

噪音、烟尘对集镇的影响。规划对远近结合、切实可行作了实事求是的估量，近期至1990年，用地0.44平方公里，总人口5000人，目前已基本竣工；远期至2000年，用地0.55平方公里，总人口9000人。

三、加强领导，做到“六统一”，确保集资建镇工作进行顺利

做到“六统一”，即统一规划、统一征地、统一设计、统一施工、统一管理、统一分配，这是洪庙乡集资建镇的一大特点，也是我们建镇速度快、镇容镇貌好的一个重要原因。在建设中，实行分管乡长全面负责制，由分管乡长组织协调各方面的力量实施。整个建设按照总体规划，不随意更动。土地由乡统一征用，房屋图纸由乡规划组统一设计。施工队伍由乡统一招标，统一分配，实行承包责任制，派懂业务、有责任心的同志巡视工地抓好质量。资金筹集由乡规划组组织，资金使用由乡规划组统一调拨。住宅分配由统一抽签决定住户的地段、层次和房号，并按地段和层次的不同收取建设差价费用，凡是多住房、住好房的就多付钱。近期规划的近千户住宅房分为3档，高档的为167平方米的一楼一户小别墅，中档的为144平方米的一套间一店面商业街面房，低档的为83平方米的一套间居民住宅。农户进镇后，乡政府专门组织成立了镇居民委员会，实行统一管理，从而使镇容整洁，秩序良好。

实践使我们体会到：适应新形势，迈出集镇建设的新步子，是洪庙乡新集镇建设获得成功的关键思路。洪庙镇的崛起，使全乡农民群众不但有了一个农副产品集散地，而且增强了商品经济的意识，调动了生产的积极性，农村产业结构也得到了调整。三年来，900多户农民从农业中分离出来，走上开辟新职业、创造新财富的道路。全乡目前在乡村企业务工的劳动力有5100多人，占总劳力的55%。而进镇农户的土地转让，又促进了农业规模经营，提高了经济效益。1986年底，工农业总产值只有3600万元，而1988年达到700万元，比建乡初翻一番多。乡办企业的发展更为明显，建乡时只有6家企业，如今已有21家，初步形成了电镀、服装、化工、机械、电器、钣金等六大行业，第三产业更是异军突起，从而有效地推动了农村商品经济的发展。

为提高社会主义企业的商誉而尽心尽力

——上海第五羊毛衫厂的调查

金志明 钱震 朱百鸣

商誉对于国内外企业家来说，是非常重视的一个经济学概念。日本著名的本田企业的创办人本田宗一郎早就说过：“企业的信誉是企业的生命线”。

上海第五羊毛衫厂就是一家十分重视建立社会主义企业商誉的工厂。这个厂抓质量、抓管理，几年来始终如一地为提高企业的商誉而奋斗不懈，收到了一定的成效。为此，我们最近对该厂作了调查。

上海第五羊毛衫厂是一家具有30多年历史的羊毛衫专业厂，产品以中、高档精纺羊毛衫为主，1988年产量51万件（套），产值850万元，年创利近220万元。近几年来，该厂产品曾多次获得纺织工业部优质产品和上海市、纺织局名优产品称号。1987年，该厂的“雪马”牌羊毛衫获上海市名牌产品称号，在全国和本市举办的各种展销会中也曾多次获得奖杯。同时，该厂已连续14年获企业安全生产“三无企业”称号。连续2年获“重合同守信用单位”称号。“雪马”产品在全国市场上，尤其在上海市场上因款式新颖、保证质量、表里如一，而享有较高声誉。

过去，上海羊毛衫五厂仅是一家生产童帽、围巾等小商品和晴纶羊毛衫的弄堂式小厂。改革开放以来，企业要从生产型转变为生产经营型，其经营也要面向社会，面向商店，面向消费者，使企业既增加了活力，也增加了压力。该厂领导针对羊毛衫生产受市场制约因素非常大，而童帽、围巾等小商品市场需求量下跌的市场态势，反复研究、商讨和寻找企业生存和发展的立足点。根据企业实际情况和市场的需要，他们决定把生产的基点建立在生产精纺中、高档羊毛衫，并紧紧实行“三个依靠”：第一，紧紧依靠产品的

