

中国轮胎市场及成山公司发展策略

车宏志,李忠涛,董兆清

(山东成山轮胎股份有限公司,山东 荣成 264300)

摘要:分析了我国汽车工业以及轮胎市场的现状及发展前景,并提出了成山轮胎股份有限公司相应的发展策略。指出随着我国高等级和高速公路建设和汽车工业的迅速发展,轮胎市场发展潜力巨大,但随着国际市场竞争的日益激烈,我国已开始调整轮胎产品结构,鼓励高性能、高品质轮胎的开发和生产,以不断扩大我国产品在世界轮胎市场上的份额。成山公司根据国家政策不断提高产品质量和技术创新能力,盘活人力资源,调整营销格局,以提高在国际市场上的竞争能力。

关键词:汽车工业;轮胎市场;产品结构;技术创新

中图分类号:F273 **文献标识码:**C **文章编号:**1006-8171(2002)03-0136-05

1 我国公路建设现状及发展

“九五”以来,我国公路建设进入快速发展时期,特别是近年来,政府加大了基础设施投资力度,使公路建设上了一个新台阶。2000年,我国公路通车总里程已超过140万km,5年新增24万km;高速公路建设更是突飞猛进,5年新增1.3万km,通车总里程达1.6万km,居世界第3位。“五纵七横”国道主干线已建成1.8万km,占规划总里程的一半以上,预计将比原定的2020年提前10年完成。我国公路建设成就主要包括以下几个方面。

1.1 高等级公路发展迅速

京沈、京沪等高速公路全线贯通,已建成了一批世界先进水平的公路桥梁,运输能力和服务有所提高。5年来又有500多个乡镇、5000多个行政村通了公路,全国公路密度由每百平方千米12.1km提高到14.6km。

1.2 高等级路面带来显著社会效益

随着水泥混凝土、沥青混凝土等高等级、次高等级路面的建成,使运输效率成倍提高,维修费用下降。据权威部门测算,济青高速公路通车能力相当于8~10条二级公路,2倍于铁路运输能力。经济运距从200km提升至500~1000km,车日

行程提高40%以上,油耗降低20%左右,机械磨损降低25%,车辆利用率提高。投资31亿元建成的318km济青公路,7年合计收费28亿元。

1.3 公路运输唱主角

2000年公路货运量再次突破亿吨大关,公路运输占全社会总客运量90%,客运量、周转量近60%,货运量近80%。到2005年,长达3.5万km的“五纵七横”国道主干线系统将建成2.6万km,公路总里程将达160万km,其中高速公路将超过2.5万km,二级公路总里程达到28万km,全国公路密度将达到每百平方千米16.7km,全国99.5%的乡镇和93%的行政村将通公路。

1.4 公路建设重点向西部转移

加快西部地区交通基础设施建设是今后我国交通发展的重中之重。今后10年,西部地区将建设公路35万km,建成1.26万km国道主干线和1.5万km西部省际通道,逐步实现乡乡村村通公路。随着国道主干线工程的建成,我国高速公路将发生重大变化,汽车经济运距将大幅度提高。

2 我国汽车工业的现状与发展

1994~1998年,中国汽车工业一直处于缓慢增长阶段,1996年增长率仅为1.5%,1998年出现零增长。从1998年下半年开始,国家实施积极的财政政策,扩大内需,西部大开发的启动和国民经济的健康发展,促使私人购车比例不断提高,使

作者简介:车宏志(1956-),男,山东荣成人,成山轮胎股份有限公司高级经济师,工商学士,现从事企业经营和管理工作。

汽车工业得到了快速稳定的发展,1999 年增长率达到 12.33 %,2000 年为 13.07 %,汽车总产量首次突破 200 万辆,达到 206.91 万辆。销售汽车 208 万辆,实现销售收入 3 911 亿元,利润 177 亿元。全国汽车保有量达到 1 450 万辆,其中私人车辆 530 万辆。我国汽车工业现状主要表现在以下几个方面。

2.1 产品结构更趋向市场需求,汽车“缺重少轻”得到明显缓解

从汽车生产品种看,在 9 类车型中,2000 年除中型载重车产量大幅度下降外,其它 8 类车型都不同程度地保持增长;从汽车销售量看,7 种车型增长,基本上保持了 1999 年 8 种车型俏销、7 种车型增长的格局,详见表 1^[1]。

