



贝卡尔特公司要在中国建 第三家钢丝帘线生产厂

比利时贝卡尔特公司计划投资 2 亿美元,在山东建设一家年产 1 万 t 钢丝帘线的新厂,并扩大现有两家合资企业的生产能力,使其在中国的钢丝帘线生产能力到 2005 年底比目前翻一番。该公司的战略目标是占领中国钢丝帘线市场 50% 的市场份额,年增长率达到 25%。

从 1997 年以来,中国的钢丝帘线市场年增长率在 25% 以上,未来的 3~4 年内,由于经济增长和轮胎子午化率提高双重因素的作用,预期钢丝帘线的市场需求量将成倍增长。

贝卡尔特公司这项积极扩张计划的第一步是在 2005 年底前,把现有的江阴中国贝卡尔特钢帘线有限公司(CBSC)和沈阳贝卡尔特公司沈阳钢帘线有限公司(BSSC)的生产能力扩大到年产 8~9 万 t。第三家工厂预期也将在 2005 年投入运转。

20 世纪 80 年代,贝卡尔特公司开始由比利时向中国的轮胎生产企业提供钢丝帘线。1992 年,该公司和江苏江阴的法尔胜集团合资组建了中国贝卡尔特钢帘线有限公司,并于 1995 年投入运行。1998 年,贝卡尔特公司和已有钢丝帘线生产能力的沈阳钢丝绳厂合资组建了沈阳贝卡尔特沈阳钢帘线有限公司。这两个公司的生产能力持续增长,现在的总生产能力达 4.5 万 t。2002 年,这两家企业提供的钢丝帘线占中国市场需求量的 40%。

2003 年第一季度,贝卡尔特公司业绩表现强劲,销售量提高了 2%。尽管北美和德国市场疲软,但该公司的总体订货情况良好。

高称意

河北轮胎加快 产品结构调整步伐

河北轮胎加快产品结构调整步伐迈出可喜步伐,以“工、农、特”轮胎为主导产品的战略转移取得阶段性成果。据统计,2003 年 1~5 月份,“工、农、特”轮胎产量、产值分别比去年同期提高 142% 和 213%。

今年以来,河北轮胎针对斜交轮胎市场日趋萎缩,而企业一时无法上马子午线轮胎的现实,及时调整产销策略,实行差异化经营,将企业生存发展的瞄准不易被子午线轮胎所代替的、竞争相对较少的产品,加快了“工、农、特”轮胎为主导的产品结构调整。

产品结构调整战略确定后,该公司即以市场调整为先导,对业务员组织开展销售战略培训,制定目标市场开发计划,并就工资、分配等建立了激励政策,引导业务员迅速将销售重点转移到开发“工、农、特”轮胎市场上来。为了确保产品结构调整顺利实施,及时协调解决此项工作中出现的问题,建立了“工、农、特”研发、产销信息反馈制度,建立了产品结构调整数据台帐,定期进行专题汇总分析。

由于在产品研发上做到了“突出产品特点,优化产品结构”,开发、试制速度加快,今年 1~5 月份,先后研制开发了 20 多种规格产品投入生产。在排产上做到了“优先”,安排“工、农、特”生产计划,在质量上做到了严格把关,精益求精,满足不同客户需要。以“工、农、特”轮胎为主导的产品结构调整呈现出产品毛益率高、退赔率低的特点,企业经济效益由此得到有效的改观。

张永格

加强内审自查 为产品质量保驾护航

近日,山东三工橡胶有限公司组织内审员对公司进行了为期 3 天的质量体系内部审核。

该公司始终把产品质量视为企业参与竞争制胜的法宝,狠抓质量管理,健全完善质量体