

行业发展

SPECIAL REPORT

我国胶鞋行业 2004 年和 2005 年的发展预测

杨云良

(中国橡胶工业协会胶鞋分会 青岛 266002)

随着国家对“三农”的重视,农民收入增加对胶鞋内需的拉动,到 2005 年我国人口将达到 13 亿,人均年消费量将由现在的 1.2 双增加到 1.5 双;同时随着世界经济的复苏,我国胶鞋行业逐渐适应入世后的新形势要求,再加上 2004 年底欧盟将解除对中国鞋类产品的配额限制制度,2005 年中欧贸易将从此自由化,2002 年我国鞋类出口欧洲的比例达到 22.9%,比 2001 年增加了 24%,从而出口年增长率会保持在 5% 以上。预测 2004 年我国胶鞋类产品总量将达到 45 亿双左右,2005 年总量将会达到 50 亿双左右。2004 年和 2005 年胶鞋类产品年耗胶总量将由 2002 年的 54.69 万 t 分别增加到 57.43 万 t 和 60.3 万 t,合成橡胶的使用比例会超过 50% 以上。

为了保持我国胶鞋行业健康持续发展,不仅实现“十五”规划的增长量,而且重要的是质的变化,真正实现我国由制鞋大国到制鞋强国的转变,要坚持发扬“发展要有新思路,改革要有新突破,开放要有新局面,工作要有新举措”与时俱进的创新思想,树立“今天不创新,明天就要落后,明天不创新,后天就会被淘汰”的意识,明确只有不断创新企业才能生存和发展,行业发展才能有希望。针对上述胶鞋行业发展中存在的主要问题,笔者提出以下建议。

1 加快产品结构调整和产品升级换代,继续扩大出口

要提升企业的经济效益和创汇额,改变产品

结构以低档为主和经济效益低下不合理的局面,一方面要加快产品结构调整和产品的升级换代,按照市场需求变化和市场细分的原则,搞好产品品种、档次的调整,压缩雷同、市场饱和、过剩的产品,大力开发各种新产品,提高产品的档次和增加附加值,提升产品的技术含量,促进产品升级换代。通过对新产品进行重新定价,既消化了生胶等原材料涨价造成的成本上升不利因素,又可提高新增利润的空间,从而达到双赢的目的。如 2003 年上半年遇到的胶价暴涨的特大困难中,许多企业维持生产靠的是新产品。像双星集团根据目前人们消费崇尚休闲运动的市场需求变化,及时调整产品结构,内销原以足球鞋当家,实现了以休闲运动鞋为主打产品的转变,保持了产销两旺的势头。又如军工厂开发今年大批投产的“99 作训鞋”,从结构、材料和穿用功能及吸湿透气性多方面进行了改进,成为多年部队、军警穿用的解放鞋的升级换代产品,取得了销售额和利润成倍翻番的显著效果。另一方面要继续扩大产品出口,依靠我国胶鞋类产品出口的优势,调整结构,增加中高档鞋出口比例,并充分利用出口产品用胶核销退税政策,使用低关税进口橡胶,保证工厂正常开工生产和发展。据调查,由于国内有出口任务的企业和外资企业今年一季度使用的天然橡胶每吨为 9000 元,而内销用国内市场天然橡胶价格在 14000 元左右,所以这些企业今年受橡胶涨价因素影响相对比较小,生产经营基本正常。又如荣光集团由于从去年底出口产品由过去单一的低档

布胶鞋,调整增加了冷粘休闲运动鞋和注射高档工作靴,使出口创汇额大幅度提升,保证了企业经营规模的发展。所以加快产品结构调整和产品升级换代、继续扩大产品出口是解决当前行业生产能力、产品过剩,经济效益低和创汇低等制约行业发展的必由之路。

