

# 行业动态

## 上海轮胎橡胶股份公司 / 中国制造联合公司 正迎来黄金时期

上海轮胎橡胶股份有限公司是中国第三大、世界第19大的轮胎制造公司,2006年销售额为7.99亿美元,比上年增长了25.4%,2007年计划增加到10亿美元。

上海轮胎橡胶股份公司60%的股份由上海华谊(集团)公司拥有,其它一部分股份在股票市场上市流通。该公司拥有4家轮胎厂和一家内胎生产厂,主要生产回力和双钱牌卡车、客运轮胎和工程轮胎。

直到2001年,上海轮胎橡胶股份公司还经营着一家乘用车和轻卡轮胎厂,但现在已转入米其林名下,仅保留上海米其林回力轮胎有限公司30%的股份,另外70%的股份归米其林公司所有。

上海轮胎橡胶股份有限公司拥有双钱载重轮胎公司、大中华正泰轮胎公司、东海轮胎有限公司、泗泾橡胶有限公司以及位于江苏省如皋市的如皋工厂。如皋工厂在2005年投产,主要生产中型载重子午线轮胎,年产是100万套,目标是3年300万套。同时也可以每年生产5万套工程子午线轮胎,并且有多台自动化的工程轮胎成型机,生产的轮胎同时供应国内和国际市场。

在2006年,上海轮胎橡胶股份有限公司生产载重子午线轮胎350万套,工程子午线轮胎5万套和160万套载重斜交轮胎。2007年,随着公司继续开发新的工程子午线轮胎规格,其产量将达到10万套。载重子午线轮胎的产量将达到3800万套,载重斜交轮胎产量持平。

如皋工厂的大部分产能用来满足北美市场的需求,北美市场也是该公司的最大出口地。上海轮胎通过中国制造联合公司,大幅提高了在此区

域的销售,销售额从两年前4000万美元增加到2006年的1.71亿美元。

中国制造联合公司是上海轮胎橡胶股份有限公司的全资美国分销子公司,中国制造联合公司希望在未来三四年内公司的销售额会有同样幅度的增长,预计在汽车原配轮胎市场上的销售份额会有大幅增长。

中国制造联合公司正在加速其工程轮胎业务发展,在2006年已经在北美市场上销售了2800套工程轮胎,最近又成立了双钱工程巨型轮胎部门。

上海轮胎橡胶股份有限公司已与美国Navista国际公司签订了原配轮胎供应合同。这家卡车和乘用车制造商将在其生产的车辆上使用双钱牌载重子午线轮胎。同时,该公司也通过中国制造联合公司每月向数个大型卡车制造厂发运大约2万条双钱牌载重子午线轮胎。

上海轮胎橡胶股份有限公司是中国唯一一家在美国拥有自己的销售和营销办公室的轮胎制造商,并很看重出口市场,保证其50%的产品供应给国际市场。这一点在未来也不会改变。即使在未来中国国内市场的利润点比国际市场的高,这样的产能分配也不会改变。

目前,该公司已经将轮胎销售到了60个国家和地区,包括欧洲和澳大利亚。这两个地区分别是该公司第二大和第三大销售区域。

陈维芳 邓先群

## 信息化建设 提高贵轮生产经营运作效率

从1993年开始,贵州轮胎股份有限公司实施了信息化建设。经过近14年的发展,实现了轮胎产品开发上全CAD化,共同研究实施非线性有限元分析技术在轮胎设计中的运用,实施BPR对公司业务流程进行重组和优化,先后分两期实施企业资源计划系统即ERP项目,实现公司对财务会计、管理会计、资产管理、生产管理、采购管理、仓储管理、销售管理等关键业务的统一管理,扩充了工厂维护(PM)模块,实现对设备维护的统一管理,通过与SAP R/3系统的连接,对整个物流配

