

欧洲轮胎市场疲软

吴秀兰译 曾泽新校

1992 年欧洲轮胎生产公司紧缩开支和重新盈利的努力受到轿车销售滑坡、经济不景气和汽车公司减价的阻碍。

最近欧洲货币联盟的削弱将打击轮胎公司在欧洲大陆稳定物价的努力,使市场更加不景气,使形势更不稳定。

全欧洲的轮胎公司首脑心目中对将来的预测都是令人头晕的新车销售的螺旋下降。

1993 年上半年欧洲轿车注册量仅为 596 万辆,比去年同期下降 17%,唯独英国是个例外,提高了 9%,形势对原配胎供应者更为不利。

替换胎市场也未能幸免,因为过量的原配胎涌入替换胎的销售渠道,使价格降低了。尽管最初价格并未象预料的下降那么大,但最近数月或多或少都有所下降,抵消了 1992 年上半年取得的成绩。

汽车市场的滑坡和来自汽车公司对价格压力的提高使注意的焦点重新转向轮胎公司间的效率大战。

米西林、大陆和皮列里都提出了维持生产能力、削减雇员,从而提高效率的计划。

米西林根据“节俭政策”打算在 1993 和 1994 两年削减管理费用 6.34 亿美元。这还包括了裁员:法国本土 2950 人、西班牙 2500 人、北美 2500 人。欧洲地区裁员是 1993 年提高生产效率 6% 计划的一部分。

在 1991~1992 年间,该公司通过全球裁员 16000 人和控制库存节省开支 5 亿美元。

如果米西林极力吹捧的“C3M”生产体系获得如期效益的话,它将采取更大的裁员计划。预期效益的提高完全可以弥补人员的裁减。

占欧洲销售额 1/3 以上的市场主导者米西林还积极采取其他措施以巩固其地位:

- 在法国工厂内重新培训岗位工人;
- 以其“Euromaster”(欧洲主人)零售连锁店建立市场形象;
- 通过更多的促销活动加强销售商联

盟,巩固“Pilot”在替换胎市场上的地位。

欧洲第二大轮胎公司大陆在未来数年内也将设法削减数亿马克开支。

大陆采取的一些措施为:

- 今年将裁员多达 2500 人(包括轮胎和非轮胎部门),主要在德国裁员,该公司约有 45% 的雇员在德国。

- 将遍及欧洲的销售中心的数量减半至 38 个,节省管理开支 2200 万美元;

- 利用公司内的高效益生产基地,例如,葡萄牙的马博尔、斯洛文尼亚的萨瓦森贝特、捷克的巴鲁姆及波兰的斯托米尔-奥尔什丁等生产标准产品。

大陆公司继续扩大和更新改造其零售店。它目前拥有 900 多家零售店,是欧洲第二大此类集团。它还将扩大载重胎经营范围,包括扩大“Con Tire”载重胎翻新。

大陆还在建立一家独立的公司,主管废胎的收集和处理。有鉴于此,公司已建立一家粉碎厂,现正考虑建一家焚化厂。

在欧洲的主要竞争者中,固特异经受风暴的能力似乎最强。在 1993 年前 5 个月中,该公司未削减其欧洲 10 个厂(包括土耳其和摩洛哥)的生产。

固特异欧洲公司 1992 年的销售额和利润是创纪录的,1993 年初还计划取得这种成功。其中包括 Aquatred 和 NCT3 防湿滑轮胎的推出,以及通过给以特许和主动推销计划加强零售店商品展示。

同时,固特异已决定将欧洲管理人员(包括欧洲总裁威廉·J·夏普)从布鲁塞尔调往阿克隆。

夏普说:“欧洲各国的机构对它们的经营和结果将能承担更多的责任,因为在总泛欧政策下,它们将有权利更直接管理它们的生意”。

译自美国《Rubber & Plastics News》,

1993.8.16, P31