



迪拜轮胎市场简析

马军华

(中联橡胶总公司 100723)

介绍了迪拜轮胎市场概况,分析了中国轮胎在迪拜市场上存在的问题并指出了改进方向。

笔者分别于 1993 年 5 月和 11 月两次访问迪拜,现对有关迪拜轮胎市场的所见所闻作如下简析。

1 迪拜轮胎市场概况

迪拜(DUBAI)位于阿拉伯联合酋长国,是世界三大自由港之一(其它两个是香港和新加坡)。在世界贸易上占有较为重要的地位,在中东地区的贸易中则有举足轻重的作用。进入该港口的货物只收 1% 的关税,如再转口到其他国家则退回已收取的关税,并且不必交营业税和所得税,因此该港的贸易活动非常活跃,世界各国、各大公司在此展开了激烈的商战。在过去几年中,中国与阿联酋、沙特阿拉伯、科威特、巴林、卡塔尔和阿曼等 6 个海湾合作委员会国家的贸易额持续增长。双边贸易额 1992 年达 15 亿美元左右,但与日本和欧共体的 360 亿、350 亿美元相比差距仍较大。

轮胎是迪拜主要进口和转口的产品之一。在迪拜,经销轮胎的商店和公司随处可见,其中几条比较集中的“轮胎街”很出名。这里经销来自世界各地的 100 多个商标的轮胎(其中中国大陆商标有 20 多个)。年销售量大约为 1000 万套,金额约为 4 亿美元。高、中、低档产品均有。除本国使用外,主要转口到伊朗、阿曼、沙特、也门以及非洲。其中伊朗是最大的转口市场,迪拜港半数以上的斜交胎转口到伊朗。

为进一步促进迪拜港贸易的发展,该国在迪拜建立了名为 JEBEL ALI 的自由贸易区,进、出该区的货物一律实行免税,在该区建立的工厂 15 年内免税。该自由贸易区的建立为迪拜港的贸易发展又注入了新的活力。

2 中国轮胎在迪拜市场的基本情况

中国轮胎在 20 年前进入迪拜市场,但数量一直不大。近几年来随着我国改革开放的不断深入和对外贸易的迅猛发展,中国轮胎进入迪拜市场的数量迅速增大。据有关方面统计,1989 年中国轮胎进入迪拜市场有 5.2 万套,总金额约为 214.3 万美元,每套平均价格约为 41 美元,1992 年的数量增长到 71.3 万套,总金额约为 2462.2 万美元,每套平均价格约为 34.5 美元,数量和总金额分别增长了 12.7 倍和 10.5 倍,但每套平均价格却下降了 15.9%。这固然与总量中小规格轮胎所占比例增大有关,但价格下降是造成这一结果的主要原因。这种趋势 1993 年在继续发展。

目前中国轮胎在迪拜的经销量已跃居第 3 位,仅次于日本和韩国。但同时要看到,我们在市场份额中的增长是以牺牲价格为代价的!

在迪拜,从客户对中国轮胎的反应来看,主要有以下几个方面。

2.1 价格不断下降

各厂牌、各公司为争市场,竞相降价,造成价格混乱。这样不仅是肥水外流,而且影响中国轮胎的声誉,更为严重的是中国轮胎价格不断下降,使经销中国轮胎的经销商的风险增大,不敢冒然订货。另外,1993 年上半年还有两个值得注意的现象。(1)伊朗货币贬值 20 倍,伊朗政府又增加了 35% 的轮胎进口税,使转口伊朗的轮胎生意萧条。同时伊朗银行外币支付能力很差,许多迪拜经销商收到信用证而得不到及时兑付。而迪拜的斜交胎主要转口到伊朗,中国出口到迪拜的绝大部分又是斜交胎,这就直接影响到中国轮胎的

