

# 在品牌和服务下功夫 做强我国橡胶机械产业

陈维芳<sup>1</sup>, 李东平<sup>2</sup>

(1. 桂林橡胶机械厂, 广西 桂林 541002; 2. 中国化工装备总公司, 北京 100043)

**摘要:** 近年来, 我国橡胶机械快速发展, 在世界占有重要地位, 但与世界机械强国相比, 我国橡胶机械在品牌、质量稳定性、服务等方面都存在一定的差距。我们必须在品牌和服务上下功夫。

**关键词:** 橡胶机械; 市场份额; 品牌意识; 售后服务

在《欧洲橡胶杂志》(ERJ)公布的一年一度全球顶级橡胶机械制造商排名中, 我国连续4年有十几家企业榜上有名。2007年我国橡胶机械销售收入超过12亿美元, 占全球橡胶机械的1/3, 已无可争辩地成为世界橡胶机械的生产大国。现在我国橡胶机械行业已告别过去的简单测绘仿制, 绝大部分橡胶机械产品已具有自主研发能力, 但是与世界橡胶机械强国相比, 我国橡胶机械在品牌、质量稳定性和服务等方面还有很长的路要走。在我国大踏步向世界橡胶机械强国迈进的征途中, 橡胶机械企业必须在品牌和服务上下功夫。

## 1 世界橡胶机械产业的特点与格局

ERJ按2007年销售收入排序的全球顶级橡胶机械制造商排名中(见表1), H-F公司在2006年21.8%增长速度后再以32.2%的速度增长, 销售收入达2.9亿美元, 坐上了世界橡胶机械头把交椅, 并拉开了与第2位的差距。荷兰VMI年增长速度达11.5%, 与第2位的神户制钢仅一步之遥。三菱重工销售收入则下降19.9%, 排名落到了第5位, 与我国天津赛象等相当。可以说传统由德国克虏伯、日本神户制钢和三菱重工主宰世界橡胶机械制造商前三位的历史已结束。Conti机械公司以56.5%的超速度从2006年排名第8位挤进第4位, 发展势头不可小视。我国天津赛象、桂林橡胶、华橡自控分列第6位、第7位和第

9位, 在十强中占据3席。在前33强的橡胶机械企业中, 中国有11家, 德国7家, 日本4家, 美国2家, 意大利2家, 奥地利2家, 荷兰2家, 法国1家, 印度1家, 芬兰1家。世界橡胶机械企业销售收入超1亿美元的5家, 销售收入0.5亿~1亿美元的企业达16家, 其它12家企业销售收入在2500万~5000万美元之间。世界橡胶机械前五强与后面企业的差距不大。

我们从表1可以看出全球橡胶机械产业呈现出以下新特点。

1. 世界橡胶机械的中心已由传统的欧洲、北美向以中国为中心的亚洲转移。2007年全球橡胶机械的市场份额从大至小分布为: 中国占24%, 西欧占18%, 中欧占14%, 南亚占12%, 北美占11%, 日本占8%, 印度占6%(见表2)。亚洲已成为世界橡胶机械的中心, 而中国则是中心的圆心。

2. 我国橡胶机械近年快速发展, 在世界占有重要地位。在按销售收入排名的2007年度全球橡胶机械33“强”中, 我国共有11家企业榜上有名, 占总席位的1/3。天津赛象、桂林橡胶、华橡自控3家企业挤入前十强, 分列第6位、第7位和第9位。大连橡塑、益阳橡塑、青岛高校软控、北京敬业、北京航空制造研究所、上海精元、台湾三贸机械、桂林橡胶设计院分列第13位、第15位、第16位、第25位、第27位、第28位、第30位和

