

海外市场

2007年北美轮胎市场概况

杨 静

(北京橡胶工业研究设计院, 北京 100143)

摘要: 以消费者对品牌的忠诚度、车辆和轮胎行驶里程、消耗及轮胎平均寿命, 美国和加拿大轮胎出货量统计, 北美轮胎零售商及制造商销售额排名对2007年北美轮胎市场的销售情况进行介绍; 并对替换轮胎和原配轮胎品牌市场占有率, 轮胎规格品种情况, 北美轮胎厂家变动情况, 北美翻新轮胎厂家统计情况, 美国轮胎进口情况, 中国轮胎企业在美国DOT认证情况, 美国汽车售后配件销售情况进行综述。

关键词: 北美; 轮胎; 市场概况

2007年, 世界橡胶工业, 尤其是轮胎工业面对原材料价格高涨等不利局面。为了生存与发展, 企业也只好进行调整, 不断采取提高轮胎售价, 降低生产成本等措施。世界轮胎市场格局进一步调整, 开发新兴市场和向劳动力成本较低的国家地区转移生产成为趋势。美国次贷危机影响下的北美轮胎市场的变化也愈发引人注目, 以下是2007年北美轮胎市场的一些情况。

1 北美轮胎市场的销售情况

1.1 消费者对品牌的忠诚度

据美国橡胶制造商协会(RMA)对2007年会员的初步统计数据, 制造商的标志品牌(flag brands)、附属品牌(associate brands)、自定品牌(private brands)在乘用车轮胎替换市场和轻型载重轮胎替换市场所占比例分别是74%, 12%, 14%和72%, 12%, 16%。2007年消费者对制造商的标志品牌忠诚度进一步提高, 其它品牌的市场份额在逐步萎缩, 一些大品牌和大公司的市场强势地位得以强化, 其它公司和品牌的生存空间受到挤压, 它们之间的竞争程度逐步升级。

1.2 车辆和轮胎行驶里程、消耗及轮胎平均寿命

据美国交通部公布的2006年汽车行驶里程的数据, 乘用车共计行驶1.68万亿英里, 轻型载重汽车1.09万亿英里, 重型载重汽车2.230亿英里。据美国汽车协会统计, 按每年行驶15 000英

里计算, 轿车2007年每英里花费52.2美分, 每英里保养费用为4.9美分, 每英里轮胎费用0.7美分, 三者与2006年持平。据美国商务部经济分析局分析, 与2000年相比, 2006年轮胎外胎、内胎、配件和其他部分的价格上升了12.6%, 增长颇快。据R. L. Polk公司的统计, 美国轿车轮胎和轻型载重轮胎的平均寿命为9.2和7.3年, 均有所延长。

据美国Arkansas Best公司下属独立损坏维修机构FleetNet统计, 车辆用轮胎损坏情况排序依次是刺扎42%, 撞击19%, 胎体脱层11%, 跑气6%, 胎面脱空至少2/32英寸6%, 多种损伤6%, 胎侧损伤4%, 低气压使用2%, 翻新后2%, 刹车滑行1%, 胎面脱层1%。

1.3 美国和加拿大轮胎出货量统计

据RMA初步统计, 2007年美国乘用车轮胎和轻型载重轮胎出货量按9个区域划分, 所占比例是新英格兰区4%和3%, 中大西洋区11%和7%, 南大西洋区22%和16%, 东北中心区15%和13%, 东南中心区9%和9%, 西北中心区6%和9%, 西南中心区12%和15%, 山区5%和11%, 太平洋地区14%和18%。

据加拿大橡胶工业协会统计, 2007年加拿大乘用车轮胎和轻型载重轮胎出货量按4个区域划分, 魁北克地区28%和15%, 安大略湖地区40%和26%, 西部省区25%和54%, 大西洋地区7%和5%。

在美国替换轮胎市场中,各制造商乘用车轮胎和轻型载重轮胎的出货量各经销商所占比例是,当地经销商(在一个区域内拥有少于 10 家店的独立经销商)29%和 35%,区域经销商(在至少两个区域内拥有超过 10 家店的独立经销商)9%和 11%,全国经销商(在超过 3 个区域拥有 40 家店的独立经销商)30%和 33%,一般商品经销商(大商家、批发会员等经销商)16%和 7%,轮胎制造商直销店(指轮胎制造商用各种名义和储存方式自行经营的店铺)12%和 11%,其他(维修站、修车厂、汽车经销商等)4%和 4%。轮胎出货量向区域经销商、全国经销商和轮胎制造商直销店集中,当地经销商、一般商品经销商和其他经销商的作用在不断弱化,体现了轮胎销售模式的显著变化。

