

我国管带行业发展趋势

李 鸿

(中国橡胶工业协会胶管胶带分会, 山东 青岛 266021)

摘要: 展望 2007 年及今后几年我国管带行业的发展方向, 提高技术水平; 企业结构集团化; 实施名牌战略; 减少进口; 发展自己的民族产品。
关键词: 科技创新; 集团化; 名牌战略; 减少进口; 循环经济

管带行业的发展主要依赖于煤炭、钢铁、水泥、港口、矿山、石油、汽车、纺织、轻工、机械等工业的发展。“十五”以来, 国家宏观调控政策是努力扩大内需, 刺激经济增长, 特别是增加了对水利、农业、能源和城市建设的投入, 从而带动了煤炭、钢铁、水泥、汽车、农机等持续、快速发展, 给管带行业带来了良好的发展机遇和挑战。因此, 坚持科学发展观, 提高橡胶管带产品的设计制造水平, 加强企业管理, 是从根本上提升我国管带行业水平的必由之路。

1 坚持科技创新, 进一步提高胶管胶带行业水平

我国胶管胶带行业与国外的竞争, 归根结底是技术水平的较量, 因此要充分利用高新技术, 坚持科技创新, 进一步改造我国的管带行业, 例如改造胶管胶带的产品设计、制造工艺、管理和营销水平, 不断提升我国管带行业的整体水平。

2 加快企业结构集团化、国际化发展步伐

我国胶管胶带行业的规模已进入了世界大国的行列, 在世界上占有重要的地位, 但是企业仍是小而多, 散而乱, 无序发展, 盲目竞争, 不符合世界橡胶企业结构向集团化、国际化发展的趋势。面对国外集团资金和技术上的优势, 我国管带企业必须加快集团化、国际化的步伐, 尽快增强竞争实力。

3 发展民族品牌, 实施名牌战略

我国管带工业仍处在制造大国, 品牌小国。市场竞争一靠实力, 二靠品牌, 品牌是产品质量、营销信誉的集中体现。因此必须培育发展自主品牌, 实施名牌战略。纵观各个方面, 我国管带行业

实施品牌战略的条件基本成熟, 应抓住机遇, 大力发展民族品牌, 促进胶管胶带行业全方位发展。

4 全方位开拓国内市场, 尽量减少进口

我国管带行业的生产能力一方面过剩, 另一方面每年还需进口比出口多的产品, 显然这对管带行业很不利。这说明, 我国产品的品种规格、质量水平还不能完全满足国内市场的需要, 国外产品还有打入国内市场的较大空间。少量进口是必要的, 尤其是入世以后, 这也是必然的。但是只要注重市场调整, 大力开发市场急需的产品, 不断提高产品质量, 同时加大国产产品的宣传力度, 尽量减少进口也是完全可能的。因此必须大力开拓国际市场, 除了传统的营销渠道外, 还应开创其它快速有效的营销渠道, 例如电子商务。电子商务是以网络化、数字化以及技术为依托进行的一种全新商务形式, 是营销方式的一种革命, 代表未来贸易的发展方向, 有利于降低企业成本, 提高营销效率和企业的经济效益。

5 注重动态实验

管带性能试验包括静态试验和动态试验两部分。目前我国一些大中型管带企业静态试验手段基本齐全, 但动态试验手段普遍缺乏, 特别是输送带用各种动态试验机, 基本上还属空白。传动带用动态试验机, 上世纪八九十年代从国外引进的几台已逐渐老化, 国产的质量水平还有待进一步提高。我国胶管检测水平和手段也不高, 缺乏胶管脉冲试验设备, 很多企业不能严格按国家标准和国际标准以及国外先进标准检测, 为了保证和提高我国管带产品的质量水平, 这种

