



## 两会聚焦：橡胶轮胎行业的“第二增长曲线”在哪里？

Focus of the Two Sessions: Where is the "Second Growth Curve" of the rubber tire industry?

2026年《政府工作报告》提出，传统产业、新兴产业、未来产业，要这样发展！

### 优化提升传统产业

持续推进重点产业提质升级，新部署一批重大技术改造升级项目，安排2000亿元超长期特别国债资金支持大规模设备更新。

实施新一轮制造业重点产业链高质量发展行动，强化产业基础再造和重大技术装备攻关，打造一批国家先进制造业集群。

推行普惠性“上云用数赋智”服务，持续加大对中小企业数字化转型的支持。

拓展智能制造，新建设一批智能工厂和智慧供应链。

发展智能建造，培育现代化建筑产业链。加快推进标准升级，强化质量监督和品牌建设，支持企业提供更加优质、更具特色的产品。

### 培育壮大新兴产业和未来产业

实施产业创新工程，鼓励央企国企带头开放应用场景，打造集成电路、航空航天、生物医药、低空经济等新兴支柱产业。

建立未来产业投入增长和风险分担机制，培育发展未来能源、量子科技、具身智能、脑机接口、6G等未来产业。

构建促进专精特新中小企业发展壮大机制培育独角兽企业。高效用好国家创业投资引导基金，大力发展创业投资、天使投资，政府投资基金要带头做耐心资本，推动更多初创企业加快成长为科技领军企业。

新兴产业、未来产业，代表着新一轮科技革命和产业变革的方向，是培育发展新动能、获取未来竞争新优势的关键领域。

摘编自“中国橡胶”

## 德国研究团队开发基于聚乳酸(PLA)的高性能复合材料，用于电气行业

A German research team has developed high-performance composite materials based on polylactic acid (PLA) for use in the electrical industry

塑料对电气行业至关重要——它们起到绝缘和保护作用，因此必须具备耐热、阻燃和高机械强度等特性。目前，聚酰胺或聚碳酸酯等化石基塑料是电气行业的主要材料，而生物基替代品则十分匮乏。在近期启动的为期两年的联合研究项目“HighTechPLA”中，德国弗劳恩霍夫环境、安全和能源技术研究所(Fraunhofer UMSICHT)与合作伙伴共同开发一种基于聚乳酸(PLA)的生物基高性能复合材料。

在德国，电气/电子行业每年加工约100万吨塑料，其中绝大部分是化石基塑料，而可再生塑料的使用量则相对较少。一种可用于电气行业的生物基替代材料有望为实现2050年碳中和目标做出巨大贡献。当前主要挑战在于赋予生物基塑料特定的、相互影响的功能，进一步开发其技术应用，并使其在经济上与传统的注塑成型工艺兼容。

在“HighTechPLA”联合研究项目中，研发团队正在开发一种基于PLA的高性能电子元件材料。该联盟汇集了材料开发、注塑成型和生产开发领域的研究和产业界专家。其初步目标是深入了解PLA化合物的结构-性能关系，从而系统地解决结晶行为、冲击强

度和阻燃性之间的性能冲突。

通过建立结构——性能模型，后续将实现配方和工艺的实用性模拟仿真，并在实际生产设施中进行验证。Fraunhofer UMSICHT 循环与生物基塑料部门的 Christina Eloö 解释道：“我们的目标是确保项目成果能够快速转化为可上市的产品。这些成果还有潜力推广到其他行业。”

据悉，该项目联盟成员包括：Fraunhofer UMSICHT、FKuR Kunststoff GmbH、Georg Schlegel GmbH & Co. KG、Bodo Ehmann GmbH、Werner Langer GmbH & Co. KG、LED Linear GmbH。

摘编自“PUWORLD”

## 跻身全球 500 强背后，轮胎行业实力分化

Behind Fortune 500 inclusion: the growing disparity in the tire industry's competitiveness

根据 Brand Finance 发布的《2026 年全球 500 强》报告，世界领先的轮胎制造商继续保持其在全球最有价值品牌中的地位，尽管它们面临着来自科技和数字平台公司爆炸式增长的压力。

根据最新的轮胎行业排名（该排名将纳入 2026 年全球 500 强榜单），米其林继续保持全球最具价值和最强轮胎品牌的地位，品牌价值约为 88 亿美元，品牌实力指数得分为 92.6 分（满分 100 分）。米其林目前已跻身全球所有行业十大最强品牌之列，这表明其品牌价值远超轮胎领域。

普利司通位列全球第二大轮胎品牌，品牌价值约为 83 亿美元。尽管随着科技和数字品牌的快速发展，两家公司在全球 500 强排名中均略有下滑，但全球轮胎品牌等级顶端的两大巨头格局依然稳固。

### 轮胎行业代表仍然有限

通常只有少数轮胎制造商能够跻身全球 500 强，近年来米其林和普利司通一直是其中的常客。考虑到来自科技、金融和消费品巨头的激烈跨行业竞争，能够入选该榜单本身就是轮胎品牌的一项殊荣。

大陆集团在轮胎品牌排名中位列第三，但其品牌价值下降了约 16% 至 39 亿美元，这使得它与排名前两位的制造商相比，进入全球 500 强或向上发展更具挑战性。

## 中国品牌增长最为强劲

轮胎行业最具活力的发展来自中国和新兴制造商。佳通、玲珑、森麒麟和赛轮等品牌被认为是轮胎品类中增长最快的。它们的快速扩张反映了积极的产能提升、具有竞争力的价格以及不断增长的原厂配套份额。然而，它们的绝对品牌价值和品牌实力指数得分仍暂低于通常入选全球 500 强所需的门槛。

### 工业品牌面临压力

轮胎品牌在全球 500 强中的相对地位正变得日益艰难。人工智能、半导体、电子商务和社交媒体公司品牌价值的爆炸式增长意味着，即使是那些稳健且现金流充裕的工业品牌，尽管估值保持稳定或小幅增长，其排名也会随之下降。

对于轮胎制造商而言，如今能够在如此拥挤的跨行业排名中保持地位本身就是一种成就，这表明他们在资本密集型、竞争激烈的市场中具有强大的韧性和基本面。

### 行业正处于十字路口

2026 年的排名显示，轮胎行业正面临重大转型。米其林和普利司通等传统领军企业正利用其强大的历史传承、技术和服务体系，抵御来自高端竞争对手和快速崛起的挑战者的冲击。

与此同时，电动汽车和智能互联汽车的兴起、不断演变的出行模式以及日益严格的可持续发展要求，正在重塑强大轮胎品牌的构成要素。轮胎行业能否成功地将技术性能以及在环境、社会和治理（ESG）方面的进步转化为全球公认的品牌实力，将决定未来几年是否有更多轮胎制造商能够跻身全球 500 强。

尽管面临诸多挑战，米其林和普利司通持续跻身全球 500 强，凸显了强大的工业品牌具有持久的战略价值。它们的业绩表明，尽管科技和数字平台可能占据新闻头条和顶级排名，但建立在创新、质量和消费者信任基础上的管理完善的制造品牌仍然拥有重要的全球品牌价值。

摘编自“橡胶快递”

(R-03)

