

2025

中国半钢轮胎市场白皮书

目录/CONTENTS

01

行业定义

- 轮胎产品定义
- 半钢轮胎产品定义
- 流通渠道定义
- 轮胎品牌定义
- 其他定义

02

半钢轮胎市场发展趋势分析

- 政策影响
- 国际贸易影响
- 上游原材料供应价格影响
- 技术创新影响
- 中国乘用车市场变化影响
- 消费者偏好变化影响
- 总结

03

中国半钢轮胎生产情况分析

- 轮胎生产流程
- 轮胎整体产量
- 半钢轮胎整体产量
- 半钢轮胎产能分布
- 半钢轮胎产能规划
- 国内厂商海外扩建分析
- 半钢轮胎生产趋势

04

中国半钢轮胎市场销售情况分析

- 测算模型
- 整体市场规模
- 内销市场规模
- 内外资竞争格局
- 整体市场竞争格局
- 市场集中度分析
- 应用发展趋势分析

05

中国半钢轮胎配套市场情况分析

- 各型号产品销售表现
- 整体市场规模
- 内外资竞争格局
- 整体市场竞争格局
- 市场集中度分析
- 不同尺寸内外资情况
- 总结

06

中国半钢轮胎替换市场情况分析

- 整体市场规模
- 内外资竞争格局
- 整体市场竞争格局
- 市场集中度分析
- 不同尺寸内外资情况

07

中国乘用车冬季胎替换市场分析

- 冬季胎替换市场表现
- 冬季胎替换市场销量区域分布
- 冬季胎替换市场销量竞争格局
- 民族品牌冬季胎替换市场销量表现
- 民族品牌定位表现
- 民族中高端品牌冬季胎替换市场销量表现及竞争格局（单条≥500元）

08

典型企业介绍

- 玲珑
- 中策
- 佳通

行业定义——轮胎产品定义

产品分类		产品定义	产品特点	应用场景	产品示例
子午线轮胎	全钢子午线轮胎	胎体帘布层和带束层均采用钢丝帘线作为骨架材料的子午线轮胎。其帘布层排列方向与轮胎子午断面一致（呈90°夹角），带束层由多层高角度钢丝帘布构成刚性环形带，形成对胎体的高强度约束。	胎体帘布层和带束层均采用钢丝帘线作为骨架材料的子午线轮胎。	商用重卡、客车、工程车辆	
	半钢子午线轮胎	胎体用人造丝或者其他纤维，带束层使用钢丝线。	胎体用人造丝或者其他纤维，带束层使用钢丝线。	按照车型轿车、SUV、部分商用轻卡 按照季节可分为四季胎和冬季胎	
斜交轮胎		又称尼龙胎，其帘布层以交叉方式排列，各层帘线与胎面中心线呈30°-40°夹角，缓冲层与胎体帘布层结构相似。	胎体帘布层和缓冲层、相邻层帘线交叉，且与胎面中心小于90°排列。	部分工程车、农用车	

注：半钢子午胎为主要关注产品

行业定义——半钢轮胎产品定义

5种轮胎性能

✓ 静音轮胎

降低胎噪，主要采用“消音舱”、非对称花纹等技术，抑制路面摩擦噪音。

✓ 自修复轮胎

可自动密封小直径内刺孔，实现“扎钉不漏气”。

✓ 防爆轮胎

失压后仍能支撑车辆，无需备胎即可脱困。

✓ 耐磨型轮胎

采用高硅配方或新技术，提升胎面耐磨性。

✓ 低滚阻轮胎

节油/低滚阻轮胎：通过优化结构及配方降低滚阻，提升续航。

3种动力类型



半钢轮胎

3种车型应用

✓ 混合动力

混动车型轮胎：兼顾燃油与电动模式，避免纯电胎在燃油驱动时过度磨损。

✓ 燃油车

燃油车高性能轮胎：适配传统燃油车，侧重干地操控或静音舒适。

✓ 纯电车

EV专用轮胎：为纯电车设计的轮胎，强化载重能力和滚阻性能，适配高扭矩。

✓ SUV HT/AT/MT轮胎

SUV半钢胎：满足复杂路况和重载需求。胎面采用加强帘线，提升抗刺穿能力和抓地力。

✓ 轿车 UHP/HP

轿车专用半钢轮胎：以舒适性和低滚阻为核心，胎体轻量化设计，降低胎噪并提升效率。

✓ 轻型载重轮胎

轻卡、皮卡等汽车专用：胎壁厚度高，负载能力更强。远超轿车轮胎。

行业定义——流通渠道定义

轮胎厂商



.....

56%

替换市场

44%

配套市场

线上

京东

途虎

天猫

小程序

.....

线下

4S店

门店

快修连锁

街边
汽修

汽修厂

.....

开思

新康众

新渠道-ToB平台

高德

美团

抖音

.....

O2O线下引流

主机厂

比亚迪

特斯拉

长城

广汽

丰田

奔驰

.....

行业定义——轮胎品牌定义

格物致胜
Wintelligence

国内厂商



朝阳：成立1958年，湿地防侧滑能力好，适合长时间雨雾天行驶
玛吉斯：主要生产子午线轮胎及其它橡胶制品，做工和稳定性著称
玲珑：成立于1975年，子午线轮胎为主，主要是性价比高
正新：创立于1967年台湾，研发基地多
赛轮：成立于2002年，主打全钢子午线轮胎
三角：创始于1976年，国内较大的轮胎制造商和供应商
森麒麟：成立于2007年，致力于高品质子午线轮胎及航空轮胎
双钱：创建于1990年，其轮胎具备扎实、可靠、稳定、抗压等特点
双星：始建于1921年，生产乘用车胎、卡客车和巨型矿山胎等
正道：成立于2011年，专注于高性能乘用车轮胎研发、生产、销售
.....

VS

国外厂商



米其林：法国品牌，子午线轮胎发明者，全球销量前2
马牌：德国品牌，也叫大陆轮胎，以舒适型和运动型轮胎为主
普利司通：日本品牌，轮胎偏向于均衡性
固特异：美国品牌，老牌轮胎
倍耐力：意大利品牌，全球六大轮胎厂商，以运动性能强悍为主
邓禄普：日本品牌，有运动型、经济型、舒适型类别
优科豪马：日本品牌，滚动阻力是多数品牌中偏低的，节油效果良好
韩泰：韩国品牌，在运动汽车上不错，主打高性能和静音性
佳通：新加坡品牌，在SUV、越野车汇总比较受欢迎，款式多
耐克森：韩国最早生产汽车轮胎的企业，生产轿车、SUV和轻卡轮胎
.....

行业定义——其他定义

格物致胜
Wintelligence

币种定义

单位：万条

业绩定义：销售额

税收：不含增值税（13%）

时间定义

历史数据：2019-2023年

基础数据：2024年

预测数据：2025-2026年

区域定义

全国（不含港澳台）



目录/CONTENTS

格物致胜
Wintelligence

01

行业定义

- 轮胎产品定义
- 半钢轮胎产品定义
- 流通渠道定义
- 轮胎品牌定义
- 其他定义

02

半钢轮胎市场发展趋势分析

- 政策影响
- 国际贸易影响
- 上游原材料供应价格影响
- 技术创新影响
- 中国乘用车市场变化影响
- 消费者偏好变化影响
- 总结

03

中国半钢轮胎生产情况分析

- 轮胎生产流程
- 轮胎整体产量
- 半钢轮胎整体产量
- 半钢轮胎产能分布
- 半钢轮胎产能规划
- 国内厂商海外扩建分析
- 半钢轮胎生产趋势

04

中国半钢轮胎市场销售情况分析

- 测算模型
- 整体市场规模
- 内销市场规模
- 内外资竞争格局
- 整体市场竞争格局
- 市场集中度分析
- 应用发展趋势分析

05

中国半钢轮胎配套市场情况分析

- 各型号产品销售表现
- 整体市场规模
- 内外资竞争格局
- 整体市场竞争格局
- 市场集中度分析
- 不同尺寸内外资情况
- 总结

06

中国半钢轮胎替换市场情况分析

- 整体市场规模
- 内外资竞争格局
- 整体市场竞争格局
- 市场集中度分析
- 不同尺寸内外资情况

07

中国乘用车冬季胎替换市场分析

- 冬季胎替换市场表现
- 冬季胎替换市场销量区域分布
- 冬季胎替换市场销量竞争格局
- 民族品牌冬季胎替换市场销量表现
- 民族品牌定位表现
- 民族中高端品牌冬季胎替换市场销量表现及竞争格局（单条≥500元）

08

典型企业介绍

- 玲珑
- 中策
- 佳通

半钢轮胎市场发展趋势分析——政策影响

格物致胜
Wintelligence

政策情况分析

对轮胎市场的影响

轮胎性能与安全标准的提升

- 新国标GB 9743-2024，提升轿车轮胎的安全性、环保性和技术要求，首次引入智能轮胎相关技术要求。
- 新国标GB/T 2978-2024，修订轿车轮胎的规格、尺寸、气压与负荷标准，新增对新规格轮胎的支持。



- 短期内企业面临成本压力
- 倒逼产业进行技术升级，增强产品性能和智能化
- 提升国产轮胎出口竞争力

产能优化与结构调整

- 出清落后产能，淘汰不符合新国标生产产能，对产能较小的原材料生产产能进行限制审批或关停。
- 将轮胎生产能耗情况与标准煤消耗量挂钩，半钢轮胎标准能耗为290标准煤/吨，不符合要求的2025年年底完成技改或淘汰。



- 市场集中度提升
- 上游产能限制倒逼原材料升级
- 智能化与能效标杆引领升级

环保与循环经济

- 打造废旧轮胎回收体系，优先翻新（减量化循环），其次是再生胶生产（资源化主力），最后热裂解（无害化兜底处理），实现“吃干榨尽”的资源利用。
- 轮胎翻新工艺标准GB/T45292-2025，规范轿车轮胎翻新流程，强调生产规模、环保及安全要求。



- 提升全产业链资源利用效率
- 推动再生材料应用拓展
- 提升单胎全生命周期利润

政府财税支持政策

- 税收优惠，为轮胎出口企业提供税收减免等优惠政策，降低企业成本。
- 贷款支持，为轮胎出口企业提供贷款支持，帮助企业解决资金问题，提高出口效率。



- 增强出口价格竞争力
- 优化供应链资金周转
- 提升产能利用效率与出口响应速度

数据来源：中国汽车工业协会，乘联会

半钢轮胎市场发展趋势分析——国际贸易影响

国际贸易分析

对轮胎市场的影响

国家	反倾销税 (AD)	反补贴税 (CVD)	其他
 美国	半钢及轻卡轮胎： 14.35%–87.99%	20.73%–116.33% (部分企业 如福建佳通适用11.74%)	叠加关税：10%
 欧盟	卡客车轮胎： 0–35.74欧元/每个轮胎	卡客车轮胎： 3.75–57.28欧元/每个轮胎	2025年5月开启 针对半钢胎的反 倾销调查
 墨西哥	半钢及轻卡子午线轮胎：5.18%– 32.24%	部分企业14.82%的税率	暂无
 南非	7.18%–43.6%	暂无	暂无
 巴西	半钢胎：最高1.54美元/千克 全钢胎：最高1.05美元/千克	半钢胎：1.42美元/千克 全钢胎：1.31美元/千克	暂无
 印度	1.25–1.77美元/千克	CIF价的17.57% (反补贴税仅 补足与反倾销税的差额，若反 倾销税更高则免征)	暂无

- 各国反倾销政策加剧了中国轮胎企业的出口压力。
- 变相推动了全球化布局和技术升级。
- 短期高关税导致市场份额局部流失和成本上升。
- 长期带来的产能区域化、产品高端化将增强中国轮胎企业的全球竞争力。
- 发达国家半钢市场饱和，还有高额关税压力，国产轮胎企业可选择向发展中国家倾斜。
- 未来竞争焦点将从“成本优势”转向“供应链韧性”与“技术壁垒突破”。

数据来源：中国汽车工业协会，乘联会

2025年9月

2025年中国半钢轮胎市场研究

半钢轮胎市场发展趋势分析——上游原材料供应价格影响

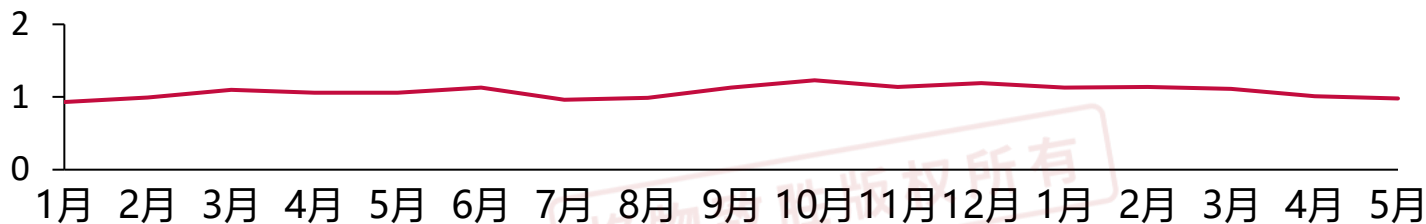
格物致胜
Wintelligence

上游原材料供应价格分析

对轮胎市场的影响

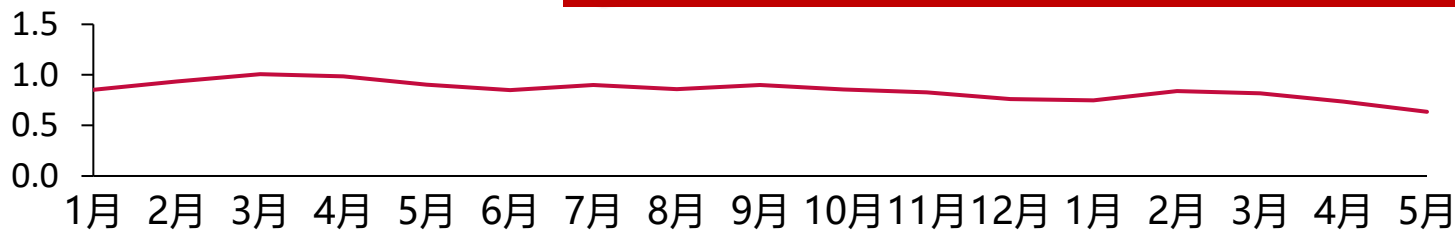
2024~2025年天然乳胶价格走势

单位：万 ¥/吨



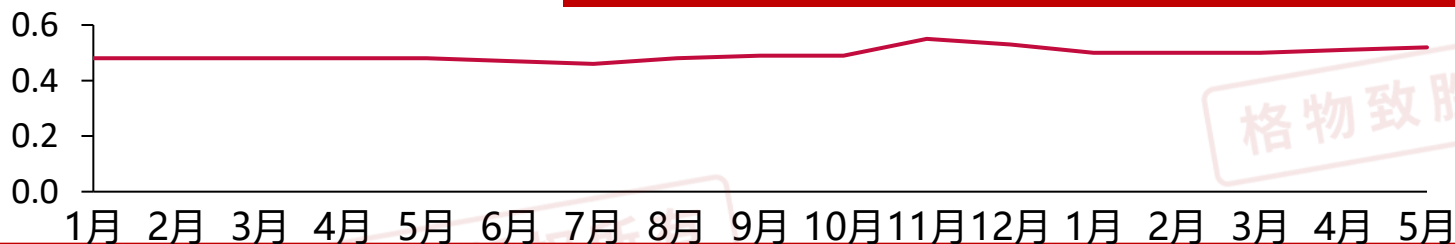
2024~2025年炭黑价格走势

单位：万 ¥/千克



2024~2025年钢帘线用钢价格走势

单位：万 ¥/吨



- 原材料价格处于高位震荡，有涨有跌，整体呈现增长趋势，生产企业利润率承压。
- 半钢轮胎由于较高的产能以及企业和经销商的库存压力，半钢轮胎加入价格战，进一步影响生产企业利润。
- 企业加速向高性能、新能源专用轮胎转型，利用技术溢价覆盖成本压力。
- 新材料的开发，针对天然橡胶、炭黑等关键原材料寻求开发新材料进行替代。
- 合成橡胶价格波动较小，企业或增加其使用比例以降低成本敏感性。
- 未来呈现“高端突围、成本制胜”的双轨竞争格局。

数据来源：中国汽车工业协会，乘联会

2025年9月

2025年中国半钢轮胎市场研究

11

半钢轮胎市场发展趋势分析——技术创新影响

格物致胜
Wintelligence

技术创新情况分析

对轮胎市场的影响

新型轮胎材料多元化发展

1. 石墨烯轮胎凭借超高强度和导热性提升耐磨性能。
2. 碳纳米管轮胎则通过低滚动阻力和高导电性实现节能。
3. 杜仲胶作为中国特有资源，兼具橡胶与塑料特性。
4. 蒲公英橡胶和银胶菊橡胶作为生物基替代品，已实现产业化突破。
5. 纳米材料轮胎通过液相混炼工艺显著提升性能。

智能轮胎技术创新不断

1. 自动充气技术通过内置气泵实时调节胎压。
2. 胎压自动检测技术则依托传感器网络实现精准监控。
3. 液体自修复技术可自动填补5mm以下穿刺伤口。
4. 磨损预测技术利用AI算法分析胎纹深度和行驶数据。
5. 能量回收技术（将轮胎形变转化为电能）。

环保要求下的可持续轮胎技术

1. 旧轮胎翻新技术延长产品生命周期。
2. 废轮胎热解技术可转化为燃油、石墨烯等高值材料。
3. 再生胶制造技术则实现资源循环利用。

AI与数字化相关轮胎技术

1. 3D打印模具制造实现复杂结构快速成型。
2. AI配方优化挖掘材料组分与性能的隐性关联。
3. 产品定制化依托参数化设计满足个性化需求。
4. 全生命周期管理系统实现轮胎全流程数据贯通。
5. 数字孪生技术构建虚拟轮胎模型，与多物理场仿真技术形成研发闭环，缩短开发周期。

- 新材料的应用提升轮胎产品性能，并且可以通过原材料的替换进行生产成本的控制。
- 智能化技术的应用，提升轮胎产品的利润空间，并且通过智能化轮胎收集用户数据，提升轮胎研发的效率。
- 轮胎行业可持续性技术的影响，增加轮胎的在利用率，提升轮胎的利润水平。
- AI和数字化生产级研发技术的应用，降低轮胎生产环节产生的生产成本，进一步提升轮胎的利润水平。

半钢轮胎市场发展趋势分析——中国乘用车市场变化影响

格物致胜
Wintelligence

中国乘用车市场变化分析

中国国产品牌的市场份额占比越来越高

自主品牌销量占比 2023-56% VS 2024-65%



中国国产品牌的出口量稳中有进逐年增加

自主品牌出口量增速 24/23-23.9% VS 23/22-63.7%



新能源汽车的销量与油车销量趋于持平

新能源汽车销量占比 2023-36% VS 2024-46%



SUV车型成为乘用车主流选择

24年保有量SUV占比-34% VS 24年新增量SUV占比-49%



对轮胎市场的影响

国产品牌乘用车的轮胎需求量稳定增长

随着国产汽车品牌市场份额持续扩大，其整车制造商对原配轮胎的采购需求显著增长。待乘用车市场发展稳定后，由轮胎更换需求驱动的售后市场容量亦将同步扩容。

带动内资轮胎企业开拓海外市场

国产汽车海外销量的持续攀升，同步拉动了配套轮胎的市场需求，这为国内轮胎品牌开拓国际替换胎市场创造了重要机遇。

配套市场需要与车型销量相适配

- 原配市场：电动车专属平台催生18-21英寸大轮毂趋势，高扁平比轮胎需求激增。
- 替换周期：电动车轮胎磨损速率较燃油车慢15-20%，但静音需求推动主动更换率提升。
- 渠道变革：特斯拉等车企直营模式促使轮胎供应商建立数字化直供体系。

HT和AT越野胎的需求与SUV市场份额相匹配

- 全地形胎（AT胎）凭借卓越的抓地性能和耐磨特性，可应对轻度越野等复杂路况，与SUV多功能性高度匹配，其需求随着SUV市场的稳定扩张而增长。
- 公路胎（HT胎）则专注于铺装路面的舒适性与操控表现，契合城市SUV使用场景，SUV销量和保有量增长同步带动了换胎时HT胎的市场需求。

