

国外部分轮胎品牌深陷“质量门” 双星用高科技与良心专注做好轮胎

# 让汽车穿上最好的中国“民族鞋”

——记双星轮胎的十年品牌之路

□ 本报记者 何沙洲 特约记者 郭林 陈雪梅

几个壮汉走到主席台前,将手里的钢钉用铁锤砸进轮胎,轮胎依然“充气十足”,拔出钢钉,轮胎仍然没有丝毫泄气现象。惊讶,激动,一大群人一拥而上抢着拍照摄像。

这是7月5日在双星青岛轮胎总公司举行的“爱我中华,用我双星,双星轮胎为民族品牌争光、争气”新闻发布会的现场,来自全国40多家新闻媒体的记者亲眼目睹了自有轮胎产出以来还少见的奇迹。

刚才上去亲自验证轮胎“扎破不漏气”的就是记者们,他们进一步了解到,这款已被许多小汽车用户喜爱的轮胎,不仅不怕玻璃、钢钉扎,还不怕冲锋枪扫射。轮胎多一份保障,就意味着危险来临时车上人员的生命多一份希望。一些有车的记者和来宾当场要求购买这款轮胎,为今后的出行安全增加一份保障。

实际上,十年前中国制鞋业的民族品牌双星“改行”给车做“鞋”后,就依靠双星独有的特色核心技术走高端路线,不断为用户和社会创造价值和超越价值。全国著名企业家、双星集团总裁汪海兴致勃勃地向记者介绍着主席台两侧陈列着的“双星造”系列轮胎:在举世瞩目的建国60周年庆典上参加阅兵式的导弹军车配套军胎、行驶里程超过30万公里的“耐磨王”、国内独有的彩色商标轮胎、适合高温沙漠的特种赛车胎等等,这些轮胎的核心技术,大都是中国第一,甚至世界独有。参会的青岛市质监局高善武副局长自豪地告诉记者,双星轮胎在技术创新上做出了重大成绩,并参与主导了多项轮胎行业标准的制订。

正是凭借这种占据行业高地的优势,在国外部分轮胎品牌先后陷入“质量门”,其产品的质量和安全性屡遭质疑的当下,双星才能以稳定的质量、同行业领先的轮胎技术、始终坚持不变的“干好产品质量就是最大的积德行善”理念,在全球轮胎行业笑傲群雄,赢得了消费者一致认可。

这让“爱我中华,用我双星,双星轮胎为民族品牌争光、争气”的新闻发布会充满自信,也让激动中的记者对双星轮胎的民族品牌之路充满更多期待。

## ● 起步 从人鞋到“车鞋”的跨越

双星作为具有九十年制鞋历史的企业,最早把创民族品牌和爱国主义联系在一起。早在上个世纪八十年代,双星就提出了“创名牌是市场经济中最大的政治”“创名牌是最好的爱国”“创名牌为国争光,为民族争气,为企业增辉”等企业发展目标,把创名牌作为企业一切工作的纲,把“树立民族志气、弘扬民族精神、创造民族品牌”作为企业发展壮大的强大精神动力,双星在中国制鞋业创出第一个中国名牌,获得第一个驰名商标,成为第一个上市企业,实现了中国民族工业的名牌梦想。

在这之后,双星充分运用品牌效应,抓住中国轮胎行业“调整重组、重新洗牌”的契机,实施战略转型,从给人做鞋跨越到给车做“鞋”。

实现从人鞋到“车鞋”的成功跨越,双星所走过的道路却并不平坦:2002年,双星在吸收合并原华青轮胎时,顶住胶南原主要领导的百般阻挠,并购了原华青轮



汪海说中国强盛需要更多民族品牌

胎,发展成为今天的双星青岛轮胎公司;2004年,双星通过调整产品结构,克服困难,又在河南建立了双星中原轮胎公司;2005年,双星重组了曾被誉为中国轮胎行业“四大天王”之一、与马来西亚合资十年失败而导致亏损、停产,倒闭的湖北东风轮胎,顶住原东风轮胎主要领导的旧传统、旧思想和不理解、不支持的阻力,在原来的烂摊子上建起了今天的双星东风轮胎公司,实现了当年毛泽东提出的“东风压倒西风”。

