

LEGAL STATEMENT

The Information contained within the Service is either licensed from third party information providers or is the intellectual property of EMIS. This information –including the document to be made available to you- is therefore protected by copyright laws, database rights, trademarks and/or patents owned by the relevant party.

Except as otherwise permitted in the agreement (if any) between the Subscriber and EMIS, or as otherwise expressly approved in writing by EMIS, any reproduction, publishing, redistribution, sell, broadcast or circulation of the Information to any third party is strictly prohibited. No rights are granted to the Subscriber except the limited use rights. The Subscriber may not store in electronic form any shared library or archive of Information which could be used as a research application nor remove, conceal or alter any copyright notices contained in the Service or in this document.

第十一章 汽车零部件业发展情况分析

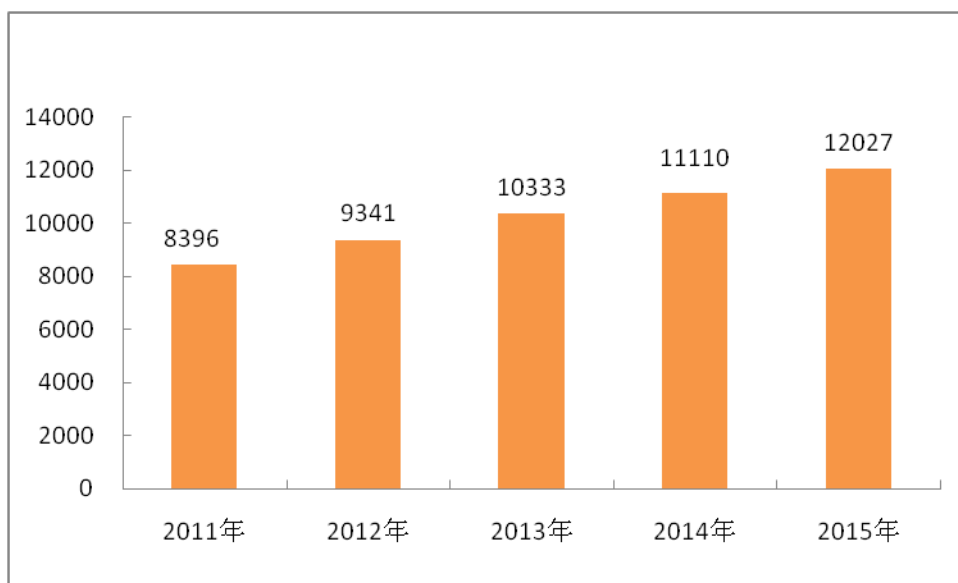
第一节 中国汽车零部件及配件制造行业运行分析

一、行业总体规模分析

（一）企业数量增长分析

截止至 2014 年底，我国规模以上汽车零部件及配件制造企业数量达 11110 家。截止 2015 年，全国共有汽车零部件及配件制造企业数量达 12027 家。

图表 1 2011-2015 年中国汽车零部件及配件制造企业数量变化趋势图

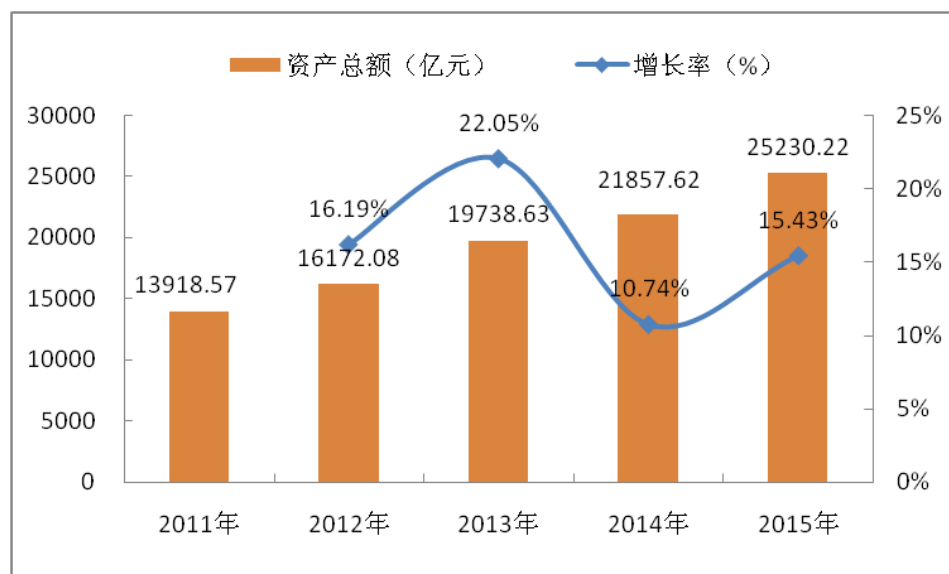


数据来源：国家统计局、中商产业研究院

（二）资产规模增长分析

2014 年，汽车零部件及配件制造共计实现资产总额达 21857.62 亿元，同比增长 10.74%。2015 年，我国汽车零部件及配件制造共计实现资产总额为 25230.22 亿元，同比增长 15.43%。

图表 2 2011-2015 年中国汽车零部件及配件制造资产总额统计

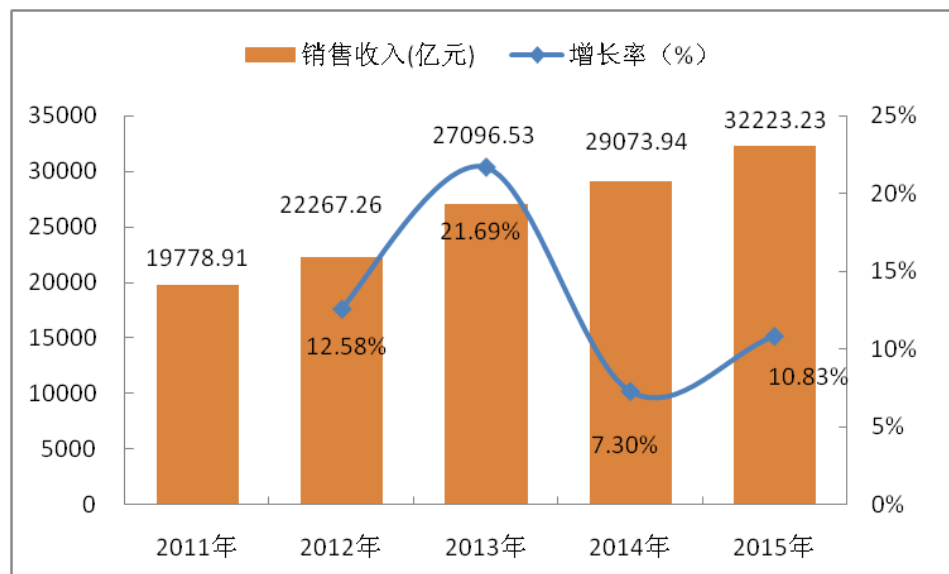


数据来源：国家统计局、中商产业研究院

(三) 销售规模增长分析

中商产业研究院通过整理国家统计局数据显示：2014 年，汽车零部件及配件制造共计实现销售收入为 2.91 万亿元，同比增长 7.30%。2015 年，我国汽车零部件及配件制造销售收入达 3.22 万亿元，同比增长 10.83%。