数据来源：中国汽车工业协会，乘联会

2025年9月

2025年中国半钢轮胎市场研究

13

半钢轮胎市场发展趋势分析——消费者偏好变化影响

格物致胜
Wintelligence

消费者偏好变化分析

消费者开始选择中高端领域轮胎

中高端品牌销量占比 2023-33% VS 2024-38%



中高端领域轮胎市场由外资主导，占比逐步降低

中高端轮胎销量外资占比 23-70% VS 24-65%



绿色环保消费意识逐渐普及

绿色轮胎销量占比 2020-15% VS 2024-23%



线上销售渠道渗透率快速提升

24年线上渠道增速-15% & 24年线上渠道销售占比-25%



对轮胎市场的影响

消费升级驱动轮胎市场结构性变革

- 中高端轮胎需求增长倒逼厂商加速技术研发，推动高附加值产品占比提升。
- 头部品牌凭借技术优势抢占高端市场，中小厂商面临转型压力。

外资主导松动，中高端轮胎市场竞争格局重塑

- 外资份额下滑反映国产轮胎技术突破，加速抢占中高端市场空白。
- 外资为保份额可能下调溢价，中高端市场利润空间趋于理性化。

绿色轮胎需求稳增，驱动轮胎行业可持续发展转型

- 各国环保法规趋严，绿色轮胎享受补贴或税收优惠，刺激市场扩容。
- 生物基橡胶、二氧化硅等环保原材料需求逐渐提高，上游供应商面临转型压力。
- 环保属性成为品牌溢价新支点。

线上渠道崛起重构轮胎市场生态链

- 线上直销减少中间环节，品牌商利润率提升，但传统经销商面临转型压力。
- 电商平台全网统一售价，价格更加透明，并且官方渠道均可保证正品
- 安装预约、以旧换新等O2O服务成为标配，倒逼线下门店数字化升级。

数据来源：中国汽车工业协会，乘联会

2025年9月

2025年中国半钢轮胎市场研究

14

半钢轮胎市场发展趋势分析——总结

格物致胜
Wintelligence

1

政策

政策组合拳驱动中国轮胎产业高端化绿色转型、技术标准与财税激励协同。

2

国际贸易

国际贸易政策短期抑制出口，但加快产能布局和技术升级，长期推动产业转型。

3

上游原材料供应价格

上游原材料价格稳中有升，加快技术升级消化成本压力，同时加速低端产能出清。

4

中国乘用车市场变化

市场新能源化、SUV主流化及自主品牌崛起推动轮胎需求向大尺寸、低滚阻、静音化升级。

5

技术创新

技术变革驱动轮胎行业向绿色化、智能化和高性能化转型，中国轮胎企业需准备抢占技术制高点。

6

消费者偏好

消费者偏好推动中国轮胎市场向高端化、绿色化和数字化转型，加速行业重构产品结构与营销模式。

目录/CONTENTS

格物致胜
Wintelligence

01

行业定义

- 轮胎产品定义
- 半钢轮胎产品定义
- 流通渠道定义
- 轮胎品牌定义
- 其他定义

02

半钢轮胎市场发展趋势分析

- 政策影响
- 国际贸易影响
- 上游原材料供应价格影响
- 技术创新影响
- 中国乘用车市场变化影响
- 消费者偏好变化影响
- 总结

03

中国半钢轮胎生产情况分析

- 轮胎生产流程
- 轮胎整体产量
- 半钢轮胎整体产量
- 半钢轮胎产能分布
- 半钢轮胎产能规划
- 国内厂商海外扩建分析
- 半钢轮胎生产趋势

04

中国半钢轮胎市场销售情况分析

- 测算模型
- 整体市场规模
- 内销市场规模
- 内外资竞争格局
- 整体市场竞争格局
- 市场集中度分析
- 应用发展趋势分析

05

中国半钢轮胎配套市场情况分析

- 各型号产品销售表现
- 整体市场规模
- 内外资竞争格局
- 整体市场竞争格局
- 市场集中度分析
- 不同尺寸内外资情况
- 总结

06

中国半钢轮胎替换市场情况分析

- 整体市场规模
- 内外资竞争格局
- 整体市场竞争格局
- 市场集中度分析
- 不同尺寸内外资情况

07

中国乘用车冬季胎替换市场分析

- 冬季胎替换市场表现
- 冬季胎替换市场销量区域分布
- 冬季胎替换市场销量竞争格局
- 民族品牌冬季胎替换市场销量表现
- 民族品牌定位表现
- 民族中高端品牌冬季胎替换市场销量表现及竞争格局（单条≥500元）

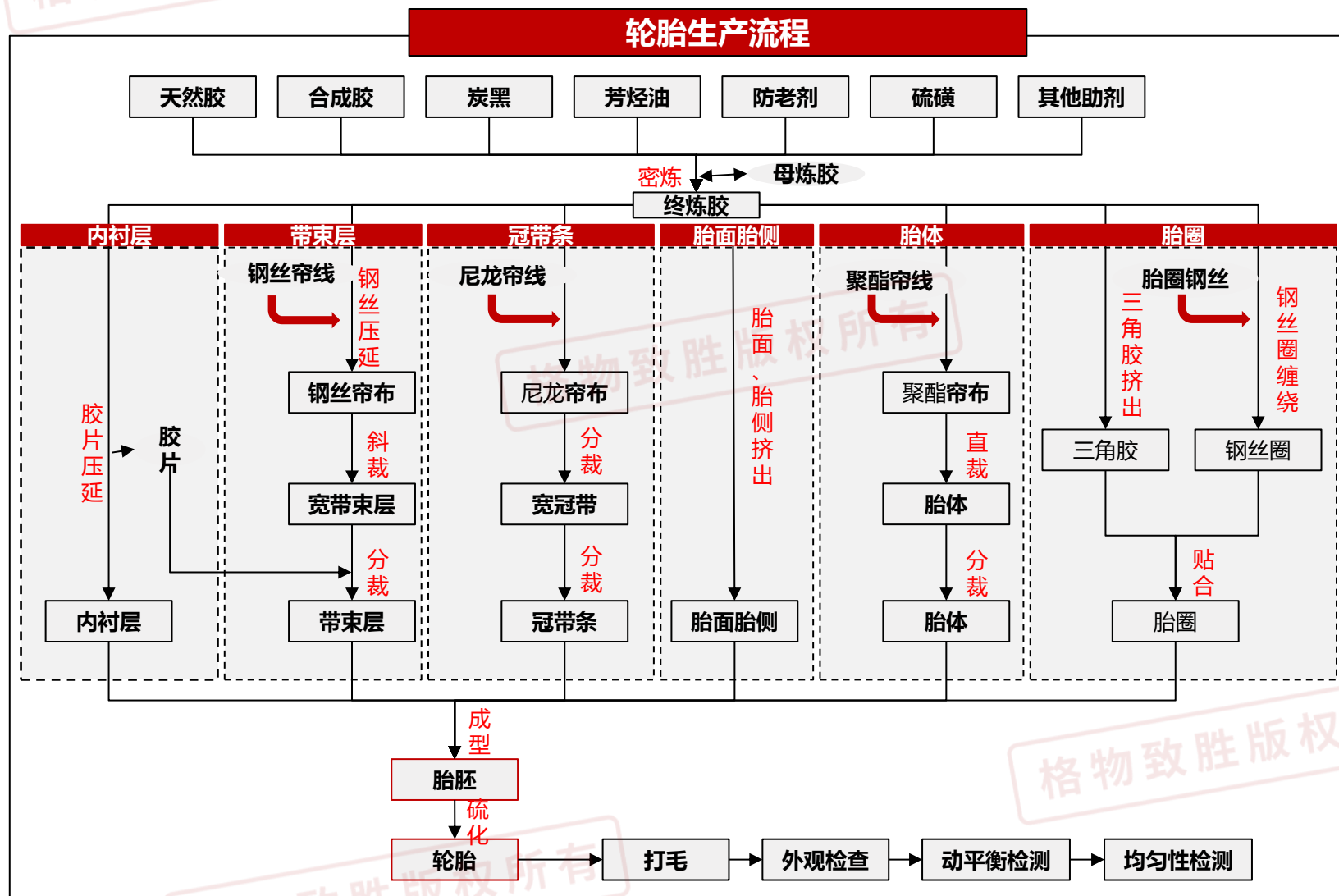
08

典型企业介绍

- 玲珑
- 中策
- 佳通

中国半钢轮胎生产情况分析——轮胎生产流程

格物致胜
Wintelligence



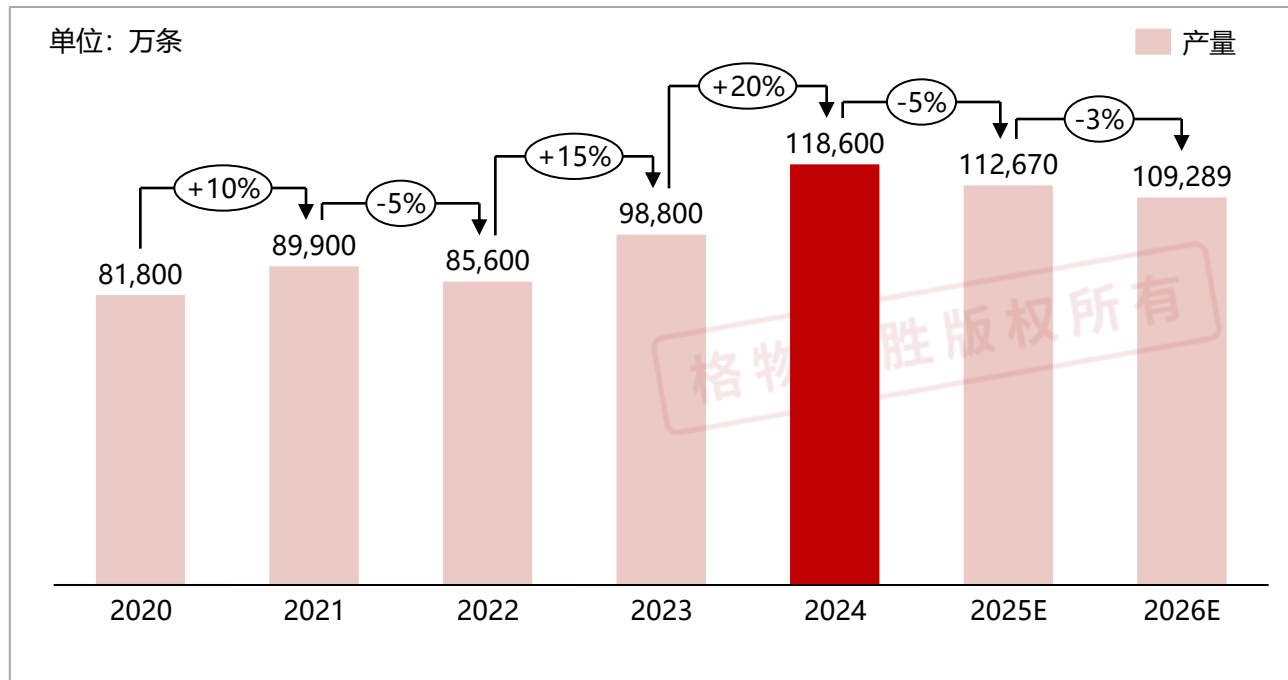
工艺流程简述

- 密炼工序：把炭黑、天然/合成橡胶、油、添加剂、促进剂等原辅材料混合到一起，在密炼机里进行加工，生产出“胶料”。
- 挤出工序：胶料投入挤出机，挤出不同的半成品胶部件，如胎面、胎侧等。
- 胎圈作业：多跟钢丝挂胶缠绕。
- 压延工序：原材料帘线（尼龙、钢丝和聚酯）穿过压延机，帘线两面附着一层胶料，形成帘布。
- 裁断工序：帘布被裁剪成适合的宽度。
- 成型工序：所有半成品在成型机上组装成生胎。
- 硫化工序：经过硫化工艺，通过不同的轮胎模具形成成品轮胎。

中国半钢轮胎生产情况分析——中国轮胎整体产量

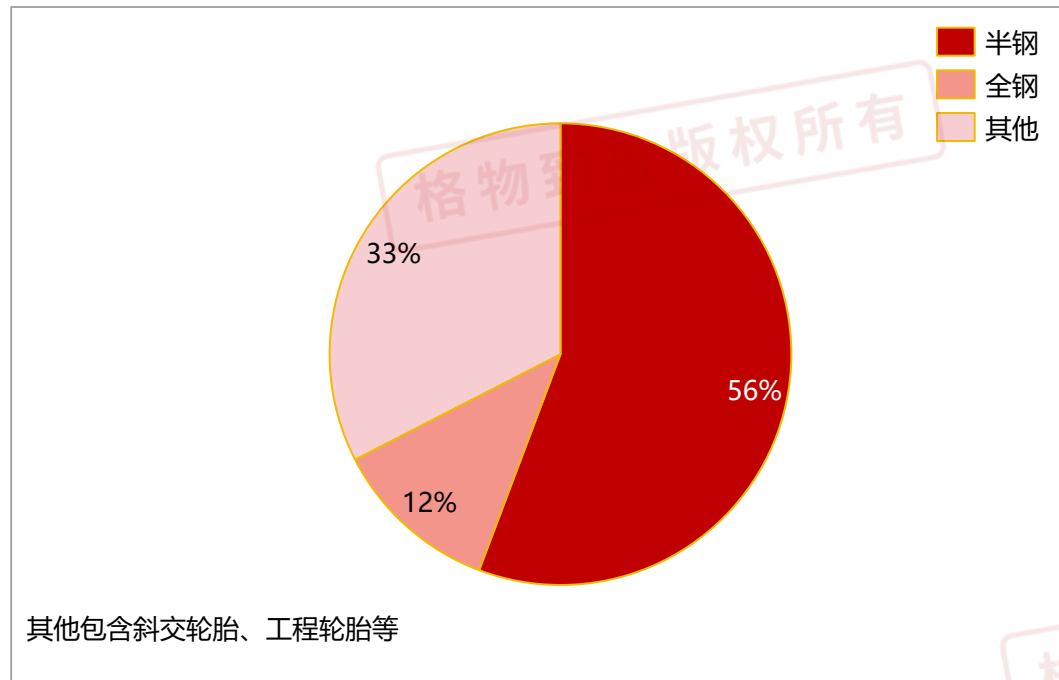
格物致胜
Wintelligence

2020年~2026年中国轮胎总产量及增长率



数据来源：国家统计局

2024年中国轮胎产量类别分布



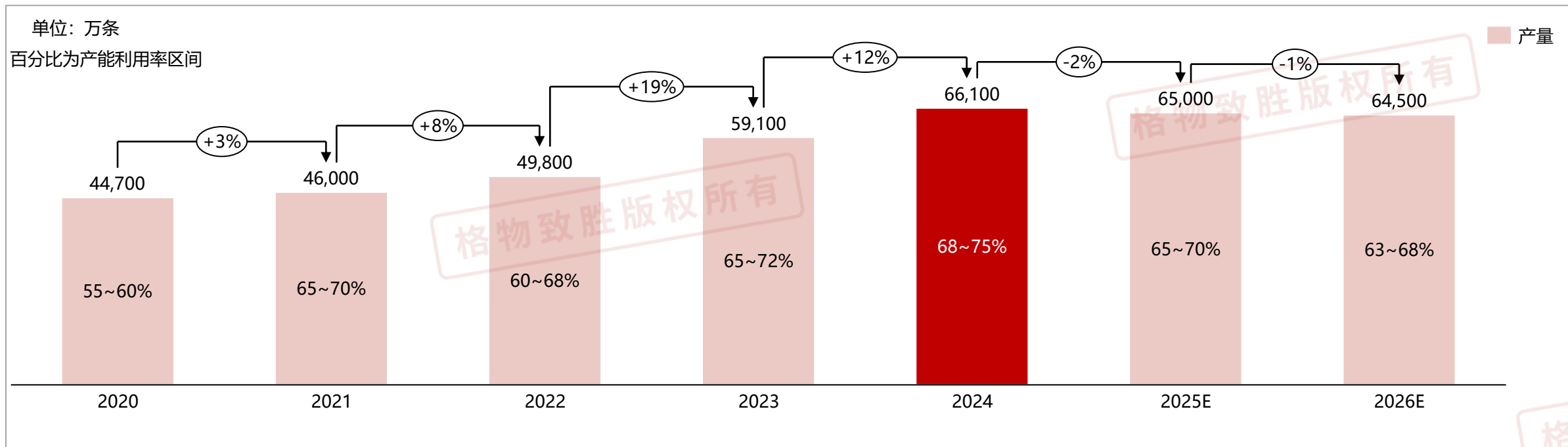
注：该数据含出口

- 中国轮胎产业在2020-2026年间经历了显著的波动性增长。受疫情影响，2020年产量小幅下滑后，2021年实现明显反弹，但2022年又出现短期回调。随着市场需求恢复，2024年实现20%的爆发式增长。不过预计2025-2026年将进入温和调整期，产量略有回落。
- 从产品结构来看，半钢胎以超55%的市场份额持续领跑，近两年保持20%以上的高速增长；全钢胎占比相对较小且增速放缓，产能利用率偏低；其他类型轮胎仍占据约三分之一的市场份额。整体而言，中国轮胎产业正经历结构性调整。

中国半钢轮胎生产情况分析——中国半钢轮胎整体产量

格物致胜
Wintelligence

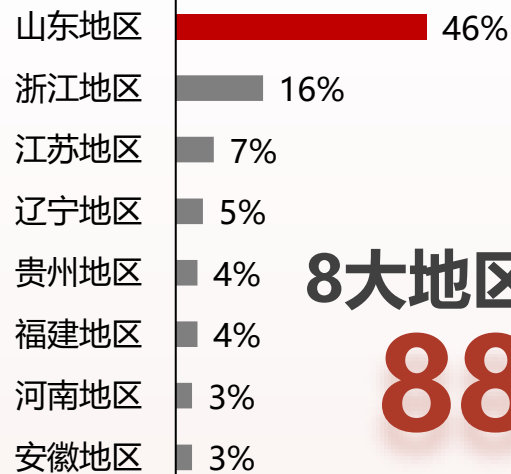
2020年~2026年中国半钢轮胎产量



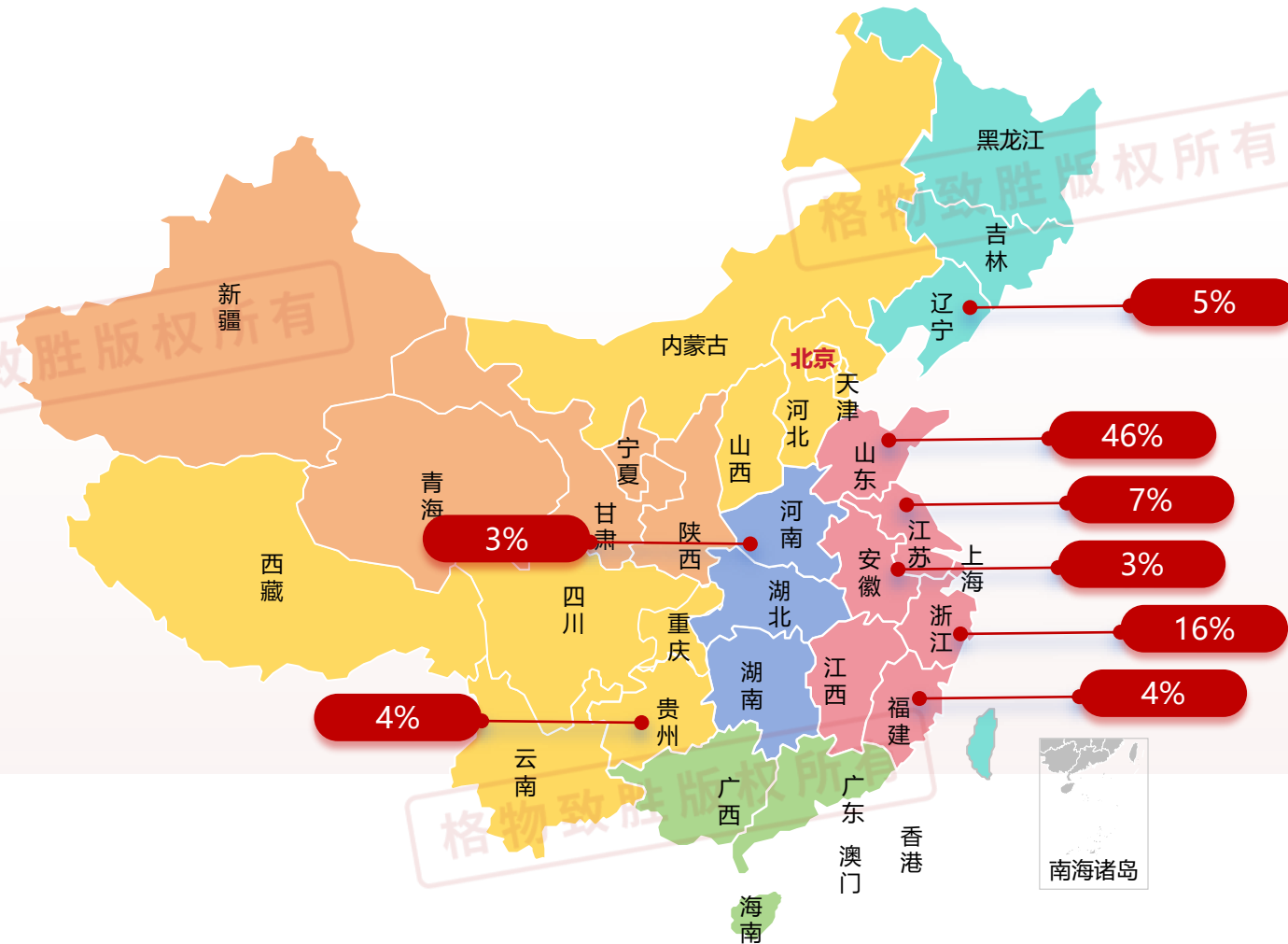
- 2020-2026年中国半钢轮胎行业呈现“产能扩张→结构调整→区域集聚”的演进特征。产量规模从2019年4.21亿条增至2024年6.61亿条峰值后小幅回调，2025-2026年预计稳定在6.5亿条左右。产能利用率2020年受疫情影响降至55-60%低谷，2021-2024年持续回升至75%高位，2025年后因新增产能消化压力或将回落至65%左右。