短短几年,双星通过移植鞋业成功的文化、管理,注入资金、技术,发挥“名企、名牌、名人”的“三名”效应,使双星青岛轮胎从一个管理粗放、乡镇作坊式的生产企业,蜕变为国内知名的大型轮胎生产企业。目前,双星轮胎形成了双星青岛轮胎、双星东风轮胎、双星中原轮胎三大轮胎生产基地,拥有半钢子午线轮胎、全钢载重轮胎、农业轮胎、工程机械轮胎、工业轮胎、特种轮胎、军用轮胎七大类600多个品种、1000万套的生产规模,创造了“小吃大”(做鞋的兼并做轮胎的)、“快吃慢”(发展快的兼并发展慢的)、“国有吃国有”(国企双星收购国企东风轮胎)的发展奇迹,跃居中国轮胎前5强。

从人鞋转到“车鞋”后,双星根据不同路况、不同需求、不同性能、不同环境,将轮胎生产细分化,什么车用什么胎,什么用途用什么胎,改变了30年多来中国轮胎行业“一胎通用”的历史,逐步实现了“系列化、专业化、差异化、个性化、功能化”,使“车鞋”像人鞋一样“丰富多彩”,打造出轮胎民族品牌的市场竞争力。

## ● 理念 轮胎质量是人命关天的大事

轮胎作为现代社会人类不可缺少的生产和生活资料,轮胎质量稳定关系到千家万户,是“人命关天”的大事。特别是近期部分国外知名品牌轮胎质量多次受到质疑,消费者对轮胎质量稳定性的要求更为严格。

“产量是钱,质量是命,双星人要钱更

要命”。双星始终非常重视质量,视质量为生命,从90年的光辉发展历程中总结出一套双星人自己的质量管理新文化、新理念,提出“质量等于人品,质量等于道德,质量等于良心”,“干好产品质量是最大的行善积德”,“诚信干质量才是诚信的双星人”,将中华民族优秀传统文化应用到质量管理上,教育员工用人品保质量,用道德衡量质量,用文化管理质量,使员工对产品负责,对消费者负责,把质量上升到人品、道德、良心的标准,把人品、道德、良心物化到产品质量上。

正是这套独特的质量管理理念,正是质量一票否决制等严格的质量管理措施,双星轮胎产品质量经受住了市场的考验,产品顺利通过国家3C强制性产品认证、ISO9001质量体系认证、QS9000认证、TS16949欧美汽车工业标准、美国DOT、欧洲ECE、巴西INMETRO、沙特GCC和乌拉圭LATU等国际认证,成为中国同行业中产品获准进入国际市场范围最大的企业之一。双星轮胎用过硬的产品质量得到了广大消费者信赖,树立了双星轮胎民族品牌的新形象。

## ● 品牌 技术是民族品牌核心竞争力

双星轮胎坚持技术升级,坚持工艺创新,用特色技术、独有的技术增强了企业竞争力。

用特色技术打造特色产品。针对市场新变化,双星轮胎不断进行技术创新和升级,打破了一百多年来轮胎行业的老技术、老工艺、老结构、老配方,打破了国外对轮胎核心技术的垄断,创造了世界独有的“零距离、冷变热、钢丝圈成型”等新工艺、新技术,创造了国内独有的彩色商标轮胎,引领了中国轮胎行业工艺技术的新革命。

用专业技术打造专业产品。坚持“产学研”相结合,坚持自主创新,做专业产品,双星轮胎在国内轮胎企业中第一个实现载重轮胎性能的专业化,研发生产出矿山胎、雪地胎、公交专用胎、耐油、耐酸、耐

碱的油罐车专用胎;第一个推出行驶里程超过30万公里的耐磨王、承载力大抗冲击的载重王、抓着力高通过性好的驱动王“三王”系列;研发生产出适合野外作战的特种军胎、适合高温沙漠的特种赛车胎、抗刺扎轮胎等,在轮胎市场“独领风骚”。