图表 3 2011-2015 年中国汽车零部件及配件制造销售收入统计

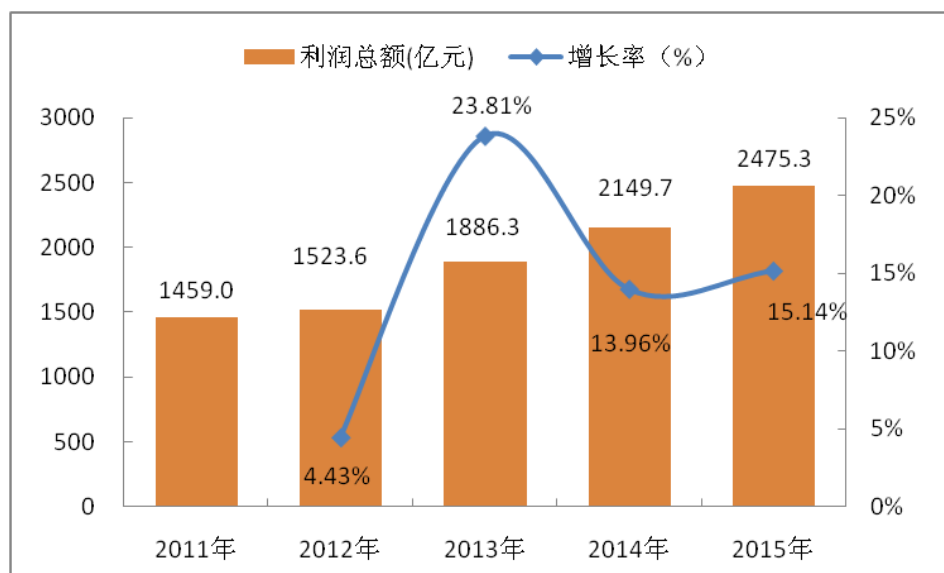


数据来源：国家统计局、中商产业研究院

（四）利润规模增长分析

2014 年，汽车零部件及配件制造共计实现利润总额达 2149.7 亿元，同比增长 13.96%。2015 年，我国汽车零部件及配件制造共计实现利润总额为 2475.3 亿元，同比增长 15.14%。

图表 4 2011-2015 年中国汽车零部件及配件制造利润总额统计



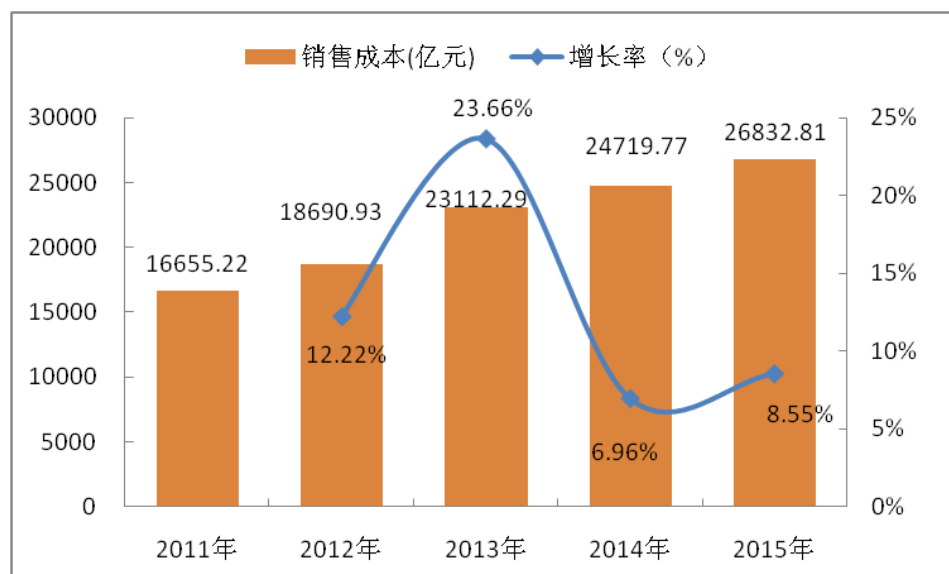
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

二、行业成本费用情况分析

（一）销售成本分析

2014 年，我国汽车零部件及配件制造行业销售成本达 2.47 万亿元，同比增长 6.96%。2015 年，汽车零部件及配件制造行业销售成本达 2.68 万亿元，同比增长 8.55%。

图表 5 2011-2015 年中国汽车零部件及配件制造行业销售成本趋势图



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

(二) 主要费用统计

2015 年，汽车零部件及配件制造行业销售费用达 618.69 亿元，管理费用达 1526.87 亿元，财务费用达 239.54 亿元。

图表 6 2011-2015 年中国汽车零部件及配件制造行业费用统计

	销售费用（千元）	管理费用（千元）	财务费用（千元）
2011 年	39500921	88791874	14001816
2012 年	45380577	107668598	18081750
2013 年	57418569	129151656	19862081
2014 年	60192696	144083239	21256375
2015 年	61869412	152687201	23953877

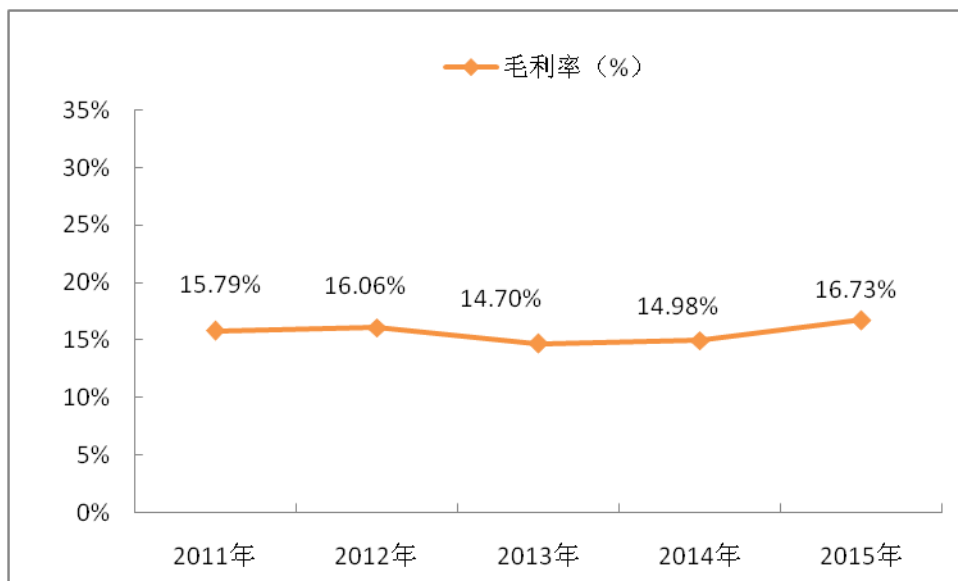
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

