

抓质量创品牌促进企业大发展

□ 冯生华 王 英

新世纪各行业的市场竞争将更加激烈,中国市场的竞争已由初级阶段的价格竞争发展到质量、服务的竞争。水泥作为最重要的建筑材料之一,是关系国计民生的重要产品。随着国民经济的发展,它在社会经济和人民生活,发挥着巨大的作用,几乎各条战线、各个领域都离不开它,水泥工业作为振兴国民经济的支柱产业,担负着重大的社会责任。目前各类高层建筑和道路、码头、水利等基础设施,工程需要大量质量上乘、品种丰富、施工方便的多用途优质水泥,对水泥产品质量提出了更高的要求。

进入 20 世纪 90 年代以后,水泥企业面临着越来越严峻的市场挑战。水泥产品从卖方市场转为买方市场,市场需要适销对路的优质水泥产品,如再生产品适应性差的产品就无人问津,将丧失市场。顾客对产品质量和品种的要求是上升的,产品质量不提高,品种不增加就失去了发展的机会。市场竞争是无情的,没有好的产品,没有过硬的管理,企业发展将会受到影响。

秦岭水泥在建厂之初,作为国家水泥生产骨干企业,在计划经济时代,曾以先进的工艺和装备打造出秦岭水泥名牌。但在如今市场经济条件下,在新的竞争态势下,我们必须以全新的质量观提升秦岭品牌,拓展企业更大的生存和发展空间,以求质量品种和主业规模的双翼,在市场经济的领空,实现二次腾飞。

质量就是产品的适用性,通俗地讲,就是产品本身的一系列特性能满足客户的某种要求和需要。我们要树立全面的质量管理观念,要由产品自身的功能质量即狭义质量概念向包括品种、价格、包装、销售服务在内的广义质量

概念转变;由评价产品质量只要求符合标准的“符合性”观念向更适应用户需求的“适应性”观念转变;由等待和依靠政府组织评奖树立企业的信誉向主动面向国内外市场,创造畅销产品,创名牌产品赢得企业信誉转变等等。以前我们讲质量,主要是产品的实物质量,今天我们要重视和树立的价值形态质量观则为“大质量”的概念,即全员、全面、全过程、全方位的质量。这种质量观念包括产品形成过程的质量,也包括管理全过程的决策质量和经营质量等。

秦岭水泥四十年来形成的质量体系是传统的,也曾取得了一定成效。秦岭牌 P.0425R 和 P.0525R 水泥曾荣获省优、部优产品,1995 年底被评为陕西省首批名牌产品,1999 年公司荣获全国建材行业推行全面质量管理 20 周年先进企业。在市场竞争日益激烈的今天,质量体系要由传统式向规范化和国际标准(ISO9000)过渡。企业要用 ISO9000 标准完善改进质量体系,然后形成以 ISO9000 标准为核心的具有企业特点的能够保证企业产品质量的新的运行体系,从而建立起适应市场的全新的质量管理模式。这个模式是与国际标准和国际水平接轨的,是一个持续改进的系统而不是一种呆板而停滞的系统。

为什么我们要在“大质量”的观念下,建立以 ISO9000 标准为核心的质量体系,建立国际化标准化的质量模式呢?这首先是企业在市场经济条件下生存的需要。如果我们不能通过 ISO 系列质量认证,其后果必将是灾难性的。秦岭水泥的市场定位为国家重点项目和重点工程,而重点工程的用户向企业索取的首要文件就是质量认证书。可以说有关质量认证证书是企业产品

走向市场的通行证,没有质量认证,企业连进入市场,参予竞争的资格都没有。有了质量认证,我们才能提升秦岭水泥品牌,才有可能拓展企业更为广阔的生存和发展空间。

以能打硬仗、善打硬仗而闻名水泥行业的秦岭人,在新的市场经济条件下,面对竞争压力,没有退缩,在探索新的质量管理运行模式方面取得了实质性突破。1989 年首次获产品质量认证,1994 年第二次获产品的质量认证,1999 年又通过了产品质量认证换证。更为可喜的是,2000 年 9 月通过了中国建材质量体系认证中心质量体系认证,使企业质量管理工作跃升到了一个新的阶段。

目前湿法生产线四台窑以粉尘治理为中心的改造工作相继完成并初见成效,各项技术和经济指标全面好转,有的已达到或接近历史最好水平。湿法线的技改工作已转入以控制改造中心,全面提高控制水平方向上,这将改变工艺技术装备落后状况,提高和强化过程控制能力,从而满足提高产品质量,开发新产品能力的目的。5 号窑干法生产线通过对工艺设备的修、配、改和工艺操作水平的提高,已经实现达产达标,6 号窑已建成投产,增强了企业发展实力。近年来公司先后组织研发了 P.0625.525 超细水泥石灰石水泥、中热水泥、低热水泥和低碱水泥等产品,使品种结构有突破性进展。所有这一切都为企业实施新的质量管理模式奠定了良好的基础,秦岭水泥将以完善的质量体系为保证,在市场大潮中创造出一条质量效益型的发展道路,重铸秦岭水泥品牌形象,赢得更为长足的迅猛扩张。

(作者单位:陕西秦岭水泥(集团)股份有限公司)