中国半钢轮胎生产情况分析——中国半钢轮胎产能分布

格物致胜
Wintelligence



8大地区占比
88%



中国半钢轮胎生产情况分析——中国半钢轮胎产能规划

格物致胜
Wintelligence

企业	产地	产能 (万条/年)	未来新增产能 (万条/年)	企业	产地	产能 (万条/年)	未来新增产能 (万条/年)
玲珑	招远、德州、柳州、湖北、长春	6300	1200	三角	山东威海	2000	-
中策	浙江杭州、江苏金坛	5900	2000	双钱	安徽	1500	80
赛轮	青岛、东营、潍坊	5000	2000	固特异	大连、昆山	2200	1000
优越橡胶	山东	-	1200	马牌	合肥	1750	-
米其林	沈阳、上海	2450	730	倍耐力	兖州、神州、焦作	1400	-
福麦斯轮胎	山东寿光	800	1200	迈世嘉橡胶	山东平度	-	4000
森麒麟	山东青岛	2500	500	浦林成山	山东	1500	-
锦湖轮胎	南京、天津、长春	1700	140	优科豪马	杭州、苏州、山东	900	500

- 中国大陆半钢轮胎产能呈现头部集中与外资扩张并行的格局：玲珑、中策、赛轮作为本土三强产能利用率达95%，接近满产状态。
- 2024年行业扩产呈现分化，部分企业完成规划产能提升，部分选择分阶段推进导致增幅平缓。
- 2025年预计总产能将保持稳定态势，供需结构趋于平衡，头部企业通过高利用率巩固市场地位，外资品牌则通过产能爬坡增强竞争力，整体行业进入精细化运营阶段。国内轮胎产业仍有新入局者，主要依靠绿色环保政策要求以及新能源汽车产业扩张生产对应要求轮胎。

中国半钢轮胎生产情况分析——国内厂商海外扩建分析

格物致胜
Wintelligence

企业	地点	半钢轮胎海外扩产产能 (万条/年)
赛轮轮胎	墨西哥	600
浦林成山轮胎	柬埔寨	1200
玲珑轮胎	马来西亚	600
森麒麟轮胎	塞尔维亚	850
昊华轮胎	西班牙	1200
福麦斯轮胎	越南	1200
万力轮胎	柬埔寨	800
双星轮胎	柬埔寨	1000
	柬埔寨	700
	巴基斯坦	300
中策橡胶	墨西哥	规划中
	泰国	700
通用股份	泰国	1000
金宇轮胎	越南	1000

注：上述为国内轮胎企业24-25年半钢胎预计海外扩产产能

- 中国轮胎企业的海外扩建是应对贸易保护主义的被动选择，也是全球化竞争的主动突围。
- 短期内，南美与东南亚仍是战略重心，但需警惕政策反复与成本攀升；长期看，技术升级、品牌高端化及多元化产能布局将成为破局关键未来五年，头部企业若能在欧美市场实现“从工厂到品牌”的跨越，或将重塑全球轮胎产业格局。

中国半钢轮胎生产情况分析——中国半钢轮胎生产趋势

格物致胜
Wintelligence

中国半钢轮胎行业集中度持续提升，头部企业仍在持续扩产

新能源专用轮胎市场需求爆发，成为企业生产趋势的新核心赛道

智能制造技术加速渗透轮胎制造业，轮胎生产自动化水平显著提升

各家胎企海外生产基地建设提速，全球化产能布局逐步成型完善

双碳政策驱动下，绿色低碳生产工艺普及成为轮胎生产新要求

新晋轮胎企业聚焦轮胎细分领域，差异化竞争策略凸显

材料创新与工艺突破推动高端轮胎产品成为主要生产趋势

轮胎整体生产趋势

- 2025年中国轮胎行业发展，行业集中度将持续提升。
- 市场竞争格局深度重构，外资品牌与本土企业差异化竞争加剧。
- 为应对市场变化，企业加速海外生产基地建设，全球化产能布局逐步完善。而区域产业集群效应的凸显进一步扩大了成本优势。
- 在双碳政策驱动下，绿色低碳生产工艺普及速度加快。
- 但结构性产能过剩风险已开始显现，预计将引发行业深度整合与洗牌。

目录/CONTENTS

格物致胜
Wintelligence

01

行业定义

- 轮胎产品定义
- 半钢轮胎产品定义
- 流通渠道定义
- 轮胎品牌定义
- 其他定义

02

半钢轮胎市场发展趋势分析

- 政策影响
- 国际贸易影响
- 上游原材料供应价格影响
- 技术创新影响
- 中国乘用车市场变化影响
- 消费者偏好变化影响
- 总结

03

中国半钢轮胎生产情况分析

- 轮胎生产流程
- 轮胎整体产量
- 半钢轮胎整体产量
- 半钢轮胎产能分布
- 半钢轮胎产能规划
- 国内厂商海外扩建分析
- 半钢轮胎生产趋势

04

中国半钢轮胎市场销售情况分析

- 测算模型
- 整体市场规模
- 内销市场规模
- 内外资竞争格局
- 整体市场竞争格局
- 市场集中度分析
- 应用发展趋势分析

05

中国半钢轮胎配套市场情况分析

- 各型号产品销售表现
- 整体市场规模
- 内外资竞争格局
- 整体市场竞争格局
- 市场集中度分析
- 不同尺寸内外资情况
- 总结

06

中国半钢轮胎替换市场情况分析

- 整体市场规模
- 内外资竞争格局
- 整体市场竞争格局
- 市场集中度分析
- 不同尺寸内外资情况

07

中国乘用车冬季胎替换市场分析

- 冬季胎替换市场表现
- 冬季胎替换市场销量区域分布
- 冬季胎替换市场销量竞争格局
- 民族品牌冬季胎替换市场销量表现
- 民族品牌定位表现
- 民族中高端品牌冬季胎替换市场销量表现及竞争格局（单条≥500元）

08

典型企业介绍

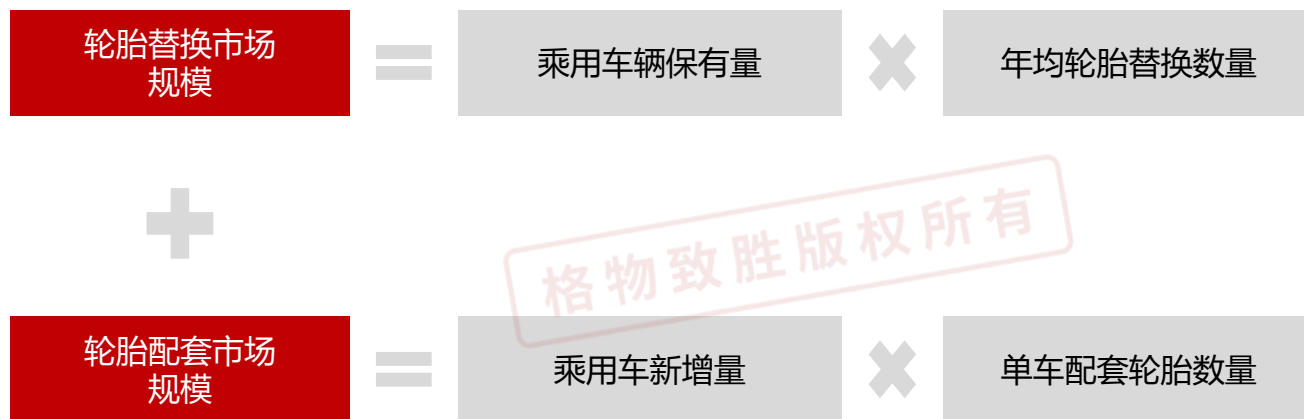
- 玲珑
- 中策
- 佳通

中国半钢轮胎市场销售情况分析——测算模型

格物致胜
Wintelligence

半钢轮胎内销市场规模测算模型

从需求端测算市场需求量



从供应端测算内销市场需求量



半钢轮胎外销市场规模测算模型

从供应端测算出口市场规模



• 汇总前20轮胎生产商半钢轮胎的出口量进行汇总，并且评估其他轮胎生产厂商的规模，汇总得出整体出口规模

注：国内销量（内销）包含轮胎在国内装车出口的情况

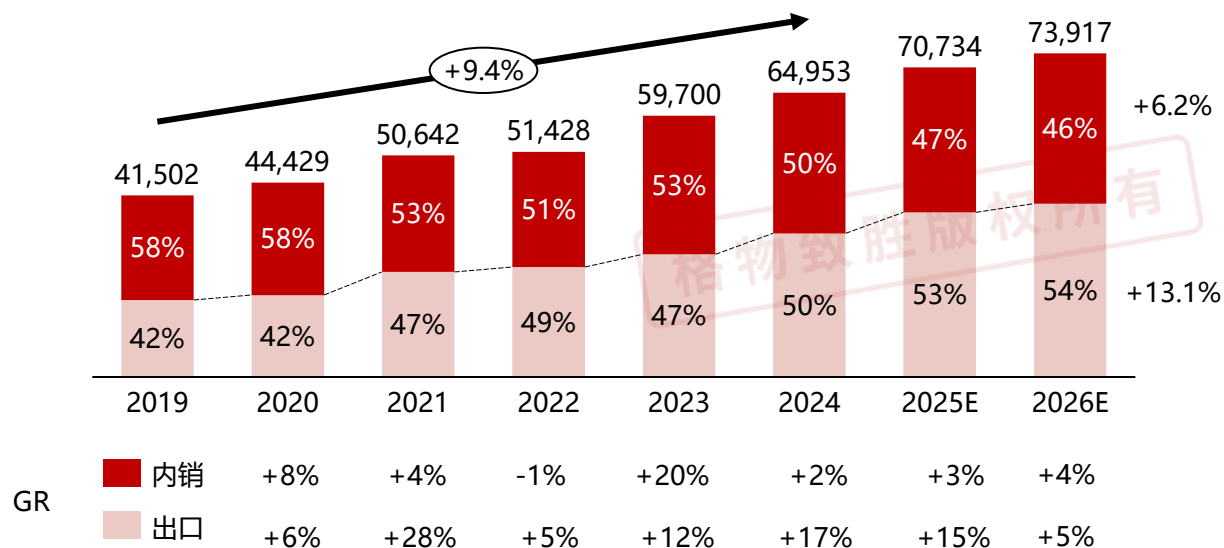
中国半钢轮胎市场销售情况分析——整体市场规模

格物致胜
Wintelligence

2019~2025年中国半钢车轮胎销售情况分析

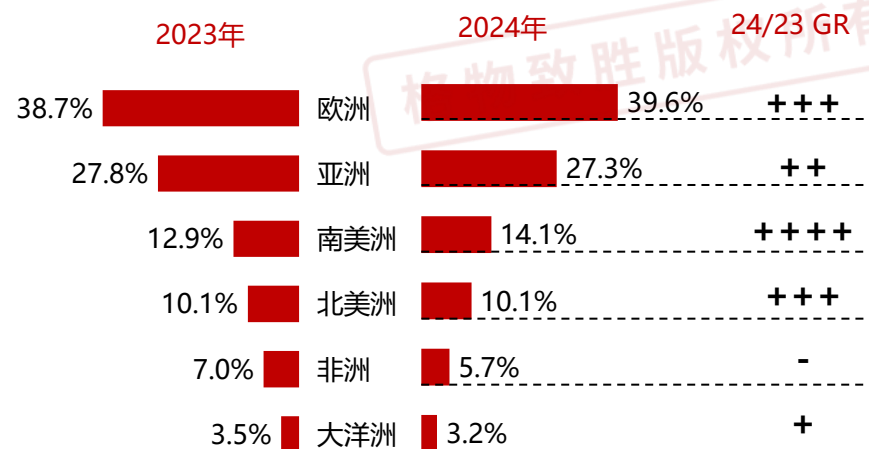
单位：万条

2019-2024
CAGR



2023年中国半钢轮胎出口国

单位：万条



数据来源：海关总署，欧洲和亚洲以及南美洲地区为主要出口地区

“+” 增速为0~5%，“-” 增速为-5~0%

注：该数据为内销+出口

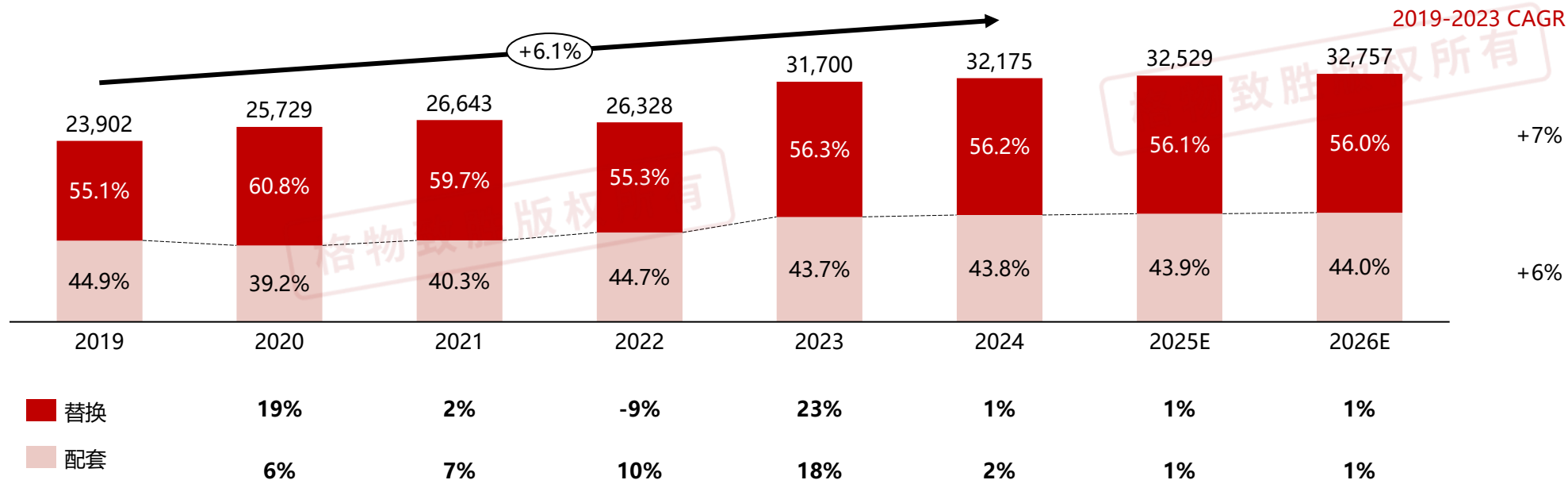
- 中国乘用车销量及保有量的持续增长，推动了半钢轮胎行业的发展，轮胎行业规模不断扩大。2024年整体市场规模已超6亿条，2019—2024年的复合增长率约为10%。
- 内销保持较为稳定的低速增长，出口业务增长领先于内销，国内企业海外建厂，智慧生产，降低关税影响，生产成本，结合海外的高增长的需求，快速增长；出口地区主要集中在欧洲以及亚洲地区，美国的双反政策导致出口转向欧盟，东南亚新兴市场增长迅速，带动半钢胎产品出口业务增长，南美洲地区需求速度快速增长。

中国半钢轮胎市场销售情况分析——内销市场规模

格物致胜
Wintelligence

2019~2025年中国半钢轮胎内销销售情况分析

单位：万条

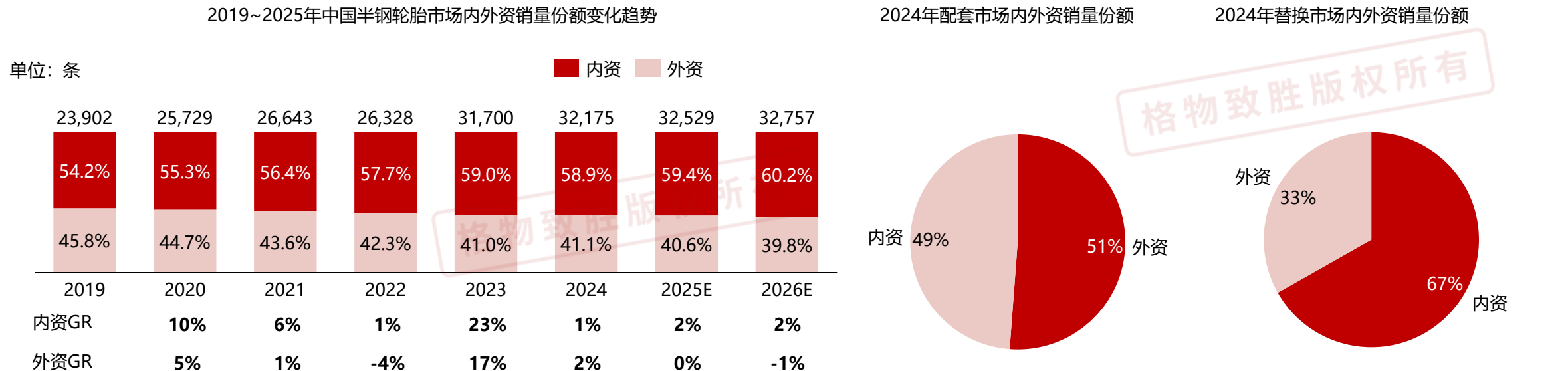


- 配套市场与新增的汽车销量直接关联，尤其是新能源汽车的快速增长带动半钢轮胎的快速增长。
- 替换市场方面，新能源汽车渗透率逐步升高，高自重带来轮胎的高损耗，出行的能源成本下降，促进汽车出行频率，轮胎的消耗速度加快，进一步推进了替换市场的增长。
- 未来随着新能源汽车的渗透率越来越高以及汽车出行频率的增加，将进一步带动配套以及替换市场的增长。

