

海外市场

2006 年欧洲和美国炭黑市场规模

2006 年欧洲炭黑市场的规模约 11.79 亿欧元。预计 2013 年达到 20 亿欧元。这相当于, 2006 年为 205 万 t, 2013 年为 250 万 t。而且炭黑价格也在逐步走高, 从 2003 年每吨 452 欧元, 升到 2006 年的 575 欧元, 2008 年有望达到 635 欧元。

欧洲炭黑市场中有 18.5% 来自俄罗斯和埃及等国家, 大部分炭黑由卡博特、德固赛和哥伦比亚三大炭黑制造商生产。但更多小公司的炭黑越来越多的进入欧洲市场。因此, 三大炭黑制造商希望能签订长期价格合同。如卡博特与固特异, 德固赛与米其林都签有这样的合同。

2006 年美国炭黑市场的规模约 12.5 亿美元, 合 9.2 亿欧元。 杨 静

美国安全套市场年均增长 2.2%

近年来, 美国安全套市场一直以持续稳定增长而越来越成熟。尽管推广性病知识及安全套使用优点的公共教育一直以来都是推动市场的主要动力, 然而最近美国政府推行的禁欲政策却有可能影响到该市场的发展。

身为消费者产品市场调查的领导者, 拥有 30 年以上经历的美国市调公司 Packaged Facts 公司(总部设在纽约州), 详尽地调查与分析美国安全套市场, 并出版了最新调查报告书“Condoms in the U.S.”。

Packaged Facts 在调查报告书中说, 在 2010 年前, 美国安全套市场销售额每年平均有 2.2% 的增长, 亦即从 2006 年的 4.09 亿美元增加到 4.44 亿美元。2005 年美国安全套市场销售额为 3.983 亿美元, 比 2004 年增长 2.8%。

调查发现, 美国安全套市场有 2/3 的销售额来自情趣, 只有 1/3 是来自避孕或预防性病。直销女用安全套已经对市场销售产生影响。

性情趣用品将在超市货架上与计划生育用品争夺市场。设计新颖的安全套已经找到了消费群体, 并在增长其销售额。情趣设计加上产品知名度正在加深消费者对安全套的认识, 并减少他们的顾虑, 这将有助于市场销售额的增长。

艾 虎

印度第二季度天然橡胶产量下降

据印度《经济时报》报道, 今年 4~6 月, 印度的天然橡胶产量为 16.42 万 t, 同比下降 2.7%, 而去年同期的产量为 16.87 万 t。从 6 月份开始进入雨季, 生产进入农闲季节, 而印度的天然橡胶消耗量与去年同期相比却增长了 2%。今年一季度, 印度天然橡胶的消费量为 19.82 万 t, 而去年同期为 19.44 万 t。在此期间, 轮胎业的天然橡胶消耗量为 11.54 万 t, 比去年同期上升了 2.6%。非轮胎业的天然橡胶消费量增加了 0.97%, 为 8.28 万 t。今年一季度, 印度橡胶进口量也创下新高, 进口 2.31 万 t, 比去年同期的 1.64 万 t 增加了 41.2%。今年一季度, 印度天然橡胶出口量下降到 9240t, 而去年同期的出口量为 2.26 万 t。

郭 轶

东洋公司再次提高产品售价

东洋轮胎美国公司近日宣布, 将提高载重轮胎产品售价, 上涨幅度为 3.5%, 实施时间为 2007 年 10 月 1 日。公司作此决定主要是由于原材料、能源和交通费用方面成本的增加。该公司曾于 2007 年 5 月 1 日提高过载重汽车轮胎售价, 上涨幅度为 5%。

苏 博

俄罗斯合成橡胶和轮胎产量增加

俄罗斯工业与能源部提供的数据表明, 今年上半年俄罗斯的橡胶和塑料制品产量同比增加 21.5%。其中, 合成橡胶产量增长 3%, 达到 72 万 t; 卡车轮胎的产量增长 6.5%, 达到 650 万条; 轿车轮胎的产量增长 5.4%, 达到 1650 万条。

郭 毅