

目来拉动发展,特别是一些产能过剩的老产品不能盲目投资扩产,应该转变运营方式,从重产量扩张转变到重质量效益上来,发展有自主知识产权的技术和产品,提高产品附加值,提高品牌效应,提高企业在国内外市场上的核心竞争能力。

2. 要加快产品结构调整和升级换代。现在轮胎市场面临着规格质量同质化、新产品同步化、销售市场同地化的激烈竞争,存在产品结构性过剩。轮胎企业要以国内外市场为导向,加快生产具有新技术,适应市场要求的扁平化、高速度性能、低滚动阻力的节能、安全、环保轮胎以及市场需求的短缺品种,抢占国内外轮胎市场制高点。

3. 要严格核算生产经营成本。在各种原材料价格不稳定的情况下,轮胎企业要精打细算,采取灵活多变的方式降低采购成本,以销定产,充分利用物缺价高的资源、能源和原材料,以免造成浪费;要及时改进配方设计,在确保轮胎质量的前提下,大胆应用新材料,如扩大合成橡胶的使用比例等,降低原材料生产成本;要强化内部管理,挖潜革新,节能降耗,提高生产效率。

4. 要积极应对国际贸易争端,不断开拓出口轮胎市场。目前我国轮胎出口数量占总产量 45% 左右,但具有核心竞争力的产品还不多,经济效益不高,时常遭遇国外反倾销,因此轮胎企业要加强自律,不断提高出口轮胎的技术含量和附加值,做到物有所值,优质优价;各出口轮胎企业要齐心协力,积极应对国外反倾销,要敢于应诉、善于应诉,该花的钱就要花;要不断健全完善财务制

度,建立与国际接轨的财会标准和做法,经得起抽查,为打赢官司做好基础工作。同时协会要积极向商务部公平贸易局报告情况,取得政府的关心支持。

5. 要进一步提高市场应变能力。轮胎企业的生产经营要随着市场的变化做调整 and 选择,既要抓好增量,又要优化质量。轮胎企业要根据市场价格行情,建立轮胎定价与原材料价格联动机制,定期对轮胎市场价格进行评估,善于应用“水涨船高”的市场规律,释放成本压力,跨国轮胎公司也是这样做的,调整轮胎价格是企业自主行为。

6. 要重视抓好品牌建设。品牌就是信誉、市场和效益。只有培育出过硬的轮胎知名品牌,才能在市场上占有一席之地。因此,轮胎企业应把质量视为品牌的生命,视为企业持续发展的根本,把自主技术创新、自主知识产权建设作为品牌培育的抓手,努力打造与国际知名品牌同场竞争的新格局。

最近,从有关资料看到,国家为促进经济增长和扩大内需的系列政策已陆续出台,比如放松银根和降低利息等措施,估计到 2009 年下半年才会有效果。因此,建议轮胎和橡胶机装备等相关企业要有思想准备,不宜把生产计划定得很高,以免市场需求下降,企业产量上升过快,造成产品大量积压,现金断流,只要挺过这一关,前景是光明的。

参考文献:略

吉力士公司推出新型热塑性弹性体

美国吉力士(GLS)公司在 2008 年 10 月推出多种新型热塑性弹性体(TPE)材料。其在 VERSAFLEX™ TPE 专业产品线中推出了不含邻苯二甲酸酯/无增塑剂的新型热塑性弹性体。新产品名为 VERSAFLEX CL E95。开发这种新材料是为了满足美国和欧洲限制在玩具和儿童保健产品中使用邻苯二甲酸基增塑剂的法规,满足了低萃提物含量热塑性弹性体需求日益增长的需求。这种不含邻苯二甲酸酯/无增

塑剂的新型产品透明如水,有杀菌能力,萃提物含量低,很适合各种包装应用,包括符合美国食品和药品管理局(FDA)规定的食品包装、药品储运系统、瓶罐、美容用品以及婴儿护理产品等。其他应用包括多种挤塑软管和薄膜、吹塑包装袋和面罩等。

OnFlex-S HF 无卤阻燃热塑性弹性体是吉力士独有的专利配方产品,特点是用户能够轻松将含卤阻燃剂的常规型热塑性弹性体产品升级,而无需进行设备换代,产品性能也不会降低。

文 章