

行业发展 SPECIAL REPORT

2008年力车轮胎行业概况及2009年展望

廖炳万

(中国橡胶工业协会力车胎分会, 广东 广州 510251)

摘要: 详细介绍了我国2008年力车轮胎行业的部分生产和销售情况, 分析了力车轮胎市场的特点, 对2009年力车轮胎行业的情况进行了预测。

关键词: 力车轮胎; 行业概况; 市场状况

1 基本情况

按中国橡胶工业协会力车胎分会统计主要会员企业的数据和我们掌握的情况, 我国力车轮胎行业2008年整个市场上半年旺销、下半年逐渐滞销, 尤以自行车轮胎为明显, 产品产量有一定幅度的增长, 摩托车轮胎产品出口量增长, 自行车轮胎出口量减小, 企业利润下降, 但产品质量有所提升。

按力车胎分会的统计, 2008年1~8月份15家主要会员企业的经济指标: 力车轮胎现价工业总产值为65.66亿元, 较2007年同期增长23.55%; 力车轮胎产品销售收入69.01亿元, 同比增长24.01%; 手推车外胎产量789.1万条, 同比增长23.96%; 自行车外胎产量17439.9万条, 同比增长8.58%; 摩托车外胎产量6361.4万条, 同比增长12.4%; 综合内胎(手推车内胎、自行车内胎、摩托车内胎)产量33762.2万条, 同比增长30.74%; 出口产品交货值13.05亿元, 同比增长17.12%。

从以上统计数据可以看出, 力车轮胎行业2008年生产和销售的形势还比较好, 但与往年相比, 增幅明显减缓。

力车轮胎产品在国际市场的销售情况就发生了较大的变化, 自行车轮胎的出口量首次出现了负增长。按海关总署的统计, 自行车外胎2007年出口11443.8万条, 同比增长17.47%; 2008年上半年出口5286.51万条, 2007年同期出口5541.26万条, 同比减少4.6%。自行车内胎

2007年出口19935.2万条, 同比增长10.8%; 2008年上半年出口9510.73万条, 2007年同期出口9690.1万条, 同比减少1.85%。摩托车外胎2007年出口1187.62万条, 同比增长27.36%; 2008年上半年出口752.02万条, 2007年同期出口544万条, 同比增长38.23%; 摩托车内胎2007年出口6185.6万条, 2008年上半年出口4890.16万条。

2 基本特点

2.1 市场旺季来得早, 淡季也来得早

力车轮胎市场每年的旺季一般在5~11月, 但2008年开春以后, 整个力车轮胎市场都旺销, 特别是摩托车轮胎更旺销。很多经销商或配套厂商先把货款汇到生产厂的账上等货。这说明2008年力车轮胎产品旺季来得早, 但旺销的好景不长, 7月份以后市场转而逐渐趋淡, 到9月份很多企业不得不减产、限产或开展促销活动, 淡季明显来得早。

2008年上半年力车轮胎产品旺销的原因有三: 一是力车轮胎产品多年来的产能过大, 供远大于求的状况发生了变化。这两年生胶和橡胶原材料价格连续上涨, 处在亏损边缘的一些中小企业已经倒闭了一批。年初的橡胶价格依然上涨, 又有一批经受不了高成本压力的企业倒闭, 原来僧多粥少的力车轮胎市场发生了较大的变化。力车轮胎产品趋向供求平衡, 所以市场显得旺销。二

是自行车、摩托车行业发展的推动,特别是摩托车产量的大幅提高,使力车轮胎产品的市场需求量有较大的增长。据《摩托车信息》报道,我国 2008 年一季度摩托车生产 632.8 万辆,销售 640.13 万辆,同比分别增长 13.56% 和 15.14%;重庆和广东这两个重要的摩托车生产基地上半年分别出口摩托车 181.9 万辆和 135.2 万辆,分别增长 30.3% 和 11.2%。力车轮胎产品是配套产品,摩托车的高速增长自然带动力车轮胎产品市场旺销。第三,我国力车轮胎产品的质量水平又有新的提高,增强了在国际市场的竞争力,扩展了力车轮胎产品的市场空间。经过近几年的结构调整和技术改造,很多企业的装备水平、工艺技术水平 and 模具水平都有较大的提高,经营理念也有很大的变化。我国力车轮胎产品“价廉”是世界公认的,“物美”也越来越被国际市场肯定。据海关统计,美国每年都大量进口我国力车轮胎产品,2007 年进口自行车外胎 825.28 万条,占我国当年出口总量的 7.21%;进口自行车内胎 2 717.78 万条,占我国出口总量的 13.63%;进口摩托车外胎 72.42 万条,占我国出口量的 6.1%;进口摩托车内胎 469.1 万条,占我国出口总量的 7.58%。法国、德国、日本、韩国都有公司到我国定牌加工力车轮胎产品,很多台资车厂也转向配大陆生产厂家的轮胎,种种因素促进了力车轮胎市场上半年的旺销(主要是 1~4 月份)。

