

4 结语

综上所述,国外已形成了包括高导电硅橡胶、吸波硅橡胶在内的完整的电磁屏蔽硅橡胶复合材料产业,而我国在该领域的基础研究和应用研究的起步较晚,与国外差距很大。为减少电磁辐射所造成的电磁干扰、电磁信息泄密和电磁环境污染,我国迫切需要进行自主研究和开发电磁屏蔽

硅橡胶复合材料,尽快形成屏蔽材料产业。重视和加强电磁屏蔽硅橡胶复合材料的应用基础研究,是我国国民经济可持续发展战略中材料领域的一个重要课题,它将为发展我国屏蔽材料产业,乃至电磁环境污染的综合治理提供科学基础。

参考文献:略

我国胶鞋行业要通过创新 谋求生存和发展

以劳动密集型为主的我国传统胶鞋制造业,面对世界金融危机等诸多不利因素,如何走出困境?

从胶鞋的发展方向和变化规律来看,我国低档胶鞋市场前几年是发展的,8亿农民的广大农村市场为胶鞋提供了广阔的发展空间,但是,随着人们生活水平的提高,低档胶鞋的市场占有率和覆盖面在逐年萎缩,发展趋势逐步同国际接轨。

目前,胶鞋销售呈现出两种趋势,一是除了极少数农民还穿十几元的解放鞋以外,走批发市场为主的低档劳动鞋主要消费群体是城市务工人员,价位在30~40元;二是以时尚、休闲、个性化为主的高档胶鞋产品,他们的主要消费群体是前卫、时尚、有个性的青少年。

从胶鞋的需求数量来讲,我国低档胶鞋市场逐步萎缩,总体销量逐步减少。从供求关系上讲,中国是个发展中国家,虽然农村人口众多,但随着农村人口逐步向城市转移,人们生活水平和审美观念的逐步提高,低档胶鞋市场的销量逐步减少,这是符合发展中国家的变化趋势的。

从鞋的产品变化来讲,旅游鞋、皮鞋、胶鞋、布鞋、体育专业鞋、注射鞋“六鞋渗透”已经改变了产品结构和市场导向,胶鞋的市场逐步被旅游鞋、休闲皮鞋、注射鞋所代替,过去中小学男生穿足球鞋、女生穿体操鞋,讲究的是结实、便宜;现在他们追求的是高档、时尚,这些人的市场几乎也被旅游鞋、休闲皮鞋、注射鞋所垄断。胶鞋产品需要不断更新换代、不断变化,这是人们生活水平提高的一

种表现,是人们对美的一种追求。

从胶鞋的销售渠道来讲,随着渠道的多元化和人们消费场所的改变,胶鞋以批发市场为主的销售渠道逐步转向以超市、商场、连锁店为主,城市中等消费群体已经把超市、商场、连锁店作为主要的消费场所。超市、商场、连锁店是最有发展前途的市场,是卖量最大的市场,是高利润的市场。

正是由于市场需求、销售渠道、产品价位、消费群体等发生变化,带来了胶鞋市场的整体萎缩滑坡,因此,我国胶鞋生产企业要打破老思维、老方法、老工艺、老路子,不断适应市场需求,求得生存和发展,卖杂牌,走低档次、低价位、低形象的路线是成不了品牌的,是没有希望的,必须转变思维观念、经营思路、经营方法,按品牌的规律去发展才能成功。

胶鞋要继续发展,产品要做出品位,传统产品的工艺要提高档次。虽然胶鞋的市场在逐年萎缩,但是胶鞋的市场还是有的,胶鞋传统产品要进一步提高档次,要注重调整产品结构,逐步与高档旅游鞋并轨,要改变帮面、大底材料来提高档次;在楦型选择上要转向以休闲运动、舒服的楦型为主,使胶鞋传统产品上水平、上档次。

胶鞋传统的设备、操作法要及时改变。如果沿用传统的老设备、老操作法,是做不出高品位的鞋。因此,高品位的鞋必须有高性能的设备、高标准的操作法和高标准工艺、高档次的设计来保证。

胶鞋设计人员要转变思维,提高水平。设计人员要调整设计思路,提高设计水平,要研究产品的消费群体,必须站在消费者的角度来认识和研究消费者心理变化,把握“休闲、时尚、个性”这个主流;要研究新型材料的应用;要研究鞋的卖点,从款式、花色和种类上不断创新,做到设计协调、