中国半钢轮胎市场销售情况分析——内外资竞争格局

格物致胜
Wintelligence

2019~2025年中国半钢轮胎市场内外资销量份额变化



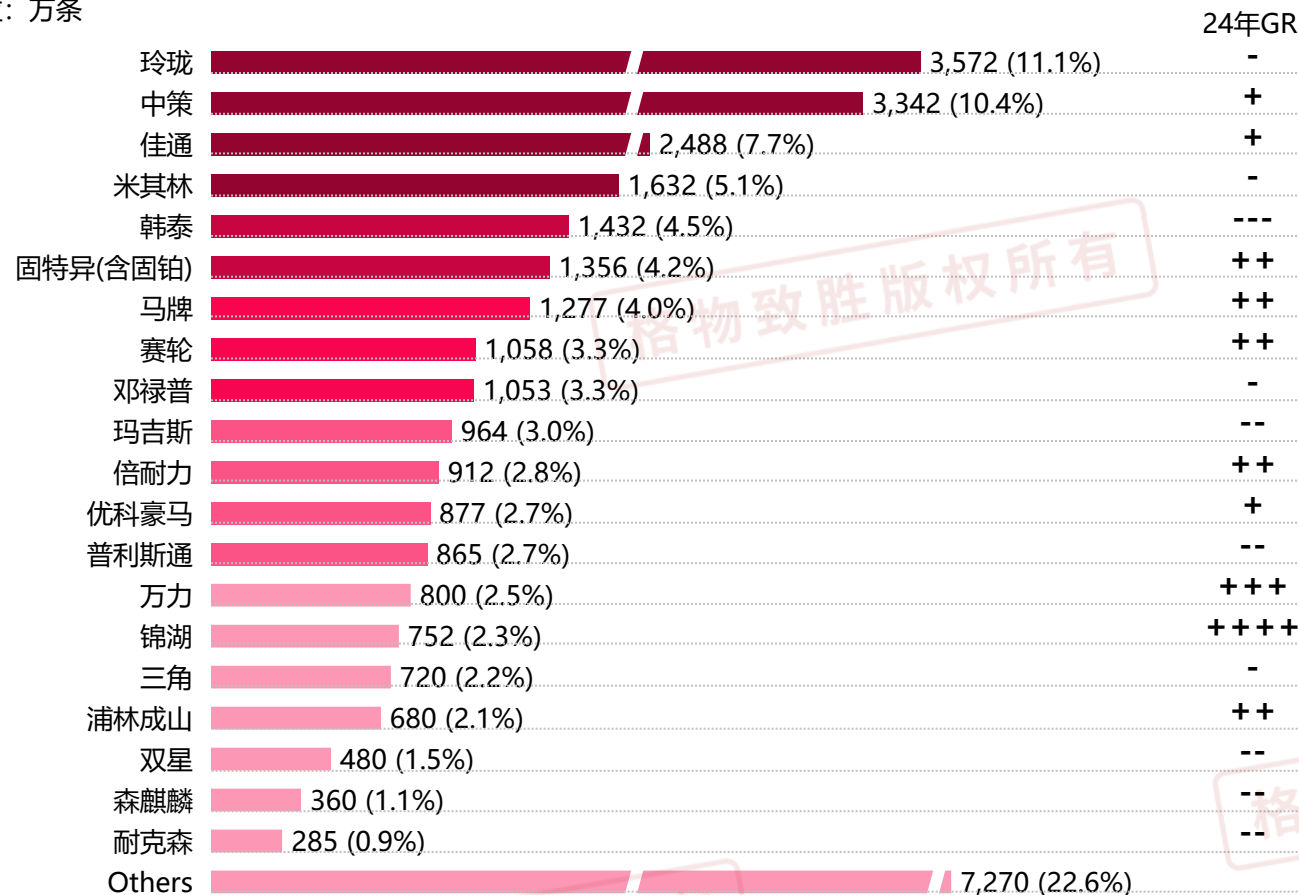
- 2024年中国品牌轮胎销量的比重为58.9%，较上一年保持持平百分比，预计未来内资品牌凭借性价比优势以及不断累积的品牌影响力，在中国的半钢轮胎市场比重持续上升。
- 配套市场中外资品牌优势略高于内资品牌，在新能源汽车的配套市场中轮胎逐步趋于大尺寸化，外资品牌在大尺寸轮胎产品有一定的竞争优势，不过国产品牌也在不断的投入研发力量，在大尺寸轮胎市场中也在逐步获取市场份额。
- 替换市场凭借大量的小尺寸轮胎存量市场，内资品牌的性价比以及产品具有较大的优势，捕获更多市场份额，外资品牌的竞争力处于劣势。

中国半钢轮胎市场销售情况分析——整体市场竞争格局

格物致胜
Wintelligence

2024年中国半钢轮胎市场竞争格局情况

单位：万条



TOP3品牌

玲珑

中策

佳通



从竞争格局来看，大于1000万条的厂商有9家，其中：

- 玲珑凭借国内年销量接近4000万条，排名第一。
- 中策凭借国内年销量突破3000万条，排名第二。
- 佳通国内年销量接近2500万条，排名第三。
- 国内年销量在1500万条以上的米其林和韩泰，排名第四和第五。
- 剩余1000万条以上的分别是马牌、固特异、邓禄普、玛吉斯
- 其他市场中以内资国产品牌为主，体量基本集中在50-300万条不等。
- 从增速来看，赛轮、中策凭借不断的完善产品性能，以及充足的渠道销售网络保持为稳定的增长。

中国半钢轮胎市场销售情况分析——整体市场竞争格局

格物致胜
Wintelligence

2024年中国半钢轮胎Top20以下品牌

厂商名称	产品	区域	厂商名称	产品	区域
双钱轮胎	 双钱 卡客车轮胎、轿车轮胎、工程轮胎	上海	万达宝通	 万达宝通轮胎 卡客车轮胎、轿车轮胎、工程轮胎	山东
昌丰轮胎	 昌丰 全钢、半钢子午线轮胎	山东	中创轮胎	 中创 全钢子午胎、半钢子午胎、农用/工程子午胎	山东
正道轮胎	 正道轮胎 乘用车、卡客车轮胎	山东	海大橡胶	 四川海大橡胶集团有限公司 四川轮胎橡胶(集团)股份有限公司 半钢胎、全钢胎、斜交胎	四川
昊华轮胎	 昊华轮胎 全钢、半钢子午线轮胎	山东	建大轮胎	 KENDA 卡客车轮胎、轿车轮胎、两轮车胎	广东
风神轮胎	 风神轮胎 卡客车轮胎、轿车轮胎、工程轮胎	河南	三利轮胎	 SANLITYRE 卡客车轮胎、轿车轮胎、两轮车胎	山东
永盛橡胶	 永盛橡胶集团 全钢、半钢子午线轮胎	山东	中一橡胶	 中一股份 ZHONG YI 全钢、半钢、橡胶传送带	山东
正新轮胎	 正新轮胎 卡客车轮胎、轿车轮胎、工程轮胎	中国台湾	方兴橡胶	 方兴橡胶 FANGXING RUBBER 卡客车轮胎、轿车轮胎、工程轮胎	广东
福临轮胎	 福临轮胎 全钢、半钢子午线轮胎	山东	吉驰轮胎	 安徽吉驰轮胎股份有限公司 半钢子午线轮胎	安徽
华盛橡胶	 华盛橡胶 全钢、半钢子午线轮胎、传送带	江苏			

中国半钢轮胎市场销售情况分析——市场集中度分析

格物致胜
Wintelligence

中国半钢轮胎市场集中度

内外资占比



- 中国半钢轮胎市场集中度较高，TOP10品牌占整体销量份额的50%以上，其中只有玲珑、中策、赛轮、玛吉斯四家中国轮胎品牌，而外资品牌占据6家，从头部乘用车市场来看，外资品牌的销量比重还是非常高的。
- TOP11~TOP20品牌中主要有中国内资品牌以及二线的日韩品牌为主，内资品牌占比超过接近50%。
- 在Top20之外的品牌以内资为绝对地位，价格竞争力远超外资品牌。

中国半钢轮胎市场销售情况分析——应用发展趋势分析

格物致胜
Wintelligence

新能源汽车驱动轮胎技术革新

- ✓ 低滚阻与续航优化（改进配方和结构设计）
- ✓ 轻量化与高强度材料的应用
- ✓ 静音技术升级（多节距花纹，吸音棉内衬、发泡橡胶层等）
- ✓ 耐磨性与抓地力强化（高耐磨配方）

0
1

智能轮胎技术商业化

- ✓ 轮胎运行实时监测，数据交互（集成胎压监测、RFID芯片，实时反馈压力、温度、磨损系数等）
- ✓ 预测性维护轮胎（AI算法预测轮胎健康程度，减少意外故障发生）
- ✓ 与车联网以及自动驾驶技术协同（向自动驾驶系统传输路面摩擦系数、积水其概况，增强安全驾驶）

0
2

绿色环保以及可持续发展

- ✓ 循环材料（提升轮胎回收利用率，裂解炭黑再生胎面胶）
- ✓ 绿色制造，工艺升级
- ✓ 欧盟轮胎标签法升级（欧盟要求低滚阻等级，推动国内企业加速研发低滚阻配方）

0
3

消费者需求升级与产品多样化

- ✓ 大尺寸与高性能化趋势（SUV销量快速增长，驱动大尺寸轮胎销量增长）
- ✓ 个性化以及场景定制（冬季胎、城市静音胎、胎面硬度定制化）
- ✓ 性价比导向与品牌认知重塑

0
4

目录/CONTENTS

01

行业定义

- 轮胎产品定义
- 半钢轮胎产品定义
- 流通渠道定义
- 轮胎品牌定义
- 其他定义

02

半钢轮胎市场发展趋势分析

- 政策影响
- 国际贸易影响
- 上游原材料供应价格影响
- 技术创新影响
- 中国乘用车市场变化影响
- 消费者偏好变化影响
- 总结

03

中国半钢轮胎生产情况分析

- 轮胎生产流程
- 轮胎整体产量
- 半钢轮胎整体产量
- 半钢轮胎产能分布
- 半钢轮胎产能规划
- 国内厂商海外扩建分析
- 半钢轮胎生产趋势

04

中国半钢轮胎市场销售情况分析

- 测算模型
- 整体市场规模
- 内销市场规模
- 内外资竞争格局
- 整体市场竞争格局
- 市场集中度分析
- 应用发展趋势分析

05

中国半钢轮胎配套市场情况分析

- 各型号产品销售表现
- 整体市场规模
- 内外资竞争格局
- 整体市场竞争格局
- 市场集中度分析
- 不同尺寸内外资情况
- 总结

06

中国半钢轮胎替换市场情况分析

- 整体市场规模
- 内外资竞争格局
- 整体市场竞争格局
- 市场集中度分析
- 不同尺寸内外资情况

07

中国乘用车冬季胎替换市场分析

- 冬季胎替换市场表现
- 冬季胎替换市场销量区域分布
- 冬季胎替换市场销量竞争格局
- 民族品牌冬季胎替换市场销量表现
- 民族品牌定位表现
- 民族中高端品牌冬季胎替换市场销量表现及竞争格局（单条≥500元）

08

典型企业介绍

- 玲珑
- 中策
- 佳通

中国半钢轮胎配套市场情况分析——各型号产品销售表现

格物致胜
Wintelligence

- 倍耐力 P ZERO
- 固特异 e 锐乘
- 米其林 Pilot Sport ev
- 韩泰 Ventus S1 evo3 ev

Model Y

- 玲珑阿特拉斯 A51
- 朝阳 SU318a H/T
- 赛轮 Erange performance

BYD 元PLUS

- 固特异鹰驰 F1 Asymmetric3
- 固特异御乘 II 代 SUV
- 玲珑阿特拉斯 Excellion C/S

吉利 星越L

- 韩泰 Ventus S1 evo2 SUV
- 邓禄普 EC300+
- 普利司通 DUELER H/P sport

丰田 锋兰达

- 优科豪马 BluEarth XT AE61
- 邓禄普 PT30

丰田 荣放

SUV



2024TOP10销量

BYD 宋PLUS

- 佳通 225 v1
- 锦湖 HS63
- 玲珑 Grip Master C/S

BYD 宋PRO

- 佳通 225 v1
- 玲珑绿行 4*4 HP
- 佳通 F50

长安 CS75

- 邓禄普 ST30
- 韩泰 Ventus S1 evo3 SUV
- 佳通 F50; 朝阳 SU318+ H/T

问界 M7

- 邓禄普 060
- 倍耐力 P ZERO
- 米其林 Primacy SUV

理想 L6

- 普利司通 傲然者 ®ALENZA 001
- 倍耐力 P ZERO
- 邓禄普 e-sport maxx

- 朝阳 RP76+
- 玲珑阿特拉斯 AS380
- 佳通 F22

BYD 秦PLUS

- 邓禄普 EC300+
- 玛吉斯 MS1
- 优科豪马 BluEarth E70
- 朝阳 RP76+

日产轩逸

- 玲珑绿行 EcoTouring

五菱宏光mini

- 锦湖 HS63
- 韩泰 Kinergy STAS
- 韩泰 Ventus S1 evo3

大众速腾

- 倍耐力 P ZERO
- 固特异鹰驰 F1 Asymmetric3
- 佳通 P10;
- 德国马牌 MC6

BYD汉

轿车



2024TOP10销量

BYD 海鸥

- 玲珑绿行 EP100

上汽大众朗逸

- 玛吉斯 PREMITRA 5
- 锦湖 HS63
- 佳通 F22
- 玛吉斯 MECOTRA 3

帕萨特

- 固特异御乘 III 代
- 韩泰 Ventus S1 evo3

BYD 秦L

- 朝阳 SU318a+ H/T
- 玲珑绿行 HP200
- 赛轮 Erange Performance

上汽五菱缤果

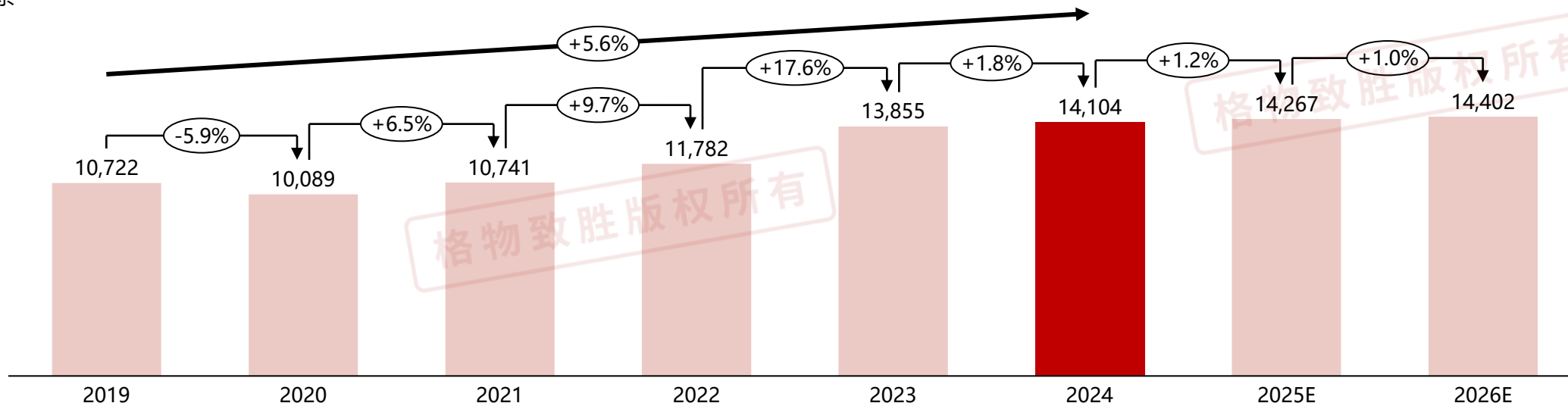
- 米其林 e · Primacy
- 玲珑绿行 EP010

中国半钢轮胎配套市场情况分析——整体市场规模

格物致胜
Wintelligence

2019-2026E中国半钢轮胎配套市场

单位：万条



注：中国品牌中包含中国台湾品牌

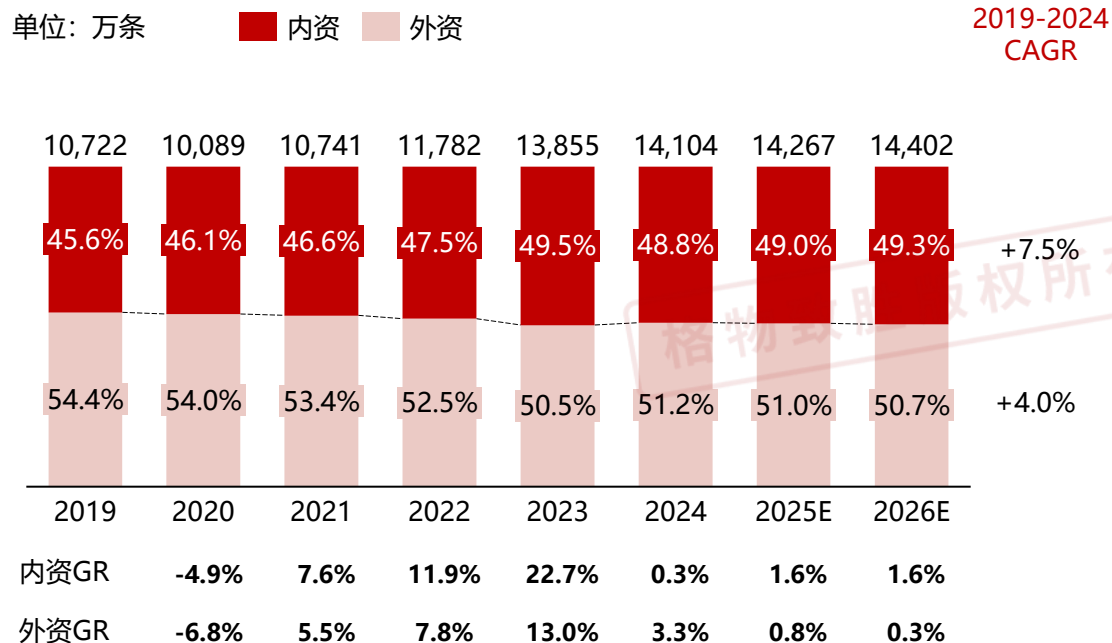
- 半钢轮胎配套市场与汽车销量关联性较强，2024年整体乘用车内销数量3143万辆，内销汽车增长乏力，同比去年1.5%左右的增长；出口数量达到19%的增长，对轮胎配套市场产生较明显的推动力。
- 中国半钢轮胎配套市场逐年增长，2019年-2024年的复合增长率达到5.6%。
- 预计未来新能源汽车渗透率不断提升，汽车销量逐步增长，整体轮胎配套市场也会保持稳定的增长。

中国半钢轮胎配套市场情况分析——内外资竞争格局

格物致胜
Wintelligence

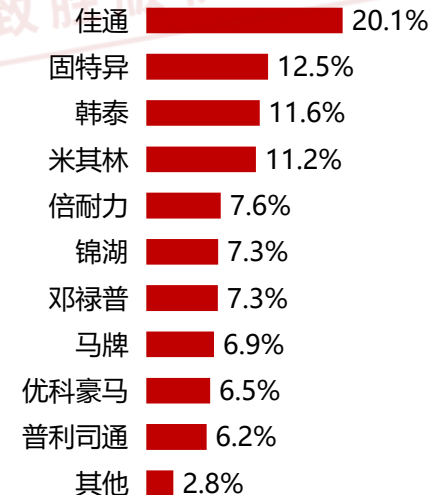
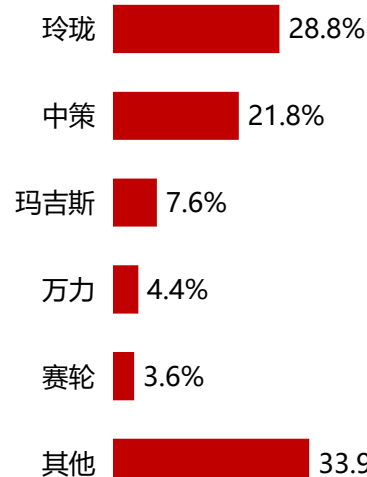
2019年~2025年中国半钢轮胎配套市场内外资市场份额

2024年中国半钢配套市场内外资品牌集中度



内资CR5~66.1%

外资CR10~97.2%



数据来源：中国汽车工业协会，乘联会

- 2019年-2024年间，半钢轮胎配套市场的内资品牌比重在持续上升，品牌影响力，技术水平以及性价比优势明显，2019-2024年以7.5%的复合增长率增长。
- 外资比重在逐步下降，从2019年的54%下降至2024年的51%，并且还在逐年下降。
- 内资厂商CR5集中度约为66%左右，品牌数量众多；外资品牌CR10超95%，主要集中在大尺寸轮胎中。

