

编辑部与《橡胶工业》编辑部合并,为《轮胎工业》向正规化发展提供了契机;2000 年成立了成本独立核算的两刊杂志社,为两刊适应市场化的发展提供了组织保证。两刊杂志社的历任主管院长对两刊的工作非常关心,他们对两刊杂志社主办的研讨会以及编委、通讯员会都在百忙中抽出时间参加并给予指导,保证了两刊始终在正确的轨道上发展。

参加庆典活动的编委纷纷表示,《轮胎工业》越办越好,是轮胎行业广大科技人员的精神食粮,是生产、科研和教学的重要参考资料,对推动行业科技进步有着不可替代的作用,今后要给予《轮胎工业》更多的支持,使之成为一个更好的交流平台。还有一些编委为《轮胎工业》的发展提出了宝贵的意见和建议:《轮胎工业》要坚持服务轮胎行业的专业期刊定位,轻易不能变;以市场为导向,更加贴近市场;应设立针对初级技术人员和车间工人的普及栏目;应加强轮胎测试,特别是滚动阻力、噪声和抗湿滑性能等方面的报道等。

编委们在发言中比较统一的看法是,与 25 年

前相比,目前我国轮胎工业与国际先进水平的差距已大大缩小,轮胎产量已跃居世界第一,我国全钢子午线轮胎技术及产品质量与国外先进水平相比毫不逊色。同时,我们还要清醒地看到,中国民族轮胎企业的规模不够大,难以与跨国大公司在全球市场上竞争;研发费用投入严重不足,基础研究薄弱;原材料和产品自主开发和创新能力还不够,因此我国一些材料和产品遭到国外公司侵权诉讼;在高级轿车轮胎领域,品种、规格和质量方面都存在比较大的差距。

为了消除上述差距,使我国从轮胎生产大国变成轮胎生产强国,需要全行业的艰苦奋斗和不懈努力,《轮胎工业》将为实现这一转变做出应有的贡献。

这次庆典活动气氛热烈,新老朋友欢聚一堂,似乎有交不完的心、谈不完的话。参加庆典活动的全体代表合影留念留下了难忘的一页,大部分代表留下继续参加了第 14 届中国轮胎技术研讨会暨创新成果展示会。编委们带着友情依依惜别,期盼着我国真正成为轮胎生产强国时再相会。

轮胎经销规范提上议事日程

中图分类号:TQ333.1 文献标识码:D

为规范市场,提高轮胎营销管理水平,加强行业自律,商务部委托中国橡胶工业协会召开会议研究制定轮胎经销企业经营管理技术规范。轮胎经销商、生产企业以及国家橡胶轮胎质量监督检验中心和(中国)商业科技质量中心的代表对《轮胎经销企业经营管理技术规范(草稿)》进行了初步讨论。

近几年,割标胎、“无三包胎”在市场上大肆流通,假冒出口轮胎也流入市场,一些经销商不择手段牟取暴利。流通领域经营不规范,不仅扰乱了秩序,也严重损害了消费者的权益;由于出口经营混乱,经销商互相压价,不但影响到轮胎生产企业的利益,也招致了一些国家的反倾销调查。因此,为了培育可持续发展的品牌轮胎生产企业和营销企业,引导行业向着健康、安全、规范和有序管理的方向发展,真正形成科学、高效的轮胎营销市场体系,规范轮胎营销管理市场已是当务之急。

根据我国轮胎营销市场的实际情况,与会代

表就轮胎经销企业的定义、开业条件、轮胎品牌供应商、经销商和总经销商等的设立及其行为规范,轮胎销售技术服务及理赔管理,以及营销市场的监管等方面进行了讨论。规范市场竞争行为,促进行业运营规范的《轮胎经销企业经营管理技术规范》已经提上议事日程,有望在 2007 年正式出台。

(摘自《中国化工报》,2006-09-08)

米其林沈阳工厂庆祝建厂 10 周年

中图分类号:TQ333.1 文献标识码:D

2006 年 9 月 19 日,米其林沈阳轮胎有限公司举行了工厂落户沈阳 10 周年庆祝活动。

1995 年,随着米其林集团和沈阳轮胎总厂分别以 90%和 10%的股份联合组建米其林沈阳轮胎有限公司,米其林在华的第 1 家企业正式诞生。1996 年,米其林在华生产的第 1 条轮胎在沈阳下线。目前,该公司已经具备了同时生产轿车、轻载和载重轮胎的能力,产品从原来的几个花纹和规格发展到现在的几十个花纹和规格。

[摘自《信息早报》(化工专刊),2006-09-26]