据 RMA 和加拿大橡胶工业协会按轮胎品种分类统计,2007 年美国乘用车轮胎出货量中,替换轮胎为 20 320 万条,比 2006 年增加 700 万条,预计 2008 年可达 20 800 万条;原配轮胎为 4 630 万条,比 2006 年下降 190 万条,预计 2008 年会增加 30 万条。轻型载重轮胎出货量中,替换轮胎为 3 400 万条,比 2006 年增加 40 万条,2008 年有望增加 120 万条;原配轮胎为 440 万条,比 2006 年减少 60 万条,2008 年估计为 460 万条。中型载重轮胎/公共汽车轮胎出货量中,替换轮胎为 1 650 万条,比 2006 年减少 40 万条,2008 年会恢复到 1 690 万条;原配轮胎为 460 万条,比 2006 年大幅降低 220 万条,2008 年可能增加 40 万条;翻新轮胎 2006 年是 1 470 万条,2007 年和 2008 年不详。

加拿大乘用车替换轮胎和原配轮胎分别为 1 740 万条和 1 070 万条,分别比 2006 年增加 90 万条和减少 90 万条;轻型载重轮胎中,替换轮胎增加 10 万条,为 270 万条,原配轮胎为 80 万条,比 2006 年增加 20 万条;中型/重型载重轮胎中,替换轮胎 130 万条,比 2006 年减少 20 万条,原配轮胎比 2006 年增加 80 万条,为 130 万条。

1.4 北美轮胎零售商及制造商销售额排名

2006 年北美轮胎零售商前 25 名的销售额以及 2007 年拥有的经销店数量见表 1。2006 ~ 2007 年北美轮胎销售额前 16 名轮胎制造商的销售情况见表 2。

在北美轮胎市场中,2007 年 5 家最大轮胎制造商的销售额虽然约占全部 340 亿美元销售额的 77.8%,但所占比重还是减少了,继续了下降趋势。它们依次为固特异/邓禄普 23.5%,米其林/尤尼罗伊尔/固德里奇 21.3%,普利司通/费尔斯通 20.6%,固铂 6.3%,大陆轮胎 6%。

2 轮胎品牌、规格和品种情况

2.1 替换轮胎品牌市场占有率

在 2007 年美国 and 加拿大替换轮胎市场中,制造商品牌轮胎所占市场份额见表 3,其中乘用车轮胎总量为 2.206 亿条,轻型载重轮胎 3 680 万条,公路载重轮胎 1 790 万条。

表 1 2006 年北美轮胎零售商排名

公 司	销售额/ 百万美元	店数/家
普利司通/费尔斯通 ¹⁾	3 500 ⁵⁾	2 057
Discount 轮胎	2 309	702
沃尔玛/山姆俱乐部	2 250 ⁵⁾	3 261
TBC(轮胎王国/商人/NTB 和大型 O 网)	2 000 ⁵⁾	1 222
Sears 股份公司	1 500 ⁵⁾	866
Les Schwab 网络	1 202	412
固特异(双子座/正义轮胎等)	800 ⁵⁾	758
Pep 男孩 M anny, M oe & Jack	716	561
Ampac 轮胎销售/轮胎 Pros	425	325
Costco 批发	400 ⁵⁾	455
加拿大轮胎公司 ²⁾	325 ⁵⁾	468
Kal 轮胎 ²⁾	200	204
Best One 轮胎服务	190	205
Belle 轮胎销售	175 ⁵⁾	75
Strauss Discount 汽车	160 ⁵⁾	89
Fountain 轮胎 ^{2,3)}	151	126
Monro 消声器闸公司 ⁴⁾	134	133
Peerless 轮胎	126	58
Dunlap 与 Kyle 公司	104	48
VIP 配件轮胎服务	96	61
Dobbs 轮胎与汽车中心	86	39
Sullivan 轮胎公司	64	45
AKH 公司	62	68
Kauffman 轮胎公司	61	51
Raben 轮胎	56	22

