

行业发展 SPECIAL REPORT

因势利导促进力车胎行业发展

秦锦灿

(广州橡胶工业制品研究所, 广东 广州 510280)

1 力车胎行业形势

在国内橡胶工业保持旺盛发展的形势下, 2004 年我国力车胎行业形成了产品旺销的局面, 但经济效益却呈下降趋势, 究其原因, 可能有以下 3 方面原因:

1.1 自行车、摩托车行业的强劲发展促进了力车胎的市场需求量

1.1.1 自行车市场情况

我国自行车市场已形成了珠江三角洲、江浙地区、天津地区三大版块, 我国自行车社会保有量已经上升到 5 亿辆。去年全国自行车年产量 7800 万辆, 占世界自行车总产量的 1/3, 而广东为中国三大自行车生产的产业带之一。

珠江三角洲地区的自行车产业独占鳌头。目前, 该地区形成了非常庞大的自行车产业集群, 整个珠三角有自行车厂家 200 余家, 当中有 170 多家落户深圳, 出口量占全国自行车出口量的 90%。深圳、东莞、顺德、广州等地汇聚了大批台资自行车厂商, 他们拥有较先进的技术和经验, 产品款式新、档次高, 整个珠三角自行车产业的发展潜力很大。

巨大的市场需求和利润空间让越来越多的厂家将目光聚焦电动车产业, 电动车每年都以近一倍的速率增长, 电动自行车已进入了成长初期。目前, 全国有电动自行车生产企业 464 家, 分布在 15 个省市, 我国电动自行车年产量已达到 400 万辆。

1.1.2 摩托车市场情况

去年以来, 摩托车市场需求进一步升温, 一段时间内产销率超过 100%, 呈现出快产快销格局。目前, 尽管市场竞争激烈, 但仍然是产销两旺, 热流涌动。主要依据如下:

1. 中央制定和下发了解决“三农”问题的 1 号文件, 对增加农民收入、扩大农村消费市场和解决农村劳动力转移问题作出了具体部署, 其中减免农业税、对农民实行粮食补贴等具体工作已全面展开。这些都为销售重心已转移农村的摩托车市场进一步扩大, 创造了良好的宏观环境。

2. 国家投入了大量基本建设资金, 其中相当部分用于交通事业。而在交通事业中, 公路建设又是重中之重, 这些投入对摩托车市场的刺激作用将在今后几年逐渐显现出来, 成为拉动摩托车消费的重要因素。

3. 目前我国大陆摩托车社会保有量仅 9500 多万辆, 千人占有率约 79 辆。与发达国家相比相差甚远, 日本是 120 辆, 意大利 130 辆, 泰国 165 辆, 我国台湾省 420 辆, 在千人占有率上, 不要说赶上台湾省, 就是赶上日本, 社会保有量也需达到 1.5 亿辆以上。按目前这样的产销计算, 加上报废因素, 要大约 8~10 年才能实现。从另外一个角度看, 我国农村有 8 亿多人口, 1.7 亿多住户, 按现在农村的经济收入看, 平均每 10 个家庭一年购买 1 辆摩托车已完全成为可能。照这样比例计算, 每年就需消费 1700 万辆, 即使是以这样的超高速增长(近两年还达不到), 也至少要 10 年以后才能满足一般的农村家庭拥有一辆摩托车的需求。

4. 我国山地、高原、森林、丘陵、河谷地带较多, 复杂地形占国土面积的 70% 以上, 汽车行驶空白区多, 自行车又太落后。而摩托车轻便、小巧、快捷、道路适应性好、通过能力强, 既可载人又可载货, 加上和汽车相比价格便宜、油耗低、便于存放, 因此深受工薪族和广大农民青睐。在我国未进入轿车时代前, 摩托车市场仍将保持相当长一段时间的繁荣。

1.2 部分企业停产或关闭使市场供过于求的矛盾趋于缓和

进入 21 世纪以来,力车胎产供大于求,市场的无序竞争又不能得到强有力的制约;生胶、骨架材料等涨价使不少国有企业已不敌同行竞争,退出市场。其他体制的企业也有落马。据不完全统计,去年天津、广东、江苏、河北等地至少有 20 家以上实力不强的企业停产关闭。这些企业除了国有体制和集体体制外,还有私营企业和台资企业。显而易见,停产关闭的企业在市场上的份额消失,行业内盲目生产的现象得到了抑制,供过于求的矛盾自然而然趋于缓和。

