“转方式、调结构”打造现代工业体系经验汇报材料

“转方式、调结构”打造现代工业体系经验汇报材料
  
  
一、 \*\*公司概况
  
  
\*\*股份有限公司，前身为\*\*\*\*小家电有限公司，公司成立于1994年，经过十多年的发展，如今已成为中国小家电行业名列前茅的企业。2008年5月，在深交所正式挂牌上市，经营业绩一直呈稳健增长的态势。
  
  
十几年前，\*\*发明了第一台豆浆机，从此\*\*开创并引领了一个行业。多年来\*\*专注于厨房小家电领域的生产和研发，不断创新，不断进取。目前，\*\*产品涵盖八大系列，二百多个品种。其中，豆浆机、料理机和榨汁机三大产品的市场占率分别居于同行业第一，\*\*电磁炉、开水煲和电压力煲等产品的市占率也均居行业前三甲。08年\*\*推出阳光豆坊，有效地延伸了公司的产品线。\*\*产品是中国名牌产品，\*\*商标是中国驰名商标。\*\*公司在国内设有两万多个销售网点，产品销至全国所有的省、市、自治区。走出国门，\*\*产品远销日本、新加坡、印尼、马来西亚、美国、加拿大等二十多个国家和地区。(转载请注明来自:好范文网http://www.haoword.com/)
  
  
二、\*\*在转方式、调结构、打造现代工业体系方面所做的工作
  
  
1、注重合理投资，壮大生产规模
  
  
\*\*公司上市后，知名度和美誉度都有了大幅提升，市场对\*\*产品的需求量在加大。\*\*公司合理运用上市募集的资金，投资新厂区，增加生产线，努力扩大规模。09年\*\*公司分别在\*\*和\*\*建设了两大生产基地，保证了产品量的供应。尤其是\*\*市\*\*区美里湖物流中心项目的落成与投入使用，诞生了\*\*公司在北方地区最大的物流周转枢纽。
  
  
 2、加大研发力度，推动产品结构快速升级
  
  
从发明第一台豆浆机开始，\*\*公司创新的脚步就没有间断过。多年来，\*\*公司不断增加研发投入，产品品类不断推陈出新，产品质量逐步提升。同时，公司也非常重视研发队伍的培育和建设。目前，公司拥有一支领先于行业水平的研发设计团队，数百名研发人员刻苦钻研，勇于创新，仅09年一年研发的新技术就达200多项，其中153项设计成功投入市场，受到广大消费者的喜爱和好评。09年，\*\*申请国家专利近100项，其中，豆浆机“五谷精磨器技术+智能温控技术”荣获2009年度中国家用电器创新奖的“最佳技术创新奖”，米润系列豆浆机荣获2009年度中国家用电器创新奖的“最佳工业设计奖”。
  
  
 \*\*适时地调整着产品结构，以适应市场的需求。面对日益成熟的小家电性能和技术，\*\*在做好产品内在质量的同时，对外观的设计重视起来，取得了让国际家电业瞩目的成绩。获得被称为设计界国际奥斯卡的“德国IF产品优良设计奖”、“日本的精良产品设计大奖”和“\*\*的优良产品设计奖”，改变了国际上对中国产品粗糙、拙劣的印象。2009年\*\*推出的温暖系列、至尊系列、T系列等新产品都堪称小家电工业设计的精品，其国际化的家居设计理念，使豆浆机 “入得厨房，出得厅堂”，成为家居陈列的艺术品。
  
  
3、提倡绿色环保，节能减排，确立行业标准
  
  
制造绿色家电是家电发展趋势，09年我公司响应国家环保政策，推动绿色节能技术应用，让用户在不知不觉中进行环保节能。 09年公司申报节能技术项目多项，其中豆浆机新型节能技术研究与开发项目得到了\*\*省科技部门的一致好评。应用此项技术生成的新型营养王豆浆机，能有效保温，防止热量散失，节能环保（节能10%）， 隔热、隔音、降噪；采用直流电机作为动力 ，效率高，能耗小（能耗下降20%~30%）。由于豆浆机行业快速发展，市场保有量约4000万台，以单机每台可节能10%计算，每年可节约用电约12000万度。同时由于清洗便利性提高，清洗机器用水可以节约30%；每年可节约用水约1000万升。 同时，此技术可广泛应用于豆浆机、料理机、榨汁机等小家电领域，从整体上大幅提升产品的使用性能和安全性能。
  
  
\*\*作为豆浆机行业的开创者和领导者， 2008年，经全国家用电器标准化技术委员会研究决定，授权\*\*为《豆浆机》国家标准起草小组的组长。2009年底，《豆浆机国标审定新闻发布会》在\*\*钓\*\*国宾馆隆重召开，\*\*公司作为行业标准的制定者，顺\*\*过全国家用电器标准化委员会审定，这权威性地确立了\*\*公司在豆浆机行业的领导地位。这是家电业罕有的，由中国人发明的、拥有完全自主知识产权，并由国人制定国家标准的一次里程碑式的事件。
  
  
4、调整人员结构、改良营销渠道，增强竞争实力
  
  
每年，\*\*积极吸纳大批用于管理和营销岗位的应届毕业生（含硕士），企业的人员结构发生了重大变化。研发、技术中心的员工、市场营销的员工的比例增多，高学历、高素质员工比例提高。公司内力增强，技术创新能力和对市场的驾驭能力提高。
  
  
营销是也是\*\*的核心竞争力之一。营销渠道的再造和改良，使\*\*产品在剧烈的市场竞争中，站稳了脚跟。面对竞争，\*\*在沿用了多年的营销方式上做了变革，把原有渠道的改良和新的市场下沉手段有机地结合在一起。豆浆机上游产业链的开发---东北大豆产业基地的建立，使\*\*在营销上又增加了壁垒，“好机+好豆=好豆浆”的经营模式，变得让跟随者更加难以模仿。稳定了\*\*的行业领导者地位。
  
  
 5、努力提升品牌，树立信誉良好的上市公司形象
  
  
近几年，\*\*在品牌建设方面付出了大量的资源，也取得了一些成绩，经过努力，\*\*品牌影响力显著提升，作为\*\*市唯一一家企业，被中国名牌研究院推选为100个代表中国品牌形象的“中国名片”；作为中国唯一的小家电企业，被中国家用电器研究院评选为“中国最具影响力小家电品牌”；并荣获“改革开放30年\*\*30品牌”和“建国60年\*\*60品牌”等。
  
  
\*\*公司上市以来，不断规范的经营、完善的内部治理结构、严格的内控机制以及优秀的业绩，\*\*先后获得资本市场上多项殊荣，2008年度“中小板上市公司五十强”第二名、 “中小板上市公司十佳管理团队”、“中国上市公司百强\*\*奖”，2009年，\*\*又获评“中国新上市公司最佳董事会”第1名的奖项、“中国上市公司市值增长第5名、市值稳定第6名，以及“2009中小企业板上市公司诚信50强”。
  
  
以上是\*\*在“转方式、调结构、打造现代工业体系”的政策方针的指导下，根据企业自身情况进行的一些实践。今后，\*\*将再接再厉，在绿色环保、低碳减排、保质保量的前提下，继续围绕产品加大研发的投入，进一步拓展销售网络渠道，稳健经营，持续创新，为广大消费者提供更高端、更时尚、更健康的小家电产品，为\*\*市乃至\*\*省的经济发展做出应有的努力和贡献。
  
  
  
  
\*\*股份有限公司
  
  
2010年6月