



2003 年上半年

9 家外国轮胎公司经营简况

作为世界主要的轮胎制造商,普利司通公司和韩国轮胎有限公司今年上半年的营业收入和净收入有 2~3 位数的增长率,其中韩国公司的增长率是 3 位数。

普利司通公司的营业收入和净收入增长了 18.3% 和 30.6%, 达 5.5 亿和 2.67 亿美元。但公司的销售额增长缓慢, 仅为 1.7%, 达 92.8 亿美元。在美国, 普利司通美国股份公司营业收入下降了 42.5%, 达 3100 万美元, 但净收入没有改变。

韩国公司的营业收入和净收入猛增了 127% 和 123%, 分别是 8330 万和 5300 万美元, 销售额也增长了 13.9%, 达到 7.06 亿美元。

固特异公司销售额增长 7.6%, 达 73 亿美元, 但轮胎价格较高, 单位销售量下降 0.8%。尽管公司已做了调整, 但公司的经营状况还是不佳, 越来越深地滑向红色警戒线, 税前损失为 18670 万美元, 净损失为 23690 万美元。

由于在亚洲和拉丁美洲表现不错, 以及良好的产品构成, 米其林集团的营业收入有轻微的增长。而在欧洲和北美的恶劣市场状况使公司抵消了在其他地区的收入。在净收入方面, 由于以前的费用重组, 下降了 34.9%, 为 18210 万美元。轮胎销售量增长 2.4%, 但由于欧元对美元的汇率强劲, 使销售额比 2002 年的 82.1 亿美元下降 6.1%。

大陆公司的营业收入增长 14.9%, 这给公司提高全年收入带来了希望。占公司年度销售额大约 60% 的全球汽车业务尽管困难重重, 但公司上半年的收入还是有所提高, 营业收入增加到 4.43 亿美元, 而销售额有些下降, 为 62.7 亿美元。另

外, 尽管公司在北美有损失, 但其乘用车轮胎业务部分在第三季度的营业收入为 1.32 亿美元。

倍耐力公司的电线电缆部分依然混乱, 但其持续增长的轮胎部分给公司上半年的经济状况带来好消息。轮胎部分营业收入提高 14.4%, 为 1.41 亿美元, 它支持了公司的整体收入增长 3.2%。轮胎部分销售额增长缓慢, 为 16.8 亿美元, 公司认为要不是汇率波动的影响, 其增长应为 14%。轮胎销售量增长了 8%。

库珀轮胎橡胶公司经历了痛苦的折磨, 营业收入和净收入下降了 45.9% 和 57.1%, 分别是 7590 万和 2790 万美元, 公司为费用重组和超过预期的高额原材料费用付出沉痛代价。与 2002 年比, 仅原材料对营业收入的影响就超过 2000 万美元。公司上半年的销售额降至 16.3 亿美元。

由于横滨橡胶有限公司和东洋轮胎橡胶有限公司是以 3 月 31 为结算年度, 所以没有公布上半年结果。锦湖工业有限公司暂时也没有公布结果。

杨 静

美国高性能轮胎市场不断增长

尽管美国经济状况不佳, 价格昂贵的高性能轮胎和超高性能轮胎的销售依然兴旺。它们的使用者主要是那些拥有豪华轿车的人、运动型轿车爱好者和追时髦的人, 他们使这类轮胎在整个原配轮胎和替换轮胎市场所占份额越来越大。

现在, H 速度级轮胎 ($210\text{km} \cdot \text{h}^{-1}$) 被确定成为高性能轮胎的进入标准。S 级 ($180\text{km} \cdot \text{h}^{-1}$) 和 T 级 ($190\text{km} \cdot \text{h}^{-1}$) 轮胎与 H 级轮胎曾经在价格上有竞争, 但现在 H 级轮胎可以同等价格或更低的价格与 T 级轮胎竞争。

当高性能轮胎的普及率不断上升时, 有许多制造商开始加入到生产高性能轮胎的行列中。包括一些亚洲公司在内的这些小型制造商, 以较低的价格推出自己的高性能轮胎, 这样 H 级轮胎就成为一种日常用品。更多消费者买这些轮胎是看它们的外观, 对性能方面不感兴趣。

