

海外市场

2004 年北美轮胎市场概况

杨 静

(北京橡胶工业研究设计院, 北京 100039)

2004 年, 对世界橡胶工业, 尤其是轮胎工业来讲, 是一个不平静的年份。国际市场格局发生了许多新变化, 在部分国家和地区的竞争不断提升和加剧, 尤其是亚洲等市场不断大放异彩, 令人为之瞩目。在这一年里, 国际能源和基础工业原材料市场不断上演新节目, 使世人应接不暇, 原油价格保持在高位, 促使合成橡胶、橡胶助剂、炭黑等原材料价格一路攀升, 加之运费、电价等成本上涨, 迫使世界轮胎企业提高轮胎售价, 以维持收入增长, 减少亏损, 并且一些世界轮胎巨头加速了生产布局调整, 更多的向生产力成本较低的国家 and 地区转移, 以降低成本, 优化产品结构。这也为像中国、印度等国家提供了生产、技术和管理等水平提高的机会, 随着其自身研发、生产、市场开发等能力逐渐加强, 其在市场中的地位会得到巩固与加强, 向世界其它市场出口的数量、产品质量、品种等都将有所增加。因此, 轮胎企业将会在多方面展开更为激烈的竞争, 世界轮胎市场中传统的大市场——北美市场尤其是美国, 其重要性不言而喻, 下面就 2004 年的情况作一些介绍。

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 2004 年的初步统计数据, 制造商的标志品牌、附属品牌、自定品牌在乘用车轮胎市场和轻型载重轮胎市场所占比例, 分别是 61%、17%、22% 和 62%、16%、22%。与 2003 年相比, 标志品牌轮胎在乘用车轮胎市场份额增加 2 个百分点, 附属品牌维持不变, 自定品牌只好下降 2 个百分点; 在轻型载重轮胎市场, 标志品牌下滑了 1 个百分点, 附属品牌上升 1 个百分点, 自定品牌维持原状。这说明, 与 2003

年乘用车轮胎和轻型载重轮胎市场相比, 2004 年市场更加细化, 消费者对制造商的乘用车轮胎标志品牌认同度进一步提高, 一些其它品牌的生存空间被继续打压, 一些大的品牌和大公司将更多占据市场份额, 公司间、品牌间的竞争硝烟会愈演愈烈。

1.2 车辆和轮胎行驶里程和消耗

据美国交通部公布的 2003 年汽车行驶里程的数据, 乘用车共计行驶 1.66 万亿英里, 轻型载重车 9980 亿英里, 重型载重车 2159 亿英里。其中, 与 2002 年数据相比, 轻型载重车和重型载重车分别增加 318 和 14 亿英里, 而乘用车保持不变, 3 种车型的行驶里程上升的势头都有所减弱。据美国汽车协会统计, 按每年行驶 15000 英里计算, 轿车 2004 年每英里花费 56.2 美分, 比 2003 年增加 4.5 美分; 每英里保养费用为 5.4 美分, 比 2003 年上升 1.3 美分; 每英里轮胎费用 0.7 美分, 比 2003 年下降 1.1 美分, 是 1980 年以来首次大幅度降低, 以前一直处在上涨状态。据美国商务部经济分析局分析, 与 2000 年相比, 2003 年轮胎外胎、内胎、配件和其他部分的价格上升了 5.2%。据固特异公司统计, 2004 年乘用车轮胎平均使用寿命 44700 英里, 而 2003 年米其林北美公司和普利司通/费尔斯通公司统计为 46300 英里。

1.3 美国和加拿大轮胎出货量统计

据美国橡胶制造商协会初步统计, 2004 年美国乘用车轮胎和轻型载重轮胎出货量按 7 个区域划分, 所占比例是新英格兰区 4% 和 3%, 中大西洋区 12% 和 8%, 南大西洋区 24% 和 18%, 东北中心区 14% 和 12%, 东南中心区 8% 和 8%, 西北中心区 6% 和 8%, 西南中心区 12% 和 14%, 山区 5% 和 10%, 太平洋地区 15% 和 19%。与 2003

