

海外市场

2006年轮胎价格上涨年

陈维芳, 郑先群

(桂林橡胶机械厂, 广西 桂林 541002)

摘要: 由于原材料价格等其它费用的大幅上涨, 给轮胎制造商带来负面影响, 为此轮胎制造商于 2006 年纷纷提高轮胎价格来抵消价格上涨的不利因素。

关键词: 轮胎制造商; 原材料; 提价

1 轮胎价格轮番提价

由于原材料价格以及运输费用的大幅攀升所引起的高额成本, 已使几乎所有轮胎生产商在 2006 年期间一而再再而三地提高产品价格。

据轮胎制造商反映, 通常情况下价格的急剧抬高会遇到市场阻力, 而这次却是消费者基本没对高昂的价格提出异议。随着业务成本的持续走高, 轮胎制造商每几个月就会试图进行新一轮提价。

米其林是提价最频繁的公司, 在这一年中该公司最少进行了 5 次提价, 包括一次全球范围的乘用车轮胎和轻卡轮胎的提价 6% ~ 8%, 一次针对摩托车、踏板车和自行车用轮胎 4% ~ 6% 的提价, 以及几次针对所有规格、品牌的全盘提价, 其中对农用轮胎的提价迄今为止已累计高达 13.5%。

东洋轮胎(美国)公司 2006 年 1 ~ 10 月共计对乘用车轮胎、卡车轮胎和越野车轮胎进行了 3 次提价, 其中对越野车轮胎的提价高达 14 个百分点。相类似的, 锦湖(美国)股份有限公司提价了两次, 分别对一些产品进行了 7% 和 5% 的提价。普利司通 费尔斯通公司也进行了两次提价, 针对大多数产品分别进行了 5% 和 4% 的提价。

普利司通 费尔斯通公司的母公司——日本普利司通公司, 也已经预告在 2007 年进行一次大幅提价, 从轿车轮胎、轻卡轮胎和摩托车胎的 5.5% 到建设用车辆轮胎的 10%, 提价将于 2007 年 2 月 1 日起实行。

2 上涨因素

2006 年虽然能源、运输以及正常运营费用有

一定影响, 但造成轮胎价格大幅攀升的主要因素还是原材料价格的急剧增长。

天然橡胶价格虽然有所回落, 但仍将持续保持高位运行。大陆公司在 2006 年 3 月 1 日对所有商业轮胎和越野轮胎进行了 6% 的提价后, 7 月 1 日又对轻卡轮胎和汽车轮胎进行了 5% 的提价。

天然橡胶价格 2006 年夏天创下 12 年新高, 60 天里提高了 40%, 固特异的一位发言人说。固特异公司今年已进行了 3 次大幅提价, 2006 年 4 月 1 日对所有轮胎产品提价 4%, 8 月 1 日把中型轮胎的价格提高了 5%, 9 月 1 日又把消费轮胎价格提高了 5%。

石油是轮胎产品的主要原料, 石油每提一次价将对轮胎制造产生三重的影响, 它影响轮胎生产成本, 影响轮胎生产厂加热或冷却所需的费用, 当然还影响轮胎运输费用。

与此同时, 全球天然橡胶、原油、合成橡胶以及天然气的价格涨幅在轮胎工业历史上是前所未有的。轮胎制造商已极力通过改善生产效率和操作效率来克服生产原料价格上涨带来的影响, 但这些措施还不足以抵消这个数量级的原料价格上涨带来的影响。

不同国家可能情况不同, 但成本增长的问题是世界性的。天然气北美工厂的最大能源, 在欧洲, 主要能源是电, 其价格也上涨了很多。海上运输价格的大幅上升, 原因是运力的短缺。两年前, 海运需求的巨大增长就已开始显现, 特别是东南亚的一些国家有很大的需求。

仅 2006 年上半年, 米其林公司的外部成本, 包括原材料、运输和能源就达 5.18 亿美元, 而

2005年全年的外部成本为 5.7 亿美元, 2004 年全年仅为 3.17 亿美元。米其林 2006 年预计收入为 18 亿美元, 因此公司过去两年半的外部成本总和将近与公司 2006 年的利润持平, 而 2006 年全年的外部成本预计将达 10 亿美元, 这将很快超过轮胎业务一年的利润。

