

广饶:锻造中的“全球轮胎集散地”



□ 本报记者 赵健

以提升品牌价值,促进贸易合作为主题的2010中国(广饶)国际橡胶轮胎暨汽车配件展览会日前在山东省广饶县国际会展中心降下帷幕。该展会汇聚了世界橡胶轮胎、汽车配件行业的前沿技术、先进工艺和一流产品,为中外企业展示自身实力,扩大经贸合作搭建了良好的平台,成为全球轮胎行业的一次盛会。

据了解,首届广饶国际橡胶轮胎展展览面积达12000平方米,展位655个。为期3天的展览会,吸引了来自世界50个国家和地区6500多家参展商和采购商参会,其中有境外参展企业49家和境外采购商500余家参会,参观观众达26万人次,其中专业观众6100人,境外采购商达503家1100人,意向贸易合作金额达40多亿元。

专业化与国际化的展览定位,高档次、高水平的服务水平使得广饶国际橡胶轮胎展一亮相,便形成强大的吸引力。同时标志着广饶国际橡胶胎

展在打造国内一流,国际知名的专业展会的道路上迈出了坚实的第一步。

起点,便与世界同步

“没想到参展的企业,特别是参展的外商来得这么多,没想到来参观的人数有这么高,没想到服务的档次、水平会有这么高,更没想到招商洽谈的效果有这么好……”一见记者,山东银宝轮胎集团的隋学智经理便连说了这“四个没想到”。

据了解,广饶国际橡胶轮胎展是由中国贸易促进会、山东省人民政府主办,山东省贸促会、东营市人民政府承办,广饶县人民政府、东营市贸促会,山东橡胶轮胎国际商会具体执行,并争取到了中国汽车工业协会、中国五矿化工商会和中国汽车流通协会等单位的支持。国家贸促会和各级政府、部门的大力支持,广大企业和市民积极认可参与,成为了广饶橡胶轮胎展览会独具魅力的优势之

一。而首次承办这样高规格的展会,广饶县面临地域不利,缺少人才,缺乏经验等等难题。展会组委会坚持创新思路,积极想办法,一方面在各种媒体和网络媒体作宣传,与百度、谷歌两大搜索引擎进行了链接;并与德国、英国等国家和地区的媒体合作,在国际主要市场进行广泛宣传推介。另一方面,积极有效地进行招商工作,多渠道招商。同时,充分利用政府、贸促机构自身优势招展,委托展览公司等机构协助招展,确保了招展工作的顺利进行。于是,诸如西门子、韩国耐克森轮胎、新加坡佳通轮胎、印尼MTA轮胎、德国朗盛、日本SMC公司、贝卡尔特等国家和地区的49家境外企业纷纷前来参展。

此外,有50个国家及地区的企业和机构报名参会采购,如德国博世集团、杜邦(中国)公司、埃克森美孚、日本三井、固特异、德国朗盛以及上海大众、上汽集团、中国重汽、一汽集团、东风集团、胜利油田、华北油田等一大批在国内外知名的采购商,为展会的效果奠定了基础。2009年世界轮胎企业75强中的19家大陆企业中有11家企业参展。展会同期举办了第六届中国国际汽车橡胶产业论坛和中美汽车零部件暨技术合作国际研讨会。作为国内橡胶行业最具影响力的高层论坛,邀请到中科院院士郭孔辉在内的200多家国内外知名企业负责人、知名专家参会;这些都充分体现了参展企业的数量、档次和国际化程度。

一般来说,一个展会能否成功举办,决定的因素有很多。广饶橡胶轮胎展立足现实,突出特点,体现亮点,着眼未来,创新发展,后来居上的办展理念被认真贯穿运用,使得其在国内众多的同类展会中脱颖而出,一炮

打响,人们评价广饶橡胶轮胎展,起步,就与世界同步!

是机遇,更是挑战

中国贸易促进委员会副秘书长于晓东坦言,广饶橡胶轮胎展是中国贸促会在国内县级城市举办的为数不多的国家级展览会。一般来说,这样的展会能成功的举办,一定是和当地的特色产业紧密不可分的。

一个小县城,第一次举办国际效果橡胶轮胎展览会,就能有如此大的规模和影响,其背后蕴含着一个不争的事实:中国作为全球橡胶轮胎和汽车配件的生产大国、出口大国和消费大国,是世界买家和跨国集团重要的目标市场。而山东省作为国内橡胶轮胎的第一生产大省,也是轮胎出口大省,创造了国内轮胎制造业企业数量,产量,出口量,销售额、轮胎品牌数量五个第一。