送体系实行统一的信息管理,提高了服务质量,且进一步降低了物流成本。他们对公司的网络系统实施了全面的安全防护,同时增加 ERP系统合法用户 60个。2006年,该公司在全钢轮胎生产线实施生产执行系统(MES)的一期项目——“轮胎条形码管理系统”。据统计,截至2006年底,该公司在信息化建设中累计投入了1783万元。

贵州轮胎股份有限公司信息化建设形成了自己显著的特点:依据企业的需求,注重全面的信息集成。在实施信息化建设的同时,注意吸收现代管理所倡导的先进理念,结合企业实际,遵循集成原则进行了大量的二次开发,形成了企业业务流程重组、ERP系统的高度集成、CAD与CAE的集成应用、以财务管理为核心的企业管理、创新供应链运作模式,保证对市场的快速反应、预算和成本核算、系统良好的开放性,确保了公司信息化系统的拓展优势,在成果应用于实际生产和经营管理工作中,取得了良好的应用效益并赢得了各业务处室的赞誉。

钟明贵

## 风神轮胎国家级创新能力建设项目 通过审定

日前,风神轮胎股份有限公司国家级企业技术中心创新能力建设专项已通过河南省发改委审定,成为该省向国家发改委重点推荐的4个国家级创新能力建设项目之一。

该公司是河南省100家重点企业和全市18家骨干企业之一,综合实力位居国内同行业第六位,世界轮胎行业第28位,2006年销售收入已突破50亿元。该公司高度重视技术创新和研发工作,2006年研发总投入2.9亿元,占销售收入的6%。此次申报的国家级创新能力建设项目以大型有限元分析软件作为研究平台,通过计算机辅助设计,采用虚拟试验软件技术进行模拟性能试验,省去了传统研发过程中大量的中间试制和试验过程,提高了设计的准确性、可靠性和设计效率。轮胎设计周期由现有的1~1.5年缩短为3~6个月。该项目总投资3580万元,项目建成后将极大地增强企业的创新能力与核心竞争力,提高国内轮胎行业参与国际竞争的實力。贺发展

## 三工获省 “计量保证确认合格企业”称号

日前,山东三工橡胶有限公司被山东省质量技术监督局授予“计量保证确认合格企业”称号。这标志着该公司计量确认体系又上了一个新台阶。该公司十分重视计量工作,按照GB/T19022.1-1994要求建立完善的相关制度,实行全员参与计量工作,引进、淘汰、更新了一批关键的计量器具,以科学的管理、准确的计量服务于生产经营,为企业产品质量提供技术保障。

王旭涛

## 黄海橡胶一季度产销齐头并进

2007年3月,黄海橡胶集团股份有限公司无论是产量还是销售都取得了比去年同期增长的佳绩。全钢载重子午线轮胎3月份产量较上年增长40%,一季度产量同比增长28%。3月份全钢载重子午线轮胎货款回笼较上年同期增长25%。一季度货款回笼同比增长34%。3月份新增客户17家。

进入3月份以来,随着原材料的及时供应,该公司各生产线产能得以进一步释放。为解决增产过程中出现的设备故障问题,加大了应急备件的储备以及设备的维护和保养力度。同时,针对部分工序缺员等问题,在内部适当补充与合理调配一线人员,并加强部门间的协调力度,相应的增加了班次。与此同时,为迎接销售旺季的到来,适时制定了有关市场销售的各项营销策略,继续加大客户档案的完善工作,加强业务人员出差规范,认真贯彻市场铺货率制度,要求业务人员和市场部人员每月定期走访市场,建立走访日志和市场调研报告,加强客户的沟通。继上年西北市场、河南市场快速增长之后,今年山东、天津、浙江等市场增长势头良好。目前,东南市场、西北市场、中原市场的销售旺季已经启动。

随着市场销售旺季的来临,将不断强化专业营销理念,从顾客需求出发,积极探索新的销售增长点,在维护好市场的同时,不断加大市场开发和销售回款力度。

吕晓梅