

Strukol WB42, Strukol VP1407 等。该类产品能显著降低橡胶制品中的锌含量,具有环保、高效的特点。低锌、无锌化是润滑分散剂今后的发展趋势之一,差异化和系列化是润滑分散剂发展的另一趋势。因为生胶品种多,不同的补强体系性质也不相同,因而润滑分散剂的开发应具有针对性,应根据不同的生胶和补强体系开发系列化和差异化产品。德国 Schill & Seischer 公司有 Strukol WB212, Strukol WB215 和 Strukol WB33 等系列润滑分散剂产品,青岛莱茵化学公司有莱茵塑分 ST、莱茵塑分 GT 及莱茵塑分 PP 等润滑分散剂产品。

5 结语

据中国汽车工业协会统计,2011 年国内汽车产销量双双超过 1800 万辆。国外主要轮胎企业均在中国设立了合资或独资企业。我国已成为世界汽车和轮胎生产和消费第一大国,这给橡胶助剂工业的发展提供了良好的机遇。今后我国橡胶助剂行业应加大科技投入,健全新产品和新工艺开发的科技支撑体系,优化橡胶助剂产品结构,促进国内橡胶助剂工业又好又快发展;积极培育和打造国际知名的国产橡胶助剂品牌,拓展国际市场,加快我国向橡胶助剂强国进军的步伐。

(完)

行业动态

双星橡机创新科技服务模式

面对宏观经济对橡胶机械市场造成的不利影响,双星橡机公司加快“调结构、进高端”,发挥双星名牌优势,积极创新经营。

1. 由卖单机设备转向卖技术、卖服务、卖装备

双星橡机与同行企业、科研院所、高等院校及技术咨询公司的一批专家建立了良好的合作关系,了解行业最前沿的技术和专业知

识,有助于改进产品,提升卖技术、卖服务、卖装备、服务客户的能力。双星橡机营销团队不仅能够独立为客户解决技术问题,而且还依据市场需求,为公司新产品研发及时提建议。2011 年 8 月,通过市场调研了解到工程机械子午线轮胎销售转好,便及时建议公司进行全钢工程子午线轮胎硫化机技术储备,2012 年第 1 季度成功取得了工程机械子午线轮胎硫化机大额订单,很好地弥补了载重轮胎硫化机订单的不足。

在开拓周边市场的过程中,双星橡机营销团队针对一些国家技术基础薄弱的现状,与技术咨询公司联合,推行了“技术+装备”的销售模式,大胆承接国外轮胎、输送带项目整体大包工程,帮助客户最终生产出合格的产品,改变了双星橡机过去只卖单机设备的低端路子,树立了良好的市场

新形象。

2. 由依赖局部市场转向走向全国、闯世界

面对市场需求萎缩的形势,双星橡机加快结构调整,迅速由依赖山东东营局部市场转向走向全国、闯世界,由中小型企业向大型名牌企业、有实力、信誉好的企业转型,加快拓展国际市场。公司专门制定了《高端产品推广办法》《高端客户开户奖励办法》等,激发了经营人员开拓新市场的积极性。2011 年以来,打开了国内输送带设备市场,成功开拓了伊朗、泰国、白俄罗斯等国外市场。

3. 由中低端市场徘徊转向搭建专家营销平台,抢高端市场

双星橡机积极搭建技术升级平台,利用专家的技术实力,联合开发新产品,并对产品进行完善,使双星橡机产品更加适应工艺和操作要求,更加适应市场;借助与专家交流的经验,带动公司技术水平的提升,为抢夺高端市场提供了更大的技术支持。双星智能自动化液压双模硫化机等产品已经成功进驻国内一些知名品牌企业,双星橡机已跻身国内橡机行业前三甲。通过创新经营,双星橡机在市场萎缩的情况下,实现了订单不减,利润增加,创造了逆市发展的新局面。

王开良 王立品