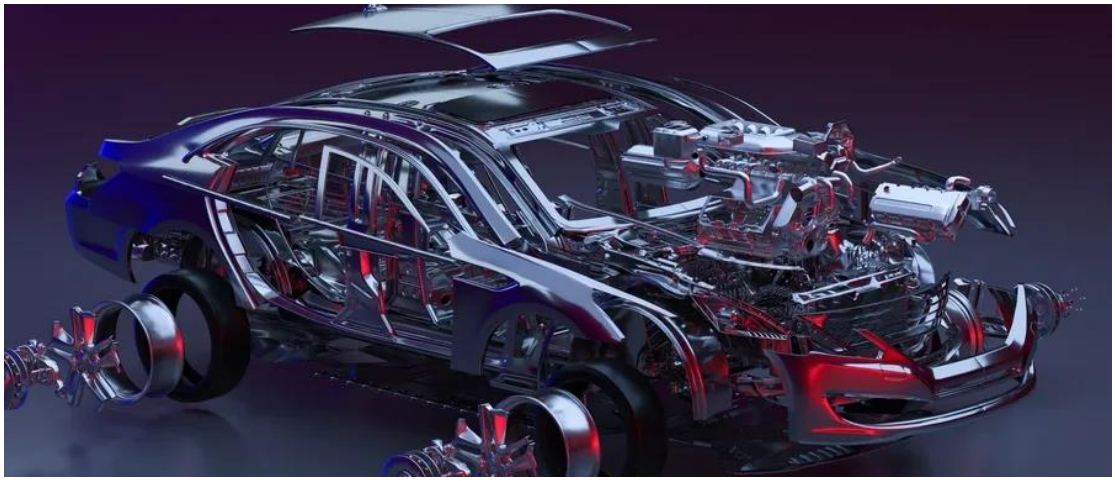
中国汽车零件产业，路在何方？



壹
我国汽车行业发展概况

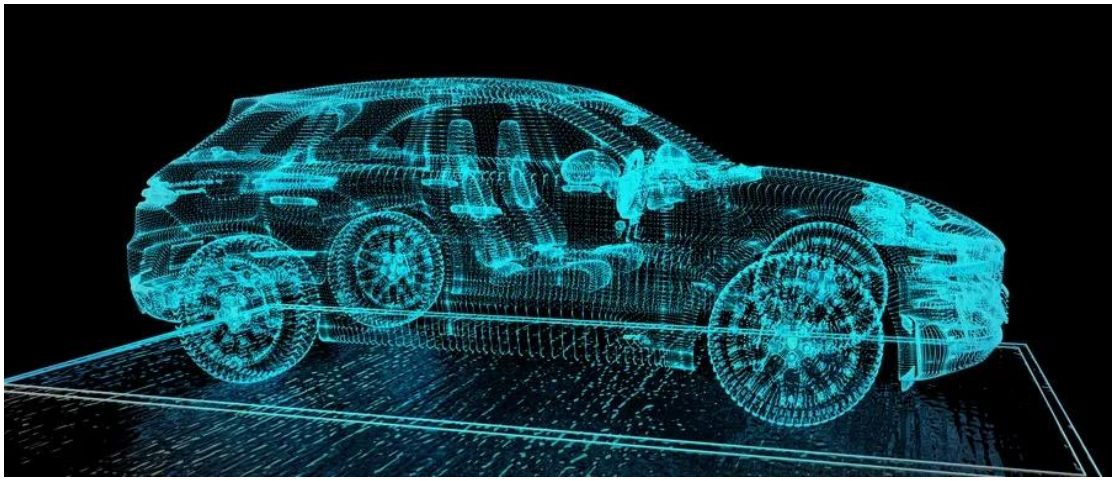
自 2010 年以来，我国汽车产业产销量快速扩张，目前已经形成了种类多样，配套完善的产业体系。汽车工业产业链长，覆盖面广，上下游关联行业众多，在我国国民经济发展中发挥着十分重要的作用。从产业规模来看，根据中国汽车工业协会统计数据，2018 年我国汽车产销量分别为 2,776.76 万辆、2,803.89 万辆，连续多年位居世界第一。2019 年我国汽车产销量分别为 2,569.93 万辆、2,575.45 万辆。