年情况相差不大,基本保持平稳,只是南大西洋区各增加 1 个百分点,东北中心区乘用车轮胎出货量减少 1 个百分点。在替换轮胎市场,各制造商乘用车轮胎和轻型载重轮胎的出货量按经销商所占比例是,当地经销商(在以上一个区域内拥有少于 10 家店的独立经销商)45%和 52%,区域经销商(在以上至少两个区域内拥有超过 10 家店的独立经销商)5%和 7%,全国经销商(在以上超过 3 个区域拥有 40 家店的独立经销商)19%和 20%,一般商品经销商(大商家、批发会员等经销商)17%和 8%,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)10%和 8%,其他(维修站、修车厂、汽车经销商等)4%和 5%。与 2003 年相比,当地经销商、区域经销商所占比例得以增加,其他经销商不是维持不变,就是有所下降。

据美国橡胶制造商协会和加拿大橡胶工业协会按轮胎品种分类统计,2004 年美国乘用车轮胎出货量中,替换轮胎为 19940 万条,比上年增加了 580 万条,预计今年可达 20430 万条;原配轮胎继续走低,为 5300 万条,比上年减少 150 万条,预计今年可恢复到 5450 万条水平。轻型载重轮胎出货量中,替换轮胎为 3640 万条,比上年增加 190 万条,今年有望再增加 100 万条;原配轮胎为 740 万条,比上年减少 60 万条,今年估计为 750 万条。中型载重轮胎/公共汽车轮胎出货量中,替换轮胎保持增长,为 1610 万条,比上年增加 60 万条,今年还会增加 40 万条;原配轮胎为 570 万条,一下子增加了 150 万条,今年还要增加 90 万条;翻新轮胎达到 1640 万条,仅增加 30 万条。加拿大乘用车替换轮胎和原配轮胎继续增长,分别为 1670 和 1210 万条,各增加 40 和 80 万条;轻型载重轮胎各减少 10 万条,分别是 250 和 70 万条;中型/载重轮胎略有增长,分别为 150 和 60 万条。

1.4 北美轮胎零售商及制造商销售额排名

2003 年北美轮胎零售商前 25 名的销售额以及 2004 年拥有的经销店数量见表 1。2003 ~ 2004 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,2004 年 5 家最大轮胎制造商的销售额约占全部 250 亿美元销售额的 82.4%,比上年减少 0.5 个百分点,继续了下降趋

势,它们依次为固特异/邓禄普 27.2%,米其林/尤尼罗伊尔/固德里奇 24%,普利司通/费尔斯通 17.6%,库伯 7.4%,大陆轮胎 6.2%,其它占 17.6%。除固特异和其它公司比例有所增加外,另外 4 家公司都有所下降。

由表 2 可见,在 2004 年北美轮胎市场新增加的 17 亿美元销售额中,前 4 强贡献了 10.68 亿元,占了近 2/3,其他公司虽然只有 6 亿多,但其增长率是相当高的,像锦湖增长率为 14.1%,而大陆轮胎北美公司的销售额却下降了,说明北美轮胎市场的竞争已趋激烈,原有的格局将被不断打破,来自日本、韩国、意大利、中国和包括美国本土的小企业越发具有竞争力,原有龙头企业将不得不面临如何保持市场份额的难题。

