



社会责任彰显双星崛起

本刊记者 朱夏雅南

改革开放以来，双星从单一的微利企业发展成为鞋业、轮胎、服装、机械、热电、印刷、三产配套等23个产业的综合性特大型企业集团，品牌价值高达500亿元。诚信铸就双星民族品牌；上山下乡造福数万农民；收购重组彰显大企魄力；奉献体现双星社会责任；绿色生产贯彻创新理念。

一路坚持>>诚信铸就双星民族品牌

早在上世纪80年代初，双星集团总裁汪海就提出“干好产品质量就是最大的行善积德”，“干好产品质量，真正为消费者负责，尽到应有的社会责任”，“质量等于人品，质量等于道德，质量等于良心”的理念，将质量始终放到体现一个企业的社会责任、体现企业员工道德和良心的高度上来，从而使企业不断赢得消费者的认可，为企业发展和创名牌奠定了坚实基础。

1997年，双星人亲手烧毁了价值10多万元的问题鞋，双星人透过火光痛定思痛，深刻认识到“放松了质量就放弃了市场，放松了质量就放弃了竞争，放松了质量就放弃了生存”。为此，双星建起国家级检测中心，建起专门的轮胎检测实验室，对公司的各种原材料、半成品、成品严格检验。

近年来天然橡胶等轮胎原材料价格疯涨，对下游企业的产品盈利

造成明显的影响。为赚取利润，有的轮胎企业在降成本上乱做文章。但是，双星轮胎企业更注重通过提高产品技术含量来扩大市场空间。树立正确的成本意识，始终坚持以市场的要求定目标，抓质量；始终坚持工艺不少、材料不减、标准不降。在高昂的成本之下，双星员工始终坚守着自己的“道德底线”，做到超标准检查，超常规考核，超微机管理。

面对困难和压力，双星集团轮

胎、鞋服、机械等各行业拿出最科学的办法，在保证高质量的前提下，加快科技创新，调整产品结构。去年以来，双星轮胎企业开发高档无内胎等特色产品数十个规格，1年内创新项目达5000个，消化不利因素3.3亿元。双星人认为，只有始终坚持“产量是钱，质量是命，双星人要钱更要命”的意识，不断强化社会责任，才能真正实现“树百年品牌，建百年老店”的战略目标。

一路探索>>驻足山区造福十万百姓

上世纪80年代初期，当许多国有企业还躺在计划经济体制上做美梦的时候，已经提早进入市场经济并取得巨大成就的双星集团又做出惊人之举，实施“出城、下乡、上山”的战略大转移。30多年来，双星一直利用自己的品牌技术和管理文化，先后在山东、河南、四川、重庆、贵州等省市的偏远农村建起了十大生产基地，不仅

使企业的资产由不足1000万元发展到现在的60多亿元，连续十多年稳居行业的龙头地位，而且全方位地带动了当地农村的发展，实现了企业和农村共同发展的双赢格局，为社会主义新农村建设创出了新模式。

上世纪90年代初期到中期，双星又通过“出城、下乡、上山”的发展战略，在革命老区沂蒙山区投资建起了

两座鞋城，安置了上万名革命老区青年。在改革开放初期，双星帮助10多万人脱了贫。从革命老区沂蒙山到大别山，从百万移民的三峡库区到中国西部的贫困山区，双星先后在农村创办十几家大型企业。汪海也因此获得“全国十大扶贫状元”的荣誉称号，双星成为靠农民发展起来的中国民族品牌企业，荣登中国企业500强。

短短几年内，双星利用自身的名牌优势，“西进、北上、南下”使生产基地和营销网络不断扩大，建立了5000多家连锁店。此举不仅盘活了国有资产，解决了当地老百姓吃饭和下岗职工的再就业问题，也为当地政府解了忧，为广大百姓造了福；还让几百名员工成了百万、甚至千万富翁。

一路发展>>多元化经营树百年老店

双星90年的发展历程，是一个不断创名牌、发展名牌的历程，也是一个以名牌为核心反哺社会的历程。在这个过程中，双星由一个单一做鞋的微利企业发展成为鞋业、轮胎、服装、机械、热电、印刷、三产配套等23个产业的综合性特大型企业集团，“双星”成为制鞋业中第一个“中国名牌”，品