三、行业财务指标总体分析

(一) 行业盈利能力分析

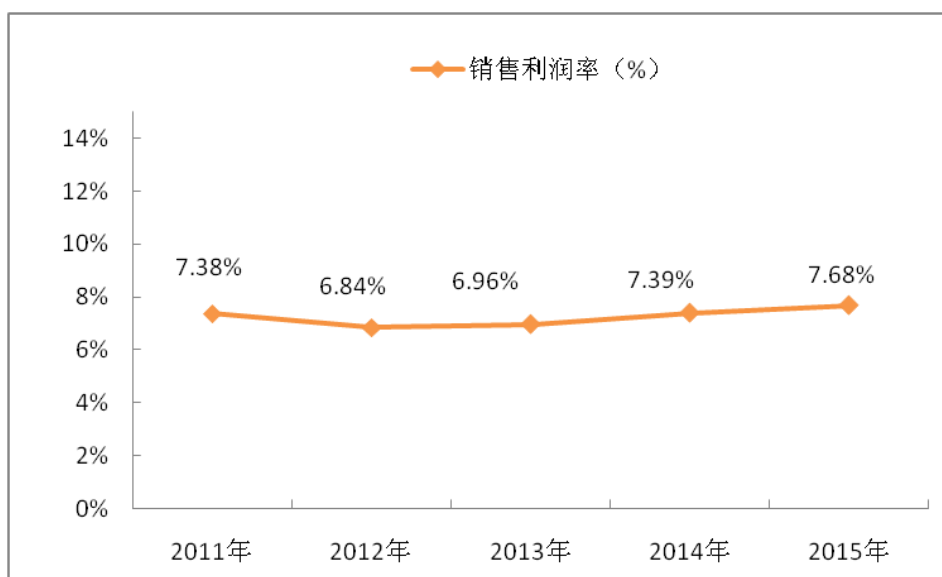
2015 年，汽车零部件及配件制造行业销售毛利率为 16.73%；销售利润率为 7.68%；总资产利润率为 9.81%。

图表 7 2011-2015 年中国汽车零部件及配件制造行业销售毛利率



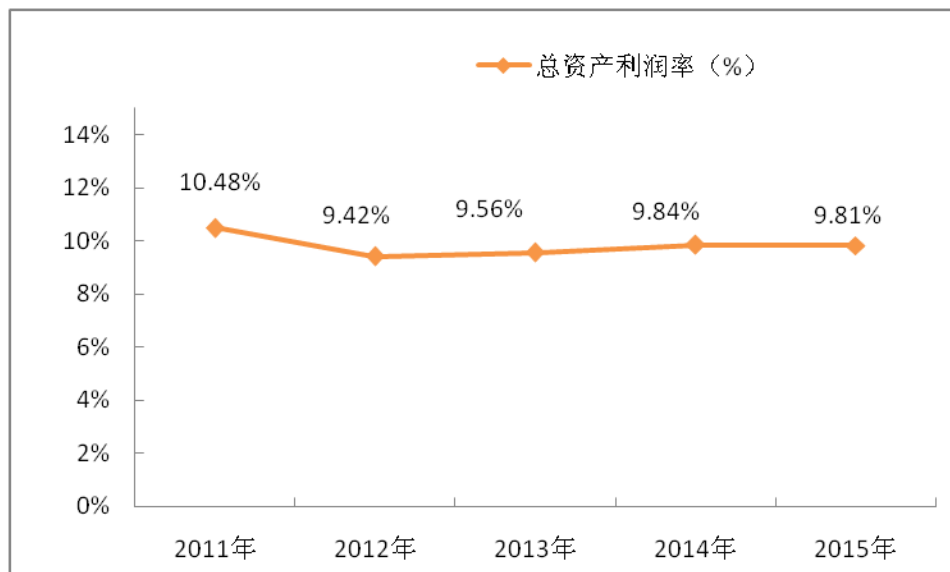
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 8 2011-2015 年中国汽车零部件及配件制造行业销售利润率



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 9 2011-2015 年中国汽车零部件及配件制造行业总资产利润率

