

# 上海老品牌“双鹿”冰箱再展雄风

## 年产100万台冰箱的新厂区在泖港落成

本报讯 12月20日下午,上海双鹿电器有限公司位于泖港镇的100多亩新厂区正式落成。此举不仅标志着上海老字号品牌的重新回归,更意味着“双鹿”吹响了二次创业的号角。

### 曾经辉煌

对于不少上海市民来说,“双鹿”冰箱多少带着浓郁的“上海情结”。早在上世纪70年代,作为我国最早的国有冰箱制造企业之一的上海电冰箱厂就开始生产“双鹿”牌电冰箱。1981年,“双鹿”系列品牌标志被成功注册为我国第11类冰箱产品的商品,成为我国最早的冰箱商标。

到1989年,上海电冰箱厂已达到了年产近20万台的规模,销售额达1.88亿元,“双鹿”牌冰箱已成为当时国内电冰箱行业内最热门的品牌之一。期间,“双鹿”品牌和商标先后被评为上海市著名商标和上海市名牌产品;1992年,上海双鹿电器股份有限公司又成功上市。可以说,“双鹿”的曾经辉煌,正代表了当时“上海制造”在全国的龙头地位。

### 漂泊他乡

然而好景不长,在市场经济的浪潮中,“双鹿”却经历了一场阵痛,逐步走向衰落。到上世纪90年代末期,国产冰箱品牌“容声”、“新飞”、“海尔”等迅速崛起,加上境外国际大品牌的加入,残酷的竞争压缩了“双鹿”的市场份额。与此同时,作为国有老字号企业的上海双鹿电器股份有限公司日益陷入体制的羁绊,经营举步维艰。在这种情况下,“双鹿”冰箱开始淡出国内市场。2001年,双鹿电器股份有限公司经过资产置换,被白猫集团收购。但由于白猫集团当时主营洗涤用品,而非家电产品,客观上宣判了“双鹿”品牌的“死刑”。

这时,“双鹿”冰箱品牌却引起了头脑活络的浙江慈溪人的注意。2002年,浙江中亨电器有限公司通过与白猫集团的协商,最终以每年30万元的价格,获得了“双鹿”商标的使用权,开始了上海品牌在浙江慈溪的复苏之路。两年后,中亨电器借上海电冰箱厂改制之机,以470万元巨资如愿买断了“双鹿”全部系列商标所有权,

成为双鹿的新主人。

### 再展雄风

在获得“双鹿”商标使用权后,中亨电器就在上海投资了上海双鹿电器有限公司。通过不断地激活、强化、延伸,2006年,“双鹿”冰箱荣获了上海名牌产品称号,今年又被成功认定为“中国驰名商标”。短短几年间,“双鹿”冰箱的市场魅力就再度显现,为此,公司总经理陈泉苗挥出了大手笔,去年投资2.5亿元在泖港都市工业园区新建新厂区。

据悉,新建成的厂区占地100多亩,厂房面积8.5万平方米,拥有三条先进的自动化生产流水线,年产冰箱能力100万台。新厂区的落成让“双鹿”的再度腾飞成为可能,而陈泉苗也就此立下了豪言壮语:公司拟在3年内,形成以冰箱为主,其它制冷产品为辅的国内知名家电企业集团;到2010年,实现年产值30亿元的目标;在10年内,力争步入国内行业5强。

记者 张晋洲

## 我区严把食品安全准入关

### 生产企业抽样合格率已达94.2%

本报讯 全区食品生产企业整体质量水平近来有较大提升,监督抽查合格率也显著提高,已达94.2%,这是松江开展产品质量和食品安全整治所带来的新成果。

我区现已形成了申请、受理、资料审查、现场核查、发证检验、发证、证后复查的食品市场监管的一整套工作机制,环环相扣,对每一个环节都进行严格把关,发挥每一个关口的作用。全区已获QS证的生产企业238户,共获QS证365张,其中,专项整治期间,又有104家获QS证,获证185张,并对20家不具备基本条件的食品生产企业予以注销,截断了不合格食品的源头。

松江日前对辖区内食品生产加工企业实施针对性抽查,检查品种数达44种,涉及货值金额共计2192.61万元。此外,还对原作为小作坊监管的29家小企业积极引导,21户企业先后在质监部门的帮促下也获取了QS证,另8家正在积极整改。

记者 宋诚

### 相关链接:

#### 市民购买应查验QS标志的28类食品

米、面、油、酱油、醋、肉制品、乳制品、饮料、调味品、方便面、饼干、罐头、冷冻食品、速冻面米食品、膨化食品、糖果制品、茶叶、葡萄酒、啤酒、黄酒、酱腌菜、蜜饯、炒货食品、蛋类制品、可可、咖啡、水产品、淀粉制品等。



上图:轨道交通9号线大学城站周围绿化带内正在挂盐水的树。据园林署工作人员介绍,他们会定期给濒临死亡的树木挂盐水,以防止病虫害,确保成活率。

记者 朱琳/摄

## 三年高中,学费我们来打理

### ——记光大银行松江支行的爱心之举

□记者 许萍

中国光大银行松江支行团支部书记何文姬有一个特别的个人账户:写着她的名字却存着所有同事们共同的钱。开户时间是2005年11月,账户余额是5400多元,记录显示,每年的9月初和2月底,账户总是规律性地支出6000元。

9月初和2月底是学校开学的时间,而这些钱正是拿去解了4名贫困学子每年开学时的“燃眉之急”。

那是2005年开展党员先进性教育时,行长提出了帮助本地困难学子愿望,这个想法得到了大家的一致赞

同。也使得支行近20名工作人员与松江二中的4名贫困学生从此结下了不解之缘。这次的助学行动没有以支行的名义进行,所有的资金都是支行的工作人员从自己的工资中拿出来的,两年多来,已经募集了3.5万余元。

