

蓝色海洋。红海代表现今存在的所有产业,这是我们已知的市场空间。在红海中企业总是尝试着击败竞争对手,以攫取更大的市场份额和生存空间。随着市场空间越来越拥挤,利润及其增长的前途越来越暗淡,红海竞争变得越来越激烈。

蓝海是指蕴藏着庞大需求的新市场空间,代表着创新需求,代表着高利润增长的机会。

蓝海战略是一个系统化的新型企业战略模式;蓝海战略鼓励企业去冲破残酷竞争的红海,不去瓜分现有且常常是萎缩的需求,也不把竞争对手立为标杆,而是去扩大需求,摆脱竞争,使企业进入一个没有竞争或竞争很弱的一个全新的市场空间。

继蓝海战略之后,一种新的理论——长尾理论又开始流行。如果说,蓝海战略是回避同质化、低利润的“红海”,进入差异化、低成本的“蓝海”;那么可以说,长尾理论是它的续篇;通过创意和网络,进入个性化生产的“蓝海”。边际投入更小,边际利润更大,个性化生产,这些是长尾理论的

关键。

我国橡胶助剂企业面临的市场竞争已不仅停留在国内,更残酷、更激烈、更惊心动魄的竞争来源于国外。如果我国的企业还将竞争的重点和对象停留在国内的话,那么国外橡胶化学品制造商、供应商则可以坐享渔翁之利。充分运用蓝海战略和长尾理论以避免同质化、低水平的恶性竞争,也是橡胶助剂行业在经济危机下遵循的生存法则。

同行企业在保持适度竞争基础上的联合、合作是应对危机及国外竞争的明智之举。

在现在严峻的经济环境下,企业的成本控制能力至关重要,而劳动力管理的优劣,对企业的成本控制影响重大。内部挖潜并强化内功是经济危机下众多企业为提升竞争力的手段。通过推行精益管理可以帮助企业减少浪费,提高运营质量,强化劳动力管理,从而大大提高橡胶助剂企业的运营效率和竞争能力。

参考文献:略

(完)

我国非轮胎橡胶原材料的发展趋势

特种橡胶在高性能工业制品中逐渐占据主要地位。用户对橡胶制品使用条件提出的要求愈来愈苛刻,如汽车厂家提出汽车配件的使用寿命应该同汽车一样。国外汽车用橡胶配件以及其他高性能工业制品中特种橡胶的使用已非常广泛。氢化丁腈橡胶(HNBR)已主要用于汽车同步带底胶、高性能V带底胶、汽车各种胶管内层胶以及接触燃油的密封件等。

复合材料应用日益扩大。在国外非轮胎橡胶制品所用原料中,复合材料的使用更加广泛。橡胶与多种高分子并用、有机材料与无机材料并用是橡胶制品开发中原料的特点之一。近年橡胶工业用复合材料另一新进展是有机橡胶与无机陶瓷材料的复合,用这种新型材料制造的耐磨衬里、耐磨胶管以及耐高温、耐磨输送带(覆盖胶)等,其使用寿命比传统产品提高1倍以上。

高新技术用橡胶材料不断涌现。以汽车橡胶制品为代表的大多数工业橡胶制品都是价格较高

的特种橡胶或功能性材料,售价与性能都比较高,虽然行业耗胶量不大,但产品附加值高。在汽车减震橡胶制品方面,高性能充液体的发动机垫和轴套的成功开发是近年来国外汽车用橡胶制品新产品开发中的代表性成果,汽车安全气囊用充气橡胶袋已改用高强度芳纶纤维作为骨架层,表面涂复硅橡胶,这种气袋胶布厚度只有0.14 mm,耐温可达200℃,且耐老化时间长。高新技术产业尤其是电子信息产业的发展,使橡胶工业为之配套的高新技术橡胶材料和制品也随之长足进步,其中涉及的高新技术橡胶产品主要有高功能橡胶——导电橡胶、磁性橡胶、感光橡胶、亲水性橡胶、形状记忆橡胶、医用橡胶;新特性橡胶——防水透气橡胶(透湿橡胶)、抗震橡胶、高性能耐油橡胶、冲击吸收橡胶、低滚动阻力与抗湿滑橡胶等。

崔小明

▲日前,国家质量监督检验检疫总局对全国胶鞋质量进行抽查,双星集团鲁中公司生产的靓丽-5女鞋和登山鞋在监督检查中被认定为合格产品。

王开良