

胶已从去年每吨 1000 美元,涨到 1300 美元,涨幅达 30%。国产天然橡胶也从去年每吨 10000 多元,涨到 13000 多元,涨幅同样达到 30%,与此同时,国内合成橡胶的价格也跟着大幅度上涨。其次,今年的能源、水、电、煤都已明确要提价,每吨煤涨价 10~12 元,每度电涨价 0.07 元,水价纳入商品管理,铁路运输费每吨每公里要提价 0.28 分,综合起来,将使轮胎生产成本提高 15% 左右。第三,进口轮胎逐年增加,2001 年 23 万条,2002 年 65.5 万条,2003 年 1~11 月 98.9 万条,今年取消配额后,势必导致更多的轮胎进口,冲击国内市场,而出口轮胎退税率从 15% 降到 13%。轮胎企业又减少二个百分点的收入,这样对轮胎出口又会造成负面影响。在这种内挤外压的情况下,轮胎企业如何生存、发展确是个大问题。

会议代表对今年轮胎行业如何保持快速协调健康发展提出了以下几点建议:

1. 坚持以销定产协调发展。整个行业的增长速度应与国民经济的增长速度相适应,要防止过热、过度。如果全行业发展过热、过度,一方面会造成天然橡胶的缺口进一步加大,原材料价格进一步上升,另一方面会造成产量过剩、供大于求,出现产量上去、效益下降的尴尬局面。

2. 要加快产品结构调整。在总量保持适度增长的情况下,加快产品结构的调整。对斜交轮胎来说,由于过度的重复建设,市场竞争激烈,产品售价低,再加上要交 10% 的消费税,因此,生产斜交轮胎无利可图,绝大多数亏损。为摆脱困境,只有两个办法,一是轮胎提价,不要再打价格战、自相残杀。二是转产。有能力的企业可减少斜交轮胎的产量,增加子午线轮胎的产量。

3. 努力扩大轮胎出口。我国生产的轮胎有四分之一出口,预计去年出口轮胎可突破 4000 万条。我们要充分利用国际国内两个市场、两种资源,特别是进料加工。在轮胎出口中占有很大的比例。目前轮胎出口尽管遇到不少困难,但从长远看,从全面看,还要把这项工作做好。同样要加快结构调整,逐步扩大子午线轮胎出口,扩大高附加值的产品出口。

4. 全面提升轮胎价格。由于天然橡胶价格暴涨,国外市场几家著名的大轮胎公司在去年 12 月轮胎都提了价。国内也有不少企业在去年 11 月

20 日北京会议后提了价,现在又有更多的企业准备提价。在这种情况下,我们要依靠集体的力量,维护自己的利益,达成共识一致行动。我们应该向客户进行耐心细致的解释工作,同时也要根据企业的情况、市场的情况以及客户的承受能力,进行综合考虑,市场紧销的产品,可多生产一些,多提点价,甚至一步到位也可以。大家认为对全钢载重子午线轮胎提价 3% 左右。载重斜交轮胎提价可以多一点,对其它许多产品来讲,都应适当提高轮胎价格。在提价的时候,可以“小步走、不停步”,做到有理、有利、有节,既得到用户的谅解,又不失去自己的市场。

5. 重视品牌销售。中国轮胎已有近 70 年的生产历史,也有自己的许多品牌。去年,中国橡胶工业协会推出中国十大民族品牌,今年还要争取中国名牌轮胎。名牌是公司的形象,品质的体现、用户的信赖、财富的象征。中国的轮胎企业一定要有自己的核心竞争力,自己的知识产权。只有这样,才能创出中国的名牌、世界的名牌,走上品牌销售的高级阶段。

会上,中国橡胶工业协会及有关领导衷心希望大家在新的一年里,加强轮胎行业的团结和合作,在中国橡胶工业协会的领导下,坚持“三个代表”思想,认真贯彻中央经济工作会议精神,加快产业结构和产品结构的调整,发扬努力拼搏、勇于开拓的精钾,为我国轮胎工业的快速协调健康发展作出新的贡献。

谈玉坤

## 环燕轮胎被列为 “中国市场橡胶产品十佳畅销品牌”

由中华新闻工作者联合会、中国质量保证中心和中国产品安全评价检测中心联合进行的“中国市场主要品牌质量、服务、竞争力调查活动”日前揭晓,通过对中国橡胶产品行业的专项调查,鹤壁环燕轮胎有限责任公司生产的“环燕”牌系列轮胎产品,用户忠实度、质量满意度、服务满意度、品牌美誉度和品牌竞争力等项调查指标,综合评价高,被列为“中国市场橡胶产品十佳畅销品牌”。

郭红波