



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2010-2015年中国轮胎行业投资 策略分析及竞争战略研究咨询报 告

## 一、调研说明

《2010-2015年中国轮胎行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/145597.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、摘要、目录、图表

### &rarr;内容简介

2009年全球轮胎市场缩减5%左右，预计在2011年之前难有好转。2009年全球市场对汽车轮胎需求量从2008年的13亿条下降至12.4亿条，2010年或将略有回升。2009年卡车轮胎下降3.7%，从08年的16200万条下降至15600万条，至2010年或将增加至15900万条。2008年全球载重子午胎需求增长0.2%，但是2009年下降4.2%，到2010年将反弹7.9%。在轿车子午线轮胎方面，因经济衰退将进一步加深，2008年市场需求下降0.2%，2009年和2010年分别进一步下降5.2%和0.2%，到2011年才会有所好转。因北美和西欧市场受全球经济衰退的打击，使其轮胎市场需求的跌幅加大，全球市场还要大。此外，中印两国国内市场预计将增长，所以这将抵消发达国家市场需求的下降幅度。

近年来，中国轮胎行业惊人的增长速度，已形成将近40%的出口格局。2008年45家重点轮胎企业轮胎总产量2.38亿条，同比增长0.3%；销售收入1315亿元，增长14.1%。其中，子午胎产量1.90亿条，同比增长7.8%；子午化率79.9%，提升5.6个百分点。全国62家子午胎生产企业子午胎总产量为2.63亿条，增长10.6%。轮胎行业总产值占到整个橡胶行业总产值65%以上。面对金融危机这场突如其来的风暴，中国轮胎业正面临一次重大的考验。美国、巴西2009年通过了针对中国的轮胎特保案，且很可能形成多米诺骨牌效应，更增添了轮胎行业产能过剩的烦恼。但是，2009年在世界汽车市场陷入低谷后，中国市场却异军突起，汽车产销量奇迹般地突破千万辆，我国汽车市场超过美国正式成为世界第一大汽车市场已无悬念。中国汽车业的高速成长，消费政策起到了重要的引导作用。2009年的购置税减半、“汽车下乡”和以旧换新三大政策，拉动了中国私家车的巨大消费潜力，在金融危机之下，国内汽车产销实现了2009年每月30%-40%的同比增长。

在汽车销量猛增的带动下，2009中国多数大型轮胎企业产销两旺，部分企业的开工率已经接近甚至超过历史最佳水平。在原材料价格大跌和轮胎售价跌幅有限双重作用下，轮胎业毛利率水平大幅提升5%至10%，达到历史最高水平。与此相应，多家轮胎上市公司净利润亦大幅增长。同时，由于中国、俄罗斯、印尼等国对工程轮胎的巨大需求，全球大规格工程轮胎严重短缺，世界级轮胎制造商都在努力扩大产能，现有设备满负荷生产，但仍不能满足市场需要。目前，包括风神股份在内的国内外主要生产企业已满负荷生产，其工程轮胎供应量仍不能满足工程机械企业和轮胎经销商的要求，我国工程子午胎的生产能力远不能满足国内外快速增长的要求。我国轮胎市场在2010-2015年将步入一个快速发展的阶段。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、

国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、国家轮胎检测中心、中国汽车工业协会、中国石油和化学工业协会、中国橡胶工业协会、中国橡胶工业协会轮胎分会、中国轮胎翻修与循环利用协会、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量内容翔实、统计精确的资料和数据。报告对我国轮胎产业的宏观发展环境、发展现状和发展趋势进行了深入透彻地分析，重点分析了轮胎产业消费情况、进出口情况、细分市场、竞争格局、国内外轮胎企业发展对比。报告还对我国主要轮胎企业作了详细分析，以及轮胎企业发展策略作了阐述，是轮胎生产、经营企业、科研机构等单位准确了解目前轮胎产业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考。