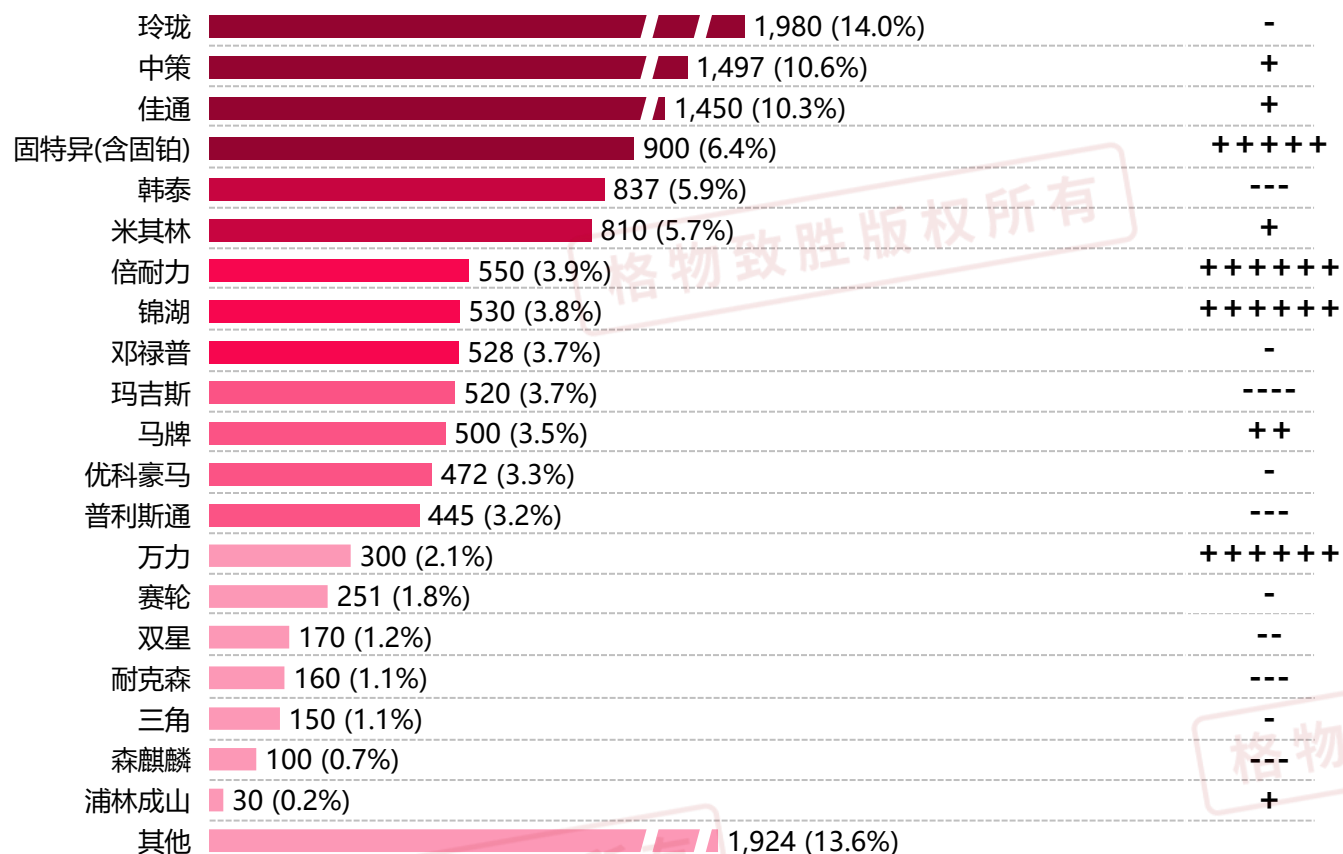
中国半钢轮胎配套市场情况分析——整体市场竞争格局

格物致胜
Wintelligence

2024年中国半钢轮胎配套市场竞争格局情况

单位：万条

24年GR



TOP3品牌

👑 玲珑

👑 中策

👑 佳通



从竞争格局来看，配套体量大于1000万条的厂商有3家，其中：

- 玲珑配套国内年销量接近2000万条，排名第一。
- 中策配套国内年销量接近1500万条，排名第二。
- 佳通配套国内年销量在1450万条，排名第三。
- 在800万-1000万条配套体量的厂商里有三家，分别是固特异、韩泰、米其林。
- 从增速来看，玲珑配套体量小幅下滑，佳通以及中策保持一定的增长。

“+” 增速为0~5%， “-” 增速为-5~0%
2025年9月

中国半钢轮胎配套市场情况分析——市场集中度分析

格物致胜
Wintelligence

中国半钢轮胎配套市场集中度

内外资占比



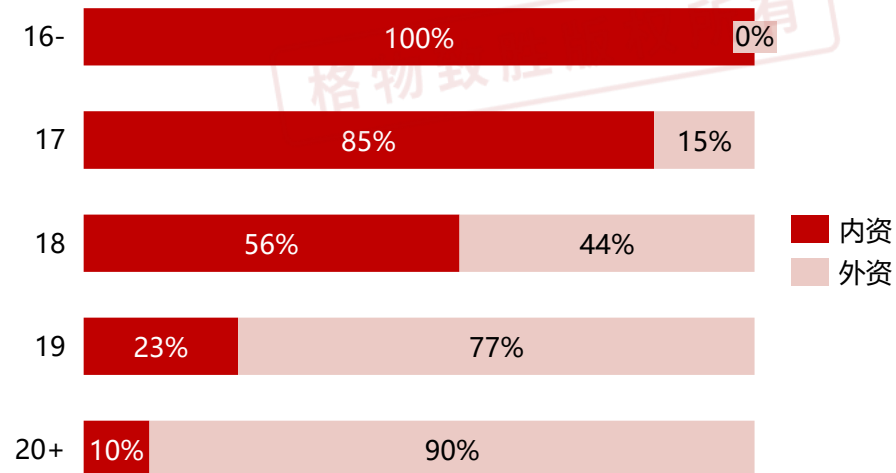
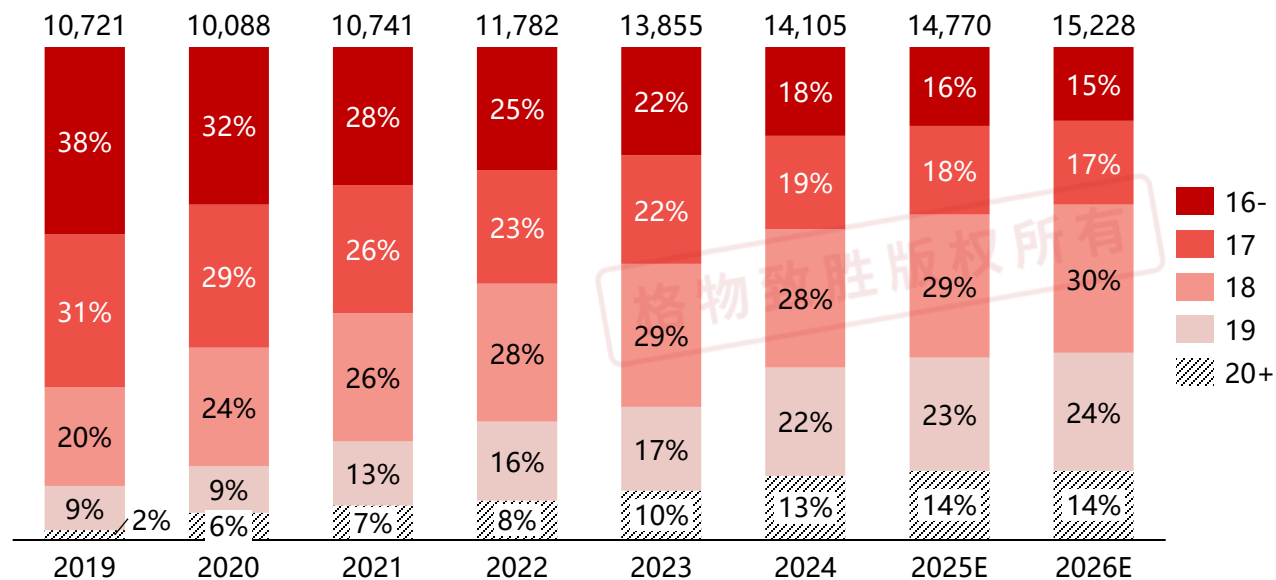
- 在配套市场中，品牌集中度较高，Top20品牌已经占据86%的市场份额在Top1-5的品牌中，内外资比重较为均衡，国产品牌正在加速抢占市场份额；在Top6-20品牌中，外资品牌比重较大，领先于内资品牌。
- Top20之外的配套品牌则是内资占据绝对的比重，价格较低，尺寸相对较小，内资品牌具有很高的价格优势。

中国半钢轮胎配套市场情况分析——不同尺寸内外资情况

格物致胜
Wintelligence

2019-2026E中国半钢轮胎配套市场分尺寸情况

单位：万条



- 配套市场的轮胎尺寸受新增汽车类型影响，新能源以及SUV车型的增多导致小尺寸轮胎产品市场缩减；轮胎趋向大尺寸化，18寸及以上的轮胎产品比重快速增长。
- 在小尺寸如17寸及以下的配套市场中，内资品牌具备价格优势，逐步挤压外资品牌的市场份额。
- 相反，在大尺寸18寸及以上的市场中，外资品牌凭借技术优势，在配套市场中具备较强的产品竞争力，并且大尺寸轮胎利润水平较高，也是外资品牌重点投入的产品尺寸范围。

中国半钢轮胎配套市场情况分析——总结

格物致胜
Wintelligence

➤ 配套市场通过品牌、渠道及技术积累，为替换市场提供增长动能，替换市场的反馈进一步优化配套市场产品策略。

01

品牌认知度以及消费者忠诚度

- 消费者在购车时已形成对原配轮胎的信任，更换时倾向于延续选择。
- 原配轮胎的性能表现直接影响消费者后续决策。

02

渠道协同

- 原配市场对于渠道网络具有较强的渗透作用，轮胎厂商通过配套车企，覆盖其4S店网络，为替换业务提供入口。
- 配套市场的合作车企也会推动轮胎品牌进入线上商城或者线下快修体系。
- 即使配套市场利润较低，仍优先满足配套主机厂需求，以此在替换市场进行引流。

03

技术升级，产品竞争力提升

- 新能源汽车对轮胎性能要求更高（如低滚阻、高承载），迫使厂商在原配市场加大研发投入，原配市场的技术积累可直接迁移至替换产品。
- 新能源车和SUV销量的增长推动原配市场对大尺寸轮胎（18寸及以上）的需求，而替换市场也随之跟进。

04

市场规模间接拉动

- 中国乘用车保有量已突破2亿辆，原配市场的销量增长将直接转化为未来3-5年的替换需求。
- 通过配套市场积累技术及品牌口碑，加速布局替换市场。

05

竞争格局与行业集中度传导

- 配套市场集中度高，规模效应降低单位成本，替换市场的产品更具备价格竞争力。
- 配套市场对技术、资金以及产能的门槛较高，导致中小厂商难以进入，简介削弱其替换市场的竞争力。

06

政策与市场趋势的传导

- 新能源汽车的销量占比已燃油车，其对轮胎的静音、耐磨、耐载等需求，促使轮胎厂商在配套市场定制化开发产品，并逐步向替换市场渗透。
- 配套市场对智能轮胎和环保材料的需求，倒逼轮胎厂商技术升级，通过配套市场验证投入替换市场。

目录/CONTENTS

01

行业定义

- 轮胎产品定义
- 半钢轮胎产品定义
- 流通渠道定义
- 轮胎品牌定义
- 其他定义

02

半钢轮胎市场发展趋势分析

- 政策影响
- 国际贸易影响
- 上游原材料供应价格影响
- 技术创新影响
- 中国乘用车市场变化影响
- 消费者偏好变化影响
- 总结

03

中国半钢轮胎生产情况分析

- 轮胎生产流程
- 轮胎整体产量
- 半钢轮胎整体产量
- 半钢轮胎产能分布
- 半钢轮胎产能规划
- 国内厂商海外扩建分析
- 半钢轮胎生产趋势

04

中国半钢轮胎市场销售情况分析

- 测算模型
- 整体市场规模
- 内销市场规模
- 内外资竞争格局
- 整体市场竞争格局
- 市场集中度分析
- 应用发展趋势分析

05

中国半钢轮胎配套市场情况分析

- 各型号产品销售表现
- 整体市场规模
- 内外资竞争格局
- 整体市场竞争格局
- 市场集中度分析
- 不同尺寸内外资情况
- 总结

06

中国半钢轮胎替换市场情况分析

- 整体市场规模
- 内外资竞争格局
- 整体市场竞争格局
- 市场集中度分析
- 不同尺寸内外资情况

07

中国乘用车冬季胎替换市场分析

- 冬季胎替换市场表现
- 冬季胎替换市场销量区域分布
- 冬季胎替换市场销量竞争格局
- 民族品牌冬季胎替换市场销量表现
- 民族品牌定位表现
- 民族中高端品牌冬季胎替换市场销量表现及竞争格局（单条≥500元）

08

典型企业介绍

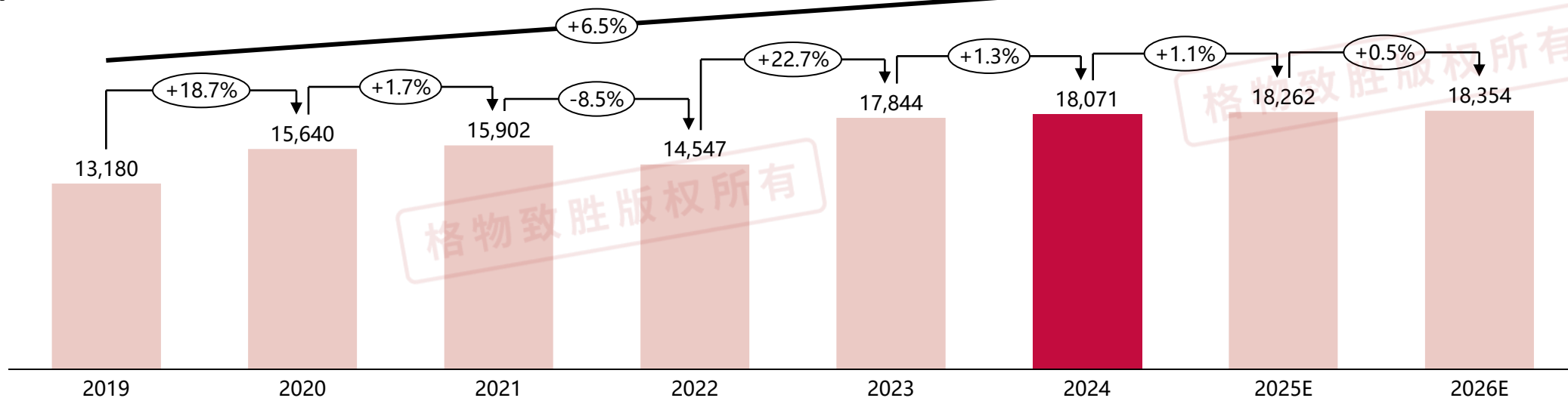
- 玲珑
- 中策
- 佳通

中国半钢轮胎替换市场情况分析——整体市场规模

格物致胜
Wintelligence

2019-2026E中国半钢轮胎替换市场

单位：万条



注：中国品牌中包含中国台湾品牌

- 2019年-2024年中国半钢替换轮胎市场以6.5%的复合增长率增长，随着国内汽车保有量的逐步提升，轮胎替换市场需求也相应增加。同时新能源汽车的销量增长对大尺寸和轮胎性能（低滚阻）都有新的要求，未来大尺寸轮胎和低滚阻应用需求有所增长。
- 未来随着半钢胎产能的不断扩充，轮胎供应量足够，加上出行场景对轮胎的需求提升，预计增长表现较为可观。

中国半钢轮胎替换市场情况分析——内外资竞争格局

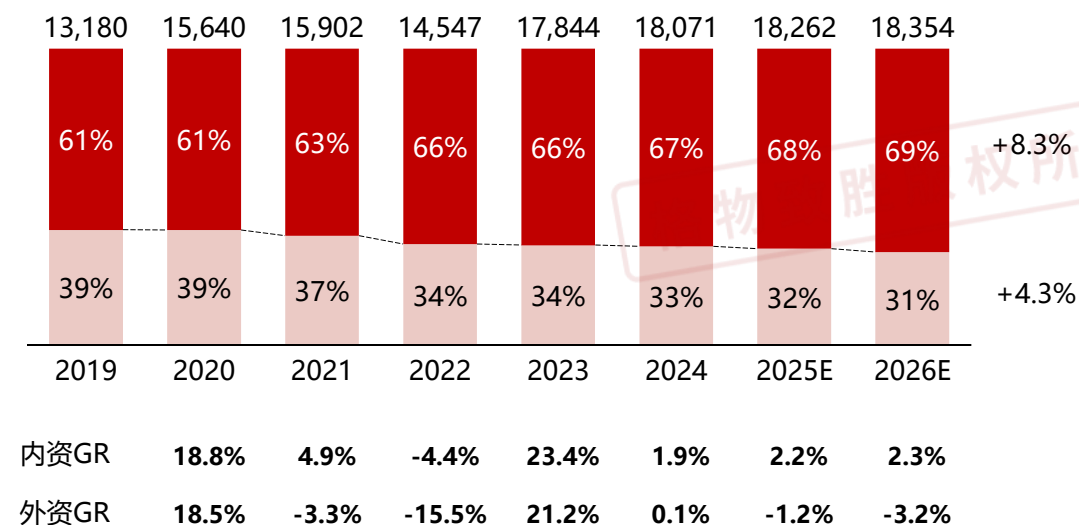
格物致胜
Wintelligence

2019年~2025年中国半钢轮胎替换市场内外资份额

单位：万条

■ 内资 ■ 外资

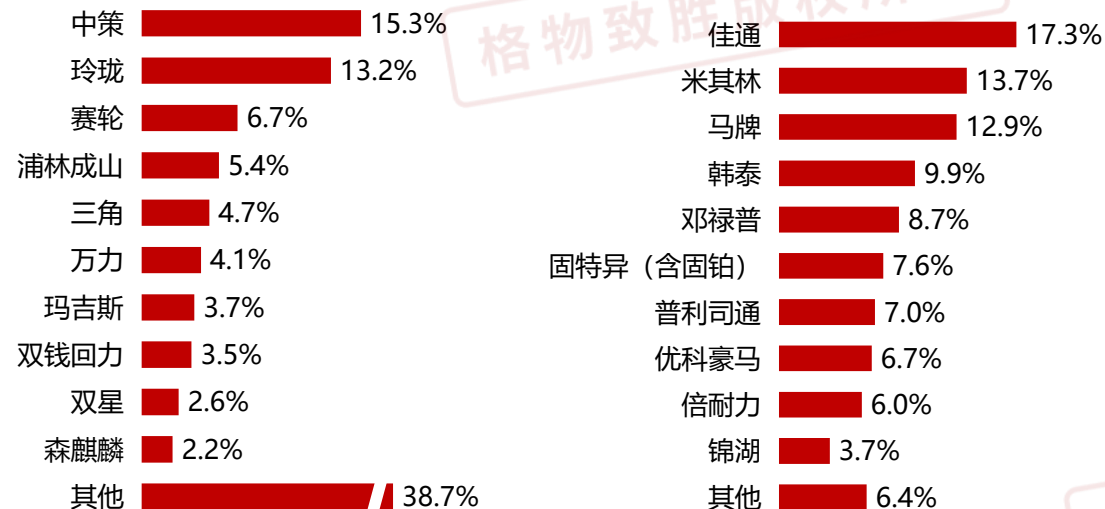
2019-2024
CAGR



2024年中国半钢轮胎替换市场内外资集中度

内资CR10~61.3%

外资CR10~93.6%



数据来源：中国汽车工业协会，乘联会

- 2019年-2025年，半钢轮胎替换市场的内资份额不断增长，在2022年、2023年比重较高，主要得益于疫情导致经济环境下行，出行需求减弱，消费者价格诉求更突出，导致内资品牌优势较为突出。
- 从集中度上来看，内资CR10比约为61.3%，相较于外资集中度较低，外资品牌集中度约为93.6%，内资品牌整体表现为“大而不强”。