表 1 2003 年北美轮胎零售商排名 百万美元		
公 司	销售额	店数/家
普利司通/费尔斯通 ¹	2100 ⁶	2040
Wal-mart/ Sam's 俱乐部	2000 ⁶	2020
Discount 轮胎	1700	601
Sears 雄狮公司 ²	1700 ⁶	871
TBC(轮胎王国/商人/NTB 和大型 O 网) ³	1500 ⁶	1209
Les Schwab 网络	1187	378
固特异(双子座/正义轮胎等)	800 ⁶	768
Pep 男孩 M anny, M oe & Jack	742	595
Costco 批发	600 ⁶	396
Ampac Tire Dist./Tire Pros	300	306
加拿大轮胎公司 ⁴	285 ⁶	455
Best One 轮胎服务	180 ⁶	248
Belle 轮胎销售	130 ⁶	70
Kal 轮胎	129	178
Somerset 轮胎服务	105 ⁶	106
Fountain 轮胎	104	132
Peerless 轮胎	93	54
Dunlap 与 Kyle 公司	87	47
VIP 配件轮胎服务	87	52
Dobbs 轮胎与汽车中心	65	39
Sullivan 轮胎公司	65	41
Purcell 轮胎橡胶公司	60	50
AKH 公司	51	65
Monro 消声器闸公司 ⁵	50 ⁶	614
Kauffman 轮胎公司	49	43

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,它们开始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. 销售收入不包括 2003 年 11 月卖给 TBC 公司的全国轮胎和电池销售部分; 3. 销售收入包括 2003 年 11 月从 Sears 买入的全国轮胎和电池连锁 Pro-forma2003 年全年销售额; 4. 数据以美元平均年汇率计算; 5. Pro-forma 轮胎相关销售额主要是 Monro 的胎面部分、Kimmel 汽车和 M r. 轮胎店; 6. 估计值; 7. 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 1600 家 Quick Lane 轮胎服务店,通用公司的 On A Roll program 有超过 1600 家代销店,戴姆勒-克莱斯勒公司的 Mopar TIRE Works 也有超过 1600 家 D/C 代销店。

表 2 2003 ~ 2004 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	2003 年	2004 年
固特异轮胎橡胶公司 ¹	6500 ³	6800 ³
米其林北美公司	5800 ³	6000 ³
普利司通/ 费尔斯通	4000 ³	4400 ³
库伯轮胎橡胶	1682	1850 ³
大陆轮胎北美公司	1559	1550 ³
横滨轮胎公司	600 ³	650 ³
东洋轮胎美国公司 ²	450 ³	500 ³
锦湖轮胎美国公司	355	400 ³
韩国轮胎美国公司	250 ³	275 ³
倍耐力轮胎北美公司	235	265 ³
卡莱尔兄弟公司	225	260 ³
Falken 轮胎公司	160 ³	170 ³
正新/ Max xis 国际公司	140 ³	155 ³
巨人国际公司	135 ³	150 ³
Hulela Tornel 公司	145	150 ³
住友轮胎公司	115 ³	125 ³
其它	950 ³	1300 ³
合计(大概)	23300 ³	25000 ³

注: 1. 数据没有包括 T &W A 公司, 该公司是一家轮胎/ 轮辋装备公司, 现完全属于固特异公司所有; 2. 包括 Nitto 轮胎; 3. 估计值或基于初步销售额的统计; 4. 轮胎制造商的销售额中不包括购买的零售商的经营收入。

2 轮胎品牌规格品种情况

2.1 替换轮胎品牌市场占有率

在 2004 年美国和加拿大替换轮胎市场中, 制造商轮胎品牌所占市场份额见表 3, 其中乘用车轮胎总量为 2.16 亿条, 轻型载重轮胎 3890 万条, 公路载重轮胎 1760 万条。