1.3 产品出口量增加,进口量减少促进了产品的旺销

力车胎完成工业总产值 73.44 亿元,摩托车轮胎表现最为活跃。重点体现在出口。2004 年全国摩托车轮胎出口量 775.8 万条,出口额 2262 万美元,分别比上年增长 15.4% 和 27.8%,出口产品企业以外资和集体所有制企业为主。力车胎产品的进口量则明显下降,据统计,去年 1~10 月自行车外胎比前年同期下降了 6.69%,自行车内胎比前年同期下降了 11.73%,摩托车轮胎比前年同期下降了 88.84%。

2 力车胎行业发展的利与弊

2.1 行业的有利因素

2.1.1 实力企业

企业所有制改革全面推进,国有比重继续缓慢下降,外资进入中国的步伐没有放慢,民营经济已经成为行业发展不可或缺的重要力量。市场竞争的结果造就了一些有实力的企业,取代行业的弱者。

2.1.2 生产力成本

我国力车胎产品现在仍是一种劳动密集型产品,丰富的劳动力资源,低廉的人工成本,使其具有一定的竞争优势。

2.1.3 行业水平

国内力车胎行业积累了几十年的经验,生产技术水平、企业管理水平有了很大的提高;橡胶机械设备的不断精良化,使企业的生产效率大大改善。

2.1.4 市场质的变化

力车胎市场范围流动较大,根据弱势企业自然淘汰而重新平衡市场的规律,产品质优企业得以占有市场较大份额,力车胎行业开始从量向质的飞跃。

2.1.5 出口形式

国外逐渐流行进口零部件来组装自行车和摩托车,这将有利于我国力车胎产品的出口。

2.1.6 原材料

在天然橡胶、合成橡胶、炭黑、尼龙帘子布、橡胶助剂等原材料以及煤、电等能源大幅上涨的情况下,轮胎行业却实现了近年来的高利润。橡胶工业之所以有这么大的市场空间和回旋余地,离不开国内经济这几年持续大幅增长和世界经济达到 20 年来最大增长这一大环境的支撑。而进入 2005 年后,原材料价格会有所回落,企业的压力将不会继续加大。

2.1.7 内胎丁基化

内胎丁基化的步伐逐步加快,将大大有利于力车胎出口。受国内轮胎工业快速发展拉动以及国家对药用胶塞实施新规定影响,我国丁基橡胶消费量将迅猛增长。预计 2005 年国内市场丁基橡胶需求量将达到 14 万 t,其中卤化丁基橡胶约 12 万 t。

2.1.8 消费税

国家税务总局正在就降低斜交轮胎产品消费税税负,拉平斜交轮胎与子午线轮胎税收待遇的问题,与有关部门共同研究方案。摩托车轮胎被国家视为斜交轮胎而征收 10% 消费税,一旦斜交轮胎取消消费税,摩托车轮胎的消费税即会同时被取消。

2.2 不利因素

由于力车胎产品与自行车产业和摩托车产业有着密切联系,相关行业的形势无时无刻不在影响力车胎行业的发展。

2.2.1 影响自行车发展的因素

我国自行车产业发展面临着一些问题:

1. 生产分散化:自行车生产技术含量不是很高,且小型生产厂家大量涌现,集中度相对降低。

2. 消费趋同化:因消费水平有限,我国消费者购买自行车主要还是做短途代步工具用,因而购买趋向基本上都是普通轻便车。

3. 质量一般化:档次和花色都有一定的差距。

4. 营销低价化:国内原材料、油料涨价,出口退税率降低,使得生产成本增加,由于市场竞争激烈,企业低价销售,效益含量也较低。我国自行车产品拥有的技术含量和创造的利润与它占有世界市场的份额完全不符。

5. 发展中的电动自行车行业形成规模的企业少,自行车企业生产电动自行车的,优势不明显;产品质量参差不齐,质量状况不容乐观,兼之电动自行车在一些大中城市未被允许上牌,从而抑制了电动自行车的销售。

