



TRENDS & FACTS

中文版

PRODUCED BY

T & A tyres
and accessories

The magazine for tyre and wheel professionals



目 录



在荆棘中前行：中国轮胎出口回顾与总结

1



毛熊的市场：2022 年以来俄罗斯轮胎行业

6



不断发展的非公路轮胎产业

18

在荆棘中前行：中国轮胎出口回顾与总结

2024 年 9 月，中国出口轮胎 5427 万条，同比增长 6%。值得注意的是，单月轮胎出口金额为 128.6 亿元(约 14.1 亿英镑;16.9 亿欧元)，较去年同期下降 1.7%。单个月份的轮胎出口金额同比出现下滑，在 2024 年还属于首次。

2024 年出口放缓

中国轮胎出口在 2024 年，呈现出了疲软的态势。以轮胎出口金额来看，2 月、7 月、9 月的数据，与去年同期相比，增长率分别为 0.5%，0.4%和-1.7%。

在 2024 年，增长率表现最好的月份是 1 月，同比增长了 18%。而在其他月份，增长率均在 8.5%以下。因此，前三个季度轮胎出口金额，同比增长 4.8%。作为对比，2023 年全年，中国轮胎出口金额同比增长 19.5%。

增长率从 19.8%降为 4.8%，巨大的落差显示了中国轮胎出口增速的放缓。这种落差感需要考虑中国轮胎制造业正在向海外转移产能。为了规避美国和欧洲两个大型市场设立的贸易壁垒，众多中国轮胎制造商开始在海外建设轮胎制造基地。据不完全统计，在

海外设有和正在建设工厂的中国制造商包括中策、双星、赛轮、玲珑、双钱、浦林成山、贵州轮胎、森麒麟、昊华、金宇、正道、朝阳浪马、江苏通用、福麦斯。海外工厂的建设地点，突破了传统的东南亚区域，开始走向欧洲、非洲、美洲。

但是，海外基地的建设，影响更多的是中国轮胎在未来的出口，而不是 2024 年的数据。换句话说，2025 年及以后的轮胎出口数据，可能还不如 2024 年。



(图片来源: Big Dodzy; Unsplash)

2024 年，昊华越南工厂、中策印尼工厂、摩洛哥森麒麟工厂、双星柬埔寨工厂，以及江苏通用柬埔寨工厂和泰国工厂的部分项目，均下线了首条轮胎。从下线轮胎到满产，需要一定时间的产能爬坡阶段。而等到这些新建海外产能完全释放，可能给中国轮胎出口带来更大的冲击。

不仅如此，玲珑塞尔维亚工厂已经在第三季度实现量产。在 2024 年陆续开工建设的多个海外工厂，有可能在 2025 年具备生产能力。换句话说，2025 年到 2026 年，中国轮胎出口将承受海外产能转移带来的更大的压力，出口数据有可能会进一步下滑。

出口数据受益于全球疫情

事实上，2024 年中国轮胎出口增长放缓是相对的。Tyrepress China 统计的数据可以看出，席卷全球的大流行病对于 2020 年的中国轮胎出口数据，可能造成了一定的影响。但是，在 2021 年，中国轮胎出口金额就已经基本上恢复到了疫情前 2019 年的水平。而 2021 年的轮胎出口量，则是大幅度的超过了 2019 年的数据。

在 2021 年之后的数年时间，中国轮胎出口出现了爆发式的增长。

2024 年前三季度，中国共出口轮胎 5.07 亿条，出口金额为 1180

	January to September		Full year	
	Export quantity	Export value	Export quantity	Export value
2024	507 million pieces	118 billion yuan		
2023	463 million pieces	113 billion yuan	616 million pieces	150 billion yuan
2022	425 million pieces	94 billion yuan	553 million pieces	126 billion yuan
2021	438 million pieces	78 billion yuan	592 million pieces	108 billion yuan
2020	338 million pieces	67 billion yuan	477 million pieces	92 billion yuan
2019	380 million pieces	77 billion yuan	501 million pieces	102 billion yuan

亿元（约 129.2 亿英镑；154.8 亿欧元）。作为参照物，2019 年同期，中国出口轮胎 3.8 亿条，出口金额 770 亿元（约 84.3 亿英镑；101 亿欧元）。将两个数据进行比对，2024 年较 2019 年，轮胎出口量增长了 33.4%，出口金额增长了 53.2%。

而 2019 年全年，中国轮胎出口了 5.01 亿条轮胎，总金额为 1020 亿元（约 111.6 亿英镑；133.8 亿欧元）。换句话说，2024 年前三季度的出口数据，已经超过了 2019 年的总和。

事实上，全球范围的大流行病，在一定程度上帮助了中国轮胎出口的爆发。美洲和欧洲，是中国轮胎出口极为重要的两个市场。这两个市场的消费者在大流行病之后出现了消费降级的现象，让以性价比高而闻名的中国轮胎产品，具有了极大的市场竞争优势。

中国知名轮胎制造商玲珑称，其在 2024 年前三季度的平均单价为：每条半钢子午线轮胎 200 元（约 22 英镑；26 欧元）；每条全钢子午线轮胎 720 元（约 79 英镑；94 欧元）；每条斜交胎（含非公路轮胎）的价格 1200 元（约 131

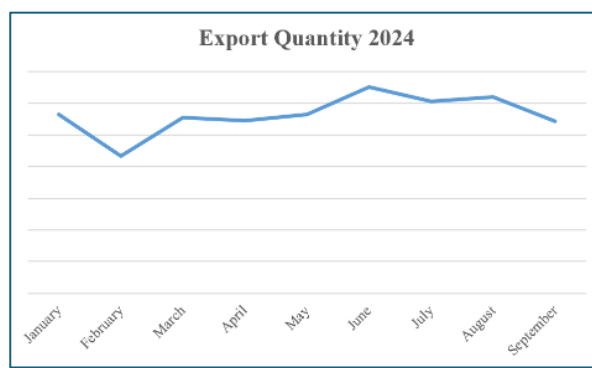
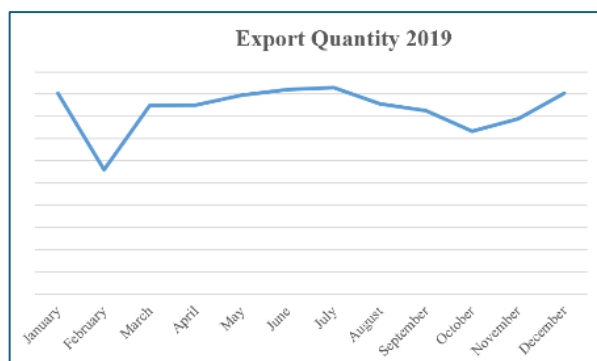
英镑；157 欧元）。这家轮胎制造商在欧洲市场售卖的价格，有可能要高于其平均单价。但不可否认的是，中国极具性价比的轮胎产品和消费降级的欧美消费者，在大流行病过后的几年间，形成了完美的契合。

2024 年全年出口量或达 6.74 亿条

自 2019 年以来，中国的年度轮胎出口数值曲线，呈现出“W”形状。

2019 年的轮胎出口数值曲线，是比较标准的 W 形状：两个数值低点出现在 2 月和 10 月左右，三个数值高点围绕在 1 月，7 月和 12 月。2 月与 10 月的数值低点，与中国的春节和国庆节两个法定节假日有关。在这两个节日，中国人会迎来为期一周的休假，在一定程度上影响轮胎制造和出口业务进度，进而影响了出口数据。

受到疫情的影响，中国在 2020 年的轮胎出口曲线在 4 月迎来了全年第二个低点。随后数值曲线就一路走高，并在 7 月之后一直在高位徘徊。在当年，9 月和 10 月的轮胎出口数值，与 11 月和 12 月的数值，相差不大。



换句话说，2020 年的 4 月和 5 月的数据是意外的低，而年底的数值却意外的一直维持在高位。

2020 年的轮胎出口曲线是比较特殊的。但在 2022 年，中国轮胎出口又恢复到了标准的 W 曲线形状。这种恢复也表明，中国轮胎出口在 2022 年就逐渐摆脱了全球大流行病的影响，回归到了 2019 年之前的情况。

2024 年的轮胎出口数值仍然呈现出 W 特点：2 月和 9 月出现了两个低点，而两个高点出现在 1 月和 6 月。按照正常的走势，中国轮胎出口数据在第四季度还有一个向上的态势，既 11 月和 12 月的出口数据要高于 9 月的 5427 万条。据此估算，中国轮胎 2024 年的轮胎出口量约为 6.74 亿条，出口金额有可能达到 157 亿元（约 17.2 亿英镑；20.5 亿欧元）。

英国、巴西、俄罗斯是中国乘用车轮胎出口主要国家

Tyrepress China 选取了 2023 年 1 月至 2024 年 3 月的数据，来分析中国轮胎出口的主要区域。

2023 年和 2024 年第一季度，西欧、西亚和南美，无论是出口金额还是出口数据，都排在了中国乘用车轮胎出口目的地的前三位。三个区域的轮胎出口金额，占中国轮胎出口总额的 40% 左右。

北美洲市场，因为出口单价较高，在 2022 年的时候，排在了出口金额的第三位。但是，中国乘用车轮胎出口至北美市场的数量，以及出口单价，在 2023 年出现了下滑：进而导致出口至该区域的金额出现了大幅度的下滑。

