

艾,相信经过持续不断的大规模、高强度投入后,轮胎的子午化率还将快速提高。同其它行业相比,我国轮胎工业生产的集中度有了较大的提高,主要表现在两个方面:一是生产的地域化明显。山东特别是胶东一带轮胎产量占到全国的35.28%;长江三角洲地区发展迅速,其产量也占到全国轮胎的27.63%,而且各具特色。山东以国有和民营为主,斜交轮胎居多,长江三角洲以外资占优,半钢子午线轮胎产量大。二是大企业、大集团市场份额越来越大,象佳通(中国)投资有限公司其5个厂的总销售收入达到86.22亿元人民币。

中国橡胶工业协会轮胎分会统计,其前10名会员企业的销售收入占到总销售收入的69.05%。而国家统计局统计的规模以上轮胎企业数也从2003年的248家降到2004年的198家。从最近传出的消息,轮胎工业新一轮重组已在悄然进行中。轮胎出口大放异彩,出口量6875.2万条,出口交货值21.23亿美元,同比分别增长50.58%和65.09%,说明我国轮胎产品在国际市场上已经具有相当的竞争力,也有效地缓解了上半年一度出现的国内市场销售不畅的压力,当然也应实事求是地分析,出口产品中外资企业产品占了一定的比重。在合成橡胶、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,除产品适当提价和产品总量做大外,最重要的因素是企业实现了规模化生产,象韩泰(嘉兴)半钢子午线轮胎年产量达到1063万条,上海轮胎橡胶全钢载重子午线轮胎年产量达到225万条,单厂能力在世界上也数的着。另外就是产品档次逐步提高,像广州华南的35系列轿车子午线轮胎能卖到每条1000多元。

其它橡胶产品也实现了较大幅度的增长,胶鞋产量从年初呈恢复性增长后,生产一路加快,2004年共生产了9.94亿双,同比增长10.28%。一批专业生产基地已经形成,他们是山东青岛、广东东莞、福建莆田、浙江瑞安、中南四川和重庆,这批基地不但形成了完整的产业链,也促进了当地经济的发展,更有甚者还提高了地区的知名度,象浙江瑞安被中国橡胶工业协会授予“中国(瑞安)胶鞋名城”称号。美中不足的是行业生产由于受橡胶和纺织品原料价格上涨的影响,利润同比有

所下降。力车胎完成工业总产值73.44亿元,摩托车胎表现最为活跃,重点又体现在出口,2004年摩托车胎出口量775.8万条,出口额2262万美元,分别比上年增长15.4%和27.8%。胶管、胶带销售收入增长了30%以上。就连再生胶都完成销售收入32个亿,说明废旧橡胶的资源化利用如果解决得好,仍有一定的市场。

然而在行业处于好的发展状态时,我们要冷静思考,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来持续大幅增长和世界经济达到20年来的最大增长这一大环境的支撑。现在我国主要橡胶产品的产能都很大,这就要求必须同关联产业协调发展,同国际市场有机结合,避免行业发展的起起落落,重要的是适时转变经济增长方式。要积极应对入世“后过渡期”,在看到出口高速增长的同时,也应关注进口的大幅增加,非轮胎橡胶制品的进出口额大体相当,而从数量价格比分析,进口的都是附加值高的产品,出口则多数为低端产品。亟待建立反倾销预警体系,据不完全统计,2004年国外对我国橡胶产品的反倾销(包括复审)多达14起,产品涉及鞋、轮胎、自行车内外胎、帘子布、橡胶助剂等,提出的国家既有发达国家,更多的是同我国经济水平相当的发展中国家,主要来自于欧洲、拉美、非洲和亚洲。针对国际贸易摩擦愈演愈烈,贸易壁垒层出不穷的实际情况,迫切需要启动预警机制,加强行业自律,维护行业利益;加强上下游产业的协调、沟通。由于产业发展过快,导致原材料对国际市场的依赖程度大,天然橡胶去年进口128万吨,占表观消费量的近70%,合成橡胶进口109.5万吨,占表观消费量的近46.3%。建立产业发展基金,上下游企业相互参股,适当参与期货交易,规避市场风险,注重新技术、新产品的应用,节能降耗,也是重要的手段。