而举办地山东省东营市的广饶县作为全国最具投资潜力中小城市百强县、县域经济基本竞争力百强县、最具竞争力百强县,橡胶轮胎和汽车配件产业是其两大主导产业。近年来,广饶县采取抓大扶优,集群发展的工作措施,努力推动橡胶轮胎行业提质增效,集群发展。橡胶轮胎业从生产橡胶管、自行车轮胎、摩托车轮胎和农用轮胎,逐步形成了以子午线轮胎为主体的发展格局,从家庭作坊转变为规模化、专业化生产,形成从产前、产中到产后较为完整的产业链,在全省和国内占据了重要的份额。

如今,广饶县内有规模以上橡胶轮胎制造企业40余家,进入全球轮胎50强之列就有山东兴源轮胎、金宇轮胎、盛泰轮胎3家企业,相关配套企业10多家,汽配企业20多家,

2009年全县轮胎产量8072万条,占全省的30%,占全国的15%。全县橡胶轮胎出口企业达到32家,出口市场遍及欧盟、美国、东南亚等100多个国家和地区,出口总额达到86亿美元,占全国同类产品进出口额的15%以上。是国家有关权威部门任命的“国家橡胶轮胎出口基地”、“国家汽车零部件出口基地”。

在推动橡胶轮胎产业加快发展过程中,广饶县委、县政府坚持认为一个产业要健康持续发展,就必须最大限度地整合行业要素资源,坚持科技创新、大力实施名牌战略,力促产业转型升级。于是,广饶县瞄准行业尖端技术和高端产品,抓投入,上项目,拓展产业链,大力发展产业集群,产业规模,从而提高了产品质量和企业的竞争实力。

而在当前国际竞争日趋激烈,国际贸易壁垒日益增多,机遇与挑战并存的态势下,广饶县领导充分认识到,要想彻底解决广饶县橡胶轮胎行业规模虽大,但企业单体规模小、布局分散、研发能力弱、产品层次低等根本性问题,就必须加强行业内,乃至与国际行业巨头间的交流与合作。

而举办国际性、高层次、大规模的展览会,搭建起国际性对外交流平台,有效整合轮胎汽配资源,帮助企业引进项目、资金和先进技术、经营理念、优秀人才,这样就会极大地促进全县橡胶轮胎产业的健康发展。

现在,从办展的结果看来,广饶县第一次承办这样的国家级展会,起点就与国际接轨,产生如此的影响力,办出这样的规模,令业界震惊,广饶县也因此在锻造“全球轮胎集散地”的道路上迈出坚实的步伐!

世博引爆2010低碳经济 家具产业链调整势在必行

□ 陈与其

随着2010年世博会在上海的启动和中国民营企业馆对外开放,让各国游客近距离地接触中国民营企业,感受改革开放30年来中国本土企业的成长之路。这几年,中国家具企业快速发展。从小作坊式的家具加工厂,到设计、生产自主化的现代家具企业,中国家具走过了一段漫长的路程。中国家具民营企业代表人物CBD寝具董事长曹树汉在一次行业聚会上呼吁:“上海世博会对家具企业是千载难逢的机遇,任何一个有雄心的企业家都不应该错过,这是品牌推广和宣传的大好时机。”

究竟上海世博会给家具企业带来了什么?为期半年的世博会期间,中国家具企业又该采取哪些措施来借力这股世博之风,扬帆启航,踏浪前行呢?这是值得所有家具业界同仁共同思索的问题。

“低碳”要结合企业实际

随着哥本哈根会议的召开,“低碳”已经成为各行各业共同关注的一个话题。低碳、环保更成为家具企业的常用关键词。企业在生产经营、品牌推广过程中无一例外高举“低碳、环保”旗帜,也催生了一批具有一定实力、奉行环保的家具企业。我们CBD寝具既要顺应这个趋势又不能随波逐流,要结合企业自身的实际情况将低碳、环保融入每个细节之中,坚持设计领先、以质取胜。

设计创新或有可能

如果说中国企业参加米兰家具展采取的是“走出去”方针,上海世博会则是采取将世界名企“请进来”策略。但是无论是“走出去”还是“请进来”对于中国设计而言都是一次创造性的学习机会。

世博会期间,各国名企企业入驻世博园,长达半年的展出,给中国家具设计师提供了一个无限宽广的交流平台。在这个世界舞台上,我们能接触到世界最先进的设计理念、最具代表性的设计作品、最前沿的艺术创意,这对于家具企业自主设计来说意义重大。世博会汇聚世界的智慧于上海,世博会为中国民营家具企业品牌价值提升、设计创新突破创造了可能。