牌价值高达500亿元。

上世纪90年代末，双星通过吸收合并，进入轮胎、机械等领域。2005年，双星托管了原来的中国轮胎“四大天王”之一的东风轮胎。当时，这个老牌国有轮胎企业在经历了辉煌、沉寂、合资等变化后，终于停下了艰难的步履。双星在短短一年多的时间里，用名牌

观念、市场观念、竞争观念、创新观念去改造带动这个企业，使老国有企业焕发了新生机，员工重新上岗，产品重现市场，企业重拾发展信心。

双星重组东风，在橡胶行业第一次创造了“国企救国企”的先例，汪海救活东风表面上看是救活一个企业，实际上是代表一种

思想，一种理念。汪海下决心收购东风，就是尽快抢占中国的轮胎市场，为中国人争口气。目前，双星轮胎这个中国人自己的民族品牌在市场上占有半壁江山，阻止了发达国家随意抢占、侵吞或瓜分我们的市场，这是对国家、民族的负责，更是对国有轮胎行业生存发展的负责。

一路奉献>>捐助体现企业社会责任

2008年5月12日，四川汶川发生大地震后，双星集团向四川灾区捐赠500万元。这次地震也给双星名人成都公司造成了一定影响，公司在积极组织人员自救的同时，号召全体员工踊跃捐款，并将捐赠价值10万元的鞋服在第一时间送到成都市红十字会救援物

资捐助站，全力以赴帮助灾区。

“全国十大扶贫状元”双星集团总裁汪海表示：“国家有难，匹夫有责。双星集团员工向灾区捐款，这是一个名牌企业应尽的社会责任，表达了双星参与国家抵御自然灾害、谋求社会福祉的强烈意愿，同时这个时候也是对员

工进行爱国教育、弘扬社会主义核心价值观和中华民族传统美德，培育企业以人为本精神的重要机会。”

拥有90年发展历史的双星集团是我国民族工业的骄傲，是跨国界、跨行业、跨所有制的国际型企业集团。长期以来，双星集团致

力于社会公益事业，使双星品牌美誉度不断提高。从到农村建厂扶贫、捐款建希望小学，到2003年积极支持国家抗击“非典”，2008年为雪灾、地震灾区群众奉献爱心等。这一系列的公益善举，都体现了一个成熟企业强烈的社会责任感。

一路创新>>绿色实现企业经济效益

汪海将绿色战略看成是一种商机，只有把环保放在企业整体战略中，才能使企业具有永恒竞争力。做好节能减排工作，不仅有利于社会，有利于企业，更重要的是体现了企业与社会、与环境之间的和谐。

双星集团各级领导把节能减排作为企业大事来抓，借用农村承包责任田的办法，创新实行家庭消费式管

理、厂币运作、倒推管理法、内部承包股份制等新管理方法，将节能降耗的目标和责任层层分解细化到了车间、班组、机台和个人，使一个个“小老板”认识到“当方家知柴米贵”的道理，广大员工主动提出节约能源的好办法，并大胆改进设备。各个部门还成立了由领导、工程技术人员、维修工、操作工组成的“四结合”创新小

组，制定节能减排攻关计划，实施全员项目攻关，大力推进节能减排工作，实施了众多节能技改项目，取得了良好效果。

作为劳动密集型的大型制造加工企业，双星轮胎总公司是能源消耗大户。2005年以来，通过技术创新减排，管理创新降消耗，5年减排降耗量达到30%以上，大大超过了国家要

求的5年降耗22%的指标。如对轮胎硫化产生的乏汽回收利用项目，经过反复试验，选用制冷量为4500千瓦的单效溴化锂冷水机组，对轮胎硫化过程中产生的乏汽进行回收利用，每年节约标准煤6300吨、自来水7.2万吨。仅这一个项目，就实现节能减排1100余万元，达到了企业效益与环境效益双赢的目的。

