

委员会的领导、相关行业协会以及汽车、车轮及轮胎生产企业的代表、中国交通报、中国汽车报、中国化工报、中国客车网、《商用汽车》杂志社、《轮胎工业》编辑部的记者,共计 50 余人。

本次论坛由全国轮胎轮辋标准化技术委员会秘书长王克先主持,北京橡胶工业研究设计院副院长姜忠勤致开幕词。国家标准化管理委员会副主任石保权先生、交通部公路司的孟秋女士、国家环保总局法规司的温英民先生分别就国家有关的标准化政策、我国目前公路及运营车辆基本状况及未来几年发展的趋势、中国机动车的环保政策与立法作了情况通报;全国轮胎轮辋标准化技术委员会主任委员何晓玫女士以“载重汽车轮胎无内胎化发展的机遇和挑战”为题目作了报告;橡胶工业协会会长鞠洪振先生及轮胎分会谈玉坤副秘书长通过精确的数据向大会通报了我国近几年轮胎行业快速发展及产品升级更新换代的一些情况;中国汽车研究中心汽车标准化研究所的耿磊总工从汽车设计及汽车的发展对载重汽车无内胎轮胎的需求的角度向论坛作了报告;米其林轮胎公司的梁首军先生、于航先生及汽车工程学会车轮专业学组的顾钢主任分别介绍了载重汽车无内胎轮胎及车轮的优越性和发展前景;用户代表北京公交集团公司的冯琮先生从该公司的运营车辆有内胎轮胎更换为无内胎轮胎后,减少了故障率,节约了维修成本等方面谈了自己的切身体会。

随着我国汽车工业和公路的快速发展,载重汽车无内胎轮胎在中国使用的条件日益成熟,加速对载重汽车无内胎轮胎及相关配套产品的推广应用成为本次与会人士的共识。与会专家、代表们一致认为,尽管载重汽车无内胎轮胎具有较好的高速性能、安全性能、节油、节省原材料消耗、环保等优越性,但是由于缺乏对其足够的宣传,用户的认知度不高,对其推广使用仍需各有关方面共同努力,并呼吁国家能够在政策立法上加以引导和扶持,汽车整车厂能够从整体设计上考虑大范围的使用载重汽车无内胎轮胎,轮胎、轮辋及气门嘴生产企业要进一步加大科技投入,改进生产工艺,生产出质量更加优良的无内胎配套产品。本次论坛的目的就在于要调动各方面的力量,共同促进高性能载重汽车无内胎轮胎在我国的普及使

用。

全国轮胎轮辋标准化技术委员会秘书处

贵轮子午线工程机械轮胎 试验生产线建成投产

日前,贵州轮胎股份有限公司全钢子午线工程机械轮胎试验生产线建成并生产出具有本公司自主知识产权,规格为 14.00R24、14.00R24、18.00R25、23.5R25 的全钢子午线工程机械轮胎,6 月开始批量生产并投放市场。

贵州轮胎股份有限公司是我国工程机械轮胎最大的生产厂家之一,工程轮胎的年产能达到了 25 万条,国内市场占有率达到 30%,产品畅销国内外。子午线工程轮胎与尼龙工程轮胎相比,行驶里程可提高 30%以上,燃油可降低 10%以上,而且抗刺扎、耐切割性能较好,具有良好的国内外市场前景。为了拓展市场领域,该公司充分发挥自己所拥有的技术优势、人才优势和市场优势,于 2003 年公司成立专项试制组,聚集中间技术力量,吸取载重子午线轮胎技术,研制开发全钢子午线工程机械轮胎,对本公司的工程机械轮胎的产品结构进行调整。

2005 年,该公司投资近 2100 万元,开始实施年产工程子午线轮胎 6000 条的试验生产线。当年年底,该公司便研制生产出了规格为 18.00R25 的全钢子午线工程机械轮胎。随着试验生产线的建成竣工,该公司相继开发成功了 14.00R24、14.00R24、23.5R25 等规格品种的工程机械轮胎。

据悉,该产品在拓展轮胎高新技术领域的同时,也进一步扩大了该公司在工程机械轮胎领域的技术领先优势,增强了市场竞争力,为公司的又一新经济增长点。

钟明贵

注重品牌建设做强出口品牌

日前,山东玲珑橡胶有限公司荣登由山东省外经贸厅主办的“山东省出口名牌重点培育和发展”的名牌企业榜,这是继 2004 年获得“山东省名牌产品”、“中国名牌产品”荣誉后再次获得的殊荣。