品 牌	乘用车轮胎	轻型载重轮胎	公路载重轮胎
固特异	14. 0	11. 0	19. 0
米其林	8. 5(9. 0)	8. 0(9. 0)	18. 0
BF 固德里奇	5. 5(6. 0)	8. 0	2. 0
普利司通	5. 5(6. 0)	6. 0	16. 0
库伯	6. 0	6. 5(6. 0)	2. 0
费尔斯通	6. 5(6. 0)	6. 0	6. 0
通用	3. 5(4. 0)	4. 5(5. 0)	4. 5(5. 0)
尤尼罗伊尔	3. 5(4. 0)	2. 5(2. 0)	—
代顿	2. 5(3. 0)	2. 0	—
邓禄普	2. 5(3. 0)	1. 5(2. 0)	2. 0(3. 0)
Kelly-Springfield	2. 5(3. 0)	3. 0	2. 5 ¹ (2. 0)
东洋	2. 5(3. 0)	3. 0	4. 0
横滨	2. 5(3. 0)	2. 0	4. 5(5. 0)
大陆	2. 0	3. 0	2. 5(3. 0)
韩国/ Aurora	2. 5(2. 0)	2. 5(1. 0)	2. 5(2. 0)
锦湖/ Marshal	3. 0(2. 0)	3. 0(2. 0)	2. 0
Mastercraft	2. 0	3. 0	—
Falken	1. 0	—	—
倍耐力	1. 0	—	—
住友	—	—	3. 0
其它	23. 0(20. 0)	24. 5(26. 0)	9. 5(8. 0)
合计	100	100	100

注: 1. 包括 Steelmark, 2. 括号内是公司 2003 年数据, 未列出的数据相同。

从表 3 可以看出, 与 2003 年相比, 2004 年市

场占有率更加细化, 市场格局在悄然发生改变, 除固特异在 3 个市场中维持没有变化外, 其它品牌都或多或少发生了变化。乘用车替换轮胎市场变化面最大, 只有锦湖、韩国、费尔斯通、其它各增加 1、0. 5、0. 5、3 个百分点, 表中多数品牌下降了 0. 5 个百分点, 连米其林都由 9% 降到 8. 5%; 轻型载重替换轮胎市场变化面略小, 韩国、锦湖、库伯、尤尼罗伊尔增加 1. 5、1、0. 5、0. 5 个百分点, 表中米其林、通用、邓禄普、其它下降 1、0. 5、0. 5、1. 5 个百分点, 剩下多数不变; 公路载重替换轮胎市场变化最小, 除 Kelly-Springfield、韩国、其它增加 1、0. 5、1. 5 个百分点, 通用、邓禄普、横滨、大陆下降 0. 5、1、0. 5、0. 5 个百分点外, 多数未变。

2.2 原配轮胎品牌市场占有率

2004 年北美轿车、多用途运动型汽车和轻型载重车产量估计为 1620 万辆, 较上年少 10 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 38%, 普利司通/ 费尔斯通 21%, 大陆/ 通用 20%, 米其林/ 尤尼罗伊尔/ 固德里奇 18%, 倍耐力 1. 5%, 韩国轮胎 1. 5%。与上年相比, 分别增加 1、2、5、-7、-0. 5、0. 5 个百分点, 横滨公司被挤出队伍。

2.3 轮胎规格品种情况

据美国橡胶制造商协会对其会员初步统计, 2004 年在美国乘用车替换轮胎中, 全天候轮胎比 2003 年下降了 1. 9 个百分点, 占 82. 9%; 条形花纹轮胎和其它型轮胎则增长了 1. 4 个百分点, 为 13. 1%; 到美国替换轮胎市场的雪地轮胎出货量由 2003 年的 3. 5% 上升至 4. 0%。2004 年美国乘用车轮胎中, 速度级轮胎约占替换轮胎市场的 78%, 较 2003 年增长了 1. 5 个百分点, 其中, 高性能轮胎和超高性能轮胎增长较快, 所占比例 20. 7%, H 级增加 0. 8 个百分点, 为 13. 7%, V 级增加 0. 6 个百分点, 为 3. 5%, Z 级增加 0. 8 个百分点, 为 3. 5%, 其他级别下降 0. 7 个百分点, 为 57. 3%。非速度级轮胎下降 1. 5 个百分点, 仅占 22%。在原配轮胎市场中, 速度级轮胎也增长了 1. 1 个百分点, 为 96. 3%。

