

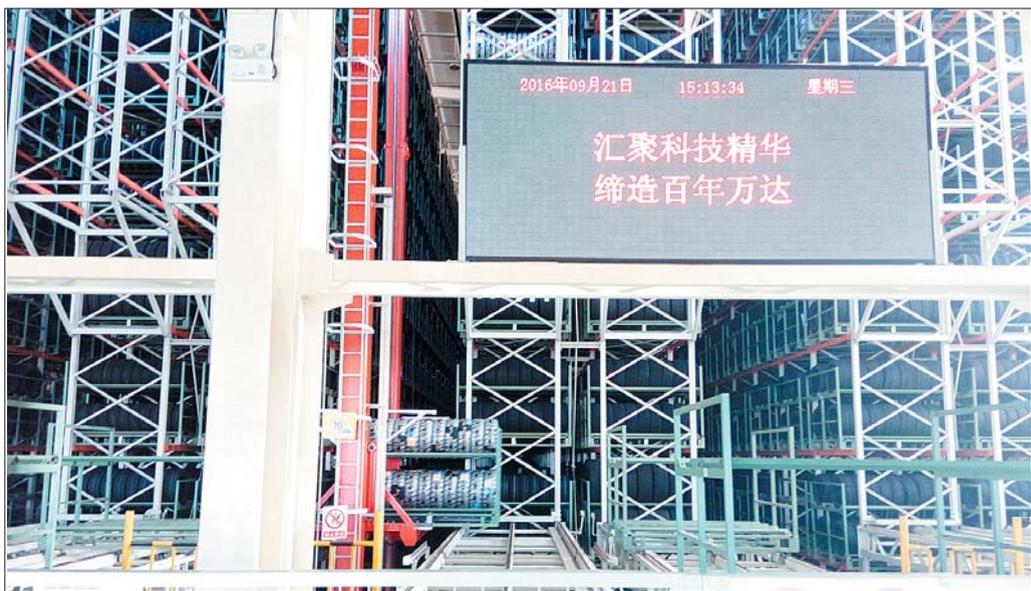
■ 供给侧·山东策——第十二届中国网络媒体山东行

美国“双反”，轮胎企业开工率走低

东营万达把海外工厂建在美国

在《中国制造 2020 山东省行动纲要》中，轮胎被列为化解过剩产能的八大产业之一。而在产能过剩的背景下，从去年开始，轮胎行业又面临欧洲和美国反倾销、反补贴的“双反”政策夹击。对于约 4 成以上产量靠出口，对美国市场依存度尤高的中国轮胎企业来说，等于雪上加霜。

山东万达宝通轮胎有限公司是东营市轮胎出口排名第二名的企业，这家企业是如何应对美国“双反”、行业产能过剩的不利格局的？



万达宝通的这个智能仓储车间集自动出入库、智能分类、定位监控于一体，可以容纳 50 万只轮胎，一个月能清空一次。 本报记者 张亚楠 摄

本报记者 张亚楠

美国“双反”让轮胎企业出口额下降 9%

在万达宝通 50 万轮胎容量的立体智能仓库，黑色轮胎整齐地填满了整个仓库，工作人员只有 30 人，传送装置不时呼啸而过，精准地取货或入库。

万达集团相关负责人告诉记者，这个仓库里的轮胎 90% 出口到国外。今年 1 至 7 月份，万达集团出口额达 8.59 亿元，其中美国是主要市场，消化了 300 万全钢载重胎年产能中的 40%，1500 万半钢子午胎年产能的 30% 多。

但 8 月份传来的消息令人担忧。8 月 30 日，美国发布反倾销调查初裁结果，认定从中国进口的卡客车轮胎存在倾销行为，此前美国已对上述产品作出了反补贴调查初裁。按照目前的初裁结果计算，中国出口企业的合并保证金率为 39.22%—45.54%，而且还要倒追 90 天征税。这意味着，如果最终美国“双反”终裁成立，中国卡客车轮胎在美国市场的价格优势将消失殆尽。

虽然反倾销终裁结果还要等到明年 1 月份，但是美国“双反”的影响已经显现。数据显示，前 7 个月，中国橡胶工业协会轮胎分会 41 家重点会员企业完成出口轮胎交货量 9067.9 万条，同比减少 1.43%。而去年同期，受美国对华半钢胎“双反”，中国轮胎产量和出口量均出现大幅下滑。如今，在去年较低的基数上，出口量仍在下滑。这意味着中国轮胎出口形势在持续恶化。