就细分市场来看，我国乘用车在汽车市场中占据主体地位。2010 年-2018 年，我国乘用车产销量从 1,388.67 万辆和 1,374.89 万增长至 2,348.87 万辆和 2,367.15 万辆，复合增速达到 6.79%和 7.03%。2019 年，我国乘用车产销量分别 2,134.18 万辆和 2,143.29 万辆。乘用车在我国汽车总体市场中地位不断巩固，2019 年乘用车销量占汽车总销量的比例达到 83.22%，连续 8 年超过 80%。受到国内外贸易形势和小排量乘用车购置税优惠政策退坡等因素的影响，近年来我国乘用车销量持续下滑，2018 年乘用车产销量比上年同期分别下降 5.41%和 4.33%，2019 年产销量分别同比下降 9.14%和 9.46%。



由于我国当前人均汽车保有量与发达国家相比仍存在较大差距，我国乘用车市场仍然具有较好的前景。我国商用车市场受到整体宏观经济形势的影响，产销量增速波动较大，整体呈现上升趋势。2016-2018 年，我国商用车市场产销量连续增长，2018 年商用车产销量较 2017 年分别增长 0.87%和 4.05%。2019 年，受宏观环境影响，商用车产量较 2018 年增长 1.84%，销量较 2018 年下降 1.05%。未来随着我国城镇化的不断推进和基础设施建设，商用车市场仍将有望获得进一步所发展。



贰

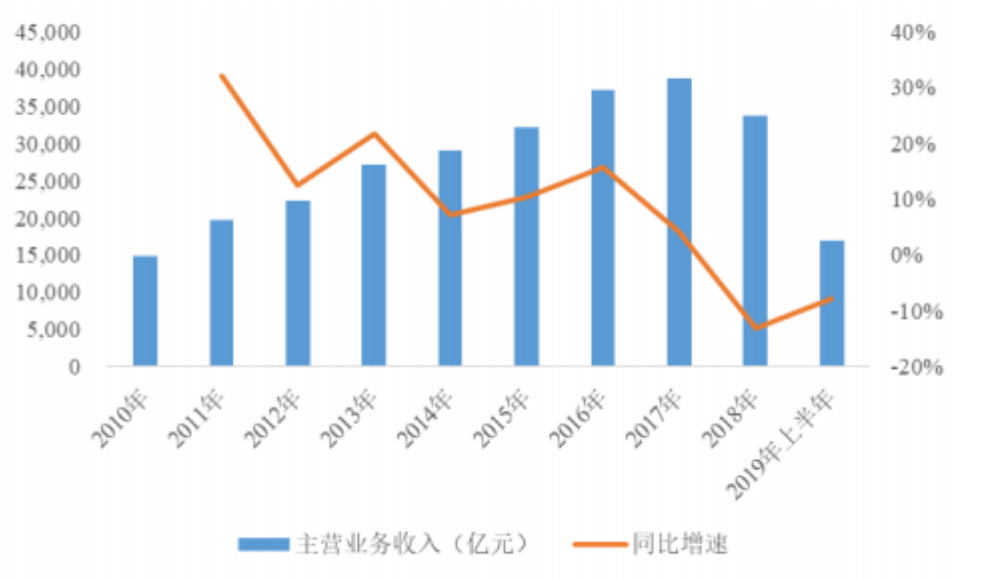
我国汽车零部件行业市场状况

① 我国汽车零部件行业市场规模

我国汽车零部件行业的发展与汽车工业的发展息息相关。近年来，随着我国汽车工业的稳定发展，我国汽车零部件行业开始进入上升通道。2000 年至 2017 年，下游整车市场的旺盛消费需求驱动国内零部件行业迅速发展。2018 年以来受汽车行业整体市场变动的影响，汽车零部件行业主营业务收入出现下滑。根据国家统计局数据，2018 年我国汽车零部件行业营业收入达 33,741.12 亿元，同比下降 13.04%。2019 年上半年我国汽车零部件行业营业收入 17,008.20 亿元，较去年同期下降 7.82%，降幅收窄。

