

我国轮胎市场存在的问题

易甲波,黄壬信

(桂林轮胎厂,广西 桂林 541004)

摘要:介绍了我国轮胎市场存在的问题:市场价格混乱;轮胎内在与外观及内胎、垫带质量存在问题;营销人员的整体素质有待提高;宣传力度有待加强。指出我国轮胎企业应寻求共同发展的道路,规范各自的市场行为,避免恶性竞争。

关键词:轮胎;质量;市场

中图分类号: TQ336.1 **文献标识码:** C **文章编号:** 1006-8171(2001)06-0378-02

我国轮胎市场存在诸如产品供大于求、销路不畅、资金回笼慢、经销商获利余地较小、企业经济效益低等问题。本文就轮胎价格、质量、营销、宣传等环节存在的问题进行分析。

1 轮胎销售市场有待规范

目前,国内各厂家轮胎的价格差异很大,同一厂家、同一规格的轮胎价格也有所差异。如9.00-20 16PR 载重斜交轮胎的价格,最高为每套1100元左右,最低为550元左右,特别是目前出现了一些价格很低的小规格斜交轮胎和农业轮胎。

造成这种状况的原因除了轮胎质量及品牌的因素外,还有如下因素:

(1) 轮胎市场供大于求,各轮胎生产厂家为了抢夺市场,竞相降低轮胎销售价格。

(2) 对于同一厂家、同一规格的轮胎,由于经销商的进货渠道不同或生产厂家对不同经销商所执行的价格不同而使轮胎销售价格产生差异。

(3) 一些小规模轮胎生产厂不具备完善的轮胎生产设备及必要的检测设备,使用极其简易或已经淘汰的设备进行生产,由于设备投资少,维护保养、折旧费用很低,因此生产成本较低,使轮胎的销售价格也较低。

(4) 轮胎生产用原材料和辅助材料以次充好,而且尽量缩小轮胎轮廓尺寸,以减少原材料用量。山东和河南某厂生产的4.00-12 6PR轮胎在充气压力为零时的外缘尺寸检测结果见表1。

表1 4.00-12 6PR规格轮胎外缘尺寸 mm

项 目	河南某厂	山东某厂
行驶面宽度	82	68
外直径	538	512
冠部花纹深度	7.5	6.8
每条轮胎价格/元	42	28

2 轮胎产品质量有待提高

2.1 轮胎内在质量

目前,轮胎的主要问题是肩空、冠空、胎圈磨损、胎面不耐磨、部分轮胎刚性差、车辆承载后的下沉量大、轮胎使用寿命短等。这些问题不仅与轮胎生产质量有关,而且与轮胎的使用方法、车辆和道路的状况及负荷有直接关系。

我国载重斜交轮胎大部分是20世纪70和80年代设计并投产的,进入90年代特别是90年代中、后期,轮胎的使用条件发生了很大变化,车辆超载、超速及超长距离连续行驶的现象非常普遍,轮胎必须同时承受高负荷和高速度的苛刻使用条件,因此易出现上述质量问题。

针对这一情况,我们应采取各种措施提高产品质量,同时加大新产品的开发力度,满足轮胎不同的使用要求:

(1) 开发市场容量较大的新型花纹轮胎。

(2) 开发适应不同地区使用条件的专用轮胎,对于路况较好(高等级公路、高速公路)的地区,要求轮胎具有良好的高速性能;对于车辆超载严重而路况一般的地区,要求轮胎具有较高的承载能力及良好的耐磨性能。

(3) 轮胎生产企业要做好如何正确使用轮胎的指导工作,印制使用说明书,在胎侧表面标明充气压力和使用负荷,模刻安全警示的内容,以使轮胎用户严格按照要求使用和保养轮胎,提高行驶安全性。

2.2 轮胎外观质量

佳通、东洋、固特异等国外品牌的轮胎及国内知名企业的轮胎均包装精美,筒包装条色彩鲜明,不仅可防止灰尘,而且使轮胎无变色、无老化现象,轮胎表面光洁,商标字体和花纹线条清晰,深受经销商的欢迎。

相比之下,国内的部分轮胎企业对轮胎外观质量不够重视,轮胎的花纹、商标和字体几十年不变,包装不好甚至没有包装,轮胎露天堆放,日晒、风吹、雨淋导致轮胎表面变色、有灰尘、胎里积水,而且由于生产条件简陋,轮胎常会产生缺胶、重皮、裂口、花纹圆角、胎里裂纹和凹凸不平等缺陷,因此轮胎从外观上就失去了与国外品牌轮胎的竞争力。

2.3 配套的内胎和垫带质量

一些轮胎企业对内胎和垫带的质量不够重视,经常出现由于内胎或垫带质量问题影响轮胎使用性能的现象。IIR内胎具有良好的气密性、耐热和耐老化性,可使轮胎避免由于内胎空气泄漏而导致的充气压力降低。

我国轮胎行业提出内胎丁基化的要求已经有多年,但由于IIR内胎的制造技术复杂、要求高、成本比NR内胎高,而且一些轮胎企业和交通运输部门对高质量内胎可提高轮胎整体性能、提高运输效率的认识不够充分,实施过程举

步维艰。

3 营销人员的整体素质有待提高

随着运输经营体制的变化,车辆承包商和个体车主决定轮胎的购买、装配、维护、保养、翻修、报废等,车辆往往超载、超速、超长距离连续行驶,轮胎充气压力过高或过低,因此影响轮胎的使用性能和寿命。

针对这种情况,应在轮胎销售中加强技术服务,并传授轮胎使用、保养和维修的专业知识,因此要求轮胎营销人员不仅要具有良好的营销技能,而且要熟悉汽车行车机构的知识、轮胎制造工艺及产品质量的有关标准,以便为用户提供技术服务和咨询。另外,营销人员还要切实做好包括轮胎市场现状、发展趋势、不同品牌轮胎的质量、价格和销售量等在内的市场信息反馈工作,使企业能及时开发、组织、安排和生产适销对路的产品,以占领市场。

4 宣传力度有待加强

国外大轮胎公司不仅非常重视产品质量及售后服务,而且非常重视其品牌的宣传,采取各种措施扩大品牌的知名度,树立品牌良好的形象。知名的品牌可以赢得用户,增大市场份额和利润。而我国多数轮胎企业的产品宣传力度小,重视不够,投入的宣传费用不足。

5 结语

国内轮胎企业应寻求共同发展的道路,要规范各自的市场行为,反对价格战,避免恶性竞争,对不具备或不完全具备条件生产合格产品的轮胎企业,实行关、停、并、转。企业只有重质量、守信誉、提供优良服务、创优质名牌,才能在市场中求得生存和发展。

收稿日期:2000-12-18

轮胎硫化罐工艺改造

中图分类号:TQ330.4+7 文献标识码:D

轮胎采用硫化罐硫化工艺,占地面积小,投资少、见效快,但劳动强度大、硫化周期长,满罐

冷却又浪费时间和水,而且硫化罐硫化介质的控制上也存在着波动大、不直观和不易掌握等问题。为此,我公司对现有硫化罐进行了工艺工装改造。