



米其林品牌五连冠

J. D. 鲍尔公司是目前世界上最具权威的商业咨询公司之一,总部设在美国加利福尼亚州。该公司长期从事市场调查、资产评估、质量监测、技术服务等业务,几乎每月都会公布一到两项市场调查结果,调查对象广泛,比如汽车、摩托车、汽车配件、商品房等等。在该公司最近公布的 2002 年度北美地区原配胎满意度评比结果中,米其林(Michelin)品牌再次夺冠,这是该品牌连续第 5 年获得该项荣誉。

原配胎满意度评比是由 J. D. 鲍尔公司(J. D. Power & Associates)举办的一项例行市场调查活动,调查对象为北美地区购车一族。调查内容涉及轮胎的质量、性能、品牌形象、服务等,具体操作是按产品类型将原配胎分成 2 大类:乘用车胎和轻卡轮胎,而每大类又分成 5 个项目来打分:轮胎质量、耐久性、环境适应性、设计与款式、冬季路面牵引性;调查结果用满意度指数(总分)来表示。

J. D. 鲍尔公司的调查结果表明,乘用车胎产品的行业平均水平为总分 103 分。米其林品牌获得总分第一(114 分)的好成绩;在构成总分的上述 5 个项目中,米其林品牌有 4 个项目得分排在第一。

东洋(Toyo)品牌和倍耐力(Pirelli)品牌并列总分第二(106 分),大陆(Continental)品牌取得总分第三名(104 分)。其他品牌的总分均在行业平均水平之下。

轻卡轮胎产品的行业平均水平为总分 95 分。在行业平均水平之上的共有 7 个品牌。米其林品牌的总分为 110 分;横滨(Yokohama)品牌的总分为 104 分;固特异(Goodyear)品牌和尤尼罗伊尔(Uniroyal)品牌的总分均为 102 分,并列第三名;BF 固特里奇(BF Goodrich)品牌的总分为 101

分;登禄普(Dunlop)品牌的总分为 100 分;普利司通(Bridgestone)品牌的总分为 99 分。

“新车零部件的更换时间一般为 5 年,但原配胎的更换时间平均只有 2 年。轮胎制造商欲在原配胎市场取得成功,主要取决于产品的研究开发和生产工艺。米其林集团公司在这方面就做得很不错”,J. D. 鲍尔公司的轮胎监测专家 Jeff Zupancic 如是说。

J. D. 鲍尔公司调查了 3746 位车主,他们大多数购买新车还不足 3 年。除上述 5 个项目外,J. D. 鲍尔公司还要求调查对象如实反映轮胎的磨损程度以及操作性能情况。

调查发现,在买车才 1 年的车主当中,反映米其林轮胎有问题的人最少;表示在购买替换胎时将首选米其林品牌的人占被调查人数的 60%,该比率在所有品牌中是最高的。Zupancic 先生对此的评价是,对轮胎制造商而言,保持较高的原配胎满意度非常重要。因为原配胎满意度与替换胎品牌取向息息相关。对原配胎满意的用户往往在购买替换胎时首先考虑同一品牌。也就是说,原配胎满意度较高的品牌在替换胎市场同样比较吃香。

调查还发现,有 1/5 的车主在买车头 1 年就有 1 条轮胎出现故障,其中 12%的车主只好更换 1 条甚至好几条轮胎。在被调查的所有品牌当中,反映最多的轮胎故障是刺穿。 邓海燕

日本合成橡胶工业的发展战略

日本合成橡胶产业的发展主要通过几大合成橡胶生产公司推动,这些公司通过改革内部机构,增强企业活力,积极参与和发展高技术、高附加值产品的开发和应用,针对 21 世纪的国际竞争环境,制定了全球化的战略发展规划。

1 重视开发自有技术和核心技术

早期日本合成橡胶工业主要依赖于从国外引进生产技术,日本各大合成橡胶公司的 SBR、BR、NBR 和 EPR 的生产技术最早基本上都是从美国引进的,但是经过日本国内各主要合成橡胶生产公司的生产技术改造和创新后,都形成了包括合成橡胶单体合成、聚合工艺和后处理在内的一整套自有技术,并且还向亚洲国家(如中国、韩国和