

1. 市场低价竞争, 价格战趋于白热化。就全国工程橡胶产品需求单位而言, 有相当范围的工程业主采用低价中标的方式, 这就使得生产企业只有以低于同行甚至是最低的市场价格才能赢得市场, 不但企业没有什么效益可言, 而且严重威胁着产品的质量。

2. 营销管理较为松散。工程橡胶行业一个显著的特点就是产品的销售不是由供需双方直接进行, 而是凭借企业营销员的推销进行销售。因为对营销员管理得不到位, 致使在营销过程中出现了以次充好, 以假乱真, 甚至用多家企业的说明书到处招摇撞骗、承揽业务的非法营销行为, 扰乱了工程橡胶产业正常的市场营销秩序。

3. 工程橡胶产品的招投标机制有待于进一步完善。目前, 由于有相当部分的业主单位采用低价中标的方式, 并且暗箱操作的现象时有发生, 导致了恶性竞争的进一步升级, 如能采用合理价格

中标, 增加招投标操作的透明度, 使得一些投机分子无机可乘, 就会有效改善目前的恶性竞争现象, 加快该产业的健康发展步伐。目前全国一些省区已经或正在采取合理价中标的方式, 取得了良好的效果, 并且中标产品的质量有了明显提高。

3 工程橡胶发展建议

1. 投资必要的检测设备, 对工程橡胶产品进行严格检测, 全面提高工程橡胶产品质量, 以对产品质量负责, 对国家工程负责。

2. 加大技改投入, 在争创名牌上下功夫。有关部门应将部分工程橡胶产品列入“十一五”争创名牌序列, 开展“争创中国工程橡胶产业名牌产品活动”, 以提高产品质量及产品的知名度和信誉度。

3. 建立研发机构, 加大研发投入, 不断开发和推出新产品, 延长产业链条, 增加发展后劲, 确保工程橡胶产业的可持续性发展。

我国生产技术水平提高
引起美国学者关注

美国经济学家 Ernest Preeg 先生在其最近出版的一本新书中指出“中国作为先进技术的超级大国已经呼之欲出”, 提醒大家要及时改变“中国工资低、缺乏技术熟练工人”的印象。

Preeg 先生曾担任过美国助理国务卿, 现为美国制造业联盟智囊团成员。他在新书中写道: “中国在开发先进技术方面正在取得惊人的进步, 例如半导体、人造卫星, 并且制造水平正在逐步提高”。他认为中国正在加大高新技术产品的出口量。这里所说的高新技术产品是指被收入美国人口调查局(U.S. Census Bureau)编制的工业品目录中的产品。该目录列出了目前世界上技术研发难度最高的 600 多种产品。

Preeg 先生对最近 10 年间中国迅速加大科研投入的情况进行了跟踪和分析。他写道, 从 1995 ~ 2002 年, 中国的科研经费每年增长 22%, 而美国只增长 6%。以绝对值计, 美国的科研经费数目较大, 但是中国的增长速度较快。

中国的理科博士、工科博士的数量同样在增加。Preeg 先生将此喻为技术发达的另一个晴雨

表。据他介绍, 到今年为止, 中国拥有的工科研究生人数将比美国多 70 %。

Preeg 先生在书中还写道, 中国的工业品出口以前是低技术含量产品占多数。中国的统计数据表明, 1995 年低技术含量产品占出口总额的 67%, 到 2004 年上述比例已经降低 50%。

“类似情况在上世纪 50 年代出现过, 当时的苏联就是这样, 他们发射了人造地球卫星”, Preeg 先生说, “我们当年的回应是把人送上月球……。然而面对今天的状况, 美国什么回应也没有做出”。他批评了美国政府削减主要科研机构拨款的做法, 例如国家科学基金会。

自 1998 年以来, 美—中贸易占美国对外贸易总量的 30%, 去年中国对美贸易顺差大约是 360 亿美元。

艾 虎

韩国轮胎 2005 年效益大增

由于轮胎销售量的增长, 特别是在中国市场的销售量的增长, 韩国最大的轮胎生产商韩国轮胎公司, 2005 年的净利润比上年增长 27.7%, 达到 2.13 亿美元; 销售额提高了 8.7%。该公司预测 2006 年销售额将增长 7.1%。

郭 异