

海外消息

日本合成橡胶界 重视发展高功能产品

2004 年,日本合成橡胶的生产和销售都达到创记录的新高。2005 年,尽管增长率有所减缓,但市场仍保持强势。据日本合成橡胶工业协会(JRMI)统计,2004 年日本合成橡胶总产量为 161.6 万 t,其中丁苯橡胶(SBR)为 71.15 万 t,同比增长 4.1%;丁腈橡胶(NBR)10.51 万 t,增长 7.4%;顺丁橡胶(BR)28.31 万 t,下降 1.4%;氯丁橡胶(CB)9.96 万 t,增长 4.8%;乙丙橡胶(EPT)20.89 万 t,增长 2.1%,其他橡胶 20.79 万 t,下降 0.7%。2005 年上半年日本合成橡胶总产量为 79.95 万 t。除 EPT 外,2005 年各品种同比都有不同程度的增长。

日本合成橡胶企业聚焦高功能、专用级产品和提高生产效率,大力加强生产经营基地。例如,日本合成橡胶工业公司(JSR)2005 年底扩大了高性能轮胎用溶聚丁苯橡胶的生产,并将重点放在发展热塑性弹性体新品上。该公司特别推出商品名为 Excelink 的热塑性聚烯烃(TPO)。此产品具有独特的耐磨性能,作为硫化胶和聚氨酯的取代品,主要在汽车部件方面得到推广应用。又如,瑞翁公司(zeon)是全球轮胎专用耐油橡胶(包括加氢丁腈橡胶 Zetpol)的主要生产企业。该公司现正在中国扩展经营业务。2004 年春,该公司在中国建的当地汽车厂用有机硅橡胶复合材料装置投产后,当年夏季又紧接着在广州建成 OMB(炭黑母炼胶)合资企业,生产耐油丁腈橡胶和氯醇橡胶。日本旭化成公司加快发展 TPE 业务和消除其溶聚丁苯橡胶生产中的薄弱环节。上述橡胶在绿色轮胎等产品的用量在增长。该公司在日本溶聚丁苯橡胶生产中居领先地位,2004 年已将技术转让给中石化。此外,其在国内 TPS(热塑

性聚苯乙烯类)市场中占有最大份额。目前,该公司正在扩大包括 S.O.E.(合成聚烯烃弹性体)等在内的烯烃基产品系列。日本的东曹和电化两家公司正在集中精力发展氯丁橡胶。除氯丁橡胶外,东曹还加快发展氯磺化聚乙烯耐候性橡胶和优化烷基氯磺化聚乙烯“Extos”产品品种。电化公司重点发展乙烯、醋酸乙烯和丙烯酸酯的聚合物(Denka ER),这是一种特种橡胶产品,具有优异的耐热和耐油性能,主要用于生产胶管、密封圈和其他与发动机有关的配件。

钱伯章

朗盛 2006 年开门红

朗盛集团 2006 财务年度开局良好,今年 1~3 月常规业务范围内的利税及折旧前收入实现了两位数的同比增长,增加了 13.3%,达到 2.05 亿欧元,而 2005 年第一季度为 1.81 亿欧元。常规业务范围内的利税和折旧前收入边际率为 11.2%(上年同期为 10.5%)。常规业务范围内的利税和折旧前运营费用(EBIT)为 1.43 亿欧元,增幅高达 18.2%(上年同期为 1.21 亿欧元)。销售增长 6.2%,达到 18.36 亿欧元(上年同期为 17.29 亿欧元)。

朗盛董事会主席贺德满(Dr. Axel C. Heitmann)博士表示:“今年头三个月的收益,为我们实现 2006 年全年目标打下了坚实的基础。”第一季度的净收入显著提高,从去年同期的 7000 万欧元增加到 8200 万欧元,而资本支出却下降了 1/3,仅为 3700 万欧元(去年同期为 5100 万欧元)。

1 各地区的业务发展态势

在包括欧洲(德国除外)、中东和非洲的 EMEA 地区,朗盛集团的销售额为 6.19 亿欧元,仅下降了 3.3%(去年同期为 6.4 亿欧元),而德国国内的业务发展相当可观,销售额提高了 6.9%,达到 4.17 亿欧元(去年同期为 3.9 亿欧元)。在美洲地区,朗盛集团的销售增加了 10.7%,达到 4.97 亿欧元(去年同期为 4.49 亿欧元)。在亚太地区不断的经济增长驱动下,公司在该地区的销售猛增了 21.2%,达到 3.03 亿欧元(去年同期为 2.5 亿欧元)。中国市场的销售额飙升 40%。亚太地区在集团销售中所占份额从去