## &rarr;报告目录

### 第一部分 行业发展现状

#### 第一章 全球轮胎市场分析 1

##### 第一节 2009年全球轮胎市场分析 1

- 一、2009年全球轮胎市场分析 1
- 二、2009年全球轮胎市场变化 3
- 三、2009年全球轮胎市场格局 8
- 四、2009年全球轮胎市场问题 11
- 五、2009年全球轮胎市场的需求情况 13
- 六、2008-2009年金融危机下的全球轮胎市场分析 15

##### 第二节 2009年主要国家地区轮胎市场分析 20

- 一、欧美轮胎市场分析 20
- 二、印尼轮胎市场分析 23
- 三、日本轮胎市场分析 24
- 四、韩国轮胎市场分析 25
- 五、缅甸轮胎市场分析 26
- 六、南非轮胎市场分析 26
- 七、伊朗轮胎市场分析 27
- 八、印度轮胎市场分析 27

#### 第二章 中国轮胎市场发展分析 28

##### 第一节 2009年我国轮胎产销分析 28

- 一、2008年轮胎销售额前十名企业 28
- 二、2009年我国轮胎产销形势分析 28
- 第二节 2009年我国轮胎产销分析 30
  - 一、2009年我国轮胎产销现状分析 30
  - 二、2009年我国轮胎产销分析 31
- 第三节 我国轮胎产业面临的问题 32
  - 一、跨国公司的竞争分析 32
  - 二、民族企业的发展现状 33
  - 三、贸易壁垒的困扰分析 34
  - 四、民族品牌竞争力分析 36
  - 五、原材料价格影响分析 36
- 第四节 2009年中国轮胎行业自律行为 37
  - 一、我国轮胎企业结构情况 37
  - 二、我国轮胎企业加强自律 38
  - 三、轮胎市场主要调节方式 38
- 第五节 2009年金融危机下的轮胎市场 39
  - 一、2009年金融危机下的轮胎企业 40
  - 二、2009年金融危机下的轮胎代理商 41
  - 三、2009年卡客车轮胎领域应对策略 42
  - 四、后金融危机时代中国轮胎市场分析 42

### 第三章 中国轮胎产品供需分析 46

#### 第一节 汽车和工程机械行业带来的机遇 46

- 一、汽车工业飞速发展带来巨大机遇 46
- 二、工程机械发展带来巨大发展机遇 50
- 三、轮胎子午化趋势带来的需求分析 51

#### 第二节 中国轮胎需求与价格状况分析 52

- 一、2009年轮胎需求与国内业绩 52
- 二、2009年政策间接刺激行业复苏 53
- 三、2009年橡胶价格走低保证利润 53
- 四、2009年原料价格对轮胎行业的影响 54