注:1)普利司通/费尔斯通在美国有 150 家 GCR 和 C & F 店,在加拿大有 51 家 GCR 店,它们主要从事载重轮胎和农业轮胎的贸易,也经营一些零售和销售服务的业务;2)数据以美元平均年汇率计算;3)固特异拥有 Fountain 轮胎 50% 的股份;4)店数仅为 Monro 的 Mr. 轮胎和胎面中心店数,另外 Monro 还开有 580 家店,大部分也销售轮胎;5)估计值。福特汽车公司、通用汽车公司和戴姆勒-克莱斯勒公司都通过它们自己的销售网经营轮胎,福特公司有超过 1 600 家 Quick Lane 轮胎服务店,通用公司的 On A Roll program 有超过 1 600 家代销店,克莱斯勒公司的 Mopar TIRE Works 也有超过 1 600 家 D/C 代销店。

表 2 2006~2007 年北美轮胎销售额前 16 名
轮胎制造商的销售情况 百万美元

公 司	2006 年	2007 年
固特异轮胎橡胶公司 ¹⁾	8 250 ⁵⁾	8 000 ⁵⁾
米其林北美公司 ²⁾	7 000 ⁵⁾	7 250 ⁵⁾
普利司通/费尔斯通 ³⁾	6 000 ⁵⁾	7 000 ⁵⁾
固铂轮胎橡胶 ²⁾	2 050 ⁵⁾	2 150 ⁵⁾
大陆轮胎北美公司	1 900 ⁵⁾	2 050 ⁵⁾
横滨轮胎公司	825 ⁵⁾	950 ⁵⁾
韩国轮胎美国公司	690	750
东洋轮胎美国公司 ⁴⁾	675 ⁵⁾	750 ⁵⁾
锦湖轮胎美国公司	500 ⁵⁾	600 ⁵⁾
倍耐力北美轮胎公司	425 ⁵⁾	500 ⁵⁾
GPX 国际轮胎公司	430	450 ⁵⁾
巨人轮胎国际公司	350 ⁵⁾	375 ⁵⁾
佳通轮胎美国公司	200	300 ⁵⁾
卡莱尔兄弟公司	265 ⁵⁾	275 ⁵⁾
正新/玛吉斯国际公司	200 ⁵⁾	225 ⁵⁾
Falken 轮胎公司	210	215 ⁵⁾
其它	2 030 ⁵⁾	2 150 ⁵⁾
合计(大概)	32 000 ⁵⁾	34 000 ⁵⁾

注: 1) 数据没有包括 T & W A 公司, 该公司是一家轮胎/ 轮胎装备公司, 现被固特异公司剥离; 2) 2007 年第 3 季度米其林从固铂轮胎公司手中购买了 Oliver 橡胶公司, 后者从事翻新轮胎材料/ 设备业务, 销售额约 1 亿美元, 将分别在 2008 年中统计; 3) 2007 年 6 月, 普利司通公司购买了奔达可公司, 后者在北美的销售额约 6.5 亿美元; 4) 包括 Nitto 轮胎; 5) 估计值或基于初步销售额的统计。轮胎制造商的销售额中不包括购买的零售商的经营收入。

表 3 品牌轮胎占替换轮胎市场份额 %

品 牌	乘用车轮胎	轻型载重轮胎	公路载重轮胎
固特异	12.0	11.0	16.5
米其林	9.0	7.5	16.5
费尔斯通	6.5	6.5	6.0
BF 固德里奇	6.0	9.0	3.0
普利司通	6.0	6.0	15.5
固铂	5.0	6.5	1.5
韩国/ Aurora	4.5	3.0 ³⁾	3.0 ³⁾
通用	3.5	4.0	4.0
锦湖/ Marshal	3.5	1.5 ⁴⁾	2.0 ⁴⁾
尤尼罗伊尔	3.0	2.5	—
东洋	3.0	5.0	3.5
横滨	3.0	3.0	4.5
佳通 ¹⁾	2.5	2.5	1.0
大陆	2.5	2.0	2.5
邓禄普	2.0	1.5	2.0
Kelly	1.5	1.5	1.5 ²⁾
Mastercraft	1.5	2.5	—
代顿	1.0	1.0	—
Falken	1.0	—	—
倍耐力	1.0	1.0	—
住友	1.0	—	3.0
双钱	—	—	1.5
其它	21.0	22.5	12.5
合计	100.0	100.0	100.0