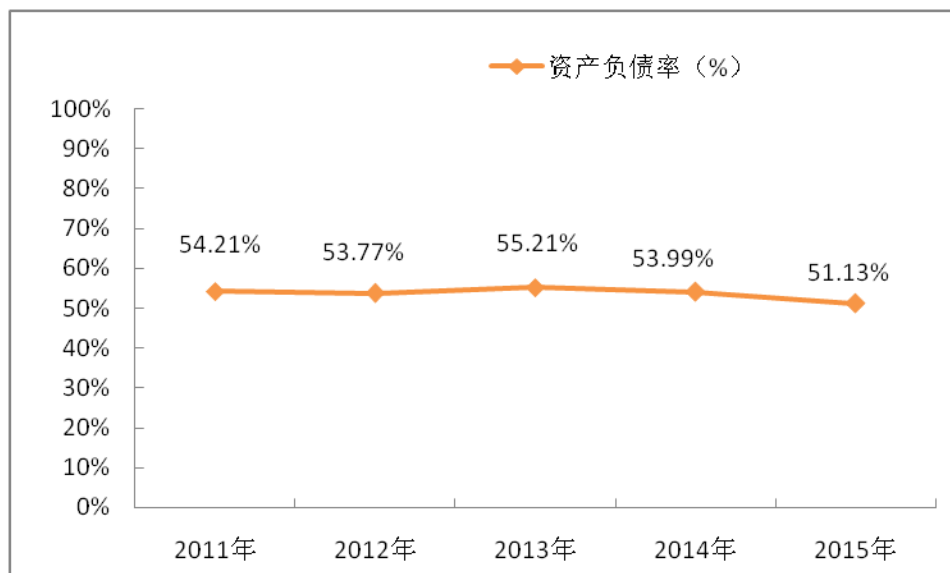


数据来源：国家统计局、中商产业研究院

（二）行业偿债能力分析

2015 年，我国汽车零部件及配件制造行业的资产负债率为 51.13%。

图表 10 2011-2015 年中国汽车零部件及配件制造行业资产负债率情况

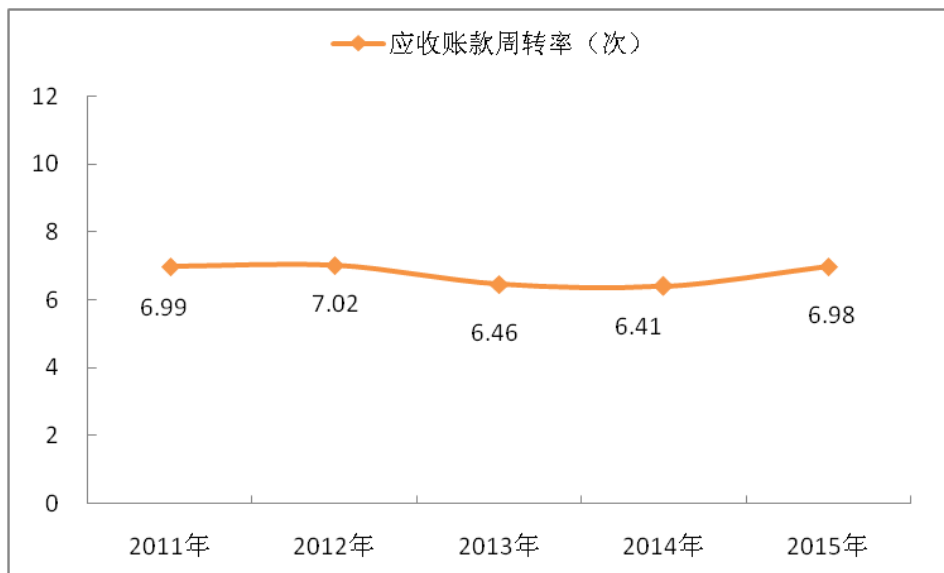


数据来源：国家统计局、中商产业研究院

（三）行业营运能力分析

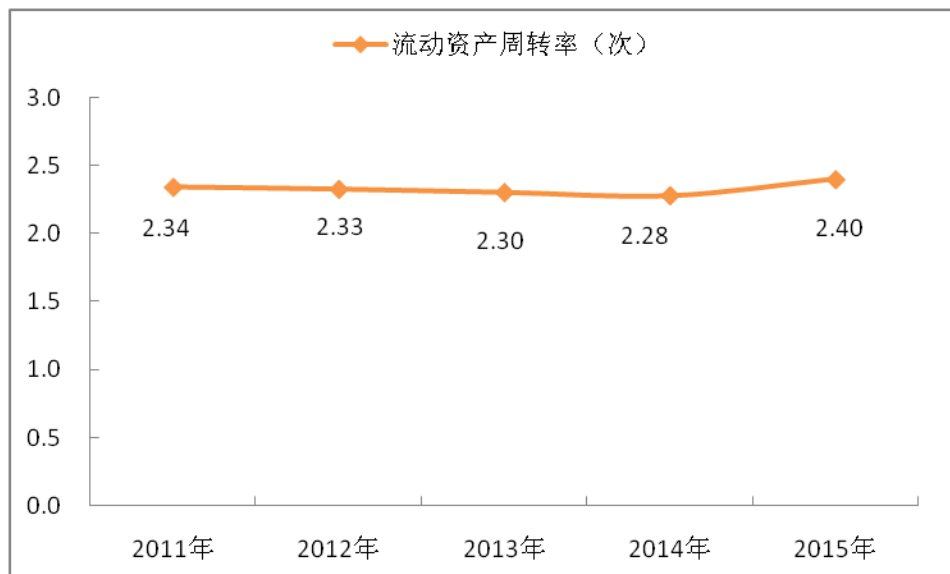
2015 年，我国汽车零部件及配件制造行业的应收账款周转次数为 6.98 次；流动资产周转次数为 2.4 次；总资产周转次数为 1.28 次。

图表 11 2011-2015 年中国汽车零部件及配件制造行业应收账款周转率



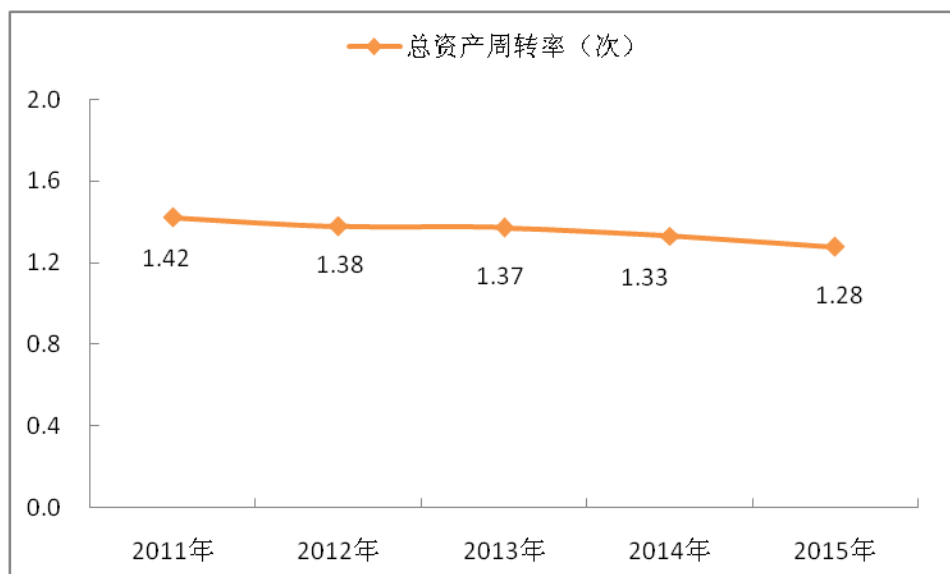
数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 12 2011-2015 年中国汽车零部件及配件制造行业流动资产周转率



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

图表 13 2011-2015 年中国汽车零部件及配件制造行业总资产周转率



数据来源：国家统计局、中商产业研究院

第二节 中国汽车零部件业运行总况

一、中国汽车零部件产业的历史沿革

内地汽车零部件市场可分为前市场（汽车制造业）和后市场（汽车维修及售后服务），两种市场对零部件的需求均极为庞大。与任何事物一样，每一个产业都有一个产生、发展和衰退的过程，即具有自己的生命周期。在生命周期的不同阶段，产业发展应采取不同的竞争战略。中国汽车零部件经历了从无到有、从引进到国产化生产、从消化吸收到自行设计、从高额利润到平均利润水平等艰难过程，取得了长足进展。

