

销售起到了强劲的拉动作用。在春节前,双星即精心策划,瞄准产品销量走势,对销售策略和品牌策略进行了一系列大胆的尝试和调整。在继续加大网络建设的基础上,采取了“进高端市场、卖高端产品”和“进大商场、超市”的营销策略,同时辅以广告举措,加大宣传力度,双星连锁店精心布置店堂、营造节日气氛。2005 年 1 月份,双星鞋类销售发货数量比去年同期增长了 29.63%;皮鞋、服装等销售更是一路飘红;轮胎、机械等其他产品的销售都实现了大幅度上升。

张艾丽

2004 年我国炭黑生产 继续快速发展

根据中国橡胶工业协会炭黑分会的统计,2004 年,35 家会员企业的炭黑产量为 96 万 t,加上上海卡博特的 11 万 t,中橡鞍山的炭黑 5 万 t,其他未报会员企业 and 非会员企业约 25 万 t,全国炭黑产量共 137 万 t。比 2003 年的 101.8 万 t 增加了 35.2 万 t,增长 34.6%。由于 2003 年的产量是国家统计局的数字(从 2004 年开始,国家统计局不再统计炭黑产量),2004 年的产量是炭黑分会的统计数字,后者更完全一些。由于统计口径变化,实际增长率要低一些。

炭黑产量增加的主要原因是:我国汽车和轮胎工业在宏观调控政策影响下,发展速度虽有所减缓,但仍在强劲发展。来自中国汽车工业协会的最新统计显示,2004 年我国汽车产、销量都达到 507 万辆,比 2003 年增长 14.2% 和 15.5%,增速减缓,但是仍然较快。与此同时,根据国家统计局的统计,2004 年我国轮胎(包括一部分摩托车轮胎)产量达到 23926 万条,同比增长 11.1%。其中子午线轮胎产量 10436 万条,增长 36%,仍然保持着较高的速度。

根据海关的统计,2004 年炭黑进口量为 11.4 万 t,出口量为 8.9 万 t,同比进口下降 12.3%,出口增长 56.1%。净进口量下降为 2.5 万 t。按此计算 2004 年炭黑的表观消费量为 139.5 万 t,比 2003 年的 109 万 t 增长 28.0%。

2005 年我国汽车和轮胎工业仍将以 10%~

15% 的速度快速增长,预测炭黑需求量将与此同步,达到 153~160 万 t。由于国内生产能力增长快速,产品质量提高,炭黑出口量将继续增加,并有可能超过进口量。

李炳炎

2005 年亚太炭黑会议 专用网站开通

经组织委员会半年多的辛勤工作,“2005 年第七届亚太炭黑会议”专用网站于日前正式开通。该网站的主要内容有:首页、会议概况、会议地点、签证或证件、气候、会议目的、论文板块、会议日程、登记方式、付款方式、赞助商利益、赞助商名单、会议住宿、组织机构等,欢迎炭黑、橡胶界同仁前往访问。“2005 年第七届亚太炭黑会议”专用网站的网址为 www.carbonblack2005.com。

徐 忠

朗盛在华合资生产橡胶防老剂

鉴于中国轮胎的持续增长,橡胶加工助剂市场开始受到世界精细化工生产商的广泛关注。名列德国第三大化工巨头的朗盛(Lanxess)公司近日宣布,将以轮胎和皮革加工助剂为突破口,加紧步入中国市场。

朗盛在华投资的重点,首先瞄准橡胶防老剂产品。最近,它与中方的两家投资伙伴——铜陵信达化工公司及安徽铜峰电子公司合作,组建安徽铜峰盛达化学有限公司。生产基地将建在铜陵经济技术开发区,该地区临近长江,位于上海以西约 500km 处。这也使朗盛成为首家在中国生产防老剂的外资企业。该项目采用朗盛公司的先进技术,将于 2006 年的下半年开始生产商品名为 Vulkanox 4020 防老剂,其化学名为 N-(1,3-二甲基丁基)-N'-苯基对苯二胺。这种防老剂具有非常出色的抗氧化、抗臭氧以及抗动态应力的性能,非常适合于高性能子午线轮胎的要求。该项目建成后,将为我国的轮胎工业提供高质量、高性能的防