何文姬是助学行动的具体经办人,身负同事们的重托。“资助他们,不是简单的划一笔账就可以了。”何文姬说,每个学期开学,她总要代表大家去看看那4个孩子,顺便捎上一些学习用品。每年的重要节日,也总要给孩子们寄上一张精美的贺卡。

4名学生都是品学兼优的孩子,

却都是小小年纪便受到生活磨砺,单亲家庭、父亲病故、父母下岗……让4个孩子承受了比别的孩子更多的困难,也有缘得到了更多人的爱心。

“穷人家的孩子早当家”。让光大银行松江支行的人们欣慰的是,4个孩子都勤奋好学,学习成绩也都不错。但令他们担心的是,孩子们似乎比他们的同学都内向,“除了一个女孩是‘乐天派’之外,其他3个孩子都不爱说话,这也许和他们的家庭境况有关吧。”而这其中以单亲家庭的女孩尤其令人担心,“她似乎只知道学习,很少和人交流。”

为了帮助4个孩子有更多的机会

□记者 王小娟

短短的几年之间,松江地区居民的轿车拥有量从几千辆翻升到了几万辆,这是近几年松江地区经济快速发展、市民收入迅速增加的必然。于是,无论是品牌汽车4s店,还是汽车二、三级代理商,纷纷进驻松江,这让松江轿车市场变得多姿多彩。那么,有几成松江人是在自家门前的汽车销售店购车?松江未来的轿车市场,将会如何发展?带着这些问题,记者采访了目前松江最大的一家品牌汽车4s店——上海永达汽车松江销售服务有限公司总经理吴怀心先生,听听他是如何解读松江轿车市场的。

### 发展为销售注入动力

吴怀心告诉记者:“自2003年以来,随着更多的轿车销售店入驻松江,越来越多的松江人发现了本地购车的好处。目前,80%以上的松江人是选择在本地的4s店和经销商店购买轿车的。”有几组数据可以佐证吴总的说法,也可以用来证明汽车4s店或者代理商进驻松江市场是个明智选择。2004年,永达别克店的销量为八九百辆,之后,每年都有10%的增量,十分稳定。从全区的统计数据看,2004年,进入统计的几家轿车销售店的销售额为3.7亿元。到了2006年销售额增长为7.1亿元,剔除广本店,大概在5.5亿元;预计今年的销量比去年有所增长,但考虑到单价下降等因素,销售额可能也保持在7个亿左右。

“经济发展、收入增加是松江汽车销售量增长的根本原因,未来的持续促进作用还会表现出来,甚至更加强大。”吴怀心对松江市场充满信心。但同时,他也指出在轿车生产销售行业竞争十分激烈,几乎处于微利状态,作为生产商要更注重市场细分,而作为销售商,则会更注重服务。

面对越来越多的轿车销售店进入松江市场,吴怀心认为一方面是压

力,但他更把此当作一种动力:“市场对低中高端汽车的需求都是存在的,光靠一家店是做不大市场的,而我们只需要保持住销量第一的位置就可以了。”

### 服务决定未来销售增量

显然,吴怀心对永达别克这几年在松江的发展是满意的,而未来能否继续保持稳定的增长势头,保住“老大”的位置,则还要看永达别克在松江的人气。优良的售后服务是聚集人气的不二法则,这一点,有着多年的汽车销售经验的吴怀心自然看得非常明白。

轿车不同于一般商品,对售后服务要求很高,而永达别克店的各项服务流程常常成为其他公司学习的典范。“很多客户白天要上班,没空来维修,我们就推出了‘星月服务’,将营业时间延长到晚上十点,加班加点在所难免;最近为了提高服务效率,我们还推出了预约维修活动。”“我们的报修服务是24小时开通。”如数家珍般,吴怀心向记者介绍他们的服务理念 and 举措。

此外,吴怀心告诉记者,他们将于明年3月对店内的部分硬件设施进行改造,目的是使客户享受一流的购车、维修环境,比如在休息区安装电脑,方便客户上网等。而永达汽车俱乐部的会员则越来越多,别克车的人气自然会越来越旺。

## 谨防电子秤上做手脚

□通讯员 李国美

电子秤的使用对抑制短斤少两行为起到了一定的作用。但是电子秤也不可能尽善尽美,在那些唯利是图的不法商贩面前,其弱点和不足也会被他们利用。现试举几例,仅供参考。

一是利用电子秤上“贮存键”作弊。即不法商贩通过对贮存键的操作,暗自把上一次过秤的重量的一部分贮存起来,加到下一次过秤物品的

重量之中。

二是把秤盘的重量加算在商品重量内。不法商贩趁消费者不注意或没有这方面的知识,每次在商品过秤前就别有用心地把秤盘全拿起来和物品一起放到电子秤上,这样,电子秤就会把秤盘的重量一起计到物品上。

三是在演算操作中作弊。即在结算时,不法商贩通过对按键的快速操作,每次都在重量和单价上暗中加上零点几再相乘。

本报讯 日前,松江

开元名都大酒店收到了一封未署名的感谢信。虽然不知道写信的人是谁,可是信里要感谢的人则写得非常明确,他叫华奇辉,是酒店工程部的一名员工。

信里讲到一个寒冷的晚上,两个女生准备回家却发现打不开电瓶车的锁,最后是华奇辉费了九牛二虎之力,用电锯锯断锁,才让她们得以顺利回家。两个机灵的女生,通过这个员工胸前别着黄色名牌,才知道帮助她们的这个人叫华奇辉。于是,第二天,她们就给酒店写来了感谢信。

通讯员 颜晓雪 记者 王小娟

### 一封不署名的感谢信