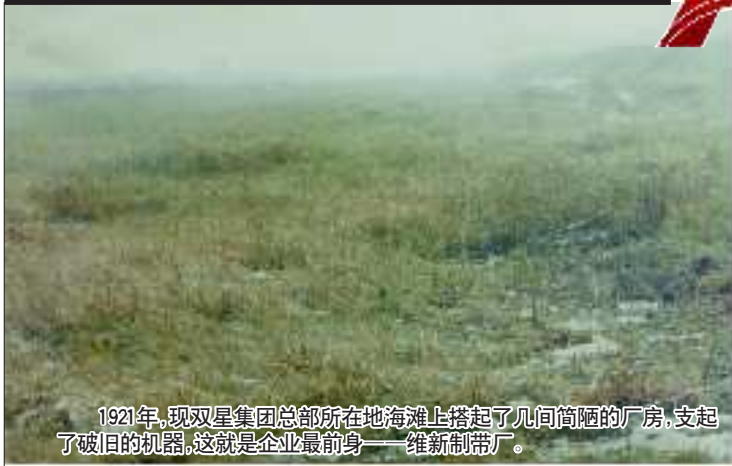


风雨90载 璀璨双星路



1921年,现双星集团总部所在地海滩上搭起了几间简陋的厂房,支起了破旧的机器,这就是企业最前身——维新制带厂。



1936年,日本帝国主义侵占青岛后,工厂沦为日本人儿岛雄吉的企业,更名为“虎”牌。图为工人在简陋的厂房里操作。



解放后,党和政府大力扶植民族工业,多次交给大元橡胶厂加工军鞋的任务,中国第一双解放鞋就诞生于此。



从1983年到1985年,双星根据市场需求,淘汰老产品、老工艺,对企业进行了成功改造。图为兰网鞋生产线。

从国营小厂变世界名企

90岁青岛双星华丽转身

本刊记者 董彦

闯六关 勇做市场先行者

2011年9月9日,双星集团建厂90周年。90年,经历了沧桑与动乱,也经历改革与壮大,双星已由单一制鞋的微利企业发展成为集鞋业、轮胎、服装、机械、热电、印刷、三产配套23个产业的综合性特大型企业集团,成为国企改革当中“市场的先行者”,“改革的冒险者”和“品牌的先驱者”。

上世纪80年代初期,双星的老产品——解放鞋断了销路,双星人被“逼”下海进市场搞起了自营销售,开始闯出了下海进市场的第一关。

双星第一个打破统购包销的流通体系,第一个以企业名义召开全国产品订货会,自己进商场,并在国内外建立了36家自营销售公司,闯出自我经营的第二关。

为了扭转“四老”企业(老技术、

老工艺、老产品、老厂房)的落后局面,双星最早进行横向经济联合,双星人最早运用名牌的无形资产和管理技术优势,使鞋业形成了西南双星、中原双星、华北双星、华东双星、华南双星的大格局。双星主动实施低成本扩张,最早发挥无形资产的作用,闯过了无资金的第三关。

在产品销售遇到困难以后,双星第一个以企业的名义召开新闻发布会,闯过了市场、企业和媒体

联姻的第四关。

在产品调整和产业转移过程中,面对3000多名城市职工转岗问题,双星敞开大门办三产。在国有企业中最早成立劳动服务公司,建成双星不夜城并举办了青岛“双星之夏”夜市和“大吃街”,在崂山风景区建设了大型旅游休闲度假村,先后涉足餐饮、房地产、广告等30多个行业,成功闯过了职工转岗分流

的第五关。1987年,双星成为行业第一家自营进出口试点单位。1988年,第一个以企业的名义参加广交会;1988年,第一个参加美国国际鞋业博览会;1992年,第一个在美国举行新闻发布会;1992年,第一个在德国国际鞋业博览会上弘扬“东方鞋文化”;1995年,出口创汇突破5000万美元,扭转了双星出口在100多万美元徘徊了近30年的局面,成功闯过了越洋出海的第六关。

