

## 从差距求发展 以进步促信心

### ——从世界 75 强排名看风神轮胎的发展

陈建国

(风神轮胎股份有限公司,河南 焦作 454003)

最近,美国《橡塑新闻》周刊公布了备受全球轮胎行业关注的 2004 年度全球轮胎 75 强(以 2003 年销售额计)排行榜,该排行榜是美国克雷恩传播公司根据世界各轮胎企业上年轮胎销售额排定,通常成为衡量企业综合实力强弱的标志。我公司排名第 26 位,相比于去年排名前移了 11 位。通过全球轮胎 75 强的排名,使我们看到了,米其林、普利司通等世界轮胎霸主的地位依旧,同时也看到我们通过发展所取得的巨大成绩,这使我们更加坚定从差距求发展的步伐,更加树立起以进步促信心的决心。

从 2004 年全球轮胎行业 75 强排名来看,全球轮胎行业都在飞速发展,2002 年全球轮胎销售额上升 12%,首次突破 800 亿美元。其次,我国轮胎工业也得到迅速发展,中国阵营继续增添新兵,入围厂家依旧最多,国内共有 21 家企业入选(其中包括 16 家内地企业和 5 家台湾地区企业)。再者就是品牌意识较往年有明显的提高。

下面就这次全球轮胎 75 强的排名从世界范围、我公司的排名位置,以及从本公司自身的发展情况来探讨一下世界轮胎格局以及风神轮胎的发展前景。

#### 1 从全球范围来看,轮胎霸主地位依旧,第二军团稳如泰山

米其林、普利司通、固特异继续高居榜首。自 2001 年起米其林取代普利司通排名第一的位置,

2003 年继续保持世界第一,连续 3 年蝉联冠军。三巨头销售额都超过了 130 亿美元,总销售额达到 445.5 亿美元,比 2002 年的总销售额 395.167 亿美元增长了 12.7%,2003 年三巨头合计销售额占全球销售额达 55.5%。

位于第 4~7 位的世界轮胎第二军团位置保持稳定,除位居第 4 的大陆公司轮胎销售额首次突破 50 亿美元,位于第 5~7 的倍耐力、住友、横滨公司 2003 年轮胎销售额分别增加 1 亿多美元。持续了 2002 年以来连续年销售额增加 1 亿美元的强劲势头。倍耐力在 2002 年超过住友后,继续排名第 5。销售额超过 10 亿美元的还有美国库珀、韩国轮胎、日本东洋和韩国锦湖等共 4 家企业。基本上从排名第 4 的德国大陆公司到排名 11 的韩国锦湖轮胎等共 8 家销售额超过 10 亿美元的企业组成了世界轮胎的第二集团。它们的销售总产值达到 193.944 亿美元,占全球总产值的 23.9%。

从世界各地分布来看,75 强中欧盟占 7 家,轮胎销售额为 261.6 亿美元,占总销售额的 31%;日本 5 家,轮胎销售额 218 亿美元,占总销售额的 27%;美国 8 家,轮胎销售额 162.96 亿美元,占总销售额的 20%。欧盟、日本、美国占总销售额的 80%。亚洲其他主要轮胎生产国包括韩国 3 家,中国 21 家,轮胎销售额 32.13 亿美元,占总销售额的 4%。

此次新入围 75 强的企业有 8 家。它们分别

是位居 14 的中国佳通轮胎公司、位居 20 位的俄罗斯阿姆泰集团股份有限公司(由俄罗斯 3 家轮胎厂和乌克兰 1 家轮胎厂组成)、位居 36 位的马来西亚 Sime Darby 公司( DMIB 和暹罗轮胎组成)位居 43 位的 CGS Cesk a Gum arensk a Spol 公司、位居 56 位的辽宁轮胎公司、位居 69 位的越南南方轮胎公司、位居 73 位的巴基斯坦通用轮胎公司、位居 74 位的俄罗斯莫斯科轮胎公司和位居 75 位的伊朗 Kavir 轮胎橡胶公司。