2.2.2 影响摩托车发展的因素

1. 海湾战争以来,国际燃油价格一路狂涨,全国油价再次上调,使一些消费者被迫推迟甚至取消购买摩托车的计划。目前燃油已成为摩托车发展道路上一只凶恶的拦路虎。

2. 出口退税由 17%降为 13%,对于主要依靠低价“法宝”打开出口通道的摩托车行业来说,无异于受到一次“致命”的打击。其直接结果是原来销往国外的摩托车将有部分转销国内市场,从而加大了国内市场的压力。

3. 汽车工业迅猛发展,竞争不断升级,使轿车价格出现了全面、持续的大幅度下降。使一部分打算购买摩托车的家庭放弃原计划,转而购买低价轿车。经过大幅降价后,经济型轿车已成为摩托车的替代品,分割了部分原本属于摩托车的市场份额。

4. 城市禁摩的推行使摩托车的发展空间减少,大量使用摩托车的区域主要是较为发达的农村地带。

2.2.3 力车胎行业产品质量问题

一些企业只注意生产成本核算,而不重视质量成本核算,过分降低含胶率因而导致力车胎性能下降,模具精度不高和施工表不严谨也大大影响产品质量。试以摩托车轮胎性能检验分析其质量:

从 2002 年至今,在所有规格摩托车轮胎检验中,外缘尺寸、强度性能、耐久性能、高速性能检验中,外缘尺寸和强度性能是摩托车轮胎 4 项性能指标检验中不合格比例最大的。

造成外缘尺寸不合格的因素主要有两个:模具型腔的设计和施工表不符合要求。有些企业对模具尺寸的控制不是那么严格,有的是模具厂未

能按照力车胎厂的要求制造模具,偏差大也凑合着使用,这种情况也就使企业的产品不止一次检验不合格,采取同样的模具硫化车胎,与前批次的车胎出现同样的不合格现象,这种情况屡见不鲜。据了解,有些企业针对多次在同规格产品上检验不合格的情况,及时采取措施更换模具,结果同规格产品就检验合格了。施工表不符合工艺要求这种情况是比较复杂的,不同的企业情况不一样,施工的全过程中只要某个细节不把好关,出来的产品外缘尺寸就不达标。

造成强度性能不合格的因素比较多,主要有胶料问题、骨架材料问题和帘线裁断角度三个。

摩托车轮胎内胎检验所发现的质量问题集中在接头拉伸强度、扯断伸长率和老化后拉伸强度下降率三个方面。其中 A 类(天然橡胶)产品居多。大比例掺加再生橡胶是不可忽视的因素。

3 对策与建议

力车胎行业经历了大分化大重组,优胜劣汰的结果是必然的,在残酷的市场竞争中,教会了许多企业重视形势分析,博取市场信息,及时部署计划。笔者认为,有几点可以提供参考。

3.1 重视人才

人才竞争始终对企业影响最大。曾经在上一世纪八九十年代驰骋纵横的已退休企业骨干,不少仍然在发展中的企业担当重要的角色,继续发挥着不可低估的作用,为企业带来效益。这些元老是有过几十年工作经验并不断学习摸索的“宝”,常言道:“家有一老,如有一宝”。

有眼光的企业都会用好这块“宝”。而在企业摸爬滚打过的中年骨干,更是当今强盛企业求之不得的宝贝。据了解,一些有名的企业集结了曾经在国内不少较好企业工作过的技术、营销和管理人才。因此,发现人才,用好人才是企业强盛的源泉。

3.2 调整产品结构

能够在激烈的市场竞争中站得稳的企业,通常都是产品规格比较齐全或系列产品较多的企业。因此,仅以少量品种有固定配套销售的做法,不是长远打算。配套单位压价和重选配套对象的现象屡见不鲜,最后吃亏的原因还是车胎规格品种太少。而反过来,产品规格齐全或系列产品较

多的企业可以以此实现盈亏互补。

3.3 名牌效应

为了迅速改变我国是“自行车和摩托车生产大国”而不是“自行车和摩托车生产强国”的局面,必须树立一批过硬的的名牌产品,从而引领行业产品升级。力车胎行业培育、推荐名牌产品的工作已开始,加快名牌产品的评选推荐步伐,并加大宣传力度,已是刻不容缓了。