2010-2019 年上半年我国汽车零部件行业销售收入增长情况

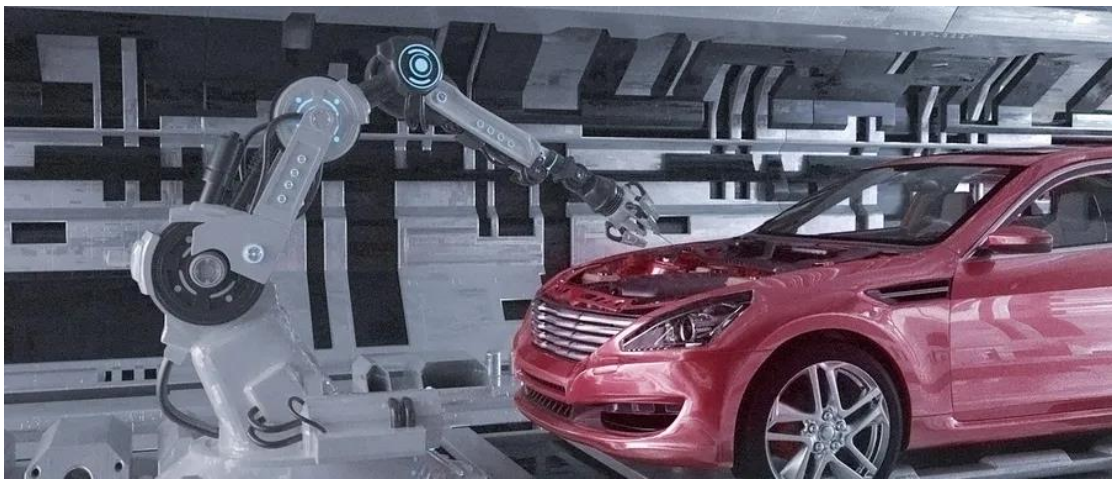
单位：亿元



数据来源：国家统计局

②我国汽车零部件产业分布情况

经过多年发展，我国汽车零部件产业的区域集中度持续提高，目前已形成东北、环渤海、中部、西南、珠三角及长三角六大汽车零部件产业集群。六大产业集群中，汽车零部件企业并围绕整车制造产业形成周边套体系，提高了产业链纵向延伸和横向合作的效率，产业链协同效应初步显现，结构竞争优势大幅提升，集群规模和集群效应持续凸显。



③我国汽车零部件进出口情况

随着零部件全球化发展，我国零部件行业结束了面向单一汽车集团、面向单一配套市场或售后市场的局面，加大了零部件产品的出口。根据中国汽车工业协会的数据，2017 年我国汽车零部件出口金额为 834.11 亿美元，同比增长 38.44%，主要出口到亚洲、非洲等传统发展中国家和地区，同时我国汽车零部件企业在拉丁美洲等新兴市场开拓效果逐步加强，在欧美低端市场及售后配套市场也取得了一定突破。在出口产品中，汽车轮胎、铝制车轮和减震器出口金额较大，2017 年出口金额达到 124.53 亿美元，42.93 亿美元及 24.83 亿美元。在进口方面，2017 我国零部件进口额累计 370.48 亿美元，同比增长 7.09％。在进口产品中，汽车变速箱和发动机的占比较高，2017 年进口金额分别为 125.30 亿美元及 47.92 亿美元，占当年进口零部件产品的比例分别为 33.82%及 12.93%。



