家”。中国企业是中国共产党领导下的社会主义国家的经济细胞。中国企业从诞生的那一刻起,就烙上了红色的印记。科学发展是企业发展的必由之路和客观要求,如何建立良好的长效机制,来推动企业持续地实现科学发展?红豆集团的做法就是着力打造产业报国、守法经营、注重党建的“红色品格”。“红色品格”的核心内涵就是坚决贯彻党的方针政策,强化党组织建设,发挥党的政治优势。

党建工作在红豆集团这家民营企业,不是形式,也不是两张皮,而是与企业发展融为一体。红豆集团目前共有党员 892 名,另有流动党员 175 名,党委下设 16 个党支部(总支),85 个党小组,还建立了全国民企第一个境外党支部——柬埔寨工业园区党支部。实现了党组织建设从集团总部到产销一线的全面覆盖。党建工作已成为推进企业发展的灵魂,成为企业又好又快发展的坚强核心和根本保证。

红豆集团的党建特色是“一核心,三优势”。“一核心”就是把企业党委作为政治领导核心,与三会融为一体,董事会、监事会、经理层中的主要负责人进入党委。红豆人认为,三会相互制衡是现代企业的本质要求,在企业经营管理方面,党委不干涉,充分支持;党委主要确保企业的发展方向,确保党的方针政策贯彻落实。

“三优势”是把党的政治优势转化为企业的发展机遇优势、人才优势和谐发展机遇优势。

一、把党的政治优势转化为企业的发展机遇优势。企业的发展需要机遇,机遇从哪里来?及时吃透并准确贯彻党的方针政策就是最大最好的机遇。党的方针政策,最具全局性、科学性、前瞻性和导向性,企业及时理解并贯彻执行,就能避免走弯路,保证企业走在科学发展的轨道上。红豆集团就是在学习领会和贯彻落实党的方针政策中,抓住了一次次发展机遇,实现了科学发展。其间有六个发展节点最具说服力。

第一个节点是 1957 年 4 月,在国家鼓励“小手工业者联合起来”的政策下,港下乡的两个小手工业主积极响应政府的号召,主动带头将两个小作坊合并,并命名为港下针织厂,红豆集团的前身应运而生。

第二个节点是 1983 年,小厂面临生死存亡,时任荡上村支书的周耀庭受命于危难之中,凭着一名共产党员的责任感及改革开放的大好政策,小厂迅速发展壮大。在小厂扭亏为赢的关键时刻,上级党委领导曾多次上门指导,给企业寄予无限希望。特别是党中央明确提出,个体私营经济也是社会主义市场经济的重要组成部分,更为企业加快发展鼓了劲,撑了腰。而 1988 年,周海江作为红豆引进的第一

名大学生,对企业的快速发展起到了非常重要的作用。

第三个节点,1992 年邓小平南巡讲话,企业迎来了又一次大发展,红豆成立企业集团,走上股份制道路。

第四个节点,随着国家资本市场的逐步开放,2001 年,红豆股票上市。步入了资本运营的红豆集团发展日新月异,上马高科技的午午线轮胎项目成功进军高新技术领域

第五个节点,2007 年,红豆在国家鼓励企业“走出去”政策中寻找到了新机遇,到柬埔寨创办了占地 11.13 平方公里的经济合作开发区。

第六个节点,进入新世纪以来,红豆集团从党的科学发展观理论中捕捉到了新的发展机遇,加大投入开发绿色生态产业,形成红豆杉种植培育、药物提炼、制剂生产、苗木销售、生态旅游、后继开发的庞大产业链。

