

关于塑料事业部丙纶工作的若干思考

□ 袁林坤

一、关于产品方案

产品创新是企业发展的动力,作为企业,技术创新永远是生存必不可少的手段。技术创新的结果就是促使企业不断设计、生产出市场需求的各种新产品。产品创新是技术创新的延续和深入,一个企业能否持续不断地进行产品创新,开发出适合市场需求的产品,成为决定该企业能否实现持续稳定发展的重要问题,尤其是在科学技术发展日新月异、产品生命周期大大缩短的今天。上海石化丙纶的发展取决于丙纶产品的生命周期和市场需求,即上海石化丙纶的发展是以产品为载体的。应根据三个原则来设计上海石化丙纶的产品方案:一是产品创新是企业持续发展和成长的基础;二是产品创新可以维护企业的竞争地位;三是创新是企业适应环境变化的基本手段。由此,我们可以从基本产品、主要产品、常规产品和特殊产品这四类产品来设计丙纶的产品方案。

基本产品:以可染(阳离子可染、分散、酸性染料

可染)作为基本产品。

主导产品:可染异形、三维卷曲中空、超短(混凝土、合成纸品用纤维)、复合纤维(多种复合型纤维)。

常规产品:有色、本色、增白、高收缩等纺纱用和无纺布(卫生材料用、产业用)短纤维。

特殊产品:功能性产品和多功能复合性产品(抗菌、远红外、阻燃等)。

这个产品方案的确定,同时对PP的应用及PP加工开发提出了一定的要求。

要围绕新型纤维级的PP开发,为丙纶发展扩大应用领域提供纺丝原料。一是对现有PP原料在改善流变性,提高可纺性、品种适用性方面继续予以重视和提高,为丙纶生产水平的提高和质量水平的提升创造条件 and 提供有力的支撑;二是PP的改性,通过加入其他聚烯烃类进行共聚等方法,以满足丙纶生产不同品种的需要(聚丙烯作为一种可成纤的高分子聚合物应在丙纶生产中充分发挥出其潜在的应用价值)。

群博士,最后造成的结果只能是招的多,走的也多。因此职位说明要清楚,大专生能胜任的岗位,绝不用本科生,各层次人才构成一个梯队,每个人都有发展空间,以避免人力资源的浪费。

其次,在培训与开发中要有市场观。一方面,培训越来越被看作是投资,而不是成本支出。既然是一种投资行为,就有一个投入产出的问题。就像产品开发一样,要看市场、利润前景。这就要求把握好培训项目的设计、教师的选择以及培训效果的评估等环节。另外,培训目标要着眼于培养员工应对、开拓市场的观念、技能和态度。若员工过于内向、对客户需求反应迟钝时,就需要培训员工的市场观念和快速、灵活反应的技能。培训的目标和技能培训项目必须能够增长员工在市场竞争中的能力。

第三,评价企业人力资源要有市场观。企业需要经常对人力资源状况进行“体检”,检查企业人力资源的整体是否适应企业发展的要求,从而为制定新的人力资源政策奠定信息基础。那么,评价的标准是什么呢?由谁来评价呢?除了根据企业和岗位要求确定标准之外,还要参照客户的评价。由客户来评价员工素质和行为的状况非常有价值,能够直接改善员工提供产品和服务的质量,提高客户的满意度,从而提高企业的竞争力,员工满意度也会得到相应的提高。这就是评价企业人力资源的市场观。

科学、合理地开发和管理人力资源,就能最大限度的发挥人的能动性,产生巨大的生产力,促进企业的发展。

(作者系上海石化科技开发公司党委书记)

上述产品方案的设计,一是充分利用和体现聚丙烯纤维的特点和优势,发挥高科技含量和高附加值产品的经济效益;二是提供市场前景好并能扩大市场份额的有竞争力的产品。我们要着眼于国外市场,重视和分析国外聚丙烯纤维的发展过程,充分吸取国外在丙纶方面的发展经验,从而确定我们的产品发展战略目标。