下半年力车轮胎产品逐渐滞销,主要是自行车和摩托车出口受阻,力车轮胎产品出口量下降所造成。据自行车行业协会的统计,我国自行车(含电动自行车)年产量达近亿辆,70% 出口到世界各地。2007 年产摩托车 2 544.7 万辆,出口摩托车 819.96 万辆,出口占 32.22%。自行车内外胎和摩托车内外胎作为单独商品,2007 年共出口 38 752.22 万条,估计也占全国总产量的 1/3。力车轮胎产品 70% 是销往国外市场,对出口贸易的依靠程度高,出口受阻必然造成全行业的滞销。

2.2 生产规模大的企业形势优于中小企业,品牌的竞争力显现

5 年以前,全国各地力车轮胎生产企业、作坊遍地开花,论数量有近千家,在市场上能叫出名称的企业也有 300 多家。有些是三五台设备、十多

付模具,厂房是油毡、石棉瓦搭建的简易工棚,你要什么品牌的产品,它就给你贴什么样品牌的产品;你出什么样的价格,它就生产相应价格的产品,低质低价、低价低质一度令人不知如何应对,整个力车轮胎市场可谓“天下大乱”。名牌产品不香,好货卖不出好价钱,很多生产规模较大的老企业也顶不住市场压力,纷纷推出比原品牌价格低的第二品牌、第三品牌产品,有个别厂还有多个商标准备随时应对变幻莫测的市场变故。经过几年来的竞争洗礼、优胜劣汰,消费者也在消费实践中认识了力车轮胎产品的优劣,懂得追求产品更高的性价比,逐渐培育出一批被市场认可的名牌,自行车轮胎如厦门正新、杭州朝阳、广州钻石、上海万虹、天津金万程、昆明三叶等;摩托车轮胎如江苏飞驰、厦门正新、四川远星、江苏红豆、江苏甲字、山东东岳、山东双驼等。这些被市场认可的品牌都有一个共同的特点:抗市场风险的能力强。这两年生胶和其他原材料涨价了,原来低质低价的产品提价不易被市场接受,而这些知名品牌随原材料提价,一而再、再而三地提高产品价格也较易被市场接受。按我们的调查,2008 年以来这些知名品牌的产品价格提高了 15%~20%,有些企业提价的幅度在 20% 以上。这两年很多生产低质低价产品、产品性价比低的企业承受不了成本陡然增加的压力而停产或倒闭,而知名品牌的企

业,产品旺销,产量都有增加,整个行业的形势是“大企业优于中小企业”、“谁的牌子响、谁的产品就旺销”,名牌产品显现了比较强大的竞争优势。

2.3 红色内胎和三轮摩托车轮胎较为旺销

力车轮胎行业在 20 世纪 80 年代根据行业发展趋向和提高产品科技含量的需要,曾经提出:外胎结构硬边化、骨架材料锦纶化和内胎丁基化的要求。随着内胎丁基化进程的加快,特别是天然橡胶价格逐年升高,出口内胎又多是黑色内胎,红色天然橡胶内胎逐年减少、产量逐年下降。很多企业把传统的天然橡胶内胎挤出生产线更新为天然橡胶、丁基橡胶内胎两用的挤出、冷却、打孔、上嘴、裁断联动生产线。

近年来整个情况又发生了新的变化,由于黑色天然橡胶内胎多掺再生胶,气密性不好,耐屈挠性能差,很多消费者比较抗拒,故红色天然橡胶内

胎如 $28 \times 1 \frac{1}{2}$, $26 \times 1 \frac{3}{8}$, 24×1.75 , $26 \times 2 \frac{1}{2}$ 等规格产品在市场上又开始热销, 产品很是紧俏, 很多经销商都是把货款先汇到厂家预先订货, 产品价格也随天然橡胶价格一升再升。笔者做了些粗略调查, 红色内胎和三轮摩托车轮胎旺销是得益于国家“三农”政策的落实, 近几年农村经济有很大的发展, 特别是西部地区经济的发展。西部农村比较习惯用传统的产品, 传统产品也有其特有的长处, 如红色内胎掺不了再生胶, 产品的耐屈挠性和气密性好, 易用传统的方法修补, 在农村有较好的信誉。三轮摩托车载货量较大, 较受农村和城镇用户的欢迎, 既可载货运输, 也可以改装为载客车。经济欠发达的城镇用三轮摩托车载客很普遍, 地处平原地区的农户更爱三轮摩托车, 运肥下地、运货入城、走访亲戚朋友都用得上三轮摩托车。三轮摩托车的发展带动了三轮摩托车轮胎的旺销, 随着农村经济的发展和农民生活水平的提高, 红色内胎和摩托车轮胎在农村将旺销一段时期。