事实上，中国乘用车轮胎出口的平均单价，一直处于走低状态。

2023 年，只有出口至东南亚市场的平均单价，较 2022 年有所提高。2024 年第一季度，出口至西亚的乘用车轮胎，较 2023 年同期有些许提高，其余出口市场的单价则进一步走低。如果只考虑单价，中国乘用车轮胎出口至东亚是最高的，随后是中欧和大洋洲市场。

在 2023 年，中国乘用车轮胎出口金额排在前三位的国家，是英国、巴西、俄罗斯。在这一年，巴西虽然进口了更多的轮胎，但其平均单价却远不及英国。事实上，中国出口至巴西和俄罗斯的乘用车轮胎，在 2023 年出现了暴增。2022 年，中国出口至俄罗斯的乘用车轮胎数量为 939.7 万条。而到了 2023 年，这一数据提升至 1586.2 万条。

在 2023 年的乘用车轮胎出口市场，值得关注的国家还包括波兰、利比亚、葡萄牙、希腊、乌克兰和

埃及。中国出口至这些国家的轮胎数量和金额，增长率同比都超过了 50%。另一个值得关注的国家是美国。2023 年，中国出口至美国的乘用车轮胎数量同比下降 38.53%，出口金额同比下降 42.21%。

在 2024 年第一季度，巴西、英国、俄罗斯仍然排在了中国乘用车轮胎出口国家的前三位。巴西市场表现的更为强势，中国出口至该区域的乘用车轮胎数量和出口金额，均超过了 80%。而美国市场则进一步出现了萎靡的状态。

卡客车轮胎出口与北美目的地的转换

在 2023 年，墨西哥、俄罗斯、美国、阿联酋和沙特，是中国卡客车轮胎出口金额，排名前五的国家。在 2024 年第一季度，俄罗斯的数据出现了大幅度下滑，排在了第六位。

2023 年，中国卡客车轮胎出口，需要重点关注的区域在北美。更具体来说，是墨西哥和美国两个国家。中国出口至墨西哥的卡客车轮胎出现了暴增，但出口至美国的数据则出现了大幅度的下滑。以卡客车轮胎出口数量为例，中国在 2023 年出口至墨西哥的数量同比增加了 41.92%，出口至美国的轮胎下滑了 31.25%。

在美国对中国轮胎设置贸易壁垒之后，一些中国企业开始将墨西哥作为进入美国市场的跳板：他们将卡客车轮胎运送至墨西哥，在由墨西哥从陆路运送至美国。

因为美墨西加协定的签署，众多产品从墨西哥出口至美国、加拿大时，会享受极低关税甚至零关税。

但是，这样的情况似乎没有持续性，墨西哥对于中国商品的涌入是警觉的。在 2023 年 8 月，墨西哥上调 392 个海关编码的进口关税，相应物品在进入墨西哥市场时需要缴纳 5%-25% 的关税。2024 年 10 月，墨西哥决定对中国制造的乘用车轮胎产品征收反倾销税。虽然墨西哥的反倾销措施尚未波及到中国出口的卡客车轮胎，当中国轮胎企业需要对此保持的警觉的态度。事实上，部分中国轮胎企业为了规避掉将墨西哥作为跳板的贸易风险，已经决定在墨西哥建设工厂。

墨西哥的措施，似乎在一定程度上起到了成效。2024 年第一季度，中国出口至墨西哥市场的卡客车轮胎数量和金额，分别下降了 5.22% 和 15.16%。

此外，随着特朗普再次成为美国总统，导致美国和加拿大、墨西哥之间的贸易协定是否会继续延续并不明确。而在美国政府再次增加关税前大量囤货，似乎是美国经销商可以采取的一种方式。因此，在 2024 年 11 月至 12 月，中国轮胎出口可能会出现一个小幅度的高峰。

俄罗斯是中国 OTR 轮胎出口最大目的国

非公路轮胎（OTR）的市场具有一定的指向性，经常专门应

用于矿山等特殊环境。因此，对于印度尼西亚、阿联酋、澳大利亚、刚果（金）、沙特、巴西等矿山众多的国家，成为中国 OTR 产品的重点出口国，似乎并不让人感到意外。

事实上，中国相当大比例的 OTR 产品，出口至俄罗斯。2023 年，中国出口至俄罗斯 OTR 产品的金额，占中国 OTR 出口总额的 37.92%。排在俄罗斯后面的是印度尼西亚和阿联酋，占比 5.69% 和 2.71%。

这种情况延续到了 2024 年。2024 年前三个月，中国出口至俄罗斯 OTR 产品的金额，占到中国 OTR 出口总额的 32.14%。不可否认，俄罗斯是一个采矿业较为发达的国家。而随着一些轮胎制造商放弃这一市场，中国制造的 OTR 产品开始逐渐发力。在 2023 年，中国出口至俄罗斯的 OTR 产品数量，同比增加 72.84%。

出口价格是需要格外关心的另一件事。不同于乘用车轮胎和卡客车轮胎，OTR 产品的出口价格并不是一路下滑。以俄罗斯为例，2023 年的出口单价相较于 2022 年提升了 9.54%。同期，中国出口至澳大利亚和哈萨克斯坦的 OTR 产品单价，同比均提升了 10% 以上。在 2024 年第一季度，出口至俄罗斯的 OTR 产品单价有所下滑，但仍然保持了高位运行。

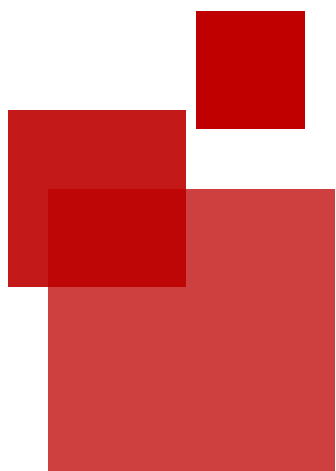
近年来，多家中国轮胎制造商加大了对于 OTR 产品的投资力度：具备生产超大尺寸轮胎的能力，并扩建生产线。相较于乘用车轮

胎和卡客车轮胎，OTR 轮胎的利润更高且竞争相对没有那么激烈。

参与这个领域竞争的轮胎企业，包括中策、赛轮、玲珑、三角、贵

州轮胎、风神。而随着中国轮胎制造商在这个领域的不断发力，未来中国 OTR 产品的出口数量和出口金额可能会不断增加。

（本文为 Tyrepress China 原创作品，本文的货币数据都是按照实时汇率进行计算，未经授权擅自转载将承担法律责任）



毛熊的市场：2022 年以来俄罗斯轮胎行业



乌克兰冲突对俄罗斯国内外的消费者和轮胎公司产生了影响（图片来源：Tyre Industry Publications Ltd）

制裁和政治压力改变了俄罗斯市场。俄罗斯本土企业抓住了全球品牌退出的机会，迅速夺取了西方制造商撤出的基础设施和市场份额。我们将探讨地缘政治动荡之前俄罗斯轮胎市场的状况、西方公司撤离的直接影响、市场动态的转变，以及对俄罗斯国内外消费者和轮胎公司的广泛影响。

2022 年前：本地和国际玩家的强强联合

在 2022 年初俄乌冲突急剧升级之前，俄罗斯轮胎市场由国内外

企业共同竞争。这些企业充分利用了俄罗斯丰富的生产基础设施、资源以及战略地理位置。在俄罗斯国内，像 PJSC Nizhnekamskshina（前身为能源巨头 Tatneft 的一部分）和 JSC Cordiant 这样的大型本土企业占据主导地位。

作为俄罗斯最大的本土轮胎生产商，PJSC Nizhnekamskshina 公司在乘用车轮胎、轻卡轮胎和重型商用轮胎等多个领域保持着显著的市场份额。其品牌——卡玛（Kama）、卡玛欧罗（Kama Euro）和维亚蒂（Viatti）——在俄罗斯

享有盛誉，并以其耐用性和成本效益而闻名。通过将合成橡胶和炭黑等原材料的生产整合到其运营中，Tatneft 为其轮胎业务打造了强大的供应链，为应对国际价格波动和市场波动提供了缓冲。

Cordiant（前身为 Sibur Russian Tires）是另一家重要的俄罗斯本土轮胎企业，其产品种类丰富，业务遍及俄罗斯全国。该公司旗下三家工厂每年生产数百万条轮胎，涵盖商用轮胎、农用轮胎和乘用车轮胎领域，这使得 Cordiant 成为俄罗斯轮胎行业的领先企业。此外，Cordiant 还拥有战略性出

口部门,约 2%的产量销往国际市场,并充分利用了俄罗斯广泛的物流网络。PJSC Nizhnekamskshina 和 Cordiant 合计占据了俄罗斯国内轮胎市场的很大份额,有效覆盖了经济型和中档轮胎市场。

俄罗斯的战略位置和高效的制造基地,在寻求降低成本并进入俄罗斯庞大汽车市场的国际轮胎公司眼中,极具吸引力。因此,自

2000 年代初以来,跨国轮胎制造商就对俄罗斯的生产设施进行了巨额投资。米其林、大陆、横滨、诺记轮胎、倍耐力和普利司通均在俄罗斯设有工厂,利用其与欧洲或北美工厂相比更低的生产成本。泰坦国际通过其合资企业 Voltyre-Prom,在俄罗斯拓展了业务。

