

对部分工序设备进行的技术调整,使斜交轮胎生产线整体布局更加合理,生产流程更加科学,设备开机率达 95 % 以上,主要设备完好率达 98.6 %,设备新度系数达到 0.82,生产能力完善到现在的 400 万套。

二是加快乘用车子午线轮胎生产线建设。子午线轮胎是国内外轮胎工业的发展方向,他们克服了子午线轮胎技术难度高、投资大、资金回收周期长等困难,走出自我积累、滚动发展之路。通过买方信贷、非金融机构拆借、股份制改造等多种形式,先后筹资 5 亿元,其中外汇 5000 多万美元,引进了具有当代国际先进水平的一次法成型机、三复合挤出生产线、动平衡、均匀性实验机等关键生产和检测试验设备 60 多台(套),配套了国产设备 125 台(套)。经过不懈努力,使年生产能力由原来的 30 万套扩大到 400 万套,极大增强了企业的竞争力。

三是加大全钢子午线轮胎建设力度。为了增加产品系列,培育企业新的经济增长点,成山集团在加快乘用车子午线轮胎结构调整的同时,又着手完善了全钢子午线轮胎生产线。经过 4 年的努力,先后投资 6 亿元,建成了 14 万 m^2 的全钢子午线轮胎生产厂房,引进了意大利、日本、德国 GK400N 密炼机、一次法成型机、钢丝压延机、X 光机等关键生产和检测设备,已有 30 种全钢载重子午线轮胎和低断面无内胎全钢载重子午线轮胎通过国家技术鉴定,产品性能完全达到国家科技攻关标准要求。同时,一条具有国际先进水平的 220 万套全钢载重子午线轮胎生产线已经建成,年生产能力提高了 7 倍。

成山集团对技术改造项目坚持合理运作,精打细算,在加大技术投入的同时,稳定控制投资幅度,使企业始终保持着良好的发展势头。长期以来,他们在实施国家、省重点技改项目过程中,先后进行过 36 次竞价招标活动,累计实现技改投资 16 亿元,其中外汇 8340 万美元,资产负债率始终控制在 60 % 左右。生产能力达到 400 万套斜交轮胎,400 万套乘用车和 220 万套全钢载重子午线轮胎,年合计 1000 万套轮胎的生产能力,产品规格由 4 年前一大类、8 个系列 130 种规格,发展为如今的 8 大类 13 个系列近 600 种规格,经济总量翻了两番,且效益增长幅度高于速度增长幅度。

黄海橡胶打破技术依赖 实现自主创新

纵观世界,一个国家在科技创新上的作为,在很大程度上决定其在经济、社会发展等方面赢得多大的主动。放眼国内外市场,国外品牌凭借自身技术优势牢牢地占据了高端市场,而国内大多数品牌盘旋于中、低端领域。专家分析认为,原因就是缺乏核心技术和关键应用技术的长期创新与积累。作为具有 72 年历史的国有特大型企业,黄海橡胶在积极和广泛地吸收国外先进科技成果上,没有对国外先进技术及设备被动的获得,而是通过积极的消化吸收和持续创新,使之成为了该集团加快提升自主创新能力的有效途径,并逐步发展成为自主技术企业。

自主技术企业是指具有技术创新的主体意识,拥有健全的技术开发组织机构和知识产权管理制度,拥有获得自主知识产权的主导产品,采用先进设备和生产工艺,产品市场占有率高,发展前景好的企业。黄海橡胶集团拥有引进国际先进技术建成的达到绿色环保生产标准的炼胶生产线;引进意大利倍耐力公司技术建成的全钢丝载重子午线轮胎生产线、引进法国米其林技术建成的半钢丝轿车乘用车子午线轮胎生产线与经过技术更新改造的斜交轮胎生产线,装备精良、工艺先进,居国内领先地位并达到国际先进水平。为了能赢得更大的市场份额,增强自身的核心竞争力,黄海橡胶开始自主进行子午线轮胎的研制生产,成为中国最先研制生产子午线轮胎的企业。研制开发的 3 种全钢子午线轮胎被评为国家级新产品,某一规格的新产品填补了国内空白。半钢轿车子午线轮胎研制开发出高性能、高质量、高档次、高技术含量的 50、55 系列 V 级新产品与 ST 系列新产品,其中安全抗滑性轿车子午胎这一技术项目被列为国家级技术创新项目。

1996 年,该集团国家级技术中心成立,并于 2001 年 12 月被国家经贸委、财政部、国家税务总局、海关总署认定为第 8 批国家级技术中心,2002 年获国家人事部批准设立博士后工作站。近年来,该集团加大科研投入,着眼于市场需求,加大新技术、新产品、新工艺、新材料应用的研发,用引

