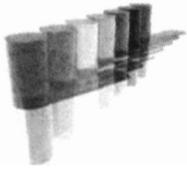


低的小型加工企业随时有可能退出市场,从而减少市场容量。随着国内乙烯项目的建设,为了平衡消化中间单体,引发了SR项目的集中建设。从长远来看,国内SR生产企业在战略上除服务

国内市场外,还应积极关注国外市场,东南亚一些国家如印度、马来西亚、泰国及欧洲的一些国家和地区还有着潜在的市场,需要组织力量走出去考察,进行市场开拓。



普利司通/费尔斯通公司扩大 工程机械轮胎生产能力

据悉,普利司通/费尔斯通公司(下称BFS)计划扩大在Bloomington厂的工程机械轮胎生产能力。Bloomington厂是前费尔斯通公司在1965年建立的,其后被转让,1994年被BSF赎回。该厂现在的生产能力为日产建筑及采矿用工程机械轮胎300套。

在未来的5年里,BFS至少投资1200万美元用于扩大Bloomington厂巨型轮胎生产能力和新产品开发。公司称,在近期签订的5年劳动合同中包括在合同有效期内不罢工的条款,这样可以保证工厂在投资周期内稳定,BFS具备向客户持续供货的能力。

BFS工程机械轮胎股份公司副总经理Shawn Rasey说,如果未来存在罢工的风险,BFS不可能向Bloomington厂增加投资,5年劳动合同的签定使Bloomington厂有机会争取到投资,并希望吸引更多的投资。

为扩大巨型工程机械轮胎的生产能力,BFS已开始招聘新员工,首期投资大约为480万美元,主要用于购买与工厂现有设备填平补齐的装备,以生产在最苛刻、最恶劣条件下使用的巨型装载机轮胎,预计设备安装于2008年11月完成,随后就开始生产。

工厂的另一项目是增加工程机械轮胎的品种及规格,详细方案正在评估中,有望不久公开。

陈维芳

倍耐力将大幅度提高在北美的销售额

倍耐力轮胎北美公司的目标是在未来的5年里将销售业绩翻番,达到10亿美元。

据倍耐力总公司称,倍耐力轮胎北美公司现在的规模已经达到区域独立水平了,希望北美公司能在北美有一个实质性的起步。

倍耐力轮胎北美公司计划在高端市场中占据领头羊的位置。倍耐力占整个北美市场的份额很小,但在一些高端市场占有率达到了2位数,并且仍然有增长的空间。

倍耐力轮胎北美公司的经营策略是,提高消费者和经销商对倍耐力品牌的关注度,通过独立的经销商销售。

倍耐力希望在未来几年内利用多种促销机会(比如车赛、城市文化活动等)让市场了解倍耐力品牌。2008年,倍耐力不仅重返北美车赛,而且参与世界其它地区的国际车赛。在北美,倍耐力将是盛大美国劳力士跑车系列(Grand American Rolex Series)轮胎的唯一供应商;倍耐力将充分利用2008年北美汽车耐力赛,包括概念车和量产汽车15次赛事,对品牌进行宣传。

倍耐力同样希望提高自己在原配轮胎市场上的地位。最近,公司准备为梅赛德斯奔驰2008款的2008 ML350 R350/320 CDI和ML550车型生产配套轮胎,并将在2008年秋季成为雪佛兰的供应商。

目前,倍耐力轮胎北美公司的销售额约为5亿美元,约占倍耐力整个轮胎业务的6%。到2012年,倍耐力轮胎北美公司的销售额将翻一倍,年均增长率约为20%。

陈维芳 邓先群