据 RMA 的初步统计, 2004 年最畅销的 10 个子午线乘用车轮胎规格见表 4, 其中原配轮胎市场最畅销的 10 个规格占该市场总销售量的 42. 8%, 比上年增加两个百分点; 替换轮胎市场最

畅销的 10 个规格占该市场总销售量的 31.2%，较上年下降 2.1 个百分点。2004 年最畅销 10 个子午线轻型载重轮胎规格见表 5，其中，原配轮胎最畅销的 10 个规格占该市场总销售量的 82.4%，较上年增加 1.6 个百分点；替换轮胎市场最畅销的 10 个规格占该市场总销售量的 70%，则下降 4.2 个百分点。

表 4 最畅销的子午线乘用车轮胎

原配轮胎市场		替换轮胎市场	
规格	比例/ %	规格	比例/ %
P215/ 60R16	6.2	P235/ 75 R15	5.7
P205/ 65R15	6.0	P225/ 60R16	4.6
P265/ 70R17	5.9	P205/ 65 R15	4.0
P235/ 70R16	5.4	P205/ 70R15	3.4
P245/ 65R17	4.8	P215/ 70R15	3.3
P265/ 70R16	3.7	P185/ 65 R14	2.6
P205/ 60R16	3.5	P195/ 65 R15	2.3
P245/ 70R17	2.8	P195/ 70 R14	2.1
P195/ 60R15	2.5	P205/ 75 R15	1.7
P265/ 65R17	2.0	P215/ 60R16	1.6

表 5 最畅销的子午线轻型载重轮胎

原配轮胎市场		替换轮胎市场	
规格	比例/ %	规格	比例/ %
LT245/ 75R16	34.4	LT265/ 75R16	13.7
LT225/ 75R16	12.3	LT245/ 75R16	12.4
LT235/ 85R16	7.0	LT235/ 85R16	11.9
LT265/ 75R16	6.9	LT225/ 75R16	6.8
LT275/ 65R18	5.6	31× 10. 50R15	7.6
LT265/ 70R17	5.1	LT235/ 75 R15	5.4
LT215/ 85R16	4.8	LT285/ 75R16	4.8
30× 9. 50R15	2.6	LT215/ 85R16	3.9
LT315/ 70R17	2.0	30× 9. 50R15	2.4
LT235/ 75R16	1.8	33× 12. 50R15	1.2

表 6 最畅销的子午线中型载重轮胎

原配轮胎市场		替换轮胎市场	
规格	比例/ %	规格	比例/ %
295/ 75R22. 5	36.2	295/ 75R22. 5	20.5
11R22. 5	24.3	11R22. 5	18.1
225/ 70R19. 5	8.2	11R24. 5	12.1
11R24. 5	7.6	285/ 75R24. 5	8.0
285/ 75R24. 5	4.2	225/ 70R19. 5	3.6

2003 年最畅销的 5 个子午线中型载重轮胎规格见表 6，其中，原配轮胎市场最畅销的 5 个规格占该市场总销售量的 80.6%，较上年增加 1.4 个百分点；替换轮胎市场最畅销的 5 个规格占该市场总销售量的 62.4%，则下降 0.6 个百分点。