为什么纤维界人士称丙纶是西方纤维?丙纶产业的产业、装饰、服用三者比例 48:49:3,以产业、装饰领域为主,服用比例很低,而腈纶以服用为主,产业用的比例很低。在服用领域我们可以开发一些产品,如可染、可染异形、高收缩、复合纤维等,就是扩大丙纶纤维在衣着、毛毯等方面的用途。同时,在产业应用领域方面,我们要遵循丙纶这一化纤固有的特点,借鉴国外经验而进行开发并投放市场。

在产品方案设计确定后,接下去我们怎么做,即如何落实的问题。根据我们的实际水平,笔者认为可以分为三个方面或从三个层次上来落实:

第一方面是以我们自己的技术力量为主,开发处、研究所、装置等主要的力量(主要的还是装置的技术力量),着重进行可染异形、三维卷曲中空、复合纤维、高收缩纤维等产品的研制、试验和大生产。现已初步进行工业化生产的阳离子可染丙纶要扩大生产量,并根据后加工的特点,重点在可纺性、抱合力、抗静电方面进一步完善纺丝工艺条件,解决可纺性,主要还是根据“可染”这一产品的要求,重点解决后纺加工的染色问题,力求均匀与稳定,防止产品色差与色花,这是关键,当然还需要与染厂一起进一步合作。装置在纺丝工艺条件的摸索完善和优化时,还要研究可染剂加入量的比例与上染率的关系,达到可染这一目的并降低成本。

我们再可以把这些产品细分一下来抓紧落实:

1、以装置为主解决高收缩丙纶短纤维的生产工艺条件问题(沸水收缩率 $\geq 28\%$)。高收缩纤维在需要外观丰满,织物紧密的产品方面用途十分广泛,可以结合对结晶性聚丙烯的改性与聚丙烯共混纺丝或聚丙烯改性共聚纺丝等方法而获得。纺丝与拉伸工艺采取低温拉伸低温定型来制取高收缩丙纶,这项课题就交给装置的工程技术人员来负责(还要分析高取向度,低结晶度与改善染色性的关系)。

2、异形与三维卷曲中空,交研究所的工程技术人员解决。

异形纤维的用途十分广泛,在衣着、地毯、无纺

布、工业卫生领域等等,越来越多地显示出普通纤维无法比拟的优越性。

今年要解决三维卷曲中空、 Δ 形截面,在 Δ 形基础上,再进行五角形与扁平型的试制。三维卷曲中空要向三/四孔方向发展,目前,涤纶三维卷曲中空已形成绝对优势。

3、复合纤维的研制和生产。复合纤维无论根据截面形状分类还是按照复合纤维的性能和用途来分类,类型都很多,我们在3号线生产较多的是皮芯型热粘合复合纤维。其他复合纤维(如PA/PP)的开发与生产,请开发处和装置的工程技术人员一起来落实。

第二方面是借助于高等院校、科研机构等外部力量重点解决混凝土用聚丙烯超短以及造纸用聚丙烯短纤、酸性可染丙纶。酸性可染丙纶作为一个课题已经在东华大学小试成功,就我们来说,如果是成熟的技术,可拿来即用。

两个超短纤维,具有巨大的市场潜力。如混凝土用量,每公斤PP连接起来绕地球10多圈,分散在每立方米混凝土中,每立方厘米有20条纤维丝均匀地在混凝土中构成一种乱向支撑体系,微纤维分散了混凝土的定向拉应力达到抗裂效果。我国每年水泥用量约20亿 m^3 ,如果有10%应用混凝土纤维,即有2亿 m^3 ,按每 m^3 用量0.5公斤计(江苏丹阳合成纤维厂介绍0.8~1.0公斤)有10万吨的量,这10万吨里面,如果丙纶占10%,即1万吨(因为还有其他合成纤维,如维纶、涤纶、腈纶也可以用),美国希尔兄弟化学公司的聚丙烯纤维(称杜拉纤维)已进入我国市场,国内如江苏丹阳合成纤维厂也有产品介绍,经实验表明,加入PP纤维的混凝土其抗裂能力和抗渗能力比普通混凝土提高60%~70%,公路使用寿命延长2~3倍,而且在这个领域方面的应用,对染色性能的要求就不会象在服饰领域上的应用要求高。