表 1 2007 年全球顶级橡胶机械制造商排名

2007 年 排名	2006 年 排名	公司名称	2007 年销售额/ 百万美元	2007 年增长 率/%	2006 年销售额/ 百万美元	2005 年销售额/ 百万美元	2004 年销售额/ 百万美元
1	1	H-F 公司/德国	290.0	32.2	219.3	180.0	161.25
2	2	神户制钢/日本	190.0	2.2	186.0	219.0	167.00
3	3	VMV/荷兰	181.0	11.5	162.5	130.0	100.00
4	8	Conti 机械/德国	116.0	56.5	74.1	74.6	—
5	4	三菱重工/日本	100.0	-19.9	124.8	140.0	0
6	5	天津赛象科技/中国	97.0	10.8	87.5	81.2	58.50
7	7	桂林橡机/中国	91.4	15.1	79.4	62.9	65.90
8	10	德斯玛/德国	88.4	26.0	70.2	56.2	60.00
9	9	华橡自控/中国	76.3	5.5	72.3	—	—
10		赫伯特/德国	72.5	10.0	—	—	—
11	14	贝尔斯托夫/德国	71.7	33.8	53.6	51.5	47.90
12	20	拉森特博洛/印度	70.0	53.8	45.5	35.0	30.00
13	21	大连橡塑/中国	67.9	51.3	44.9	38.1	33.00
14	12	REP/法国	66.7	16.6	57.2	55.0	61.20
15	13	益阳橡塑机械/中国	65.0	15.7	56.2	45.6	41.50
16	22	青岛高校软控/中国	64.1	48.2	43.2	36.2	26.60
17	23	Nakata/日本	57.6	47.6	39.0	—	—
18	16	特罗埃斯特/德国	56.6	11.5	50.7	52.5	45.00
19	15	马普兰/奥地利	56.6	11.5	50.7	37.5	40.00
20	25	法勒尔/美国	50.0	16.3	43.0	40.0	—
21	18	ITW 机械/美国	50.0	0	50.0	50.0	—
22		环球服务/荷兰	43.5	不详	—	—	—
23	11	LWB/德国	39.1	11.9	35.0	30.0	—
24	19	三友工业/日本	38.0	-23.1	49.4	53.2	—
25	30	北京敬业/中国	36.4	34.9	27.0	23.7	21.80
26	28	英盖尔/奥地利	36.3	26.7	28.6	25.0	—
27	29	北京航空制造/中国	35.1	23.5	28.4	26.2	26.20
28	17	上海精元/中国	34.8	-30.8	50.3	—	—
29	27	柯梅里奥/意大利	34.2	11.5	30.7	29.5	28.50
30		三贸机械/中国台湾	29.0	不详	—	—	—
31	32	拉蒂尔/意大利	28.0	12.0	25.0	31.0	34.00
32	31	Cimcorp / 芬兰	27.6	不详	—	—	—
33	33	桂林橡胶设计院/中国	27.1	21.2	22.4	20.0	19.40

表 2 2007 年全球各区域市场橡胶机械销售收入

地 区	2007 年增 长率/%	2007 年全球 市场份额/%	2007 年/ 万美元	2006 年/ 万美元	2005 年/ 万美元	2004 年/ 万美元	2002 年/ 万美元	2001 年/ 万美元
西欧	23	18	54 370	44 154	38 510	36 250	36 400	42 000
中欧	5	14	40 630	38 644	31 420	30 450	15 700	9 000
中东/非洲	-22	3	7 500	9 600	9 610	9 230	8 500	5 200
北美洲	35	11	33 800	25 042	28 140	27 760	27 300	35 000
南美洲	-13	4	11 840	13 678	7 750	7 440	4 300	3 500
南亚洲	12	12	34 030	30 377	32 030	37 890	30 000	26 000
印度	31	6	18 580	14 182	8 730	—	—	—
中国	22	24	69 610	57 116	55 390	46 740	25 100	20 000
日本	29	8	22 980	17 799	27 180	26 640	27 100	28 000
澳大利亚	2	1	2 460	2 420	1 470	1 470	—	—
总计			295 810	253 010	240 220	223 870	174 400	168 700

