行业动态

HANG YE DONG TAI

轮胎行业倡导拒绝外包装

在中国橡胶工业协会轮胎分会 2006 年年会上,上海轮胎橡胶(集团)股份有限公司等 16 家主要轮胎企业向全体轮胎企业发出联合倡议,取消轮胎外包装,要求全行业从现在起先取消出口轮胎和配套轮胎的外包装,并逐步创造条件,取消国内维修市场轮胎外包装。这一倡议得到与会代表的一致好评并形成决议在会上通过。轮胎分会将这一工作作为协会工作的今后重点之一,重点落实实施。

众所周知轮胎外包装无任何实际使用价值。轮胎外包装主要基于轮胎厂及经销商考虑美观的心里,想给用户一个精致的印象。从众心理等因素驱使轮胎包装在近年有扩展之势,尤其在轮胎维修市场有一半以上的轮胎使用包装。轮胎包装出现多种形式,有包装带式、包装袋式、包装盒式等。包装形式有手动包装和自动包装。包装材料大多为由 PP(聚丙烯)或 PE(聚乙烯)编织后淋膜而成的带或袋。大多包装都五颜六色,有的包装非常豪华,表面镀铝或锌膜。在出口轮胎中也有部分企业使用包装。我国北方某著名轮胎企业最近投资 150 万元建立镀铝膜包装带生产线,产品主要以满足该厂产品出口为主。由于轮胎包装的需要,我国出现为数不少的轮胎包装材料及轮胎包装机等厂家,据桂林一包装机制造厂介绍一台包装机近 10 万元,且生意不错。

轮胎外包装既无实际使用价值,又会造成环境污染。从推进循环经济的要求看,既要求投入减量化,减少进入生产和消费过程中的物质,从源头节约资源和减少污染物的排放,又要求产品包装减少一次性污染,因此取消轮胎外包装,既不会影响轮胎的实际使用,又减少了环境污染。从企业经济效益和社会效益来分析,轮胎外包装造成

资源浪费、成本上升。如按平均每条外包装费用 6~7 元计,取消轮胎外包装可节约 3~4 亿元。对轮胎生产企业来说既可减少投入、降低成本,又可节约包装材料。

笔者走访桂林地区的部分轮胎经销商及专卖店,发现米其林、普利司通、固特异的轮胎都不包装,韩泰轮胎、锦湖轮胎、东洋轮胎等包装。在国内品牌中除双钱、三角未见包装外,其它大多数轮胎如好运、成山等大部分都包装,尤其是山东等地一些小轮胎企业几乎百分之百包装,有的斜交轮胎也包装。对于包装,经销商大多认为是赔本赚吆喝,得不偿失。很多经销商抱怨轮胎厂经包装的轮胎一般要贵几元,但是经销商要把成本转嫁给用户很难。经销商每次还得费力将包装撕掉,还得负责垃圾的处理。多数轮胎经销商希望行业拒绝轮胎包装。但也有小部分轮胎经销商认为包装能防止轮胎表面积灰、老化,减少橡胶经销店的橡胶味,这对大多位于路边的轮胎经销店还是有必要,不过可以更简单些。如果要全面取消轮胎包装,除了通过宣传推广改变用户消费心里外,轮胎企业在防尘沾灰、防老化等方面要做一些工作,同时轮胎营销要尽量减少流通环节。

部分轮胎企业老总认为取消轮胎外包装符合节约资源、保护环境和发展循环经济的要求,是轮胎发展的大势所趋,尤其是我国轮胎行业八大民族品牌对取消轮胎外包装非常积极,大家都集体加入倡议行动中。

轮胎使用客户绝大部分认为轮胎包装不必要,轮胎取消外包装理所当然。很多司机表示要用实际行动支持轮胎取消外包装的倡议。

陈维芳

三角首家半钢轮胎形象店在京落成

日前,全国首家三角集团有限公司半钢子午线轮胎形象店“亮相”北京,并正式开业。

2006 年,三角集团有限公司根据营销战略规划,为不断提升三角半钢子午线轮胎市场占有率和品牌形象,该公司与经销商积极合作,在全国各地开始建设三角半钢子午线轮胎形象店和挂牌店。这次在京开业的首家形象店是与北京奥耐特