丙纶超短纤维国外已大量应用于造纸领域。国内用进口16000元/吨,丹阳生产为1.68 \times 5mm膨化纸专用料11500元/吨,有关资料报道,我国每年花50亿美元进口造纸产品。我国目前只有6条无尘纸生产线,产量估计每年为11000吨,未来计划还要上7家,总产量约每年4.5万吨,一般加入量10~30%,超短复纤量为年需8000吨,而我国目前真正使用的无尘纸大多数依靠进口。

这两大应用领域,应该是丙纶产品的市场方向,而且不会因为染色性能差而提出问题,当然,这个市场

工作研究

领域需要我们努力开拓。

关于可染,还要解决接技共聚的课题,我们现在采用的是共混纺丝的方法,酸性可染也是采用共混纺丝,这是比较简易的使丙纶可染的途径,但现在看来,还是有缺点,不易得到深色,鲜艳度也受到限制,与腈纶对比,颜色没有生气。这个课题已有人在研究,也有科研成果,我们要积极争取并提供进一步试验的机会。

第三方面,即是要与人合作,要借助于合纤所解决功能性纤维产品的生产问题。合纤所在功能性添加剂方面已取得不少成果,我们可以进一步加强与合纤的合作,优先采用他们的研究成果。

关于产品方案以及如何以三个层次来加以落实,总的想法是我们要有紧迫感,一定要时时抓住机遇,不断地创新产品,才能保持上海石化丙纶的不断地发展。

二、关于丙纶的生产经营管理

管理创新是现代企业发展的灵魂。在新经济时代中,任何企业保持活力的唯一途径就是创新,其中最重要的和最直接的创新方式是技术创新和制度创新,而管理创新对技术创新和制度创新都是起着巨大的推动作用的。

丙纶作为一套联合装置而言,其生产和管理是在塑料事业部的安排下,服从事业部的管理要求,归纳一下,不外乎有三个管理功能:一是完成任务。按市场经济法则,完成任务的衡量结果,就是产品能否成为商品,产品能否有个好价格,有否竞争力,有效益。按照上海石化内部管理的现状,装置生产任务的完成主要衡量条件是产量、质量、消耗、安全、成本、费用等具体指标,与效益的挂钩是间接的。我们装置的同志接触市场经济的直接感受就是,生产的产品必须一有市场、二有盈利,要用这两个要求来促进工作;二是带好队伍。带好队伍的一个衡量要求是能出人才,尤其是技术、管理复合型的人才,经过一段时期的锻炼,我们这支队伍应该是具有高素质和有较高技术含量的队伍;三是不断地瞄准先进水平,包括国内、国外同行业的先进水平,尤其国外同类型的装置更有可比性。

再具体展开,当前和今后一个时期,装置的生产与管理,笔者认为是否从以下几个方面来考虑:

1、根据产品方案,对已确定作为工业化生产的产品,以及现有产品的生产,要以市场和用户的反馈意见,作进一步改进、提高、完善,从而形成标准化的生产,列入正常生产管理要求(质量改进是无止境的)。

2、现有生产的产品,要求质量稳定,要求开足马

力。

关于生产负荷问题,笔者的观点,要开就开足,排产要根据不同生产线的特点,合理安排各个产品品种的生产。现在有两个途径可以考虑:一是我们生产的产品市场最终受到旺季、淡季的影响,市场变化和季节性比较明显,那么可以在库存和季节性停车两个方面在生产负荷衔接上合理安排好。根据不同品种在不同季节的市场需求有变化这一特点来排产;二是我们生产的有些产品无明显淡季、旺季的变化影响,比如无纺布品种,一年四季的市场用量比较稳定。如果丙纶超短纤维市场开拓成功,那么市场的淡、旺季影响也不会很明显,如果我们在产品出口方面再作些努力的话,那么两个市场一起开拓,更没有淡、旺季的差别了。目前,这第二条途径一时还无法实现,那么全年生产负荷与产销率的落实,应该按年度来考虑,适当的库存和合理的品种库存还是需要的,开则开足,停则停好,有个通盘安排。