3 北美轮胎厂家统计

2004 年北美轮胎生产厂家统计详见表 7。

4 北美翻新轮胎厂家统计

据美国轮胎工业协会的统计，2004 年美国翻新轮胎厂家比 2003 年减少 14 家，降至 982 家，未

能扭转连年降低的趋势。只是建厂在 1997 年和 1998 年的米其林和马贡朗尼保持增长态势，两家各增加 9 和 2 家厂子。2004 年北美翻新轮胎技术和几大公司格局没有变化，各自翻胎厂数量变化见下(括号内是 2003 年数字)：奔达可公司，奔达可翻新法(预硫化)，367 家(383)。BFS 公司，Oncor 胎面翻新法(模型硫化)，1 家(1)。固特异公司，Next-Tred 创新翻胎法(模型硫化、预硫化，单环绕)，162 家(165)。Hawkinson 公司，Hawkinson 法(模型硫化)，27 家(29)。马贡朗尼公司，环型翻胎法(预硫化)，17 家(15)。米其林公司，米其林翻胎技术(预硫化，模型硫化)，55 家(46)。库伯公司，Oliver 翻胎法(预硫化)，105 家(105)；Mega Mile by Oliver 法，预硫化，75 家(80)；Mega Mile by Oliver 法，模型硫化，45 家(60)；后两个厂数包括以前 Hercules、Long Mile 和 Teknor Apex 在北美的厂家，属于 Oliver 和 MegaMile 的部分厂家被排除。

5 2004 年美国轮胎进口情况

据美国商务部和 RMA 的初步统计，2004 年美国轮胎的进口情况是，乘用车轮胎比 2002 年增加 980 万条，为 9190 万条；轻型载重轮胎也增加 90 万条，为 2050 万条；中型/宽基载重轮胎为 940 万条，增长了 120 万条。

6 中国轮胎企业在美国 DOT 认证情况

到 2004 年底，中国轮胎企业共获得美国交通部(DOT)认证 150 个，2004 年新增 24 个，其中 18 个详见今年第 5 期《橡胶科技市场》，其它 6 个见表 8。

表 8 6 家获得 DOT 编码的中国境内轮胎企业名单

编码	单位名称(中文/ 英文)	厂址
H7	立新橡胶/ Li Hsin Rubber	台湾彰化
UY	正新/ M axxis/ Cheng Shin/ Maxxis	台湾玉林
0X	Achievor 轮胎/ Achievor Tire	青岛
10	南港/ Nankang	江苏
12	青岛盛大/ Qingdao Shengda	青岛
20	Maxxis 国际/ Maxxis International	中国 Tasit

7 一些其它情况

据美国汽车售后配件市场工业协会/汽车与设备制造商协会统计，2004 年美国汽车售后配件市场的销售额为 1901 亿美元，增长 4.2%，预计

今年达到 1976 亿美元, 同比增长 4%。2004 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的, 主要依次是(括号内为 2003 年数据): 新车销售店 592 (571) 亿美元, 一般汽车修理店 297 (282) 亿美元, 汽车车身修理店 229 (218) 亿美元, 汽车部件和配件店 155 (151) 亿美元, 轮胎经

销店 118 (116) 亿美元, 大商店会员店和超市 50 (46) 亿美元, 汽车排气装置专业修理店 29 (28) 亿美元, 批发(直接售给最终用户) 18 (18) 亿美元。按美国汽车售后配件市场工业协会公布的数字, 2003 年汽车售后配件市场销售额的分布情况是: 轮胎 9.4%, DIY (自己动手做) 18.7%, 专业服务 71.9%。