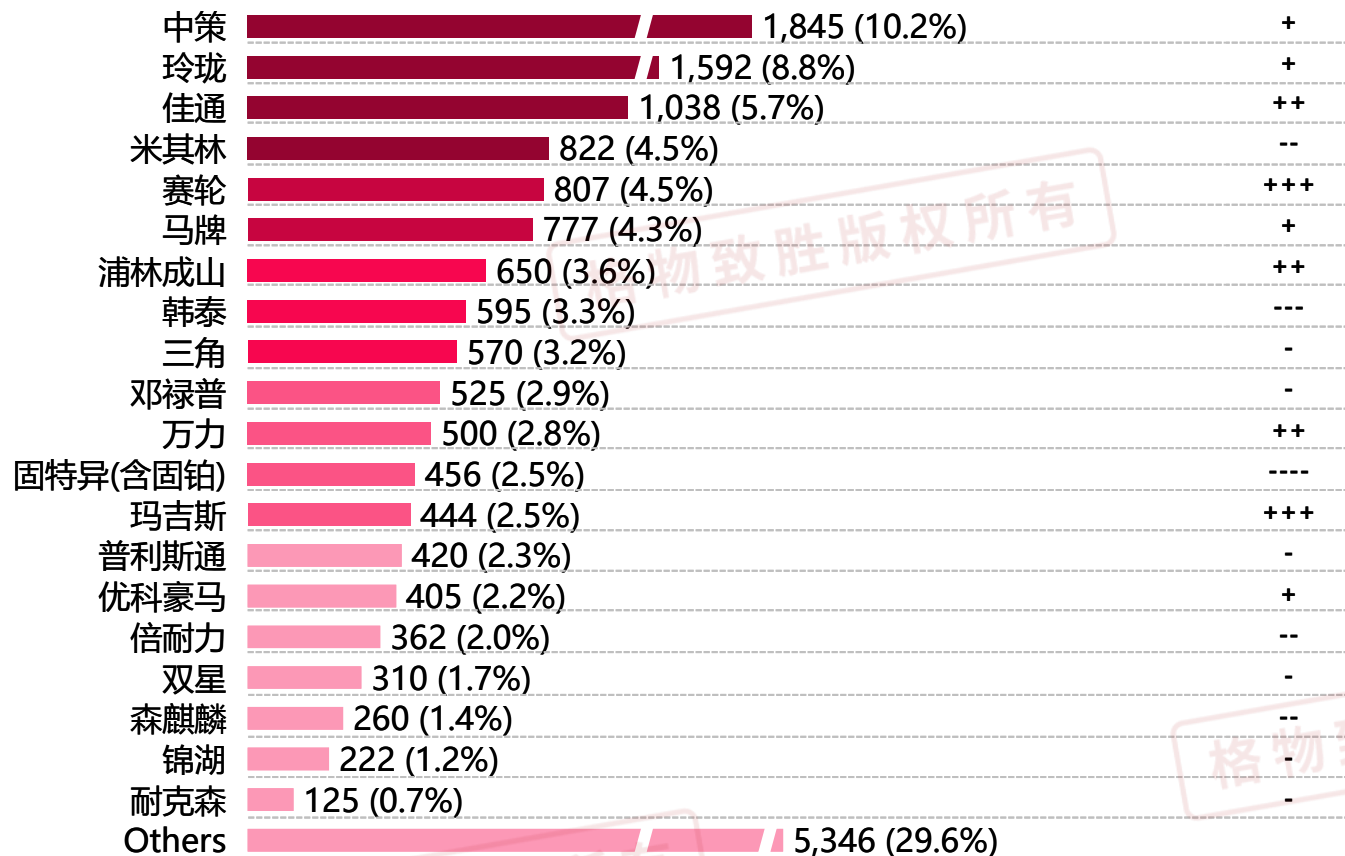
中国半钢轮胎替换市场情况分析——整体市场竞争格局

格物致胜
Wintelligence

2024年中国半钢轮胎替换市场竞争格局情况

单位：万条

24年GR



TOP3品牌

中策

玲珑

佳通



替换市场的竞争格局分散程度高于配套市场：

- 中策凭借国内年销量接近2000万条，排名第一。
- 玲珑凭借国内年销量接近1600万条，排名第二。
- 佳通年销量突破1000万，排名第三。
- 从增速来看，佳通2024年的增速高于中策及玲珑，多数厂商在替换市场下滑明显，显示了国内替换市场需求不足。

中国半钢轮胎替换市场情况分析——市场集中度分析

格物致胜
Wintelligence

中国半钢轮胎替换市场集中度

内外资占比

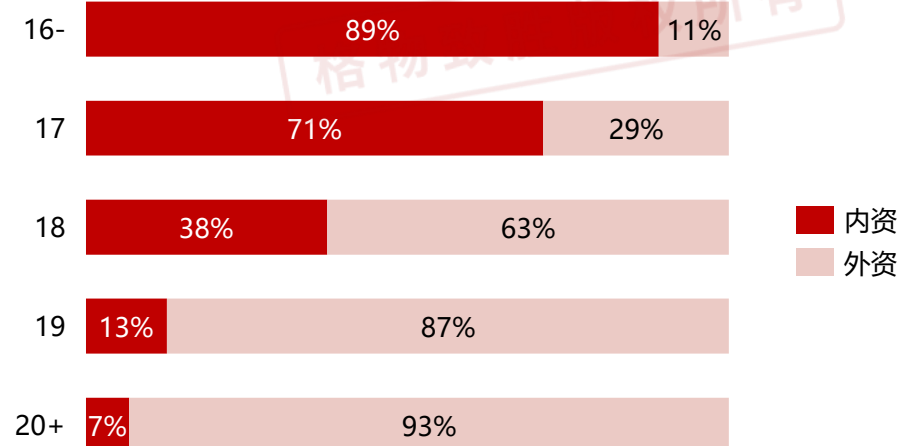
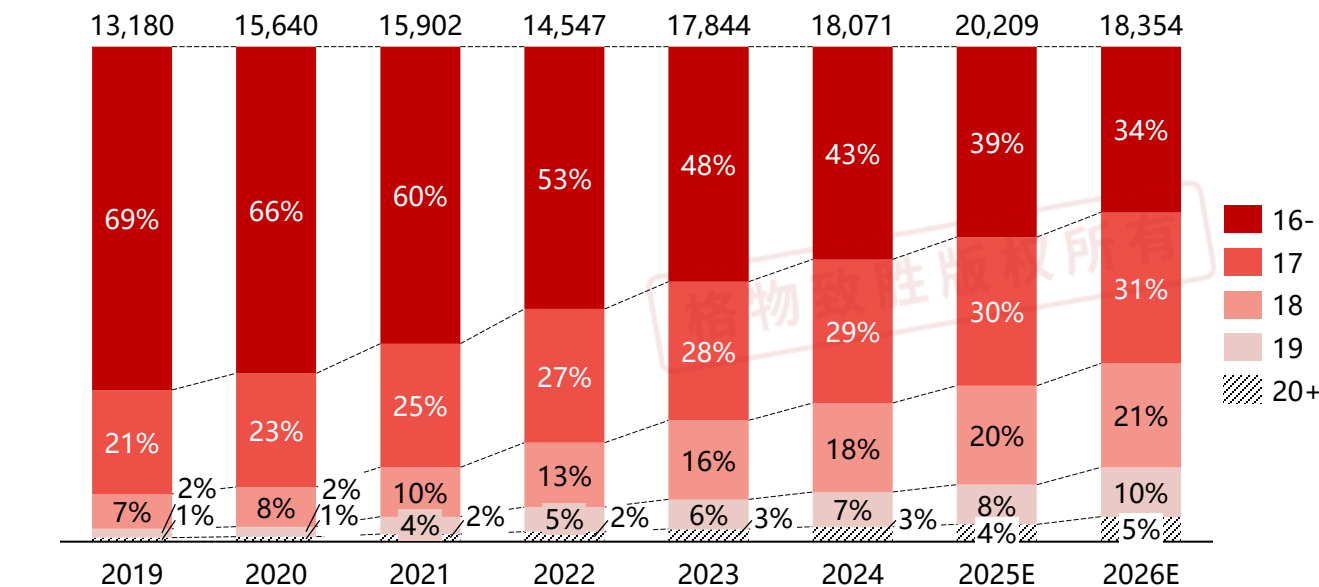


- 在替换市场中，Top20品牌集中度大致在70%左右，替换市场参与玩家众多，整体市场相较于配套市场表现较为分散。
- Top1-5的品牌中，内资品牌集中度比重约为70%；在Top6-20的品牌中外资品牌比重较高。
- 在Top20品牌之外的市场内资品牌占据绝对比重。

中国半钢轮胎替换市场情况分析——不同尺寸内外资情况

2019-2026E中国半钢轮胎替换市场分尺寸情况

单位：万条



- 替换市场的轮胎产品中，16寸的轮胎比例在逐步缩小，一方面在新车配套中轮胎大尺寸化，导致后续的替换轮胎需求逐步向大尺寸发展，另外在替换市场中的老车型依旧存在一定的小尺寸轮胎需求，一定程度减缓小尺寸轮胎的比重收缩趋势。
- 在替换市场中内资品牌具备一定的价格优势，在价格竞争激烈的市场中具备较大的市场份额。
- 外资品牌19寸（含）以上大尺寸花纹占比高，产品性能高，新能源适配性强，并且原配中大尺寸轮胎带来的满意度向替换市场传导，同时大尺寸轮胎对应的车型价格也较高，车主具备一定的消费水平，在大尺寸轮胎的市场中，外资品牌的优势较为明显。

目录/CONTENTS

01

行业定义

- 轮胎产品定义
- 半钢轮胎产品定义
- 流通渠道定义
- 轮胎品牌定义
- 其他定义

02

半钢轮胎市场发展趋势分析

- 政策影响
- 国际贸易影响
- 上游原材料供应价格影响
- 技术创新影响
- 中国乘用车市场变化影响
- 消费者偏好变化影响
- 总结

03

中国半钢轮胎生产情况分析

- 轮胎生产流程
- 轮胎整体产量
- 半钢轮胎整体产量
- 半钢轮胎产能分布
- 半钢轮胎产能规划
- 国内厂商海外扩建分析
- 半钢轮胎生产趋势

04

中国半钢轮胎市场销售情况分析

- 测算模型
- 整体市场规模
- 内销市场规模
- 内外资竞争格局
- 整体市场竞争格局
- 市场集中度分析
- 应用发展趋势分析

05

中国半钢轮胎配套市场情况分析

- 各型号产品销售表现
- 整体市场规模
- 内外资竞争格局
- 整体市场竞争格局
- 市场集中度分析
- 不同尺寸内外资情况
- 总结

06

中国半钢轮胎替换市场情况分析

- 整体市场规模
- 内外资竞争格局
- 整体市场竞争格局
- 市场集中度分析
- 不同尺寸内外资情况

07

中国乘用车冬季胎替换市场分析

- 冬季胎替换市场表现
- 冬季胎替换市场销量区域分布
- 冬季胎替换市场销量竞争格局
- 民族品牌冬季胎替换市场销量表现
- 民族品牌定位表现
- 民族中高端品牌冬季胎替换市场销量表现及竞争格局（单条≥500元）

08

典型企业介绍

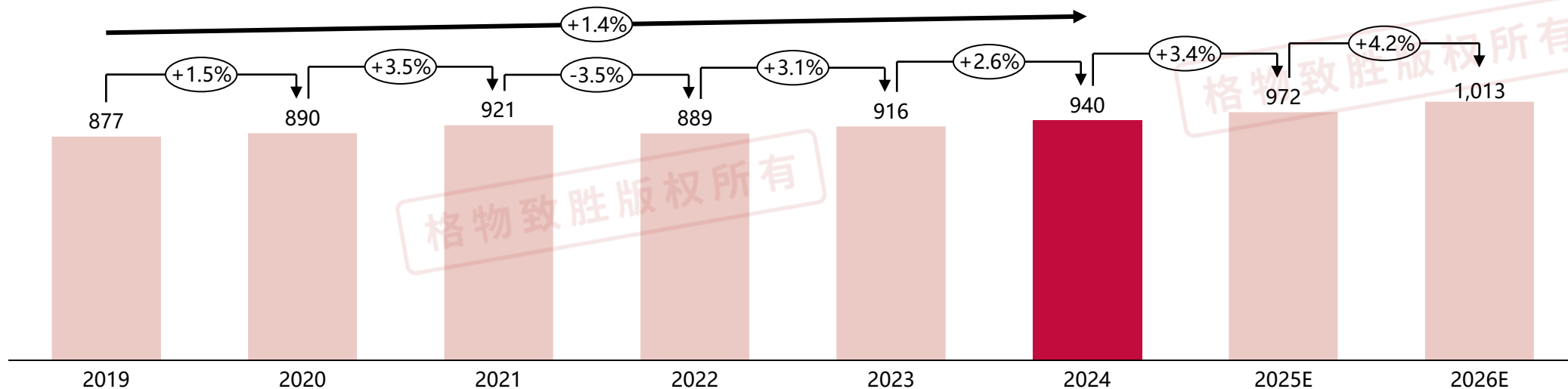
- 玲珑
- 中策
- 佳通

中国乘用车冬季胎市场分析

格物致胜
Wintelligence

2019-2026E中国乘用车冬季胎替换市场规模

单位：万条



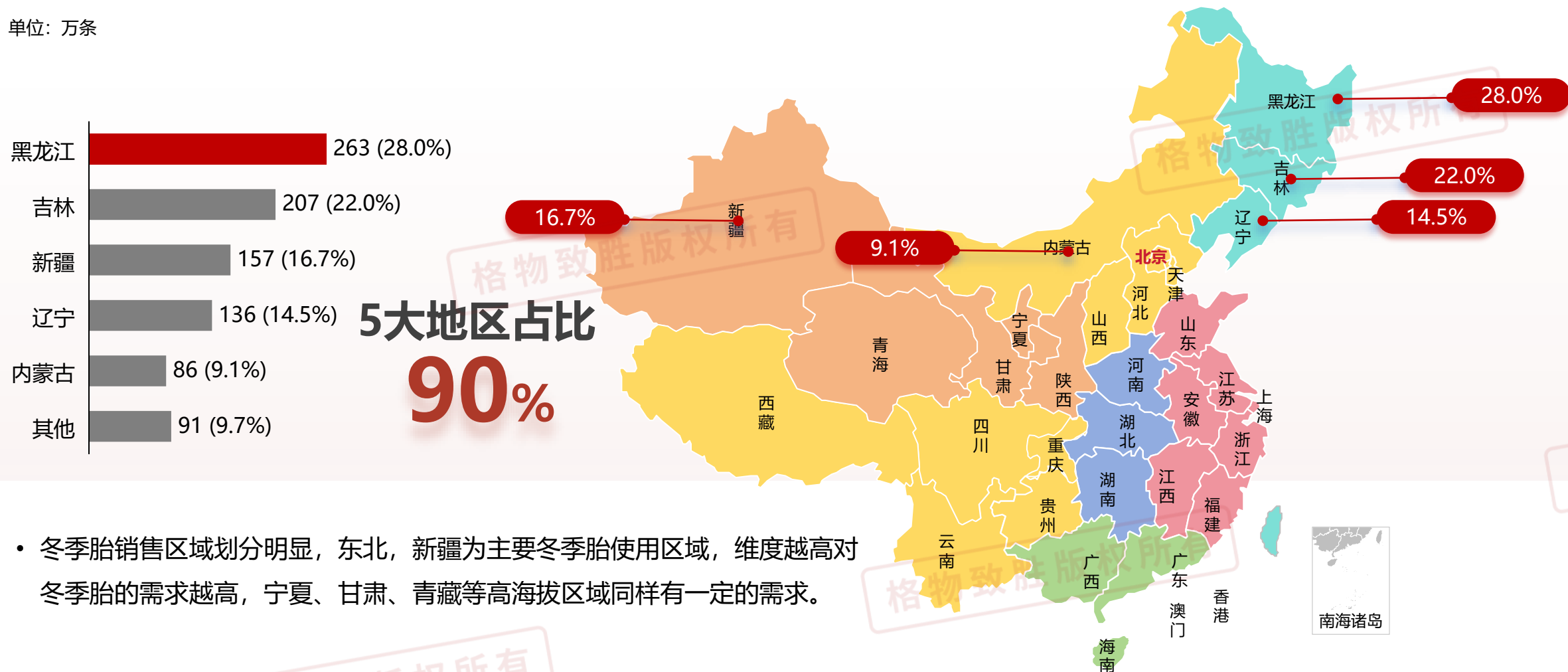
注：中国品牌中包含中国台湾品牌

- 2024年中国乘用车冬季胎市场规模约为940万条，自2019年-2024年呈现1.4%左右的复合增长，主要受20~22年疫情影响出行减少。
- 市场积极影响，东北区域新能源汽车的销量增长，带动未来增长，同时增加市场对大尺寸轮胎的需求增长。
- 市场消极影响，气候不确定性，暖冬降雪减少可能会在短期内影响部分地区消费者的更换意愿。

中国乘用车冬季胎市场分析——市场区域分布

格物致胜
Wintelligence

单位：万条



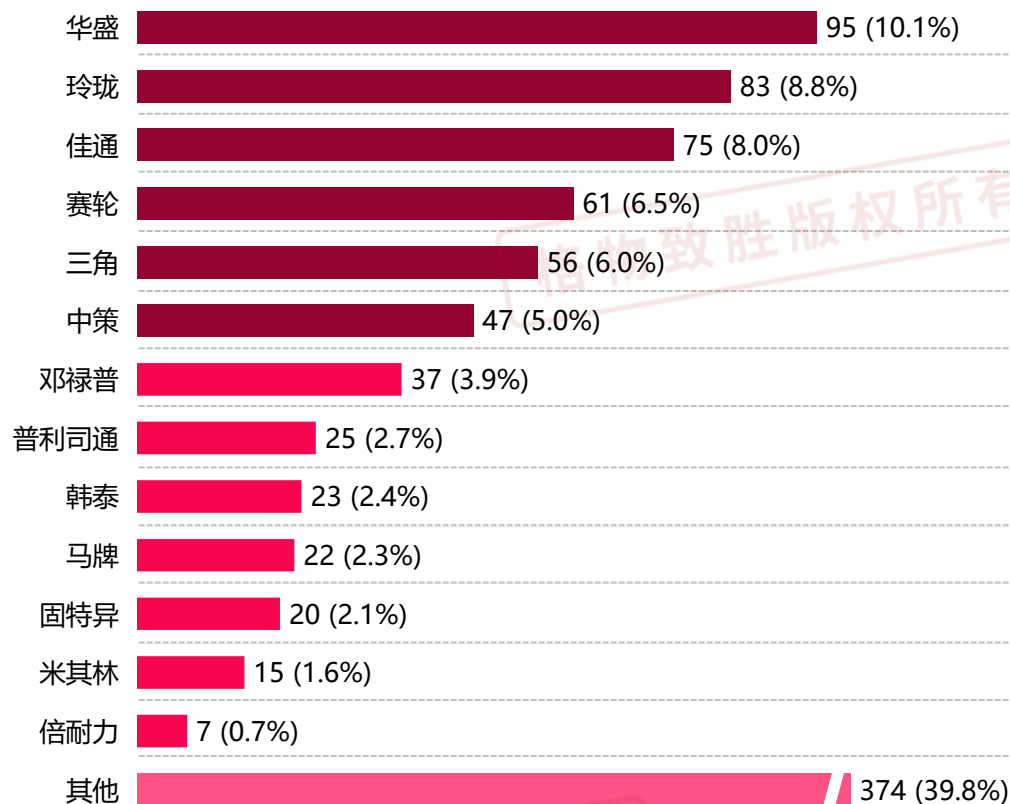
中国乘用车冬季胎替换市场分析——市场竞争格局

格物致胜
Wintelligence

2024年中国乘用车冬季胎替换市场-市场竞争格局情况

单位：万条

24年GR



TOP5品牌

华盛



玲珑



玲珑轮胎

佳通



赛轮



三角



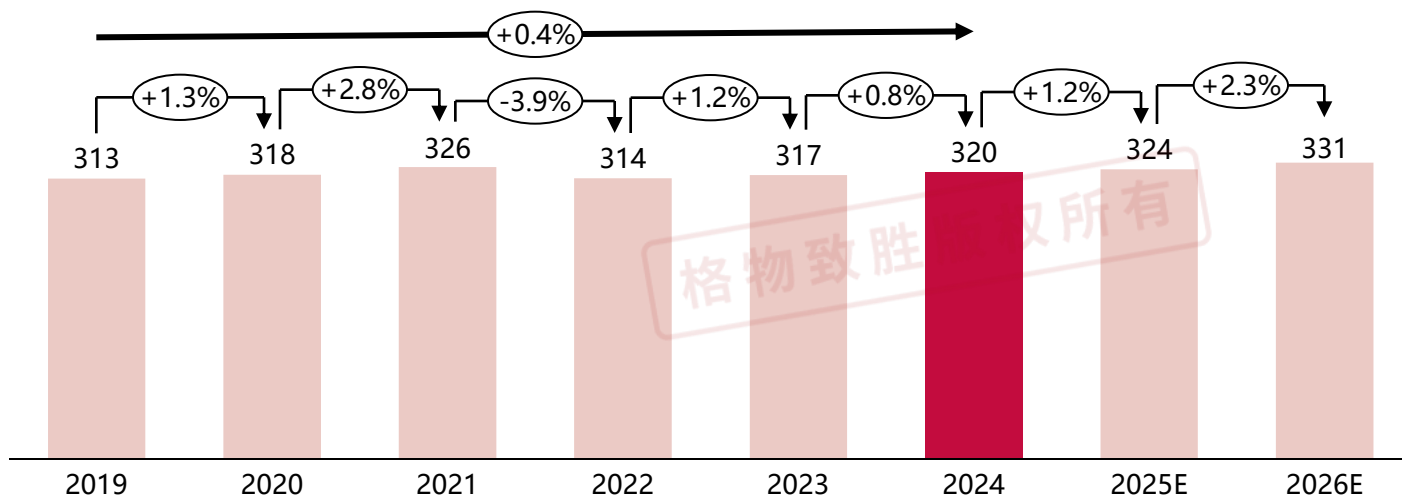
- 2024年中国半钢胎替换市场冬季胎市场竞争格局以内资品牌为主。
- CR10大致为56%。
- 前五名品牌分别是华盛、玲珑、佳通、赛轮以及三角轮胎。
- 外资品牌的比重逐步收到国产品牌阵营的挤压，主要源自于价格表现。
- 其他部分还有大量的中小国产厂商，主打低价，下沉市场。