我国汽车零部件业从仿制进口汽车维修配件起步，伴随着汽车工业的产生、发展而逐步建立，其规模、技术进步程度与汽车工业的发展紧密相关，相互促进，相互制约。汽车零部件产业走过了一条从无到有、从小到大、从弱到强的发展之路，大致经历了以下四个阶段。

1、中国汽车零部件业的初创阶段（1912 年至 1956 年）

早在 1912 年上海就出现了第一家汽车零部件手工作坊上海宝昌号(上海活塞厂前身)，以修理马车为主，检修汽车为辅，后发展成为汽车零部件制造厂。

但在这一时期，我国没有汽车整车制造业，主要是仿制国外汽车的维修配件，所谓零部件产业不过是一些修理进口汽车的作坊而已。解放初期，我国汽车零部件产业由十多从手工作坊起家，设备简陋，工艺落后，产量少，规模小，质量不稳定。

2、中国汽车零部件业的起步阶段（1957 年至 1978 年）

随着新中国第一辆国产车的诞生及 1956 年一汽的建成和 1969 年二汽的建设，我国经历了第一次“汽车热”。当时汽车工业是在高度集中的计划经济体制下运行的，由于经济基础薄弱，因此采取了集中力量重点建设的方式，同时一些有一定实力和规模的汽车配件厂先后转产汽车，原有的汽车零部件生产厂既为汽车主机厂配套，又为汽车维修服务，其工厂布局、产品结构、生产能力都无法满足汽车生产的需要，因此国家开始着手调整，新建了一批汽车零部件制造厂，奠定了我国汽车制造和汽车零部件生产的基础。在这一时期，我国的零部件厂与整车厂同步建设，零部件的技术水平基本满足载货车的配套要求，零部件产业从无到有，初步形成体系。

3、中国汽车零部件业的壮大阶段（1978 年至 1993 年）

在这一时期，出现了轿车工业带动零部件产业发展的新的结构性变化，由原来与载货车同步建设转向以整车带动零部件的建设。我国的汽车零部件产业实现了从小到大的发展。其主要特征是：（1）汽车产量 1992 年突破 100 万辆后持续、平稳增长，零部件开始按规模经济建设和组织生产；（2）从为单一车型配套转向为重型、中型、轻型、微型载货汽车、轿车、客车配套的比较全面的基本系列；（3）从为载货汽车配套为主转向以为轿车配套为主，并按轿车零部件产业的发展进行布局和建设，技术水平迅速提高；（4）初步形成一批有一定实力的零部件企业，以引进技术为主，出现自主开发的趋势。

4、中国汽车零部件业的发展阶段（1994 年以后）

这一时期是以中国政府公布《汽车工业产业政策》为标志，我国的汽车零部件产业进入发展时期，在这一时期：

（1）随着国内汽车企业以大集团为主体的改组，国内汽车零部件产业的组织结构面临更加深入的调整，以期达到由弱到强的目标；

(2) 随着竞争加剧,技术进步加快,国际化的趋势日益明显和加快,汽车企业和零部件企业的产品结构、供求关系出现重大变化;

(3) 亚太地区经济的日益活跃,给世界和中国的汽车工业都带来了机遇和挑战,对于正在走向世界的中国,必须不失时机地发展汽车及汽车零部件产业。

二、中国汽车零部件行业发展优势分析

1、市场优势

中国有 13 亿人口,如果汽车进入寻常百姓家庭,这将是一个绝无仅有的巨大市场。从目前的情况看,当国际汽车市场需求的平均增长率长期徘徊在 4-5% 时,我国的汽车市场仍保持较快增长,随着人民收入水平的不断提高,汽车的消费结构已经发生了向私人消费的重要转变,汽车的私人消费市场处在蓄势待发的重要时期,大国市场优势开始显现。我国巨大的国内市场将使汽车产业链中的诸多环节具有规模经济效应,零部件的需求量将随着汽车销量、保有量的增长而“水涨船高”,同时贴近我国市场的独立研发需求也将产生。离市场最近正是中国零部件企业的最大优势。国际大型零部件企业当然不会轻易放弃这一巨大市场,因此纷纷在我国投资办厂,其目的就是规避目前存在的政策障碍,尽早抢占中国市场份额。因此中国零部件产业要发展壮大必须紧紧抓住这一优势,采取大国发展模式发展本国企业,不能将零部件产业的发展完全寄托在跨国公司身上。

2、成本优势

曾经有国外公司认为中国零部件规模小,成本过高,不具有成本和价格优势,现实中的确存在某些零部件产品价格高于国际市场的情况。不过,这些论据并不充分。如果和美国、日本、欧洲相比,中国的成本优势更明显。一个有力的证据是,在欧、美、日等地将汽车制造业及零部件业向低成本地区转移时,中国成为其首选地之一。如果中国没有成本优势,他们何必舍近求远呢?尤其是,我国拥有一大批熟悉制造工艺和具有一定技术能力的工程技术人员,他们的工资成本仅为发达国家的几十分之一,就劳动力综合素质来说优势更明显。劳动力的综合竞争力,是全球化背景下将我国的劳动力要素同国外的技术要素相结合的十分有利的条件,并能在对外合作中逐步提升学习曲线。这既是我国接受跨国公司生产转移的优势,也有可能同跨国公司进行技术和研发合作,还有可能在全球分工体系中形成一些具有国际竞争力、面向国际市场的企业,

特别是劳动密集型的零部件产业。

3、配套产业优势

我国有一个完整的有一定基础的工业体系，重、轻工业发展比较平衡，与汽车产品相关的钢铁、机械产品、纺织材料等产品产量排位世界第一，一些劳动密集型产品具有比较强的国际竞争力，从产业结构升级的角度考察，近年来特别是在市场出现结构性的产品过剩之后，相关制造业向深度加工方向发展的趋势明显加快，由过去仅提供初级原材料和低加工度产品，增加技术含量和提高产品的加工深度方向演化、升级，今后相当一段时间产业结构升级的速度将进一步加快。可以说，相关制造业的规模和深度加工的能力，与其他的发展中国家相比居于领先地位，某些汽车所需的原材料产品还具有一定的国际竞争力。凭借相关制造业的能力，经过努力，成熟的汽车零部件产品在国内都能制造出来，因此，由于在上游相关产业上具有的优势，我国完全有能力在汽车零部件产业的国际分工体系中占据比其他后起国家更为有利的位置，特别是一些材料密集型和劳动密集型产品，不但能满足国内需要，而且具有一定的出口能力和发展潜力，有理由相信在此领域能够有更大的作为，成为全球同类产品重要的生产和加工基地。

