

科技进步给企业 插上了“金翅膀”

许志学 周常盛 张静波 孙彦龙

黑龙江龙江大豆食品股份有限公司是以生产大豆食品为主的中型食品加工企业。近几年,在大多数企业产品销售不畅,三角债盘根错节,生产经营不景气的情况下,这个企业却实现了跨越性发展,先后被市政府授予市级先进企业、重合同守信誉先进单位。在进档达标责任制中先后被市政府授予“百万富翁”和“财政支柱”称号,成为市财政的支柱企业。1993年前10个月企业实现销售收入3800万元,利税900万元,分别比上年同期增长41%和91%。在多数企业生产不景气的情况下,这个企业产值、销售收入、利税成倍增长,其奥秘何在呢?经调查,我们发现该企业之所以能在困境中掘起的原因就在于:企业能够立足于自身发展,不断加强新产品开发,推进技术进步,增加产品中的科技含量,科技进步给企业腾飞插上了“金翅膀”,增强了企业活力,使企业在激烈的市场竞争中立于不败之地。

一、瞄准市场,开发新、优、特产品

近几年,该企业瞄准市场,不断进行新产品开发,在产品的“高、新、优、特”上作文章,通过开发高科技、高附加值产品,增强了企业活力和市场竞争能力。

一是改造引进设备,开发新产品。黑龙江龙江大豆

食品有限公司1983年建厂以来,以生产糖果、饮料为主,企业发展极其缓慢。如果继续在糖果、饮料生产上打转转,企业不会有太大发展。面对这种状况,1986年企业从佳木斯市地处三江平原腹地,拥有丰富的大豆、食糖资源的优势出发,从日本引进了具有国际先进水平的豆奶生产线,对大豆进行深加工。当时生产的豆奶是液体的,不易包装保管,加之人们对豆奶产品认识不足,市场竞争也非常激烈,致使市

场销售不好。针对这种状况,企业组织科技人员对引进的日本设备进行了改造,研制出国内首创的全脂速溶豆粉,把液态的豆奶变成了固态的豆粉。产品一上市,很受消费者欢迎。但不久,消费者反映豆粉有种豆腥味。为了攻克这一技术难题,企业又组织科技人员进行科技攻关,很快解决了豆粉腥味这一难题。1988年改进后的豆粉上市,消费者普遍反映味道纯正,口感好,产品供不应求。目前,这种产品畅销全国20个省、市,100多个市县。产品分别被授予首届中国食品博览会铜奖、黑龙江省轻工业优秀新产品奖、全国轻工业推动企业技术进步新产品奖、中国旅游购物节“天马”金奖、黑龙江省首批名牌奖、第二届北京食品博览会银奖。

二是围绕不同消费层次的不同需求,开发新产品。不同的消费层次有不同的消费需求,龙江大豆食品有限公司针对这一特点,以适应不同的消费需求为目的,开发了适应不同层次、不同年龄、不同营养结构、不同口味的系列豆粉品种,实现了生产一代,设计一代,研制一代,储存一代,使产品始终以新、优、特占领市场。目前,他们已研制出强化豆粉、无糖豆粉和巧克力豆粉。正在研制老年保健豆粉、孕妇豆粉和婴儿断奶豆粉。此外,企业不断改进产品包装,适应不同场合,不同

程,具体内容为在全国建立4个销售办事处,成立2个外贸经济实体,开辟5个出口口岸,制订7条保证措施。一年来,“4257”工程基本上按计划完成。广深办事处、无锡办事处已在华东华南形成了点面结合的销售网络。广深办事处建点半年,完成销售量3500吨;无锡办事处完成销售量1500吨;北京办事处完成近2000吨。目前,这几个销售办事处的辐射功能正日益扩大,

确保了该厂产品在国内市场上占有绝对优势。为提高产品在国外市场的占有率,1992年该厂和中化建联营成立了进出口经营部,开业不久,即与韩国、香港等外商直接开展了对外贸易。1993年,该厂与河北外贸部门联营的“中化河北钡盐公司”正式营业。同时,加快申报自营出口权工作的步伐,利用外贸业务经营自主权,结束了该厂产品长期靠代理出口的历史。

