

行业动态

中国轮胎工业挺起民族的脊梁

美国对中国轿车和轻卡车轮胎采取的特保措施不容置疑对我国半钢子午线轮胎产业造成巨大冲击,短期内我国对美出口轮胎非常困难。我国半钢子午线轮胎产业何去何从以及中美之间的贸易摩擦走向成为近期舆论的焦点。我国轮胎产业必须从保护民族产业的战略高度出发,挺起民族的脊梁。

由于历史的原因,我国轮胎工业形成了内资企业和外资企业共同发展的局面。在全钢子午线轮胎市场上,内资企业产品占 70% 以上的市场份额,外资企业产品占 30% 左右;在半钢子午线轮胎市场上,外资企业产品占 70% 左右的市场份额,内资企业产品占 30% 左右。相对于米其林等世界巨头,我国半钢子午线轮胎生产企业规模较小,产品主要集中在较低档的品种,产品结构有待改进。对此我国轮胎产业必须有一个清醒的认识,从产品的研发、质量、结构及生产技术等各方面向世界轮胎巨头学习,提高我国半钢子午线轮胎产业水平。

轮胎特保措施尽管暂时阻碍了我国轮胎向美国出口,但美国轮胎市场只是世界轮胎市场的一部分,我国轮胎可向传统的欧洲及新型市场拓展,以此抵消美国市场份额减少造成的损失。另外,我国已成为世界最大的汽车生产国,且目前正在实施扩大内需的政策及汽车业振兴规划,这为我国半钢子午线轮胎产业提供了广阔的潜在市场,我国轮胎生产企业可在内需市场上赢得更多的份额。

面对轮胎特保措施,我国轮胎产业可采取多种应对举措,如我国半钢子午线轮胎企业集体实施出口半钢子午线轮胎涨价,就是好办法。通过

涨价,尽量挽回轮胎特保造成的损失,同时避免轮胎特保案在别的国家或地区发生。调整产品结构和产能,加大新型市场的开拓力度,加速研发能力提升和品牌建设,努力建立自主的国际化营销体系,做好国际化竞争的长远规划,力避低价竞争,广拓高端市场,这些都是我国轮胎行业目前努力的方向。对于因轮胎特保造成困难的美国市场,我们也不能轻易放弃,尤其是高性能轮胎市场,通过开拓还是有一定潜力的。

在这次轮胎特保案中,中国橡胶工业协会一直站在最前面,从组织抗辩到与政府交流,再到媒介宣传等,协会都起到领头羊作用。我国已经要求与美国进行 WTO 争端解决项下的磋商,这更需要行业协会做大量工作,尽量通过 WTO 磋商,否决轮胎特保实施。在困难的时候,协会应该引导轮胎企业抱团,以更理性的态度对待市场,实行一致的对外政策。

我国政府在应对轮胎特保案时有理有节,今后为保护我国轮胎民族产业,仍大有作为。一是可出台一些轮胎优惠和扶持政策,如提高轮胎的出口退税率,降低橡胶进口关税。二是提高国内汽车企业国产化配套比例,在政府采购等方面鼓励购买国产轮胎,使我国轮胎产业获得更多的内需市场。三是在贷款等方面帮助轮胎企业度过难关,并支持轮胎企业产品升级改造。 陈维芳

风神公司总经理王锋谈 对美国轮胎特保案的几点思考

日前,风神轮胎股份有限公司总经理王锋就美国轮胎特保案谈了几点自己的看法,笔者将其整理、概述如下。

美国针对中国轿车轮胎和轻卡车轮胎的特保案近期成为业内议论的焦点。我国轮胎企业一方面坚决支持我国政府对此实施的一系列贸易措施,另一方面结合企业自身情况,积极进行市场和产品结构调整,以减少美国轮胎特保案带来的负面冲击。

当前出现的美国轮胎特保案,不免使人联想起几年前出现的巴西、埃及、南非等多国对我国轮

胎的反倾销案。我国轮胎产业经过 10 多年来的高速发展,存在哪些深层次的问题,值得轮胎企业深刻反思,从而有利于我国轮胎产业实现长期可持续发展。如何将我国轮胎产品由价值链低端向高端推进,继而培育、打造出具有国际影响力的本土品牌,应是轮胎企业下一步的追求和理想。

