整推高轮胎成本的压力,促进行业转型升级,轮胎企业必须采取以下措施:(1)加强品牌建设,通过提升品牌知名度而非降低产品价格来提高市场占有率;(2)规范市场秩序,控制产能,保持供需的相对平稳,实现有序竞争;(3)加强技术研发,以市场设计导向,逐渐积累、生成和提升核心技术,尽早实现绿色生产;(4)加强营销模式创新,逐步建立适合的电子商务模式。

陈维芳

2014年美国轮胎行业 全面回升

据美国《轮胎商务》2015年2月16日出版的《轮胎市场统计年报》,2014年美国轮胎出货量、产量、进口量及出口量均呈上升趋势。

美国橡胶制造商协会(RMA)和美国商务部的最新数据表明:2014年美国各大轮胎制造商产量全面提升,美国轮胎产量4年来首次出现正增长;乘用车轮胎产量增至1.21亿条,轻型卡车轮胎产量增至2610万条,中型卡车轮胎产量增至1490万条,分别同比增长1.7%,10.7%和7.6%。

在将对中国产乘用车轮胎和轻型卡车轮胎征收反补贴税和反倾销税的预期下,2014年第4季度美国轮胎进口量大幅飙升,由此拉动美国乘用车替换轮胎出货量增长了3.6%,刷新了2013年2.065亿条的纪录。2014年,美国轮胎进口量增长3%,达到近1.5亿条,同样创下历史纪录。其中,乘用车轮胎和中型卡车轮胎进口量分别同比增长4.7%和30.1%,分别达到1.8456亿条和1330万条;轻型卡车轮胎进口量增长6.7%,至2630万条。进口量增长使乘用车替换轮胎市场份额提升72%,中型卡车替换轮胎市场份额提升76%。

与此同时,2014年美国轮胎出口量也有所增大。面向出口市场的乘用车轮胎出货量增长5.7%,面向出口市场的轻型卡车轮胎出货量增长16.5%。乘用车轮胎和轻型卡车轮胎出口量均分别占乘用车

轮胎和轻型卡车轮胎产量的20%左右,中型卡车/大型客车轮胎出口量同比下降5.9%。

就销售额而言,普利司通美洲公司轮胎相关业务销售额为97亿美元,列北美轮胎销售额排行榜之首,明显领先于米其林北美公司(92.5亿美元)和固特异公司(72.5亿美元)。普利司通是分类零售商的领跑者,通过其零售业务实现销售额约40亿美元,门店数量达2183家。而从营业收入来看,大型零售商折扣轮胎/美国轮胎公司略领先于普利司通美洲公司的零售店网络,据估计前者2013年的营业收入为42亿美元。到2014年底,折扣轮胎/美国轮胎公司运营门店为900家,尚不到普利司通门店数量的1/2。

年报还显示,美国高性能轮胎(无论原配轮胎还是替换轮胎)需求量持续增长,高速轮胎出货量同比增长12%,H及以上级别的高速乘用车原配轮胎占乘用车原配轮胎出货量的1/2以上,高速乘用车替换轮胎占乘用车替换轮胎出货量的1/3,原配轮胎和替换轮胎出货量分别达到2400万条和7140万条。冬季轮胎/牵引车轮胎出货量略有增长,其市场份额由2013年的3.1%上升至3.5%。

在2014年原配轮胎供应商中,固特异公司仍然排名第一,在北美地区2013年制造的1740万辆轿车轮胎、越野车轮胎和轻型卡车原配轮胎中,固特异和邓禄普品牌轮胎占28.5%;米其林北美公司凭借米其林和百路驰品牌名列第二,领先于普利司通美洲公司和大陆马牌轮胎美洲公司。在美国乘用车替换轮胎和轻型卡车替换轮胎市场中进口品牌轮胎的占有率超过1/4。

普利司通美洲公司、大陆马牌轮胎公司及米其林新建和扩建工厂使南卡罗来纳州作为美国第一轮胎生产大州的地位得到巩固,其轮胎日生产能力达到9.9万条。2016年该州轮胎总产能将继续增长。

年报还显示,由于2014年北美地区汽车产量增长,设在美国的轮胎厂商的乘用车原配轮胎出货量上升了9.36%,达到4780万条,这是自2006年以来的最高水平。

朱永康