芬兰轮胎制造商诺记轮胎与俄罗斯市场的融合尤为紧密。该公司

位于圣彼得堡附近弗谢沃洛日斯克 (Vsevolozhsk) 的工厂是俄罗斯最大的轮胎生产基地之一,年产能高达 1700 万条轮胎。据估计,其 70%的产量出口到 35 个以上的国家,这使得该工厂对诺记轮胎的全球业务至关重要。诺基亚轮胎专注于冬季轮胎,并根据俄罗斯和欧洲消费者的需求定制了其产品线。



利佩茨利 (Lipetsli) 轮胎厂在 2022 年亏损后,于次年实现盈利 (图片来源:横滨橡胶)

另一家重要的轮胎供应商——大陆集团,于 2013 年在卡卢加 (Kaluga) 开设了其乘用车轮胎厂。该工厂年产能约为 400 万条轮胎,服务于俄罗斯和出口市场。其优越的地理位置,使大陆集团能够接触到在俄罗斯运营的多家欧洲汽车制造商。

生产暂停、退出、重组

2022 年 2 月 24 日,俄罗斯入侵

乌克兰,标志着全球轮胎行业翻开了新的篇章。西方轮胎制造商随即陷入道德和运营困境:要么遵守西方制裁,面临重大生产损失,要么在政治和声誉风险不断增加的情况下努力维持运营。针对俄罗斯金融机构、产品和原材料的制裁,迅速导致一些公司的运营环境难以为继,迫使它们迅速做出代价高昂的退出决定。

最早做出回应的公司之一来自诺记轮胎。由于俄罗斯占诺记轮胎

全球乘用车轮胎产量的约一半,退出该市场的决定在经济上具有挑战性。最初,这家芬兰公司将部分生产线从俄罗斯转移到芬兰和美国的工厂,以减少对俄罗斯产量的依赖。2012 年 2 月 2 日,诺记轮胎宣布彻底退出俄罗斯市场,并开始出售其位于圣彼得堡的工厂。这一关键决定将重塑其制造版图。对于诺基亚而言,战略的突然转变使其不得不在其他地方大规模投资新产能,并开始寻找新的工厂选址。诺记轮胎承

诺扩大其在芬兰和美国的业务，这标志着一个转折点，因为它希望重建失去的生产能力，并确保更强的运营韧性，以应对未来的地缘政治风险。

米其林是另一家被迫重新考虑其俄罗斯业务的知名企业。该公司于 2022 年 3 月 2 日暂停了其位于达维多沃 (Davydovo) 工厂的运营，导致轮胎生产和出口中断。米其林原本打算将工厂的控制权移交给当地管理层，但由于物流和当地监管要求的复杂性，这一进程被推迟。最终，该公司将其在俄罗斯的资产出售给了莫斯科当地经销商 Power International Tires。Power International Tires 凭借其遍布俄罗斯的广泛分销网络，在管理米其林工厂方面占据有利地位，这使得该公司能够保持不间断的供应链。德国轮胎巨头大陆集团也紧随其后，于 2022 年 3 月初停止了其在卡卢加工厂的运营。大陆集团最初的应对措施包括暂停出口。随后随着制裁的加剧，其生产也全面停止。经过数月的动荡，大陆集团同意将其卡卢加工厂出售给 SS Capital，这是一家涉足多个行业的俄罗斯控股

公司。为了扩张，SS Capital 迅速宣布，计划将该工厂的年产能从 400 万条轮胎提高到 1600 万条，但该项目尚未实施。大陆集团的此次撤资，对俄罗斯轮胎市场和大陆集团的全球供应链都产生了影响。

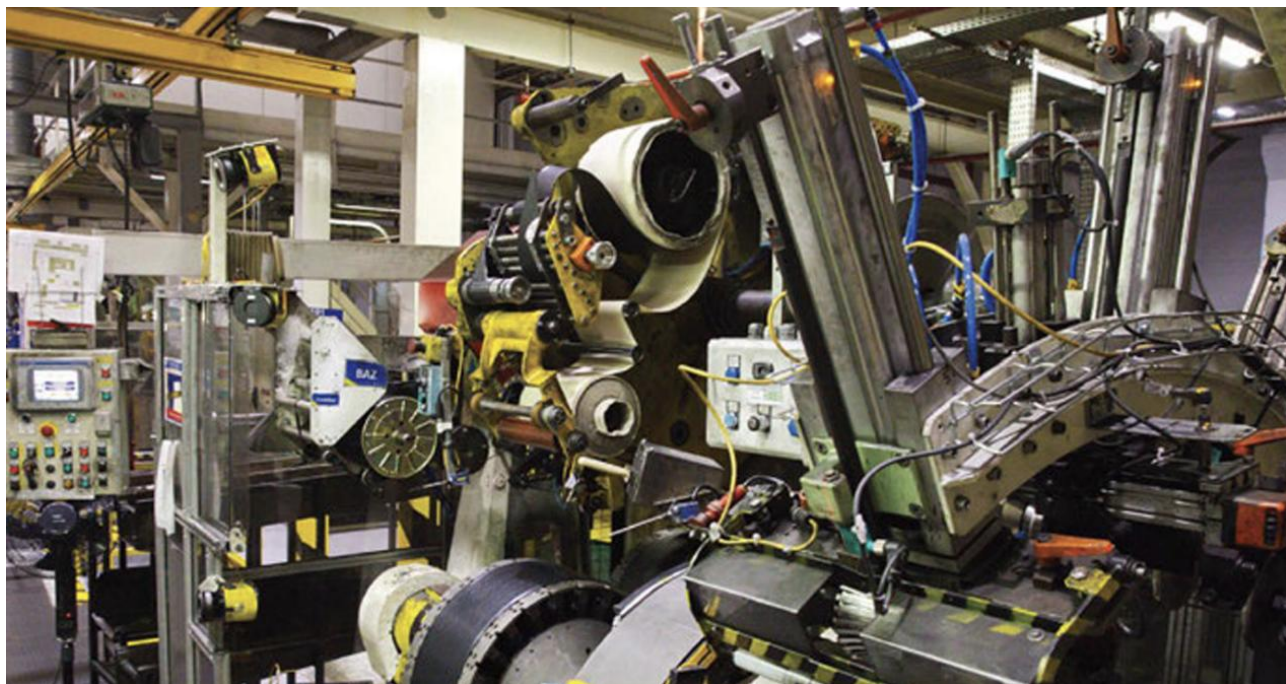
普利司通也采取了类似的措施，缩减了在俄罗斯的业务，暂停了其乌里扬诺夫斯克 (Ulyanovsk) 工厂的生产。尽管普利司通的全球网络，缓解了此次停工的影响，但该公司最终还是启动了寻找当地买家的程序。通过采取这种方式，普利司通优先保障了其在俄罗斯的 1000 名员工的安全，同时保持了公司全球其余工厂的运营稳定。

相反，倍耐力和横滨橡胶选择在俄罗斯保留部分业务，尽管规模有所缩减。倍耐力此举部分原因在于，希望在专注于俄罗斯市场生产的同时，保留超过 2000 名本地员工的就业机会。2023 年，俄罗斯业务为倍耐力贡献了约 4% 的营业额，约为 2.66 亿欧元。

由于原材料采购问题，横滨橡胶俄罗斯公司于 2022 年 3 月暂停

了其位于利佩茨克 (Lipetsk) 的乘用车轮胎工厂的运营，并于 2022 年 8 月恢复生产。据俄罗斯《生意人报》报道，此次长期停产导致该公司在 2022 年净亏损 3.95 亿卢布 (约合 336 万英镑)。2023 年的情况略有不同，该公司收入增长了 50%，达到 40 亿至 50 亿卢布 (约合 3833 万英镑)，并实现 2.19 亿卢布 (约合 187 万英镑) 的净利润。

2022 年 4 月，泰坦国际毫不客气地评论称，一些轮胎制造商决定与俄罗斯保持距离，这为 Voltyre-Prom 项目增加产量和销量开辟了“新机遇”。泰坦国际持有该合资企业 64.3% 的股份。同月晚些时候，泰坦欧洲公司宣布，已“停止从俄罗斯出口所有固特异农用轮胎”，并“已采取措施将俄罗斯生产的所有规格的轮胎转移到其他生产工厂”。这包括从该公司位于土耳其的工厂运出更多种类的子午线农业轮胎。在随后的财务报告中，泰坦国际告知其已停止对 Voltyre-Prom 合资项目的额外投资，并强调该工厂的运营“完全遵守所有针对俄罗斯的国际制裁”。



Davydovo 工厂，曾经归属于米其林（图片来源：Davydovo 轮胎）

应对损失——品牌重组策略

面对失去俄罗斯生产渠道的现实，西方轮胎制造商各自制定了独特的方案，以减轻其全球业务受到的影响。这些应对措施各不相同，取决于每家公司对俄罗斯设施的依赖程度，这些企业在中国地区的可用产能，以及未来的战略重点。

诺记轮胎面临的冲击最大。因为多年来，俄罗斯市场一直是其维持其成本效益的核心。失去这个市场迫使该公司将产能转向其他

制造基地。为此，诺记轮胎迅速扩大了其位于芬兰和美国工厂的产量，并实施了包括增加生产班次和购置新设备在内的应急计划。此外，该公司签订了承购协议，将部分生产外包给中国赛轮集团和森麒麟，从而解决了眼前的供应短缺问题。虽然这些措施在一定程度上缓解了供应短缺，但诺记轮胎在中欧的供应链仍然中断，部分地区在需求旺季甚至出现了轮胎短缺。

