

(续表1)

| 标准编号            | 标准名称       | 标准主要内容                                                                                                                | 代替标准            |
|-----------------|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| HG/T 4403—2012  | 翻新轮胎气压检查机  | 本标准规定了翻新轮胎气压检查机的术语和定义、型号和基本参数、要求、试验、检验规则、标志、包装、运输和贮存。<br>本标准适用于用气压检查法检查轮胎轮辋名义直径为15~22.5英寸(381.0~571.5 mm)的翻新轮胎的气压检查机。 |                 |
| JC/T 645—2012   | 三元丁橡胶防水卷材  | 本标准规定了三元丁橡胶防水卷材的术语和定义、分类、一般要求、技术要求、试验方法、检验规则、包装、标志、贮存和运输等。<br>本标准适用于三元丁橡胶防水卷材。                                        | JC/T 645—1996   |
| FZ/T 55001—2012 | 锦纶6浸胶力胎帘子布 | 本标准规定了锦纶6浸胶力胎帘子布的术语和定义、产品组织规格、技术要求、试验方法、检验规则、标志、包装、运输、贮存。<br>本标准适用于制造力车胎、电瓶车胎、摩托车胎所用的锦纶6浸胶力胎帘子布品质的鉴定和验收。              | FZ/T 55001—1999 |

程 絮

## 我国替换轮胎市场形势不乐观

2012年我国轮胎销售困难,销售量和销售价格逐月走低,库存量大,周转缓慢,实际利润下降,甚至出现亏损。目前,形势仍不乐观,高库存和低销量依然是替换轮胎市场的主流态势。

2012年第1季度轮胎销售情况正常,但第2季度后销售量开始下滑。虽然从第4季度开始国内经济形势有所好转,但轮胎终端销售无大起色。总之,2012年轮胎经销商及用户信心不足,观望、等待心理预期较大,市场比较冷清;因库存积压,经销商面临的问题是:欠债增多,资金安全系数降低,销售货款回笼缓慢,资金断链风险加大;利润缩水,常规产品竞争日趋激烈,降价促销,进价和销价形成利差。

近期,我国轮胎企业产能不断释放,结构性产能过剩,产品同质化现象严重,导致替换轮胎市场竞争白热化,普利司通等国外品牌以及国内主要品牌轮胎出厂价均有不同幅度下调,以求进一步扩大替换轮胎市场份额。轮胎企业促销方式繁多,名目有季度奖、全年合同兑现奖、指定促销规格、一步到位价、买赠活动等。轮胎企业之间的竞争,首当其冲波及到一级轮胎经销商。因轮胎出厂价下调,在2012年第1和第2季度持续进货的轮胎经销商效益受到极大影响。尤其是第3和第4季度,一级经销商迫于库存压力,急于回笼资金,纷纷采取降价促销

措施,但终端零售商并未因此大量进货,而是以零星补货为主;同时一级经销商虽有进货行为,但只是按照任务量购入,其购入量相比往年已经缩水不少,且并未完全达成真正的销售,无形中抬高了库存占用资金。

除激烈的市场竞争外,一些新的销售模式,如产品直销、网络销售也给生产企业和经销商带来了冲击,迫使生产企业和经销商及时转型,提高快速反应能力。目前已有部分生产企业和经销商加大直营店建设力度。一些经销商为了提高生存能力,还采取了扩大库容、轮胎配送、售后服务等应对方法,实际上是为生产企业提供“销地存”,以便于从仓库提货,直接运送到终端用户。

尽管杂牌、不知名品牌和质量不稳定的轮胎充斥市场,但销售稳定的还是知名品牌轮胎。知名品牌轮胎质量好,经营贴近市场,得到终端用户的认可,客户忠诚度相对稳定。目前多数轮胎用户已形成理性消费理念,越来越青睐知名品牌,知名品牌轮胎的销售越来越好。因此,当前的轮胎市场竞争已经转变成品牌建设基础上综合实力的竞争。

目前,轮胎经销商的库存压力普遍较大,首要任务是去库存化。按当前用户的采购心理和行为,库存消化需要较长时间。业内人士预测,我国轮胎市场供大于求局面还会保持较长时间,轮胎企业和经销商均面临着重新洗牌的挑战。替换轮胎市场的经销商将强者愈强,弱者淘汰。

陈维芳