在原配轮胎市场, 更多的汽车制造商在用 H 级和 V 级轮胎装配汽车。美国橡胶制造商协会会员的轮胎出货量中包括了高性能轮胎和超高性

能轮胎的增长率,详细情况见表 1。

表 1 2001 年和 2002 年高性能轮胎出货量情况

轮胎	速度级	2001 年		2002 年	
		数量/千条	比例/%	数量/千条	比例/%
原配轮胎	H	5667	9.0	5544	9.7
	V	2088	3.8	2622	4.6
	ZR	564	1.0	902	1.6
替换轮胎	H	18000	9.4	21643	11.4
	V	3800	1.9	4425	2.3
	ZR	3776	1.9	4313	2.3

注: V 级为 240km/h, ZR 指 240km/h 以上的轮胎,包括 Z 级(240km·h⁻¹以上)、W 级(270km·h⁻¹)和 Y 级(300km·h⁻¹);比例是指占原配轮胎或替换轮胎总出货量的百分比。

由表 1 可见,在替换轮胎市场,H 级轮胎增长较快,V 级和 ZR 级增长也十分可观;在原配轮胎市场,它们增长较缓慢。但是这种增长的趋势将持续下去。固特异公司预计,H 级替换轮胎 2003 年将由上一年的 2100 万条,增长到 2300 万条。

超高性能轮胎的市场还较小,但它的使用者是较专业的群体,他们对轮胎的操作和性能都比较了解。但超高性能轮胎有个目标市场,即 22 岁以下收入不断增长的汽车爱好者和拥有豪华汽车的职业人员。前者会带着许多现金到轮胎专卖店,来寻找适合他们的轮胎。后者则更关心轮胎速度级别和汽车制造商的推荐。

这样轮胎制造商就处于这样一种境地,一边是受价格因素影响的消费群,另一边是受质量因素影响的消费群。

现在好象看不到高性能轮胎发展的尽头,但汽车制造商们对高性能轮胎和超高性能轮胎的胃口是越来越大,这推动着它们不断向前发展。普利司通公司认为,给它们一个开始,就会制出原配轮胎样品,并投放到替换轮胎市场。倍耐力公司正在集中精力开发更大直径、更低断面的轮胎,以适应乘用车、轻型载重汽车和多用途运动型汽车的市场需要。当高性能轮胎和超高性能轮胎的消费者希望购买行驶里程长和乘坐舒适的更佳性能轮胎时,高性能轮胎的发展方向就是提高胎面耐磨性和 Z 速度级行驶时轮胎的乘坐舒适性。

对零售商来讲,超高性能轮胎仍是一个小市场和一种竞争手段,并为其提供了高额利润。倍

耐力公司认为,有 10%的消费者喜欢廉价轮胎,10%的消费者希望用特种轮胎或专用品牌,其他人将接受轮胎专卖店的推荐。因此,零售商需要有轮胎性能和速度级方面的知识,对高性能轮胎需要近 4~5 年的了解。由于高性能轮胎消费者仅用同一种轮胎就行,所以他们可能不知如何正确使用,这就要求零售商更全面地了解高性能轮胎尺寸、安装方面的知识,才有助于与其他竞争者区别开来。一些高性能轮胎的制造商会给零售商提供销售、服务方面的培训。倍耐力公司向某些消费者提出忠告,不要将低于原配轮胎速度级的轮胎安装在原有汽车上,尽管车速没有那么快,但容易发生爆胎和安全事故。 杨 静 摘译

诺基亚轮胎公司有望实现 全年计划

今年上半年,诺基亚轮胎公司在销售和收入方面都有所提高,这十分有利于公司实现全年计划。

公司上半年的营业收入是 1860 万美元,几乎是去年同期的两倍,但销售额仅增长了 9.1%,为 23430 万美元。公司生产方面的销售额增长了 17.4%,而 Vianor 销售网的收入增长缓慢,仅是 0.4%。

公司上半年的净收入是 910 万美元,而 2002 年同期仅为 110 万美元。

在其主要市场—北欧的斯堪的纳维亚地区(包括挪威、瑞典、丹麦、冰岛)、东欧和俄罗斯,该公司的产品满足了市场的强大需求。公司不利方面是,原材料将继续增长,美元的持续疲软将不利于公司向北美出口轮胎。

上半年,公司的投资超过了 34%,为 2320 万美元,新购置的模具、先进的机器和设备解决了生产上的瓶颈。

同时,该公司在俄罗斯的 Kirov 轮胎厂已开始生产 Nordman 牌冬季轮胎,在俄罗斯的 Voronezh 轮胎厂进度已加快,新机器已按预期安装,正在试生产,预计 2004 年早期将进行全面正式生产。