砍六刀 敢做改革冒险者

在改革中,双星向着旧体制、旧习惯、旧观念砍了“六刀”,创出了“双星新体制”。

砍“三铁”。双星人率先推行人事制度改革,砍掉铁交椅、铁工资、铁饭碗的“旧三铁”,砍掉铁关系、铁锁链、铁栏杆的“新三铁”。最早打破了计划经济的招工制度,在农村招工提出“双星没有农民工”,都是“双星人”,打破了国企干部只能上不能下的制度。

砍机构。双星突破了与政府机关对口设置机构的禁区,最早把安全科和武装部合并,机关处室由27个减到13个,创造了现在6万人的大集团管理人员只有40多人的局面。生产车间没有车间主任,工人成为车间承包人、小老板。

砍分配。双星最早砍掉了“大锅饭”、“铁饭碗”,真正做到按劳取酬,使员工收入和劳动成果紧密挂

钩。改革了工资制度,奖罚分明拉开分配档次,解决了计划经济不合理的分配制度。

砍体制。本着“有利于国有资产保值增值,有利于双星名牌发展壮大,有利于骨干员工发财致富”的原则,双星进行公司经营权卖断,彻底实现了从过去“给国家卖鞋”变成“给自己卖鞋”。

砍掉旧思维。双星人引入文化管

理的新模式,汪海总裁总结了一批“有人就穿鞋,关键在工作”、“只有疲软的产品,没有疲软的市场”等务实求新的警句,转变企业职工思维。

砍掉旧观念。多年来,“干好质量就是为人民服务”等传统教育理念已经变成了口号,双星最早运用中国传统文化管理企业,提出了“干好产品质量就是最大的行善积德”,创出了市场经济企业文化发展之路。

创“六早” 争当品牌先驱者

最早提出名牌。1986年,双星第一个在《人民日报》发表文章呼吁“创中国人自己的名牌”。最早在中央电视台播出“双星创民族名牌”的系列报道,提出了“名牌是市场经济的原子弹”等名牌理论。

最早运用名牌。双星最早用民族品牌激发民族精神,凝聚员工队伍。1995年,双星成为橡胶行业唯一同时拥有四个中国名牌产品的企业,品牌价值高达492.92亿元,汪海总裁企业家价值达到321.42亿元。

最早宣传名牌。改革开放初期,双星人最早以企业名义召开新闻发布会,并在美国召开新闻发布会,汪海总裁“脱鞋打广告”的举动时隔近20年,参会的国外代理还记忆犹新。最早在中央电视台播出18个人在一只大鞋上跳舞的创意宣传片,使“穿上双星鞋,潇洒走世界”响遍大江南北。

最早推广名牌。双星坚持推广中国人自己的民族品牌,发出了“创名牌是全社会共同的事业,企业要创出民族品牌,政府要支持民族品

牌,商界要推销民族品牌,新闻界要宣传民族品牌,国民要热爱民族品牌”的呼吁。双星人立志把民族品牌推向世界赢得了对手的敬佩、行业的认可。

双星人最早向贫困地区转移并将产品延伸到其他行业,成为世界上唯一拥有六大类鞋(硫化鞋、冷粘鞋、皮鞋、布鞋、注射鞋、专业鞋)生产规模最大的集团,继而又发展了机械、热电行业等产业,创造了行业新奇迹。

最早壮大名牌。双星着力发展轮胎、机械、鞋服三大产业,移植鞋业成功的文化、管理,成功改造了乡镇企业,让中国轮胎“四大家族”之一的原东风轮胎厂重振了雄风,双星机械从原来一个粗放型企业,蜕变为一个铸造机械市场占有率全国第一、与国际接轨的机械制造企业。

风雨90载,铿锵30年,今天的双星,继续完善市场经济发展的新路子,创出市场经济发展的新特色,实现“树百年品牌、建百年老店”的宏伟目标,再创双星名牌新的辉煌!



1992年在国际新闻发布会上汪海脱鞋宣传双星。



1986年双星研制出高档排球鞋,图为汪海总裁等与中国女排合影。