

海外消息

美国橡胶企业紧急应对 天然气涨价

最近,天然气和橡胶原材料一样,价格一次又一次地飚升。据美国《橡胶与塑料新闻周刊》报道,在 2004年 10月到 2005年 10月这一年,日益增长的需求以及由于飓风卡特里娜、丽塔而导致的供应中断,已经使天然气价格提高了将近 90%。据美国能源部能源信息管理局预测,今年冬天由于天然气涨价,居民将要多支付 48%的室内供暖费用。

美国气体协会解释说,目前正常生产的天然气井的数量已经由 1971年的 10万口增加到了 30万口,但由于其中的大部分天然气井已经贫化,产量在逐年递减,而各行各业对天然气的需求却一直在递增,所以出现短缺是非常自然的事情。

在美国,天然气被广泛地用于橡胶工业。橡胶制品生产商和供应商使用的硫化机、干燥器以及其他机械设备经常需要消耗大量的蒸汽,而这些蒸汽通常是通过用天然气烧锅炉得到的。

此外,天然气一直作为清洁能源被推广,在火力发电厂里代替油和煤使用。不少行业把天然气作为带动机械设备运转的动力源,这就意味着随着天然气短缺和提价,上述行业都将受到影响。

美国企业界认为,天然气价格暴涨已经使得美国比世界其他国家处于更加不利的地位。以 10月 26日世界各地市场的天然气价格作对比,美国每 100万 BTU(British thermal Unit英制热量单位)售 13.90美元,加拿大售 11.20美元左右,英国售 8.20美元,中国售 4.85美元,沙特阿拉伯仅售 75美分。至于橡胶工业,亟待解决的问题是:这个成熟行业中的企业如何在原材料供应商的一再提价与客户的需求增长之间取得平衡,化解天然气涨价压力,降低单位产品的

生产成本。

美国化学理事会的研究表明,以每 100万 BTU提价 1美元计,化学工业为购买天然气而支付的生产成本将增加 37亿美元。一位不愿意公开姓名的合成橡胶企业老总透露,目前天然气价格已经比往年高 94%,折算到每一磅合成橡胶,其生产成本已经增加了 3.5美分。

美国俄亥俄州 Chardon橡胶公司执行副总裁兼首席运营官 Marian Devoe先生说:“经过几次涨价,天然气的价格已经翻了一番。我敢肯定这已经影响到我们的国际竞争力,最简单不过的原因是同行业的外国竞争者不必面对天然气涨价带来的困难。”

普利司通(费尔斯通)轮胎公司的发言人说:“天然气涨价已经构成继石油化工产品、天然橡胶、聚丁二烯橡胶之后的价格风暴。我们的境况和固特异、米其林等轮胎企业是一样的。”该公司已经制订全球节能计划,要将能源消耗量降低 3%,并且开始使用代用品试验,其中包括甲烷和氮气。

面对天然气涨价,许多企业采取了对付原材料价格升高的必然措施:相应地提高自己产品的价格。美国库珀轮胎橡胶公司已经再一次宣布提价:12月 1日后所有轮胎产品执行比现在高 5%的价格。
江义昌

世界胶带价格持续走高

尽管已全力消化原材料及其它费用上升的压力,但在过去几个月里,世界上大多数胶带制造商还是悄悄地胶带产品的价格提高了。世界上两个最大的胶带制造商固特异工程产品部和芬纳邓禄普传送带美国公司已进行了第二轮提价。

芬纳邓禄普在今年 10月初已将价格提高 6%,并于 11月 1日执行。在 10月 9~12日于凤凰举行的 NIRA年会上,芬纳邓禄普公司称,会想尽办法寻求其它途径来消化上述因素,但是原材料及交通费用上涨太快且幅度较大,公司除了向客户转移部分成本上涨因素外别无其它办法。就算提价,公司也只能勉强抵消原材料涨价对成本的影响。

固特异及其它胶带制造商的情况也是这样。固特异在芬纳邓禄普涨价后计划将自己产品的价格提高 10.4%，并将在 12月 8日执行，此后的订单或者 2006年 3月 15日后发货的产品价格将提高。这是固特异 2005年第二次涨价。今年 1月 17日固特异胶带的价格已全面上提了 17%。而且，公司还将继续采取主动措施抵消原材料及交通费用的上涨。

在年会上，不少公司，例如 Passaic橡胶公司、Legg公司及 Novex公司介绍说，在 2005年已对胶带及与胶带相关产品涨价。现在，几乎所有的胶带制造商都受到原材料等价格上涨的冲击。一些公司也进行类似的涨价，但他们只是不声张罢了。

陈维芳

米其林支持 匈牙利中小型企业发展

据《布达佩斯商业杂志》报道，米其林在匈牙利发起一项经济开发基金，其目的是帮助当地中小型企业发展和增加就业机会。自今年 9月，该公司投资 6000万欧元，在尼雷吉哈佐（Nyíregyháza）工厂建设轿车轮胎生产线，新增 250个就业岗位。该工厂原先专门生产拖拉机轮胎，供应欧洲市场。作为该开发基金项目的一部分，米其林公司将赞助该工厂周围方圆 50 km内的中小企业的发展。同时他们每年也将为中小企业提供 100万欧元的贷款。

郭 轶

库珀标准汽配公司准备 关闭密封件工厂

为了优化生产能力，库珀标准汽配公司准备明年 6月 30日关闭旗下一家位于乔治亚州格里芬市利用合成橡胶和塑料生产汽车车门的密封条以及挡风雨条的工厂，并把生产力转到旗下其它工厂。

去年年底，由赛普拉斯和高盛两家投资基金组成的一个投资集团以 11.7 亿美元从库珀轮胎

橡胶公司收购了库珀标准汽配公司。之后，该公司进行了一次竞争能力评估，评估结论表明，公司目前没有足够的业务来支撑其北美 11家生产工厂的生产，公司面临密封件生产能力过剩的问题。

库珀标准汽配公司主要向北美 3家顶级汽车制造商供应密封件。此次调整会淘汰 350名员工，但是公司为消费者所提供的服务不会受损。

公司认为，这次关闭工厂将使公司的生产能力整合上升到一个新的水平，同时产品组合的关联度也得到加强。在未来，公司还会继续进行评估，看是否还需要对其它工厂进行关闭或削减规模，以充分利用剩余的生产能力，把所有的生产能力都调动起来。拥有合理的生产能力可以使公司保持一个良好的利润率和强有力的竞争力，而过剩的生产力只会给公司经营带来不利。

陈维芳 郑先群

诺基亚要在捷克建轮胎厂

诺基亚轮胎公司计划在捷克共和国的列斯那（Lesná）地区新建一座年产能力为 800万条轮胎的工厂。该工程计划在今年第四季度开工建设，2007年 12月竣工，2008年 1月投入试生产，雇员 937人。目前，该项目的可行性研究报告已经送交捷克环保局，进行环境评估。

郭 谊

米其林 固特异走品牌拓展之路

所谓品牌拓展就是将目前正在某类产品上取得成功的品牌用到另一类产品上，例如将其成功的轮胎品牌推广到鞋类或其他产品。

多年来，米其林以许可证交易的方式，已经把“米其林”品牌拓展到如下三个领域：与汽车、自行车有关的配套产品；劳动、体育、休闲类服装、鞋、装备、配件；私人饰品、礼品、宣传米其林企业文化的收藏品，特别是必比登（Bibendum），又称为“轮胎人”。

今年 8月份，米其林和法国百保力公司合作，在美国成功推出高品质网球鞋。这种鞋的鞋底是用米其林技术研制的。