赛轮集团旗下品牌冬季胎在中高端（单条终端价格≥500元） 冬季胎市场中销量第一

格物致胜
Wintelligence

2019-2026E中国乘用车冬季胎中高端产品替换市场规模

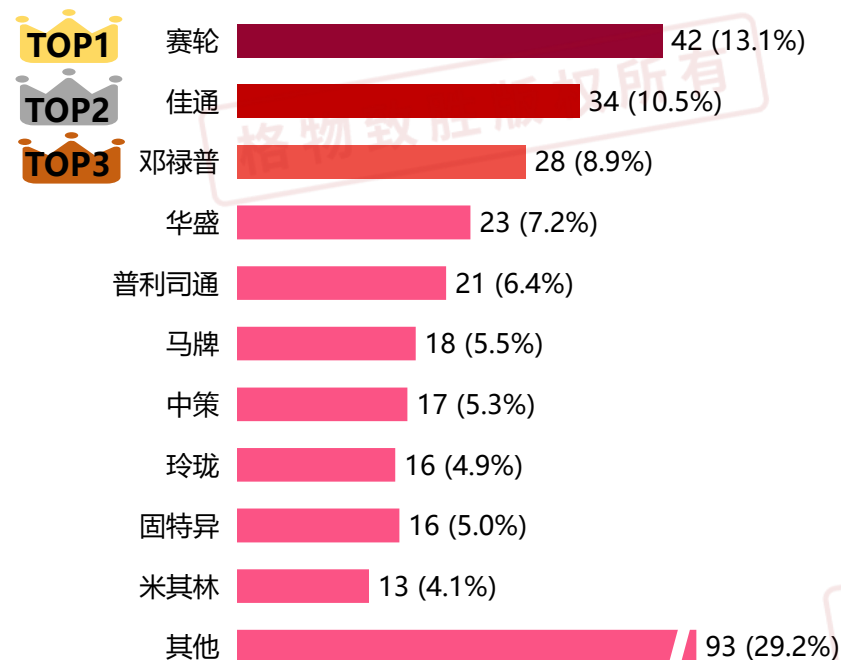
单位：万条



- 冬季轮胎中高端（单条终端价格≥500元）整体市场销量规模在320万条，2019~2024年中高端市场中复合增长率基本保持持平状态，未来随着新能源汽车销量增长，大尺寸产品销量占比越来越高，18寸、19寸、20寸及以上的产品应用占比越来越高，中高端产品的销量增长未来将保持一定的增长趋势。

中高端市场竞争格局

单位：万条



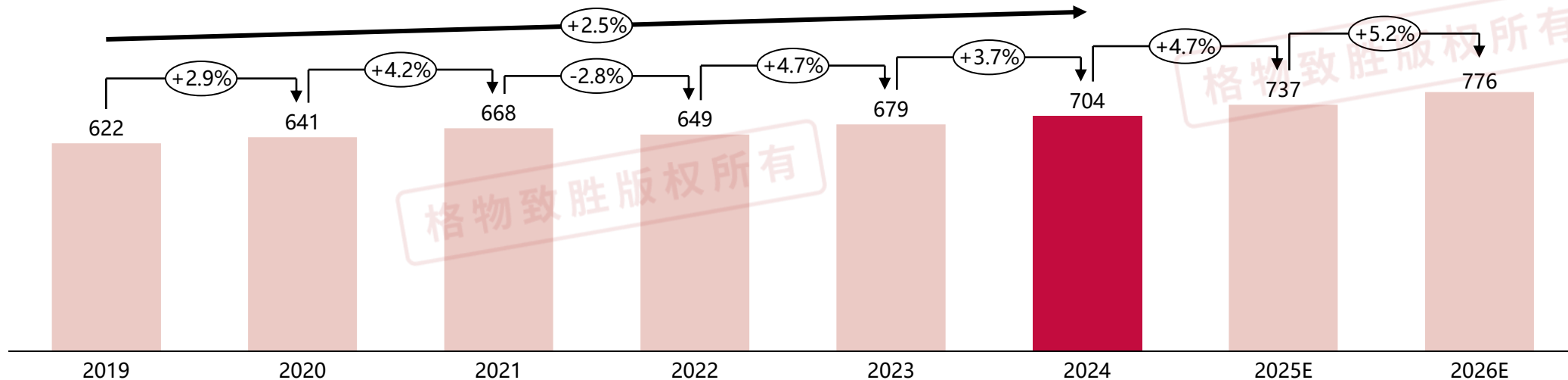
- 2024年中高端冬季胎500元以上价格段的市场中，**赛轮集团旗下品牌冬季胎在中高端（单条终端价格≥500元）冬季胎市场中销量第一**，其次佳通和邓禄普。

中国乘用车冬季胎替换市场分析——民族品牌

格物致胜
Wintelligence

2019-2026E中国乘用车冬季胎替换市场-国产品牌冬季胎市场规模

单位：万条



注：中国品牌中包含中国台湾品牌

- 2024年中国乘用车冬季胎市场国产品牌约为704万条，2019年-2024年呈现2.5%的复合增长,高于整体市场增速。
- 2019~2026年国产品牌市场占有率逐步增加，随着国产品牌产品质量逐步提升，国产品牌在中高端市场的逐步渗透，国产替代趋势明显。
- 对于消费端来讲，冬季胎仅在冬季大致4个月左右的时间进行使用，希望能够选用更有性价比的产品，催生了国产品牌的需求。

中国乘用车冬季胎替换市场情况分析——民族品牌价格定位

格物致胜
Wintelligence



尺寸	终端销售价格段
15寸及以下	211-600元
16-17寸	290-860元
18-19寸	570-1200元
20寸及以上	900-2600元

尺寸	终端销售价格段
15寸及以下	172-443元
16-17寸	303-822元
18-19寸	410-797元
20寸及以上	698-1151元

尺寸	终端销售价格段
15寸及以下	161-480元
16-17寸	290-595元
18-19寸	390-1029元
20寸及以上	422-1104元

尺寸	终端销售价格段
15寸及以下	150-480元
16-17寸	300-650元
18-19寸	450-800元
20寸及以上	650-1500元

尺寸	终端销售价格段
15寸及以下	150-400元
16-17寸	400-500元
18-19寸	450-600元
20寸及以上	600-800元

平均价格

616元

443元

425元

424元

407元

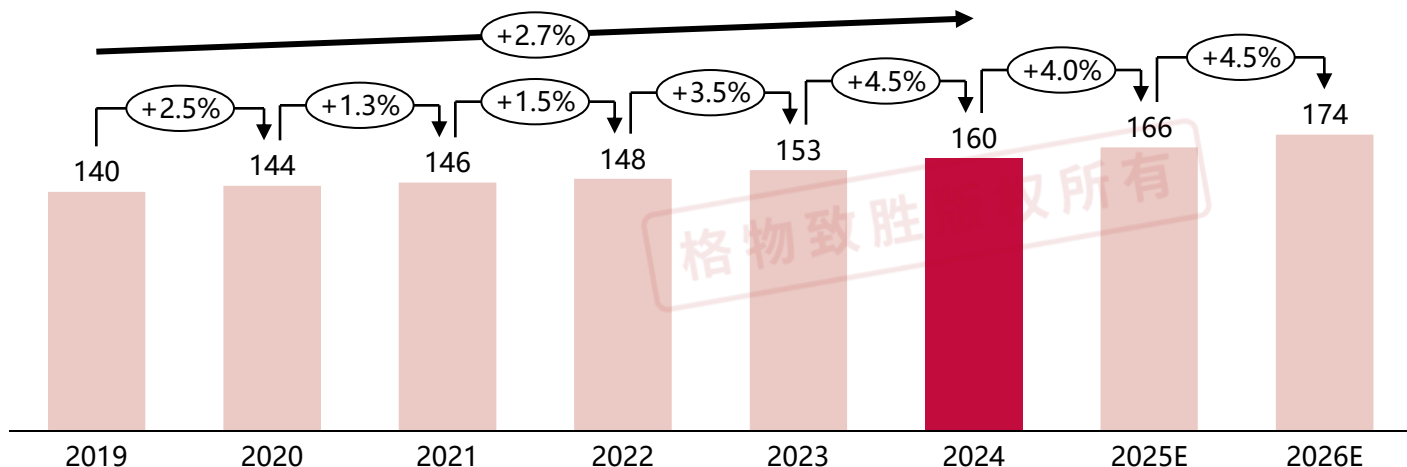
- 国产冬季胎中，赛轮、中策、玲珑、华盛及三角的平均价格定位在400-600元附近。
- 其中赛轮的产品定位较高，较中策及玲珑高100-200元，其他品牌均在400元附近浮动。

赛轮集团旗下品牌冬季胎在民族中高端（单条终端价格≥500元）冬季胎市场中销量第一

格物致胜
Wintelligence

2024年中国国产品牌500元以上价格冬季胎市场规模

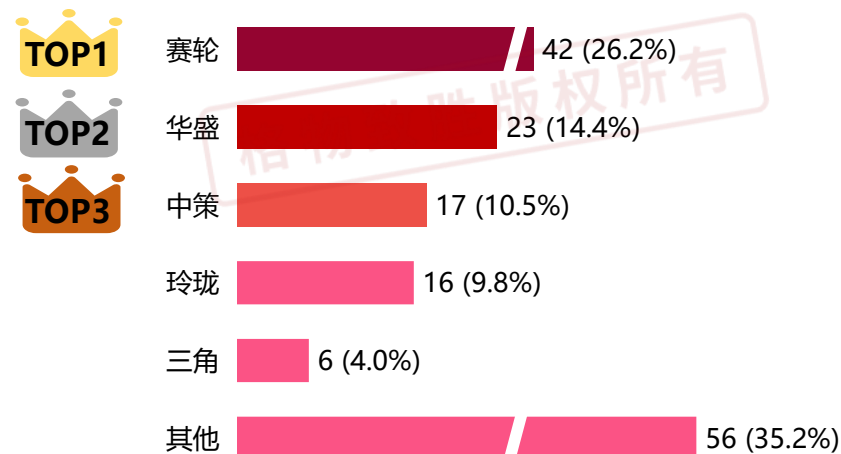
单位：万条



- 2024年国产500元以上价格冬季胎市场规模大致约为160万条左右。
- 2019年-2022年，500元以上冬季胎市场受疫情影响，市场需求降低，消费水平下降，呈现下滑态势，2023年之后随国补、冬季安全意识上升等因素推动市场持续增长。
- 低价市场竞争非常激烈，国产品牌也在逐步增加中高端产品的研发，随着新能源汽车的渗透率不断提升，大尺寸冬季胎，新能源专用胎需求量逐步增加，给了500元以上价格段市场较大的推动力。

TOP5品牌

单位：万条



- 2024年国产品牌500元以上价格段的市场中，**赛轮集团旗下品牌冬季胎在民族中高端（单条终端价格≥500元）冬季胎市场中销量第一**，其次是华盛以及中策。
- 各品牌也在逐步增加中高端产品的研发，赛轮的液体黄金、中策的一号系列，玲珑的大师系列等，借助中高端产品避免陷入低价市场的竞争中。

目录/CONTENTS

格物致胜
Wintelligence

01

行业定义

- 轮胎产品定义
- 半钢轮胎产品定义
- 流通渠道定义
- 轮胎品牌定义
- 其他定义

02

半钢轮胎市场发展趋势分析

- 政策影响
- 国际贸易影响
- 上游原材料供应价格影响
- 技术创新影响
- 中国乘用车市场变化影响
- 消费者偏好变化影响
- 总结

03

中国半钢轮胎生产情况分析

- 轮胎生产流程
- 轮胎整体产量
- 半钢轮胎整体产量
- 半钢轮胎产能分布
- 半钢轮胎产能规划
- 国内厂商海外扩建分析
- 半钢轮胎生产趋势

04

中国半钢轮胎市场销售情况分析

- 测算模型
- 整体市场规模
- 内销市场规模
- 内外资竞争格局
- 整体市场竞争格局
- 市场集中度分析
- 应用发展趋势分析

05

中国半钢轮胎配套市场情况分析

- 各型号产品销售表现
- 整体市场规模
- 内外资竞争格局
- 整体市场竞争格局
- 市场集中度分析
- 不同尺寸内外资情况
- 总结

06

中国半钢轮胎替换市场情况分析

- 整体市场规模
- 内外资竞争格局
- 整体市场竞争格局
- 市场集中度分析
- 不同尺寸内外资情况

07

中国乘用车冬季胎替换市场分析

- 冬季胎替换市场表现
- 冬季胎替换市场销量区域分布
- 冬季胎替换市场销量竞争格局
- 民族品牌冬季胎替换市场销量表现
- 民族品牌定位表现
- 民族中高端品牌冬季胎替换市场销量表现及竞争格局（单条≥500元）

08

典型企业介绍

- 玲珑
- 中策
- 佳通

典型企业介绍——玲珑

格物致胜
Wintelligence

| 关于企业

- 山东玲珑轮胎股份有限公司位于中国金都招远市，是一家专业化、规模化的技术型轮胎生产企业，现有职工17000人，其中专业工程技术人员超过2000多人。
- 公司主导产品轮胎涵盖高性能轿车子午线轮胎、乘用轻卡轿车子午线轮胎、全钢载重子午线轮胎等10000多个规格品种。

公司的前身是招远轮胎制修厂，成立于1975年
1987年，公司开始向橡胶制品轮胎规模化发展
1991年，公司产值突破1亿元
2001年，公司开始调整产业结构，向子午线轮胎生产转型
2016年成功上市
2021年6月，玲珑轮胎将“6+6”调整为“7+5”战略全球布局
2024年7月，玲珑轮胎塞尔维亚工厂正式投产



线下布局网络

国内工厂及产能

招远工厂PCR
3000万

德州工厂PCR
1100万

柳州工厂PCR
1000万

湖北工厂PCR
1200万

长春工厂PCR
600万

PCR总产能
6900万



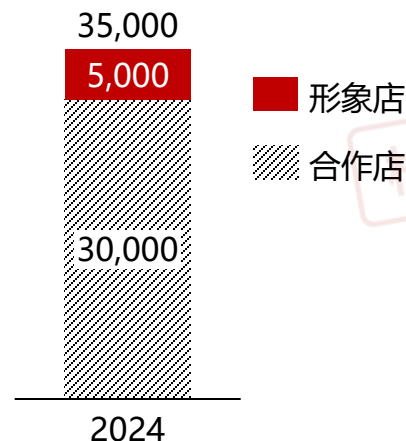
PCR 产能利用率

95%

聚焦“7+5”战略全球布局，目前主要布局的5个海外生产基地中，塞尔维亚生产基地已正式投产，半钢胎产能600万，目前国内工厂总产能6900万。

线下门店数量

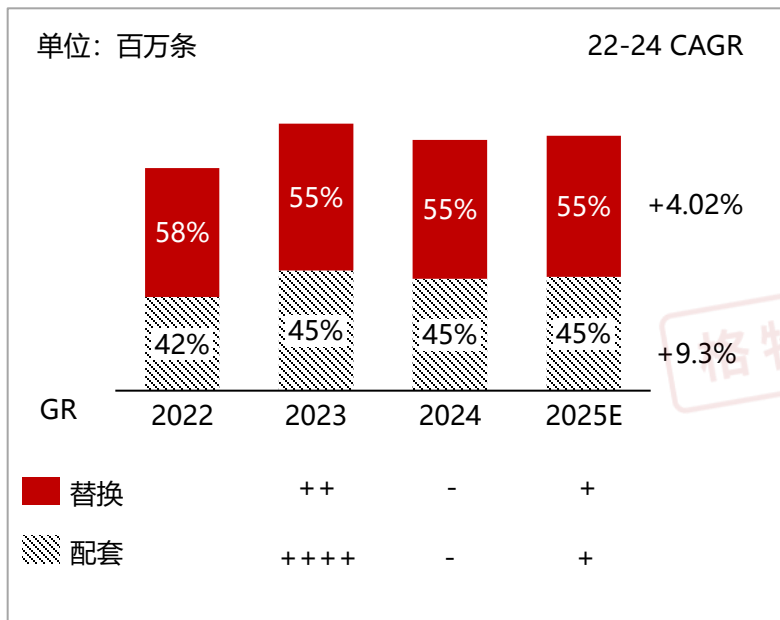
玲珑轮胎在2024年不仅扩张了门店数量，同时通过高端化升级、数字化赋能、生态化协同重构渠道价值。其战略目标已从“覆盖广度”转向“服务深度”，以门店为支点，构建“产品-服务-数据”三位一体的竞争壁垒。



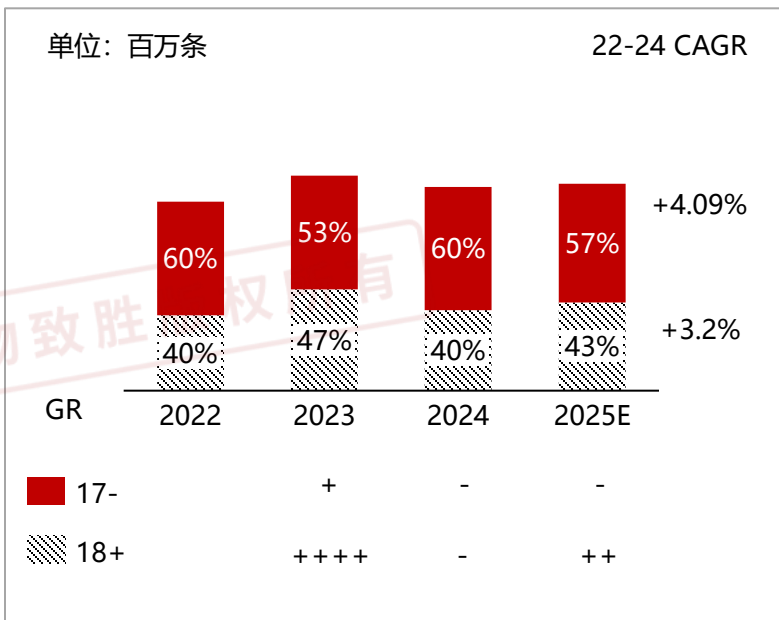
典型企业介绍——玲珑

格物致胜
Wintelligence

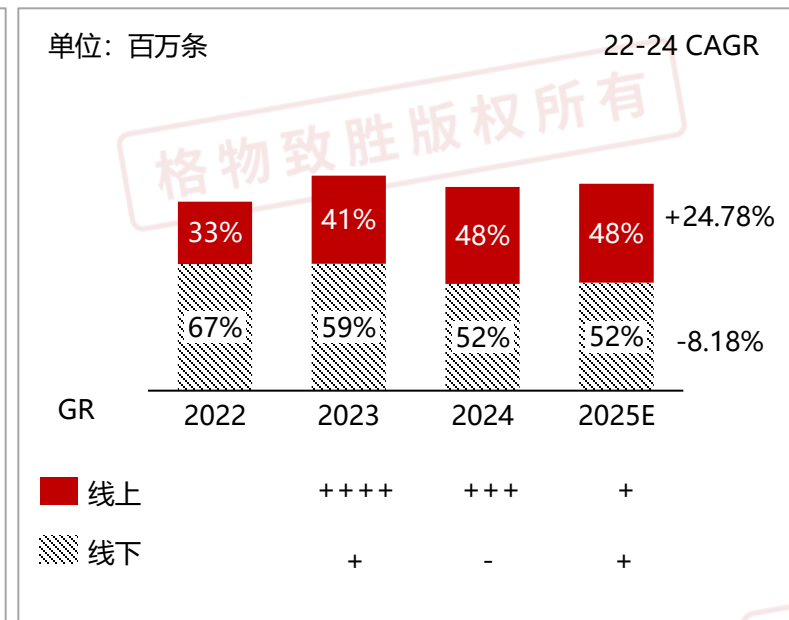
2022年~2025年国内市场销量



2022年~2025年国内替换市场分尺寸销量



2022年~2025年国内替换市场渠道销量



- 2023年，玲珑轮胎在成本改善以及需求提升等各种利好因素的推动下，业绩强势上涨，2023年大幅增长后由于市场稳定2024年业绩小幅回落，预计2025年将趋于平稳。
- 玲珑在电商渠道的布局较晚，各项运营工作正在逐步完善，未来将进一步强化线上业务，得益于与京东的战略合作，线上销售渠道持续发力，预计2025年线上线下销售差距将进一步收窄。