进技术改造传统技术,技术研发成果的商品化进程明显加快。目前,该集团将研发方向和领域锁定在轮胎智能技术、绿色环保技术等方面。以安全、环保、节能为本,不断推出新的产品,包括节能环保轮胎、低滚动阻力轮胎等。重点加大从源头抓起的力度,逐步扩大环保、安全原材料,特别是绿色橡胶助剂的使用。

现在,该公司正在以节能环保、安全的绿色产品参与到国内、国际市场的竞争当中,并针对市场个性化需求不断提供差异化产品、构建差异化竞争优势。不断推出科技含量高、附加值高的新产品,并通过学习对引进技术的消化吸收来改进老产品,使新产品和高新技术产品的比重不断增加。到目前为止,黄海橡胶实施技术创新项目累计达 350 余项,产品结构调整迈出重大步伐,产品子午化率突破 80%。新产品产值率累计达到 100%,被青岛市政府授予高新技术企业称号。吕晓梅

双星轮胎以自有品牌竞跑国际路

在今年原材料大幅涨价,国内外轮胎市场竞争愈演愈烈的形势下,双星轮胎总公司探索轮胎出口新路子,加速推进名牌战略,培育和发展自主品牌,以自有品牌打天下,出口继续保持了高速增长的势头,一季度实现出口 2500 万美元,其中自主品牌占出口总额的 88%,继稳固亚洲、美洲和澳洲等国际轮胎市场的基础上,在欧洲、非洲等诸多国家销售势头猛增,许多跨国营销公司纷纷经营双星牌轮胎。在国际市场上,双星轮胎开始打响知名度,树立起民族品牌形象。

随着双星知名度在国际市场的进一步提高,双星轮胎国际销售形势越来越好。但双星轮胎总公司认识到,如果只靠给国外客户加工,就不会创出双星轮胎国际名牌。没有自主品牌,满足于为国际品牌做 OEM,终是“为他人做嫁衣”。只有自主创新才能提升企业核心竞争力,而品牌是形成核心竞争力的平台,企业要想立于不败之地,关键是掌握自主权和主动权。只会制造,没有品牌,即使制造得再好,技术再好,也只能被放在别人的平台上,从而失去自己的自主权和主动权。因此,该公司根据产销现状,确立品种、品牌的主攻方

向,将做强自有品牌作为促进轮胎出口,增强企业核心竞争力的主要出路。

重视科技创新,提高和增加科技含量,创造国际品牌竞争的核心技术,创造高性能、差异化产品。双星轮胎总公司先后 6 次派遣 67 人次赴法国、德国、意大利、日本等世界知名轮胎企业参观学习,同时,加大了产、学、研等方面的合作,采用了“平衡轮廓理论设计方法”,结合“轮胎薄膜理论”和“壳理论”等当今世界先进的轮胎设计理论与工具,构建起现代化的企业技术科研开发中心,紧跟国际市场上轮胎设计的最新技术,成功研制出包括 10 余种新型无内胎钢丝轮胎、无内胎工程轮胎、砂石轮胎等 56 种新产品,其中有 7 项至今保持独家生产的优势,10 余项已申请国家专利,提高了双星轮胎在国际市场上的竞争力。

强化市场营销,扩大国际市场份额。在许多国内轮胎企业降价竞争形势下,双星轮胎灵活迅速地调整营销战略,细分细化品种规格,按照什么样的市场卖什么样的产品;什么样的原材料,适应什么样的价格;什么样的路况,销售什么样的轮胎的经营策略,不断提升品牌增加值,借助中原轮胎公司、轻卡胎厂这两大双星轻卡轮胎生产基地,加快发展低端高质量自有品牌产品,以规避与国际轮胎巨头直接竞争的锋芒,实现战略性扩张。今年 3 月份,双星轮胎凭借自有名牌优势,成功避开同国内轮胎市场的价格战,使工程轮胎、轻卡轮胎出口价格稳步提高,保证了企业可持续发展。

狠抓质量管理,稳定和提升产品品质和降低产品成本。既要两眼盯紧市场,又要下功夫下在工厂内。为激发内部机制与活力,增强内部竞争力,轮胎总公司以成本管理为纲,抓牢、抓死内部基础管理工作。在把市场引进工厂,生产线推行承包管理机制中,公司涌现出 63 名吃市场饭的“小老板”,大大提高了企业内部综合管理水平,在国际市场原材料不断上涨的形势下,双星轮胎质量稳步提高,成本却稳步下降,为双星自有品牌轮胎进军国际市场增添了筹码。

双星轮胎在国际市场以自有品牌打天下,“双星”、“名人”、“远征”、“奥森”等自有品牌轮胎出口份额越来越大,为双星加速向海外市场扩军,在国内外轮胎行业打破格局和重新洗牌中,占得了先机。

王开良