第33位,再次展示我国橡胶机械行业在国际上的地位和影响力。我国橡胶机械占全球份额24%,比第二位的西欧高出6个百分点,连续4年位居榜首。

3. 大公司化初露端倪。与世界轮胎工业在过去数十年高度集中相比,世界橡胶机械产业显得集中度不足。世界橡胶机械前十强所占比例只占总销售额的1/3。但是从2007年起,世界橡胶机械企业兼并和合作有所起色,大公司变得越来越大,最典型的要数德国H-F公司,它通过收购意大利波米尼公司,确定自己在世界橡胶机械的领先地位,其中波米尼为其贡献销售收入3000多万美元。Conti机械公司通过收购马塔多公司,销售收入以56.5%增长,排名从第8位冲入前四位。另一家增长速度较快的是印度拉森特博洛公司,其增长速度为53.8%,排名从2006年的第19位上升至第12位。该公司在中国收购了环球集团的橡胶机械资产,为其贡献较大一部分销售收入。德国德斯玛公司从2006年的第10位重返第8位,显示非轮胎橡胶机械尤其是注射模具机械需求旺盛。该公司以26%速度增长,并正在进一步扩大产能。目前中国化工集团正在进行专业化改组运作,旗下的桂林橡机、益阳橡塑及华橡自控统一划拨中国化工装备总公司。中国化工装备总公司若按3家公司总报表排名,已进入世界橡胶机械前三强。大的橡胶机械公司由于在项目管理、技术服务、交货期及品质保证等方面具有优势,成为轮胎企业新建或扩建等大型项目采购首选。

4. 北美、日本及西欧传统市场反弹,印度市场看好。北美、日本及西欧传统市场的轮胎和橡胶制造商对现有工厂的巨大投资扩能使得这些地区的橡胶机械增速在20%以上。北美销售收入35%的增长标志着这一地区长达6年之久的停滞或下降已告一段落。北美地区将在近年内继续扩产和投资,这一轮投资热潮极有可能使其销售收入再现2001年的顶峰。日本也经历与北美地区相似的恢复性上涨,增速达30%,但是其销售收入还是不及其2001~2005年。印度橡胶机械销售收入增长31%,达1.86亿美元,占全球份额的6%。由于该地区相继宣布有新的轮胎项目,印度橡胶机械继续看好。在印度国内,橡胶机械做得

较好的是拉森特博洛公司。由于印度轮胎制造商倾向于进口,西方等主要橡胶机械制造商抢占了印度橡胶机械市场部分份额,估算2007年印度进口橡胶机械设备比上年翻了一番,其中从中国进口的产品比重越来越大。

## 2 我国橡胶机械产业的软肋

我国橡胶机械与世界强国相比,在品牌、质量稳定性、服务等方面都存在一定的差距。

### 2.1 品牌意识及影响力不强

近年来,我国橡胶机械行业对品牌建设的重视程度有所加强。2006年桂林橡机、华橡自控的硫化机获得中国名牌和国家免检产品称号,取得我国橡胶机械行业中国名牌零的突破。但是我国橡胶机械行业品牌意识普遍不强,大多数企业没有进行品牌策划,在国际市场上还未形成有影响力的品牌,虽然有一定的产品出口,但给世界著名轮胎公司的印象只是“中国制造”。我国出口产品信誉较好的主要是硫化机、密炼机等,而成型机、复合挤出生产线等基本没有出口。在国外著名的展览中,除了2006年ITEC展我国橡胶机械集体参加展览外,一般很难见到我国橡胶机械厂家的身影。在ERJ等世界级刊物中除桂林橡机、益阳橡塑各做过一次广告外,基本再无其它企业问津。包括几家大的橡胶机械厂在内的大部分橡胶机械企业无自己的网站,少数有网站的厂家也基本无人维护和更新。

### 2.2 质量稳定性还有待提高

不容置疑,我国橡胶机械行业通过多年的消化吸收及商贸,已拥有全套子午线轮胎设备的生产能力,但是轮胎生产的关键设备尤其是“独生子女”设备给用户的印象是质量不稳定,因此国内上项目即使多花钱也要从国外进口,世界著名轮胎公司基本不向我国购买此类设备。据轮胎厂介绍,全钢子午线轮胎项目所需设备投资巨大,一般30万套全钢子午线轮胎项目需1.5亿元设备投资,其中进口与国产橡胶机械投资比例为55:45。几年来,我国引进的主要全钢载重子午线轮胎生产设备如下:大规格的密炼机、大规格的螺杆挤出压片机、钢丝帘布压延生产线、大角度及小角度钢丝帘布裁断机组、多复合冷喂料挤出机组、挤出法

内衬层生产线、四鼓全钢载重子午线轮胎成型机、胶囊注射成型机、X 光轮胎检验机、均匀性试验机、动平衡试验机等。从进口设备的国别看,主要是德国、荷兰、意大利、英国、日本、美国等工业发达国家,但最近从斯洛伐克进口的数量也不断上升。从进口设备厂家看,主要还是传统老牌橡胶机械厂,如 H-F 公司、神户制钢、三菱重工、法雷尔、贝尔斯托夫、VMI 公司等。用户认为以上设备都是关键设备,其最重要的性能指标是设备运行的稳定性以及加工胶料和部件的均匀性,这些正是我国橡胶机械的“软肋”。我国橡胶机械要做强,要做成世界性品牌必须在稳定性方面有大的提高。