表 7 北美轮胎生产厂家统计

厂 家	员工/人	轮胎种类	生产能力	厂 家	员工/人	轮胎种类	生产能力
普利司通/ 费尔斯通加拿大公司	1315	1, 2(r)	12500	库珀轮胎橡胶公司			
固特异加拿大公司				Albany	1400	1, 2(r)	27300
Medicine Hat	350	1, 4(r, b)	15000	A thens	—	9(r)	—
Napanee	650	1, 2(r)	20000	Findlay	1050	1, 2(r)	26000
Valleyfield	1100	1, 2(r)	26000	Texark ana	1900	1, 2(r)	40000
米其林北美加拿大公司				Tupelo	1300	1(r)	42000
Bridgewater	1100	1, 2(r)	11000	登曼轮胎公司	270	1, 2, 4, 6, 7, 9(r, b)	2600
Granton	1355	1, 2, 3(r)	9000	固特异轮胎橡胶公司			
Kitchener	982	1, 2(r)	17000	阿克隆	400	9(r)	2000
Waterville	1000	3, 6(r)	4200	Dan ville	2200	3, 8(r, b)	15000
汽车部件国际公司(米其林)	400	1, 2(r)	6000	Gadsden	1200	1, 2(r)	15000
普利司通/ 费尔斯通墨西哥公司				Lawton	2300	1(r)	65000
Cuernavaca	800	1, 2(r)	6700	Topeka	1500	3, 4, 6(r, b)	8000
墨西哥城	220	2, 3(b)	2200	Union City	2500	1, 2(r)	60000
Hulera Tornel 公司				固特异— 邓禄普北美公司 ¹	1100	1, 2, 3, 5, 7(r, b)	15000
墨西哥城	526	1, 2, 3, 4, 7(b)	3850	G TY 轮胎公司 ²	417	3(r)	1100000 ⁵
Tacuba	283	1, 2, 3(b)	3056	印第安纳赛车轮胎公司	—	9(r, b)	—
Tultilan	820	1, 2, 4(r, b)	8510	Kelly Springfield 轮胎公司 ³			
大陆轮胎墨西哥公司	942	1, 2, 3, 4(r, b)	11241	Fayetteville	2600	1, 2(r)	64000
普利司通/ 费尔斯通北美轮胎公司				Freepo rt	800	2, 4(r, b)	10000
Aiken County	954	1, 2(r)	25000	Tyler	1000	1(r)	26500
阿克隆	150	9(r)	—	米其林航空轮胎公司	463	8(b)	19000 ⁶
Bloomington	357	6(r, b)	300	米其林北美公司			
Des Moines	1463	4, 6(r, b)	12100	A rdm ore	1950	1, 2(r, b)	33000
La Vergne	1927	1, 2, 3(r)	18500	Dothan	614	2(r)	6800
Oklahom a City	1888	1, 2(r)	43500	Fort Wayne	1308	1, 2(r)	24000
Warren County	1091	3(r)	7200	Greenville	1550	1(r)	24000
威尔逊	2397	1, 2(r)	41000	Lexington	1274	1(r)	24000
卡莱尔轮胎轮辋公司				Lexington	250	6(r)	—
卡莱尔	600	7(r, b)	22000	Opelika	1376	1, 2(r)	7600000 ⁵
克林顿	450	4, 7	11000	Spartanburg	1132	3(r)	2200000 ⁵
大陆北美公司				Tuscaloosa	1270	1, 2(r)	25000
Bryan	275	4, 6, 7(b)	232	倍耐力北美公司	250	1(r)	230000 ⁵
Charlotte	1308	1, 2(r)	18918	美国特种轮胎公司 ⁴			
M ount Vernon	1157	1, 2, 3(r)	28053	Indiana	300	2, 4, 7, 8, 9(b)	3300
巨人轮胎公司				Unicoi	200	1, 2(b)	400000 ⁵
Des Moines	820	2, 4, 7(r, b)	13000	特雷勒堡轮辋美国公司	180	7(b)	750000 ⁵
Brown sville	闲置	2, 3, 4, 6, 7(r, b)	—	横滨轮胎公司	1124	1, 2(r)	3100 ⁷

注: 1. 住友橡胶工业有限公司与固特异公司的合资公司; 2. 大陆轮胎北美公司、横滨公司与东洋公司的合资公司; 3. 固特异公司所属; 4. 聚合物公司所有; 5. 单位为条·年⁻¹; 6. 单位为条·月⁻¹; 7. 单位为 t·月⁻¹; 8. 其它生产能力单位为条·天⁻¹; 9. 轮胎种类中, 1 为轿车轮胎, 2 为轻型载重轮胎, 3 为载重轮胎/ 公共汽车轮胎, 4 为农业轮胎, 5 为摩托车轮胎, 6 为土方工程/ 越野轮胎, 7 为工业轮胎, 8 为航空轮胎, 9 为赛车轮胎; 10. 表中 r 为子午线轮胎, b 为斜交轮胎。