注: 1) 可能包括附属品牌; 2) 包括 Steelmark; 3) 没有 Aurora, 4) 没有 Marshal。

2.2 原配轮胎品牌市场占有率

2007 年北美轿车、多用途运动型汽车和轻型载重汽车产量估计为 1 550 万辆。估计乘用车轮胎和轻型载重轮胎原配轮胎市场各制造商所占份额, 固特异/ 邓禄普 36%, 普利司通/ 费尔斯通 20.0%, 大陆/ 通用 17.0%, 米其林/ 尤尼罗伊尔/ 固德里奇 20.0%, 倍耐力 3.0%, 韩国轮胎 3.0%, 其它为 1.0%。

按汽车厂商来看, 已没有只有一家轮胎配套厂的情况, 除马自达北美公司、三菱汽车公司、斯巴鲁公司各有 2 家轮胎配套厂家外, 像宝马北美公司、克莱斯勒公司、福特汽车公司、通用汽车公司、本田北美公司、现代汽车美国公司、梅塞德斯-奔驰北美公司、日产北美公司和丰田汽车制造公司都有 3 家及以上的轮胎配套厂家, 其中通用汽车公司有 7 家。来自北美以外的轮胎企业已更多的加入到原配轮胎市场, 像韩国轮胎公司已占到福特汽车公司 8% 和通用汽车公司 3% 的原配轮胎份额, 我国台湾省的玛吉斯轮胎也出现在通用汽车公司原配轮胎厂商的序列中, 虽然不到 1% 的份额, 但也排名第七。

2.3 轮胎规格和品种

据 RMA 对其会员初步统计, 2007 年在美国乘用车替换轮胎中, 全天候轮胎占 77.7%; 条形花纹轮胎和其它型轮胎为 17.8%; 雪地轮胎出货量由 2006 年的 4.1% 上升至 2007 年的 4.5%, 后两者继续保持升势。

2007 年美国乘用车轮胎中, 速度级轮胎约占替换轮胎市场的 81.3%, 其中, 高性能轮胎和超高性能轮胎所占比例为 25.8%, H 级为 15.6%, V 级 5.0%, Z 级 5.2%, 其他速度级别则下降到 55.6%。非速度级轮胎有所增长, 占 18.7%。在原配轮胎市场中, 速度级轮胎占 96.8%。

据 RMA 的初步统计, 2007 年最畅销的 10 个乘用车子午线轮胎规格见表 4, 其中原配轮胎市场最畅销的 10 个规格销售量占该市场总销售量的 33.8%, 产品继续向低断面、大直径方向发展; 替换轮胎市场最畅销的 10 个规格销售量占该市场总销售量的 27.4%, 品种虽然较稳定, 但产品也有向低断面、大直径发展的趋势。

2007 年最畅销 10 个轻型载重子午线轮胎规

格见表 5, 其中, 原配轮胎最畅销的 10 个规格销售量占该市场总销售量的 91. 6%, 产品向低断面、大直径发展; 替换轮胎市场最畅销的 10 个规格销售量占该市场总销售量的 78. 8%, 也在向低断面、大直径发展。

2007 年最畅销的 5 个中型载重子午线轮胎规格见表 6, 其中, 原配轮胎市场最畅销的 5 个规格销售量占该市场总销售量的 78. 4%; 替换轮胎市场最畅销的 5 个规格销售量占该市场总销售量的 76. 0%。

另据美国轮胎轮辋协会(Tire & Rim Association)统计, 2007 年轮辋直径已达 285 个规格,

表 4 最畅销的乘用车子午线轮胎

原配轮胎市场		替换轮胎市场	
规格	比例/ %	规格	比例/ %
P215/ 60R16	5. 8	P225/ 60R16	4. 8
P245/ 65R17	4. 4	P235/ 75R15	4. 3
P235/ 70R16	4. 3	P205/ 65R15	3. 2
P265/ 70R17	4. 0	P215/ 70R15	2. 6
P195/ 60R15	3. 1	P205/ 70R15	2. 4
P275/ 55R20	2. 6	P265/ 70R17	2. 4
P215/ 60R16	2. 5	P215/ 60R16	2. 1
P225/ 50R17	2. 4	P195/ 65R15	2. 0
P255/ 70R18	2. 4	P265/ 70R16	1. 8
P275/ 65R18	2. 3	P235/ 70R16	1. 8