2022 年末，诺记轮胎选择罗马尼亚作为弗谢沃洛日斯克工厂的替代工厂所在地。该工厂于 2024 年

9 月正式投产，计划年产能 600 万条乘用车轮胎。

米其林采取了更广泛的措施来弥补其在俄罗斯产能的损失，通过增加欧洲多个工厂（包括波兰和德国工厂）的产量。然而，该公司在确保原材料供应方面面临挑战，而这些原材料此前一直来自俄罗斯供应商，导致运营成本上升。尽管面临这些障碍，米其林多元化的网络使其能够弥补很大一部分产量损失，并在欧洲市场保持可靠的轮胎供应。



*Davydovo 生产的轮胎侧面出现的标志将不是米其林，而是 Selna 和 Farlight
(图片来源: Tyre Industry Publications Ltd)*

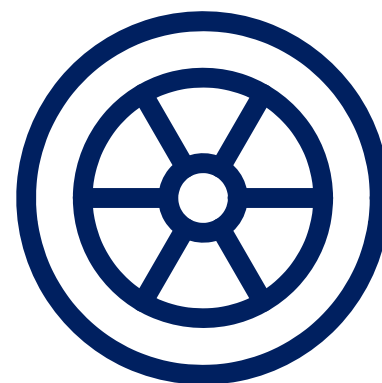
大陆集团也启动了其全球网络，以减轻其撤出俄罗斯的影响，将生产转移至东欧和亚洲的工厂。该公司重组了供应链，以减少对俄罗斯原材料的依赖，并使用亚洲和北美的替代供应商。与其他制造商一样，大陆集团在调整供应链时，面临成本增加，因为物流复杂性导致运输和采购费用上升。尽管如此，该公司广泛的制造网络使其在关键市场保持竞争力，并履行了对欧洲和北美客户的承诺。

普利司通在俄罗斯以外地区保持了稳定的生产，利用其全球工厂来弥补乌里扬诺夫斯克工厂停产的影响。这种方法使普利司通避免了立即的供应中断，尽管该公司承认，确保原材料的供应变得更具挑战性且需要更高的成本。

本地投资者的盛会

西方公司退出俄罗斯市场，为当地投资者创造了前所未有的机遇。他们抓住机遇，以大幅折扣收购了高产能工厂。这些交易迅速改变了俄罗斯轮胎市场的结构，使其国内企业能够整合生产，并满足此前服务不足的细分市场的需求。

其中最引人注目的收购之一来自于 Tatneft。Tatneft 仅以 2.85 亿欧元的价格，收购了诺记轮胎在俄罗斯的业务，包括其位于弗谢沃洛日斯克的工厂，并将其更名为 Ikon Tyres。此次收购不仅对 Tatneft 进军轮胎领域具有重要意义，也对俄罗斯轮胎行业意义重大。因为它使 Tatneft 控制了一家在质量和出口能力方面均拥有良好记录的成熟工厂。凭借诺记轮胎的技术和设备，Tatneft 在中高



端轮胎领域占据了强大的竞争力。

另一项引人注目的收购涉及 SS Capital。该公司收购了大陆集团位于卡卢加的工厂。该工厂最初于 2013 年投产，年产能为 400 万条轮胎。2023 年 5 月，大陆集团以 7800 万欧元的价格将其出售，仅为其初始投资价值的一小部分。对于 SS Capital 而言，此次收购提供了一个以最低前期成本进入轮胎市场的独特机会。在收购大陆集团卡卢加工厂的同一个月，SS Capital 还获得了俄罗斯轮胎制造商 Cordiant 的 100% 股权。

此次交易的财务细节尚不清楚，但收购 Cordiant 使 SS Capital 的轮胎年产能达到 800 万至 900 万条。《生意人报》提供的市场统计数据示，截至 2020 年，Cordiant 在俄罗斯乘用车轮胎市场占有 9.6% 的份额，在轻型卡车轮胎市

场占有 11.1% 的份额，在全钢卡车轮胎市场占有 17.4% 的份额，在公路/越野卡车轮胎市场占有 31.8% 的份额。

几个月后，SS Capital 收购了普利司通在俄罗斯的资产，并将其并入其旗下的 Cordiant 集团。2024 年 9 月，Cordiant 集团迎来了新的东家——Severgroup。Severgroup 是一家私营公司，代表亿万富翁 Alexey Mordashov 开展投资活动。

该交易于 2024 年 10 月 1 日经反垄断机构批准完成。Severgroup 在一份声明中表示：“由此，Severgroup 成为俄罗斯联邦三大轮胎制造商之一的所有者，该公司在全国各地设有工厂，并获得了 Cordiant 集团旗下多元化品牌组合的经营权：乘用车轮胎包括 Cordiant、Tonga、Torrero、Gislaved，卡车轮胎系列 Cordiant Professional 和 Tyrex，其他产品包括 Meteor Auto、Meteor Termo 和 Meteor Tech。”

据《生意人报》报道，分析师估计这笔交易价值在 220 亿至 290 亿卢布（1.749 亿至 2.3055 亿英镑）之间。Cordiant 集团拥有约 8000 名员工。Severgroup 表示，其看到了进一步发展轮胎和汽车零部件业务的潜力。

这些收购改变了俄罗斯的轮胎行业，让其本土公司有望主导生产和分销。俄罗斯企业内部所有权的整合可能会影响其国内轮胎的定价和供应，因为 Tatneft 和 Severgroup 等公司的目标，是通

过改善分销和扩张产能来增加市场份额。

欧洲也发生了变化

制裁的另一面是，俄罗斯天然气供应中断，导致欧洲能源价格上涨，严重影响了西欧轮胎制造的可负担性。德国受到的打击尤其严重，固特异目前正在关闭其位于菲斯滕瓦尔德/施普雷（Furstenwalde/Spree）的轮胎生产工厂。米其林也准备关闭其位于德国卡尔斯鲁厄（Karlsruhe）、特里尔（Trier）和洪堡（Homburg）的三家工厂，声称由于高通胀和能源价格上涨，这些工厂“不再具备向其他地区出口轮胎的竞争力”。

能源价格上涨和通货膨胀是米其林于 2024 年 11 月 5 日宣布关闭其位于法国的沙莱（Chalet）和瓦讷（Vannes）工厂的关键因素。米其林解释说，这两家工厂“多年来一直面临严重的经济困境”。尽管员工“高度参与”，米其林集团也做出了努力，但“两家工厂的生存能力仍无法维持”。尤其是乘用车轮胎、轻型卡车轮胎和卡车轮胎市场的结构性转型，以及欧洲“日益恶化的竞争力”（最显著的表现是通货膨胀和能源价格上涨），严重影响了这两家工厂的运营。

俄罗斯消费者面临的定价动态变化和供应挑战

对于俄罗斯消费者而言，外国品牌的退出和本土新品牌的进入，

既带来了机遇，也带来了挑战。直接的影响是轮胎价格上涨，据估计，各个细分市场的价格涨幅高达 30%。原材料成本上涨、制裁，以及从非传统供应商采购轮胎的需求，都导致了价格上涨。尽管俄罗斯制造商扩大了产量，但欧洲和日本高端轮胎的供应有限，限制了消费者的选择。

此外，市场某些尺寸和型号的轮胎供应也出现了波动，尤其是在冬季轮胎和高性能轮胎领域。虽然俄罗斯轮胎生产商增加了基础款乘用车轮胎和轻卡轮胎的产量，但由于缺乏外国品牌，导致专业领域（尤其是高性能轮胎和冬季轮胎）出现了空白。因此，偏爱高端品牌的消费者选择有限，市场逐渐转向本土和亚洲品牌的低价替代品。

中韩品牌抢占市场份额

亚洲制造商，尤其是中国和韩国制造商，不断扩大其影响力，以填补西方公司留下的市场空白。赛轮、玲珑和三角等中国品牌迅速提升市场份额，为价格敏感型消费者提供了更具吸引力的替代选择。自 2022 年 2 月以来，俄罗斯汽车价格的变化，进一步支撑了中国轮胎品牌的销售。汽车分析机构 Autostat 的数据显示，到 2024 年 6 月，中国品牌占俄罗斯新车销量的 61%。其中许多车型配备了独特的轮胎尺寸，与欧洲或日本汽车制造商选择的轮胎尺寸不同。2023 年，俄罗斯出现了 215/55R18、215/55R1g 和 225/55R19 规格的夏季和冬季轮

胎短缺的情况。

韩国品牌在俄罗斯也获得了关注。2024 年 8 月, Ikon Tyres 首席执行官 Andrey Pantyukhov 在接受 Interfax 采访时表示, 尽管韩泰、锦湖和耐克森“最初似乎退出了俄罗斯市场”, 但它们都“悄然回归, 并且目前销量创下了纪录”。

随着中国和韩国进口轮胎的激增, 俄罗斯轮胎市场供应已趋于稳定, 但高端轮胎和特种轮胎供应仍然有限。中国品牌的盛行有助于防止严重的轮胎短缺, 而韩国轮胎则填补了中端市场的空白。

Andrey Pantyukhov 估计, 第三档轮胎目前占据了俄罗斯替换轮胎市场的三分之二——这在短短一两年内就发生了“重大变化”。他指出, 普利司通、大陆、固特异和米其林等高端品牌的退出, 导致“价格合理的全系列高端轮胎出现短缺”。

