

# 海外市场

## 2004 年上半年 世界轮胎工业状况转好

2004 年上半年,随着主要跨国轮胎公司收入全面增长,世界轮胎工业的经济状况已恢复增长态势。

其中,固特异公司在第二季度中结束了连续 6 个月的赤字状况。普利司通和库珀经营良好,两家公司全年的收入预期将有望调高。但是也存在不合之音,世界原材料价格的变化还不确定。许多轮胎公司为了适应原材料价格上涨的情况,提高了轮胎售价,某些提价已经超过了成本的增长,为此得以补偿损失,使企业经济状况得到改善。

然而,随着天然橡胶、合成橡胶及受原油价格影响较大的原材料(如炭黑和一些加工助剂)的价格增长的同时,各轮胎公司还正面临着钢丝,甚至某些短缺的帘线和胎圈钢丝价格增长的困境。

2004 年轮胎工业的各项收入指标几乎都要受到原材料价格的影响。例如,库珀公司认为第二季度原材料成本比去年同期高出了 5%,而固特异公司的估计为 5%~7%。面对这种情况,许多公司需要提高 3%~4% 的平均售价,以弥补损失。实际上,许多公司已经这样做了,有些提价幅度还大一些。

2004 年上半年库珀公司销售额增长率高达 20.3%,为 19.7 亿美元,净收入加倍增长到 5720 万美元,其中,轮胎部分营业收入增长 40.8%,为 4210 万美元,销售额是 99970 万美元,增长 20.3%。与全行业 5% 的增长率相比,其出货量提高 9.8%。

由于提高了轮胎价格,改善了产品结构,普利司通公司的销售额不断增长,净收入实现了 64% 的增长,全年净利润预计会增长 39%。公司希望

克服困难,2004 年的净利润能达到 9.45 亿美元,约占销售额的 4.4%。上半年公司的营业利润增长 29%,达到 8.33 亿美元,净收入是 4.82 亿美元。由于日本以外的需求保持良好,轮胎的销售额增长了 4%,带动公司销售额增长 3.7%,达到 106 亿美元。

2004 年上半年,米其林公司净收入增长了近一倍,从而改善了在轮胎市场的地位。公司净收入猛增了 98.8%,达到 40360 万美元,同时净销售额和营业收入各达到 96 亿和 85250 万美元,分别增长 6.4% 和 20.1%,公司的收入与销售比提高到 8.9%。

2004 年,米其林公司希望经营状况有一个明显改善。但也要面临两方面影响,一是汇率和原材料成本的负面影响,另一个是公司高增长的销售额、良好的价格与品种比,以及在欧洲新获得的 Viborg 业务已经巩固这 3 个利好影响。

2004 年第二季度,包括在北美轮胎部分 3040 万美元营业收入在内,固特异公司净收入为 2510 万美元。但公司在第一季度亏损 7690 万美元后,上半年仍有 5180 万美元赤字。公司轮胎销售量和销售额各增长 5.1% 和 13.7%,分别达到 11070 万条和 77.4 亿美元。2004 年公司在澳大利亚和新西兰的固特异南太平洋轮胎公司及从事轮胎/轮辋业务的 T&WA 公司的投资开始见到效益,销售额有 5.79 亿美元。

公司现在依然要面临原材料成本上涨、养老金和巨额债务这三大困难。光原材料成本一项 2003 年就增加了 4%,估计 2004 年还将增长 5%~7%,尤其是下半年的压力更大。

除了要支付 Mayfield 和 Kentucky 两个工厂轮胎生产现阶段的投资外,德国大陆公司预计 2004 年营业收入和销售额都会超过 2003 年的水平。2004 年上半年,公司营业收入和销售额各是 59440 万和 69.3 亿美元,分别增长 21% 和 9%,公司的收入与销售比达到 7.9%,比以前增加了一个百分点。

2004 年上半年,倍耐力公司营业收入和销售额各增长 33% 和 8.3%,其中轮胎部分占了大部分。轮胎销售额是 20 亿美元,增长 9%,营业利润增长 19.4%,为 1.89 亿美元。

韩国轮胎有限公司的营业收入和净收入据称

有两位数的增长率, 销售额、营业利润和净利润分别达到 7.8 亿、11310 万(占销售额的 14.4%)和 8650 万美元(占销售额的 11.1%), 各增长 7.2%、31.6%和 58.6%。公司预计全年销售额增长 6.7%, 净收入增加近一倍。