在质量稳定方面,我们的技术工作还要涉及到PP原料的研究,现在有这个条件,我们可以让PP装置的技术员为我们介绍一些基本情况,还有如何针对不同的PP原料,确定不同的纺丝工艺条件。

3、降本增效、成本预算、控制、分析工作还要不断深化和细化。

对装置和车间的操作员工来讲,重点是实物量的概念,再加上算细账,产量、质量、耗量,量量计较。装置的管理人员,除了实物量,还要有价值量的概念。人材、物材、钱材,材材清楚,要十分清楚生产哪个品种有毛利,哪个产品没有毛利,或有微利、有高附加值,三条线的品种如何合理组合生产,取得效益最好。成本控制中抓重点。要经常分析我们的差距在哪里,同时对成本预算中的一些指标设定是否合理也作个分析,为下一步的成本预算控制分析提供经验总结,内部管理一定要一笔一笔算细账,把成本一点一点地抠出来降低。

4、技措技改、合理化建议等项目的提出、实施、投用等,一要看准,二要抓紧,不求多,但求有实效,有部分产品生产还需要增添部分必要的设施等等。进口设备在一定时间内使用,运行费用是不多的,零部件、备品件消耗不会很多,但过了一定的周期后,长时间的连续运转,会遇到磨损、老化等损坏和故障,要注意必要的备品件和检查。

“规模效益”一定要有档次的产品,不能简单重复,这几年,进口各种纺织物达70亿美元,其中化纤产

品占 60%以上,在美国市场,法国面料每平方米平均售价 20 多美元,德国 11 美元,英国 13 美元,中国产品只售 4.7 美元,从对比数字可以看出,规模再大也生产不出 20 多美元的产品。只有产品上档次,规模再上去,才真正有“规模效益”。

5、近期在几个品种上要攻关的,一定要攻下来,因为与我们再上项目有关,同时,也是我们力求摆脱困境的措施,当然与市场开拓要结合起来。

(1) 可染,重点要稳定,可染剂还要作进一步的研究,配方还要改进,解决深色、鲜艳度的问题,还有个成本关系。作为替代品的话,与腈纶、涤纶的价格比较,用户会选择。

(2) 超短——在水泥、合成纸上的应用,与市场开拓结合起来。

(3) 复合短纤维——除了 ES 纤维以外,用途很广(可以扩大出口量)。

(4) 三维卷曲中空。

(5) 异形纤维——结合可染丙纶生产,改善性能和风格。

(6) 高收缩。10%,28%二种(以沸水收缩率为基准)。

这几个产品,现在除了可染、三维卷曲中空有项目组,其他以装置为主,笔者认为要有专人来牵头,专攻这些产品。除了面上正常的工作,近期要加大力度,集中精力和力量,要明确进度、目标等等。

6、装置的生产与管理必定会涉及到现有装置的机构设置问题,即生产组织。人类的生存空间是有限的,自然资源存在稀缺性,在各种可能的用途之间最有效地配置人类掌握的有限的稀缺资源,即在可用资源的约束条件下生产尽可能多的产品,最大限度地满足人类的生产和生活需要是我们的根本目的。企业是构成经济的基本单位,具有一定的社会生产功能。现代社会生产是社会化的协作生产,从资源配置角度来看,企业是组织生产、配置资源的基本单位。企业选择组织形式的最基本准则,即谋求成本最低、效益最大,采用最恰当的组织形式以及各种经济手段,来利用有限的资源,以图获得最大的效益。