二、把党的政治优势转化为企业的发展人才优势。企业发展需要人才,人才从哪里来?殊不知,党组织建设是培养、发现、汇集人才的最好途径。多年来,红豆集团把不断发展党员、培养党员骨干和党员当家人当作企业最重要的人才工程,从而把党的政治优势转化为企业的人才优势。在人才引进中,坚持把党员作为优先条件;在党员中选拔干部,坚持把党员作为优先要素;在骨干培养中,坚持把加入党组织作为重要目标;在关键岗位上,坚持发挥党员的模范带头作用。而今,“党员当家最放心”已融为企业的管理文化。红豆集团董事会主要领导全是党委成员,10 大子公司总经理全为共产党员,百余名厂长 80%是党员,股东大会代表 85%是党员。这种人事配备,既保证了企业发展始终沿着党的方针政策,也保证了企业决策的顺利实施和干部队伍的稳定可靠。

红豆的特色党建还体现在对团建的充分带动上。从 1995 年建团以来,红豆就一直坚持党建带团建,将加强基层团建作为“一号工程”,形成了党领导团、团紧跟党,党重视团、团依靠党的光荣传统,为确保党的事业薪火相传,红豆事业后继有人,打下了扎实的基础。在集团党委、团委的领导下,集团、各二级子公司、三级企业从去年开始进行了集团团委、团总支(支部)干部竞争上岗,一大批青年干部脱颖而出。

多年来,广大党员干部奉行“我是股东更是党员、我是老板更是义工”的坚强信念,不为各种诱惑所动,为打造百年红豆尽心尽力。与此同时,凡是要求群众做到的,党员先做到;凡是要求党员做到的,干部先做到,“我是党员跟我上”也已成为企业的行为文化。党员的模范带头作用体现在企业发展的各个环节。许多党员干部关键时刻勇挑重担,带领企业克服困难,实现经济快速发展。在援助汶川地震、印度海啸灾民、国内水灾灾情、贫困地区建设希望小学、企业困难职工等一系列救灾帮困活动中,数万名职工在广大党员的带领下先后慷慨捐款 1000 多万元。同时集团在产销一线建立了 87 多个党员示范岗,20 多个党员责任区,时刻以党员先进性引领着广大员工岗位建功、岗位奉献。党员领导干部还积极

开展结对帮扶活动,帮助职工提升生产技术,解决了他们的生活困难。这正是红豆集团“一个党员一面旗帜”的真实写照。

三、把党的政治优势转化为企业的发展凝聚力优势。企业发展需要凝聚力,凝聚力从哪里来?发挥好党的政治优势,借鉴好党的思想政治工作经验和教育方法,就是提高民企凝聚力的有效法宝。红豆集团专门成立了党校、团校和职业技术学校,创办了企业内部刊物《红豆》、《红豆内参》,常年开展宣传教育活动;以“产业报国、共同富裕”、“做跨国企业、创世界名牌”的理念和目标激发职工创业热情;多年持续开展声势浩大的“七夕红豆相思节”活动,弘扬民族文化,激发爱国热情;号召广大党员和职工把爱国热情落在爱企业、把忠诚于党落在忠诚于企业的具体行动上。前几年,红豆集团所在地区有多家企业因债务原因而纷纷关门倒闭,红豆集团的股东和员工们也受到波及,人心浮动。集团党委采取果断措施,强化宣传攻势,开展思想工作,引导广大党员特别是党员干部“困难面前找机遇、逆境当中求出路”,带领员工“团结拼搏向前看、凝心聚力攻难关”,从而使企业很快走出困境。

用“绿色品格”来保证科学发展

最近,国外有的学者提出,中国发展进入了“绿色大跃进”时代。我们认为,中国需要“绿色大跃进”,因为我们以往欠债太多,现在发展受绿色制约越来越严重。企业的发展不是孤立的,是与自然、与社会、与员工的发展密不可分的。那种只顾企业自身利益,片面追求企业利益最大化的做法,是不可持续的,也就不能保证企业的科学发展。

为了实现企业发展与自然、社会、员工的同步和谐发展,红豆集团提出了打造“绿色品格”的理念,“绿色品格”的内涵就是关注环境、关爱社会、关心员工,以此来保证企业的科学发展。