## 第四章 我国轮胎行业进出口分析 55

### 第一节 2009年我国轮胎进出口分析 55

#### 一、2009年我国轮胎出口情况分析 55

#### 二、2009年青岛轮胎进口情况分析 60

### 第二节 2009年上半年中国轮胎出口主要特点 61

#### 一、加工贸易出口占比 62

#### 二、外商投资企业出口情况 62

#### 三、主要出口市场情况 62

#### 四、细分产品出口情况 62

### 第三节 2009年主要地区轮胎进出口分析 63

#### 一、2009年上海轮胎出口情况分析 63

#### 二、2009年浙江轮胎出口情况分析 64

#### 三、2009年常熟轮胎出口情况分析 65

#### 四、2009年昆山轮胎出口情况分析 66

#### 五、2009年张家港轮胎出口情况分析 67

### 第四节 2009年轮胎行业贸易壁垒分析 68

#### 一、2009年美国限制中国轮胎形势 68

#### 二、2009年巴西对中国轮胎征收反倾销税 69

#### 三、2009年各国跟风调查中国轮胎产品出口 69

#### 四、2009年国内轮胎业受困中美特保案 71

#### 五、我国轮胎行业过于依赖欧美市场面临压力 72

#### 六、转变轮胎出口增长方式迫在眉睫 73

## 第五章 2008-2009年中国轮胎产业运行状况分析 76

### 第一节 2008-2009年我国轮胎产量分析 76

#### 一、2008年我国轮胎产量分析 76

#### 二、2009年中国轮胎产量分析 76

### 第二节 2008-2009年中国轮胎产量数据统计 77

#### 一、2008年我国橡胶轮胎外胎产量 77

#### 二、2008年我国子午线轮胎外胎产量 77

#### 三、2009年我国橡胶轮胎外胎产量 78

#### 四、2009年我国子午线轮胎外胎产量 87

### 第三节 2009年中国轮胎产业存在问题及对策 95

一、2009年金融危机导致需求减弱 95

二、2009年轮胎贸易壁垒日益增多 96

三、2009年中国轮胎产业面临问题 96

四、2009年我国轮胎亟待技术升级 97

五、2009年危机中轮胎企业靠技术 98

六、2009年我国轮胎行业发展前景 99

### 第四节 2008年中国轮胎制造销售收入前十家企业 100

一、2008年中国轮胎制造销售收入前十家企业 100

二、2009年中国轮胎产业主要经济指标 101

## 第六章 2008-2009年中国轮胎细分产业市场现状分析 105

### 第一节 子午线轮胎 105

一、子午线轮胎概述 105

二、子午线轮胎行业现状 107

三、子午线轮胎竞争现状 107

四、2009年子午线轮胎行业发展动态 108

五、2010年子午线轮胎行业趋势及分析 109

六、轮胎特保案对中国子午线轮胎市场的影响 109

### 第二节 斜交轮胎 112

一、斜交轮胎概述 112

二、2009年斜交轮胎原料市场 112

三、2009年山东长荣第一条斜交胎下线 113

四、2009年黔轮胎斜交胎发展情况 113

### 第三节 绿色环保轮胎 114

一、绿色环保轮胎节油减排效果明显 114

二、2009年锦湖绿色环保轮胎发展情况 116

三、2009年三角集团绿色环保轮胎项目建设 117

四、2009年欧洲强制使用环保轮胎影响分析 118

### 第四节 安全轮胎 120

一、安全轮胎概述 120

二、全球安全轮胎需求走势分析 121

三、安全轮胎发展前景看好 121

四、2009年领先企业的发展 123

第五节 工程机械轮胎 125

一、工程胎市场需求分析 125

二、全钢工程子午线轮胎发展潜力 125

三、小型工程轮胎市场发展潜力 125

四、工程机械轮胎竞争分析 126

第六节 废旧轮胎翻新市场 127

一、循环经济是中国轮胎工业的必然选择 127

二、轮胎翻新是废旧轮胎综合利用的最佳选择 129

三、轮胎翻新迫在眉睫 130

四、翻胎业政策环境分析 131

五、工程胎翻新市场前景 132

六、中国翻胎行业优势分析 133

第七章 关联产业发展分析 135

第一节 汽车工业发展分析 135

一、2009年汽车行业发展环境分析 135

二、2009年汽车行业运行情况分析 146

三、2008年我国汽车及零部件的进出口数据 169

四、2009年我国各类汽车产量情况 173

五、2009年汽车行业应对金融危机策略分析 179

六、2010年汽车行业发展趋势展望 182

第二节 橡胶产业发展分析 186

一、橡胶行业与轮胎行业的关联 186

二、我国橡胶发展现状 186

三、2009年天然橡胶市场运行概况 188

四、2009年我国天然橡胶进口情况 189

五、未来我国橡胶发展趋势 190

六、我国橡胶发展需要关注的问题和建议 191

第三节 摩托车行业 192

一、摩托车行业与轮胎行业的关联 192



- 二、2009年我国摩托车产量情况 193
- 三、2009年我国摩托车行业经济运行情况 195
- 四、2009年我国摩托车出口分析 198

## 第二部分 行业竞争格局

### 第八章 轮胎行业竞争格局分析 199

#### 第一节 轮胎行业竞争结构分析 199

- 一、行业内现有企业的竞争 199
- 二、新进入者的威胁 200
- 三、替代品的威胁 201
- 四、供应商的讨价还价能力 201
- 五、购买者的讨价还价能力 202