推行装置管理模式,主要使生产管理的重心下移,减少管理层次,加强协调配合,能充分发挥装置在生产管理中的作用,迅速解决生产过程中出现的各类问题。丙纶装置现有的生产管理机构设置还存在不合理的方面,当然其他装置也同样存在类似问题,总体上

还需要事业部有个安排,初步考虑如下:

(1) 整个装置就是一套丙纶生产装置,不再划分车间,只分线与运转班。

(2) 装置设 3 个管理组室,名称不叫科,组室负责人称主管,根据事业部和丙纶现状以及今后的发展,重点加强生产工艺技术组的力量,尤其是产品开发和市场应用方面的力量。

(3) 动力车间可以归并到事业部动力车间,作为大的动力系统的一部分。

(4) 运转班要设技术员,可以叫运转技术员,又可以作为培养技术力量的一个途径,是队伍技术含量提高的一个标志。运转技术员可以让具有中级职称的同志来担任,称作运转工程师。

(5) 装置与运转班的检修人员(如检修工与电工的设置)可以根据事业部的保运系统协调而作安排。这样,如果再结合投料方式的改造,实现产能规模在 6.0 万吨,装置总人数在 200 人以内,第一步已达到人均 300 吨/年的劳动生产率水平。第二步产能规模不变,而人数在 150 人以内,运转班每班 26 人。

总之,组织创新意味着打破原有的组织结构,并根据环境和条件的变化对组织的目标加以变革,并对组织内成员的责、权、利关系加以重新构置,形成新的结构和新的人际关系,并使组织的功能得到发展,其内涵在于组织从形式到内容,结构到制度的全面更新。

三、丙纶发展项目与市场开拓

丙纶的发展,不仅仅是塑料事业部的事,还关系到上海石化化纤与丙纶的具体发展规划问题。从上海石化与塑料部的条件,我们完全应该抓紧时间、抓住机遇进一步发展丙纶。我们有原料供应的优势,丙纶是聚烯烃产品链上的一个环节,而且有经过多年实践,成熟的一支技术队伍,完全有理由把三条线开好并再扩大和发展上一套新项目。

丙纶的发展和开拓,一定要应用高新技术,从而产生新的生产方法和新的产品。为了使高新技术应用具有一定的价值和效益,同时具有准确的方向和目的,避免决策失误,应始终注意高新技术应用的几项战略原则。

一是协调原则。作为高新技术应用的计划和战略,应和上海石化丙纶发展目标、战略重点、项目进度、实施条件和资源配置等方面相互协调,要从人(智力开发)和物(物质条件)两个方面切实保证高新技术的顺利进行。同时注意高新技术应用项目与高新技术人员

工作研究

之间的匹配关系。

二是效益原则。高新技术应用不能只图技术先进,更重要的是讲求实际技术经济效益和社会效益,这是高新技术成果应用的客观要求。高新技术应用的重点应该是提高现有产品的经济效益,以如何提高现有产品的质量和降低成本(包括原材料消耗)作为提高经济效益的关键内容,尽量做到投资省、见效快、收益大。高新技术应用应从丙纶的实际条件出发,要注重效益,瞄准目标,有的放矢,特别是在利用高新技术改造现有工艺和产品上下功夫,有重点地跟踪世界高新技术的发展,并力求在某些方面有所突破。

三是发挥优势原则。高新技术的应用都有自己的优势和特长,因此,“扬长避短,择善而行”的原则很重要。

首先要做到有自知之明。过去我们把自知之明常常理解为“我不行”,这是片面的,在高新技术应用中,所谓自知之明就是不仅要知己短,更重要的是知己长,即要对自己的开发能力、开发对象、技术特长和优势领域做到胸中有数,只有这样,才能真正体现扬长避短。

