

中国十大文化名酒 中国唯一蒸馏传统酿酒工艺(周基金族牌)

道光廿五

遂宁道光山不徒同族酿酒有限公司

诚招地市级以上区域营销专员

网址: WWW.DAOGUANG.COM.CN 销售热线: 0416-3863835

责编:陈燕 编辑:王长才  
版式:张彤 校对:梅健秋  
2012年9月4日 星期二

# SHIJIEGONGCHANG

## 世界工厂

C1

经理日报  
THE MANAGER'S DAILY

《喜迎十八大 泰隆在行动》

# 两化深度融合 打造行业巨人

——来自江苏泰隆集团的最新报道之三

## 草原迎晖厉兵秣马 冲刺全国市场

内蒙古阿鲁科尔沁旗草原迎晖食品有限公司自成立以来一直坚持“内强素质、外树形象”的经营策略,受到社会各界人士的好评。该公司曾被当地政府部门评为重合同、守信誉单位,产品远销全国各地,近日我们采访到了公司总经理王占海。

**笔者:**该公司的产品在市场竞争中有哪些优势?



内蒙古阿鲁科尔沁旗草原迎晖食品有限公司总经理 王占海

**王总:**内蒙古阿鲁科尔沁旗草原迎晖食品公司是以民族食品,民族工艺品为主的加工企业。我公司几经发展,已由手工作坊发展到现代化生产,产品由单一走向系列,草原迎晖系列风干牛肉,已走出草原,迈向了全国的千家万户。

绿色、天然、营养、健康是公司追求的目标,也是公司对广大消费者的承诺。为了保证产品的天然绿色,公司将生产车间建在草原腹地,远离居民区、无人污染,自备优质深水井源,为食品生产加工提供了最佳环境。公司与草原地区的知名企业合作,从而保证了原料来源的绿色、天然。并且公司严把质量关,成立质检部,由公司的副总直接负责,不合格的原料不允许进厂,不合格的产品不允许出厂,层层把关,责任到人。为了保证产品的营养、健康,该公司与科研院所合作,采取传统工艺与现代技术相结合,研发出了系列风干牛肉产品,不添加任何防腐剂,保证了产品的原汁原味。

(明月 林木)

**笔者:**请你谈谈公司的发展战略?

**王总:**内蒙古阿鲁科尔沁旗草原迎晖食品有限公司前身是内蒙古阿鲁科尔沁旗草原迎晖商贸有限公司,成立于2008年6月6日,以经营销售内蒙古特产风干牛肉、奶食品等民族食品为主。自2009年10月10日公司转型为内蒙古阿鲁科尔沁旗

草原迎晖食品有限公司后,公司在战略上一面看准市场进行产品创新和研发,一面不断巩固后方力量。目前主营草原迎晖风干牛肉、牛板筋、奶食品等民族食品系列、民族工艺品系列以及其它民族文化系列等三大系列产品,已达到几十种单品。

公司下设生产部、质量技术部、市场营销部、综管部、财务部、电子商务部六大部门,内抓管理,外拓市场,重点打造执行力强、作风过硬、秩序井然、有理有节、团结热情的团队精神。同时不断增强产品力、渠道力和终端力。目前以内蒙古大本营为主,已建立了一支强大的经销团队,不断在区外建立连锁加盟店,公司以后的发展方向是以建立食品产业基地,构筑公司产业链条,塑造民族品牌,实现百年发展伟业为战略目标,弘扬干中学,学中干,坚持高速高效、开拓创新的经营理念,注重企业文化建设,铸就企业精神,逐步打造中国知名品牌。

## 双汇位列 2012 中国企业 500 强第 200 位 同时入围中国制造业企业 500 强

**本报记者 李代广**

9月1日,中国企业联合会、中国企业家协会在吉林省长春市正式发布了2012中国企业500强名单,河南省漯河市双汇实业集团有限责任公司顺利入围,位列第200位;同时,双汇集团还入围2012中国制造业企业500强。