由表 1 可以看出,重型载重车、轻型客车、微型客车的产销量都呈现高速增长势头,这也是 2000 年我国汽车工业的新特点。

2.2 产业重组更加有利于汽车工业的发展

联合重组是全球汽车产业发展的趋势。根据我国汽车工业“十五”发展规划要求,到 2005 年汽车工业将以一汽、东风(二汽)和上汽集团为基础形成 2~3 家具有国际竞争力的大型企业集团;同时培育 5~10 家初具国际竞争力的零部件大型企业集团。同时,引导部分具有自身特点、互补性强的整车企业加入大集团;对于资不抵债、长期亏损的企业,让其退出汽车市场。

2.3 国内汽车行业单位效益超出国外企业

2000 年,上海汽车集团销售轿车 20 多万辆,利润高达 40 多亿元,平均每辆获利 2 万多元;一汽大众销售轿车 11 万多辆,获利 23 亿元,平均每

辆获利也是 2 万多元,其中奥迪 A6 每辆获利高达 6 万元。而美国通用在欧洲市场上某些品牌轿车每辆利润不足 1 000 元人民币。尽管中国 118 家汽车企业产量加起来还不如国外一个中型汽车生产厂家,但是利润却是无法比拟的。

2.4 国内汽车消费市场潜力巨大

2001 年上半年,我国共生产汽车 118.27 万辆,比 2000 年同期增长 15.8 %,销售汽车 119.02 万辆,同比增长 20.69 %,销产率为 100.63 %。其中轿车、微型客车和载重汽车销量增长迅速,其产量占总产量的比例均在 13 %~40 %之间,3 种车型产量合计占总产量的 80 %。2001 年上半年,排名前 17 家的企业生产汽车均超过万辆,生产量集中度为 92.79 %,产品呈现供不应求的状态。

据专家预测,目前我国有 2 000 多万户居民具有购买小轿车的能力,而 2000 年全国小轿车的销售量仅为 62 万辆,产销差异显而易见。

3 我国轮胎工业发展前景

中国汽车工业和公路事业的发展在很大程度上左右着中国轮胎市场。中国轮胎企业是在混乱、无序、低水平重复建设中发展起来的,规模小、数量多是中国轮胎企业的一大特点,全国共有轮胎企业 300 多家。从轮胎总产量看,2000 年达到 1.01 亿条,列美国、日本之后,居世界第 3 位。但年产轮胎 100 万条以上的企业仅有 24 家,年销售收入 10 亿元以上的仅有 8 家,利润过千万元的仅有 11 家。

中国已经入世,随着国门的打开,国外轮胎对中国市场的冲击是显而易见的。我国轮胎企业与

表 1 1999~2000 年汽车分类产销一览表

项 目	重型载重车	中型载重车	轻型载重车	微型载重车	大型客车	中型客车	轻型客车	微型客车	轿车	合计
销售量/ 辆										
1999 年	47 074	184 847	386 698	137 658	17 641	29 426	184 397	287 216	565 366	1 832 470
2000 年	81 950	153 761	390 543	137 751	7 953	35 938	248 178	408 318	604 677	2 088 626
生产量/ 辆										
1999 年	47 785	181 679	384 558	136 747	7 651	29 077	181 511	293 052	570 410	1 830 323
2000 年	82 869	163 157	396 964	131 911	7 743	35 897	247 670	409 678	612 737	2 069 069
1999~2000 年增长率/ %										
销售量	74.0	- 20.2	1.0	0.07	4.0	22.1	34.6	42.2	6.95	14
生产量	73.4	- 11.4	3.2	- 3.7	1.2	20.2	36.4	39.8	7.42	13

国外轮胎企业相比,在资金、技术、管理、人才、规模、质量、品种等多方面均处于劣势。仅从世界轮胎销售额分析,三巨头米其林、普利司通和固特异公司就占 54.7%,三家公司占领中国市场的目标将是 55% 以上的份额,而我国轮胎工业销售收入尚不到世界总销售收入的 5%,形势十分严峻。但由于中国是以发展中国家的身份加入 WTO,在几年的时间内还将享受到有利的保护,这将为我国轮胎企业增强实力、谋求发展赢得宝贵的适应发展时间。