2.4 低档产品销售受阻, 中高档产品市场份额不断扩大, 内胎丁基化率进一步提高

随着自行车和摩托车行业水平的整体提升及居民生活水平的提高, 市场对力车轮胎产品质量档次的要求也愈来愈高。前些年, 由于竞争激烈, 打价格战, 低价必然导致低质, 再生胶成为制造轮胎的主要原料, 低档轮胎比较盛行。低档轮胎的致命点是使用性能差, 外胎强度低、不耐磨、易早期龟裂, 内胎废次品率高、易泄气、无法修补等质量问题, 配套装车的返修率极高, 导致不少出口贸易因轮胎质量问题发生索赔案, 使用户伤透了脑筋。从 2007 年开始, 特别是 2008 年, 低档轮胎普遍受到了市场的唾弃, 低档轮胎的市场份额大幅度减少。最显著的表现是, 这两年破产倒闭的企业大多是生产低档轮胎的小企业, 以经营低档轮胎著称的河姑庙市场已经衰落, 全国最大规模的广州白云摩托车配件市场低档轮胎的销量已经很少, 中高档轮胎的销量不断上升。因丁基橡胶内胎的气密性极优、耐屈挠性好、耐热氧老化佳等优点, 丁基橡胶内胎逐渐被市场认可, 较为旺销。按力车胎分会的统计, 2008 年上半年内胎丁基化率为 50.87%, 比 2007 年同期的 44.55% 增加了

6.32 个百分点。

3 2009 年展望

力车轮胎是配套产品, 它是对出口贸易依赖性极强的产品, 市场的需求变化随相关行业的发展、社会经济活跃程度、国际贸易环境的变化而变化。根据目前掌握的信息, 对 2009 年力车轮胎行业的发展情况作如下几点预测。

3.1 市场总容量扩展放缓, 2009 年的旺季将来得迟

我们近两年对力车轮胎 4 大类产品市场容量做过估算: 自行车外胎年需求量 5 亿条, 自行车内胎 6 亿条; 摩托车外胎 1 亿条, 摩托车内胎 1.2 亿条; 手推车外胎 2 000 万条, 手推车内胎 3 000 万条; 多用途小轮径车轮胎、ATV 轮胎 1 000 万条。按现在的情况, 国内自行车替换轮胎的需求减少或持平, 市场需求量的增长主要是出口市场和电动自行车配套轮胎需求量的增长, 由于受到美国金融海啸及世界经济不景气等因素的影响, 估计 2009 年市场总需求与 2008 年持平或略有减少。但摩托车轮胎的需求量将保持两位百分数的增长, 因为摩托车轮胎的主要市场在农村, 在非洲、南美、东南亚等受金融风暴影响较小的市场。十七届三中全会精神的落实, 必定促进农村经济持续发展, 农村居民生活水平将不断提高, 农民的购买力会不断提高, 摩托车、摩托车轮胎的需求量将会进一步扩大。手推车轮胎在中西部、东北地区市场会有一定的增长。多用途小轮径车轮胎、ATV 轮胎多是出口美欧市场, 国内市场需求量极小; 由于近期出口渠道有些阻滞, 估计 2009 年的市场需求会有所萎缩。

受世界经济大气候的影响, 力车轮胎的“寒冬期”将延续一段时期。但自行车、摩托车等一些人力车或助力车具有节能、环保、经济实用诸多优势, 社会需求总量还会扩大。严冬过去必是春天, 随着人们对“金融海啸”心理阴影的平复, 力车轮胎市场的人气将会骤增, 但估计 2009 年的旺季会比往年迟来些。

