

海外市场

锦湖公司意欲成为全球第五

锦湖轮胎公司意欲在 2015 年前实现跨越, 其首要目标是 2009 年实现世界轮胎企业排名第八位, 2015 年取得世界轮胎企业排名第五位。主要策略是提高制造能力, 增加经销商的数量, 对经销商进行培训和激励机制等。

为实现世界排名第五的目标, 锦湖公司的销售额需翻一番以上。现在排在锦湖公司之前的轮胎企业有: 库珀轮胎橡胶公司、韩泰轮胎股份公司、横滨橡胶股份公司、住友橡胶工业公司及倍耐力轮胎公司。现排名第五的倍耐力轮胎公司 2005 年的销售额为 45 亿美元。

2006 年, 锦湖公司销售收入约为 19 亿美元, 在今年世界轮胎企业排名有望列居第九位。同年, 锦湖公司在美国的销售收入为 4.65 亿美元, 比上年增长 19%, 2007 年的目标是销售收入达到 6.1 亿美元。

要达到世界排名第五, 不仅仅是简单地拉平与倍耐力轮胎公司销售收入上的差距。因为每一家公司的销售收入都会增长, 必须超越前 4 家公司才能实现目标, 所以需要经销商的大力帮助与通力合作, 这是实现目标的唯一途径。

锦湖公司的首要任务是培育自己的品牌, 公司将进行重新整合, 增加生产能力和资源, 不仅需要卖轮胎, 还需要不断推销公司。

2007 年第二季度最大的任务就是对经销商进行在线培训。培训主要针对经销人员进行诸如轮胎内压监控系统及锦湖轮胎等内容的培训。同时从 2 月份开始对从批发商购买一定数量轮胎的经销商给予一定的激励, 与各级经销商建立起新的关系。

在内部管理上, 赋予美国子公司与海外工厂直接联系的权力, 扩大终端销售、营销及客户服务的员工队伍。

近年锦湖公司的生产能力, 尤其是轻卡轮胎

生产能力受到空前的挑战。随着在中国、越南新工厂的建设, 生产能力有望从 2007 年的 5200 万套提高到 2010 年的 7600 万套, 增长约 50%。

锦湖公司将贮存仓库直接移至美国, 实现即时交货。2006 年底定货率由当年其他时间的 97% 滑落到 62%, 估计到 2007 年第一季度末, 定货率将要恢复到正常水平。

近年来锦湖公司一直致力于提高经销业务的份额以提高销售收入, 目前与大约 12 家竞争对手争夺全球 40% 市场份额, 其余 60% 为世界轮胎三大巨头所霸占。

锦湖公司将通过调整产品结构与上述公司展开竞争。该公司各类轮胎的市场份额为乘用车轮胎占 4.1%、轻卡轮胎占 1.4%、超高性能轮胎占 7.2% 和高性能轮胎占 11.1%。显然在高性能轮胎上有较大赢利空间, 能持续提供产品以满足市场需求。

陈维芳

Vredestein 北美轮胎公司

提高产品价格

Vredestein 北美轮胎公司日前宣布, 该公司将于近期提高美国地区轮胎产品售价, 包括全天候轮胎、夏季轮胎和冬季轮胎, 上涨幅度为 4%, 但具体实施时间并未确定。

此次提价的主要原因是原材料价格带来的影响。

向怀远

韩国轮胎今年全球销售目标

为 36 亿美元

韩国轮胎公司宣布, 2007 年全球销售额目标要达到 36 亿美元。其中, 韩国的销售额要达到 25 亿美元, 预计同比增长 13.8%。

公司今年的全球销售额目标是根据其在韩国的两家轮胎厂(大田和锦山工厂)和中国韩泰公司的两家轮胎厂(嘉兴和江苏工厂)以及即将于今年 6 月份前后投产的匈牙利轮胎厂(多瑙新城工厂)的产量而估算的。

该公司认为, 2007 年天然橡胶等原材料的供给和价格仍将存在着某些不确定性, 不过这些不