据统计,仅2010年,双星轮胎就开发40多个特色专业新产品。在举世瞩目的建国60周年庆典上,参加阅兵式的导弹军车配套军胎就是“双星造”,改变了我国军车防弹轮胎只能依赖进口的历史;双星轮胎还两次征战达喀尔汽车拉力赛,在世界顶级赛场上得到历练。双星轮胎凭借高性能、高质量、高技术驰骋于世界轮胎市场,体现了双星轮胎民族品牌的竞争实力。

## ● 展望 “双鞋”战略让中国民族品牌征服世界

近年来,双星人创造的“人鞋带车鞋,车鞋促人鞋”让全球同行业惊叹于中国民族品牌的创新和智慧,这个“双鞋联动”战略是双星发挥集团规模优势,对多产业资源最大限度地综合利用。买轮胎送双星服装、送双星鞋,独特的营销方式吸引了国内外客户的眼光。双星轮胎借机加大了国内配套市场的开拓,成功与中国一汽、二汽、中国重汽、北汽福田、奇瑞、长安等20多家国内著名汽车生产厂家进行合作。

国际市场方面,面对发达国家带来的“技术的阻挠、反倾销的制裁和打压、跨国集团的侵略、品牌的剥削”这市场经济下的“四座大山”,中国第一代优秀企业家汪海,剑锋一转,双星轮胎迅速从美国市场转移到欧洲、非洲、中东、南非等国家;特别在欧洲市场,避开“特保案”范围内的低端轮胎及技术壁垒等限制,依靠双星独有的特色核心技术走高端路线,成功挺进了德国、英国、意大利、荷兰、俄罗斯等发达国家市场,尤其高档宽断面轮胎在英国受到极大好评。

双星轮胎由于坚持走高端路线,坚持“双鞋动起来”,在轮胎行业市场形势非常

恶劣的情况下,出口份额不仅没有受到影响,而且占到总销量的40%以上,标志着双星国外市场转移成功,解决了国内因宏观调控带来的困难,也促使双星轮胎提升为国际化的轮胎生产企业。

目前,双星轮胎产品远销世界100多个国家和地区,成为中国轮胎业中占领世界市场份额最大的企业之一。

如今,面对轮胎行业新的竞争形势和市场压力,汪海表示,双星轮胎将继续打造和提高中国轮胎民族品牌的市场竞争力,把双星轮胎这一民族品牌发展的更好、更大、更强,为中国人争光,为民族工业争气。



高性能、高质量、高技术的双星轮胎



国内独有的双星彩色商标轮胎

## 【新闻链接】 ● 心声 双星轮胎 深受司机青睐

主持当天新闻发布会的双星集团副总经理锡顺表示,举办这个会,是为了让大家进一步了解,双星干了别人没干的事,创出了新技术、新工艺,创造了双星轮胎独有的核心技术;是要告诉大家:双星不但给人做鞋做的好,而且给汽车做鞋也做得很好,在为中国入争光,为民族工业争气。

对此深有体会的当然是那些司机们。双星轮胎生产出安全行驶30万公里无损坏的全钢子午胎,开发出耐磨损、行驶10万公里无损坏的出租车胎,就深受运输公司和司机们欢迎。山东万易达运输公司潘经理说:“双星长途型专用胎跑10万公里没有质量问题,我把10万公里作为奖励指标来考核司机,每多跑1万公里就奖励司机,现在所有司机都能拿到奖励,都争着用双星轮胎。”湖北十堰市出租车司机洪师傅则道出了驾驶员的心声:“我开了十多年的出租车,用过很多牌子的轮胎,我感觉双星东风轮胎质量真的不错,4条轮胎行驶了12万公里没有问题,我非常满意,我现在一直用双星轮胎……”

无疑,双星轮胎用过硬的质量赢得了消费者信赖,树立了轮胎民族品牌新形象。



双星轮胎民族品牌之路受到全国媒体关注。



会后央视等媒体记者还在抓紧采访汪海。



记者亲自验证双星轮胎扎破不漏气。



双星人鞋车“鞋”捆绑营销实现“双鞋联动”。