三、中国汽车零部件产业发展现状分析

在不同的历史时期，特别是近 20 多年，涌现出一批又一批具有代表性的优秀汽车零部件供应商，形成骨干力量，起到了加速零部件产业发展的带头和表率作用。在经历全球性金融危机锻炼之后，将会有部分汽车零部件的先行者，逐步跨入新型的跨国零部件企业行列。

这些企业如万向集团、法士特汽车传动集团公司（变速器）、浙江亚太机电公司（ABS，液压制动件）、浙江银轮机械公司（中冷器）、瑞立集团（制动系统）、万安集团（液压制动件）、福耀玻璃工业集团公司（玻璃）、上海久乐安全气囊公司（安全气囊）、许昌远东传动轴公司（传动轴）、南京奥特佳冷气公司（空调压缩机）、深圳航盛电子公司（车载电子）、辽宁新风企业集团（柴油机共轨系统）等等。其鲜明的特点是，以自主创新为基点，加强产、学、研、官和国际企业的联盟与合作，敢冒风险，努力向高端产品领域逼近，取得了不同水平，不同程度和不同方式的研发成果，正在向产业化、商业化、市场化方向推进。

这些产品如柴油机高压共轨系统、后处理三效催化转化器、可选择性还原

催化器(SCR)、微粒捕集器(DPF)、自动变速器、CVT、橡胶悬架空气弹簧、涡轮增压器、轮胎压力监测系统(TRMS)、电子稳定程序(ESP)、电动转向系统(EPS)、CAN 总线技术、废气再循环系统(EGR)、自动诊断装置(OBD)、车辆稳定控制(VSC)、MEMS 传感器、LED 大灯、汽车滤清器滤纸、后处理催化器陶瓷载体、车载网络系统、汽车精密模具等等。还有汽车轻量化、新能源汽车新型零部件、汽车再制造技术研发和推广等都取得一定的成效。

我国汽车零部件的产业群聚集，在上世纪八十年代开始发展，其演变过程首先充分体现出汽车产业布局的地缘资源禀赋和市场空间流程改善的特色。二则依赖核心汽车企业的推动，不断提升聚集效应；一是通过促进汽车企业及相关企业之间的交流、互动、合作，强化了联合的行为效应；再者加强基地的制度创新，服务和基础设施的完善，形成的释放效应。

当前，汽车零部件的产业聚集已经从过去的某一工业园区、科技园区，城市空间发展，接着各城市之间又通过技术流有机地链结起来，形成更为广泛的地域性聚集空间。全国已形成 6 大区域性集聚地带，即泛长江三角洲；泛珠江三角洲；以哈、长、沈为中轴的东北地带；以武汉为中心，连接郑州、长沙形成的中南地带；以重庆、成都、柳州构成的西南三角区，和环渤海湾经济区地带。目前这 6 大区域的汽车零部件在全国市场占有率为 86%，其中长江三角洲占 39%。

随着汽车零部件迅速发展，使产业集群效应和供应链环节效应间产生耦合关系，不断提升地域与链环节间的特色和品牌。如以高科技著名的苏州、昆山；以规模化综合发展的上海嘉定国际汽车城、浦东金桥汽车产业园；以出口基地特色的玉环、瑞安、台州、常州；快速发展起来的新型聚集地区的长春经济工业园、柳州零部件工业园、芜湖零部件工业园、北京顺义杨镇工业园、沈阳大东区工业园；以海西经济区为特点的福州、厦门零部件工业园等，都是具有良好发展前景的区位节点，为提高零部件科技创新、降低成本、增强物流、吸收人才、扩大出口，售后服务等提供优良的条件和环境。

汽车零部件产业结构都处在逐渐的优化和升级的演变中，从总体上看是有进步。八十年代中期后，随着汽车企业的合资和引进技术，轿车工业兴起了，再加上零部件国产化工作的实施，汽车零部件企业自身的技术引进、技术改造和合资工作的开展，产业结构得到了很大的提升，从只会生产货车零件向生产现代轿车的零部件方向发展；到了九十年代中期，整个汽车产业结构向规模化，多样化，专业化方向加速发展，新型的轿车、MPV、SUV、重卡、大客车、专用

车和摩托车产量急速增长，出口零部件也迅速发展，这样促进零部件产业的全方位、全球化、专业化水平又得到一次重大的提升。中国汽车零部件产业已成为国际汽车零部件产业的重要组成部分。在所有制结构上，民营企业异军突起，成为汽车零部件产业主力军，而没有进行改制的原国营汽车零部件企业纷纷退出市场。这种变化有利于提升产业组织结构的素质。

当前中国汽车零部件产业正受到全球性的汽车零部件产业结构模式变化的深刻影响。新世纪国际汽车零部件产业发展进入一个重大的历史性转折时代，这主要是众多的信息和高科技界入汽车零部件领域而引发的，以信息化、数字化、网络化为主流零部件产业结构范式，越来越快地向前发展。

与国际上汽车零部件产业新变化对比，国内企业出现了新的差距。这种差距不是用时间空间来衡量的，因为大部分企业仍处于传统的材料高消耗、劳动力高密度的滞后性发展状态。这是一个不同量级化的差距，必须从本质上加以扭转才有可能迎头赶上。可以相信，国家已经意识到汽车零部件基础性作用的重要性，并会对其发展作出必要的重大的措施，从而给广大汽车零部件企业带来巨大的信心和决心。

第三节 中国汽车零部件行业发展模式与方向分析

一、中国汽车零部件行业发展模式

我国汽车零部件行业组织结构模式的发展，经历了以下几个阶段：

首先是零部件企业作为整车厂商的“附庸”，全部面向各自的整车厂商；

其次是逐步独立，开始有计划地为其他整车厂商提供服务；

然后是与整车厂商平行发展，有自己独立的市场；

最后是部分零部件企业开始过渡到超前整车企业发展的阶段。

经过近几十年的发展，国内汽车零部件行业已经形成一个以与整车企业的紧密型关系为核心，形状近似箭靶的主流行业组织结构模式。这种模式中，靶心为整车生产企业，靶心向外依次为：第一环为核心零部件企业，核心层零部件企业一般由整车企业的直属专业厂和全资子公司构成，整车厂拥有对核心层

零部件企业的完全控制权；第二环为骨干零部件企业，这些企业有相对独立的法人资格，其生产活动要服从于整车厂的整体部署，整车企业一般是通过参股、控股的方式控制、管理骨干层零部件企业；第三环是协作企业，整车企业与协作层企业之间是采购与供货的契约关系，一般是每年年初两者之间确定计划，然后按计划执行。同时零部件企业的空间布局也是围绕整车厂商相对集中分布。如上海及周边地区的汽车零部件企业主要为上海大众、通用配套，吉林等地区的零部件企业主要围绕一汽配套。