的需要。改进了塑料包装,设计了铁听包装、礼品包装、铝箔包装等,形成了新的包装系列,深受消费者欢迎。

三是一业为主,多种经营,形成系列化新产品。这个企业不仅在豆粉上开发新产品,而且还在饮料、糖果方面开发新产品,形成了糖果、饮料的系列产品,延长了产品的加工深度。目前,企业已形成了“晨星岛”牌全脂速溶豆粉为拳头产品的三大类,近百个品种。

四是利用“废料”开发新产品。1993年,企业投资250万元,利用关停企业的厂房、设备,与上海爱普食品有限公司研究利用生产豆粉的下脚料豆渣,生产植物蛋白发泡粉。这种产品是代替蛋清用于食品工业的一种发泡膨化剂。国内主要用于生产蛋白奶糖、奶油蛋糕、固体冷饮等食品,国际上广泛用于啤酒、高档饮料、化妆品等行业。而国内这种产品的生产基本沿用从粮食中提取怡糖,再分解提取蛋白粉,生产费用高、效益低,市场供应比较紧张。1993年4季度,项目投产后,可年产300吨植物蛋白发泡粉,实现销售收入330万元,实现利润108万元,税金26万元。

二、提质降耗,品尝促销

一是作广告、搞品尝,提高产品的知名度。去年春节过后,这个企业由两名副厂长带队,选派了四名公关能力较强的同志组成了促销小组,先后在北京、上海两个大城市举行60多天的品尝活动,品尝人数上万人,提高了“晨星岛”牌豆粉的“知味度”。同时企业还花费45万元,在中央电视台、北京、上海及部分省、市电视台、电台进行全方位的产品广告宣传。进一步提高了产品的“知名度”,收到了明显的效果和效益。

二是建立产品的质量监督体系,提高产品质量。产品质量的好坏是企业能否在激烈的市场竞争中立于不败之地的关键。为了防止“萝卜快了不洗泥”现象发生,企业居安思危,在抓产品产量的同时,还不断加强产品质量管理。建立了由车间主任、副主任为车间总质检员,各班组长为质检员的质量保证体系。在关键工序建立质量控制点15个,使全车间形成了自上而下的质量监督网,对可能出现的产品质量问题都能进行事前控制,及时跟踪,有效地避免了质量事故的发生。企业主导产品“晨星岛”牌豆粉,优质品率、出品率分别达到95.6%和91%,产品被授予黑龙江省优质产品奖。

三是加强经济核算,降低生产成本。年初,由财务科与各车间、部门确定消耗指标,并定期按年初确定的指标进行跟踪检查,发现问题及时整改,有效地控制了企业各项消费指标的增长。

四是不断进行技术革新,挖潜增效。在设备的管理

上突出完好率,坚持对设备进行巡回检查,使全厂的设备完好率控制在90%以上。为适应企业进一步扩产的需要,他们还不断进行技术革新,通过技术革新,修旧利废,挖潜增效,仅豆粉车间冷却塔改造一项,一年来就节约地下水39万吨,节约水费和排水费7万元,全年修旧利废一项就节约支出近30万元,提高了企业的经济效益。

三、加强技术改造,大胆引进先进技术设备

一是把握时机,分步改造,形成规模效益。该厂的主产品“晨星岛”牌全脂速溶豆粉自1989年末在消费市场上出现供不应求的局面后,企业不断扩大规模,满足消费者需要。1991年筹措资金500万元进行了二期扩产改造,使企业的豆粉生产能力由原来年产2000吨上升到年产4000吨。二期改造后,仍然满足不了市场需求,企业又进行三期改造。目前,三期改造工程已经结束,企业的生产能力将达到年产豆粉6000吨,实现销售收入7500万元,利税1500万元。

二是建立企业技术开发部,使生产、科研一体化。过去企业管理机构虽然十分庞大,但一直没有管理技术开发的部门,使企业技术开发不能形成整体优势。近几年,这个厂对企业管理机构进行了改组,增设了技术开发部,选调懂技术、精通业务的技术骨干到技术开发部,统一管理协调全厂的新技术、新产品开发,使企业的新产品开发形成了整体优势。