面对不断上长的成本, 米其林的策略是把成本转嫁给用户, 并且已经完成了 2006 年产品价格的上调, 价格上调已经足够弥补公司大部分的内部成本上升。在世界范围内, 没有一家轮胎制造商能够在不上调产品价格的情况下维持下去。

然而, 越来越高的轮胎价格仍然无法弥补轮胎制造商高昂的外部成本。正是因为此, 米其林现在正在努力进行内部挖潜工作, 以降低成本。为了降低成本, 米其林在 2006 年年初就关闭了西班牙、安大略、基奇纳等地的工厂。这些工厂主要生产普通乘用车轮胎, 而这个市场在过去几年大幅萎缩。同样为了降低成本, 米其林对南卡罗来纳格林佛尔的工厂进行了大量投资, 投资额超过 2500 万美元。该工厂已发展成为公司全球效率最高的工厂。

各公司的提价目前还在继续进行中, 但主要策略是将持续地提高生产效率, 尽其所能地挖掘出每个员工的工作效率, 不可能把如此巨大的成本增幅全部转嫁给客户。

美国 2006 年轮胎销售量和 2007 年市场预测

最近, 美国橡胶生产商会 (RMA) 公布的数据表明, 2006 年美国的轮胎销售量比 2005 年下降 4.5%。RMA 称由于美国 GDP 缩水, 能源费用大幅上涨以及商品房市场下滑, 经济全面减速, 致使轮胎销售量下降。2006 年, 所有规格的原配轮胎和替换轮胎的销售量总计 3.06 亿条, 比上年减少了 1400 万条。

2006 年, RMA 的贸易委员会曾两次修正轮胎销售量的预测, 这也反映出市场变化的不确定性。大多数专家确认, 2006 年上半年, 轮胎销售量下降了 6%~7%; 下半年, 由于汽油价格趋稳, 轮胎销售量略有回弹。RMA 认为, 2007 年美国

轮胎总销售量会有适度回弹, 预计增长 1.4%, 达到 3.1 亿条。

2006 年美国各种原配轮胎的销售量和 2007 年原配轮胎市场的预测情况如下:

乘用车轮胎: 由于北美轿车销售量下降, 2006 年的销售量约为 4800 万条, 同比减少 8% 以上。预计, 2007 年的销量不会增加, 总销售量还将保持在 4800 万条的水平。

轻卡轮胎: 2006 年的销售量大约为 500 万条, 预计 2007 年的销量会增加 4%, 达到 520 万条。

中卡、重卡和宽基卡车轮胎: 2006 年的销售量约为 680 万条, 同比增加 9%。预计 2007 年会急剧下降 20%, 即销售量大约要减少 150 万条左右。

2006 年美国各种替换轮胎的销售量和对 2007 年替换轮胎市场的预测情况如下:

乘用车轮胎: 2006 年的销售量约为 1.96 亿条, 同比下降了 3.2%。但是, 速度标志为 P 级 (即限速为每小时 180 km) 的 SUV 轮胎和超高性能 (UHP) 轮胎, 2006 年的市场销售量分别提高了 4% 和 12%。预计, 2007 年替换乘用车轮胎的销售量会有适度回弹, 增长率约为 2%。

轻卡轮胎: 由于多功能车辆的普及和小型 SUV 数量的增加 (它们大都使用速度标志为 P 级的乘用车轮胎) 2006 年轻卡替换胎的销售量仅为 3340 万条, 下降了 7.2%。预计 2007 年的销售量将会保持这一水平。

中卡、重卡和宽基卡车轮胎: 2006 年市场销售量为 1720 万条, 下降了 2%。预计 2007 年的销售量会略有增加, 达到 1750 万条。 郭 轶

印尼 2007 年天然橡胶产量将减少

印尼橡胶生产商会预测, 由于今年 12 月至明年 2 月苏门答腊北部可能会出现强降雨, 影响胶农的割胶作业, 印尼 2007 年的天然橡胶有可能会减产 2%~3%。除了强降雨的因素之外, 印尼政府计划要在 2007 年更新 5 万 h^a 橡胶树, 这也是导致天然橡胶减产的原因之一, 因为新的橡胶树要 5 年之后才能割胶。据该商会预测, 印尼 2006 年的天然橡胶产量为 226 万 t, 其中出口 200 万 t 左右。 郭 谊