

中国及世界轮胎市场走势

中国橡胶工业协会 轮胎分会秘书处

(上海 200002)

摘要:对2016—2017年国内外轮胎市场进行评析。当前国际轮胎市场复苏向好,国内轮胎市场总体运营平稳。我国轮胎行业还面临产能结构性过剩、自主创新能力薄弱、缺乏品牌知名度等不足,建议加快轮胎产业优化升级;抢占未来市场发展先机;加速轮胎品牌培育;充分发挥骨干企业的市场引领作用;创造良好的公平竞争发展环境。

关键词:轮胎;市场;创新;品牌

中图分类号:TQ336.1 **文献标志码:**B **文章编号:**1006-8171(2018)00-0000-04

2016—2017年,在全球经济改善的带动下,世界汽车销售量持续增长,轮胎制造商抓住机遇竞相发展,轮胎技术创新和生产工艺不断改进,传统市场不断丰富,新市场不断开拓,这些因素推动了全球轮胎市场复苏向好。另外,消费者可支配收入上升、生活方式改善及环保绿色轮胎推广,也为轮胎工业的发展开辟了更广阔的空间。但是,原材料、动力、环保和人工等成本不断增加,在一定程度上又对轮胎市场发展提出了挑战。

1 国际轮胎市场复苏向好

乘用车的发展仍然是轮胎行业发展的主流方向。据国外有关研究机构报告显示,2017年,世界汽车轮胎市场整体规模达到22亿条左右,轮胎市场价值达到2 230亿美元左右,轮胎销售量以年均3.4%左右的速度增长。

轮胎市场增长的主要国家和地区在欧洲、美洲和东北亚,尤其是美国、德国、意大利、日本等成熟市场,在以亚洲为代表的新兴市场中以中国市场的容量最大。北美、欧洲积极影响高性能轮胎市场的增长;中国和印度在轻型和重型载重汽车及大客车轮胎市场上占主导地位,这类轮胎相对属于中低端产品,主要应用于替换胎市场,目前占轮胎市场的3/5左右。

在国际轮胎市场上,一线品牌(名贵品牌)的高档轮胎主要被米其林、普利司通、固特异、大陆、倍耐力等占领,其价值指数最大,一般都在90~110;二线品牌(价值品牌)的中高档轮胎和三

线品牌(知名品牌)的中低档轮胎被8个跨国集团(住友、横滨、东洋、诺基亚、固铂、韩泰、正新、锦湖)等占领,其价值指数达到70~90。中国出口欧美等国家的轮胎价值指数一般只有50~60,很少达到70,为此损失了大量利润,而且还频遭国际贸易摩擦,导致中国轮胎生产经营长期处于不稳定状态。

重点国家轮胎市场的出口、进口和销售也出现了明显变化,如美国、意大利、德国,见表1—4(数据来源于英国炭黑期刊)。

国际轮胎市场价格逐步回升。2017年全球轮胎销售额增长6.4%,主要动力是市场容量增大及轮胎价格上调。其中,日本轮胎销售额增长2.8%;美洲增长5%;欧洲、俄罗斯、中东和非洲增长11%;亚太地区(含中国)由于基数较大,总体平稳略有增长。

2016年下半年至2017年第一季度橡胶原材料

表1 2016—2017年美国轮胎出口量 万条

轮胎类型	2016年	2017年	同比变化率/%
乘用车轮胎	25 790	25 800	0.04
原配胎	4 930	4 750	-3.7
替换胎	20 860	21 050	0.9
轻型载重轮胎	3 680	3 640	-1.1
原配胎	490	520	6.1
替换胎	3 190	3 120	-2.2
中重型载重轮胎	2 360	2 370	0.4
原配胎	500	520	4.0
替换胎	1 860	1 850	-0.5
总计	31 830	31 810	-0.1

表2 2017年上半年美国乘用车轮胎进口量 万条

轮胎直径/英寸	2016年	2017年	同比变化率/%
13或更小	40	30	-25.00
13~14	240	220	-8.33
14~15	1 020	990	-2.94
15~16	1 800	1 740	-3.33
16~17	1 890	1 920	1.59
17~18	1 050	1 120	6.67
大于18	890	1 060	19.10
其他	220	210	-4.55
总计	7 150	7 290	1.96

表3 2017年第一季度意大利替换轮胎销售量 万条

轮胎类型	2016年	2017年	同比变化率/%
乘用车轮胎	5 330	5 550	4.13
载重轮胎	230	260	13.04
农业轮胎	40	40	0
总计	5 600	5 850	4.46