在这种箭靶分层次的行业组织结构模式下，核心层零部件企业往往都是围绕某一整车车型进行生产，因而产品品种单一、规模较大，并且可以得到整车厂商的技术与管理支持，所以在初期，普遍发展态势较好，但这类零部件企业对整车企业的依附性很大，因此对市场与技术开发、营销与服务等方面的重视与投入不足，导致后期发展乏力；而外面骨干层零部件企业乃至协作企业，由于游离于以汽车整车为核心的汽车集团之外，一方面很难与核心层零部件企业进行竞争，同时在技术与管理上也无法得到整车企业的支持，导致初期发展很困难，一旦这些企业走出初期的困难时期，在市场竞争的锤炼下就会逐步脱颖而出。

二、国外汽车零部件行业模式比较

（1）日本汽车零部件行业模式分析

日本汽车工业从 1955 年迅速发展，到 1980 年达到年产 1104.2 万辆，超过美国成为世界第一大汽车生产国，并保持 14 年之久。日本汽车工业以相对小的企业规模生产出大量优质的汽车，这与其独具特色的零部件行业组织结构模式有很大的关系，正是基于此日本汽车工业创造了精益生产方式、准时生产制、零库存以及看板管理等具有神话般的管理奇迹。

日本汽车零部件企业数量众多，规模不一，为了将这个庞大的零部件工业组织起来，日本企业采用了多层次承包体制，按照集成部件、稍加工组合部件和单纯加工部件 3 种情况，将零部件企业分为一次零部件企业、二次零部件企业和三次零部件企业，依次层层转包，最后将各层次零部件企业的零部件集中到整车厂商进行总装，形成金字塔型多层交互垂直式的、以合作为基础的分工转包模式。这种模式下，日本零部件工业形成了以大型企业为骨干，吸收大量中小企业参加的广泛协作网，汽车整车厂商与零部件厂商之间具有稳定和紧密的关系，特别是一级协作企业与特定整车企业之间会维持长期稳定的贸易关系，

同时整车企业一般都向两家零部件企业“双重”订货，以求在竞争中提高零部件的技术与质量，降低成本。这种合作与竞争体制促进了零部件企业的系统化、模块化、集成化的发展，也促进了整个汽车行业的发展。

（2）欧美汽车零部件行业组织结构模式分析

①以德国为代表的欧洲模式

以德国为代表的欧洲模式，是整车企业与零部件企业之间保持相互独立的契约关系，各自独立自由的发展，整车企业可以用图纸向零部件企业招标，促使零部件企业按图纸进行生产；同时零部件企业也可以自主开发新产品供整车企业选择，实现各自的发展，并在竞争中推动汽车行业的发展。

②美国模式

美国汽车零部件行业组织结构模式经历了三次大的变化：首先是在 80 年代以前，美国三大汽车公司与零部件企业之间是简单的“水平分工”体制，这种模式阻碍了零部件企业在产品开发、技术更新、生产过程中的主观能动性，同时造成了资源的浪费，大大降低了美国汽车工业的全球竞争力；其次是在一度失去世界汽车工业第一把交椅后，美国进行了汽车零部件行业组织结构的调整，强化零部件的外部供应，大力调整整车与零部件企业的分工与协作，整车企业订好零部件规格可以分给几十家可能的投标者，这样零部件企业之间的竞争是可想而知的；同时零部件企业与整车企业之间讨价还价的竞争也异常激烈。在这种自由选择的模式下，迫使零部件企业改进技术、提高管理水平。这种模式加大了竞争，但也消耗了大量的资源；到 20 世纪 90 年代以后，美国对汽车零部件行业组织结构模式又进行了第三次调整，即将零部件企业改造成与整车厂商完全对待的关系，零部件企业除了可以向整车厂商供货，还可向全球汽车市场供货，并最终造就了世界级零部件生产集团。

三、中国汽车零部件行业模式发展方向

要使我国汽车零部件工业乃至汽车工业快速发展，模式的选择是一个关键问题。纵观欧美日汽车零部件行业组织结构模式，不外乎两种基本模式：一是以契约为基础的竞争模式；另一个是以合作为基础的转包模式。模式的选择不仅要考虑到我国汽车工业的发展阶段、整车与零部件企业的地理分布、面临全球经济一体化的竞争等经济与政治因素，同时还要考虑到我国的社会文化环境。

根据我国汽车产业的发展历程及我国的社会文化环境，我国汽车零部件行业组织结构模式应该选择以合作为基础的转包模式为发展方向，这样可以促使国内众多规模小的汽车零部件企业走专业化的发展道路。具体在实施过程中应该做好以下几方面：

（1）打破“门户之见”，树立面向全球竞争的思想观念

世界汽车工业的产业格局正在发生变革，随着新一轮兼并重组的进行，整车与零部件寡头垄断的局面已显端倪。对整车与零部件企业应形成既竞争又合作的战略联盟的观念已经成为共识；以“最佳采购原则”为基础的全球采购正在成为整车企业普遍采用的经营行为；模块化、系统化和积木式生产经营方式最终将使汽车制造业成为“包装贴标签工程”。今后，整车与零部件企业的专业化分工将更加清晰，即整车企业搞车型开发设计、积木式整车组装和做品牌；零部件企业负责零部件的模块化、系统化开发设计与制造。因此，我国的零部件工业，必须树立面向全球竞争的思想观念，顺应世界汽车发展的大潮流，打破“门户之见”和“大而全”、“小而全”的传统经营思想，尽快形成在国内具有垄断地位的零部件企业或企业集团，只有在国内处于垄断地位，在国际上才有可能成为寡头垄断中的一员。

（2）整合产业、强强联合，组建汽车系统公司

加快产业整合的步伐，将一些零部件产品的生产从一些“全能型”的汽车公司剥离出去，与此同时，实现强强联合。即将最强的一批零部件企业联合起来，以资产为纽带，通过改组、兼并、参股、增发新股、定向扩股与配股以及租赁等资本运作方式，进行资产、资源的优化配置，组建真正意义上的企业集团。

强强联合，绝不是“管星”式的组合，而应该是“核聚变”式的组合。众多弱小企业的简单相加，“一盘散沙”的大规模是毫无意义的。应该使我国的零部件工业能尽快超前于整车的发展，出现一个以“航空母舰”为核心的联合舰队与“小型巨人”并存的产业格局。