虽然官方已将高端轮胎从清单中移除, 但由于平行进口, 人们仍然可以购买到。在俄罗斯, 平行进口是完全合法的。过去两年, 俄罗斯贸易和工业部发布了一份详尽的知识产权豁免清单, 这些豁免原本禁止平行进口或灰色进口。如果某个轮胎品牌出现在清单上, 并且在其他地方合法销售, 俄罗斯当局将欢迎其进入俄罗斯市场。该清单会定期更新, 当可以从本地或“友好”渠道获得类似产品时, 相关公司或品牌将被删除。2024 年底, 允许平行进口的轮胎品牌包括普利司通、固特异和米其林。

Andrey Pantyukhov 淡化了平行进口轮胎的作用, 并强调, 尽管俄罗斯有优质轮胎, 但这些产品的销量“由于成本高、交货时间长”而“微乎其微”。

至于诺记轮胎, 尽管该公司已不再在俄罗斯生产, 甚至不再正式销售其产品, 但它仍然是俄罗斯最畅销的镶钉冬季轮胎品牌。大型电商平台 Avita 统计的 2024 年 9 月的数据显示, 诺记轮胎在这一特定细分市场的份额为 19%, 是倍耐力 Ikon Tyres 8% 份额的两倍多。倍耐力 Ikon Tyres 目前在曾经属于诺记轮胎的位于弗谢沃洛日斯基的旧工厂生产, 在镶钉冬季轮胎领域占有 7% 的份额。

Cordiant 和米其林各占有 5% 的份额。

在非镶钉冬季轮胎领域, 中国品牌三角轮胎发展势头强劲, 占有 10% 的市场份额。Avita 报告称, 一套四条新款 Triangle 品牌冬季轮胎的平均售价为 29,500 卢布 (231 英镑), 该品牌的销量在过去一个月增长了 2-4 倍。其他受欢迎的不镶钉冬季轮胎品牌包括普利司通 (市场份额为 9%)、诺记轮胎和倍耐力 (市场份额均为 8%) 以及横滨 (市场份额为 7%)。

诚然, 三角在不镶钉冬季轮胎领域的成功, 并不能反映俄罗斯人对中国产品的普遍喜爱。俄罗斯汽车杂志《Za Rulem》主编 Maxim Kadakov 在接受《生意人报》采访时表示, 尽管中国的夏季轮胎“相对较好”, 而且售价“合理”, 但冬季轮胎“显然不仅达不到世界领先水平, 甚至连俄罗斯生产的优

质轮胎都比不上”。

价格普遍上涨

过去两年, 俄罗斯轮胎价格大幅上涨。尽管近期有报道称部分产品价格有所下降, 但 2024 年价格仍大幅上涨。《消息报》和《轮胎市场》的分析显示, 截至 2024 年 9 月至 10 月, 汽车轮胎的平均价格达到 6766 卢布 (53 英镑), 比 2023 年同期上涨 23%。此外, 轮胎安装成本也上涨了类似的百分比, 达到 2129 卢布。导致价格飙升的关键因素包括通胀压力、物流挑战、需求增长以及西方轮胎制造商的退出。

自 2022 年以来, 俄罗斯轮胎市场一直处于动荡之中。由于轮胎短缺和供应链中断, 最初的供应中断导致价格上涨了 30% 至 40%。到 2024 年上半年, 乘用车轮胎价格较 2023 年上涨了 14%, 涨幅因轮胎尺寸和品牌而异。例如, 价格更实惠的小尺寸轮胎价格上涨了约 5% 至 6%, 而高端轮胎价格则上涨了高达 20%。轮胎价格全年持续稳步上涨, 季节性变化和通货膨胀加剧了价格上涨。俄罗斯汽车服务协会预计, 2024 年秋冬季节轮胎价格平均上涨 9%, 其中全季轮胎价格涨幅尤其显著, 达到 12%。

2024 年 11 月, 咨询公司国家直接投资署 (NAPI) 报告称, 9 月至 10 月期间, 夏季和冬季轮胎的价格实际上有所下降。冬季轮胎平均价格为 9,100 卢布 (约 90 英镑), 比 2023 年同期便宜 6.1%。

夏季轮胎平均价格同比下降 11.6%，至 9,400 卢布（约 93 英镑）。然而，并非全是好消息，NAPI 报告称，同期全季乘用车轮胎价格同比上涨 26.3%，平均价格为 17,100 卢布（约 174 英镑）。

这仅略低于 2023 年 12 月该类产品的最高价格 17,600 卢布。

加速从天然橡胶到合成橡胶的转变

根据 Cordiant 集团公布的数据，2023 年俄罗斯境内轮胎产量为 3880 万条。Cordiant 预计，2024 年俄罗斯轮胎产量将进一步增长 6%，达到约 4100 万条。



据美国财政部称，Cordiant “生产橡胶制品并向俄罗斯军工基地供货”（图片来源：Cordiant）

天然橡胶完全依赖进口，占俄罗斯轮胎产量的 24%。为了减少对亚太地区橡胶进口的依赖，Cordiant 集团与俄罗斯领先的橡胶和聚合物生产商 Sibur 于 2024 年 6 月签署了谅解备忘录，将在各种轮胎配方中用合成异戊二烯橡胶替代天然橡胶。

Sibur 最初于 2023 年启动了一个支持其轮胎行业客户的项目。该项目包括开发新等级的橡胶和改进橡胶配方。Sibur 估计，该项目投资约为 2 亿卢布（约 159 万英镑），并报告称，该计划已促使俄罗斯合成橡胶进口量大幅减少，从 2021 年的 11% 降至 2023 年的

1%。截至 2023 年底，Sibur 已取代了七种进口合成橡胶，并认证了 50 种非橡胶原材料，有助于提升俄罗斯轮胎生产商的产能。

Cordiant JSC 首席执行官 Vadim Volodin 表示：“通过联合研发测试新的样品，Cordiant 的轮胎集群将能够采用 Sibur 提供的橡胶来生产轮胎，从而提升轮胎的耐磨性、抓地力和滚动阻力。使用以强度高、用途广泛而闻名的合成橡胶，将确保我们的产品达到最高的质量标准，并在全球市场上保持竞争力。”

在此次合作下，Sibur 和 Cordiant 公司一直在共同探索和实施解决

方案，以最大限度地利用 Sibur 的 SKJ-970 合成异戊二烯橡胶替代天然橡胶。

董事会成员 Pavel Lyakhovich 在 9 月份的东方经济论坛(EEF)上表示：“我相信，我们作为一个行业，将能够逐步淘汰天然橡胶。” Cordiant 和 Sibur 还在探索开发新型合成橡胶的潜力，并确定包括高端轮胎在内的最佳配方，以提升性能特性。这一举措将提高产能，以满足消费者需求，并扩大俄罗斯汽车行业的出口潜力。然而，石化行业信息和分析中心 Rupee 对此并不乐观，他指出“市场参与者认为，在高端轮胎领域，这很难实现。”

汽车轮胎销量上升，卡车轮胎销量下降

2024 年上半年，俄罗斯轮胎总销量达 4020 万条，较 2023 年的 3390 万条同比增长 18.5%。其中，56% 的产品由俄罗斯境内工厂供应，比 2023 年上半年增长 17%。根据国家轮胎识别系统 Chestny ZNAK 的数据，进口轮胎同比增长 20%，达到 1760 万条。

2024 年上半年，俄罗斯国内生产的轮胎中，79% 为乘用车轮胎，达到 1780 万条。卡车轮胎占 9%，轻型卡车轮胎和客车轮胎占 8%。与 2023 年上半年相比，本地乘用车轮胎产量增长了 25%，而卡车轮胎产量下降了 15%。

近 80% 的进口轮胎为乘用车轮胎，总计 1410 万条。另有 9% (160 万条) 为卡车轮胎，5% (92.7 万条) 为轻型卡车轮胎。与 2023 年 1 月至 6 月相比，乘用车轮胎进口量增长了近 30%，而轻型卡车轮胎进口量下降了近 21%。

Rupce 指出，2023 年俄罗斯乘用车轮胎年均产能为 7600 万条，比 2022 年下降了 0.45%。这一数据表明，轮胎制造商尚未从新冠疫情导致的生产限制带来的衰退中恢复过来。根据官方统计数据，到 2023 年，产能尚未恢复到 2021 年的水平，反而在这两年间下降了 7.7%。但这种下降与疫情关系不大，而是反映了一些俄罗斯轮胎厂因原有跨国公司撤资而停工

的情况。

俄罗斯主要轮胎制造商——CORDIANT

Cordiant 集团在俄罗斯拥有五家工厂，总年产能达 1500 万条轮胎。2024 年 5 月，该公司收购 Cordiant 集团后，获得鄂木斯克两家工厂（产能 550 万条），以及雅罗斯拉夫尔工厂（产能 360 万条）。该集团还运营着位于卡卢加的原属于大陆集团的轮胎工厂（产能 350 万条），以及位于乌里扬诺夫斯克的原普利司通工厂（产能 240 万条）。Cordiant 集团宣布，其工厂计划到 2026 年达到满负荷生产，并考虑将轮胎出口到拉丁美洲、非洲和波斯湾国家。



