

加快发展轮胎出口的战略性思考

郝章程

(河北轮胎有限责任公司,河北 邢台 054019)

摘要:阐述了我国轮胎出口发展现状、出口市场存在问题及加入 WTO 对我国轮胎出口的影响。提出了宜采取的措施:提高轮胎出口产品的市场竞争能力;优化对外贸易形式,多元化开拓国际市场;加强行业协调管理,切实落实扶持政策。

关键词:轮胎;出口;现状

中图分类号: TQ336;F752.62 **文献标识码:** B **文章编号:** 1006-8171(2001)08-0467-04

1 我国轮胎出口发展现状

1952 年,我国轮胎开始出口,出口量仅为 1.6 万条,占轮胎总产量的 3.8%。1988 年,我国轮胎行业开始面向国际市场,出口创汇取得了显著成效,特别是自 1996 年以来,轮胎企业普遍加大了轮胎出口力度,坚持国内和国外两个市场一起抓的营销策略,在国内市场竞争激烈、严重供大于求的情况下,使轮胎出口保持了强劲的增长势头。近几年我国轮胎出口情况见表 1。

表 1 我国轮胎出口情况

项 目	1997 年	1998 年	1999 年	2000 年
出口交货量/万条	849	1 244	1 880	2 426
同比增长率/%	10.0	46.0	43.7	31.0
占产量比率/%	13.7	18.3	24.9	38.1
出口交货值/亿元	38.66	42.04	55.01	75.70
同比增长率/%	11.30	8.75	31.00	38.40

目前,我国出口轮胎品种已从斜交轮胎发展到子午线轮胎,主要包括载重子午线轮胎、轿车子午线轮胎、轻载子午线轮胎、工程机械轮胎、载重斜交轮胎、轿车斜交轮胎、轻载斜交轮胎、农业轮胎等八大系列近 800 个规格。其中,载重斜交轮胎、农业轮胎、轿车子午线轮胎、载重子午线轮胎等以每年 50%~60% 的速度增长,轻载子午线轮胎则以每年翻一番的高速增

长。这与调整产品结构、加快子午线轮胎发展速度的轮胎产业政策完全相符。

出口增长的主要原因是:

- (1) 国家出口退税率经过几次调整,目前已提高到 15%;
- (2) 货款回收困难,从而转向外销;
- (3) 轮胎产品质量提高和价格低廉赢得外商青睐。
- (4) 越来越多的企业取得了出口自营权,取消了中间环节,提高了出口积极性;
- (5) 通过参加各种展览会,使企业拓宽了贸易渠道。

轮胎出口产品生产企业不仅包括外商独资企业与合资企业(统称为“外资企业”)、国有大中型企业,也包括小轮胎企业。外资企业实力雄厚,发展形势良好,出口额大于国有企业;国有大中型企业的轮胎出口量增势迅猛,欲与外资企业一争高低;小轮胎企业也想在国际市场上分一杯羹。

由于外资的大量涌入,外资轮胎企业数量不断增多,占全国轮胎企业数的比例已达到 23%,其生产规模也不断扩大,占全国轮胎总生产能力的 35%。其中,外商独资或外商控股的企业数占全国轮胎企业数的 17%,已形成的生产能力占全国轮胎总生产能力的 30%。外资企业多以生产半钢轻载、轿车子午线轮胎为主,但有相当一部分外资企业扩大了原有斜交轮胎的生产能力,甚至还建立了新的斜交轮胎生产

作者简介:郝章程(1971-),男,河北邢台人,河北轮胎有限责任公司,主要从事企业对外宣传工作。

线,这严重违反了国家轮胎产业政策。

目前,已有安徽佳通轮胎有限公司、杭州中策橡胶有限公司和银川中策(长城)橡胶有限公司等10余家企业生产轮胎外销产品,主要以子午线轮胎和载重、轻载斜交轮胎为主。出口量占全国轮胎总出口量的40%左右,其中子午线轮胎占全国子午线轮胎总出口量的60%;轻载子午线轮胎占全国轻载子午线轮胎总出口量的比例高达65%。尽管如此,出口量根本没有达到合资或独资企业章程中规定的比例,大部分企业的产品在国内市场上销售了。

