

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。在产品品牌中除双钱、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

工贸有限责任公司合作成立的。该店建筑面积 452m², 员工 16 名, 现拥有最先进的轿车四轮定位仪、动平衡仪、扒胎机和氮气机等设备。该店除开展轮胎销售、装配和修补外, 还建有汽车美容店、烤漆店及配件超市。该店预计月销售三角半钢子午线轮胎 200 条左右。

据悉, 6 月份该公司在杭州市、郑州市、松原市、淄博市、苏州市建立的 5 家形象店也将陆续开业运营。首批 6 家形象店的建成, 标志着该公司终端网络建设的新开端, 对三角半钢子午线轮胎市场建设、产品市场占有率及品牌形象提升起到了积极有效的推动作用。李发荣

上轮依靠自主技术创新 形成全钢工程轮胎系列

近年来, 上海轮胎橡胶(集团)股份有限公司不断推进自主技术创新, 加快全钢工程轮胎研发和生产步伐。今年, 又将投入巨资实施全钢工程轮胎核心技术系统创新, 年底将形成年产 12 万条的生产能力。

随着全球采掘业的兴起, 工程项目建设的增多和工程机械车辆的发展, 对全钢工程轮胎的市场需求不断扩大。全钢工程轮胎是轮胎产品中的高新技术产品, 与斜交工程轮胎相比, 它具有耐磨、耐刺扎、负荷强度大、油耗低、使用寿命长、行驶安全舒适、经济效益高等优点。这种产品虽然在国际上仅有米其林、固特异、普利司通等几家跨国公司能够开发生产, 但早已替代斜交工程轮胎而被广泛使用。因此, 开发全钢工程轮胎具有广阔的市场前景。

为紧跟世界轮胎发展潮流, 提高我国轮胎产业竞争优势, 该公司从适应全球市场需求的角度出发, 慎重而又果断决策, 投入研发经费, 用于 14.00R24 等规格全钢工程轮胎的开发。双钱公司和轮胎研究所市场为导向, 运用轮胎结构设计整体优化技术和有限元分析方法, 采取结构、配方、工艺及装备等集成创新方式, 进行新产品开发。通过自主技术创新, 于 2002 年 7 月 17 日试制成功了国内首条 14.00R24 全钢工程轮胎, 并获得了多项自主知识产权, 同年 8 月投入批量生

产, 迅速推向国际市场, 在美国拉斯维加斯轮胎博览会展出后, 引起了国际轮胎业的轰动, 赢得了众多经销商的青睐。

3 年来, 双钱公司和轮胎研究所先后开发了 14.00R24 等 10 多个规格的全钢工程轮胎, 实现了产品的系列化。在此基础上, 今年又投入巨资, 实施全钢工程轮胎核心技术系统创新, 抢占前沿技术制高点, 抓紧开发全钢巨型工程轮胎, 力争成为我国轮胎行业全钢工程轮胎品种、规格较为齐全的强势企业。

为满足国内外市场需求, 上轮公司加快科研成果向生产力的转化, 推进生产规模化。2004 年实施的年产 12000 条全钢工程轮胎工业化生产项目, 通过上海市新产品鉴定和科技成果专家的评审, 双钱牌全钢工程轮胎在技术、质量等方面均处于国内领先水平, 并且达到国际先进水平; 2005 年新建如皋公司年产 10 万条全钢工程轮胎扩建项目, 预计今年年底将形成年产 12 万条的生产能力, 增强了规模优势。

为迅速做大全钢工程轮胎, 上轮公司实施外贸多元化战略, 积极拓展国际市场, 扩大全钢工程轮胎出口。双钱牌全钢工程轮胎在进入美国、欧盟、澳大利亚主流市场之后, 现又进入中东市场和东南亚市场, 预计今年双钱牌全钢工程轮胎出口 7 万条, 创汇 4500 万美元。双钱牌全钢工程轮胎不仅是世界轮胎替换市场的畅销产品, 而且成了美国最大的工程机械车辆制造厂商的配套产品, 从而进一步拉动了替换市场, 加快了国际化步伐。

张新华

库珀成山半钢引用库珀轮胎技术

库珀成山(山东)轮胎有限公司为提高半钢子午线轮胎的产品档次, 解决半钢子午线轮胎产品结构调整等问题, 近期, 美国库珀总公司派了大批专家到库珀成山协助产品研发工作, 解决半钢子午线轮胎生产过程中存在的工艺及设备问题。

库珀专家主抓 4 项工作: 一是现场质量监督; 二是现有技术配方改造及设备改造; 三是整个生产物流系统的数据管理体系改善; 四是完全利用库珀技术生产库珀轮胎, 本项工作目前正在轮胎