

## 炭黑出口成绩斐然

中橡集团炭黑工业研究设计院继万吨级新工艺炭黑生产技术和成套设备出口之后,2003 年又创炭黑产品出口新高,全年出口炭黑 10400t,创汇 500 万美元。

面对国内炭黑市场供大于求,市场竞争无序的局面,炭黑工业研究设计院领导审时度势,选择了“主攻专用炭黑销售,开拓优质客户资源,加大外贸力度”的营销战略,在牢固占领国内市场的同时,走出国门,大力开拓国际市场。2003 年,该院将炭黑出口作为新的经济增长点,根据国际炭黑市场的变化,在炭黑品种、质量、包装上狠下工夫,客户和业务量不断增加,并逐步形成了全方位、多渠道的销售网络,使产品出口步入良性循环的快车道,市场占有率不断提高。由于各部门的通力合作,到 2003 年底,炭黑院出口炭黑 10400t,是上年的 6 倍多;约占当年我国炭黑出口总量的 18.4%,位居行业之首。由于炭黑出口的长足进展,“CC-BI”、“黑元”炭黑在国际上已享有一定知名度,并拉动了炭黑内销市场,使炭黑院的产品供不应求。该院计划 2004 年出口炭黑 2 万 t,创汇 1000 万美元。

徐 忠

## 河北轮胎产品结构调整见成效

河北轮胎有限责任公司针对市场产品需求的不断变化,大力进行产品结构调整,坚持主导产品向“工、农、特”战略转移,加快新产品开发步伐,力求突出产品差异化,提高产品的适应性。经过不懈努力,成效显著,企业效益明显好转。2003 年实现产值、产量、销售回款均好于上年的目标。特别是外贸出口步入快车道。全年出口交货量达到 53.7 万条,出口交货值达到 1.23 亿元,分别比上年提高了 72.6% 和 58.9%。

该公司针对近几年来产品结构滞后于市场的变化,致使营销工作徘徊不前的状况,积极寻找对策,采取措施,提出突出产品特色,形成相对优势,以适应市场为前提,以开拓市场为动力,优化产品结构。要抢先开发一批市场潜力大,竞争对手少

的阳光产品;重点开发一批市场需求大,竞争力较强的拳头产品;改进提高一批质量不适应市场,仍有需求的传统产品;坚决淘汰一批质量、价格难以适应市场,无发展前途的落后产品。尽快实现以工程轮胎、工业轮胎、大型农业轮胎、无内胎轮胎为主导产品的战略转移。在营销工作中,提出要着力市场的开拓,实现目标市场多元化,突出把国际市场做好做强。

公司工程技术人员全年共开发设计新产品 75 个,其中研制新产品 69 个,新增 R-4、L-2、R-1、F-2、F-3 等 7 大系列“阳光”产品。与此同时,营销人员加大市场开发力度,按照国际、国内市场互补的营销战略开发市场,不断扩大国际、国内市场的占有份额。国内市场先后开发了山东、河南、四川、北京等省、市、区的 10 余家经营状况好、经济实力强、市场前景广的配套厂家。国际市场也步入快车道,尤其是北美市场,即将成为该企业的脊梁,发展的希望。

目前,该公司产品结构调整已初见成效。“工、农、特”轮胎产值已占到总产值 55.35%,产量已占到总产量的 60.98%,特别是矿山型轮胎的开发较好的适应了市场需求,自生产以来始终处于供不应求的状况。

2004 年是该公司实现奋斗 3 年,把斜交轮胎做好做强奋斗目标的一年,也是产品结构调整大见成效的一年。该公司将以“高、新、特”为重点开发方向,依据市场需求,重点开发技术含量高、品种规格新的产品,力求做到人无我有,人有我特,进一步提高企业核心的竞争力。

蒋华祥

## “黑元”炭黑 获“四川名牌”称号

中橡集团炭黑工业研究设计院生产的“黑元”炭黑,于 2004 年 1 月 7 日获四川省政府授予的“四川名牌”称号,这是炭黑院继 2002 年通过 ISO 9001 质量体系认证后,在产品质量方面跨上的一个新台阶,也是该院向做大、做强的目标迈出的更加坚实的一步。

徐 忠