

企业发展

米其林 2005 年业绩可圈可点

邓海燕

(曙光橡胶工业研究设计院, 广西 桂林 541004)

随着新年钟声的敲响, 2005 年过去了。在过去的一年中, 全球橡胶工业界经历了严峻的考验。自然气候变化(海啸、台风)的影响, 天然橡胶、原油价格上涨及受其带动的一系列大宗原材料价格的变动, 局部地区的天然气短缺等, 导致橡胶企业的生产成本上升。

作为世界轮胎巨人的法国米其林集团公司(Groupe Michelin, 以下简称米其林)同样遭遇天然橡胶、合成橡胶、橡胶助剂等价格飚升的冲击以及原材料短缺的局面。据介绍, 米其林购买天然橡胶的支出在 2002 ~ 2003 年间每年已经增长 35%, 2004 年在此基础上又上升了 16%, 2005 年的增长幅度更在两位数以上。尽管如此, 米其林在 2005 年依然保持高速发展, 扩产、扩建不断, 业绩可圈可点。

1 再次保持世界大哥大地位

2005 年度世界轮胎 75 强(按 2004 年销售收入)已经公布, 米其林以年销售收入 179 亿美元再次排在世界第一位。这已经是该公司连续 4 年保持世界大哥大的地位。与排在第二位的日本普利司通公司相比, 米其林多了约 10 亿美元的销售收入。10 亿美元是怎样的一个概念呢? 它相当于排在第九、十位的轮胎企业的年销售收入。

2 在巴西、埃及生产工程机械轮胎

2005 年 5 月, 米其林宣布调拨 5.5 亿美元在巴西建一间工程机械轮胎厂, 并提高建在波兰、英格兰的轮胎厂的轿车、轻卡轮胎的生产能力。

此外, 米其林准备从埃及政府手中收购被人称为 Trenco 的一家埃及轮胎企业——运输工程公司(Transport & Engineering Co.)。没有人透露米其林开出价格的具体数目。

米其林计划在巴西花费 2 亿美元, 到 2007 年年中建成一家工程机械轮胎厂, 以便为南美、北美的客户服务。该轮胎厂是米其林扩张全球生产能力计划的一个组成部分。正在实施中的上述计划是米其林为了应对由于露天采矿业“史无前例”的增长, 导致全球工程机械轮胎严重短缺的状况。

新厂选在巴西 Campo Grande, 离米其林现有的中/重型载重轮胎厂不远。该厂第一期工程完成后, 将达到年产 4 万 t 的生产能力, 而最终生产能力要达到年产 5.5 万 t。该厂可生产轮辋直径从 25 ~ 49 英寸的各个规格的工程机械轮胎。

这项工程是继米其林目前正在进行当中的南卡罗来纳州 Lexington 轮胎厂、西班牙 Vitoria 轮胎厂分别扩产的延续。

米其林计划 3 年内在波兰投资将近 3.3 亿美元, 提高 Stomil Olsztyn 公司(Stomil Olsztyn S. A.)设在 Olsztyn 的轮胎厂的生产能力。

米其林称该项工程可使年生产能力提高到约 300 万条, 第一期扩产目标已经在 2005 年 3 月份达到。这家有 37 年历史的轮胎厂最终将增加 520 个就业机会, 使职工人数达到 2300 人。该厂生产乘用车轮胎、轻卡轮胎、中卡轮胎、巴士轮胎、农用轮胎和工业轮胎。

据报道, 米其林曾考虑过此次扩产是选择波兰 Olsztyn 厂还是匈牙利 Nyiregyhaza 厂。

米其林(英国)公司(Michelin Tyres U. K. Ltd.)的扩产投资最少, 大约为 750 万美元。这家企业设在英格兰 Dundee 的轮胎厂将提高生产能力大约 20%, 同时降低生产成本。

据米其林管理人员说, 到 2007 年扩产工程完成后, Dundee 厂将由年产 760 万条轮胎提高到超过 900 万条。投资 230 万美元的首期工程已在 2005 年 5 月份启动。该项工程涉及重新排布生

产线,以便改善机动性,提高生产效率,公司发言人如是说。

已经证实米其林对埃及 Trencos 感兴趣。不过,在完成交易之前,米其林拒绝透露细节。Trencos 生产“Nisr”牌的斜交轮胎和子午线轮胎以及供轿车轮胎、轻卡轮胎、中卡轮胎、摩托车轮胎、自行车轮胎配套的内胎。