拥有自营进出口权的国有企业有10余家。面对迅速发展的外资企业和如雨后春笋般出现的小轮胎企业的冲击,国有大中型企业依靠国家给予的鼓励出口的有关政策,抓住出口发展的良机,加大出口力度,不断扩大自营出口的比例,逐步形成了自己的销售代理和销售网络,并通过专业外贸公司以代理、收购等方式将产品出口。其出口产品也以子午线轮胎和载重、轻载斜交轮胎为主,子午线轮胎出口量占全国子午线轮胎总出口量的30%,载重和轻载斜交轮胎的出口量占全国斜交轮胎总出口量的比例超过50%。

小轮胎企业由于机制和经营灵活,同时受地方保护主义的影响,近几年的发展速度很快。但绝大多数小轮胎企业没有自营进出口权,虽然以一般贸易或外贸公司代理、收购方式出口轮胎的成本较高,但由于企业负担小、生产成本低,轮胎出口仍然有利可图。出口产品多以农业轮胎为主,出口量占全国农业轮胎总出口量的比例超过70%,此外还出口一部分其它斜交轮胎,抢占部分海外市场。

2 我国轮胎出口存在的问题

2.1 轮胎出口市场过分集中

我国轮胎出口市场过分集中于传统市场,即东南亚、中东、非洲和拉美等第三世界国家,出口量占全国轮胎总出口量的70%左右,对北美、欧盟、澳洲等地区的出口量仅占30%左右。

全国轮胎出口额总值虽然已由1998年的38亿元增加到2000年的75亿元,基本上翻了

一番;出口交货量也由849万条增加到2400万条,增长近2倍,但是这种出口量的快速增长主要缘于对传统市场出口规模的扩大。由于对传统市场比较熟悉,因此传统市场发展比较稳定,出口增幅和比例逐步提高,而对北美、欧洲和澳洲等市场的开拓力度不够,没有搞好深度开发,因此发展的波动较大。

2000年,轮胎出口量在150万条以上的大宗出口商品主要是轿车子午线轮胎、载重斜交轮胎、轻载斜交轮胎和农业轮胎,出口量占轮胎总出口量的近80%,主要集中在传统市场,而对新市场、重点开拓市场的出口规模不大。

2.2 出口产品档次和价格较低

我国的轮胎产品在经济规模、产品精度和高科技含量及花色品种方面与发达国家相比有着很大的差距,出口的轮胎仍以技术含量不高、在发达国家已经停止或很少生产的斜交轮胎为主。国际市场上斜交轮胎的竞争主要是我国国内生产企业之间的竞争,这使部分企业为争夺出口市场而不顾生产成本,相互杀价,导致出口产品始终处于低价位。

据统计,2000年每条载重斜交轮胎的出口价格差最高可达100元。我国轮胎外贸出口的增长主要是靠扩大出口数量来实现的,尽管近几年我国轮胎的出口量增长了2倍多,但交货值仅增长了1倍。

2.3 我国轮胎出口的不利因素

(1)由于亚洲金融危机的影响,国际市场需求萎缩,初级产品价格大幅度下降,严重制约了我国出口市场的发展。

(2)一些国家为了改善国际收支状况,减少了进口,并采取各种措施提高贸易保护壁垒,如实施许可证制度、增加反倾销起诉、实行进口配额、推迟降低关税等,使我国轮胎出口市场受到高关税的不利影响。

美国海关对进口轮胎实行按质量累进计税,税率为5%;欧共体和澳大利亚的轮胎进口关税分别为5%~8%和25%;韩国的轮胎进口关税为35%;东南亚的轮胎进口关税为37%左右;埃及的轮胎进口关税为27%等。另外,欧元启动及贬值,使欧元区内贸易成本下降,贸易

