

385.07亿元,比去年同期增长 29.6%,其中子午线轮胎销售收入增长 61.72%,达到 209.84 亿元。然而,一方面是生产快速增长,一方面是产成品库存和企业应收货款明显增加,解决这一矛盾的关键是提高经济运行的质量。

力车胎:据 19 家会员单位统计,前三季度共完成工业总产值 31.44 亿元,实现销售收入 31.65 亿,同比增长 15.26%。在力车胎三种产品中,摩托车轮胎产量 2308 万条,同比增长 25.3%;手推车胎产量为 597 万条,同比增长 14.81%;自行车胎产量为 13399 万条,同比仅增长 2.97%,说明自行车胎市场相对饱和。出口持续上升,出口交货值比去年同期增长 39.59%。同生产和销售相比,行业经济效益却比去年同期下降 21.53%,产品销售率也略有下降。

胶管胶带:统计的 44 家会员单位,1~9 月输送带产量 4549.3 万 m²,增长 42.88%,尼龙输送带和钢丝绳输送带产量分别增长 59.01% 和 79.49%。在难燃输送带中,尼龙难燃输送带增长 141.04%,钢丝绳难燃输送带只增长 4.56%。胶管产量比去年同期增长 23.65%,产量为 3176.19 万标 m。汽车专用胶管和汽车专用 V 带表现各异,专用胶管同比下降 8.68%,专用 V 带同比增长 4.87%。管带行业 1~9 月实现销售收入 21.29 亿元,比去年同期增长 40.43%,完成出口交货值 2.78 亿元,比去年同期增长 41.95%。

胶鞋:胶鞋行业前三季度生产经营形势向好。据 51 家会员单位的统计,产量达 2.98 亿双,同比增长 16.27%,销售收入 28 亿元,同比增长 8.56%。出口形势未见好转,1~9 月出口鞋产量同比下降 5.02%。由于原材料价格的交替上升,严重冲击企业正常生产,又有部分企业被迫停产。行业经济效益难以改善。

橡胶制品:从 24 家会员情况看,1~9 月完成工业增加值 6.47 亿元,比去年同期增长 3.71%,实现销售收入 20.06 亿元,比去年同期增长 7.78%。骨架油封、密封条、汽车制动皮碗产量有所增长,抗菌素瓶塞、矿用导风筒、“O”型密封圈等产品产量则有所下降。出口交货值比去年同期增长 17.08%,达到 3.15 亿元,行业经济效益呈现负增长。

乳胶:据 17 家会员单位的统计,前三季度完

成工业总产值 7.75 亿元,实现销售收入 8.59 亿元,同比增长 15.32%。主要产品中,安全套产量 24.7 亿只,下降 2.35%,医用乳胶手套 1.39 亿双,增长 0.61%,家用乳胶手套 7247 万双,增长 22.4%,输血胶管 272 万 m,增长 9.7%。出口交货值达到 3.49 亿元,比去年同期增长 43.6%。

炭黑:据 31 家会员单位统计,1~9 月炭黑产量 66.8 万 t,同比增长 77.98%,而同期销售量 61.43 万 t,湿法造粒炭黑与干法炭黑的产量比为 76.4:23.6,实现销售收入 23.73 亿,比去年同期增长 81.74%。值得一提的是,炭黑工业经过近两年的技术改造,不但稳住了进口,还实现了较大规模的出口,1~9 月出口炭黑 4 万 t。

回顾前三季度经济运行的情况,橡胶工业的增长幅度逐步放缓,一些产品生产起伏较大,影响行业发展的外部环境没有改变,有些甚至趋紧。汽车工业的产销量始终在下滑,估计这一趋势短期内不会有大的改变;受原油价格暴涨的影响,出现了合成橡胶价格高于天然橡胶价格的不正常现象,而且拉动一度下降的天然橡胶价格上涨,由于油价走势不确定,橡胶价格能否下降尚存疑问;西班牙烧鞋事件,凸显贸易摩擦的尖锐和“粗放型”出口模式的隐忧,巩固现有出口成果,积极寻求贸易模式多元化和高、中、低档次竞争方式并行与互补,应是我们的一种选择。在市场、原材料价格、出口等多种因素并存的条件下,橡胶工业一味的高增长存在着相当大的风险,所以了解市场需求,及时掌握国内外动态,把握好生产节奏显得尤为重要。

