

国际化远航 玲珑轮胎引领未来



玲珑轮胎总经理王锋(左)与国家体育总局排球活动管理中心副主任张荣芳(右)签订合作声明

■ 本报记者 张广传

2011年，玲珑轮胎内部有了一个响亮名字：国际化元年。4月，玲珑首次亮相上海国际车展并高调发布国际化发展战略，提出5年内跻身世界一流轮胎企业行列。对于世界一流，玲珑轮胎的定义是：进入世界轮胎行业前十名。这不仅销量和销售额的概念，还包含技术水平和产品品质的提升。

对于国际市场，目前处于中国大型企业500强的玲珑轮胎并不陌生。2011年，在全球轮胎销量同比下滑的不利形势下，玲珑轮胎海外销售保持高速增长，实现销售额近9亿美元，彰显了玲珑轮胎优异的发展质量和超强的市场驾驭能力。然而，要成为世界一流企业，仅靠产品出口是不够的，必须具备在研发、采购、制造、销售等各个方面整合全球资源、服务全球市场的能力和品牌影响力，而且国际轮胎行业强手如林，要进入由普利司通、米其林、固特异等老牌劲旅把持的行业前十领地绝非易事，玲珑轮胎到底做了哪些准备呢？

研发国际化

科技是一个企业生存、发展的内在要求和基本形式，也是一个企业不断适应环境、实现自我超越的必然过程，技术创新是品牌战略的核心。在“玲珑”的品牌中，为了满足客户的需要，不断适应新的市场需要，玲珑在进行技术创新的过程中，创造了许多震惊行业的“玲珑奇迹”。

快速上马子午胎项目。2001年，公司全面进入跨越式发展阶段，由单一斜交轮胎生产向子午线轮胎结构调整。9月23日，公司第一条半钢子午线轮胎生产线顺利投产，2002年10月19日第一条全钢子午线轮胎成功下线，用11个月的时间创造了行业全钢子午线轮胎建设的“玲珑速度”，实现了特种轮胎、半钢子午线轮胎、全钢子午线轮胎的系列化生产，向轮胎专业化和规模化挺进。公司轮胎总产量达3500万套，产品十大系列4000多个规格品种，位居行业第一。

自主研发GREEN-Max花纹轮胎。该轮胎除了环保，在其他方面的表现亦非同凡响。设计师精心设计胎面的每一个花块和每一条沟槽，使轮胎各方面的性能都达到最佳水平。例如，纵向沟槽使轮胎在湿滑道

路上行驶时取得超级安全性；V型沟槽打破并切割噪音声波，使行驶噪音降低；阻隔沟槽确保轮胎的干地操控性和耐磨性；锋利的沟槽边缘则提高轮胎湿地抓地力性能。这款轮胎在2011年芬兰测试世界公司举办的“夏季轮胎测试”中，以7.6分击败众多知名品牌，位居第四。同时，获得“中国动力轮胎大奖”、“2011最具驾趣湿地轮胎”等多项大奖。

《低断面抗湿滑低噪声超高性能轿车子午线轮胎》项目。该项目形成了成熟的整套生产技术，该项目历时5年多时间，完成了40多个规格100多个品种的超高性能轿车子午线轮胎的研发，最低断面为25系列，最高速度级别达到Y级，最大轮辋直径26英寸。经行业国际权威检测机构测试，轮胎的高速耐久等安性能能和噪声达到了世界名牌同等水平，湿路面抓着性能优于对比的世界品牌，综合性能达到世界名牌水平。该项目荣获国家科技进步二等奖、石化协会科技进步一等奖。

绿色产品的研究开发。作为一家中国领先的轮胎厂商，如何提供并帮助用户选择能减少油耗的轮胎，从而降低用户的使用成本，是玲珑公司多年来孜孜以求的目标。公司在发展过程中通过实施节能减排管理创新和技术创新，建设资源节约型和环境友好型企业，节能减排取得显著成效，各项指标创历史新高，“绿色玲珑”理念在企业的发展过程中得到充分体现；另一方面，自推出了第一款节油轮胎之后，玲珑一直引领着中国绿色轮胎市场的发展，面向半钢和全钢市场先后研发生产出获得“2009年度节油轮胎大奖”的R618轿车轮胎和LLF06高速公路轮胎，被誉为“省钱专家”的高速公路最佳拍档TL809和DL810花纹轮胎，获得“2012最具驾趣绿色节能轮胎”称号的L788等环保节能轮胎，为用户提供了更全面的节油产品，为轮胎行业树立了新标杆。