价格和成交量。(2)令人吃惊的是香港经销中国轮胎的一些公司对迪拜市场的报价比国内报价还低5%~10%,致使迪拜商人用此价来压我们的价格,进而使中国轮胎在迪拜的价格一降再降。例如,9.00-20-14PR轮胎1989年可以卖到89美元/套(CNF DUBAI)左右,而1993年上半年只能卖到70美元/套,下降了21%,下半年进一步下跌至63~65美元/套。据说,个别公司还有60美元/套以下成交的纪录。6.00-14-8PR过去几年的价格在21美元/套(CNF DUBAI)左右,而目前还卖不到17美元/套,下降了19%以上。

另一方面,我们与欧美、日本、韩国轮胎的价格差距又有扩大。以不很著名的韩国MARSHAL商标为例,12.00-20-18PR在商店的销售价为770DHS(DHS为阿联酋货币单位,1美元=3.65DHS),而中国某厂牌售价只有520DHS,仅为前者的67.5%。

2.2 牌子多而杂

中国轮胎牌子多而杂,良莠不分,直接影响中国轮胎的声誉。目前在迪拜市场可以看到20多个中国厂牌,大、中、小型工厂的产品均有,质量参差不齐,加之每个厂牌的量都不大,因此除极个别厂牌外,经销商对中国轮胎的厂牌并无认识,而是一概统称为中国轮胎或大陆轮胎。中国轮胎在迪拜市场的“声誉”就是便宜。言外之意可想而知。这样的评价未免失之偏颇,但也应引起我们自己的思考。销量位于我们之前的日本轮胎厂牌只有普利司通、东洋和横滨等6~7个,韩国的厂牌更少,只有韩国、锦湖和MARSHAL。可见厂牌过多,经销渠道多,如果管理不善,便不是好事。

2.3 质量有待提高

中国轮胎的内在质量、外观质量以及包装水平亟待改进和提高。我们在码头、商店中看到中国轮胎包装破损普遍存在。轮胎的表面光洁度不佳,给用户第一感观印象不好。俗话说货卖一张皮,这个问题已是老生长谈,可

并无多大改观,这和我们长年养成的营销观念有关,和那些外观漂亮的外国轮胎放在一起,我们的轮胎就相形见绌了。另外,中东及非洲地区气候炎热,载重量大,速度快,一般在100km/h左右。对轮胎的耐高温及高速性能要求较高。外国大公司针对这一特点,从结构、配方以及花纹等方面进行改进,以增加其产品的适应性。而中国在这方面的工作明显不足,销往该地区的产品和内销产品并无多大差别,其结果可想而知。例如,国内轮胎模具普遍有钢片,本意想提高轮胎的散热性能,而在中东和非洲的沙漠地区,会造成胎面花纹沟进砂,进而造成花纹块损坏,影响轮胎使用寿命。再如,按国内市场注重行驶里程的质量标准生产的轮胎,出口到该地区因价格低,工厂无利可图,甚至亏损。其实该地区并不把行驶里程放在第1位,轮胎更换周期为1年左右,行驶里程为5万~6万公里,并且不讲究翻新。因此,如果我们“因地制宜,量价用材”,或许效果会好一些。

2.4 宣传差

在迪拜的街头巷尾、高速公路两侧、杂志报纸、电视、电话号码簿及轮胎商店的里里外外,我们都可以看到外国各大轮胎厂牌商标的宣传广告,中国的却极少看到。

尽管中国轮胎在迪拜市场还存在着一些不尽人意之处,但只要认清形势,不断改进,我们在这个大市场还是大有可为的。经国家科委批准,由化工部主办,化工贸促会、中联橡胶总公司和中国化工建设总公司承办的'93迪拜中国橡胶工业展览,于1993年11月14~18日在阿联酋迪拜世界贸易中心举行,52个单位(其中17家轮胎厂),102人参加了这次展览。在全体参展人员的共同努力下,贸易洽谈活跃。尤其是轮胎,在成交额908.65万美元中占2/3以上,达到673.47万美元,并且在签约客户中许多都是在展览会上结识的新客户。可以相信,通过这次展览会的成功举办,中国轮胎在迪拜乃至整个中东和非洲市场将得到不断扩展。