Cordiant 集团在俄罗斯经营着 5 家工厂（图片来源：Cordiant）

2024 年 10 月 30 日，美国财政部

将 Cordiant 公司列入个人和实体名单，称其“参与向俄罗斯提供

其战争机器迫切需要的先进技术和设备”。

俄罗斯主要轮胎制造商—— KAMA TYRES

Kama Tyres 自 2022 年被 Tatneft

剥离后，由总部位于莫斯科的咨询公司 Voronezh JSC.AI 所有，旗下拥有多家与轮胎生产、研发和

分销相关的制造和支持实体。



Kama Tyres 在 2023 年庆祝成立 50 周年（图片来源：Kama Tyres）

Nizhnekamskshina——俄罗斯最大的轮胎制造厂之一，生产各种类型的乘用车、商用车和工业机械轮胎。主要生产卡玛(Kama)、卡玛欧罗(Kama Euro)和维亚蒂(Viatti)等品牌的轮胎。

Nizhnekamsk Mechanical Plant (NMP)——一家生产轮胎零部件和机械的工厂，其产品常用于 Kama Tyres 的自有工厂以及外部项目。

Kama 研究与技术中心——该中心开展研发活动，重点关注轮胎技术、新材料和环保生产工艺的创新。

Kama 贸易公司 (TD Kama)——Kama Tyres 的官方经销商，负责俄罗斯境内及出口市场的营销和销售。该实体管理国内和国际的销售和分销网络。

Kama 压模厂——该工厂生产橡胶化合物和轮胎制造中使用的其他材料，为 Nizhnekamskshina 及相关工厂的核心生产提供支持。

关于 Nizhnekamskshina:

2023 年，Nizhnekamskshina PJSC 生产了 1060 万条轮胎，占俄罗斯轮胎总产量的 31.7%。该公司的产量涵盖 348 条产品线，涵盖乘

用车轮胎、轻型商用车轮胎、农业和工业用轮胎，以及四轮摩托车轮胎和自行车轮胎。产品系列涵盖 118 种尺寸，直径从 10 英寸到 20 英寸不等。

到 2023 年，配套业务占公司总销售额的 19%。这些产品的主要买家是俄罗斯国内制造商。该工厂为 13 家汽车制造商提供配套服务。

该公司在 2024 年上半年的轮胎总产量为 530 万条，仅比 2023 年上半年增长 0.65%。其中，乘用车轮胎产量为 456 万条，占同期总产量的 86.03%。轻型卡车轮胎产

量为 68.6 万条（占 12.96%），农业轮胎产量为 1.04 万条（占 0.20%），其他轮胎产量为 4.33 万条（占 0.82%）。

地缘政治形势的变化促使 Kama Tyres 调整 Nizhnekamskshina 的销售渠道，更加注重俄罗斯国内市场。2023 年，该公司向 14 个国家出口轮胎，最重要的五个海

外市场占其总出口量的 88%。但是，2023 年，Nizhnekamskshina 的出口仅占销售额的 18%，为 2019 年的一半。

俄罗斯主要轮胎制造商—— IKON TYRES & TATNEFT

听到 Ikon Tyres 这个名字，人们就会想到位于圣彼得堡附近弗谢

沃洛日斯克的前诺记轮胎的工厂。该工厂于 2023 年 3 月被石油天然气公司 Tatneft 收购，作为其收购这家芬兰轮胎制造商在俄罗斯业务的一部分。收购价为 2.85 亿欧元。该工厂在其前任所有者的领导下，2022 全年生产了超过 1600 万条轮胎。但其去年的产量仅为其 1700 万条轮胎产能的三分之一，约 560 万条轮胎。



位于俄罗斯的弗谢沃洛日斯克工厂专注于生产 Ikon Autograph 和 Ikon Nordman 品牌的高端和中端轮胎

（图片来源：Ikon Tyres）

但 Ikon Tyres 只是 Tatneft 旗下三家轮胎厂之一。Tatneft 于 2002 年 4 月 2 日成立了一个新的轮胎部门，并任命 Ikon Tyres 首席执行官 Andrey Pantyukhov 领导该业务。在该部门内，弗谢沃洛日斯克的生产基地与乌兹别克斯坦的 Birinchi 工厂，以及哈萨克斯坦的合资企业 Kama Tyres KZ 相得益彰。

Tatneft 于 2023 年初，以 8000 万美元的价格从其合作伙伴手中收购了 2019 年落成的 Birinchi 工厂。该公司表示，Birinchi 工厂每年可生产 300 万条轮胎以及 10 万米的传送带。Birinchi 工厂生产 12-18 英寸的乘用车轮胎、12-15 英寸的轻型卡车轮胎，以及三种农用轮胎。尽管 Tatneft 的轮胎部门并未正式披露产能利用率信息，但 Andrey Pantyukhov 指出，由于

该工厂为乌兹别克斯坦汽车公司（UzAuto Motors）的多款雪佛兰车型提供配套轮胎，因此其“基本负荷”良好。10 月 29 日，Birinchi 工厂与吉扎克 ADM 公司签署了第二份配套协议，为起亚 Sonet 配套轮胎。

位于哈萨克斯坦萨兰的 Kama Tyres KZ 工厂是与江淮汽车集团控股的 Allur 集团合资成立的轮胎企业，生产乘用车和卡车轮胎。

该工厂于 2004 年 6 月 2 日开始批量生产乘用车轮胎。首批轮胎于 7 月 15 日运抵哈萨克斯坦经销商中心，两天后又向俄罗斯出口。据 Andrey Pantyukhov 称，要达到该工厂预期的 300 万条轿车轮胎和 50 万条卡车轮胎的年产能，将是一个“漫长而循序渐进的过程”，但“最多几年内”就能实现。

Tatneft 轮胎部门旗下的三家工厂拥有超过 2800 名员工，年总产能超过 2350 万条，总计近 1200 种产品：位于俄罗斯弗谢沃洛日斯

克的工厂专注于生产 Ikon Autograph（前身为诺基亚轮胎旗下的 Hakka 和 Hakkapeliitta 子品牌）和 Ikon Nordman 品牌的高端和中端轮胎。在乌兹别克斯坦，其主力品牌是 Bars；在哈萨克斯坦，Tatneft 生产专为萨兰工厂开发的 Attar 品牌的乘用车和卡车轮胎。这些产品均属于经济型价格区间。

2022 年，弗谢沃洛日斯克工厂成立了自己的研发部门，汇聚了国际一流的专业人才。该部门的早期成就之一是为 Ikon Tyres 的冬

季轮胎系列开发防滑钉，确保了工厂在所有权变更后的持续运营。随着轮胎部门的成立，研发部门的职责范围也随之扩大，目前与三家工厂和市场合作，不仅为 Ikon Tyres 设计轮胎，还为新的 Bars 和 Attar 品牌设计轮胎。Tatneft 为该部门所有工厂制定了延伸至 2035 年的产品开发路线图。

（本文为 Tyrepress China 原创作品，未经授权擅自转载将承担法律责任）



不断发展的非公路轮胎产业

注：T&A 对市场整合有着长远的眼光，并与 Paolo Pompei 探讨了横滨 TWS 的发展历程以及未来趋势。



截至本文发稿时，横滨 TWS 前首席执行官 Paolo Pompei，可能已就任诺记轮胎总裁兼首席执行官。

（图片来源：横滨 TWS）

当《趋势与事实》专刊交付印刷时，横滨 TWS 首席执行官 Paolo Pompei，可能已经就任诺记轮胎的总裁兼首席执行官——他将于 2025 年 1 月正式出任这个职位。当然，Elio Bartoli 早在 2024 年 10 月就被任命为横滨 TWS 的新任总裁，任期自 12 月 1 日起。但无论 Pompei 何时正式就任新职位，也无论目前谁在掌舵横滨 TWS，事实都是如此：2024 年见证了非公路轮胎行业的一些重大转变。这些转变对整个行业都至关重要，

尤其是 Pompei 的职业转型。甚至可以说，它们象征着全球非公路轮胎行业目前正在经历的整合和竞争阶段。为了明确我们在此所指的市场转型，横滨在非公路轮胎领域的增长，已成为近年来该行业整体发展中不可否认的一个特征。而 2024 年，在某种程度上，代表着横滨轮胎未来发展的关键节点。

首先介绍一些背景信息。目前的变化源于横滨轮胎先前对 Prometeon 的收购。我们最早是在

2019 年 7 月听说此事的。当时我们所知的是，横滨轮胎是众多竞购者之一，准备收购倍耐力分拆出来的子公司 Prometeon。2019 年 9 月 17 日，Tyres & Accessories 杂志爆料，横滨轮胎计划收购 Prometeon，几天后，其他行业新闻媒体也证实了我们的报道。

一年后，即 2020 年 10 月，横滨宣布将整合其现有的非公路轮胎业务，并将其纳入横滨非公路轮胎 (Yokohama Off-Highway Tires) 的矩阵。整合的业务涉及横滨自

身的非公路轮胎生产和营销业务，以及这家公司于 2016 年收购的联盟轮胎集团（Alliance Tyre Group, ATG）。

当时，所有人都预计横滨橡胶收购 Prometeon 的交易，将在 2021 年第一季度完成。事实上，Tyres & Accessories 杂志采访了一些高管，他们此前曾被聘为 Prometeon 的高管。这些高管期待着横滨能够顺利收购 Prometeon。他们公开谈论这笔交易，仿佛交易已经完成。然而，事实并非如此。Prometeon 的中国股东（中国中化）采取了巧妙的行动，使得中国中化所持有的轮胎制造商风神的地位因 Prometeon 而得到加强，而横滨交易受阻。