### 入围门槛继续提高

在2012中国企业500强榜单上,中石化以2011年营业收入255195亿元连续8年领跑榜单,中石油、国家电网、工商银行、建设银行、中国移动、农业银行、中国银行、中国建筑、中海油分列第二至第十位。根据中企联提供的数据,2012中国企业500强的营业收入总额达到449万亿元,同比增长237%,占2011年国内生产总值的比重达到95.3%,比上一年度提高了4个百分点。今年中国企业500强的入

□本报记者 李丙驹  
特约记者 成吉昌 通讯员 阙国元

实现工业化和信息化深层次融合,是近期中共中央政治局就我国坚持走中国特色新型工业化道路和推进经济结构战略性调整所作出的战略性部署,对推进我国坚定不移地走新型工业化道路,努力实现从工业大国向工业强国转变指明了前进的方向。作为全国减速机行业排头兵企业,泰隆集团为我国现代企业展示了一个两化深度融合创新发展的成功范例。

据集团总经理殷爱国介绍,泰隆信息技术的应用始于本世纪初,而将信息技术融入企业管理与产品制造体系,他们已经探索了整整10个年头。“十二五”期间乃至今后,泰隆将进一步在两化深度融合的实践中,探索新的规律,以两化深度融合为核心,走新型工业化发展道路,努力营造行业小巨人。

泰隆信息技术的应用,经历了一番由偶然到必然、由局部到整体、由一般配套到深度融合的尝试与探索过程。上世

纪90年代,我国中小企业产品设计主要依靠手工制图,企业的财务、仓储等每天发生的大量数据都是沿袭原始手工记账方式。随着企业的发展,跨入新世纪的泰隆产销规模蒸蒸日上,“刀耕火种”显然不适应生产及经营管理的发展要求。为此,在当时企业界对“信息化”还十分陌生的情况下,集团董事长殷根章就以超前发展的眼光,要求企业各部门管理人员用“鼠标”代替“纸笔”,办公电脑化很快成为泰隆一道全新的企业风景。

泰隆决策者深知,推进两化融合,管理软件是基础。当时,国内减速机行业在信息化管理方面尚未发现成功的先例。为了深度了解管理软件的功能与实施效果,泰隆不惜人力、财力,先后派出10多个批次的技术人员深入北京、天津、上海、四川等地区进行信息软件应用考察,努力取人之长,为己所用。为了有序推进两化融合,“十五”期末,泰隆在全国同行业独家制定了实施两化融合的“135”工程。所谓“1”,全厂上下从董事长、总经理,到各产品制造体系、各科室、车间负责人,将两化融合作为各层各级的一把

手工程,层层抓,层层管,层层设立考核目标与奖惩责任制;所谓“3”,企业从管理到生产,从采购到营销,从财务到仓储,挑选300多名业务骨干,进行管理软件基础知识培训,努力造就一流的两化融合管理人才;所谓“5”,到“十一五”期末的5年时间内,泰隆两化融合的应用效果在全国同行业处于领先地位,通过深度融合,部分产品达到国内领先、国际先进水平。

两化融合使泰隆的设计理念发生了深刻的变化。过去一个产品的设计过程由一名设计人员,按照一张图纸的设计程序缓慢推进。现在一名设计人员可对一个系列数百种规格的产品实现全参数化快速变形设计。一种复杂系数非标产品的设计原来需要一个月左右,现在减少为3天至一周完成。同一系列变形产品的设计,由原来的20天左右减为两到三天,不但大大缩短了产品的设计和制造周期,而且基本消除了变形设计误差和错误的概率。