典型企业介绍——玲珑

格物致胜
Wintelligence

品牌业务发展趋势

技术持续突破

- 玲珑轮胎通过持续技术创新，2024-2025年推出多款中高端产品：阿特拉斯ECO-LINE921、新玲珑大师系列、终结者系列及巨胎新品，覆盖多元化需求。
- 79%可持续材料轮胎融合RFID芯片与轻量化技术，获欧盟A级认证及铃轩奖金奖。
- 新玲珑大师致控SPORT MASTER以操控升级获铃轩奖优秀奖。

重视绿色发展

- 2024年，玲珑轮胎深化可持续发展战略，以“绿色、和谐、智慧”为导向推动新质生产力发展。公司构建了符合国际标准的可持续发展体系，在双碳管理、供应链建设及公司治理方面取得显著成效。通过引入国际先进理念和技术方法，公司荣获MSCI“BB”、华证ESG“AA”、Ecovadis铜牌等7项权威认证，ESG表现获多方认可，彰显了企业在可持续发展领域的领先地位。

升级营销体系

- 2024年，玲珑轮胎通过战略合作与品牌升级实现业务突破：4月与京东汽车达成战略合作，打通线上线下全渠道营销，并成为首批政府以旧换新补贴品牌；9月将“玲珑养车驿站”升级为“阿特拉斯养车驿站”，推出新能源轮胎修补等特色服务。同时，通过构建商用车后市场生态，覆盖24省101市，设立1061家门店，依托新零售3.0系统实现全链路数字化服务，打造“产品+服务+价值”综合平台。

加速全球布局

- 玲珑轮胎以“7+5”全球战略布局为核心（中国7个+海外5个生产基地2024年9月，塞尔维亚基地（中国轮胎业欧洲首厂）一期量产，产品主供欧洲市场，该项目不仅是塞尔维亚最大绿地投资，更带动当地产业链协同发展。通过“智能制造+全球布局”双轮驱动，公司持续提升国际竞争力。

典型企业介绍——中策

格物致胜
Wintelligence

| 关于企业

- 中策橡胶集团有限公司前身是1958年建立的杭州海潮橡胶厂，是集轮胎研发、生产、销售以及汽车后市场服务为一体的大型轮胎企业，拥有三万余名员工和两千余名工程技术人员。
- 中策旗下拥有朝阳、威狮、好运、全诺、雅度、ARISUN等知名轮胎品牌。

- 1958年，建立杭州海潮橡胶厂，是中国最早的橡胶厂之一
- 1966年，该厂开始生产“朝阳牌”轮胎
- 1992年，与香港中策投资有限公司合资成立中策橡胶
- 1993年，杭州下沙基地开工建设
- 2013年，更名为中策橡胶集团有限公司
- 2023年，中策橡胶向上交所递交了招股书，拟在沪市主板上市
- 2024年，天玑乘用车胎技术发布



线下布局网络

国内工厂及产能

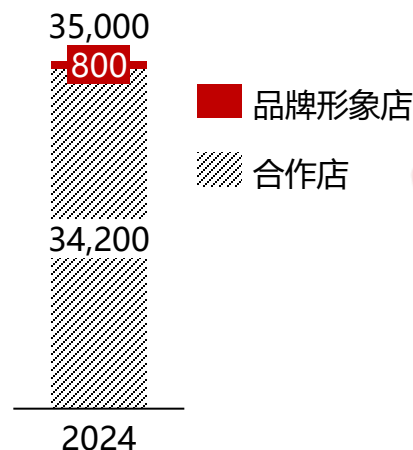
下沙工厂	大江东工厂	金坛工厂	PCR 产能利用率
4000万	1000万	1000万	99.6%



中策橡胶下沙和大江东为中策主要的半钢轮胎生产基地，大江东工厂逐渐承接下沙工厂产能，金坛工厂25年一季度刚刚投产，大江东及下沙工厂满负荷运转，日产轿车胎近15万条，目前国内产能~6000万。

线下门店数量

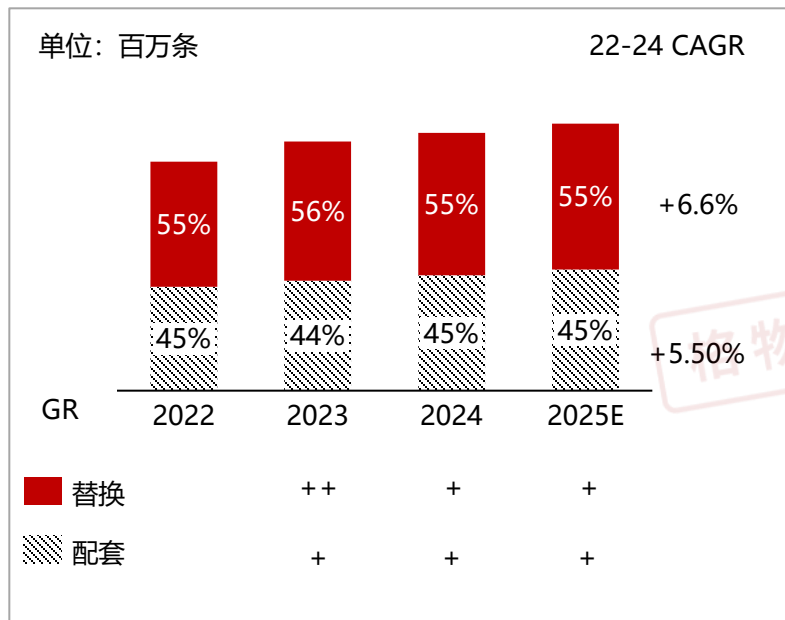
作为80多家高端汽车品牌的轮胎供应商，中策橡胶的产品覆盖市面上超90%的车型，其线下网络包含超800家车空间形象店及3万多家合作经销门店，形成覆盖全国及海外的一站式服务生态。



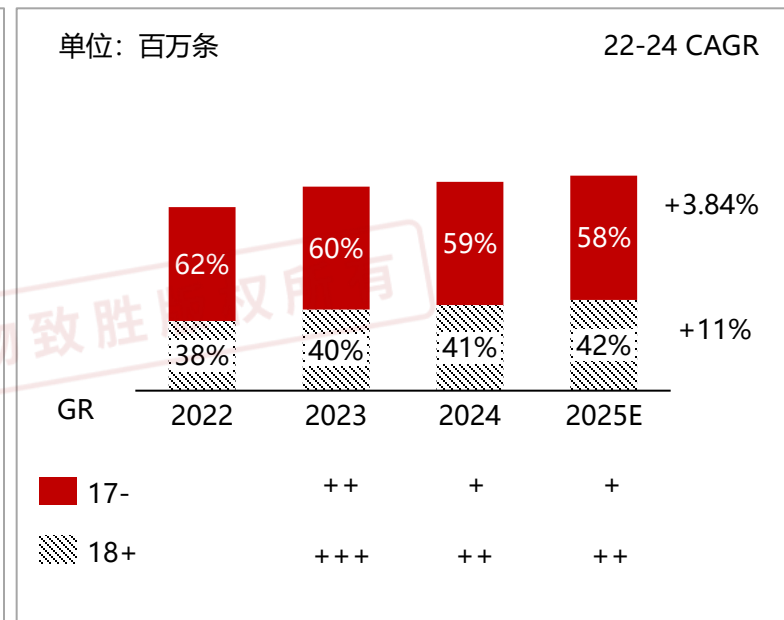
典型企业介绍——中策

格物致胜
Wintelligence

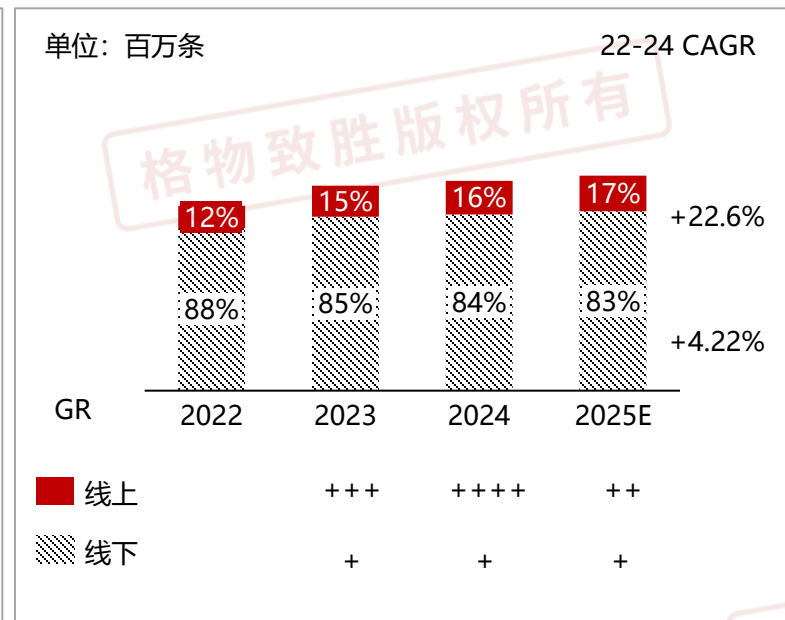
2022年~2025年国内市场销量



2022年~2025年国内替换市场分尺寸销量



2022年~2025年国内替换市场渠道销量



注：上述统计包含朝阳、好运、西湖、全诺、威狮

- 中策轮胎近年来呈现“先扬后稳”的发展态势，2023年实现销量大幅跃升后，2024年增速虽有所放缓但仍保持正向增长，预计2025年将进入平稳发展阶段。
- 公司积极拥抱数字化转型，通过布局线上直销新模式实现线上业务快速增长，并敏锐把握新能源汽车市场机遇，推动大尺寸轮胎产品销量显著提升，展现出良好的市场适应能力和产品结构调整成效。

典型企业介绍——中策

格物致胜
Wintelligence

品牌业务发展趋势

推进绿色节能

- 公司以降低能耗为目标，依托能源管理平台推进绿色转型。在材料方面，增加环保炭黑、生物基材料应用。
- 生产上采用低温混炼、氮气硫化等绿色工艺，并实施空压机改造等节能措施，显著降低能耗。同时利用硫化尾气余热发电，实现资源循环利用，助力双碳目标。

数字化赋能生产

- 随着人工智能、大数据、云计算、5G 通信以及工业物联网等技术在工业领域的发展，公司紧跟时代步伐，拥抱智能新技术，以数字化赋能企业“研、产、供、销”全产业链。公司与阿里云深度合作研发“中策-ET 工业大脑系统”。

推进全球布局

- 公司近年来持续深化国际化发展战略，通过多维度布局加速全球化进程。在销售网络建设上，公司已在美国、巴西、德国等重点市场设立销售子公司，构建起覆盖全球主要经济区域的营销体系。
- 在技术研发领域，公司积极与国际领先的装备制造开展战略合作，吸收全球先进制造经验，不断提升产品技术含量和质量水平。

持续投入研发

- 2025年中策公司继续坚持以创新为核心，持续加大技术研发、人才培养和设备投入。通过引进专业带头人与高校及科研机构开展产学研合作，提升研发能力，形成多项自主知识产权技术，应用于高性能轮胎研发。
- 已成功开发标准测试轮胎、全钢丝子午胎、低噪音轮胎等高科技产品，并拥有省级技术中心、研究院、博士后工作站等多个创新平台。

典型企业介绍——佳通

格物致胜
Wintelligence

| 关于企业

- 佳通轮胎 (Giti) 也被称为佳通轮胎, 佳通轮胎集团成立于1951年, 是一家新加坡跨国企业, 主要从事轿车、SUV、卡车及巴士子午线轮胎的研发与生产。在中国、印尼等地设有大型生产基地。
- 佳通轮胎以技术创新为核心, 旗下拥有佳通 (Giti)、佳安 (GT Radial)、佳通舒适 (GitiComfort) 等多个知名品牌。

- 1951年: 佳通轮胎创始于印度尼西亚
- 1993年: 进入中国市场, 合资成立安徽佳通轮胎有限公司
- 2004年, 整合中国资产至佳通轮胎 (中国) 投资有限公司
- 2015年, 佳通轮胎重庆工厂因产能过剩关闭
- 2021年, 触发退市风险警示
- 2023年, 受益于市场需求回暖, 净利润同比增376.1%
- 2024年, 以19%增长率位列全球轮胎品牌价值第九



线下布局网络

国内工厂及产能

桦林工厂PCR

560万

安徽工厂PCR

2000万

福建工厂PCR

860万



PCR 产能利用率

92%

佳通轮胎以技术创新驱动市场布局, 聚焦中高端乘用车与新能源领域, 通过全场景产品矩阵和数字化营销体系构建全球化竞争力。目前产能3420万。

线下门店数量

截至2024年, 佳通轮胎在中国构建了“20,000+ 合作店+1,000 品牌形象店”的线下网络体系, 兼具覆盖率与高端服务能力。合作店以授权零售为主, 覆盖乘用车与商用车领域; 品牌形象店则通过标准化服务提升用户体验, 巩固品牌溢价能力。区域分布上, 中东部省份密度较高。

21,000

1,000

20,000

2024

■ 品牌形象店
▨ 合作店

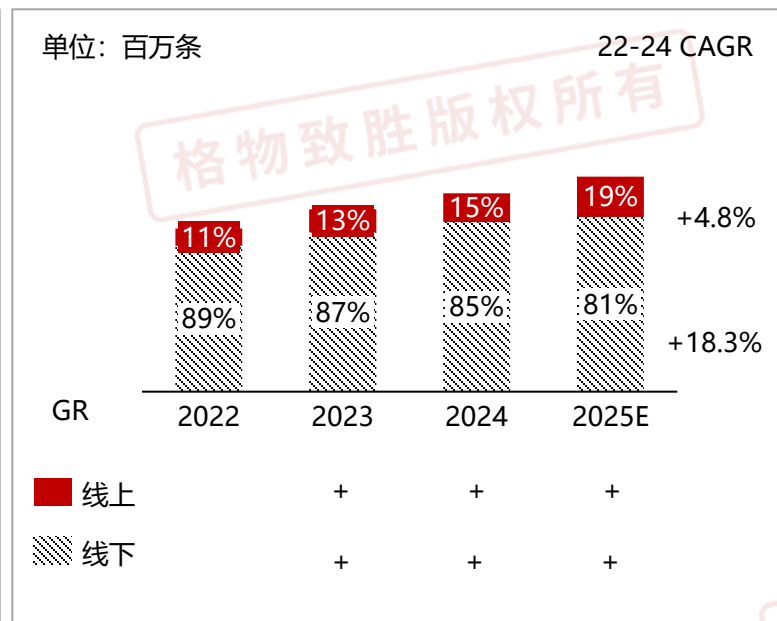
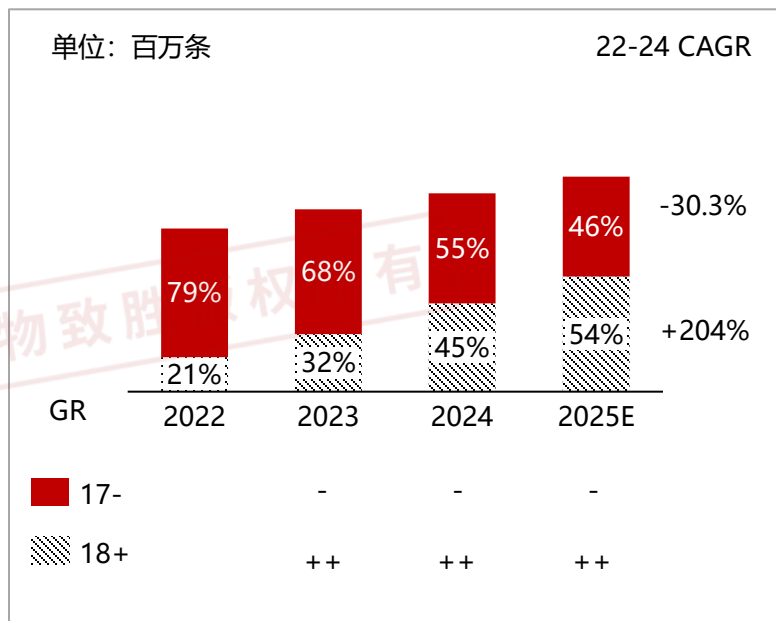
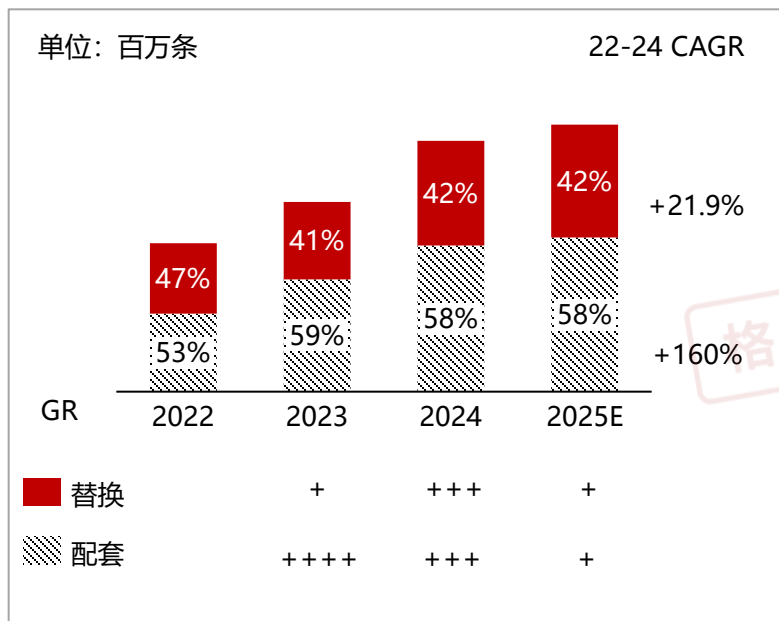
典型企业介绍——佳通

格物致胜
Wintelligence

2022年~2025年国内市场销量

2022年~2025年国内替换市场分尺寸销量

2022年~2025年国内替换市场渠道销量



- 佳通轮胎经历了一段艰难时期后迎来显著复苏，在2023年抓住市场回暖机遇实现销量大幅反弹，较前几年受困于内部调整和疫情影响的低迷表现形成鲜明对比，2024年继续保持稳健上升态势。
- 公司精准把握新能源汽车产业升级趋势，通过战略性调整产品结构，逐步将产能重点转向大尺寸新能源轮胎领域，并同步推进全渠道营销体系建设，线上电商平台与线下经销商网络协同发力，推动整体销售业绩实现双位数增长，展现出强劲的转型发展动能。

典型企业介绍——佳通

格物致胜
Wintelligence

品牌业务发展趋势

智能智造升级

- 佳通将持续推进“数转智改”战略，以数字化和智能化重构生产全流程。通过建设等数字中心，整合业务数据并优化流程，同时引入AI驱动的物流系统，实现生产效率提升20%以上。
- 2025年计划投入2.5亿元用于智能工厂建设，目标将产品不良率降至0.1%以下。此外，智能轮胎将研发嵌入RFID芯片技术，实时监测各项数据，构建车联网生态。

绿色低碳转型

- 依托零碳转型计划，佳通将在2025年实现温室气体排放量较2021年减少15%。具体举措包括：福建工厂新增2.5万平方米光伏装机安徽绿色工厂布设35万平方米光伏设备，使自有光伏供电占比达20%。此外，桦林工厂将试点风力发电替代燃煤，安徽工厂引入垃圾发电供电，构建循环经济模式。

新能源产品迭代

- 针对新能源商用车市场，佳通将推出GAR537pro和GAR862pro两大主力产品，应用T5启智科技平台优化低滚阻与阻燃性能。通过仿真平台开发适配电动车的静音胎面花纹，目标降低胎噪5分贝以上，并研发耐高压电池包防护轮胎技术。
- 2025年新能源产品线营收占比计划从10%提升至25%，覆盖80%国内新能源商用车品牌配套需求。

全球本土化协同

- 深化“全球化研发+本土化创新”双轮战略，依托美国、德国、中国、印尼五大研发中心开发区域定制化产品。
- 计划在欧洲设立新生产基地，缩短供应链响应时间，目标2025年海外营收占比突破40%。渠道端将与途虎养车等合作推出“长城轮胎”高端品牌，通过“终身质保”服务强化本土用户粘性。

结束语

- 本报告数据主要来自业内专家的访谈，数据和结论距离市场真实情况可能存在一定偏差，请使用者谨慎使用。对于使用本报告可能造成的投资、决策等风险，本公司概不负责。
- 格物致胜（Wintelligence）拥有对本报告的解释权。

序号	产品名称	发行时间	购买费用（元）
1	2025年中国半钢轮胎市场白皮书	2025年9月	免费
2	2025年中国全钢轮胎市场白皮书	2025年10月	15,000
3	2025年中国新能源汽车专用轮胎市场白皮书	2025年11月	15,000
4	2025年中国越野胎市场白皮书	2025年12月	15,000