3.1 我国轮胎市场现状

随着国外独资和合资轮胎企业产销规模的迅速扩大,其在国内市场上已形成了较强的优势;国有大型轮胎企业在国内市场上继续保持整体综合优势;乡镇民营轮胎企业则凭借自身税赋和材料装备上的差异,至今仍具有较强的市场冲击力,从而形成独资、合资和国有大型企业在子午线轮胎生产中占据绝对优势,乡镇企业和民营企业在斜交轮胎生产中占据价格优势的局面,斜交轮胎在较长时间内仍拥有较大的市场空间。

从发达国家轮胎生产发展历程来看,子午线轮胎取代斜交轮胎是轮胎发展的必由之路。目前中国轮胎市场尽管供大于求,但传统斜交轮胎市场日渐萎缩、子午线轮胎市场逐年扩大却是不争的事实。“九五”期间,国家将有计划地发展子午线轮胎列为轮胎工业的产业政策,但前提是逐步淘汰斜交轮胎,在总量增幅不大的前提下调整产品结构,提高轮胎子午化率。特别是自 2001 年 1 月 1 日起,国家为了鼓励子午线轮胎生产企业,实行免征子午线轮胎消费税的优惠政策。此举极大地调动了轮胎企业,特别是已形成子午线轮胎生产规模的 30 多个生产企业的积极性,使其加紧扩大生产规模,以适应产品结构调整的需要。可以预见,新一轮子午线轮胎生产企业之间的激烈竞争将由此展开。

3.2 轮胎产品结构调整及发展

根据国家有关部门制定的《我国“十五”轮胎工业发展规划》,我国轮胎工业今后 5 年的发展方向是,以调整产业结构和产品结构为重点,上品质、上质量、上水平,提高企业竞争能力和经济效益,努力开发适应国民经济发展的产品。发展重

点是子午线轮胎,其品种规格和质量要符合国内外市场要求;轿车子午线轮胎要实现无内胎化和扁平化,重点发展 65,60 系列的 S,T 和 H 级产品,适当发展 55,50 和 45 系列的 H,V 和 Z 级高性能轿车子午线轮胎;载重子午线轮胎也要逐步发展无内胎和宽断面无内胎全钢子午线轮胎。到 2005 年,我国汽车轮胎总产量将达到 125 00 万套,其中子午线轮胎约为 5 600 万套(外资控股和独资企业控制在 30% 以内),占轮胎总产量的 45%;随着私人轿车进入家庭的高峰期到来,中国子午线轮胎市场前景将更加广阔。

4 成山公司发展策略

针对中国轮胎市场发展前景,成山轮胎股份有限公司在制定“十五”发展规划时就明确了“创世界知名品牌,建设东方轮胎城”的宏伟目标。以提高企业核心竞争力为重点,围绕两个市场开发产品,调整经济规模,提高质量水平,发展名牌产品,融入全球经济。计划到“十五”末期,轮胎产量达到 1 000 万条(其中子午线轮胎 700 万条,斜交轮胎 300 万条),年产子午线轮胎专用钢丝帘线 3 万 t,胎圈钢丝 3 万 t,争取实现销售收入 50 亿元,利税突破 10 亿元,初步达到经济规模。

4.1 用足用活国家政策,提高技术创新能力

当前,国际上出现了新一轮轮胎企业兼并与资产重组浪潮,市场竞争日益激烈,产品更新换代日趋加快。我国企业只有利用入世的时间差,提高技术创新能力,才能不断适应市场。因此,成山公司将充分发挥国家级企业技术中心的优势,形成独立高效、及时满足市场新品需求的技术开发主体,开发具有独立知识产权的核心技术和高附加值产品;通过国家给予的优惠政策,争取多申请立项,以研究国际市场需求的前沿技术。2001 年完成与北京橡胶工业研究设计院联合承担的年产 100 万条高性能子午线轮胎示范工程国家攻关项目,为高性能子午线轮胎工业化生产打下坚实基础。北院与成山公司承担的子午线轮胎设计及性能分析仿真系统和成山公司申报的开发跑气保用轿车子午线轮胎两个项目均属于当代国际前沿技术和产品的研究课题,并被同时列入了 2001 年度国家级重点技术创新项目。成山公司还将加强利