泰隆两化的深度融合,加快了国产减速机进军国际高端领域的步伐。通过发展

嵌入式技术,赋予产品高性能控制、智能化运行以及远程监控体系,促进产品融入数字化、网络化的国际高端产业链。

在谈到今后发展方向时,总经理殷爱国表示,“十二五”期间泰隆两化深度融合的方向主要体现在四点:一是深化企业ERP资源计划管理,进一步延伸PLM产品生命周期管理链。二是深化三维设计软件应用,提高非标产品快速设计、快速配置、快速选型、快速报价和高效锁定功能。三是深化物料软件管理,实施社会与企业物资联网互动,建立材料与能源耗用数据库,提高采购物资计划的准确度,最大限度地减少库存,进一步增强市场应变能力。四是呼应国家技术专项、重大装备以及节能减排等领域的新兴产业,建立行业互动数据库,进一步以嵌入式高新技术武装减速机、风机与钢带线设备三大主导产品,努力为民国经济发展和民生服务工程提供更多国内领先并具国际竞争力优势的高新技术产品,为实现“十二五”期末企业40亿元产销目标,营造减速机与钢带线设备全国行业小巨人创造先决条件,奠定坚实基础。

## 名品世家专卖店开到哪里 五粮液本品就配供到哪里

# 五粮液与名品世家正式结为战略合作伙伴

名品世家(北京)酒业连锁有限公司为了更好地服务连锁专卖体系的客户,为客户提供真正的“真品”和“名品”货源,以提升名品世家连锁专卖体系的竞争力及单店盈利能力,积极优化上游供货资源,加快了拓宽上游供货资源渠道,确保名品世家名优白酒配供的步伐。去年,宜宾五粮液公司看好名品世家专卖体系的品牌建设,为名品世家专卖体系提供了五粮液定制酒,出现了合作共赢的可喜局面。

宜宾五粮液公司十分认可名品世家“只卖真品,专卖名品”的经营理念,对名品世家致力打造中国连锁第一品牌表示

支持,今年7月初与名品世家正式签署了战略合作伙伴《协议书》。协议规定:自2012年7月1日起,根据名品世家体系效能及发展状况配供给名品世家五粮液52°、39°本品、五粮液1618、五粮液定制酒,确保名品世家专卖店开到哪里,五粮液产品就配供到哪里。五粮液本品系列单提货100件以上按大批量提货征订,从厂家发货。五粮液的产品封箱胶带上均有产品批次及生产日期,在包装完好的情况下,通过对箱码的核对,名品世家连锁体系可以保证收到的全部是真正的五粮液产品。

众所周知,中华民族的国际品牌、中国高端品牌领航者——五粮液是酒中精华,喷香浓郁,醇厚甘美,回味悠长,以优质糯米、大米、高粱、小麦、玉米五粮为原料酿制而得名,不仅在国内闻名遐迩,而且远销国外。名品世家(北京)酒业连锁有限公司总部迁往北京后,正在致力完善名品世家连锁体系商业模式,对已建成的700多家连锁门店正在加强督导、培训,努力提高质量,积极探索提高单店盈利能力;积极拓宽优质的上游供货资源渠道,为名品世家专卖店“只卖真品,专卖名品”提供可靠的保障。为了维护宜宾五粮液与名品世

家双方良好的合作关系、确保合作共赢,名品世家北京总部加强了连锁体系的管理和服务工作,及时出台了名品世家体系内《五粮液产品市场管理办法》,进一步规范了五粮液产品进入专卖店的运营管理规程以及防伪、发货、验收流程。要求配供的五粮液产品仅供应连锁店陈列、销售、团购、VIP客户,禁止进入流通渠道,严禁窜货或低于公司团购指导价销售。宜宾五粮液与名品世家正式结为战略合作伙伴,必将提升全国各地名品世家体系的竞争力,大大提高名品世家专卖店的单店盈利能力。

(袁丰生)

# 锡柴蔡真法书记带队走访津冀市场

2012年8月12日上午,石家庄正洋汽贸一排崭新、威武的红色解放J6重卡前,蔡真法书记微笑着接过了河北敬业集团赠送的上书“产品卓越、服务一流”的大红锦旗,并承诺锡柴将为用户提供更加卓越的产品和更加一流的服务。