年同期的14.5%上升到今年的16.5%。

2 橡胶产品领域业绩显著

高性能橡胶产品的销售增长显著,销售额攀升11.7%,达到4.38亿欧元(去年同期为3.92亿欧元)。由于能源和原材料,特别是丁二烯和异丁烯的成本增加,导致公司全线产品的价格都有所上涨。常规业务范围内的利税及折旧前收入增长了26.8%,达到7100万欧元(去年同期为5600万欧元)。收益的改善还要归功于成本压缩和效率提升。此业务板块的收入边际率增加了1.9个百分点,达到16.2%。朗盛的产品供货定价将继续依据原材料和能源采购价格作相应调整。

高性能化学品业务板块的销售收入增加了8.2%,达到5.17亿欧元(去年同期4.78亿欧元),销售价格的提高补偿了销售量上的轻微下降。这一领域内几乎所有的业务部门的产品价格都提高了,而与此同时,橡胶化学品和皮革业务部门实现了销量的增长。纺织化学品业务部门销量显著下降,特别是在欧洲和日本。常规业务范围内的利税和折旧前收入增加了19.0%,达到6900万欧元(去年同期为5800万欧元),主要归功于橡胶化学品和皮革化学品业务部门的增长。这一领域内,常规业务范围内的利税和折旧前收入边际率提高了1.2个百分点,达到13.3%。

3 全年前景展望

朗盛集团希望2006年全年世界经济保持良好的增长速度,为化工行业提供积极的发展环境。原材料和能源价格在高位波动仍将是影响因素之一。和以往一样,朗盛集团在对其产品定价时将继续考虑这些因素。

朗盛业已开始的企业转型行将继续。重组计划已经产生重大成效,并将继续快速实施相继步骤。在业务积极发展的态势下,朗盛预计2006年全年集团常规业务范围内的利税和折旧前收入将提高到6.4~6.8亿欧元之间,而2005财政年度仅为5.81亿欧元。朗盛集团首席执行官表示:“在2004年销售量计算的基础上,我们今年的目标在9%~10%利润率浮动范围的高端。”作为坚持不懈执行“价格优于销量”策略的结果,朗盛集团预计,企业在不间断运转的前提下将实现适度的增长。2006年资本支出将处于2.5~2.7亿欧元左右,略高于去年水平。

陈 琛

米其林计划在印度生产轮胎

据印度新德里的《电报(The Telegraph)》报道,法国轮胎制造厂米其林集团已宣布,它将继续执行在印度建立一家为公共汽车、卡车和轿车生产子午线轮胎工厂的计划。

米其林公司在早些时候与印度阿波罗轮胎制定了类似的计划。

米其林印度公司的CEO Herve表示:“我们有意在印度建立一家为公共汽车、卡车和轿车生产子午线轮胎工厂的计划并将密切关注这一市场的增长。之所以决定在这里建立这一工厂完全是市场的驱动,因此我们原来的计划没有变化。”他拒绝透露有关建厂的任何时间规划。

目前,米其林印度公司从其中国和泰国的生产企业进口轮胎。

胡春林

北美橡胶行业调整布局 应对生产成本上涨

燃料、电力、原材料涨价,使企业组织生产的成本陡升。为了继续生存下去,美国橡胶企业各施各法,纷纷行动起来减人、减债、增效。

西川标准公司(Nishikawa Standard Co.)计划将现有的三家厂合并成两家,削减管理人员。具体做法是2007年秋关闭印第安纳州New Haven厂,将该厂的工人及设备搬迁到同在印第安纳州的Topeka厂及Bremen厂,以便节约企业经营成本。

西川标准公司主要生产汽车门窗挡风雨胶条,今后的核心业务是挤出型材。上述三家厂均位于印第安纳州东北部,彼此相隔大约60~65英里。

如果说西川标准公司实行的是内部收缩式整合,那俄亥俄州优等混炼胶公司(Preferred Rubber Compounding Corp.)执行的则是外部扩张式整合。该公司通过收购联合橡胶公司(Associated Rubber Co.),进而对两家企业的销售渠道、生产设备、产品品种进行优势整合,以降低经营成本,从地理覆盖范围到产品品种方面扩大服务,向客户提供更多的服务项目和专利产品。