这一切都至关重要，因为当 2021 年下半年，Tyres & Accessories 杂志爆料横滨将以约 20 亿美元的价格收购特瑞堡车轮系统（Trelleborg Wheel Systems）时，我们就知道这家日本制造商在非公路轮胎领域有着长期计划，以便能够实现其在全球实力的长期增长。我们的报道于 2022 年初得到了特瑞堡的正式确认，并在接下来的 12 个月内完成了交易，包括详细的监管确认，最终于 2023

年 5 月正式完成。

我们借此机会于 2023 年 8 月采访了横滨 TWS 首席执行官 Paolo Pompei，并在一年多后再次采访了他。**在被横滨收购后的一年里，特瑞堡车轮系统（TWS）经历了一段重要的转型和增长时期，目前以横滨 TWS 品牌运营。**2024 年的夏末，在我们访问横滨 TWS 位于意大利蒂沃利的总部期间，Paolo Pompei 与 Tyres & Accessories 杂志分享了他对整合过程和横滨战略计划的见解——这些观点之所以意义非凡，有两个原因：1) 收购固特异工程轮胎业务，是横滨非公路轮胎增长计划的下一站；2) Pompei 本人被任命领导的诺记轮胎。诺记轮胎除了生产乘用车轮胎和卡车轮胎产品外，还生产非公路轮胎，并且在非公路轮胎的细分市场——林业领域，尤其享有盛誉。

横滨非公路轮胎业务再添“第四条支柱”

横滨集团的非公路轮胎业务，由三大支柱组成：横滨 TWS、联盟轮胎集团（ATG），以及位于日本的爱知县的物料搬运轮胎业务。每个实体都独立运营，但又相互

合作，充分利用横滨的全球影响力、原材料采购和制造基础设施。Pompei 表示，横滨对轮胎行业的深刻理解，使得转型过程更加顺畅，促进了整个集团的协作和资源共享。

在全新品牌的引领下，横滨 TWS 致力于延续特瑞堡一贯的专注（专注于提供高品质的农业、建筑和两轮轮胎）和“本地化”生产模式（在其服务区域内生产产品，最大限度地降低了供应链中断和地缘政治风险），使横滨 TWS 成为整车厂（OEM）的可靠供应商。此举也符合横滨的可持续发展目标，即减少与全球运输相关的碳足迹。

此次整合为横滨 TWS 打开了通往亚洲市场的大门。横滨在亚洲市场的稳固地位，为横滨 TWS 带来了新的增长机遇。除了扩大横滨 TWS 的产品线外，整合还包括修订品牌战略：横滨 TWS 将成为 TWS 的企业形象，而像特瑞堡和 Mitas 这样的知名品牌，则保留面向客户的显著地位。该战略旨在维护客户忠诚度和品牌资产，尤其是在农业和建筑行业，特瑞堡品牌在这些领域具有重要的价值。



ATG、横滨 TWS，以及最近收购的固特异 OTR 业务，代表了横滨非公路业务四大支柱中的三大支柱

随着横滨应对原材料成本上涨，尤其是炭黑和天然橡胶成本上涨，该公司正在探索可持续材料，例如回收炭黑。尽管可持续替代品目前成本较高，但横滨 TWS 致力于提供环保选择，同时避免给消费者带来过高的成本。这一承诺体现了横滨 TWS 悠久的瑞典传统，强调其产品的可持续性。

横滨 TWS 未来的增长很可能涉及战略性收购，横滨成功收购固特异 OTR 的消息就是最好的例证。品牌整合和可持续增长计划彰显了横滨 TWS 旨在巩固其在非公路用轮胎领域的地位，同时保持负责任、以客户为中心的理念。如果有人想知道固特异 OTR 业务将如何融入横滨 TWS 多元化、多品牌的产品线，或许可以说，固特异 OTR 将成为横滨非公路轮胎业务的第四大支柱。

在竞争激烈的市场中脱颖而出

所有这些整合意味着，原本竞争激烈的商业领域，竞争将更加激烈。激烈的竞争在过去一年愈演愈烈。对于消费者来说，他们可以选择的品牌非常多。与此同时，随着来自中国的新品牌涌入，来自市场的压力也越来越大。玲珑轮胎甚至在其位于欧洲的塞尔维亚轮胎工厂，增加了工程车轮胎生产线。在那里，卡车轮胎生产线已经建成，轿车轮胎生产线也即将建成，据说接下来将开始生产工程车轮胎。与此同时，虽然横滨旗下的 ATG 在印度拥有生产能力，但其他竞争日益激烈的印度轮胎制造商，也在类似的竞争中苦苦挣扎。在这种情况下，横滨 TWS 如何继续保持差异化？在产品和品牌方面可以采取哪些措施？

对于 Pompei 来说，地点和内容同样重要。“……如果你注意到，产能的增加主要集中在一个大洲。我们（横滨 TWS）是世界上唯一一家持续投资本地市场（即欧洲、北美等）的公司。我预计我们也将将在巴西投资，未来还将在中国投资农业轮胎。”

“因此，第一个差异化因素是，我们是唯一一家适应并投资于非公路用车行业的公司，我们采用的是本地化商业模式。这本身就很重 要，尤其是在原厂配套层面。整车厂信赖本地供应商，这一点非常重要。” Pompei 解释道，并补充道，尤其是在新冠疫情之后，整车厂（OEM）越来越意识到，“拥有可靠的本地供应商的重要性”。

此外，Pompei 继续说道，上述部分新增产能来自价格驱动的细分市场。在该领域，“各参与者在成

本竞争方面确实存在激烈竞争”。他澄清说，横滨 TWS “不参与这场游戏，我们也不想参与其中”。相反，“我们的策略基于创新。我们的策略基于可持续性。我们的计划基于本地化商业模式，我们的策略基于服务。”

这也意味着横滨 TWS 有大量的专业的销售人员，并在服务上实现差异化。“在许多细分市场，仅在欧洲，我们就有超过 600 名员工专注于销售，这对我们来说是一笔巨大的财富，因为……我们的客户可以信赖现场工程师、销售团队、客户服务人员，以及所有关心他们日常运营并确保其高效运作的人员。”

“我们不想卷入价格战。”我们希望面向未来……将自己定位为始终提供创新、可持续解决方案、可靠供应链和全天候服务的供应商。因此，我们希望成为能够提供比竞争对手更多回报的优质合作伙伴。

“……我越来越相信这种商业模式。当我回顾过去几年的全球经济和地缘政治紧张局势时，我发现一切都可能随时发生变化。所以，我相信我们的商业模式是最强大的……想想地缘政治壁垒或经济壁垒，再想想如果明天美国和欧洲开始打贸易战……如果欧洲因为《欧洲绿色协议》而开始更多地保护市场免受廉价产品的冲击。”我认为我们的商业模式更安全，因此我们的股东可以真正信赖这些公司，我们的消费者也可以感到安全。”

竞争市场中的定价策略

但是，这种策略能否应对价格带来的压力呢？激烈的竞争会压低价格。同时，消费者的支出也在减少。

“当顾客看到价格时，应该知道价格背后应该有其他东西。如果你只是高价而没有任何附加价值，消费者会立即转向更便宜的产品。我们在日常生活中都会遇到这种情况。所以，价格显然只是品牌价值主张及其产品本身的体现。例如，当品牌提供创新时，我们在创新方面始终处于领先地位。推广和交付创新是有成本的。提供创新服务的成本也很高。如果你要求我在 24 小时内将轮胎送到你的目的地，提供服务也是有成本的。还有供应……价格只是一张名片，告诉你产品背后的价值。”

同样的逻辑也适用于反对降级消费或去细分化——这已成为非公路用轮胎之外，乃至所有产品细分领域中一个非常相关的话题。如果消费者从高价产品转向更便宜的产品，要么他们不需要你提供的任何价值，要么你提供的价值没有达到有竞争力的水平。

Pompei 举了个例子：“……如果你的卡车每周七天、每天 24 小时都在运转，你需要的是特定的性能。但如果你每周只用拖拉机干一次活……你就需要别的东西。我们（横滨 TWS）提供最高品质的产品。但对于一些消费者来说，他们可能没有必要花更多的钱。”“所以，再次强调，成本……是

一个重要因素，但价格必须通过增值来证明其合理性，这就是我们的理念。”如果有一天消费者无法感知到他们所购买商品的价值，那么，这种商业模式当然就不再有效了。

但俗话说，销量是虚荣的，利润才是理智的：“……如果你看看利润，也需要反思……在我们这个行业，一线、二线和三线企业……我们的利润率……非常相似。重要的是商业模式的连贯性。你可以在三线市场中取得巨大成功，获得巨额利润。即使你拥有一个非常基础的商业模式，比如“我只是生产产品并发货……而且我有一款不错的产品。”你也可以成为高端市场玩家，提供服务并赚钱。你的投入成本更高，但价格更高……最终的利润率是一样的……在我看来，生活中最有价值的是连贯性。如果你想成为高端市场玩家，就必须保持连贯性。如果你想拥有非常低廉的成本和远距离生产……你必须拥有更多的东西，并且创新。市场不会买账。”