其次,要搞好名牌产品和拳头产品的更新换代,不断采取技术措施,保持并提高名牌产品和拳头产品的领先地位。

再次,既要站在局部看整体,又要站在整体看局部,要发挥上海石化的技术优势,努力形成具有上海石化丙纶自身特点的应用计划与战略,同时还要善于引进、嫁接国外先进高新技术,把上海石化丙纶的优势技术提升到一个更高的形态。

四是技术相融原则。所谓技术相融原则,是指在高新技术应用中,所应用的技术知识和自然规律的统一性、以及现有技术和高新技术之间的一致性。

根据以上所阐述的四项战略原则,有关丙纶发展项目与市场的开拓从现状分析入手,需要解决以下一些问题。

项目与市场开拓是紧密相关的,项目建设有一定的时间进度,项目建设一旦结束,马上又转入正常的装置生产管理和产品的开发应用研究;市场开拓与项目密切相关,又与我们的生产和产品质量的稳定紧密相关。所以这三个环节,一环扣一环,都十分重要。

目前的形势下,项目建设的定位,与市场开拓以及丙纶装置如何摆脱困难又联系在一起,所以,有几个问题是需要我们一起研究确定的。

1、关于现有三条线与项目的关系。

现有三条线不作大的改动,发挥各自的作用,尤其1号线可以充分发挥小线的作用,搞多品种线,或功能性产品线,可配套搞些设施,适应多品种的纺丝生产。项目的生产线一定要立足生产批量较大的品种线,又兼柔性化的设备。

2、项目的总投资控制在6000万元,规模是3万吨。

项目的关键设备和技术引进,部分设备国产化。国产设备也有个负荷与设备能力匹配的问题,还有设备布置、国产设备制造等一系列问题需要进一步作调研。纽马格的一步法柔性生产新工艺,需要继续接触与联系,也需要了解一下他们的设备与技术国内还有哪些地方在用的。

3、在抓紧市场开拓与产品的市场定位的同时,对项目建议书还需重新编制。

4、市场开拓问题。

一是进一步扩大无纺布纤维和ES纤维的市场用量。目前全国无纺布纤维与ES纤维的生产能力已达到10万吨/年以上。加入WTO后,这类纤维的市场竞争将更激烈,国际跨国集团将会不遗余力地抢占中国市场。这类产品在生产上我们要研究日本的纤维质量,在市场开拓方面,要从热轧、热风、超声三种粘合工艺对原料要求不同的特点,与下游生产厂家密切结合起来。

下游厂无纺布的质量,如热收缩性好、纵横向强力比、手感等,除了受到纤维质量的影响,同下游厂无纺布生产工艺本身也有关,如用热风无纺布生产工艺要求ES纤维使用的高分子材料表面处理剂的要求比热轧无纺布高,下游厂反映,用国产ES纤维生产的热风无纺布手感不如用日本的。

这类纤维的市场开拓还要积极创造条件,寻找几家合适的下游厂组成利益共同体,以我们的产品质量给下游厂提供稳定可靠的原料供应渠道,这从美国金佰利指定使用我们的产品可以得到启迪。

同时,这类产品还要进入国外市场,多途径、多渠道地打开出口之路,打出品牌。

二是开拓中旦纤维在絮片与填充料的应用市场。絮片的潜在市场很大,近13亿的人口,在棉被用与服装用絮片的年耗量是50万吨,用化纤产品10万吨左右,取代率是20%,化纤中主要是使用涤纶,丙纶仅占15%份额,约1万吨,去年1.5万吨,预计今年1.5~2万吨之间。

填充料以玩具为例,每年我国进口三维卷曲中空涤

纶短纤 20 万吨(从我国沿海各省市的玩具出口加工企业统计数字得出),丙纶在这方面也应该有自己的市场份额,再加上床上用、沙发用软靠垫也有很大的市场潜力。

这类产品,一般对染色要求不高,关键要求产品有更好的卷曲与卷曲回弹性,抓紧开发生产三维卷曲中空纤维是市场开拓的有力支撑。

三是进一步扩大丙纶短纤维在纺纱领域中的应用。

即以可染及可染异形、高收缩等产品,在纺纱领域扩大用量。

这类产品要求有较高的强度与较低伸长,具有优良的抱合力与抗静电性能,以顺利通过梳理、并条工序。卷曲性能与油剂在纺丝过程中要给予高度重视,这部分已在毛线市场上有一定的应用量,如丙腈线、产业用纺织品如衬布、过滤布、鞋衬等等,还可应用在毛毯领域(也需要引入高蓬松性三维卷曲产品)。