熊伟华

成山为提能增效搞创新

近期,成山轮胎股份有限公司公司技术研发部,以提高半钢子午线轮胎产能和产品档次为重点,积极采用业内新技术,对原有工艺进行改善调整,目前,半钢子午线轮胎产能提升率达 10% 左右,并根据市场需求,开发出 CSP158 等 6 种新花纹斜交轮胎。

技术研发部通过调整全套工序的工艺,来提高各工序的生产效率。一是调整胎面配方,降低

设备的压出温度,且压出速度比未调整前提高了 5%。二是对部分 ST 系列和部分普通断面轻卡子午线轮胎胎面结构进行调整,通过室内试验及实践里程检测,调整后轮胎的各项主要性能指标均比原来有所提高。三是调整冠带配方,实现无垫布冠带缠绕,既提高了成型效率,又保证了成型质量。四是针对硫化工序的特点及工艺需求,对常温硫化方法进行改善,使硫化效率提高了 5%~10%,产能相当于平添了 5 台硫化机。

通过一系列的工艺调整、工艺改进及改造,半钢子午线轮胎的生产能力已达到该公司的提能目标。

董兆清

三角集团列 2004 年度 全球轮胎 75 强第 12 位

最近,美国《橡塑新闻》周刊公布了 2004 年度全球轮胎 75 强(以 2003 年销售额计)排行榜,统计数据源自世界 150 多家轮胎企业,代表了世界轮胎工业销售规模,三角集团列第 12 位,居国内同行业首位。

建于 1976 年的三角集团,历经威海轮胎厂、山东轮胎厂、三角集团有限公司的沿革,不断成长壮大,1997 年组建了三角集团。集团以生产经营轮胎为主业,经过二十多年的发展,企业已形成较为完整的产品系列。产品包括子午线轮胎和斜交轮胎两大系列 500 多个品种规格,年生产能力 800 万套,其中子午线轮胎 500 万套,能够满足国内外主要车型及专业化需求。

二十多年来,三角集团依靠管理创新和科技创新,大力实施名牌战略和子午线轮胎战略,企业规模 and 经济效益连年递增,企业形象和品牌价值不断提升。企业综合实力连续多年居国内同行业前列,连续多年被评为全国 500 家最大工业企业和最佳经济效益企业,并被评为“最具国际竞争力向世界名牌进军企业”,“三角”品牌也先后被评为“中国驰名商标”和“中国名牌”,属山东省重点培植的九个国际知名品牌之一。

该集团持续推进技术创新与产品创新,强化核心竞争优势,建立了国家级技术开发中心、博士

后科研工作站,与清华大学、山东大学、哈尔滨工业大学、中国科学院、北京橡胶工业研究设计院等高等院校和科研院所开展了深入合作,运用国际先进的研发、中试、生产、检测技术和装备,不断推出优质、环保型新产品,满足和引导市场需求。

“三角”牌轮胎在市场上得到用户的广泛青睐。先后与一汽、二汽、重汽、天汽、上汽等 40 多家汽车厂和工程机械厂建立了良好的长期合作伙伴关系,常年为其供应原配轮胎。在替换轮胎市场上,销售网点遍布全国所有省市自治区,并出口世界 100 多个国家和地区,市场份额居国内同行业前列。国内轮胎行业有 16 家企业入围 2004 年度全球轮胎 75 强。

于光国

黄海橡胶加大质量追溯和 考核力度

黄海橡胶集团有限责任公司为进一步确保产品质量,减少成本损失,再次加大质量追溯和考核力度。

2004 年以来,该公司根据以往对返厂质损胎的追溯考核做了进一步的科学修订,逐步趋于合理规范。在此基础上,各轮胎生产厂高度重视质量管理,制定了各自可行的约束和奖惩制度,并实施了严格的执行标准。2004 年 1~9 月,此项制度的执行情况良好,仅此一项,各类返厂质损胎大幅减少,增值约达 5000 万元左右。尽管如此,该公司再次提出更高要求,要把“决不让一条不合格产品流入市场”的目标,作为第四季度乃至今后质量管理工作的重中之重。对此,该公司质检处进一步加强了对返厂质损胎的鉴定工作,对返厂质损胎中确属生产制造原因造成的质损胎,加大质量追溯力度和严格考核力度,制定相应的一系列考核规定。

目前,该公司质检处已经对返厂质损胎及时逐条复检、鉴定的基础上,在质量追溯方面,特别是对返厂质损胎中经鉴定确属制造质量原因造成的质损胎,严格考核相关生产厂。并于每月 5 日前,对各生产厂落实考核情况进行督查,并严格按照相应的产品价值进行处罚。

曲卫星