## 2 中国轮胎发展迅速,上榜企业群雄争锋

在 2004 年全球轮胎 75 强排名中,我国内地入围企业共有 16 家,分别为三角集团排名第 12、佳通轮胎排名第 14、山东成山轮胎排名第 16、杭州中策排名第 22、风神轮胎排名第 26、上海轮胎排名第 31、黄海橡胶集团排名第 32、山东玲珑橡胶有限公司排名第 34、青岛双星轮胎排名第 35、贵州轮胎排名第 40、辽宁轮胎公司排名第 56、东风轮胎集团排名第 58、双喜轮胎排名第 61、广州珠江轮胎排名第 62、桦林集团排名第 63、山东中策轮胎公司排名第 72。我国台湾地区入围企业共 5 家,分别为正新轮胎排名第 13、建大橡胶排名第 28、南港轮胎排名第 45、华丰橡胶排名第 46、联合橡胶排名第 49。排行榜上佳通轮胎股份取代了安徽佳通轮胎,旗下分为安徽佳通轮胎、重庆佳通轮胎、福建莆田佳通轮胎、银川佳通轮胎和桦林佳通轮胎。

我国上榜企业总销售额由于有 11 家企业未公布 2003 年轮胎销售额,《橡塑新闻》估算超过 55 亿美元,约占 2003 年轮胎全球销售总额的 6.8%。

从 2003 年国内上榜的企业和公布的销售数据来看,除了山东三角集团和台湾正新产值超过 7 亿美元和佳通轮胎销售额为 6.7 亿美元外,其余均为未超过 5 亿美元的企业。国内轮胎企业总的格局仍然延续世界第三集团群雄逐鹿、群雄争锋的局面。

近几年,我公司发展很快,从 2001 年全球轮胎销售额 75 强排名的 67 位,到 2002 年的 42 位和 2003 年的 37 位,再到今年荣升至 26 位,用 4 年的时间使我们的 75 强排名整整提升了 41 位。

虽然面对日益激烈的国内市场和全球经济一体化的国际市场,我公司承受着在改革和发展中前所未有的压力,特别是 2004 年是我公司基础管理年,面对着多项改革的风险。我们坚信只要坚持不断创新的思路,鼓足自信的风帆,明天必将回报我们一个新的神话。

## 3 通过全球轮胎销售额 75 强我公司的排名,我们看到了进步和信心,同时也要意识到差距,从差距中求发展

随着中国加入 WTO 后,世界各大轮胎公司和知名品牌纷纷登陆中国,占领中国轮胎市场。在这种情况下,我公司不但要面对国内竞争对手,同时也要面对诸如米其林、普利司通等世界知名企业和轮胎巨头们的挑战。2004 年我公司工业总产值目标较 2003 年的 20 亿人民币增加了 10 个亿人民币,总产值增长了 50%。公司要从培育、发展知名品牌,提高核心竞争力作起,紧紧抓住中国轮胎工业发展的方向,抓住我们全钢子午线轮胎十大中国名牌这块金牌子,抓住工程轮胎全国龙头老大的位置不放,坚定不移的坚持“效益是中心,发展是主题,调整是主线,创新是源泉,管理是基础,科技是动力,人才是根本”的工作思路,执行“一个提高,两个调整”的工作方针,敢于突破,敢于创新,就能在世界轮胎市场竞争中不断前进,不断发展。

目前世界各大轮胎公司在世界很多国家都设有自己的轮胎厂和销售网络,而我国轮胎企业仅局限在本土生产,从产量、规模和技术研发上都与世界各大轮胎公司有较大差距。国内轮胎企业已经意识到这一点。黄海橡胶集团已创建了信息化工业园,山东三角集团与中科院、美国亚利桑那大学成立了智能轮胎研究开发中心,并与清华大学合作轮胎与汽车适配性研究项目,山东成山轮胎公司与北京大学共同组建荣成北大科技园有限公司,我公司的风神轮胎工业园区规划通过了论证,这标志着国内轮胎企业积极加快了向跨国公司的迈进的步伐。公司将一方面加强推行项目带动发展的战略决策,另一方面积极引入激励机制,加大对技术的投入,为建设一流的国际化轮胎企业打好基础。