### 2.3 售后服务有待改善

橡胶机械的特点是产品规格多,对各自用户有不同特点,很难进行标准化设计和生产,这就决定了橡胶机械服务尤其是售后服务的重要性和难度。售后服务成为橡胶机械生产的重要部分。在国内,橡胶机械实行包安装及调试服务,这种模式深受用户欢迎。设备出现问题时,橡胶机械厂都能快速响应。但是随着产品大量出口,产品的售后服务成为软肋。由于签证及运输等限制,我国橡胶机械售后服务很难满足客户的时间要求。我国至今只有少数企业在国外建立了服务网点。我国的橡胶机械行业还没有建立起完善的全球服务体系。

## 3 我国橡胶机械产业的机遇与挑战

1. 轮胎行业对橡胶机械需求强劲,世界橡胶机械行业复苏,给我国橡胶机械一个发展的大环境,我们可以利用这一周期快速发展壮大自己。世界橡胶机械的格局变化给我国橡胶机械更多的发展机遇,同时给予较大的挑战。

2. 米其林、普利司通、固特异、大陆这 4 家大轮胎企业正在不断地释放其设备购买力,进入开放市场采购更多的东西,只要上述轮胎企业每年购买橡胶机械的支出平均增加 3%~4%,全球轮胎机械销售收入每年就可望增长 10%左右。四大巨头已逐步接受中国产的橡胶机械,在与米其林等世界级轮胎企业的商贸中,我国橡胶机械企业能够学习到一些先进的理念和技术。

3. 日本三菱、神户制钢等逐渐淡出橡胶机械行业,给我国橡胶机械企业最好的发展机会。日本三菱、神户制钢已基本放弃机械式硫化机等产品的生产,我国橡胶机械企业很有可能获得大批订单,进一步做大做强。目前桂林橡机厂的 GRM 在世界上有一定品牌效应。

4. 世界轮胎工业的中心向以中国为中心的亚洲转移。我国橡胶机械近水楼台先得月,在竞争中占据优势。

5. 我国劳动力等资源成本较低,使我们在世界橡胶机械行业的竞争中占据优势。在一些产品如硫化机的竞标中,只要有中国厂家参加,日本三菱等公司都放弃,但是国外公司的“双价位”策略给我们以压力,同时人民币升值对我们不利。

6. 国外著名橡胶机械制造商纷纷来华设厂。我国橡胶机械厂可利用合资发展壮大自己,提高我国橡胶机械的总体水平,但是合资、独资厂的增加,将抢夺我们的市场,增加市场竞争的激烈程度。

7. 中国橡胶机械已在国际市场上树立了较好的声誉,米其林等大批量采购我国橡胶机械,给我们的产品以良好的广告效应,这是开拓国际市场的基础,也是我们做品牌的捷径。

8. 我国橡胶机械行业拥有全套轮胎生产线的生产能力,技术水平已满足子午线轮胎的需求,尤其是机群式产品硫化机等已达到国际先进水平。从设备采购的全套性来说,我国橡胶机械更具优势。同时,我国橡胶机械制造商对轮胎制造工艺熟悉,这利于我们开拓国外市场。

9. 全球经济的一体化使得我国产品和人员更易走出国门。我国橡胶机械企业完全可能以市场运作方式在国外建立服务网点,做到资源共享,方便快捷。

## 4 我国橡胶机械产业发展的思考与建议

### 4.1 资本运作,强强联合,组建中国橡胶机械“航空母舰”

世界橡胶机械前三强销售收入都超过 10 亿元人民币,我国橡胶机械厂家要单凭自己的力量在短期内很难进入前三甲。唯一的途径是资本运作,强强联合。大连橡塑机械股份有限公司及青

岛高校软控股份有限公司是我国两家橡胶机械的上市公司,未来可以资产为纽带,进一步做强做大。桂林橡胶机械厂、益阳橡塑机械集团公司、福建华橡自控股份公司现已全部整合到中国化工装备总公司,成为中国橡胶机械行业“航空母舰”。2007年这3家公司的销售收入之和已达到16亿元人民币,已名列世界前两位。新整合的公司通过对采购、销售、产品开发的协调,将以崭新的姿态进入国内外市场,成为世界橡胶机械行业的领头羊。