适销对路，以品种求生存；第二，紧紧依靠产品质量的稳定和提高，以质量求信誉；第三，紧紧依靠抓基础管理，积极开展横向经济联合，以管理求效益。同时，全厂以经营为中心，积极搞好促销、售后服务和产品的广告宣传。而以上“三个依靠”的中心点，就是要树立社会主义商誉。该厂厂长林秀娥说：“企业‘商誉’，是个大问题，关系到我们厂在社会上的名声地位。如果我们厂和我们厂的产品在市场上名声好、地位高，那么即使象我们这样的小厂，也是可以大有作为的。”

在全厂统一思想的基础上，他们从品种、质量和管理三个方面，深入地开展了各项工作。

一、在品种、质量上下功夫

上海羊毛衫五厂在长期的生产和经营实践中体会到：产品的适销对路是企业提高商誉的关键之一。企业要在激烈的市场竞争面前，使本厂产品处于不败之地，就必须在品种上多下功夫，经常增加品种的新颖度，按照各层次消费者的需求，向纵横两个方面发展。该厂十分注意加强羊毛衫设计的领导，认真吸取国内外羊毛衫的精华为我所用，并对设计人员设计出的品种，按市场欢迎的程度、订货量等进行奖金考核，以调动设计人员的积极性。几年来，这个厂的产品以花色品种多、新颖独特而赢得了消费者的欢迎。从1989年来看，该厂就先后获得了1989IWS羊毛衫设计大奖赛二等奖，1989纺织行业设计百花奖，1989春季百货商业行业协会羊毛衫选评会优秀奖，以及1989年《新民晚报》消费者、用户欢迎的华联杯等荣誉称号。在最近举办的“三优”评比中，该厂生产的5200双色V领背心，再次受到了广大消费者的称赞。目前，该厂（包括分厂）正常周转的羊毛衫品种已达50种。另外，每月上旬这个厂要举行新品种评比会，拿出一部分羊毛衫产品摆在商店和用户的面前，广泛征求意见，从而切实做到以销定产、适销对路。

产品质量的稳定和提高是企业生存和发展的最重要的因素。产品质量包括产品生产质量和售后服务的好坏，因为这两者都是直接关系到维护消费者权益的大事。该厂为了搞好产品质量的管理，以全面质量管理为龙头，健全和完善了从原料进厂、检验直至产品出厂的一系列质量保证制度和措施，并在全厂建立起一支严格的质量检验队伍，道道把关，开展“前道工序为后道工序服务”和“上工段为下工段服务”的活动。1989年该厂着重开展“雪马”杯劳动竞赛和“双增双节”立功竞赛的活动，以此使质量的管理与生产活动进一步结合起来。同时该厂每个月定期召开全厂质量分析会议，定期组织全厂的质量检查，力争把产品的疵点消灭在生产过程中，逐步减少“死后验尸”的老习惯。此外，这个厂还积极开展为消费者服务的活动，认真做好售后服务工作，严格遵守访问用户和来信来访的处理两个制度，定期访问商店、访问用户，征求消费者对该厂产品的意见，及时把意见反馈到厂部，以落实整改。为了及时热情帮助消费者解决购买羊毛衫过程中发生的问题，该厂专门抽调了有丰富经验的同志充实到质监科，并建立了“三不出厂”办法：质监科未检查过的产品一律不出厂；漏验率超过厂部规定标准的不出厂；在访问中用户反映有问题而未返工的产品不出厂。上述几条措施与经济责任制挂钩，作为奖金考核的重要内容之一。如有一次一批武汉客户来厂，成交数万元的产品，要求第二天发往武汉，这对当前销售状况不佳的企业来说，无疑是一件大好事。然而，质监科认为，这批羊毛衫经检验，漏验率已超过内控标准1%，不同意出厂。当时，一些同志责怪质监科同志“拎不清”，因为目前销售竞争激烈，况且客户言明质量要求可以放宽。但质监科同志坚持原则，认为越是产品销售不佳，越是要讲究产品质量和企业信誉。厂部根据质监意见，立刻组织成衣车间连夜返工，重新整理检验，直至达到规定的质量标准为止。另外，该厂还始终坚持维护消费者利益的宗旨，重视消费者的来信来访，并为消费者做好售后服务工作。1987年，厂部收到来信24封，来访208人次，共为消费者解决羊毛衫质量问题505件，1988年收到来信26封，来访121人次，共为消费者解决羊毛衫质量问题214件。对所有来信，他们都一一回复，对来访的消费者，都给予帮助解决。如有一次一位顾客由于带手表将羊毛衫袖口磨坏，便来到厂里要求予以帮助。厂质监科同志热情地为这个顾客将羊毛衫袖子裁掉一节，再一针一针缝上，使羊毛衫袖口焕然一新，令这位消费者感激不尽。