量增大;北美自由贸易区向拉美地区扩张,也造成了我国对美洲贸易额的减少。

(3)随着全球经济一体化进程的加快,我国轮胎产品要走向世界,抢占国际市场,还必须遵循国际或发达国家的有关惯例。一是产品认证标准,众所周知的有美国交通部的 DOT 标准和欧洲的 ECE 标准。二是相关的质量认证标准。只有通过相关的质量标准,才能取得进军国际市场的通行证。

国际上通行并认可的是 ISO 9000 系列标准(美国汽车工业三大巨头——克莱斯勒、福特、通用 3 家公司联合推出的标准),再就是 QS 9000 和 VDA6.1 质量体系认证(德国大众公司推出的标准)。虽然这两个标准是汽车行业对汽车制造和零部件供应商的专用标准,为当今汽车工业层次最高的体系认证依据,但各大汽车公司也纷纷要求轮胎企业通过 QS 9000 和 VDA6.1 质量体系认证。

对轮胎出口企业而言,若想使其产品与当今世界名牌汽车配套,只有在企业的质量保证体系通过 ISO 9000 标准的基础上,申请并通过比 ISO 9000 标准要求更严、标准更高的 QS 9000 和 VDA6.1 质量体系认证,因此工作难度进一步加大。

3 加入 WTO 对我国轮胎出口的影响

加入 WTO 对我国轮胎出口的有利影响为:

(1)实现了贸易自由化,解决了贸易壁垒和技术壁垒问题,使国内轮胎企业可以在平等条件下与国外厂商开展竞争。

(2)关税将大幅度降低,有利于轮胎生产企业的产品出口。

(3)降低橡胶进口关税和取消配额许可证,有利于降低材料采购成本,提高轮胎产品的竞争力。

加入 WTO 对我国轮胎出口的不利影响表现在:

(1)我国橡胶资源的 50 % 需要进口,而进口 NR 的关税降低幅度很小,因此会影响我国轮胎企业降低成本的幅度,减小利润空间,使其

创汇能力减弱。

(2)汽车轮胎关税降低和许可证的取消,会使国外轮胎大量涌入国内,挤占本已饱和的国内市场,使国内市场产能更加过剩,对产品出口造成了更大的压力。

(3)汽车关税大幅度降低,汽车价格的下跌必然会对配套轮胎价格的上扬产生压力,令轮胎生产企业左右为难。

4 宜采取的措施

面对我国轮胎出口市场存在的问题和加入 WTO 的不利影响,轮胎行业应早做准备,采取有效措施,努力实现轮胎产品出口由主要依靠规模扩张和数量增长向主要依靠质量和效益的根本性转变。

4.1 提高轮胎出口产品的竞争能力

(1)轮胎生产企业应巩固传统产品的出口优势,依靠技术进步,积极改进产品结构、工艺、配方设计,提高产品质量,降低生产成本;积极开发新产品,增加产品品种和产品储备,提高科技含量;加快高技术含量、高附加值、高市场占有率和高经济效益的子午线轮胎产品的科研攻关步伐,提高出口轮胎的质量、档次和竞争能力。

(2)加强生产管理,积极开展质量体系认证和产品认证,改变原有的质量管理形式,加强基础管理工作,加快与国际市场接轨的步伐,尽快取得通往国际市场的通行证。

(3)推进名牌战略,增强商标意识和名牌意识。轮胎出口企业应将出口产品商标在国外注册,并把名优产品推向国际市场。

4.2 多元化开拓国际市场

注重发挥我国轮胎的市场、劳动力、加工能力、资源和科学技术水平方面的优势,努力实施出口市场多元化战略,在巩固和扩大中东、东南亚等传统市场的同时,大力开拓欧美市场,并积极开发非洲、拉美和南太平洋市场,扩大对非传统市场的出口比例,初步形成出口市场的多元化格局。