情况亟待改变。

6 制订授信制度, 为企业做好服务

为进一步加强行业自律, 抑制假冒伪劣产品泛滥, 向市场推出行业的达标优质品牌, 保护生产企业的市场信誉, 维护消费者利益, 根据中橡协开展橡胶工业产品质量授信的意见, 参照其它行业的做法和经验, 管带行业制订了输送带、V带产品质量授信使用行业协会鉴证标志的实施办法, 并将在企业中推广应用, 努力为企业做好服务。

7 贯彻“循环经济”理念, 节能降耗, 提高资源利用率

发展循环经济是社会发展的必然趋势, 是从根本上减轻环境污染的有效途径。尤其是在当前

原材料价格持续上涨, 能源供需矛盾突出的情况下, 大力提高资源利用率, 节能降耗, 对提高行业的经济效益具有重要的现实意义。管带行业要针对自身的特点, 把提高资源利用率, 节能降耗, 发展循环经济作为技术创新、技术改造的一项重要内容, 优化结构设计和胶料配方设计, 以尽可能小的资源消耗和环境成本, 获得尽可能大的经济效益和社会效益; 要加大热塑性弹性体的开发和应用, 延长产品的实际使用寿命; 在胶管硫化方法上, 提倡用包树枝硫化法。要加大生产过程中溶剂的回收利用和废气废水的综合利用, 充分发挥资源效率。此外, 炼胶尚未实现密闭化, 采用开放式密炼机混炼的企业要尽快实现密闭化, 提倡炭黑、助剂、油料等配合剂实现自动称量, 密闭输送, 最大限度地减少原材料损失和环境污染。

2006年美国乘用车 替换轮胎出货量 达到 1.957亿条

美国橡胶生产商协会数据表明, 2006年乘用车替换轮胎的出货量比 2005年下降 3.2%, 原配轮胎出货量下降 8.6%。

在美国橡胶生产商协会出版的《2007年鉴》中, 对轮胎出货量的情况进行了详细论述, 其中包括: 品牌轮胎的出货情况、胎面设计及速度等级等信息。

品牌类型: 美国国内主要品牌占乘用车替换轮胎出货总量的 67%, 占轻型载重汽车轮胎出货总量的 69%; 相关品牌占 16%和 14%; 私有品牌占 17%。

胎面设计: 接近 84%的乘用车原配轮胎出货量都是全天候轮胎, 而 2.2%是牵引胎面和雪地胎面(包括: 冬季胎面、全路况胎面和牵引胎面)。在替换轮胎方面, 全天候轮胎占总量的 80.5%, 牵引胎面和雪地胎面占 4.1%。

速度等级: V级原配轮胎的出货量要比 H级轮胎的出货量多, 而 Z级替换轮胎的出货量要比 V级轮胎的出货量多很多。

V级——580万条原配轮胎, 940万条替换轮胎;

Z级——160万条原配轮胎, 950万条替换轮

胎。

从 2006年开始, 美国轻型载重汽车轮胎的出货情况不容乐观。美国橡胶生产商协会已将拖车轮胎从轻型载重汽车轮胎类别中清除出去, 还将中型载重汽车轮胎的出货量加入到 2006年载重汽车和公共汽车轮胎的出货总量之中。苏 博

韩国轮胎公司 去年利润下降 19%

韩国轮胎公司 2006年在韩国的销售收入同比增长了 10.36%, 达 22亿美元, 而经营利润却下降了 18.9%, 降至 1.83亿美元。初步统计数据表明, 税前利润 2.37亿美元, 同比下降 14.25%; 净利润 1.75亿美元, 同比下降了 16.3%。

原材料采购成本的大幅上扬导致了该公司 2006年的经营利润有所下降。2006年, 天然橡胶的平均采购价格是每吨 1930美元, 与上年相比涨幅达 52%。2006年, 炭黑与合成橡胶的价格, 也分别上涨了 27%和 6%。

该公司认为, 尽管 2006年面临不利的运营环境, 但较高的出口价格和海外汽车制造商对原配轮胎需求量的增加, 促使了销售额的不断增长。由于品牌知名度不断提升, 客户对轮胎涨价还是比较容易接受的。

郭 轶