表4 2017年上半年德国橡胶工业销售额 百万欧元

项 目	国内		国外	
	金额	同比变化率/%	金额	同比变化率/%
轮胎	2 100	0.9	530	7.4
非轮胎橡胶制品	1 970	4.5	1 400	4.7
汽车用	1 080	2.9	750	4.2
非汽车用	890	6.0	650	5.7
总计	4 070	2.6	1 930	5.4

价格大幅上涨,使得轮胎企业成本急剧增加,营业利润率大幅下降,2017年上半年世界轮胎企业利润有所下滑。随着第二季度橡胶价格出现回落,营业利润率下降趋势变缓。

近期全球轮胎市场价格不稳定,未来走势尚不明朗。可以预见,轮胎价格将主要受到橡胶等原材料价格以及货币政策的影响,应密切关注市场价格走势,步步为营也许是最好的选择。

2 国内轮胎市场喜忧并存

我国轮胎市场总体运营平稳。2017年前10个月轮胎企业经历了“过山车”体验,轮胎价格先是在年初上涨,而后开始下跌,第三季度再度出现上涨。橡胶及化工原材料等价格剧烈波动,轮胎终端市场消费不旺,经济效益出现较大下滑。环保督察对橡胶助剂、炭黑等原材料生产进行监查,导致货紧价扬。从2017年9月开始轮胎企业主动进行调整,降低库存,生产增速放缓。

在轮胎行业整体盈利困难的大背景下,一些

企业运筹帷幄,通过调整价格和经营模式实现了较好的销售和盈利业绩,但多数企业做得多、赚得少,有的企业甚至亏损。

据统计和调查,2017年全国轮胎总产量约为6.53亿条,同比(下同)增长7%;其中子午线轮胎产量约为6.13亿条,增长8.5%,斜交轮胎产量约为0.41亿条,下降10%,子午化率达到93%。海外4家轮胎企业(中策橡胶集团有限公司、玲珑集团有限公司、赛轮金宇集团股份有限公司、青岛森麒麟轮胎股份有限公司)2017年轮胎总产量为3 246万条,其中子午线轮胎为3 238万条,斜交轮胎为8万条,销售总额为123.1亿元。

目前,国内市场轮胎年消耗量约为3.64亿条,其中各种新汽车配套轮胎约为1.60亿条,在用汽车替换轮胎约为2.04亿条。对外出口各种汽车轮胎约为2.40亿条。2017年全国轮胎进出口情况见表5和6(数据来源于海关总署)。

从表5和6可以看出,我国进口小客车轮胎平均单价高于出口轮胎127%;进口客货车轮胎平均单价高于出口轮胎95%。出口轮胎价格低,赚钱少,甚至不赚钱,而且还会遭到别人指控成为“双反”被告,教训极其深刻,应当引起全行业和出口轮胎企业的高度重视。扭转被动局面,必须加强行业自律、公平竞争,做到物有所值、优质优价,不做亏本生意。

我国轮胎市场正处于变革新时期,是世界最大的轮胎产销和集散中心。中策橡胶集团进入世界轮胎75强的前10名;中国化工集团以72亿欧元购进居世界前5位的意大利倍耐力轮胎,并计划所属轮胎主营业务整合。目前,我国轮胎企业在世界75强中占据32席,成为世界轮胎工业亮丽一景。

分析轮胎分会统计的41家重点轮胎企业的数据,轮胎产量增长5.1%,销售额增长13.3%。据轮胎分会统计,2017年我国全钢和半钢轮胎产量以及销售总额前10名的企业如表7所示。

我国轮胎市场具有鲜明的特色,从企业构成看,国有控股(含混合所有制)企业约占20%,民营企业约占45%,外资企业约占35%;从产品结构看,对于全钢和半钢子午线轮胎,内资企业分别占65%和35%,外资企业分别占35%和65%;从轮胎配套