诺基亚轮胎公司营业收入和销售额各为 3620 万和 30770 万美元, 分别增长 76.6%和 18.9%。公司认为, 这应归功于提价、改善产品销售结构和提高了生产力。公司销售情况十分良好, 在美国增长 50%, 俄罗斯和北欧地区增长 29.1%, 公司业务网络的利润却降低了。公司认为, 要不是原材料涨价和美元贬值从而降低了在美国的轮胎销售收益率, 公司的经营情况会更好。2004 年 6 月份, 公司投资 6400 万美元在俄罗斯建了一个新厂, 2006 年将生产 150 万条汽车轮胎。

杨 静

## 奔达可公司在欧美翻新轮胎市场简况

自 20 世纪 50 年代在德国推出自己的预硫化轮胎翻新技术以来, 奔达可(BANDAG)公司目前在世界 5 大洲有 14 个生产厂。在美国, 该公司的业务分成 3 部分, 其轮胎经销商联合体 TDS 有 550 个销售点。需要指出的是, 该公司购买 TDS 是为了不让它卖给米其林公司, 目前公司加速使 TDS 成为独立的经销商, 由 5 年前的 150 家到现在仅剩 40 家。

奔达可公司每年要消耗 110 万 t 胶料, 生产 2000 万条翻新轮胎。其中, 欧洲部分至少占全球业务的 10%, 大部分销售在美国进行。公司每年的营业额大约是 9 亿美元, 包括在美国的 TDS 在内, 公司有大约 3500 名员工。2003 年美国中型载重轮胎翻新市场分布: 奔达可 44%, 固特异 30%, 米其林 12%, 库珀 9%, 玛朗贡尼 2%, 其它 5%; 2003 年美国中型载重轮胎替换轮胎市场分布: 固特异 30%, 奔达可 23%, 米其林 16%, 普利司通/费尔斯通 12%, 库珀 6%, 大陆/通用 4%, 其它 9%。在全球 100 多个国家, 1100 家轮胎经销商中, 奔达可公司在每个主要翻新轮胎市场都

占有重要份额, 排名往往不是第一, 就是第二。

在欧洲, 奔达可公司在比利时有奔达可欧洲有限公司, 在芬兰有奔达可欧洲业务中心和仓库, 这些主要为欧洲、中东和非洲市场提供服务。奔达可公司欧洲有限公司还拥有欧洲培训中心, 在瑞士该公司有其金融中心和销售业务。另外, 公司有 240 家经销商, 除了自己的公司外, 大部分是独立轮胎经销商。在欧洲载重轮胎替换市场, 该公司估计需要 1160 万条新胎和 770 万条翻新轮胎, 翻新轮胎占了近 40%的份额。该公司每年在欧洲约有 180 万条翻新轮胎业务, 占该市场的 20%。欧洲是世界最大的翻新轮胎市场, 具体市场份额按国家排名依次是: 德国 18%, 英国 14%, 法国 12%, 意大利 11%, 西班牙 9%, 芬兰 3%, 其它 33%。其中北欧国家的翻新轮胎占替换轮胎市场的比例较高, 按国家不同, 各自比例是: 芬兰 70%, 挪威 53%, 瑞典 50%, 法国 46%, 瑞士 44%, 西班牙 42%, 丹麦 41%, 葡萄牙 41%, 奥地利 40%, 德国 40%, 英国 40%, 意大利 39%, 荷兰 34%, 比利时 33%, 欧洲国家平均 40%。

杨 静

## 倍耐力对全球轮胎的未来充满信心

倍耐力公司最近终于登陆到美国轮胎市场, 其意义与其发明 MIRS 全自动技术不相上下, 它使倍耐力制定的营销体系成为一个完美的整体。倍耐力正在该地区致力于高性能轿车轮胎、轻卡轮胎及运动型汽车轮胎的销售, 与此同时, 倍耐力也在寻求在中国生产轮胎的合作伙伴。倍耐力公司总经理 Francesco Gori 先生对倍耐力的轮胎事业充满信心。

几年来, 倍耐力发生了很大变化。不久前, 倍耐力将 MIRS 全自动技术运用于载重轮胎的生产, 并增加在载重轮胎方面的投资。

Gori 先生说, 在中国, 倍耐力制定了几套发展方案, 目前正在寻找合作伙伴, 希望建立一个由倍耐力控股的合资企业, 现正处于接触阶段, 初步确定最迟启动时间为 2005 年。