一、认清企业的环境定位,多为环保作贡献。企业是财富的制造者,也是资源消耗大户,也可能是污染排放大户。那种不计资源消耗、不计环境污染后果的做法,不是负责任企业所应有的行为。所以,能否“节能减排”、“环境友好”,是衡量企业“绿色品格”的重要标准。多年来,我们先后投资 5 亿多元开展科技进步,调整产品结构,坚决淘汰那些对水电、土地、交通、原材料等资源消耗高、浪费大、排污重的产品和服务工艺。率先实行了用地集约化,把 100 多家工厂集中在一个园区,并推行多层建筑,大大提高土地使用率。兴建了万吨污水处理厂,5 万吨给水处理厂,大力推行二次用水技术,实施“零排放工厂计划”。更重要的是在大型工业企业集团中,率先开辟了发展农业生态制约产业的路子。

二、找准企业的社会定位,多为社会作贡献。企业必须很好地承担以下社会责任:一是吸纳更多的社会劳动力,不断提高待遇,提升员工的幸福指

数;二是上交更多的税金,提供更多的社会资助;三是制造质优价廉的产品,最大限度地满足消费者;四是积极带动周边地区,促进区域和谐发展。这些年,我们集团每年经济总量以两位数速度递增,用工增长 15%以上,上交税金增长 20%以上。本着对消费者高度负责的原则,企业一贯坚持诚信经营,确保产品质量,反对假冒伪劣,反对欺诈行为,不断提高产品性价比,以个性化服务让消费者买得轻松、用得放心。我们在中国民营企业中率先并坚持创立民族品牌,使红豆品牌成为首批“中国驰名商标”,红豆服装成为“中国名牌服装”,产品不仅在国内而且在欧美和东南亚地区受到广泛好评。

创造财富体现的是企业和企业家的能力,用好财富体现的则是企业和企业家的品质。这些年,我们红豆集团不断增加对社会的资助力度,累计向社会捐款捐物近亿元。企业的社会价值要体现在安置就业、交纳税收、保证供给和环境保护等方面。红豆集团目前吸纳了 22 万名员工,上交税金占所在镇总税金的近一半。红豆集团还是国内首家全面执行企业社会责任的

企业。

三、确立良好的内部定位,多为员工谋利益。中国有句古话叫“财散人聚,财聚人散”,我们不断提高员工待遇和收入作为一种责任和追求。这些年,我们不断完善各种制度,推进企业的制度化、民主化,创造“公平公正、诚信友爱、充满活力、奋发向上”的企业环境,努力让每一位员工共享红豆发展成果。对高层次人才,我们采取了给股份、给产权的办法,使其与企业经营实绩融为一体;对待广大优秀人才,我们努力营造公平科学的选人用人机制,以能力赢得岗位,以岗位获得高薪;对待广大基层员工,不断提高待遇和收入,每年投资上亿元进行培训,每年开支 3000 多万元实现免费“包吃包住”,建立了 2500 万元职工慈善救助基金。多年来,我们开展了推选打工妹上大学、竞聘班组长车间主管、评选“星级员工”、给一线员工过生日、春节送接一线员工回家与返厂等活动,不断提高广大员工在企业的家庭感、幸福感和满意度,成熟员工不仅没有流失,反而与年俱增,保证了生产扩大需要。

红豆集团落实科学发展观的三

点体会:

1、民企实现科学发展,既要注意抢抓机遇,又要注重防范风险;既不能错过机遇,又不能盲目扩张。

2、民企实现科学发展,既要注重眼前发展,更要考虑长远发展;既要立足实际,又要敢于梦想。既要注重国内发展,又要放眼全球,实现跨国发展。

3、民企实现科学发展,既要注意企业利润最大化,又要兼顾员工利益、社会价值、环境效益的最大化,把企业发展的最高目标定位在了为了人类的生活更美好。

总而言之,实践科学发展观,是民营企业发展必由之路和内在需要。只有坚持科学发展,民营企业才能找准定位,把握机遇,少走弯路,沿着科学发展、和谐发展、生态发展的轨道持续健康发展。