玲珑轮胎每年在新品研发上投入大量资金，在北京建有研发基地，并计划将在欧洲、北美建设具有全球战略的研发平台，立足本部，辐射全国，面向全球，开创科研国际化新局面。

营销国际化

面对国内外市场竞争日趋激烈的形势，玲珑轮胎提出了“占领市场新高地，抢占品牌制高点”的营销策

略，推进品牌国际化与销售全球化战略，全力打造一个世界级的轮胎品牌。

然而，中国市场巨大又复杂，玲珑轮胎充分认识到零售商对于占领市场的重要作用，因此建设发达、完善的零售商经销网络，就成为玲珑轮胎营销的主要工程。玲珑在全国各地建立起规范化、档次化的营销服务载体——玲珑家苑。目前，玲珑家苑已经渗透到中国市场的大部分地区，并且拥有星级服务设施及政策，随时随地为用户提供优质的服务。玲珑还没有完善的售后服务体系，保证了技术的专业性和服务的品质。

在市场营销上，玲珑依托强大的战略品牌群，积极进行市场推广和营销网络优化。在国内，建立起横跨南北、纵观东西、俯瞰中原的大市场网络，发展一级经销商210多家，配套市场做到了全方位、全系列，配套数量和金额在国内轮胎行业稳居第一。在国际市场上，发展年销量2000万美元的大客户20个，着力铺展辐射全球的大网络建设，产品远销海外160多个国家和地区，与国际一流轮胎营销巨头建立合作关系，顺利通过两家世界前六大汽车厂全球供应商的供应商资格评审。2011年，玲珑轮胎进出口总额近16亿美元，稳居行业前茅。

目前，结合公司技术创新和管理提升，玲珑的营销体系正不断向更高端的产品、市场挺进，下一步，公司将密切与客户战略合作关系，加大海外品牌建设，实行国内外联动，与国内整车出口相结合，利用海内外完善的营销网络，以服务质量促进营销。

品牌国际化

实施品牌战略除了用自己过硬的产品质量去积累消费者的信任，赢得消费者与市场认可的同时，不失时机地利用一些宣传手段进行整合营销，积极地向世人展示自己的优势也是必不可少的。

广告是塑造品牌形象的重要手段，是为消费者需求与产品或服务在沟通上找到了一个切入点。玲珑的广告多数是以提高品牌的价值为首要目的“品牌广告”，有别于传统的以促销为主旨的“促销广告”。玲珑轮胎每年精心制作公司形象宣传片，扩大玲珑在受众当中的影响力。公司在各高速公路安装大型户

外广告牌，将广告与产品一起推广到每一个市场终端，这为巩固玲珑的品牌知名度、美誉度和忠诚度创造了有利的条件。网络推动，与时俱进。作为领跑中国轮胎行业的企业，玲珑轮胎十分重视利用互联网拉近和用户、经销商之间的关系。玲珑轮胎积极对公司网站进行改版，对玲珑新产品、新政策、公司新闻等及时更新，并设立互动版块，设专人进行问答回复，实现了用户、经销商与公司之间沟通零距离，提供给用户更方便快捷的网络渠道。

公司长期致力于品牌建设，坚持“重科技抓管理，创品牌增效益”，不断提高产品档次，提高用户满意度，提高市场竞争力，玲珑品牌自2004年开始，连续被授予“中国500最具价值品牌”、“中国产品质量用户满意首选品牌”等荣誉称号，品牌价值92.69亿元，位居轮胎行业首位。面对世界强势品牌的挑战，玲珑做出了争创品牌、发展品牌、保护品牌的战略部署，以玲珑牌、山铃牌、利奥牌为核心优势品牌，邦驰、英菲利等中高端品牌的研发投入为挺进国际市场奠定了基础。

同时，玲珑继续深化体育营销，先后赞助玲珑国际象棋队、澳洲布里斯班狮吼足球队、保加利亚登山队等国际大型体育团队，加速提升了品牌知名度和美誉度。2011年3月，玲珑轮胎又高调签约中国女排，成为中国排球国家队2011—2013赞助商，借助女排这个享誉世界的团队将品牌形象面向国际，一路支持中国女排参加各种国内外大型排球比赛、举办联谊活动等形式，浓墨重彩地对品牌进行推广，成功塑造了具有特色的品牌形象，树立起了民族品牌讲诚信、重责任的良好国际市场形象。

为了加大国际营销进程，玲珑还积极参与了各种国内外大型轮胎展。除了2011年的上海国际车展，玲珑轮胎先后参加了法兰克福迪拜汽配展、美国SEMA SHOW等国际知名展览会，在展商与观众之间架起信息沟通的桥梁。随着品牌知名度的提升进一步扩大了公司的全球销售网络。

