

「超薄型」高品質丁基內胎面世

中策橡膠 轉危為機

圖、文◎編輯部



▲中策董事長沈金榮面對金融危機，迅速調整中策營運策略，成功讓3月份銷售成績創新高。



▲中策橡膠針對高檔登山車和公路車推出的Super Lite butyl Tube超薄型丁基內胎。

計銷售已突破1億條；由於措施得當，全年仍保持11%的增長表現。隨著中國振興政策相繼出籠，處於積極狀態的中策贏得了發展先機，今年2月份的銷售出現成長，3月份再創新高，也創下中策建廠以來最好成績。

中策橡膠目前已達到年產2,300萬套、共1千多個品種規格的汽車輪胎生產能力，擁有2萬多名員工，2008年生產全鋼子午線輪胎520萬條，轎車子午線輪胎1,320萬條，自行車輪胎（含電動車輪胎）8,000萬條，手推車胎400萬條，摩托車胎350萬條，銷售收入總額達148億人民幣，位列中國輪胎行業第一位，世界輪胎企業排名第14位，為中國品牌一流企業。

中策公司最近推出了適合高檔登山車和公路車的「超薄型」高品質丁基內胎，該產品有3大特性：1. 重量大幅下降（0.45mm厚度整胎重量僅52.5克，比標準型內胎減少近50%）；2. 高技術含量，品質接近世界高端品質水準；3. 高氣密性，保氣性可達100天以上，市場反應不錯。 🌟

由於金融危機的影響，以輪胎為生產主力的杭州中策橡膠，同樣也受到一定程度的衝擊，表現最明顯的是在去年第四季，銷售由前三個季平均增長20%，衰退成同比下降10%左右。面對銷售業績疲軟，董事長沈金榮迅速做出了調整，應變重點是提高中國內銷比例。

首先中策公司高層主動分頭出擊，充分掌握市場行情，並迅速作出與同行高價囤積原材料截然不同的做法，不僅要求將庫存材料儘快消耗，更取消與客戶的遠期合約，以避免因價格的急劇波動而造成損失。再者，中策積極調整產品線，增加乘用車輪胎的比例，以車胎類產品來說，努力提高以電動車輪胎、折疊車輪胎等產品為核心競爭力，到目前為止電動車輪胎累