

轮胎 - 中国 - 2016年6月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“尽管面临供给侧压力，但在汽车保有量持续上升和消费者知识不断增长的拉动下，国内乘用车轮胎市场将重现繁荣。潜在机遇在于通过线上和线下渠道提供专业咨询服务，以及根据目标受众的人生阶段和居住区域采取差异化的市场营销策略。”

— 过人，高级研究分析师，中国

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 本土轮胎制造商未来将何去何从？
- 如何正确线上布局？
- 如何进行有效和高效的营销？

2015年，中国国内乘用车轮胎市场遭遇转折点。外在贸易壁垒与内部激烈竞争内外交困，导致来路布满荆棘。如今，轮胎制造商满足中国国内市场需求程度将决定其前行之路的远近，“产量为王”的时代已经一去不返。好消息是，中国车主的替换胎消费模式有迹可循，让品牌有机会借助多重战略主导市场。该报告将探索轮胎市场的商机，分析相关影响。

购买这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

轮胎 - 中国 - 2016年6月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告定义

综述

市场

数据 1: 中国乘用车轮胎市场容量预测，2016-2021年

公司与品牌

数据 2: 中国轮胎市场份额（按总生产量区分），2013-2015年

数据 3: 中国乘用车轮胎市场份额（按销售额区分），2015年

消费者

数据 4: 关键考虑因素（重要性加权均值），2015年11月

数据 5: 愿意为单条轮胎支付的平均价格（按车主分型区分），2015年11月

数据 6: 对购买渠道的看法，2015年11月

数据 7: 不同车主偏爱的轮胎购买渠道（按汽车价格区分），2015年11月

数据 8: 购买渠道看法对比（按车主区分），2015年11月

数据 9: 售前咨询服务满意度和轮胎价格的关系，2015年11月

数据 10: 关键考虑因素——非常重要和比较重要（按年龄区分），2015年11月

数据 11: 愿意为单条轮胎支付的平均价格（按城市区分），2015年11月

数据 12: 品牌知名度与渗透率，2015年11月

数据 13: 品牌渗透率和愿意为单条轮胎支付的价格，2015年11月

数据 14: 部分品牌在各城市的渗透率，2015年11月

我们的观点

议题与洞察

本土轮胎制造商未来将何去何从？

现状

启示

如何正确线上布局？

现状

启示

如何进行有效和高效的营销？

现状

启示

市场——您所需要了解的

市场增长乏力

面临多重阻碍

但有更强推动

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

轮胎 - 中国 - 2016年6月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

恢复繁荣可期

市场规模与预测

全球轮胎市场上的重量级角色

生产放缓

数据 15: 中国乘用车轮胎产量, 2011-2015年

有望回弹

数据 16: 中国乘用车轮胎市场容量预测, 2016-2021年

市场因素

供给侧结构性改革

海外调查

数据 17: 中国乘用车轮胎出口量, 2012-2016年 (估计)

汽车工业增长

数据 18: 中国新乘用车总销售量预测, 2016-2020年

车主意识

在线轮胎销售平台的发展

重点企业——您所需要了解的

海外品牌统治乘用车轮胎市场

渠道整合

市场领导者的全面市场营销活动

功能强化抑或产品革命

市场份额

本土企业产能辉煌

数据 19: 中国轮胎市场份额 (按总生产量区分), 2013-2015年

海外品牌销量称霸

数据 20: 中国PCR轮胎市场份额 (按销售额区分), 2015年

竞争策略

体育赛事赞助

在线零售

产品细分

社交媒体活动

谁在创新?

革命性产品

“智能”起来

跨界营销

利用名人影响

消费者——您所需要了解的

质量重于价格

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

轮胎 - 中国 - 2016年6月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

渠道转换成本低

然而渠道形象迥然不同

瞄准合适的年龄群

关注区域差异

轮胎价格

驾驶老手倾向购买更好的轮胎

数据 21: 愿意为单条轮胎支付的平均价格 (按车主分型区分), 2015年11月

地理因素影响轮胎选择

数据 22: 愿意为单条轮胎支付的平均价格 (按城市区分), 2015年11月

购买渠道

传统实体店仍受重视

数据 23: 购买渠道, 2015年11月

近半数愿意尝试在线购买

购买渠道偏好各异

数据 24: 不同车主偏爱的轮胎购买渠道 (按汽车价格区分), 2015年11月

缺乏渠道忠诚度

对购买渠道的看法

差异显著

数据 25: 对购买渠道的看法, 2015年11月

豪华车车主偏爱实体渠道

数据 26: 购买渠道看法对比 (按车主区分), 2015年11月

售前咨询服务带动在线销售业绩

数据 27: 售前咨询服务满意度和轮胎价格的关系, 2015年11月

关键考虑因素

安全第一

数据 28: 关键考虑因素 (重要性加权均值), 2015年11月

期望在线渠道提供更多折扣产品

看重的因素因城市而异

不同年龄群体的需求各异

数据 29: 关键考虑因素——非常重要和比较重要 (按年龄区分), 2015年11月

品牌知名度与渗透率

市场营销努力收获成果

数据 30: 品牌知名度与渗透率, 2015年11月

择城施略

数据 31: 部分品牌在各城市的渗透率, 2015年11月

品牌的不同段位

数据 32: 品牌渗透率和愿意为单条轮胎支付的价格, 2015年11月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

轮胎 - 中国 - 2016年6月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

对于轮胎的态度

更了解轮胎

数据 33: 对于轮胎的态度, 2015年11月

品牌选择随渠道改变

数据 34: 对于轮胎的态度 (按渠道区分), 2015年11月

认识英敏特城市精英人群

更高的在线购买意愿

比其他人更挑剔

数据 35: 关键考虑因素 (按英敏特城市精英人群和其他人群区分), 2015年11月

轮胎知识更丰富

附录——市场规模与预测

数据 36: 中国乘用车轮胎市场规模及预测, 2011-21

附录——研究方法和缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com