表 5 最畅销的轻型载重子午线轮胎

原配轮胎市场		替换轮胎市场	
规格	比例/ %	规格	比例/ %
LT245/ 75R16	40. 8	LT265/ 75 R16	15. 7
LT225/ 75R16	16. 3	LT245/ 75 R16	15. 5
LT265/ 70R17	12. 5	LT235/ 85 R16	11. 5
LT245/ 75R17	5. 4	LT225/ 75 R16	8. 0
LT275/ 65R20	4. 1	31× 10. 50R15	6. 7
LT215/ 85R16	3. 3	LT285/ 75 R16	5. 9
LT265/ 75R16	3. 3	LT265/ 70 R17	5. 0
37× 12. 50R16. 5	2. 6	LT215/ 85 R16	4. 4
LT275/ 65R18	1. 7	LT235/ 75 R15	4. 3
LT255/ 75R17	1. 6	30× 9. 50R15	1. 8

表 6 最畅销的中型载重子午线轮胎

原配轮胎市场		替换轮胎市场	
规格	比例/ %	规格	比例/ %
295/ 75R22. 5	29. 4	295/ 75R22. 5	26. 6
11R22. 5	25. 6	11R22. 5	23. 4
225/ 70R19. 5	10. 7	11R24. 5	12. 9
11R24. 5	9. 3	285/ 75R24. 5	7. 8
245/ 70R19. 5	3. 4	225/ 70R19. 5	5. 3

比 2006 年增加 16 个, 其中新增 24 英寸规格 1 个; 15, 16, 17, 18, 19, 20 和 21 英寸规格各增加 2, 1, 1, 3, 4, 3, 1 个, 为 49, 51, 53, 53, 16, 17, 2 个; 其余不变; 17 英寸及以上的轮辋达到 146 个, 占到 51. 2%。2007 年轮胎断面比已达 285 个规格, 比 2006 年增加 16 个, 其中新增 25 系列 2 个; 70, 60, 55, 50, 45, 40, 35, 30 系列各增加 1, 1, 4, 1, 2, 1, 2, 2 个, 为 37, 42, 29, 39, 29, 27, 17, 7 个。轮胎越来越向大直径、低断面发展。

3 北美轮胎厂家变动情况

2007 年北美新增一家轮胎生产厂, 位于墨西哥, 属于普利司通美国股份公司, 员工 200 人, 生产汽车轮胎和轻型载重轮胎, 日产 8 000 条。2008 年, 同位于墨西哥的一家轮胎厂将关闭, 该厂于 1958 年开工, 也属于普利司通美国股份公司, 员工 220 人, 生产轻型载重轮胎和载重/ 公共汽车斜交轮胎, 日产 2 200 条。2009 年, 一家位于美国俄亥俄州的特雷勒堡公司的轮胎厂将关闭, 该厂于 1926 年投产, 员工 180 人, 生产工业斜交轮胎, 年产 75 万条。

4 北美翻新轮胎厂家统计

据美国轮胎工业协会(TIA)统计, 2007 年美国翻新轮胎厂家比 2006 年锐减 50 家, 降至 780 家。

2007 年北美翻新轮胎技术和几大公司格局发生重大变化。2007 年 6 月, 普利司通/ 费尔斯通并购了奔达可公司。2007 年 10 月, 米其林公司从固铂公司手中购得 Oliver 公司。各自翻胎厂数量变化见下(括号内是在北美许可厂家数)。BFS 奔达可公司, 奔达可翻新法(预硫化), 335 家(180)。BFS 公司, Oncor 胎面翻新法(模型硫化), 1 家(不详)。固特异公司, Next-Tred 创新翻胎法(模型硫化、预硫化, 单环绕), 164 家(75)。Hawkinson 公司, Hawkinson 法(模型硫化), 20 家(20)。玛朗贡尼公司, 环型翻胎法(预硫化), 26 家(21)。米其林公司, 米其林翻胎技术(预硫化, 模型硫化), 75 家(44); Oliver 翻胎法(预硫化), 不详(80)。

