

公司等著名企业提供原配轮胎产品。

正新公司还针对软路面、硬路面及介于两者之间的路面和砂地路面推出了全系列越野摩托车轮胎。

正新公司不断加强其在英国的草地轮胎、沙滩轮胎、二轮驱动车轮胎、轿车轮胎等产品的营销管理,以提高其轿车轮胎、SUV车辆轮胎、4×4驱动车辆轮胎的市场份额。

苏博

## 巨型工程机械轮胎投资注意规避风险

毋庸置疑,2005年年底全球性巨型工程机械轮胎短缺达到巅峰给我国轮胎工业,也给投资者带来了机会。但并不是每一次机会都可以获得预期收益,我们必须谨记“投资有风险,入市须谨慎”的告诫。

首先,巨型工程机械轮胎的风险来自其销售量非常有限。目前全球每年非公路工程机械轮胎销售量仅占轮胎总销售量的5%,巨型工程机械轮胎销售量不到0.3%。工程机械轮胎市场是一个典型的狭窄细分市场,在国外通常被称作“an inch market”。货多价贱,劣品无市,这是常规道理。当产能远大于市场需求量时,最先死亡的必然是制造水平低下、产品质量不过关的企业。

其次,巨型全钢工程机械子午线轮胎的风险来自高技术含量。巨型全钢工程机械子午线轮胎项目开展不好会出现有样品无产品、有产品无商品的局面,这也是世界三大轮胎巨头(米其林、普利司通和固特异)压着步子扩产的重要原因。

再次,巨型工程机械轮胎的风险来自需要有特殊营销体系支撑。世界每一座矿山的路况、气候可以说无一完全相同。例如国外某品牌巨型工程机械轮胎进入我国矿山,先后派出5批工程技术人员实地考察,甚至检测矿区道路表面的PH值,3次修改轮胎胶料配方,调整轮胎结构,历时3年才克服了“水土不服”之症。此外,拆装一条巨型工程机械轮胎需要8h就地修补服务,提供个性化的就地服务,保持到位的售后跟踪及持续改进产品质量是巨型工程机械轮胎营销不可缺少的举措。如果没有这些服务作保障,占领的市场也维持不久。

可见,无论是已经进入还是没有进入巨型工程机械轮胎领域的企业在面对机会时,多深入研究、规避风险、讲究技巧是必须的功课。希望我国轮胎企业在不缺乏勇气时,更多地做好可行性研究,树立科学的发展观,不要盲目跟进。

邓海燕

## 玲珑集团出口创汇开门红

玲珑集团采取多项措施促进出口创汇,2008年1月份出口轮胎数量和出口创汇额分别比2007年同期增长51.5%和82.8%,创历史最高水平。

2008年以来,玲珑集团以全新的思路开拓国际市场。集团首先把营销体系建设作为切入点,建立健全绩效考核激励机制,激发营销活力。其次,着力打造全方位、多渠道、交叉式、立体型的销售新格局,充分利用展会、展览、展示多项平台,宣传企业科技含量高、附加值高的产品,提高市场占有率。另外,选择适合的经销代理商并结成长期合作伙伴,以建立市场支撑点,拓展出口渠道,提高出口产品在国际市场上的竞争力。

刘纯宝

## 安驰公司子午线轮胎工程技术研究中心成立

日前,山东安驰轮胎有限公司子午线轮胎工程技术研究中心成立,诸城市科技局为中心授牌。

作为国内专业生产和销售全钢子午线轮胎的企业,安驰公司将创新作为企业持续发展的源泉和动力,在与北京橡胶工业研究设计院密切合作中,建立了子午线轮胎工程技术研究中心,安驰公司由此从单纯轮胎生产转变为集轮胎生产、科研于一体的现代化企业。依托工程技术研究中心的支撑,公司将继续做大做强子午线轮胎产业,到2012年力争使全钢子午线轮胎产能达到120万套,半钢轻型载重子午线轮胎产能达500万套,实现主营业务收入30亿元。

王旭涛