3 在美国上宽基载重轮胎生产线

2005 年 3 月份,米其林北美有限公司在美国南卡罗来纳州 Spartanburg 轮胎厂新上了一条专用生产线,扩大 X One 宽基载重轮胎生产。

米其林宣称此次扩大生产,旨在满足售后市场中载重轮胎独立经销商和露天汽车停车场的需求以及配套市场中大型运输车队的需求。米其林拒绝透露与此次扩产有关的投资金额和生产能力数据,不过米其林说,主要支出是添置新的轮胎成型设备。

据米其林介绍,X One 宽基载重轮胎被设计成能够用一条轮胎代替两条轮胎并装,既适用于卡车驱动轴,也适用于拖车。这种形式具有“显著的”减轻重量和节约能源的优点。米其林已经在北美地区销售这种轮胎大约 5 年了。米其林宣称,目前已经有数千大型运输车队和个体卡车司机在使用 X One 宽基载重轮胎。

米其林的载重轮胎销售网络包括遍布美国的 1100 多家商用轮胎独立代理商和 160 多个露天汽车停车场。此外,运输车队在购买新的卡车和拖车时,往往要求原装配件使用 X One 宽基载重轮胎,这种要求也要满足。

虽然宽基技术适用于各行各业的各种车辆,但 X One 宽基载重轮胎目前只有少数几个规格。最近米其林推出新产品 X One XZUS,这种宽基载重轮胎是为垃圾装运/环境卫生行业专门设计的。

为了跟上 X One 宽基载重轮胎的发展,米其林翻胎技术有限公司(Michelin Retread Technologies Inc.)准备追加一笔资金,给乔治亚州 Covington 厂添置硫化模,以便提高供宽基轮胎翻新用的预硫化胎面的生产能力。

4 减少轮胎原材料用量,进一步降低滚动阻力

2005 年 8 月,米其林在其全球总部法国 Clermont-Ferrand 举行的简短新闻发布会上,宣布了再次减少轮胎原材料用量,进一步降低滚动阻力的计划。

按照上述计划,米其林将提高乘用车及轻卡轮胎的耐久性一倍,并减少原材料用量 50%。对于中型载重轮胎,则计划缩短刹车距离 20%~30%,并开发出滚动阻力仅为现在一半的轮胎。米其林称,此举是应对不断走高的原材料价格以及世界汽车保有量不断增加的良策。

米其林于上世纪 40 年代初开发出子午线轮胎,将滚动阻力由每吨 25kg 降低到 15kg,然后在上世纪 90 年代初开发出节能系列乘用车轮胎,将上述数字降低至 11kg;2004 年已经推出第三代节能轮胎,上述数字被降低至 9kg 以下。

在过去的 10 多年中,米其林已通过使典型的乘用车轮胎减重 4 磅,从而实现滚动阻力大大降低。此外,通过调整胶料配方以及在胎面胶中增大白炭黑用量,从而降低了米其林轮胎的滚动阻力。

5 对中国轮胎市场非常乐观

目前米其林在中国销售三大品牌轮胎,即回力轮胎、米其林轮胎和百路驰轮胎,总计约占中国乘用车替换市场的 24%。回力品牌原属于中国最大的轮胎公司,即上海轮胎橡胶股份有限公司(Shanghai Tire & Rubber Co., Ltd)。米其林于 2001 年 3 月获得该公司 70%的股份,包括乘用车“回力”牌商标使用权。

米其林(中国)投资公司主席 Jugier 先生说,现在米其林在中国的轮胎销售量为数百万条,仅占米其林 2003 年轮胎销售总额 174 亿美元的 5%。但是,中国是当今米其林在世界上增长最快的地区。

轮胎增长主要得益于中国汽车市场的快速增长。据《亚洲汽车资源》报道,2003 年中国汽车销售较 2002 年增长 30%,乘用车增长 70%达到 200 万辆。在 2004 年,尽管由于中国政府的宏观调控,汽车工业的增速放慢,但是当年中国汽车仍保持近 20%的速度增长,2005 年同样继续两位数的增长。

目前米其林在中国拥有 1000 条以上的销售渠道,包括 145 家“奖金轮胎加盟(TirePlus)”商

店,这是一些位置最好、轮胎质量最优、设施最完善的商店。这家法国轮胎制造商还利用名为米其林商业加速项目(简称MBA)的汽车配件商店销售轮胎。在中国大约有40家这样的MBA商店。