2 加大科技创新力度,不断推进管理创新,继续大力实施名牌战略

众所周知,市场上产品的竞争归根结底是科技和人才的竞争。要提高产品的技术含量和全面竞争力,就要加大科技创新的投入,积极培养人才,搞好科技创新的硬、软件建设。大型企业都应投资建立国家级或省市级技术开发中心,中小型企业也要重视设立技术开发部门,完善检测手段。通过引进国外先进的产品设计开发理论,走产、学、研相结合的捷径,培育自主知识产权的核心技术,加速提升行业的科研整体水平和产品自主开发的能力。当前要根据市场需求变化,围绕新产品设计开发,以采用各种新型原材料为突破口,广泛深入地开展技术进步和科技创新活动,推动新工艺、新设备、新技术的应用,带动行业整体技术和装备水平再上新台阶。如行业中的双星集团依托设有国家级技术开发中心和检测站,与国内青岛大学、科技大、海洋大学、华东理工大和山东体育运动科研中心合作,近两年先后有橡塑共混、高性能橡胶微孔发泡底、MO-EVA 中底新工艺、PU 底耐黄变及透明橡胶大底、胶部件冷压定型技术、辊筒上胶复合透气鞋面、纳米材料抗菌防臭在运动鞋上的应用技术等 14 项科技进步成果,通过了省市级技术鉴定,有 6 项和 3 个产品被列入国家技术进步项目和国家级新产品;同时还与香港中文大学足履运动实验室合作,开展了鞋功能检测评价,其开发投产并通过省市级技术鉴定的双星名人跑鞋、专业网球鞋、专业羽毛球鞋和纳米抗菌防臭双星名人篮球鞋等,均居国内领先水平,达到了国际名牌同类产品的水平。当今全球经济一体化的国内外市场是名牌竞争的市场,没有知名品牌的企業不会做大做强,品牌效应越来越受到企业的重视。如一双制造成本相同的专业运动鞋,品牌知名度不同,销售价格相差好几倍。再如大家熟知的解放鞋,市场认知的品牌出厂价每双 7

元,销的很好,而有的每双 5 元却销售困难。因此,企业要重视以人为本、以质量为中心的管理创新,特别要重视机制和制度的创新,营造有特色的企业文化,积极推行质量认证和环境认证,改善作业场所条件,采用新型环保绿色材料,争创优质名牌产品,取得市场认可和用户的信誉,加上科学的实事求是的广告宣传,不断提高国内外市场的占有率和满意度,从而打造出世界级的民族品牌。浙江瑞安市政府和鞋业协会,2003 年一季度率先推行行业自律的诚信经营公约后,最近又召开了全市 1000 多家制鞋企业会议,提出了“以质量求生存,以诚信求发展”,树立瑞安鞋业区域品牌形象的号召,集中开展质量管理和产品质量的整顿活动,以保证行业的健康发展。

3 加强信息工作的导向作用,继续强化行业自律

当前传统的劳动密集型制鞋业的盲目发展和经营中的无序竞争,只有靠市场经济规律来调节,靠完善的市场经济法规来约束。现阶段我国正处于社会主义市场经济发展和各种法规制度的完善过程中,行业内应大力倡导按市场经济规律办事。一方面要加强信息工作,通过调查、收集、分析、发布各种市场销售和行业发展的相关信息提醒和指导投资者、经营者审时度势,按照市场规律和行业特点进行投资和经营。在当前行业产大于销的形势下,首先,不能再搞重复低水平的盲目发展。全国主要产鞋区要借鉴韩国釜山市和我国台湾省台中县的经验,继续加强地区经济制鞋产业链的建设,搞好原材料、鞋机、模具社会化分工配套发展,以降低鞋的制造总成本。第二,不能再不顾成本或以损害质量继续搞降价恶性竞争,特别是在出口上一定要看到欧盟等国正在取消鞋类配额限制,为我们提供了扩大出口的机遇,还要看到中国入世时的承诺,对中国产品实行有限期的特保措施规定,仍将面临一定限期的特保调查而受到被增收附加关税的可能。另一方面要继续强化行业自律,充分发挥行业协会和地方同业协会的作用,按照产品质量法、消费者权益保护法和经济合同法、反对不正当竞争法等相关法律、法规要求,提倡诚信经营,反对合同违约、拖欠贷款和假冒伪劣、商业欺诈等违法违纪现象,制订相应的行规、行约,加强行业自律,促进我国胶鞋行业健康持续地发展。