此次山东省共评出 50 个出口名牌, 涉及各主要行业。这 50 家入选企业全部进行了境内、外商标注册, 有 58% 的企业至少在两个以上境外市场注册了商标; 入选企业全部取得了国际通行的质量体系认证, 70% 的企业取得了环境管理体系或行业认证; 94% 的企业在海外建立了销售服务机构。

山东玲珑橡胶有限公司荣获化工行业橡胶轮胎制造类山东省 2006 ~ 2007 年度“重点培育和发展的出口名牌”, 是企业及企业的领导重视, 积极实施“走出去”战略, 促进经济健康稳定发展, 积极扩大国外销售, 扩大自主知识产权品牌, 全方位、多层次、宽领域、多渠道发挥名牌优势, 靠技术创新, 研发新产品、新工艺; 靠重科技抓管理, 走出了一条经济效益好, 产品质量优的新路子; 靠发展企业文化, 使广大员工素质有了质的变化, 形成了“高、优、快、品牌”新理念。该公司将在 2005 年出口 1.8 亿美元的基础上, 加大力度扩大出口, 使玲珑轮胎、橡胶机械、变压器、水泥等产品在国际市场上叫响品牌, 占有份额, 不断扩大, 预计 2006 年出口将达到 3 亿美元。

此次被评为出口名牌的有效期为 2 年, 在有效期内列入名单的品牌和企业可享受国家和省里出台的各项扶持政策。

王洪涛

黄海橡胶为销售人员“充电”

近日, 黄海橡胶集团公司为提高销售人员的业务素质, 增强对产品知识的了解以及顾客沟通的有效性, 进一步加大市场的开发力度, 安排公司内技术中心的工程师为销售人员进行产品知识培训。

据了解, 为方便销售人员更好的开展市场开发工作, 技术人员主要结合轮胎理赔过程中经常出现的质量问题、各种轮胎规格花纹所适应的不同路面和不同车型以及轮胎的花纹特性等通过幻灯片进行了讲解和分析, 进一步充实了销售人员的业务知识, 提高了工作能力, 对提高他们学习新知识的自觉性和开拓市场的积极性都起到了良好的促进作用。

此次培训的对象主要有业务经理、业务员、业

务内勤、售后服务人员等。

吕晓梅

山东玲珑再度入选 “山东省重点培育和发展的 出口名牌”名单

为落实党的十六大关于加强自主出口品牌建设, 增强培育自主品牌能力的精神, 进一步推动出口品牌创建工作, 山东省开展了 2006 ~ 2007 年度山东省“重点培育和发展的出口名牌”评选活动, 烟台市共有 4 家企业入选, 山东玲珑橡胶有限公司名列其中。入选企业在未来两年内可享受国家、省里出台的各项扶持政策, 有利于进一步提高企业知名度, 增强企业在国内和国际市场的竞争力。

近年来, 山东玲珑橡胶有限公司非常注重自主出口品牌的建设, 不断加大投入力度, 企业产品在国内外市场享有很高的知名度。此次入选, 山东玲珑橡胶有限公司的知名度得到进一步提高, 为企业进入商务部“重点培育和发展的出口品牌”的评选打下坚实的基础。

刘纯宝 刘世强

3.15 双星倡导环保消费

在以“消费与环境”为主题的 2006 年“3.15”消费者权益保护日前夕, 双星集团推出的一系列新款环保鞋产品, 再次引领了环保消费潮流, 受到了消费者的欢迎。

3.15 期间(3 月 11 ~ 12 日), 双星集团按照青岛市技术监督部门的部署, 在青岛市利群商厦和佳世客商厦门前展开 3.15 咨询服务活动, 公开接受顾客的监督及投诉。同时, 全国各大城市的 60 多个双星经营公司行动起来, 走上街头, 促销的同时并号召市民保护环境、节约能源; 企业要争做“资源节约型”、“环境友好型”企业, 促进建设社会主义和谐社会, 促进人与自然和谐相处。

作为中国制鞋行业排头兵的双星集团, 早在前几年, 就提出了“月月都是质量月, 天天都是 3.15”的承诺。尤其是今年, 为提高全体双星人的质量意识, 又将 2006 年确定为双星“质量年”, 将其