二、扩大商誉的辐射范围

1989年上半年，该厂为了进一步扩大产品影响，提高企业商誉，花费了近万元在地处商业繁华地区的商店开展了“雪马牌羊毛衫有奖征询用户意见”的活动，针对消费者的意见，及时进行分析研究，从而扎

（下转第55页）

堂、俱乐部等，使企业围墙内的小社会变成企业集资办大社会。这样，既可以解决地区办社会投资不足的矛盾，又可以解决企业办社会的问题。这一决策并不要国家花大量的投资，只要切实加强计划的科学性和搞好协调工作，将对缓和公共交通紧张的矛盾起相当的作用。

3.5 将市区划分成若干个规划区域，按照有利生产、方便生活、综合开发形成若干个社会生活区域中心。以中山环路内80平方公里为中心区域，沿着主要交通干线向六个方位定向发展，形成六个社会生活区域中心。向东北形成五角场、江湾、吴淞发展区域、向北形成彭浦、张庙发展区域、向西形成真如发展区域、向西南形成虹桥、漕河泾、莘庄发展区域、向南形成龙华、长桥发展区域、向东形成浦东发展区域。在发展区域内设置多级商业、交通、生活、娱乐中心，就近为生产和居民生活服务，减轻市中心区域负担。在区域内，尽可能使职工的居住地和就业地、购物地、娱乐地有机地结合起来，减轻市中心区域交通干道的压力，缓解城市公共交通紧张的矛盾。

3.6 加快邮电通讯和信息市场的建设，用信息流替代人流、物流，缓和交通紧张的矛盾。目前由于邮电通讯事业落后，信息闭塞，人流、物流的流向有相当的盲目性。全国采购人员满天飞，不少物资大游行的状况屡见不鲜，加大了交通的压力，而加快邮电通讯建设，建立灵敏的信息市场，可以对经济建设和生产发展提供有效信息，加速信息传递，使人流、物流实现预期的场所、空间变更，把生产、分配、交换、消费有机地联系起来，缩短时间和空间距离，把盲目的人流、物流减少到最低限度，从而减轻交通压力，缓解交通紧张的矛盾。

(上接第64页)

扎扎实实地提高本厂的产品质量，保证市场上“雪马”牌羊毛衫的信誉，达到本厂“表里如一”的质量宗旨。

企业的基础管理是企业生产的基点。抓好管理，提高企业素质是提高企业商誉和经济效益的重要因素。该厂为了抓好生产技术和计划管理，他们以等级为目标，从抓基础管理着手，重点抓好班组长的队伍建设，完善了一整套考核制度，从严治厂，从严考核。一方面，从目标化管理和标准化管理着手，全厂开展方针目标管理，层层分解、层层落实、月月考核；另一方面，从狠抓劳动纪律着手，整顿劳动纪律，抓紧职工队伍建设，根治松垮、懒散现象。

生产经营型企业的特点之一在于以销促产，提高促销能力是企业经营管理中的一个重要环节。前几年，市场上羊毛衫销售情况良好，该厂的预收货款曾高达100多万元。1989年以来市场上羊毛衫销售疲软，资金回笼缓慢。针对市场形势的变化，该厂一手继续抓好产品品种的开发和产品质量的提高；另一手集中一定精力抓好经营促销。特别是在当前销售疲软和资金紧张的情况下，采取新的办法和新的措施，进一步加强经营工作。

产品要进入市场并在市场竞争中取胜，企业要在社会中赢得一定的商誉，还离不开广告的宣传。上海羊毛衫五厂十分重视广告宣传，并在广告工作中取得了一定的成效。目前该厂广告形式有：电视广告、电台广告、报刊广告、路牌广告、橱窗广告和灯箱广告等，而以路牌和灯箱广告为主。这些广告对宣传该厂产品，增加该厂产品的知名度起了很好的作用。另外，该厂在广告业务上还善于创新。如1988年8月，该厂与南京路春江百货商店联合举行新产品发布会，在橱窗里由真人模特儿表演“雪马”牌羊毛衫最新款式。这一广告由于在上海属于首创，当时达到了轰动的效应。上海电视台、《解放日报》和《新民晚报》等都作了宣传报道。