3.4 不放松对假冒伪劣产品的监控

在树立名牌产品的同时,持续不懈地打击假冒伪劣产品,加大对假冒伪劣产品的监控力度,使之流动普及不能广泛,从而整顿市场秩序,促进产品质量提高,提升行业在国内外用户的可信度。因此,鼓励举报假冒伪劣产品,是众多企业所期盼的重要之举。而且,查出伪劣产品后,还可以通过仲裁检验,不让伪劣产品蒙混过关,营造一种跟踪质量的氛围。

3.5 消化接受生胶行情变化

毋庸置疑,中国经济的高速发展和极具成长价值的消费市场,都会加大对天然橡胶的需求,但消耗的增加受技术进步,新型材料应用,复合材料间的相互替代,橡胶产品生产结构的调整以及市场供求关系的变化等多种因素影响,所以对橡胶消耗量要有理性的分析、判断和预测。顺应市场的发展变化,以便制定企业的购胶对策,使之适应自身的生产需要。2005年天然橡胶价格估计会在每吨13000元上下升降。

3.6 慎重使用新材料和代用材料

围绕节能降耗目的,企业通常喜欢不断试用新型材料或代用品。但是,不同批次的原材料是很难确保其稳定指标。企业要对原材料厂家有所了解,并且使用前严格把好关。一些企业的力车胎成品检验时,用同样的材料生产出来的产品,却会出现一次合格而另一次不合格的现象,这是企业不可忽视的。

3.7 要重视丁基橡胶生产

大多数名牌产品都是以丁基内胎配套整车的,出口产品更是必需。因此,丁基橡胶的需求迫在眉睫。目前国内只有燕化合成橡胶厂生产丁基橡胶,装置年生产能力为3万t,远远不能满足国内需求,还要大批量从国外进口。2004年国内轮胎行业(包括汽车轮胎及力车胎)对丁基橡胶的消

费量约10.5万t,预计2005年消费量将达11.5万t,其中卤化丁基胶为5.6万t,2010年消费量将达17万t,其中卤化丁基胶约10万t。与发达国家相比,目前国内丁基胶还存在生产能力小,产量少,国内产品市场占有率低,技术开发乏力,品种牌号单一,产品质量不够稳定,应用范围较窄,技术服务水平还不能很好满足用户的需求等不足。建议有关部门重视丁基橡胶的生产布局和生产发展研究,否则,空喊了几十年的内胎丁基化仍然未能及早实现,与行业发展不相适应。

3.8 加强行业交流

虽然,保持自己企业的机密是很重要的。但是,完全封闭的保密也不利于推进行业进步。要造就一个自行车和摩托车生产强国,没有定期和不定期的行业交流,谈何容易!与外企业交流技术和管理经验,并不是要把自己企业的一切或关键的东西和盘托出,适当的启发式交流,就能达到预期的效果。让全行业都共同进步才能达到行业整体改观,以往行业的质量技术交流确实是太少了。

行业变化日新月异,适者生存,因势利导就能发展。衷心希望不同体制的力车胎企业在未来的新一轮市场竞争中,演好自己的角色,自立于行业之林。

2004年印度耗胶量 已超过100万吨

印度汽车轮胎生产商会(ATMA)的统计数据表明,2004年印度橡胶行业的耗胶量超过100万t。轮胎行业(其中包括自行车胎、内胎和翻新轮胎的胎面胶)耗用47.87万t天然橡胶,占天然橡胶总耗用量的66.5%;耗用14.10万t合成橡胶,3.85万t再生胶;而合成橡胶总消耗量为21.02万t,再生胶总消耗量为7.05万t。

印度生产汽车轮胎耗用的生胶品种,仍以天然橡胶为主,合成橡胶用量仅占1/4。天然橡胶占轮胎总用胶量的73.34%,合成橡胶占23.73%,而再生胶占2.93%。天然橡胶和合成橡胶的用量之比(NR/SR)几乎与世界其他国家的情况正相反。

郭 亦