

(1) 开发市场容量较大的新型花纹轮胎。

(2) 开发适应不同地区使用条件的专用轮胎,对于路况较好(高等级公路、高速公路)的地区,要求轮胎具有良好的高速性能;对于车辆超载严重而路况一般的地区,要求轮胎具有较高的承载能力及良好的耐磨性能。

(3) 轮胎生产企业要做好如何正确使用轮胎的指导工作,印制使用说明书,在胎侧表面标明充气压力和使用负荷,模刻安全警示的内容,以使轮胎用户严格按照要求使用和保养轮胎,提高行驶安全性。

2.2 轮胎外观质量

佳通、东洋、固特异等国外品牌的轮胎及国内知名企业的轮胎均包装精美,筒包装条色彩鲜明,不仅可防止灰尘,而且使轮胎无变色、无老化现象,轮胎表面光洁,商标字体和花纹线条清晰,深受经销商的欢迎。

相比之下,国内的部分轮胎企业对轮胎外观质量不够重视,轮胎的花纹、商标和字体几十年不变,包装不好甚至没有包装,轮胎露天堆放,日晒、风吹、雨淋导致轮胎表面变色、有灰尘、胎里积水,而且由于生产条件简陋,轮胎常会产生缺胶、重皮、裂口、花纹圆角、胎里裂纹和凹凸不平等缺陷,因此轮胎从外观上就失去了与国外品牌轮胎的竞争力。

2.3 配套的内胎和垫带质量

一些轮胎企业对内胎和垫带的质量不够重视,经常出现由于内胎或垫带质量问题影响轮胎使用性能的现象。IIR内胎具有良好的气密性、耐热和耐老化性,可使轮胎避免由于内胎空气泄漏而导致的充气压力降低。

我国轮胎行业提出内胎丁基化的要求已经有多年,但由于IIR内胎的制造技术复杂、要求高、成本比NR内胎高,而且一些轮胎企业和交通运输部门对高质量内胎可提高轮胎整体性能、提高运输效率的认识不够充分,实施过程举

步维艰。

3 营销人员的整体素质有待提高

随着运输经营体制的变化,车辆承包商和个体车主决定轮胎的购买、装配、维护、保养、翻修、报废等,车辆往往超载、超速、超长距离连续行驶,轮胎充气压力过高或过低,因此影响轮胎的使用性能和寿命。

针对这种情况,应在轮胎销售中加强技术服务,并传授轮胎使用、保养和维修的专业知识,因此要求轮胎营销人员不仅要具有良好的营销技能,而且要熟悉汽车行车机构的知识、轮胎制造工艺及产品质量的有关标准,以便为用户提供技术服务和咨询。另外,营销人员还要切实做好包括轮胎市场现状、发展趋势、不同品牌轮胎的质量、价格和销售量等在内的市场信息反馈工作,使企业能及时开发、组织、安排和生产适销对路的产品,以占领市场。

4 宣传力度有待加强

国外大轮胎公司不仅非常重视产品质量及售后服务,而且非常重视其品牌的宣传,采取各种措施扩大品牌的知名度,树立品牌良好的形象。知名的品牌可以赢得用户,增大市场份额和利润。而我国多数轮胎企业的产品宣传力度小,重视不够,投入的宣传费用不足。

5 结语

国内轮胎企业应寻求共同发展的道路,要规范各自的市场行为,反对价格战,避免恶性竞争,对不具备或不完全具备条件生产合格产品的轮胎企业,实行关、停、并、转。企业只有重质量、守信誉、提供优良服务、创优质名牌,才能在市场中求得生存和发展。

收稿日期:2000-12-18

轮胎硫化罐工艺改造

中图分类号:TQ330.4+7 文献标识码:D

轮胎采用硫化罐硫化工艺,占地面积小,投资少、见效快,但劳动强度大、硫化周期长,满罐

冷却又浪费时间和水,而且硫化罐硫化介质的控制上也存在着波动大、不直观和不易掌握等问题。为此,我公司对现有硫化罐进行了工艺工装改造。