高雅;要研究鞋的工艺调整;要研究鞋的包装,针对不同的消费群体、不同的产品档次来设计产品的包装;要研究鞋的名字。

胶鞋行业还要不断创新营销策略,做到国内、国外“两条腿”走路,面向国外提升水平,面向国内通过批发市场、连锁店、商场等渠道深挖潜力。

虽然从全世界来看胶鞋市场总体是个萎缩的市场,但如果加快创新步伐,把思路调整好,把产品组织好,把品牌的形象做好,不断提高品牌的含金量,我国硫化胶鞋就能在国际金融危机严峻的市场形势下,争取主动,更好地适应国内外市场新变化、新要求,求得生存和发展。 王开良

吉林石化乙丙橡胶快速发展

总投资超过 6 000 万元的中国石油股份公司“年产 200 t 乙丙橡胶中试装置建设及产品开发生产”重点科技项目日前在吉林石化公司研究院全面启动。吉林石化决心通过自主创新,实现乙丙橡胶产业的快速发展。

乙丙橡胶是一种以乙烯、丙烯为基本单体的共聚橡胶,其性能优良,应用范围广,是列于丁苯橡胶和顺丁橡胶之后的世界第三大胶种。与其他合成橡胶相比,乙丙橡胶应用领域不断拓展,已广泛应用在汽车部件、建材、电线电缆、耐热胶管、润滑油添加剂和聚烯烃改性等领域。

我国是目前世界上乙丙橡胶需求增长最快的国家之一。1996 年我国乙丙橡胶表观消费量只

有 1 030 t,2006 年需求总量已突破 10 万 t 大关,达到 10.57 万 t,而产量仅为 2 万 t,国产化率仅为 19%,预计 2010 年乙丙橡胶的需求量将达到 21 万 t,而届时国内的生产能力只有 7 万 t。

由于国外乙丙橡胶技术专利商的技术封锁,我国无法引进国外先进的乙丙橡胶成套工艺技术。吉林石化公司曾于 1997 年引进并建成投产国内唯一一套年产 2 万 t 乙丙橡胶装置,但该装置可生产的 24 个牌号乙丙橡胶产品大部分不适合我国市场的需求,目前引进牌号仅保留 2 个。为了适应国内市场的需求,吉林石化公司从 1997 年开始积极进行新产品开发,陆续开发了 11 个应用于润滑油改进剂、汽车内胎、树脂改性及密封条等的新牌号产品,目前这些牌号产品逐渐形成了市场优势,在中低端市场上基本覆盖了国内乙丙橡胶应用的各个领域,产品性能满足了国内市场的需求,并得到国外用户的认可,但在电线电缆、高档密封条等领域仍处于空白。

吉林石化公司组织研究院与有机合成厂共同开展了“年产 200 t 乙丙橡胶中试装置建设及产品开发生产”项目,利用该中试装置,可为聚合工艺技术优化、新催化体系和新产品开发提供中试研究平台,加大自主创新力度,形成自有知识产权的成套技术工艺软件包,为吉林石化乙丙橡胶装置总生产能力扩大到年产 7 万 t 提供技术支持,形成乙丙橡胶技术国内独有的竞争优势。目前,中试装置建设进展十分顺利,该项目的实施将节省引进技术费 1 亿元。 张晓君 杨春雨

倍耐力进军俄罗斯轮胎业

意大利轮胎制造商倍耐力轮胎公司近日宣布,该公司已与俄罗斯国家科技公司签署一项协议,双方共同投资 2.5 亿欧元在俄罗斯萨马省陶里亚蒂地区组建一家合资轮胎厂。俄罗斯国家科技公司是由俄罗斯联邦政府组建的协助制造业发展的组织。预计该厂将达到年产 420 万条载重汽车轮胎和轿车轮胎的能力。萨马省具有良好的工业基础,汽车制造业尤为出众,该省轿车产量占俄罗斯年产量的 70%。 尚 轮

印度 JK 公司瞄准北美市场

印度 JK 轮胎和工业有限公司目前已成为墨西哥 Hulera Tornel 公司的新主人,其目标是 2009 年在北美市场的销售额达到 2.5 亿美元。

JK 公司 2007 年的销售总额为 7.8 亿美元,排名世界第 23 位,计划 2009 年在美国和加拿大销售 JK 和 Tornel 两个品牌轮胎。

JK 轮胎公司称,其已为墨西哥的 Tornel 工厂制造 JK 品牌轮胎模具,准备在 2008 年年底开始生产 JK 品牌轮胎。 陈维芳