除了服务和本地化生产、供应和分销之外，差异化因素之一就是市场营销。那么，横滨 TWS 的市场营销与这家公司所提倡的价值主张、服务和技术有什么关系呢？

“我认为 TM1 Eco Power 是一个很好的例子，它不仅关注可再生材料生产的后端，还致力于推出一款性能相同且在土壤压实和其他方面均有提升的产品。因此，我们确实能够提高农民和农业运营的质量和绩效。”



非公路轮胎（包括农业用轮胎）与其他行业有着许多共同的大趋势，例如可持续发展、电气化和自动驾驶汽车的发展。但也存在一些差异。事实上，无人驾驶汽车的非公路应用在农业领域可能更为先进，这为配套技术的发展提供了空间

（图片：横滨TWS）

另一个例子是特瑞堡的 ATMS，即自适应轮胎管理系统。这意味着可以根据拖拉机的负载实时调整胎压。“这对行业来说也是新技术，我们目前正与整车厂合作实施这项技术……值得一提的是，这是我们位于意大利蒂沃利办公室开发的专利”。

“是的，[那是]完全内部开发的，然后……在欧洲，我们有一个优质的客服计划，这是一种提升用户粘度的计划。[那是]……就我们与最终使用者的关系而言，这确实是下一步的举措，提供延长保修，同时也是该计划目前正在开发的额外福利部分……我们在其他国家和地区也是这么做的。对于更高的价格，我们在实际产品在交易前、交易中和交易后，都融入了额外的内容……其中一

个核心部分是我们的转变和行动，我们也正努力成为极少数与最终使用者建立紧密关系的公司之一，让农民了解轮胎的实际情况。所以，我们不仅关注客户（整车厂），也关注最终使用者。”

事实上，横滨 TWS 认为其销售团队是其脱颖而出的关键之一，不仅在能力方面，而且在支持方面，这使得公司“能够如此快速地……直接与农民互动”。

并非所有公司都如此：“……您之前提到过几家在亚洲运营的公司。他们在欧洲平均大概有……20-30 人，而我们在一线有 600 人，这些人的目标实际上是跟踪产品的性能，确保他们能够成为我们客户在一线的优秀顾问……优质客服计划的明确目的是跟踪产品从整车厂（OEM）到最终用户的

生命周期……客户可以在产品生命周期内找到一位顾问，为他们做好准备，包括更换周期，因为我们显然也想抓住售后市场紧随其后带来的机遇。”

而且，就像优质的原材料、优质的制造和优质的研发一样，这些都需要成本：“我们的员工是我们的主要营销成本，因为这些人需要能够在现场为客户提供帮助。当然，还有服务运营。当然还有很多其他的事情，但我们的员工应该是我们产品中引入的数字化创新带来的所有优势的主要资产。”

可持续性、数字化和人工智能

展望未来，目前该行业面临的主要挑战是“我们可以发明……我

们拥有技术，但真正关键在于……优化”，Pompei 指出其在非公路轮胎生产领域有两到三项创新。

第一个领域是可持续性。为此，Tyres & Accessories 杂志给出了一个问题：“我如何才能生产和交付一款在使用寿命结束时 100% 可持续的产品，即完全可回收的产品？”

Pompei 的回答是：“你可以在产品报废后进行回收利用。在我们这个行业，或者其他行业，因为这将是可持续的……以轮胎为例，我们在欧洲开发的应用之一是……从废旧轮胎中提取颗粒橡胶……用于生产沥青。这可以将沥青的使用寿命延长三倍。我的意思是，你可以将报废的产品报废后再进行处理，然后将其用于其他用途。所以，我认为这是我们行业目前面临的主要挑战，即如何在报废产品中实现 100% 完全可回收利用。”

“第二个挑战是数字化，我认为我们（横滨 TWS）在这方面是先驱。我们目前在 OEM 层面推出的轮胎气压监测系统（ATMS），是一个足够智能的轮胎系统，能够适应工作条件，自动调节胎压。轮胎内有传感器，会向 CPU 发送信息，CPU 再将信息发送给压缩机，然后进行充气 and 放气。操作员什么都不用做……简单来说，我想到你和家人一起去滑雪的时候。你把行李、狗狗和滑雪板装上车，然后（在那个假设场景中）轮胎会自动充气，因为显然你的载重量更大，当你到达最终目的

地时，轮胎的气压就会下降。这正是我们为农用车辆开发的。”

“所以，在拖拉机行驶在路面上，轮胎会充气；行驶在土壤上，轮胎会放气。这样可以减少对土壤的冲击……这不仅体现了可持续性，也体现了产品的价值，因为产品的使用寿命会更长。”

“……这对行业来说是一项非常伟大的创新。我认为我们将越来越多地谈论那些机器和操作员互联的智能产品。因此，创新的最后一点是人工智能（AI）。”

“我们采用人工智能的原因，是因为横滨 TWS 要进行化合物的开发和测试活动，这将大幅缩短开发时间。因此，采用人工智能对我们来说是首要任务，因为显然使用人工智能可以提高效率……如果说成本需要控制，那么缩短化合物或应用的开发时间是提高效率并控制成本的一种方式，能够将完整的测试周期从两年缩短到一年。这对内部效率来说是一个巨大的提升。”

鉴于横滨 TWS 显然已在这三个方面有所投入，那么其在什么时间内会有所回报呢？

数字化和可持续发展方面的进展都处于“极高的水平”，因为具体的解决方案已经到位。谈到人工智能（AI），横滨 TWS 正在“与行业共同学习”，这意味着“我们都知道在哪里可以运用最好的人工智能技术，但我们每天都在学习更多”。

在营销内容、品牌推广和沟通方面，横滨 TWS 已开始使用人工智能引擎模拟拖拉机轮胎背景，以便了解如何最好地展现其解决方案的现状和未来。几年前，你需要去代理机构，等待拍摄等等。

轮胎开发显然是人工智能应用已经非常具体的领域：“……说到轮胎配方的开发，人工智能可以依赖 30 年的测试……数据库中有海量的历史数据。所以，如果人工智能只是帮助我们整理所有这些信息，并确保信息极其可靠，那么其他任何事情都属于探索……我们拥有悠久的历史。我们是一家在市场上存在超过 100 年的公司。那么，我们如何整理所有这些信息呢？”

“就轮胎气压监测系统（ATMS）而言，它实际上是基于多年测试收集的信息……显然……在这种情况下，人工智能的工作很轻松，因为它们可以真正地整理我们收集的数据和所有测试，并向最终用户提供如何更好地利用轮胎的正确建议。但实际上，它们不需要。它们甚至不需要提出建议，因为系统是自动给出选择。所以是系统本身在告诉用户：‘以前我们设定压力为 1 巴，现在我们设定压力为 2 巴’。显然，我们免除了最终使用者的任何操作。这是一个巨大的优势，因为……如果我们测试未来潜在的无人驾驶机器，那么车上可能不会有人输入任何数据。”

换句话说，横滨 TWS 已经提供了一个朝着这个方向发展的解决方案。

“再说一次，在这种情况下，你想成为第一个，你也拥有竞争优势，因为这是我们的专利，所以至少在一段时间内，没有人可以使用它。我们希望确保消费者充分了解这一点，了解这项应用带来的好处，它可以节省很多钱。”

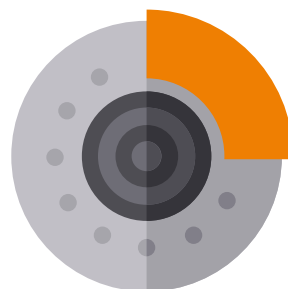
但是，无论车辆是否由人类驾驶，最终用户的数据又该如何处理呢？谁会从这些应用程序中收集数据？这些数据的所有权又归谁所有？

“嗯……你需要达成共识……而且欧洲实际上正在进行一场激烈的辩论。正如你所知，在汽车生产商和电力生产商之间……我们目前正在与欧盟委员会合作，以确保他们理解，对于生产商而言，获取数据并利用数据来提升产品性能的重要性。我认为欧洲议会今天正在朝着这个方向努力。”

“在拖拉机行业，我们稍微落后于汽车行业。正如您所见，当您登录新车时，会立即收到同意收

集相关数据的请求：‘您可以将数据传输到中央数据库，这样可以吗？’……这些信息将使汽车生产商或零部件生产商在未来更加高效。有些人不喜欢这样。但我认为，就这类目的而言，让最终用户明白这一点非常重要：向我们发布此类信息，可以为我和他们带来长期的比较优势。”

（本文为 Tyrepress China 原创作品，未经授权擅自转载将承担法律责任）



WhatTyre



CONGRATULATIONS

WhatTyre  Tyre of the Year

Hankook iON evo



Supersports Tyre of the Year 2024
Continental SportContact 7



Performance Tyre of the Year 2024
Pirelli P Zero PZ4



Summer Tyre of the Year 2024
Continental PremiumContact 7



SUV Tyre of the Year 2024
Goodyear Eagle F1 Asymmetric 6



All-Season SUV Tyre of the Year 2024
Michelin CrossClimate 2



All-Season Tyre of the Year 2024
Goodyear Vector 4Seasons Gen-3



Winter Tyre of the Year 2024
Continental WinterContact TS 870 P



Eco Tyre of the Year 2024
Continental EcoContact 6



Electric Car Tyre of the Year 2024
Hankook iON evo



twitter.com/WhatTyre



facebook.com/WhatTyre

Visit Whattyre.com/awards for more details