四是超短纤维在混凝土、合成纸领域中的应用。

五是功能性纤维的市场开拓。

国外工业发达国家纺织装饰用品纤维用量一般占纤维总量的 30%以上,而我国还不到 10%,市场发展潜力很大,而且宾馆用纺织装饰类产品市场潜力更大。我国现有 1900 家计 30 万套客房的饭店、宾馆,有 30~40%需要更新改造。对纺织装饰品除了数量上的要求外,还同时提出了提高质量档次和品种上的要求。纺织装饰产品主要有:墙面贴饰、地面铺饰、挂帷遮饰、床上用品、卫生室盥洗、餐厨杂饰,这些产品有要求阻燃、防污、抗静电、抗菌等要求,如阻燃装饰织物,仅窗帘和床上用品,每年用量 1000 多万平方米,合 2000 多吨,地毯、墙布、窗帘、帷幔,每年 70~90 亿元,近 30 万吨的化纤用量,其中阻燃产品需要 6~7 吨,丙纶占 15%,将有 1 万吨左右,其他还有抗菌类的产品。

总之,充分利用丙纶的特点,其在产业用纺织品的市场领域是大有发展潜力的,近 12 年,产业用纺织品市场的平均增长率是 10%,未来 10 年这个领域的市场平均增长仍将维持在 6~7%,而且丙纶在土工织物、汽车用、造纸用、建筑、卫生材料等方面的应用不断发展。根据现在的经验,单靠原料生产企业不行,必须有上、中、下游企业紧密配合才能发挥作用,由于产业链不能有效地相互合作,使用纤维的后道纺织加工企业对新纤维原料并研究开发与之相适应的工艺技术缺乏热情,造成产品开发滞后。

(作者系上海石化塑料部副经理)

对上海石化

公路运输战略

的思考

□王忠元

我国“十五”计划指出:“传统服务业要运用现代经营方式和服务技术进行改造,着重发展商贸流通、交通运输、市政服务等行业,推行连锁经营、物流配送、多式联运、网上销售等组织形式和服务方式,提高服务质量和经营效益。”

随着我国加入 WTO,现代物流的理念和模式将为愈来愈多的企业所了解和接受。上海石化公路运输从经营理念、组织模式、市场定位等方面进行战略性改造,使之尽快与现代物流业发展的内在要求相适应,已是摆在我们面前必须认真予以探讨和解决的课题。

一、战略改造的紧迫性

最近,上海石化运输公司与一些大型外资企业和国内物流公司进行了接触和洽谈运输业务,听到看到了完全新的理念和模式。首先,产品企业给物流公司一些主要参数,如:产品品种、产量、运送区域、产销率、运输质量要求等,然后要求物流公司制订包括仓储、包装、装卸、陆水空运输、进出口报关等一揽子的运作方案,及其一揽子总费用。简言之,生产厂的需要是现代物流,而不是单纯的公路运输。归纳起来有以下几点新概念和理念。

1、物流的概念。把产品从上游厂(生产厂)转移到下游厂(深加工厂)的全过程有机地紧密联接起来,建立一个具有综合功能的企业,即把仓储、包装、装卸、运输信息服务等组建串连成上下衔接的服务链,这是一个完整的有机体系。由原来松散的各行业组建成紧密联系的新型行业,公路运输只是其中的一个环节。所以物流又称之为“第三方物流”,意思是生产厂、深加工厂之间的第三方面。还有的地方把销售总代理也纳入