8月9日至13日,为了捕捉市场一线最真实、最可靠的信息,由锡柴党委书记蔡真法带队,副总经济师华士坤、管理部部长尤志庆、研发党支部书记陶彦时以及党建室相关工作人员一行5人组成的小分队走访了天津和河北市场,开头的动人一幕就发生在此期间。

### 回顾合作,有历史,有渊源

天津公交集团物资公司董事长许重光回顾了与锡柴合作的十几年历史。他说,天津公交是全国最早的公交企业,而锡柴是全国最早的柴油机企业,天津公交自1996年开始使用锡柴6110柴油机,1999年与锡柴进入合作的黄金期,2005年,锡柴国三机陆续进入天津公交,这次合作让天津公交感到锡柴的产品、技术和服务水平提升得很快。近几年,锡柴发展迅速,尤其是锡柴的设备水平和企业文化都给天津公交留下了深刻的印象。现在天津公交12米公交车上配装的就



接受河北敬业集团锦旗。 袁维军 摄

是锡柴CA6DL-26柴油机,在动力性和经济性上都有优势。

保定长安客车厂的安建军总经理认为,近几年与锡柴的合作是非常愉快的,锡柴的销售体系、技术支持、企业管理等在长安客车供应商中都是数一数二的。安总回想起当时参观完锡柴厂后立马拍板敲定与锡柴的战略合作关系的情景,开玩笑地称自己已被锡柴的文化所感染,已经成为了一个锡柴的忠诚“鼓吹者”。

### 展望未来,有前景,有希望

业竞争力的重要手段。而转炉炉龄的长短,不仅直接反映了炼钢耐材的成本,也在一定程度上反映出企业的冶炼技术水平。据有关人员介绍,由于公司近年来在品种钢特别是低碳钢方面产量增加,延长碳转炉炉龄难度也不断增加。面对

放J6载货车120辆,全部配装锡柴CA6DM发动机。近期,富山公司准备再购买100辆解放J6自卸车用于运输铁粉和硝石。

### 面对挑战,有勇气,有信心

河北正洋汽贸的张晓生总经理是锡柴多年的老朋友,见到走访小组一行,他就热情地为大家介绍今年上半年的销售情况。1至5月,正洋汽贸共销售解放车696辆,其中用锡柴机的687辆,比例为98.71%,近4年,锡柴机在正洋汽贸的比例一直维持在90%以上。今年虽然市场形势并不乐观,但是正洋汽贸一如既往地是锡柴的铁杆经销商。

河北众凯汽贸的刘印忠总经理感谢解放和锡柴,为他提供了好的产品和好的动力。在河北,解放有非常响亮的口碑,而用户选解放就是冲着锡柴动力而来。虽然今年市场形势计较严峻,但是众凯汽贸对于解放车和锡柴机的组合还是充满信心的。

另悉,各走访小组完成计划行程后,锡柴将举办走访活动总结会议,将问题点汇总立项并整改到位,确保工作实效性。

(冯雅明)

# 太钢转炉炉龄首破两万次

8月21日凌晨3时50分,太钢炼钢二厂南区3号转炉正式停炉检修。截至检修前,该炉炉龄达到两万多次,比该炉上一周期多生产了约70万吨钢水,指标在国内处于先进水平。

近年来,降本增效成为企业提升企

困难,该厂坚持“冶炼和护炉并重”的原则,在持续降低炼钢成本的同时,把养炉、护炉当做一个重要的工作来抓。在一年多的时间里,该作业区工作人员完成了针对不同钢种合理配比辅料、调整出钢温度、减缓废钢对转炉大面冲击等技术攻关难题。同时,他们充分利用先进的科技装备,保持炉况数据实时跟踪,制定

规范的加料制度、护炉制度,提升规范化操作水平。在该厂工作人员的努力下,3号转炉炉龄比上一周期增长了近一倍,冶炼技术水平再上新台阶。

据悉,该转炉属于90吨碳钢转炉,此前太钢该类型碳钢转炉创造的最长炉龄纪录为18000余次。

(谢利坤)