(1)找准市场定位,搞好市场调整,深入了解和认真研究国际市场的基本特点和行情、国

际经济普遍运作规则以及各个国家和地区的市场具体特点,并针对不同市场采取不同的开拓方法:对欧美等消费市场,主要应发展全钢载重子午线轮胎,特别是无内胎子午线轮胎的出口,并吸引其资金和技术,搞好合资、合作,以更好地提高出口产品的质量和规模;对东南亚等资源市场,应搞好进出口市场的相互结合,扩大进口,促进出口,有条件的企业甚至可以到当地开办加工企业并进行资源开发;对中东、拉美和非洲市场,应建立一批商品分拨中心,即中转站,不断扩大经济贸易与合作的渠道。

(2)多组织小型专业化出国考察团,有计划地在一些地区,特别是新市场举办有影响力的展销会、洽谈会,以加强海外营销网络的建设,加大轮胎出口推销力度。

(3)加快信息化建设步伐,建立市场信息收集、反馈系统,鼓励各出口企业发展电子商务等新型贸易方式,增加贸易机会。同时使外贸出口逐步由中间商向最终用户靠拢,减少中间环节,扩大出口规模,提高出口效益。

(4)加强轮胎出口组织协调工作,行业主管部门应搞好对出口企业的外销服务,并进行价格协调,保护国家利益和集体利益,避免出现倾销指控。企业更要加强财务管理,严格成本核算,贯彻“效益第一”的原则,进行最低限价动态管理。

4.3 切实落实扶持政策

轮胎出口企业的生存和发展离不开国家政策的扶持,行业主管部门的行政指导以及海关、商检、外汇管理、外贸、银行和税务等部门的支持和帮助。

(1)行业主管部门应加强外商投资企业出口工作的协调管理。虽然外商控股的轮胎企业在外资带动外贸出口方面发挥了一定作用,但还是应当严格按照原国家计委、国家经贸委和化工部《关于加强轮胎行业管理有关问题的通知》精神,规范其行为,其产品以外销为主。严格禁止合资生产斜交轮胎和扩大其生产能力,在新合资项目中,轮胎外销比例应与外商投资

比例保持一致。

(2)近年来,国家已经出台了一系列支持外贸出口的政策,采取了积极有效的措施,为自营出口企业扩大出口创造了良好的外部环境。如提高综合出口退税率、放宽企业申请进出口经营权的资格条件、对一般贸易出口贴息、积极推行封闭贷款、打包放款和票据贴现、取消子午线轮胎消费税等,在一定程度上减轻了企业的负担,提高了出口产品在国际市场上的竞争力,调动了企业出口创汇的积极性。同时国家集中力量开展了打击进出口环节的走私、骗汇和骗取出口退税等犯罪行为的专项斗争,维护了外贸出口的秩序,保护了合法经营,巩固和发展了外贸出口的好形势。

(3)国家金融部门应加大对轮胎出口企业的金融支持力度,优先安排并重点支持自营出口企业增加流动资金贷款,扩大出口信贷的适用范围,延长出口信贷期限。

针对目前出口环节手续多、进度慢等问题,海关、税务、外汇管理等部门应加强联系,采取函调或专人外调的形式,减少单证流转环节,简化出口环节管理手续,确保各环节不拖、不卡、不压。

有关部门应当取消或降低出口环节中的各种收费标准,以减轻企业负担。海关应当与企业联手积极探索进口核销的渠道和方法,加大进口核销低价原材料的力度,降低材料的采购成本,提高企业的经济效益,真正实现市场在外、原材料在外的目标。

5 结语

许多轮胎生产企业已经把扩大出口、积极开拓国内外市场和参与国内外市场的竞争作为在新世纪的重要的战略方针。只要国家鼓励出口的政策真正落到实处,轮胎企业在产品质量、企业管理和市场开拓等方面有所突破和创新,轮胎出口工作一定会迈上一个新的台阶。

收稿日期:2001-03-21