#### 第二节 轮胎行业国际竞争力影响因素分析 202

- 一、生产要素 202
- 二、需求条件 203
- 三、相关和支持性产业 204
- 四、企业的战略、结构和竞争对手 205

#### 第三节 轮胎行业竞争格局 205

- 一、我国轮胎行业竞争格局 205
- 二、我国轮胎市场各种品牌的产品特性 207
- 三、2009年我国轮胎行业品牌竞争分析 208
- 四、我国翻新轮胎市场竞争问题 211

#### 第四节 国内可缺气行驶轮胎技术领域竞争及发展 212

- 一、可缺气行驶轮胎发明专利(申请)分布状况及研究 213
- 二、企业排名及研究 214

### 第九章 轮胎企业竞争策略分析 216

#### 第一节 轮胎行业品牌竞争策略分析 216

- 一、产品策略 216
- 二、价格策略 217
- 三、渠道策略 217
- 四、推广策略 218

五、信息策略 220

六、服务策略 221

第二节 我国轮胎企业竞争策略分析 221

一、坚守核心主业 221

二、构建优质渠道 222

三、整合优质资源 222

四、提升经营能力 223

五、明确品牌形象 224

六、调整市场策略 224

第三节 领先者市场竞争策略 225

一、维护高质量形象 225

二、扩大市场需求总量 225

三、保护市场份额 226

四、扩大市场份额 227

第四节 挑战者市场竞争策略 227

一、正面进攻 227

二、侧翼攻击 227

三、包围进攻 228

四、迂回攻击 228

五、游击战 228

第五节 追随者的市场竞争策略 228

一、紧密追随策略 229

二、距离追随策略 229

三、选择追随策略 229

第六节 补缺者的市场竞争策略 229

一、市场补缺者的特征 229

二、市场补缺者的策略 230

第十章 国外轮胎品牌竞争分析 231

第一节 米其林 231

一、企业概况 231

二、米其林在中国 231

三、2008年企业经营情况 232

四、2009年企业经营情况 233

五、合资后企业经营情况 233

## 第二节 普利司通 235

一、企业概况 235

二、普利司通与中国 235

三、2009年企业经营情况与预测 236

四、2009年企业动态 237

五、2012年在华规划 238

## 第三节 固特异 238

一、企业概况 238

二、固特异在中国 239

三、2009年企业经营情况 240

四、2009年企业动态 242

## 第四节 倍耐力 243

一、企业概况 243

二、倍耐力在中国 245

三、2009年企业在巴西投资力度情况 246

四、2009年企业动态 247

## 第五节 韩泰轮胎 248

一、企业概况 248

二、在华发展情况 249

三、2009年企业经营情况 250

四、2009年企业动态 251

# 第十一章 我国轮胎企业竞争分析 254

## 第一节 双星集团有限责任公司 254

一、企业概况 254

二、2008-2009年公司财务分析 255

三、2009年公司经营情况 259

## 第二节 贵州轮胎股份有限公司 259

一、企业概况 259

二、2008-2009年公司财务分析	260
三、2009年公司经营情况	264
第三节 青岛黄海橡胶股份有限公司	265
一、企业概况	265
二、2008-2009年公司财务分析	265
三、2009年公司经营情况	269
第四节 风神轮胎股份有限公司	269
一、企业概况	269
二、竞争优势分析	270
三、2008-2009年公司财务分析	270
四、2009年公司经营情况	274
第五节 佳通轮胎股份有限公司	275
一、企业概况	275
二、2008-2009年公司财务分析	276
三、2009年公司经营情况	280
第六节 双钱集团股份有限公司	280
一、企业概况	280
二、2008-2009年公司财务分析	283
三、2009年公司经营情况	287