“低碳”市场潜力巨大

低碳经济在全球盛行,怎样借助世博的力量,在2010年迅速抢占市场份额是我们目前要着重考虑的事情。机会一旦错过就不会再有,我们要抓住世博会的带来的机遇。“低碳”一直是我们的CBD寝具不断努力的目标和方向。“将低碳进行到底”,并且将这种努力告知终端消费者,使之形成对CBD品牌的信任和忠诚。从原材料选择的“健康、环保”,到生产过程中的“节约、节能”,再到运输配送时的规范统一,每一个环节都是“低碳”经济的具体表现。2010年,低碳市场将是一个巨大的市场,成为品牌必争之地。随着世博会的不断深入,低碳家居的观念将逐步流行。消费者在选择家具时首先会将“低碳”做为衡量一个家具品牌好坏的标准。像CBD寝具这样坚持低碳环保的家具品牌,未来很长一段时间内将在市场上占据主导地位,获得更多青睐。

世博会期间“可持续发展”也是一个热词。一个可持续发展的产业才能算是真正朝阳产业,可持续发展对家具产业来说有着更深远的意义。上海世博会为家具产业链上各个环节和要素提供了一个调整的契机。借助这个契机,厂家、经销商、商场、消费者、家装设计师、装修公司等家具产业链上、中、下游各要素进行广泛深入的资源整合,获得最佳的组合效益。中国家具产业在这次调整中变得更加合理、有序、后劲十足,这才是家具业的可持续发展之路。

长三角地区优秀品牌红木家具企业领袖峰会

暨中国·常熟红木家具博览城新闻发布会 5月18日在江苏常熟隆重举行

□ 本报记者 张力农

“长三角地区优秀品牌红木家具企业领袖峰会暨中国·常熟红木家具博览城新闻发布会”5月18日在江苏常熟隆重举行,这是由禧徕乐投资发展有限公司承办的又一次盛会。这次大会的主办单位有中国家具协会传统家具委员会、江苏省家具协会、常熟市人民政府、常熟红木家具古典家具杂志社等。会上,中国·苏作家具博物馆藏品征集仪式正式启动。

中国·禧徕乐投资发展有限公司投资2亿元建造的中国·常熟红木家具博览城和中国·苏作家具博物馆主体工程由三、四楼的红木家具精品经营区和五楼的苏作家具博物馆组成,总面积为4万平方米。中国·常熟红木家具博览城以中国·苏作家具博物馆

作为文化和艺术的交流平台,以红木博览城为交易休闲平台,全力打造集购物、休闲、观光、旅游为一体的中国最高品质红木家具中心,融入专家深厚的艺术造诣努力打造成集历史、艺术、知识、休闲、趣味而时尚的一流商业文化大卖场。

身为民营企业,禧徕乐投资发展有限公司首开打造博览城和博物馆先河,力求对变革中的长三角红木家具产业走势取得共识,并对中国红木家具核心产区市场发展开辟新的空间建言献策。

红木家具是中华国粹,珍贵的文化遗产。花巨资打造“博览城”和“博物馆”正是“禧徕乐投资发展有限公司”以超前的理念迈出的企业发展战略的新定位,与其所打造的“禧徕乐生活广场”一脉相承——传承与发扬中华民族优秀的红木家具瑰宝而功

德无量、履责与时俱进而品质高超。记者在专访中国家具协会副理事长陈宝光时,这位从事中国传统家具专业已达十多年的资深专家教授指出:“常熟的红木家具生产历史悠久、文化底蕴深厚,号称‘红木之乡’。建‘博览城’和‘博物馆’的禧徕乐开发商不是急功近利,不是以短期盈利为主,因为这是需要很长时间的。518是世界博物馆日,选择这一天为苏作红木家具博物馆的‘启动日’,很有意义。民办博物馆很有见识、很有魄力……”陈宝光副理事长还指出:“创建品牌绝非一朝一日可成,要注意两个问题:一是时间足够长,10年、20年、甚至50年;二是产品有足够量,10亿、20亿甚至100亿……要有受益面才能做成品牌。”最后陈宝光副理事长衷心祝愿“希望禧徕乐开发商打造的苏作红木家具博物馆,能够成



为一个好的交流平台和一个好的交易平台……”

