

开发研究的基础上, 新增稀土顺丁橡胶(LnBR)、中乙烯基聚丁二烯橡胶(MVBR)、苯乙烯-异戊二稀-丁二烯橡胶(SIBR)、锡偶联SSBR(Sn-SSBR)等具有良好市场前景的品种, 继续生产粉末丁腈橡胶(PNBR)、军工用硬NBR、润滑油添加剂用EPR、合成橡胶胶乳等具有较好经济效益的品种, 提高现有产品档次, 以满足不同市场之需求。

(2) 提高合成橡胶使用比例, 开辟合成橡胶新市场。

积极主动地研究以下方面的橡胶加工技术: ①增大我国载重斜交轮胎中BR和SBR的使用比例; ②增大我国非汽车轮胎中的合成橡胶使用比例; ③增大我国轻型载重轮胎中合成橡胶使用比例; ④增大非轮胎橡胶制品中合成橡胶的使用比例。

如果我们能对上述4个方面的技术进行开发研究, 相信市场能快速作出反应, 实施的关键在于迅捷。

(3) 提高销售人员素质, 改善售后服务质量。

随着中国加入WTO脚步的日益加快, 我国合成橡胶产品参与国际市场竞争的形势愈发严峻, 这就需要建立一支信息灵通、了解国际市场情况、有一定公关能力、精通外语、熟悉橡胶加工及轮胎生产技术的产品销售队伍和技术服务队伍, 要真正提高销售人员素质, 并不断改善售后服务质量, 以赢得长远的用户和市场。

(4) 转变营销机制, 适应市场要求。

我国合成橡胶生产企业的营销机制与国外大公司相比相差甚远, 其中最根本的一条是: 市场竞争和用户至上的意识不强, 对营销部门的地位与工作重视不够。对此, 应坚决予以改变。

首先, 必须坚持用户至上的原则, 充分考虑用户的利益, 急他人所急, 认认真真地回答和解决用户问题。巩固老用户, 吸纳新成员。

其次, 要仔细研究销售的各个环节, 对产品进行深入的市场调查, 并据此主动调整销售目标, 要建立既懂合成橡胶技术又懂后加工技术的专家型销售队伍, 引进激励机制, 适应市场竞争。

(5) 搞好产品推广工作, 强化产品宣传力度。

应建立长远发展观点, 提倡为用户免费提供样品, 完善技术服务, 扩大产品宣传, 使产品获取更多的市场份额。对于新产品更应如此, 以使科研成果早日转化为企业新的效益增长点。

(6) 重视并提高市场调查预测能力。

有关部门应积极组织相关专业人员对产品的市场空间及其发展作出较为准确、全面的分析与预测, 充分了解 and 调查竞争对手的详细情况, 做到知己知彼, 百战不殆, 这正是赢得市场的根本。

(7) 规范来料进料加工贸易, 促进平等竞争。

(8) 抢占国内三资企业部分原料市场, 为产品走出国门创造条件。

参考文献:

- [1] 周文荣. 90年代我国合成橡胶工业的发展与面临的新形势[J]. 石油化工动态, 1998, 6(5): 13.
- [2] 周培荣. 加快合成橡胶产品结构调整[J]. 石油化工动态, 1999, 7(3): 4.
- [3] 燕信. 1999年12月份合成材料市场分析[J]. 中国化工信息, 2000(2): 8.

第 11 届全国轮胎技术研讨会论文

双星投资建“大树”网站

中图分类号: TQ336.7 文献标识码: D

由双星集团出资 100 余万元兴建的“大树”网站, 日前在北京“2000 年风险投资与电子商务研讨会”上宣布正式启用。双星也因此而成为我国制鞋业第一家涉足网络科技领域的企业。

双星集团首席执行官汪海在研讨会上指出, 作为传统的劳动密集型行业参与电子商务, 是信息时代的必然趋势, 风险有多大, 回报就有多大, 双星将加快进军电子商务的步伐。

此外, 双星目前正在着手建立一个国内最大的“双星·名人”专业鞋业网站。

(本刊讯)