#### 4.2 加强科技创新体系的建设,开发一批全新概念的新产品,适应橡胶工业的发展

世界橡胶机械呈现出检测向传感-数字化方面发展,设备向联动化、连续化方面发展,性能向高质、高效、低耗化方面发展,技术向创新性方向发展的趋势。以我国橡胶机械企业目前的产品开发和投入模式,很难跟上世界橡胶工业发展的潮流。我们在子午线轮胎尤其是高档子午线轮胎成套设备方面与国外先进水平有较大差距,在全自动轮胎生产设备方面可以说我们一无所知。我们必须加强科技创新体系的建设,加大产品的开发,有条件的企业要建立自己的技术中心;要加强与高等院校及轮胎厂的合作;要提高专利意识,制定企业及行业的专利战略。

#### 4.3 创中国的橡胶机械名牌,进而创世界的橡胶机械名牌

我国橡胶机械行业通过近年的努力,几个大厂的产品质量和稳定性可以跟国外同类产品媲美。国家级橡胶机械检测中心近年多次对橡胶机械抽检,几个主要生产厂的硫化机、成型机、密炼机等产品合格率都一直保持100%,品牌意识已深入人心。2006年硫化机行业2家企业产品被评为国家名牌,3家企业硫化机被评为国家免检产品。2008年子午线轮胎成型机又列入名牌目录,2~3家橡胶机械企业有望获得中国名牌称号,这对我国橡胶机械行业的品牌建设具有积极作用。2009年我们将重点推荐炼胶设备。近年世界橡胶机械顶级制造商排名中每年都有10家以上我国橡胶机械企业,同时3家企业挤入前十强,这对提高我国橡胶机械的国际地位十分有意义。我们要利用各种媒介,尤其要敢于到国外知

名行业报刊杂志做广告并参加各种展览,宣传企业、宣传产品、宣传中国橡胶机械行业的整体形象,创世界的橡胶机械名牌。

#### 4.4 树立科学发展观,在质量稳定性上下功夫

我国橡胶机械行业在经历2003年和2004年的“井喷”式快速发展,2005年和2006年橡胶机械行业软着陆后,2007年又出现跳跃式发展。现在我国橡胶机械的产能已跨上一个新的台阶,今后橡胶机械行业的发展重点不应该是上产量,而应该在产品质量尤其在质量稳定性上下功夫。对“独生子女设备”要加大研发力度,配套件尽量选用进口件,确保设备的稳定性和开机率。对硫化机等机群式橡胶机械要作到第100台与第1台一个样,避免质量波动。结合轮胎工业发展循环经济及节能减排的趋势,橡胶机械厂家要用循环经济的观点,在产品开发中尽量考虑提高效率、节约能源、减少污染等因素,同时要与轮胎厂合作,工艺与设备联动,改造轮胎厂现有布局及设备,达到节能节水、提高效率的目的。

#### 4.5 树立全球大市场的观念,建立我国橡胶机械的产品售后服务体系

中国橡胶机械市场只是国际市场的很少一部分。橡胶机械国际市场非常大,关键看我国橡胶机械厂家的实力及产品的质量。我国橡胶机械的主要厂家已将产品批量出口米其林、普利司通、固特异等,给国外轮胎公司留下“中国橡胶机械价廉物美”的良好声誉。这对我们争取更多的橡胶机械商机有利。我国橡胶机械行业一定要珍惜机会,勇于与国外厂家比高低。同时我国的橡胶机械厂家应加强沟通,互相学习,不搞低水平的价格战,不搞“窝里斗”,不互相拆台,要一致对外。在质量体系认证及产品认证上我国橡胶机械行业应着手准备欧洲CE及美国UL等认证,克服产品出口可能遭遇的贸易壁垒。有条件的橡胶机械厂家应尽快获取自营进出口权,尽量减少商贸的中间环节。在配套件的采购上尽量选用世界著名品牌。我国橡胶机械企业应尽快联手在全球建立自己的产品售后服务体系,以市场方式运作,资源共享,提高我国橡胶机械整体服务水平。橡胶机械行业要努力实现从国内工厂向国际化公司转变,快速实现由“生产大国”向“强国”的转变。