表5 2017年我国机动小客车轮胎进出口情况

月份	出口					进口				
	数量/万t	同比变化率/%	金额/亿美元	同比变化率/%	平均单价/(美元·kg ⁻¹)	数量/万t	同比变化率/%	金额/亿美元	同比变化率/%	平均单价/(美元·kg ⁻¹)
1月	16.24	28.18	3.87	13.66	2.38	0.48	23.57	0.26	20.57	5.45
2月	11.27	-5.22	2.88	-6.87	2.55	0.71	82.64	0.40	68.77	5.65
3月	16.28	8.42	4.25	11.90	2.61	0.96	47.38	0.51	38.63	5.32
4月	16.40	15.85	4.35	21.29	2.65	0.79	9.06	0.45	7.41	5.69
5月	16.24	-8.62	4.42	0.96	2.72	0.82	18.43	0.49	24.35	5.96
6月	16.74	2.42	4.51	10.92	2.69	0.91	14.05	0.58	27.03	6.37
7月	18.37	-3.16	4.91	6.17	2.67	0.94	3.37	0.57	8.80	6.05
8月	18.48	-5.38	4.85	0.56	2.62	0.97	5.00	0.58	5.77	5.99
9月	15.14	-4.90	3.95	0.62	2.61	0.87	-17.64	0.52	-17.13	5.98
10月	15.39	16.52	4.00	22.72	2.60	0.70	0.40	0.42	-2.86	6.00
11月	14.34	-5.87	3.76	0.06	2.62	0.88	24.79	0.53	26.98	6.03
12月	17.65	16.73	4.61	28.75	2.61	0.88	-6.46	0.56	-0.24	6.35
合计	192.54	3.61	50.36	8.78	2.61	9.91	11.67	5.87	12.88	5.92

表6 2017年我国客货车轮胎进出口情况

月份	出口					进口				
	数量/万t	同比变化率/%	金额/亿美元	同比变化率/%	平均单价/(美元·kg ⁻¹)	数量/万t	同比变化率/%	金额/亿美元	同比变化率/%	平均单价/(美元·kg ⁻¹)
1月	25.97	14.72	5.17	6.47	1.99	0.15	111.43	0.05	36.69	3.38
2月	18.75	-1.13	3.94	-3.42	2.10	0.14	267.30	0.05	277.89	3.48
3月	27.81	-6.14	6.02	-2.28	2.17	0.08	64.82	0.03	19.95	3.95
4月	28.23	7.57	6.32	18.20	2.24	0.09	40.70	0.04	42.53	4.49
5月	28.38	-18.64	6.44	-7.52	2.27	0.12	17.93	0.05	28.51	4.61
6月	30.10	8.17	6.68	19.88	2.22	0.08	-17.81	0.04	5.76	4.77
7月	29.94	-2.59	6.56	8.03	2.19	0.06	-31.41	0.03	-30.92	4.79
8月	31.78	3.22	6.82	11.72	2.15	0.10	40.53	0.05	70.26	4.47
9月	26.87	3.10	5.93	15.01	2.21	0.06	-36.75	0.03	-17.51	4.63
10月	27.43	11.32	6.11	25.68	2.23	0.03	-47.02	0.01	-39.96	4.48
11月	28.66	-5.92	6.47	7.97	2.26	0.10	-52.71	0.05	-44.75	4.54
12月	33.08	16.45	7.45	33.49	2.25	0.07	-54.32	0.04	-14.46	4.96
合计	337.00	1.73	73.91	10.73	2.19	1.08	-2.35	0.47	6.20	4.27

表7 2017年我国轮胎产量及销售前10名企业

项 目	前10名企业
全钢轮胎产量	中策橡胶、玲珑轮胎、赛轮金宇、双钱轮胎、山东恒丰、佳通轮胎、三角轮胎、双星集团、风神轮胎、兴源轮胎
半钢轮胎产量	佳通轮胎、玲珑轮胎、韩泰(中国)、中策橡胶、赛轮金宇、山东恒丰、厦门正新、住友轮胎、普利司通(中国)、米其林(中国)
销售总额	中策橡胶、佳通轮胎、玲珑轮胎、赛轮金宇、厦门正新、兴源轮胎、三角轮胎、米其林(中国)、双钱轮胎、双星集团

市场看,国内汽车厂生产的高中档汽车,绝大多数由外资品牌轮胎配套,甚至在替换轮胎市场也处于强势地位。如今流行的高性能和超高性能轮胎已成为国外跨国企业集团的主导产品,产量占到50%~60%;而国内较好的内资企业的高性能和超

高性能轮胎只占20%~30%,且主要出口,以廉价取得市场。

我国是全球最大的汽车销售中心,也是世界最大的轮胎消费市场之一。我国轮胎企业应当将销售重心放在国内市场,让自主品牌轮胎占到一定份额。但由于主要原材料天然橡胶86%依靠进口,且进口关税高达20%,轮胎企业被迫牺牲宝贵的人力、能源和资源等,而采用来料加工贸易进行生产,产品只能出口,既造成国内轮胎大量外销,频繁招致外国“双反”,蒙受排斥歧视待遇,又使国内市场相当一部分份额由外资品牌占领,内资企业难以调整市场需求来平衡和提高与汽车的配套率,处于进退维谷之中。