6 继续走品牌拓展之路

所谓品牌拓展就是将目前正在某类产品上取得成功的品牌用到另一类产品上,例如将其成功的轮胎品牌推广到鞋类或其他产品。2005年8月份,米其林和法国百保力公司合作,在美国成功推出高品质网球鞋。这种鞋的鞋底是用米其林技术研制的。

多年来,米其林以许可证交易的方式,已经把“米其林”品牌拓展到如下三个领域:与汽车、自行车有关的配套产品;劳动、体育、休闲类服装、鞋、装备、配件;私人饰品、礼品、宣传米其林企业文化的收藏品,特别是必比登(Bibendum),又称为“轮胎人”。

米其林拓展品牌最成功的是汽车用品系列,目前已经扩大到35~40个产品,包括轮胎充气内压监控装置、空气压缩机、风动工具、刮水器片、轮胎—轮辋更换工具、车轮和轮胎养护用品、汽车内的小地毯,并且在全世界35~40个国家的1.75万间商店里销售。但是,米其林认为劳动、体育、休闲类服饰系列的发展潜力更大,有望在不远的将来超过汽车用品系列。

据米其林统计,目前品牌拓展市场每年的销售额已经达到1100亿美元。米其林计划在5年内拿下该市场的1%,亦即10亿美元左右的销售收入。

成山用品品质提升档次

斜交轮胎改造源于市场领先市场

2005年以来,成山集团技术研发部以提升产品质量为根本,致力于高档斜交轮胎产品的设计开发,在产品开发与改造、结构与配方调整、工艺流程再造、提质降耗等方面取得了一些成绩,丰富了原有斜交轮胎花纹、品种,扩大了品牌知名度和市场占有率。

产品开发与改造方面。结合2005年工程轮

胎国际市场需求情况,设计开发20.5-25、23.5-25无内胎小轮廓工程轮胎、23.1-26梅花压路机工程轮胎和16/70-20低断面工程胎新产品,填补了该公司对此类工程轮胎产品设计开发的空白。现16/70-20规格轮胎已生产出产品,23.1-26规格轮胎已进入试制阶段,20.5-25、23.5-25无内胎轮胎产品已交付模具加工,此4种规格工程轮胎的研发将为该公司工程轮胎产品开拓国内市场、跻身国际市场开辟新途径。

为满足轻卡轮胎市场需求,扩大轻卡轮胎花纹品种,设计开发了7.00-16 CSH66、8.25-16 CSP128花纹外胎,在保证产品质量的前提下,降低了单胎成本,现已相继投产。其中8.25-16 CSP128新品轮胎室内高速试验结果通过每小时150km,创历史新高,同时该花纹轮胎也作为改善纵向花纹沟基部裂口、降低理赔率的第一批轻卡规格轮胎试验产品投放市场。

10.00-20、11.00-20“矿区路霸”工程机械轮胎投产后,在江西、山西、河北、广东、云贵等地试运行,经历了高温酷暑、恶劣路况、陡坡超载、急行急停、长距离制动喷淋降温等苛刻条件的考验,突破了工程机械轮胎难以实现的零脱空、零爆破的佳绩。山西地区用户在对同类产品评价中,该公司排名第三,不同使用地区用户综合调查结果表明,该公司的“矿区路霸”达到并超过了国内著名的同类产品,受到了广大用户的好评。该产品的成功开发,不仅提升了斜交轮胎产品档次,同时也说明该公司具备开发一流高档、高利润斜交轮胎产品的水平和能力。在“矿区路霸”基础上,为增加零售市场份额,设计开发了10.00-20、11.00-20 CSP52C花纹“公路增强型”轮胎和“砂石增强型”轮胎,分别适合于中长途公路运输和混合路况,预计年底可投产,是继“矿区路霸”后又一代中、高档斜交轮胎产品。

在研制开发新产品的同时,不放弃提高现有产品质量,巩固市场优势。一年来,该该坚持对每月市场返回斜交轮胎做统计分析,从各方面寻找问题的突破口。针对利润高、市场供应匮乏的14.00-20CSY94轮胎市场反映的突出问题,有针对性地进行重新设计,产品改造后室内耐久性能提高28.5%,成为军车配套的主供品牌。

新配方研发方面。为改善轻卡规格轮胎抗纵