叁

① 产业链条趋于完善，产业配套和集群优势持续增强

经过多年的发展，我国的汽车零部件行业产业链趋于完善，从纵向供应链来看，中国品牌汽车零部件产业上游已经覆盖钢材、橡胶、石化等基础原材料，中游具备与整车协同设计开发、生产制造的能力，下游也形成了零部件装配、物流、销售及售后服务一体化的整体能力。从横向产品结构来看，中国品牌汽车零部件企业已具备乘用车及商用车零部件系统、零部件及子系统的产业化能力，产品全面覆盖动力总成、底盘（传动系、行驶系、制动系、转向系、悬架系统等）、车身及附件、电子电器、模具及通用件产品。同时各大产业集群内部已形成分工合理、紧密协作的上下游配套关系，产业链资源整合和垂直分工合作不断加强，在全球汽车产业供应体系竞争力持续提升。



②自主品牌综合竞争力不断提升，呈多元化和专业化发展

随着市场规模的不断扩大，我国汽车零部件企业品牌竞争力逐年提升，并通过差异化的多层次发展，以及多元化推动，实现了产业规模的迅速扩张，在各个细分行业之间形成了显著的协同效应。其中，在商用车零部件配套体系方面，中国品牌零部件企业基本上形成驾驶室、发动机、变速器、车桥、车架、悬架等一体化的内部供应体系，并占据国内市场的主导地位。部分商用车零部件企业则推行多元化策略，积极拓展乘用车、工程机械、农用机械、船用设备配套市场，而部分实力较强的商用车零部件企业开始逐步走出国门，参与国际市场竞争，并与跨国企业进行战略合作，市场覆盖面逐步扩大，品牌影响力不断提升。乘用车零部件配套体系呈现两极分化式发展局面。在中高端乘用车方面，为实现价值最大化，中高端乘用车配套零部件呈现模块化、通用化和本土化发展趋势，汽车零部件成本逐步趋于合理，但这一领域目前仍由外资企业主导，尤其在电气化、高精密型零部件领域。中低端零部件企业则依附于中国品牌乘用车的规模化发展，以先进的现代企业管理方式为基础，不断培养和提升企业产品质量控制、采购物流管理、风险控制等能力，构建高效率的生产组织方式，逐步实现了技术突破和升级，并在 SUV、MPV 领域取得了较大突破。



③汽车后市场方兴未艾，“互联网+”制造服务化融合发展

随着我国汽车产量的迅速增长，我国汽车保有量正呈高速增长态势，截至 2019 年末，全国汽车保有量达到 2.6 亿辆，2019 年汽车新注册登记 2,578 万辆，为我国汽车后市场的发展带来了巨大机会。特别是随着互联网、车联网、物联网的兴起，BAT 和资本巨头的强势介入，打通线上电商系统、线下供应链整合、物流配送、专业化汽车后市场服务的各个环节和产业链条，构建透明化、高效化、精细化、人性化的汽车后市场服务已经成为趋势。在这一背景下，通过互联网、O2O 平台等方式提升服务品质、加速扩张汽车后市场版图，目前已成为众多汽车零部件企业瞄准的重点。来自不同领域的零部件企业都开始积极探索适合自身的服务模式，从而为客户提供更优质的解决方案、更高效的服务。在众多厂商的努力下，预计未来将会有更多新的商业模式、更多新兴业态出现。



④新能源、智能化正成为汽车零部件产业发展的新动力

目前，各国政府对汽车的安全、环保、节能等性能的要求不断提高，行业新技术的迅猛发展，新能源、智能化正成为汽车零部件产业发展的新动力。在新能源技术方面，在政策的支持下我国新能源汽车行业发展较快，根据中国汽车工业协会的统计，2019 年，我国新能源车累计产销量分别为 123.99 万辆和 120.61 万辆。智能化主要体现在生产方式上，汽车工业在经历了单件生产、大批量流水线、精益生产三大生产方式后，我国汽车零部件生产已经进入了融合了人工智能、机器人技术、数字制造技术、集成技术、信息技术的“智能制造”时代，柔性化、智能化、高度集成化等优势，将彻底颠覆传统的生产方式，为行业带来新的发展机遇。

