

把握自身实力 积极开拓市场 ——川橡集团有限公司子午线轮胎发展之路

余政纲,金建奎

(四川川橡集团有限公司,四川 简阳 641402)

摘要:介绍了四川川橡集团有限公司(简称川橡)子午线轮胎的发展道路。川橡依靠自身实力,准确把握市场,实施整体规划、分步实施、滚动发展的子午线轮胎发展战略,以 10 万套子午线轮胎生产线为基础,寻求逐步发展,2000 年微型车轮胎产量达到 32 万套,先后共开发出三大系列 20 余个规格品种产品,为川橡快速发展奠定了良好的基础。

关键词:子午线轮胎;发展;市场

中图分类号:F27 **文献标识码:**C **文章编号:**1006-8171(2001)12-0749-02

四川川橡集团有限公司(简称川橡)2000 年子午线轮胎生产呈现强劲增长势头,产量突破 35 万套,在行业内激起了不小的波澜。川橡以其目前的实力,子午线轮胎生产能力达到如此水平,并保持良好的经营态势,在当前低迷的轮胎市场中实属不易。纵观整个轮胎行业,川橡的规模不能与跨国公司在国内兴建的企业相比,同时与国内大型轮胎企业也存在一定差距。从理论上讲,川橡发展子午线轮胎并不具备先天条件,尽管如此,川橡仍以自身的艰苦努力,走出了一条具有川橡特色的子午线轮胎发展道路。

1 正确认识自身实力,把握市场脉搏,稳健发展

川橡前身为四川橡胶厂,建于 20 世纪 70 年代初期,主要生产防毒面具和胶鞋等,后与四川拖拉机总厂配套生产农业拖拉机轮胎,当时的技术水平低,产品品种单一,生产经营困难。进入 90 年代,随着国家产业结构的调整,大力提倡发展子午线轮胎、逐步控制斜交轮胎发展政策的出台,发展子午线轮胎成为川橡发展的

必由之路。然而,对于基础并不雄厚的川橡来说该如何发展?这就需要正确认识经济规模与规模效益之间的关系。所谓项目的经济规模是有特定前提条件的,对于一个生产项目,经济规模是指所有设备都充分发挥生产能力加上科学的管理和营销体系所能达到的最大生产能力。川橡子午线轮胎生产项目的经济规模是以四辊压延联动生产线 150 万套生产能力而定的。

川橡子午线轮胎现有 60 万套的生产能力,从纯理论角度来看,其生产规模同经济规模存在差距,但从川橡发展角度来看,其操作又是非常符合市场经济条件下的企业行为,产生了一定规模条件下的规模效益。

轮胎生产是一个高投入的行业,若一次性新建 150 万套的子午线轮胎项目,使生产能力达到所谓的经济规模,投资将达到 5 亿元以上,这种发展对于川橡这样的中型轮胎生产企业而言,偿债能力有限,极易陷入债务的困境中。同时,子午线轮胎生产又属流水线连续作业项目,一旦市场不成熟,产品不对路,生产技术不过关,就难以与跨国公司竞争,造成生产能力不饱和,将给企业带来极大亏损,难以产生规模效益,因此,川橡选择了整体规划、分步实施、滚动发展的子午线轮胎发展战略。

川橡在子午线轮胎建设项目中,以关键产

作者简介:余政纲(1968-),男,四川都江堰人,四川川橡集团有限公司经济师,学士,主要从事技术改造和项目管理工
作。

品为突破口,引进关键设备,在满足工艺要求的前提下,某些工序与斜交轮胎共线生产,大量节约了资金。经过几年的发展,实现了一种充分适合自身特点和市场的“经济规模”,产生了规模效益。

2 正确把握产品定位,积极开拓市场

产品的载体是企业,企业的综合实力决定产品的发展方向 and 档次,因此,企业应正确把握产品定位,努力探求产品市场。经过认真分析,川橡最后决定以10万套子午线轮胎项目为起点,逐步向30万和60万套生产规模拓展,谋求有特色的发展道路。

1996年川橡子午线轮胎项目完工,为发展奠定了基础。作为一个中小型企业,其发展初期应朝“专业化”方向发展。所谓专业化,是指其在某一产品领域有竞争优势。国内当时的轮胎市场除大型跨国公司生产高档轿车子午线轮胎外,国内市场还刚起步,川橡以当时的综合实力显然不能与大公司在同一条线上竞争,要准确把握自己产品的主导规格。当时国内正兴起微型车热,其主要使用4.50-12斜交轮胎。川橡领导认识到,随着微型车的普及以及人们对乘坐舒适性要求的提高,将很快出现对子午线轮胎的大量需求,同时由于微型车对速度性能要求不高,技术要求相对较低,投资也相对较小,正适合起步阶段生产。川橡通过引进设备,消化生产工艺技术,经过2年的建设和试生产,工艺技术基本成熟,产品质量稳定。1997年,全年完成子午线轮胎4万套,其中微型车轮胎占86%;1999年完成子午线轮胎21万套,微型车轮胎占91%;2000年完成微型车轮胎32万套。正是由于这一系列产品的开发,使川橡占据了长安汽车股份有限公司微型面包车系列配套轮胎大半市场,专业化生产奠定了川橡子午线轮胎快速发展之路。

川橡发展子午线轮胎之初,国内微型车整车厂还处于决策与技术准备阶段,微型车子午线轮胎市场基本上处于启动阶段。起初微型车以货运为主,舒适性及速度性能要求不高,随着整车性能的提高,才逐渐采用子午线轮胎;另外,零售市场还需一定的认识过程,只有顾客充分认识到子午线轮胎的优越性后才能逐渐得到发展。因此,直到1996年市场才逐渐形成需求,川橡子午线轮胎才得以快速发展。根据滚动发展的思路,川橡不断进行子午线轮胎生产线的技改,从10万到30万套,再到60万套,紧跟市场节奏。

3 储备产品技术,为发展创造有利条件

几年来,川橡在微型车轮胎开发方面取得了一定成绩,并以此为契机,引入市场观念,在确保主导产品生产的前提下,充分发挥自身优势,先后开发了三大系列20余个规格品种,如与长安奥拓配套的145/70R12,与夏利配套的165/70R13,与庆铃皮卡配套的185R14,与切诺基、依维柯配套的P215/75R15,205/80R14。2000年又开发了与桑塔纳、奥迪、别克配套的195/60HR14,205/60HR15和P215/70HR15,基本上覆盖了国内所有车型。虽然这些品种有的未与原车配套出厂,有的还处于试制阶段,但在零售市场已有突破。与此同时,川橡还广泛与科研院所合作,开发高档防爆耐磨轮胎及绿色轮胎,为川橡进一步发展提供技术保障。

4 结语

川橡依靠自身实力,正确把握产品定位,积极开拓市场,实施滚动发展的子午线轮胎发展战略,走出了一条具有川橡特色的子午线轮胎发展道路。

收稿日期:2001-06-27

启事 本刊编辑部尚有部分《第十届全国轮胎技术研讨会论文集》、《第十一届全国轮胎技术研讨会论文集》和《第一届全国橡胶工业用织物和骨架材料技术研讨会论文集》出售,每本定价分别为200.00,200.00和100.00元,有需要者请与编辑部张川同志联系,电话:(010)68156717。