5 2007 年美国轮胎进口情况

据美国商务部和 RMA 的初步统计, 2007 年美国轮胎的进口情况是: 乘用车轮胎比 2006 年增加 1 130 万条, 为 11 540 万条; 轻型载重轮胎保持在 2 400 万条; 中型/宽基载重轮胎为 1 160 万条, 减少 120 万条。

6 中国轮胎企业在美国 DOT 认证情况

到 2007 年年底, 包括外资、合资企业在内的中国轮胎企业共获得美国交通部(DOT)认证 257 个(2007 年新增 46 个)。其中, 中国大陆共 239 个, 中国台湾地区 18 个。据英文资料统计, 非内资企业(包括外资、台资、独资、合资等)已具有相当数量, 结果列于表 7(可能不完全)。

7 美国汽车售后配件销售情况

据美国汽车售后配件市场工业协会(Auto-motive Aftermarket Industry Association, AA-IA)预计, 2007 年美国汽车售后配件市场的销售额为 2 100 亿美元, 增长 4.2%。

依 AAIA 和全国汽车经销商协会(National Automobile Dealers Association, NADA)统计, 2007 年, 在汽车售后配件市场中, 轻型汽车用部件、配件、轮胎和维修保养主要是通过 42 种销售渠道卖给消费者, 主要依次是(括号内为 2006 年数据): 新车销售店 557(544)亿美元, 一般汽车修理店 358(336)亿美元, 汽车部件和配件店 172(167)

表 7 非内资企业在中国 DOT 统计

公 司	厂数/个	中国大陆	中国台湾	合计/个
米其林集团	2	7V, Y5	—	2
固特异	2	7L	L1	2
固铂轮胎	2	77, RM	—	2
卡莱尔	2	AQ, 4L, 9E	—	3
普利司通	5	DH, 7H, 31, 98, 1U	C8	6
东洋轮胎	1	2U, 9T	—	2
横滨	1	JM	—	1
住友橡胶	1	0T	—	1
Kyoto 日本轮胎	1	43	—	1
锦湖	3	C0, D0, FE, 4T	—	4
韩国轮胎	2	1G, BJ, 8J	—	3
耐克森轮胎	1	JJ	—	1
正新/玛吉斯	7	7F, 79, 82, 2U, 9T, 20, 0R	14, UY	9
华丰橡胶	2	6W	X2	2
建大橡胶	3	2Q, 7Y	K3	3
南港	3	1O,	U8, WE	3
泰丰	2	2E,	UX	2
佳通	6	DU, JP, 3A, 4E, 5W, 8K, 9J, 9U, 23	—	9
倍耐力轮胎	1	51	—	1

亿美元, 轮胎经销店 125(124)亿美元, 大商店会员店和超市 62(58)亿美元, 汽车换油和润滑油店 52(49)亿美元, 其它汽车设备和电子修理店 40(37)亿美元, 汽车排气装置专业修理店 36(33)亿美元, 批发(直接售给最终用户)21(20)亿美元, 所有其它汽车修理店 12(11)亿美元, 合计 2 100(2 015)亿美元。

参考文献: 略

通用公司推出全新 Grabber HTS 轮胎

通用轮胎公司近期向市场推出了一款专用于轻型载重汽车和 SUV 车辆的优质全天候轮胎——Grabber HTS 轮胎(见图 1)。该款轮胎采用高强度钢丝带束层和短纤维补增强胎体。全新的胎面花纹结构和配方大大降低了轮胎的滚动阻力, 提高了燃油经济性和驾驶舒适性, 延长了使用寿命, 并将噪声降至最低。Grabber HTS 共有 30 多种规格, 轮辋直径为 15 ~ 20 英寸, 速度级别有 Q, S, T, H 和 V。



图 1 Grabber HTS 轮胎 博文

▲蒂坦轮胎公司近日宣布将提高其原配轮胎产品和车轮配件售价, 上涨幅度为 7% ~ 27%, 于 2008 年 8 月 1 日实施。博文