熊伟华

克服不利因素 努力扩大出口 双星集团出口突破一亿美元大关

2004年,双星集团努力克服原材料涨价、市场竞争加剧等不利因素,大力实施品牌战略,主攻

高端市场,加快了进军国际市场步伐,全年出口创汇又创历史新高,突破了1亿美元大关,标志着双星内外销“两条腿走路”战略取得重大成功。

在鞋类出口方面,他们首先寻求新的出口品种增长点,推出了系列化新品,加大了注射鞋、冷粘鞋、全胶鞋的出口力度,开发的冷粘童鞋、全胶鞋、拖鞋等受到国外消费者的青睐。其次,借广交会等展会契机,争取新客户,加大与跨国公司的合作。再者,加大定牌加工力度,将有些品种转到南方一些生产厂加工,缓解了出口订单多的压力;同时,他们以信息化赢市场,通过电子商务,扩大国际销售市场。最后是发动全员创新,提高效率,降低成本,为参与国际市场竞争创造了成本优势。各鞋厂发扬拼搏精神,赛飞机、赛轮船,赶交期,及时满足了客户需求。

双星轮胎总公司认真分析轮胎国际市场新形势、新变化,抓住轮胎出口的最好机遇,迅速调整经营思路,新开发了近20个国家和地区的市场;为扩大国际市场占有率,双星集团加大对轮胎总公司的投入,扩大生产能力,无内胎子午线轮胎、特殊结构的轮胎,满足了细分化、多极化、个性化的国际轮胎市场需求;同时,完善激励和考核机制,充分调动起业务员开拓国际市场的积极性,他们积极推介“双星”自主品牌,提高了双星轮胎国际市场知名度和影响力。双星轮胎总公司还深入开展岗位质量竞赛,为创造名牌精品提供了保证。2004年9月份,双星全钢子午线轮胎荣膺“中国名牌”。特别是轮胎总公司领导和员工积极开展各种技术、工艺、管理等创新竞赛活动,有效地消化了原材料涨价等给企业带来的不利因素,为双星轮胎出口赢得了价格优势。一系列措施,使双星轮胎出口扩大到美国、澳大利亚、马来西亚、韩国、欧洲等110多个国家和地区。 王开良

库珀品牌将全面进入中国

库珀公司主席 Dattilo 先生日前表示,中国有6~7亿的轮胎潜在用户,发展前景广阔。该公司计划2005年在中国取得10亿美元以上的销售额。同时希望依靠并购或合资方式获得供应当地

市场产品的生产能力,库珀品牌将全面进入中国。

库珀公司在中国昆山与台湾省建大橡胶工业股份公司投资2亿美元的轮胎工厂目前正在建设中,计划2006年投产,2008年形成年产1000万条轮胎的生产能力。除此之外,库珀公司还在杭州中策橡胶股份公司贴牌生产乘用车轮胎、轻型卡车轮胎及中型载重子午线轮胎。库珀公司正考虑向中国市场提供原配轮胎,以提升自己的品牌价值,并加强了同建大的合作,成为建大轮胎在北美地区的独家经销商。 丁 晶

河南风神工业叉车轮胎 正式投入生产

2005年元月,随着河南风神轮胎股份有限公司28×9-15-12PR、6.00-9-10PR、6.50-10-10PR、7.00-12-12PR,花纹为IN-3的4个规格工业叉车轮胎相继投产,标志着一个新的轮胎系列的正式产生——工业车辆轮胎系列。

近几年来,随着载重斜交轮胎市场的日趋饱和,载重斜交轮胎的发展受到一定的限制,该公司把斜交轮胎的发展方向转向工程机械轮胎、大规格农业轮胎和工业车辆轮胎,以开拓新的市场,扩大斜交轮胎的生存空间,同时提高公司经济效益。经过几年的开发生产,工程机械轮胎和大规格农业轮胎的发展已初见成效,于是该公司开始将工业车辆轮胎的生产提到了日程。2004年上半年技术人员对工业叉车轮胎配套及零销市场进行了深入的调查,收集市场信息,有不少配套厂和客户表示愿意配套或销售该公司的工业车辆轮胎,希望尽快开发叉车轮胎。于是该公司确定先期开发4个市场销量最大的轮胎规格,并于2004年年底将4个产品成功试制出来,产品经室内试验,轮胎外缘尺寸和各项物理机械性能完全达到家标准要求 and 预期设计,并且小批量轮胎已在公司进行了实际使用试验,取得了较满意的效果。

该4个规格轮胎的正式投产,填补了该公司产品系列的一个空白,必将产生较好的经济效益,同时也为开发其它规格的工业车辆轮胎奠定了基础。 何红卫