### 第三部分 发展趋势预测

第十二章 轮胎行业发展趋势与预测	289
第一节 世界轮胎行业发展趋势与预测	289
一、2010年全球轮胎销售量预测	289
二、2009-2010年日本轮胎产量预测	289
三、2009-2010年美国轮胎供需预测	290
四、2013年韩国轮胎产量预测	291
第二节 我国轮胎行业发展趋势与预测	292
一、中国轮胎市场发展趋势与预测	292
二、2009年中美轮胎特保案对中国轮胎行业的影响预测	294
三、2010年我国轮胎行业发展预测	296
四、2010年我国轮胎需求情况预测	297

五、2010年我国轮胎市场竞争趋势与预测 297

六、2010年我国汽车轮胎需求预测 297

#### 第四部分 投资战略研究

#### 第十三章 轮胎行业投资现状分析 299

##### 第一节 我国轮胎行业投资现状分析 299

一、2009年轮胎橡胶投资现状 299

二、2009年我国子午轮胎建设项目完成投资情况 299

##### 第二节 我国部分 轮胎企业投资项目与价值分析 300

一、2009年福星股份子午轮胎投资项目情况 300

二、2009年山西德生轮胎股份有限公司投资项目情况 300

三、2009年巨轮股份公司投资价值分析 301

#### 第十四章 轮胎行业投资环境分析 305

##### 第一节 经济发展环境分析 305

一、2008-2009年中国宏观经济发展情况 305

二、2010-2015年中国宏观经济形势分析 320

三、2010-2015年投资趋势及其影响 325

##### 第二节 政策法规环境分析 328

一、《汽车零部件再制造试点管理办法》 328

二、2009年我国汽车市场的政策需求分析 331

三、2009年我国将规范废旧橡胶综合利用 333

四、2009年质检总局将订产品缺陷标准 334

##### 第三节 社会发展环境分析 337

一、人口规模分析 337

二、年龄结构分析 340

三、学历结构分析 341

四、2008-2009年我国居民收入水平 342

五、2008-2009年消费分析 344

六、2009年零售市场情况分析 347

##### 第四节 汽车行业振兴规划 351

一、汽车行业振兴规划概述 351

- 二、汽车行业振兴规划细则 359
- 三、汽车行业振兴规划三大任务 360
- 四、汽车行业振兴规划五项措施 361
- 五、汽车行业振兴规划的意义与作用 361

## 第十五章 轮胎行业投资机会与风险 363

### 第一节 橡胶轮胎行业投资机会分析 363

- 一、轮胎翻新行业投资机会分析 363
- 二、中国工程机械行业轮胎发展潜力分析 363
- 三、民族轮胎行业发展机会分析 366

### 第二节 金融危机下轮胎行业发展机遇分析 366

- 一、金融危机为轮胎企业提供了并购国外企业的机会 366
- 二、金融危机导致部分经营不善的轮胎企业退出市场 368
- 三、金融危机也给轮胎带来了巨大发展机遇 368
- 四、金融危机中我国轮胎企业发展机遇分析 369

### 第三节 金融危机下我国企业面临的风险分析 369

- 一、金融危机下我国企业面临的风险分析 369
- 二、金融危机给我国中小企业带来的风险 371

### 第四节 轮胎企业战略规划不确定性风险分析 372

- 一、客观事件的不确定性风险 372
- 二、市场的不确定性风险 373
- 三、行业发展的不确定性风险 373
- 四、技术发展的不确定性风险 374
- 五、战略规划者的主观不确定性风险 374
- 六、执行过程的不确定性风险 375
- 七、工具方法的局限性风险 375
- 八、战略规划系统的不确定性风险 375

## 第十六章 轮胎行业投资战略研究 377

### 第一节 我国汽车行业投资策略分析 377

- 一、中国汽车工业的发展现状

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/145597.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。