影响不仅体现在数量上，更体现在价格上。轮胎出口受阻、产能积压导致一些企业转而打价格战，1—7 月，1.43% 的轮胎出口数量减少导致了 9.12% 的轮胎出口交货值减少。山东省东营市有关部门透露，1—7 月，橡胶轮胎出口额为 89.39 亿元，同比下降 8.1%。

面临美国“双反”和产能过剩压力，很多轮胎企业开工率走低。继去年德瑞宝破产之后，今年年初，沃森橡胶、恒宇轮胎、福泰尔轮胎三家山东轮胎企业宣布破产重组。

海外建厂，合资公司规避出口贸易壁垒

万达宝通全钢制造事业部总经理苟增亮告诉齐鲁晚报记者，面对美国“双反”压力，万达宝通通过海外建厂等方式迅速调整布局，积极应对。

去年 6 月，万达宝通的第一家境外合资公司——美国万威实业有限公司在美国成立，这是由万达宝通控股的美国轮胎销售公司，规避对美国轮胎出口贸易壁垒是这家合资销售公司的重要使命。当时，万达宝通还宣布将在欧洲、非洲等地设立分销公司。苟增亮表示，这家合资公司销售的产品没有贴万达宝通的商标。目前，这家公司销量已占万达宝通对美销量的 1/3。此外，苟增亮介绍，万达宝通计划投资 20 亿元的马来西亚工厂正在协商阶段。

齐鲁晚报记者注意到，海外建厂成为中国轮胎巨头规避美国“双反”利刃的首选手段。

在上半年财报中显示利润大增的上市轮胎企业赛轮金宇，就把自身的优渥处境归功于越南工厂产能的提升。赛轮金宇的外销营收占比超过了 80%。

三角轮胎的国际化之路起步很早，目前已在北美、欧洲、印度设立了分支机构，其首个海外研发中心设在美国阿克隆，和固特异、卡特彼勒、韩国斗山等公司结成了全球战略合作伙伴。

目前，华谊集团泰国轮胎工厂项目已全面提上日程。风神轮胎正在忙着与倍耐力进行整合。该公司相关人士称，倍耐力在全球都有工厂，双方合并后，风神不会再惧“双反”。S 佳通的业绩受美国“双反”影响较大。但据透露，其母公司正在美

国本土建设新工厂。玲珑轮胎所属的泰国玲珑也于前段时间全线投产。

“为应对国际贸易壁垒，山东省有 4 家轮胎企业到国外投资建厂，利用所在国资源、劳动力及市场优势，提高山东轮胎在国际市场的占有率，寻求突围。”山东省橡胶行业协会会长张洪民说。

百元利成过去式 轮胎高价值被挖掘

在一年前，美国对中国出口半钢轮胎提出反倾销调查后，万达宝通开始将产业重心往附加值较高的特色轮胎上转移。在半钢轮胎领域，万达宝通研发了雪地专用轮胎、泥地胎等，全钢胎则针对超载市场需求，开发了重载胎、超长距离耐磨型轮胎等产品。苟增亮告诉齐鲁晚报记者，目前这些特色轮胎能占到万达宝通总产量的 20%。

苟增亮说，特色轮胎行业产量还比较小，市场空间比较大。这导致其附加值高，即便反倾销加上税收之后还有利润空间。其中，雪地胎、泥地胎、白胎侧和白环轮胎的利润率要比普通胎高大概 10%。符合美国相应标准的低滚动阻力轮胎比普通轮胎高出 5% 以上的利润率。

此外，万达宝通还针对欧洲有关芳烃油的环保标准做了绿色轮胎，生产了抗超载、耐磨的超载轮胎。这些都让万达宝通面临国际贸易壁垒时更加从容。在半钢轮胎一年前被美国“双反”政策打击的背景下，今年上半年，万达宝通的全钢胎销量同比增长接近 40%。

据了解，轮胎属于薄利产品，一条轮胎利润平均不足百元。在出口市场被极大压缩、产能过剩、价格战残酷激烈的形势下，一些轮胎企业开始转向淘汰落后产能，提高产品附加值。经过一段时间的努力，东营市橡胶轮胎行业产能利用率已由 74.2% 提高到 93.5%。