一波才动万波随。2010年5月18日对于禧徕乐开发商来说是一个不平凡的日子——新闻发布会的举

办,昭示出禧徕乐生活广场的开发商“禧徕乐投资发展有限公司”做大做强的决心,以“常熟”为中心向周边地区淮安、宿迁等地延伸,“以点及面”的发展格局已初现端倪。

23家企业“结盟光伏”联手对外

□ 钟晶莹

5月17日的江苏常州阴雨绵绵。然而,天气并未打击23家光伏企业的热情。

在国家发改委和工信部一年多的推动之后,这一天,江苏中能、赛维LDK、无锡尚德、常州天合等23家国内光伏企业宣布成立中国光伏产业联盟(以下简称“联盟”)。

“成立此联盟的意义在于,为整个产业搭建合作交流平台,遏制目前行业的无序竞争。”与会的工信部电子信息司副巡视员王勃华对《中国经营报》记者表示,虽然近年来我国光伏业发展迅速,但仍存在规模分散、投资过热、技术缺失等问题。

光伏发展已进入行业节点

在当天的会议上,中国光伏业的大佬们悉数到场,包括常州天合CEO高纪凡,以及平时甚为低调的保利协鑫董事局主席朱共山。其中,保利协鑫、无锡尚德、保定英利、常州天合光

能、晶龙实业等5家公司成为联盟的主席单位。

据记者了解,成立联盟的计划在2009年初就开始筹划。

2009年4月,13家企业齐聚洛阳通过了《洛阳宣言》,声称将在2012年实现光伏发电每千瓦1元的目标。在此次会议之后,发改委和工信部就开始着手准备推动光伏产业联盟的成立。在2009年10月前后,召开了企业座谈会征求意见,2010年1月,在北京成立了中国光伏产业联盟筹备委员会。

在联盟成立的会议上,王勃华表示,此联盟目前的23家会员占据了我国多晶硅产量的70%、电池产量的50%,目前还有更多的企业准备加入。

在中投顾问能源行业首席研究员姜谦看来,光伏产业本身一直以来存在的问题是该联盟成立的初衷。我国光伏业经过这些年的粗放式发展如今已经到了一个重要的节点,“此前我国企业的优势大多体现在制造环节上,光伏产业在创造巨大财富的背后,产业整体的水平依然相对低

下,如认证制度不完善、关键技术落后等都是其中的重要体现。”姜谦说。据悉,联盟将为企业搭建一个信息共享的平台,促进产业内部及其他产业的合作,推动制定行业、国家或国际标准,推进国际交流与合作;联盟成立后,第一个即将开展的工作将是参与《上网电价法》的讨论推进。

多位企业负责人均对记者表示,《上网电价法》的缓出,导致我国光伏市场发展一直难有起色。2009年,我国太阳能电池安装量只有160MWp,占总产量的4%。“过度依赖国外市场,让中国的光伏企业抗风险能力一直很差。”显然,通过联盟的成立,更多的参与到政府的产业政策制定,也是企业参与此联盟的初衷。

不过,由于联盟虽由发改委和工信部发起成立,但并不行业协会,组织仍较为松散,在影响政策方面能起到多大作用还有待观察。

一致对外

就在中国光伏产业联盟成立的

当口,美国商务部长骆家辉高调率团访华。此次骆家辉访华,主要目的也是向中国推荐美国新能源、电力储存运输和分配等方面的技术。

“这是在我们家门口抢生意。”5月17日,在会场现场,不少人如是评价骆家辉的此次访华。

据了解,美国光伏市场有着严格的保护措施,中国光伏企业一直难以进入,2009年,北美只占据了世界光伏市场份额的8.7%,而中国的企业并未大规模进入美国市场。而美国最大的也是世界最大的太阳能电池生产企业First Solar却在2009年宣布将在内蒙古建立一座20GW大型光伏电站。

“很显然,在未来的光伏市场,美国将是我们最大的竞争对手,此时国内的整个产业必须结束内部分争,一致对外。”与会的一位江苏企业负责



人对记者说。

姜谦分析,在过去的一年,无锡尚德、英利绿色能源、晶澳太阳能、天合光能跻身世界太阳能电池十强,总产量在4GWp,占全球总产量的40%,居世界首位,但崛起的同时也遭遇到了来自欧洲的反倾销危机。

“在反倾销的危机发生后,中国光伏行业里并没有一个公认的行业组织和协调机制,来协调大厂之间、大厂与小厂之间错综复杂的利益关系,仅有的几个省级光伏产业协会能够起到的作用也非常有限。在此背景之下,就需要有一个团结、强大、有议价能力的产业联盟出现,既能协调内部关系,也能一致对外。”姜谦说。