作为中国轮胎出口的第一品牌，玲珑轮胎海外贸易目前呈现出三大走势：一是以环保轮胎、跑气保用和低滚动阻力轮胎为代表的新技术、新产品销量快速增长，新产品利润年增加50%以上。二是新兴市场崛起，拉丁美洲、非洲、中东、东南亚等地区销售逐步增长。三是出口品牌系列增多，中高端品牌成主打，产品逐步摆脱低端、低价的竞争怪圈，并向中高端领域拓展，实现了品牌档次的高度提升。

人才国际化

人才是企业之本，玲珑轮胎坚持人才队伍建设常抓不懈，因人而异，爱人以德，人性化并且富有创造性地建立“玲珑分类才智库”，为企业高速发展打下坚实基础。玲珑充分利用国内国际市场网络构架的广度影响，放眼全球招揽人才，不断完善独具玲珑特色的人才获取、人才开发、人才评估、人才激励、人才规划机制，打造综合素质高、业务能力强、经验优势足的科研、管理、市场营销、资本运营的管理人才队伍和勤奋忠诚、业务精湛的员工队伍。

公司拥有700多人的专业研发队伍，构建高端科研人才梯队，并先后从美国、韩国等国家吸纳高级工程师、专家40多人。同时，玲珑定期为员工、业务员、经销商和

零售商提供各种各样的资讯和培训，内容涉及轮胎技术、生产过程、品质控制、销售技术、客户服务以及现代化管理方法等等，并把培训与实际应用紧密地结合起来，让接受培训的人员能灵活地把培训时学习到的东西运用上。

公司投资2000余万元，创建新员工实训基地——玲珑技工学校，以职业化训练为主要模式，本着“创办一流实训基地，培养一流人才”的目标，倾力打造公司专业技术人员。实训基地建立至今共对内培养中高级技能人才8000余人，对外提供实训机会2000余个，先后与吉林大学、山东大学、合肥工业大学、青岛科技大学、烟台南山学院等10余所高等院校签署人才培训协议，为公司培养了众多专业人才队伍。

30多年风雨历练，玲珑人不断超越，打造了一支素质过硬的人才精英团队，形成了一套现代化培训模式，构筑了一道先进的轮胎产业体系，为公司国际化战略奠定了人才基础。

战略国际化

面对更加复杂的市场环境，玲珑轮胎乘风破浪，满怀信心。

外部环境的变化，对酝酿中的玲珑轮胎国际化也起到了催化剂的作用。面对欧盟及阿根廷等国相继启动针对我国轮胎的技术壁垒或反倾销、天然橡胶等原材料价格疯长、人民币不断升值等因素，玲珑轮胎计划将在泰国建立分厂和原材料供应基地，立足东南亚地区，就近获得优质天然橡胶资源，节省运输费用，规避贸易壁垒。公司还将在德州、柳州建立工厂，在北京、北美、欧洲建立研发中心，真正实

现品牌走出去战略。

在品牌建设和营销体系上，玲珑将不断建立起全球化、规范化、档次化的品牌连锁，通过品牌店的覆盖，形成完善的、规范的、功能齐全的营销服务体系，力争在“十二五”期间海外品牌店达到200家，架构起国际化、规范化、档次化的营销服务体系，将玲珑轮胎打造成为国际市场上的中高端品牌，实现品牌增值。

“十二五”期间，玲珑将以提升产品档次和竞争力作为企业重要的发展战略。以品质提升为目标做好产品细分，强调专业性，突出耐磨性、强载性，降低返税率，提高用户满意度。以性能提升为目标，从轮胎的制动力、抗湿滑性能等方面来提高操控性能。围绕结构调整和低碳经济，玲珑将充分发挥研发优势，依托深层性能研究，引领低碳经济和绿色制造潮流，将超高性能轮胎打造成公司的主打产品，并以此形成低滚动阻力系列、环保配方系列、跑气保用系列、雪地轮胎系列、低噪声系列、抗湿滑系列六大绿色产品群。在产品质量和科技含量上，争取达到国际一流企业的水平。力争“十二五”末，达到年产轮胎6000万套，销售收入达300亿元。

展望未来，国际贸易环境更加复杂，人民币升值、出口贸易限制增多，原材料价格暴涨等一系列不利因素将给企业带来更加严峻的挑战，但越是复杂、严峻的环境，越能考验企业的核心竞争力。全新的挑战将激发玲珑轮胎蓬勃的发展动力，玲珑轮胎将紧跟市场，抢抓机遇，以技术创新为契机，加速实施品牌增值战略，努力开创国际化品牌营销的新局面。在企业实施国际化战略的发展道路上，玲珑轮胎将乘风破浪，引领未来！



玲珑集团办公大楼



2012年获年度“最具驾趣绿色节能轮胎”称号



公司产品荣获国家科学技术进步奖



工业园