3.2 两端小、中间大的产品结构逐渐形成, 中高档轮胎将成市场的主导产品

力车轮胎行业从“短缺”经济时代走过来的初

期, 整个行业蓬勃发展, 产品结构呈一矮形“金字塔”。低档产品占的比例较大, 中档产品占的比例小, 高端产品的比例更小。随着行业的发展, 特别是经过市场竞争的优胜劣汰, 进入行业的门槛越来越高。只有生产附加值高的中高档产品才能有较好的投资回报, 低档产品的比例在缩小, 中档产品的比例在增加。随着时间的推移, 市场竞争越来越趋向理性, 只有高性价比的产品才能得到用户的青睐, 性能优良、价格合理的产品已成为市场的主导产品。2008 年市场较热销的产品是质量稳定的中高档产品, 经过这次“寒冬”的洗礼, 产品结构调整将更趋合理, 2009 年中高档产品的比例必将进一步扩大, 两端小、中间大的合理结构将逐渐形成。

3.3 行业的集中度会进一步提高

力车轮胎行业是一个劳动密集、耗能大、毛利率小的产品行业。随着市场竞争激烈程度不断加深和持久, 降低生产和经营成本的各种措施均为业内所熟知, 只有靠规模经营去进一步降低成本, 提高经济效益。很多企业, 如厦门正新公司、杭州中策公司、天津万达公司、江苏飞驰公司、四川远星公司、唐山三元公司、山东东岳公司这几年都在发挥自己的优势, 不断扩大经营规模。当企业发展到一定规模, 产品有一定的市场占有率、品牌效

应、信誉, 企业将得到进一步的发展。按力车胎分会对 26 家主要会员企业的统计, 2008 年上半年力车轮胎现价工业总产值前 5 名企业总产值之和占统计总数之 71.22%, 较 2007 年同期 64.33% 增加了 6.89 个百分点; 前 10 名企业的总产值占统计总数之 89.66%, 较 2007 年同期 88.08% 又增加了 0.58 个百分点。预计 2009 年力车轮胎行业的集中度会有进一步的提高。

3.4 内胎丁基化率将进一步提高

丁基橡胶内胎气密性优良、柔软而耐屈挠、耐老化等优点已被整个市场公认。以前丁基橡胶内胎的生产成本要比同规格的天然橡胶内胎高许多, 现在消费者认为丁基橡胶内胎的性价比与天然橡胶内胎相差不大, 越来越多的消费者趋向选择性能优胜的丁基橡胶内胎。生产丁基橡胶内胎的工艺技术成熟, 生产设备全部国产化, 一般的企业都具备生产丁基橡胶内胎的条件。更重要的是, 我国每年出口的 7 000 多万辆自行车、近 900 万辆摩托车大多都要求配套丁基橡胶内胎, 近年新产的摩托车、电动自行车都逐渐配套丁基橡胶内胎。丁基橡胶内胎的市场需求进一步扩大, 2008 年上半年内胎丁基化率 50.87%, 比 2007 年同期增加 6.32 个百分点, 预计 2009 年我国丁基橡胶内胎将占内胎总量的 60% 左右。

法国开发自我修复橡胶材料

据《自然》2008 年 451 卷 2 月 21 日报道, 一篇名为超分子组合自我修复热塑性橡胶论文中, 法国科研人员研制成功一种在室温条件下有小割口时能立即自我修复的橡胶。据称, 这种橡胶主要由脂肪酸和尿素生成。

在室温条件下, 将两个新割口表面压在一起, 割口一会儿就能自己结合好。约 15 min 后, 这种橡胶就能经受 100%~200% 拉伸应变, 并能坚持 3~4 h。在低速拉伸情况下, 拉伸应变能达到百分之几百。但是, 割口经过一周或更长时间后, 在室温条件下, 这种自我修复就不能进行了, 只有高温情况下自我修复才可进行, 如 120 °C 时需要

5 min。

论文给出制造这种橡胶材料的方法, 即分两步获得 100 g 橡胶材料的方法。175 g 由德国科宁(Cognis)公司生产的含 4% 一价酸、79% 二价酸、17% 三价酸和多酸的 Empol 1016 与 70.3 g 二乙烯三胺(diethylenetriamine)在 160 °C 氮气条件下浓缩 24 h。72 g 经氯仿/水萃取未反应胺后由核磁共振(NMR)测定 $-\text{CH}_2-\text{CONH}$ 与 $-\text{CH}_2-\text{NH}_2$ 基团比例为 1.8 的胺与 17 g 尿素在 135~160 °C 氮气条件下反应 7.5 h。氨水和未反应尿素被真空抽取和水冲洗后, 在 100 cm² 大、32 mm 厚的钢模中, 在真空加压、120 °C 下干燥制得新材料。在 60 °C 条件下, 经 24 h 膨胀制得具有十二烷的橡胶材料。

杨 静