用高新技术和信息技术,不断改造传统产业。以市场为导向,以企业为主体,积极开发新产品,总投资10.3亿元进行了节能、降耗、治污、增加出口等方面的技术改造。已列入国家“十五”重点技术改造项目的300万条子午线轮胎项目已进入最后报批阶段,总投资2.48亿元的国家“九五”重点基建项目年产5000t子午线轮胎专用钢丝帘线一期工程已竣工投产。这两个项目都引进了当今世界先进制作技术和关键装备,将对公司调整产品结构,提高产品质量,达到经济规模发挥重要作用。此外,根据产品结构调整需要,实行融资渠道多样化,通过成山A股独家上市、金融债券、合作合资、世行贷款、参股控股等多种形式融资,为产品形成系列化、多样化和规模化奠定良好的基础。

4.2 盘活人力资源,提高整体素质

在企业诸多有形和无形资源中,人力资源占主导地位,谁能够盘活人力资源,谁就能在企业竞争中取得主动权。我们在国外考察时发现,国外轮胎公司某些生产设备还不及我国轮胎企业,却能用这些装备生产出一流的产品。产品竞争力的高低在于人的素质高低。当今世界上实力较强的企业都十分注重人本管理,在这方面我们的差距较大。因此,我们将充分利用学校教育、在职教育、培训教育等多种形式,培养各个岗位上的有用人才,使成山人不但在专业技能上有长足的进步,在市场经济观念上也要发生根本性转变。在效率观念上,树立工作快省、办事讲效率的意识;在时间观念上,树立时间就是金钱,惜时如金的意识;在质量观念上,树立质量第一,用户至上的意识;在效益观念上,树立效益就是生命,企业以效益为中心的意识,从而促进员工的整体素质不断提高。

4.3 提高产品质量,满足用户需求

在当今市场经济条件下,国内外用户对轮胎产品内外在质量要求很高。因此要保证企业在激烈的市场竞争中长盛不衰,必须抓好产品质量。

首先,我们在已通过ISO 9001质量体系 and 产品质量双认证,欧洲ECE、美国DOT安全认证, QS 9000和德国VDA 6.1汽车专用质量体系认证的基础上,牢固树立名优品牌概念,以争创中国驰名商标为契机,强化每一道工序的管理,完善轮胎质量管理网络。从原材料采购、进厂加工到化

验检测进行全过程监控,将质量管理渗透到生产、经营、服务各个环节。同时,认真宣传贯彻ISO 14001环境质量体系认证工作,实施环保洁净轮胎品牌营销战略,现已通过ISO 14001环境质量体系认证,保持企业可持续、健康发展。

其次,企业技术中心要立即着手进行世界范围内的第3代高性能子午线轮胎、绿色轮胎以及符合中国国情的农业子午线轮胎、无内胎工程机械轮胎的研究开发,依靠高科技不断提高产品质量和档次。

第三,加大与国际大轮胎公司的技术交流与合作,抓好引进人才工作,不求所有,只求所用,尽快缩短与世界大轮胎公司的差距。加大引进生产、检测设备的力度,不断提高产品加工精度和生产效率,以先进的生产工艺和装备来保证和提高产品的内在质量。

4.4 调整营销格局,适应全球经济

随着中国加入WTO,我们将抓住入世的时间差,尽快融入全球经济。充分享受我国政府鼓励企业出口所给予的一系列优惠政策,利用外商和代理商纷纷要求合作经销“成山”品牌轮胎的有利机遇,调整营销结构,确立了“442”营销战略格局,即出口、经销和配套分别占总量的40%,40%和20%。改革开放以来,成山公司已累计向亚、欧、澳、美、非洲50个国家和地区出口轮胎近千万套,创汇3亿美元,未发生一起质量索赔事故,为国家和企业赢得了较高的信誉,但出口比例仅占公司总销量的15%。近年来,我们在国外实地考察发现,国外轮胎几乎都是子午线轮胎,且子午线轮胎或工程机械轮胎均是无内胎产品,国外轮胎单条售价明显高于国内轮胎产品,且货款回收无任何风险。因此我们得出结论,要使企业在激烈的市场竞争中站稳脚跟,必须加入国际经济大循环,并重点抓好以下几个方面。