财富边上

只做产品控制和渠道标准，股价三年翻 30 倍 靠产品赚钱 还是靠资本赚钱

本报记者 马绍栋

钱越来越难赚了！这可能是近年来无论是生产商还是流通商共同的感受，尤其是实体经济，在房地产再次炙手可热以及其他互联网商业模式横行的当下，还在坚守实体经济的人已经被戏称为“活雷锋”，很无奈，也很现实。

例子随处可见。以笔者认识的企业圈为例，凡是涉足实体生产的，无论规模大小，几乎都面临空前的生存挑战。尤其是前些年还异常风光的制造类企业。“生产线已经半停，刚刚遣散了一批工人，剩下这些也很难说保留到什么时候，得看下半年的订单情况。”“寻找接盘方，资金链已经维持不了几个月。”“新增加投资？能把现有的摊子守住就不错了”……诸如此类状态在圈内此起彼伏，媒体关于宏观经济增速下滑的各类分析判断在这里能找到一个活生生的案例。

本着客观真实的原则，活下来的企业不是没有，只不过与一个楼盘 2 小时被秒光、一上午卖出 10 个亿的房产神话比，这些就业坚守实体但仅仅为了维持不到 5% 利润率的企业实在不值一提。其实比起账面上的财务数字，这些做了一二十年、也有了一定原始积累的老板之所以还在坚守，更多的是不舍得追随了自己多年的员工，“几十口人跟我闯出来，我贸然退出他们怎么办？”

当然，越是这种变革的时候，越不缺伟大的机会，兵荒马乱、迷茫四起的时候，也是新的商业模式酝酿和爆发的时候，关键在于你是否有这种敏锐，能否调动智慧和资源去变现。

以食品行业为例，单纯的买入原材料、加工制作再构建渠道铺货、品牌营销，这是再传统不过的路子，在传统产品思维的方式下，留给掌舵者的空间，要么是改进装备、降低成本；要么是做大做强、提升附加值；再就是加强内部管理、提升效率……种种手段不能说无效，毕竟在行业普遍衰退的情况下，仍有一批品牌企业依靠上述打法能够守住市场份额，有的还能逆势增长。

可如果跳出产品思维，

用资本模式赚钱呢？笔者接触到这样一个例子，根据同类产品痛点和市场新的消费趋势重新构建品牌，上游产品由自己掌控的核心配方和标准来设计，但生产过程是外包的，下游则进行密集而精准的渠道布点，所有的招商和运营设计好明细的标准，然后就是大规模的推广。这其中上游产品控制和下游渠道标准是核心的资源优势，尤其是线下的网点布局，滚动得越大，则资本的估值越高。“一开始我们并没有靠卖产品赚钱，而是保证品质让市场去发现，重点精力用于网络，从 2013 年成立到现在，已经连续三次股权释放，现在单股价值已经翻了 30 倍！”

同样是致力于资本估值提升，另一位做中小餐饮企业线上采购服务的老板也没有靠产品赚钱，而是更注重渠道网络的搭建。与纯互联网玩家野蛮进入线下不同，其核心团队都来自线下，做了多年的品牌代理，一开始他们选择转型意识强、资源能力强的经销商先触网上线，全国布局，然后打通这些经销商的存量用户，再辅助以平台和互联网流量优势实现增量拓展，足够的用户流量则意味着更多商业模式的出现，也意味着可以用大数据来反馈和改进产品结构。“从去年 7 月至今，我们在全国 8 个省区实现了落地，现在单个注册用户的估值已经在 1000 元，整体估值超过 1 个亿，按照我们的拓展计划，如果用户扩展一倍，则整体估值就会达到 30 个亿，而到目前为止，从团队搭建、软件开发我们只投入了 600 多万，未来也就是再增加点线下活动和拓展的投入，与估值的快速膨胀相比，这点钱真算不了什么，何况估值提升了随时有人等着给你投钱。”

笔者想说的是，经济发展到今天，单靠产品赚钱不是不能活下去，只不过资本模式或资本思维能让你走得更快更远。这里的“资本”并不是仅仅指钱，而是对资源的“支配权”，通过资本模式来运作和支配资源才能优化和配置社会财富，不断产生新的机会，如此一边循环一边膨胀实现社会效率的最大化。