

中國橡膠業領航者

陶建華談中策的發展

圖、文◎編輯部



▲中策銷售總經理陶建華是個相當具前瞻性的人物。

中國排名 500 強、全世界輪胎排名第 18 位的杭州中策橡膠有限公司，發展相當快速，2004 年中策在世界輪胎界名列 24 位，經過短短一年努力，上升至第 18 位，實力不容小覷。工廠成立於 1958 年，自 1992 年走合資之路後，先後與日本橫濱、美國庫柏進行再合資，並成為大陸輪胎企業第一家在美國百慕大上市公司。目前主要生產各種規格的子午線輪胎、轎車輪胎、工業輪胎、載重輪胎、農業輪胎、摩托車輪胎、自行車輪胎、手推車輪胎、橡膠履帶、膠管和橡膠雜件等 14 大系列，產品的品種規格計二千二百多種，工廠面積達七十餘萬平方米；企業先後通過大陸 ISO 9001：2000 版認證、美國 DOT、歐共體 ECE、巴西等多項認證，綜合競爭力不斷提升。

反應快速 贏得市場先機

中策車胎銷售總經理陶建華滿懷信心

的表示：「去年中策營收為 80 億人民幣，2006 年預計營收將超過 100 億人民幣，根據目前態勢應可高達 110 億；其中自行車和摩托車輪胎約佔 12%，可說是全中國最大的輪胎製造企業，我們的目的是要成為世界性的輪胎工廠。」

目前中策擁有一萬一千多名員工，8 座主要生產工廠，2006 年主要生產、銷售重心放在出口、內銷兩方面，內銷又以電動車胎、自行車胎和摩托車胎為重點，內胎與外胎生產各將突破 6,000 萬條。在全中國的修補市場中，朝陽輪胎遙遙領先，陶總經理表示：「朝陽走的是中高檔發展之路，比天津、山東一些工廠多出一倍或更多的價格，若單純以中高檔修補市場來看，中策就佔 70%。」

針對目前大陸橡膠市場的競爭性，陶總經理表示：「企業營收高速發展的秘訣主要依賴『創新、求精、互動、共贏』經營理念，中國大陸目前主要與台資企業形成競爭，然而，良性的競爭是壓力也是動力，中策之所以有好的成績表現，是因為公司的幹部都相當賣力肯



▲中策橡膠工廠外觀。

衝，只要求自己能夠衝在別人的前面，因為要贏得市場只能快速反應。」

品牌意識抬頭 良性競爭成長

在國際市場的開拓與合作，中策重點放在歐美市場的開發上，談到自我品牌觀念，陶總表示：「中策今年是要『選單做』而不是『追單做』，我們2006年重點放在成車與電動車身上，有自己的品牌當然會較具有競爭力，整體數量方面或許提升不多，但是價值在提高，營業額也就會跟著上升。」

至於目前大家關注的反傾銷問題，對中策橡膠是否會有影響？「反傾銷對中策並沒有影響，那是針對零件出口的部分，而中策也要求國外廠商要有高價位的品牌銷售意識。」陶總經理說明。

「我們希望在大陸、國際市場上走品牌路線，業界當中，米其林是我們學習的榜樣，朝陽營銷工作重點仍將會放在國際化上，對於形象、既定目標以及對產品的

投資宣傳都不遺餘力，並編列足夠的廣告預算做推展，反觀目前市場上的惡性競爭譬如抄襲、買主殺價等只會阻礙成長、降低品質，因此我們應從競爭中相互成長、提升形象。」



▲中策是中國排名500強企業之一。