令人遗憾的还有,轮胎产量连续13年居世界之首的中国,迄今在国际市场上很少见到被消费

者公认的世界知名品牌。据不完全统计,现出口轮胎有近50个品牌,而实际上仅有近10家企业位居世界三、四线品牌行列,多数被称为不知名品牌和杂牌低价轮胎。在国内外市场豪华型高档轿车上很少见到我国自主品牌轮胎,中国轮胎同世界前沿先进技术水平相比还存在一定的差距,轮胎商业价值难以体现。

3 轮胎后市场面临的挑战和机遇

当前我国轮胎产业是机遇与挑战共存,面临的形势比以往更为复杂和严峻,但同时也是一个大有作为的时代。

轮胎行业面临的主要挑战有:产能结构性过剩,低端产品过多,中高档产品不足,售价低盈利差;自主创新能力强,缺乏核心竞争优势,不能抢占市场先机;产品质量均一性与国际品牌相比有差距,缺乏品牌知名度、美誉度、忠诚度,没有议价能力;“两化”融合水平不高,要素投入粗放。同时,还存在许多忧虑,如原材料价格波动,炭黑、橡胶助剂货紧价高;天然橡胶关税居高不下,复合胶进口受阻;加工贸易核销严管;轮胎出口频遭“双反”;人工、能源、物流、环保等成本大幅上升。这些都使企业生存发展面临前所未有的挑战。

我国轮胎行业发展已走到了关键的历史拐点,由高速增长转向高质量发展,由规模效应转向品牌效应发展,要转换增长动力、优化产品结构。在生产要素驱动发挥殆尽的情况下,转向提质增效,提高轮胎品牌价值,向中高端市场发展,达到国际化先进水平已是必然选择。为此,要以新的思维方式,抓住机遇、攻坚克难、化解风险挑战,坚持技术创新,稳步推进智能制造,充分融入国家“一带一路”规划,推动规模、质量、效益的协调可持续发展。

围绕做大国内外轮胎市场,建议做好以下5个方面的工作。

(1) 加快轮胎产业优化升级。要坚定通过轮胎产业调整和产品升级,促进轮胎工业在新常态下稳步健康发展。到“十三五”末期,力争有2~3家企业进入世界轮胎前10强,智能型自动化技术

能在近10家轮胎工厂得到推广,全行业轮胎技术研发经费平均投入占到销售额的2.5%~3%,轮胎新技术对经济的贡献率不断提高,自主研发的轮胎新产品取得实质性突破,努力成为全球轮胎技术创新的产业升级版。

(2) 抢占未来市场发展先机。轮胎企业要树立信心,迎难而上,主动拥抱互联网技术,充分利用现代最新科技成果占领先机,巩固老市场,开拓新市场,努力建成服务型可持续发展企业,适应新老市场要求。随着技术创新的不断深化,异军突起的新功能将撑起我国轮胎产业未来发展的一片新天地。

(3) 加速轮胎品牌培育。品牌是一个国家竞争力和国际地位的核心表现,更是企业的生命所在、灵魂所系。我国轮胎企业既要努力实现质量过硬、高效生产、诚信经营和取得市场,又要加速轮胎品牌培育,力争用5年时间打造出8~10个国际知名轮胎品牌。同时,轮胎企业对内要着力转型升级,对外“走出去”发展,实施国际化企业战略,以高端有特色的轮胎产品进入市场,赢得国内外广大消费者的信赖,实现品牌轮胎的商业价值。

(4) 充分发挥骨干企业的市场引领作用。要在市场运营中优化轮胎市场竞争环境,提高资源配置效率,提升产业集中度,推动优胜劣汰的企业重组,充分发挥大企业的市场引领和产业带动作用,增强市场核心竞争力,在轮胎行业中建设和培育一批创新型绿色企业,提高企业和企业家的知名度。

(5) 创造良好的公平竞争发展环境。轮胎企业虽然是主体,但始终离不开赖以生存的大环境,以及宽松的发展条件和激励机制。在目前轮胎市场频遭内外制约的状态下,国家应完善轮胎产业政策,加强监督检控,扶持优势企业发展;行业协会带领轮胎企业实行严格的自律公约,搭建企业与政府沟通的桥梁,为企业创造良好的外部环境,是保障轮胎市场健康发展不可缺少的重要保证。只要聚精会神地做好自己的事情,我国轮胎工业一定能够由大变强。

收稿日期:2018-02-09

英文题目:Trend of China and World Tire Market

作者:Tire branch of China rubber industry association