(1) 加强WTO有关规则的学习。不仅掌握规则 and 规定,而且要学习相关的案例,从中汲取经验教训,避免无谓的经济损失。

(2) 组建或参与专业市场,建立一套完整的销售网络。用发展的眼光看,轮胎企业的前景在网上。选择产品集中、扩散方便的国家 and 地区建立网点,小点多布,派出得力营销人才,借助电子商

务等现代化促销手段开拓市场。同时注意培养当地一批出口代理商,充分发挥他们的推销作用,将他们的销售渠道同我们的渠道有机结合起来,形成全方位的国际营销网络。

(3) 树立“精品战略”,在提升产品内外在质量上下功夫。树立优质、优价意识,坚决制止低水平重复性扩建工程;积极参加博览会展销,利用新产品推广会和广告宣传媒介,及时、准确、生动地让用户了解产品的用途、特点、性能、价格等优势,把优质产品和争创中国驰名商标工作有机结合起来,从而实现国内知名品牌到国际知名品牌的跨越。

(4) 扩大合资合作经营。通过到劳动力低廉的国家和地区进行合资或合作,把工厂建到海外,由产地销变为销地产,减少原材料和成品的往返

运输费用,提高产品的竞争能力。

(5) 改变经营模式,提高服务水平。市场上同样质量的产品,可以因服务好而增值,服务差而减值,消费者面对质量相差无几的轮胎时,选择的往往是服务。因此,我们以综合服务型企业作为自己的发展目标,树立“既卖产品,又卖服务”的经营理念,在服务方法、手段和策略上注重科技、文化和情感的投入,使服务的文化内涵和文化特色不断创新,与用户产生情感共鸣,增加品牌的附加值,增强品牌竞争能力。

参考文献:

- [1] 朱一平. 2001 年上半年车市大盘点[N]. 经济参考报, 2001-07-21(2).

收稿日期: 2001-12-15

高性能低费用的米其林工程机械轮胎

中图分类号: TQ336.1⁺1 文献标识码: D

英国《轮胎与配件》2001 年 10 期 32 页报道:

米其林 XDR 运土机轮胎是专为在露天采矿作业区使用而设计的,它与路面附着力大,使用寿命长,有助于降低营运成本。

该胎具有无向胎面花纹,独立的花纹块可使牵引力和制动力更好地分布到整个胎面区域。这些独立的花纹块还有细沟,以提高在潮湿路面上的附着力。采用无向花纹简化了车上轮胎的匹配,减小了轮胎贮存量,这两者都有利于降低营运成本。

与被取代的米其林 XKD1 相比, XDR 加大了花纹深度,使在同样工作条件下轮胎的使用寿命延长 20%。为了进一步改善使用性能和缩短停机时间,变宽花纹设计极大减少了夹石子现象,从而减少了轮胎损坏,提高了劳动生产率。

米其林的 XDR 现有以下规格出售: 27.00R49, 30.00R51, 33.00R51, 36.00R51, 37.00R57 和 40.00R57。

米其林 XZSL 是唯一滑动转向车辆用无内胎子午线轮胎,其使用范围包括小型装载机、反铲挖

掘机和伸缩式装卸装置。

XZSL 具有无向胎面花纹,与专利设计的耐磨胶料相结合,可提供优异的耐损伤性和最长的使用寿命(为斜交轮胎的 3 倍)。超深开放性花纹有良好的自洁性,可保证在所有条件下都有最佳抓着力和牵引性。

XZSL 具有钢丝胎体,胎冠和胎侧得到加强,另外还有胎侧保护层,从而极大地减少了因刺扎和冲击损伤造成的停机时间。无内胎结构也减少了停机时间,因为如果锐利的异物刺入轮胎, IIR 内衬层会围绕异物形成密封,减少了快速泄气降压的机会。

XZSL 先进的子午线结构提供了有效的减震作用,提高了驾驶员的舒适感,防止了机器在坑凹路面上颠簸造成的损坏。

米其林 XZSL 共包括 10R16.5, 12R16.5, 27×8.50R15, 335/80R18, 375/75R20 和 425/75R20 六个规格,而前 3 个规格可满足 90% 滑动转向车辆的需求。所有米其林 XZSL 无内胎轮胎都标有“可与内胎一起使用”的标志,如果需要,可与内胎和垫带一起使用。

(涂学忠摘译)