在产业政策方面,建议行业协会继续呼吁政府相关部委尽快制定轮胎产业相关政策,主要包括产业进入、退出机制,在现有产业存量基础上的投资扩张以及产业整合重组、并购引导和调控政策。其中,尽快制定轮胎产业在产品质量、安全环保、节能减排等环节的行业进入壁垒,提高产业进入门槛,加速出台引导企业重组整合、提高轮胎产业集中度方面的政策应是重中之重,急迫出台,以期切实转变我国轮胎工业经济增长和发展方式。据不完全统计,目前我国有 600 多家轮胎企业,拥有 2 000 多个品牌,在国外市场上,我国品牌轮胎都是中国制造产品,任何一家企业想单兵作战,实现产品的高端挺进都很困难。所以,要加速我国轮胎产业整合,培育出世界级轮胎企业,提升我国轮胎在国际市场上的竞争力和品牌形象。

我国企业要真正加快国际化步伐。目前,我国轮胎企业所谓的国际化整体实力发展上还停留在简单的产品出口阶段。有实力的本土轮胎企业要想进一步发展成为世界级轮胎企业,就必须真正实施国际化战略。一方面要积极与全球伙伴进行合作(包括引进战投,实施海外并购),实现由产品输出向品牌输出、由价廉取胜向创新取胜的转变,实施价值链的全球布局;另一方面,加强品牌培育和海外市场营销能力建设,突破中国轮胎兵团面临的“营销困境”。我国轮胎企业海外营销方式几乎都是外包给一级代理商,与下一级批发和零售商很少接触,对终端用户更是无力过问。我国轮胎企业与国外轮胎巨头定牌加工合作表明,我国轮胎企业的应市产品质量与国外轮胎巨头的差距明显缩小,但价格仍然偏低,这说明我国轮胎的品牌影响力和营销能力仍然较弱。因此,我国轮胎企业要想走出营销困境,就必须必须在市场掌控能力和品牌建设上下真功夫。这肯定是一个艰难的过程,还有可能是一个漫长的过程,

但这是中国轮胎企业必须迈过的一道坎,也是我国由轮胎大国走向轮胎强国必须迈出的一步,更是将我国轮胎由价值链低端推向高端的必由之路。

陈维芳

巴西终止对我国自行车轮胎反倾销

据我国驻巴西大使馆经商处消息,巴西贸易保护局根据 2009 年 9 月 23 日巴西官方公报公布的巴西外贸国务秘书处(SECEX)第 50 号公告,决定终止对进口自中国和印度的自行车轮胎的反倾销日落复审。这意味着从 2009 年 9 月 23 日起,巴西不再对进口自我国的自行车轮胎征收每千克 1.45 美元的反倾销税。

熊伟华

东洋公司终止合资协议

作为对中国市场的轮胎需求迅速增长的反应,东洋轮胎橡胶公司日前宣布,计划在中国兴建其全资轮胎厂。它还决心终止在中国生产轮胎的合资协议。该公司已同意终止其与台湾正新橡胶工业公司的合资企业协议,后者拥有的子公司正新-东洋轮胎橡胶(中国)有限公司主要生产汽车轮胎和胶管。

东洋公司还宣布终止与玛吉斯国际公司(在英属开曼群岛注册)等正新-东洋轮胎公司拥有者的合资协议。正新-东洋轮胎公司位于福建厦门,主要生产卡车及轿车子午线轮胎。

安琪

东海橡胶公司在常州建合资企业

日本东海橡胶工业公司和住友电气工业公司与江苏今创集团合作,共同在常州建立一家新的合资公司,生产和销售机车车辆用减震橡胶件和空气弹簧等制品。到 2020 年我国连接主要城市的高速铁路总长将达 1.6 万 km 以上,一些大城市的地铁系统发展很快,对车辆及橡胶减震制品的需求迅速扩增。这家新公司就是为适应中国轨道交通的迅速发展而建立的。

国益