（3）逐步形成整车与零部件企业的利益共同体

在汽车产业的发展过程中，整车与零部件企业实际上是一个利益共同体，整车企业强大的品牌，有赖于技术与管理先进、质量可靠、成本合理的零部件

企业支撑；同时整车强大的品牌又可以通过它的销售为零部件企业保证稳定的市场。因此，这两者之间是一种共存共荣的关系，只有彼此共同前进，才会共同发展。

（4）市场调节与宏观调控政策同时并用

在目前我国发展市场经济的过程中，企业是市场经济的主体，市场调节是市场经济下调节企业经营行业的主导力量，但这绝不是说政府在调控市场经济方面无所作为。恰恰相反，在目前我国发展汽车产业过程中，更需要国家将宏观调控与市场调节相结合。

首先，国家应针对汽车行业的特点和我国的国情，制定促进产业结构调整、实现强强联合的政策法规，明确零部件从整车母体分离的标准、原则和要求，同时在零部件企业做大、做强过程中，在技术发展、R&D 与技术创新、企业规模、发展潜力等方面做出一些操作性强的政策规定，引导零部件行业的专业化分工与系统化发展。

其次，还应对实施兼并、重组的零部件企业实行特殊的优惠政策，规模越大、效率越高的零部件企业，在兼并联合上享受的优惠政策应该越明显，从而在市场调节中充分运用宏观调控的手段，加快实现汽车零部件行业做强、做大的目标。

第四节 中国汽车零部件业存在的问题及对策

一、中国汽车零部件行业存在的问题

从国际国内市场发展形势看，中国零部件企业的确面临很好的增长机会。但如果不解决内部存在的瓶颈，仍然难以抵御来自全球的竞争。目前我国汽车零部件行业存在的问题有以下几点：

1、整体配套能力较弱

经过多年发展，虽然我国拥有一批有实力的大型主机制造企业，但是零部件、元器件的协作配套能力较弱，整体配套件制造企业与主机厂有机联系不足；部分主要企业的装备水平不相适应，配套能力不足。专家分析，零部件配套企业应积极面对全球采购、择优采购的大形势、大环境，尽快从集团、地方、部

门狭窄的配套关系中解脱出来，冲破束缚，打破门户之见，面对更广阔的市场，给多家主机厂配套，寻求更快、更大的发展。

2、专业化生产水平低

目前，我国汽车零部件企业总体上“弱、小、散”局面没有得到根本的改善，几万家汽车零部件企业遍布全国各地，达到经济规模要求的很少；绝大多数零部件企业没有形成按专业化分工、分层次合理配套的产业结构。地方、部门、企业也自成体系，投资分散重复，没有形成有较强竞争力的大型骨干企业，多数企业未进入整车配套市场，而是社会维修服务的配件供应商。汽车整车生产企业要在结构调整中提高专业化生产水平，将内部配套的零部件生产单位逐步调整为面向社会、独立专业化的零部件生产企业。

3、自主开发不足

据国外企业的一般统计，零部件工业的平均投资应为整车企业的 1.2-1.5 倍，而我国目前的状况是低于 0.3，明显低于国际平均水平。在发达国家，汽车零部件企业的研发能力已领先于整车企业。一辆新车的开发，70%的知识产权属于汽车零部件企业。而我国绝大多数零部件企业不具备产品开发能力，产品开发主要依靠主机厂，难以适应整车更新换代的要求。

据全国零部件 500 强企业的调查表明：我国一半以上的零部件企业现在没有专利，拥有发明专利的就更少，另外是创新层次比较低，虽然专利不少，但主要是实用新型和外观设计。如果不搞自主创新的话，会越来越边缘化。不但生产上边缘化，在技术上及技术研发方面更加边缘化。在我国，买技术的时代已经过去，中国汽车零部件产业做大做强关键就是要自主创新。

4、出口发展不利因素较多

汽车零部件生产不集中，规模小，年出口额超过 500 万美元的企业较少。企业缺乏有效的出口规划，没有明确的主攻方向和下一步发展的具体目标，企业随大流者居多，互相杀价，损害全行业的整体利益。部分零部件生产企业外向度低，出口产品结构不合理。我国汽车及零部件出口产品主要是劳动密集型产品，高新技术产品、附加值高的产品出口量非常少。

汽车研发能力不足、品质不稳定，大多数出口产品是低端产品，主要供应

售后服务市场。据统计，我国汽车零部件企业研发投入只占销售收入的 1%-1.5%，发达国家的企业研发投入占到销售收入的 3%-5%，甚至是 10%。由于品质不稳定，汽车零部件产品尚未能大量进入国际汽车生产商的整车配套采购体系。产品质量上与世界先进水平相比尚有较大差距。

二、中国零部件产业发展面临滞后问题

在汽车产业高速发展的带动下，近年来汽车零部件出现了迅猛发展之势，但也应该看到，我国汽车零部件在全球供应链中的地位还很脆弱，在众多发展机遇的同时，零部件发展的滞后问题日益凸显：

1、产业结构不合理

组织结构不合理。我国汽车零部件企业总体上还处于一个较低的层次，几万家汽车零部件企业遍布全国各地，但真正达到规模要求的却很少；我国零部件企业没有形成按专业化分工、分层次合理配套的产业结构，地方、部门、企业自成体系，投资分散重复，没有形成有较强竞争力的大型骨干企业，很难进入利润丰厚的高端市场。由于力量分散，所以整体优势难以体现出来，导致产品开发投入少，手段落后，数据积累少，无法形成较强的开发能力，难以满足外商大批量采购的需要。

2、自主开发能力弱，缺乏名牌产品

我国虽已基本形成了为国内汽车配套的完整体系，但汽车零部件企业产品趋同、规模小，抗风险能力低；产品技术含量较低，缺乏可持续发展能力，尤其缺乏轿车主要总成和关键部件的核心技术。企业普遍缺乏自主开发能力，绝大多数企业研发投入目前只占销售收入的 1.4% 左右，远远低于跨国公司平均 5% 的水平。研发经费的不足，直接导致研发设施落后，人才严重不足，造成研究开发能力弱，不能及时开发出具有竞争力的新产品。社会缺乏对自主品牌的认知度，造成名牌产品的缺乏。自主开发能力不足和自主品牌产品竞争力不强，严重制约着汽车零部件产业的发展和国际竞争力的提升。

3、企业规模小、专业化程度低

我国有几万家汽车零部件企业，但达到经济规模要求的很少，大型企业比例不到 1%，大中型企业比例不到 15%，零部件企业总体上“弱、小、散”局面

没有得到根本改善。地方、部门、企业自成体系，急功近利，不能从战略角度进行审慎投资，故雷同化严重。这样，就很难进入利润丰厚的高端市场。由于力量分散，所以整体优势难以体现出来，多数企业未进入整车配套市场，而只是单一的社会维修服务配件供应商。

4、中资零部件企业边缘化倾向明显

汽车零部件产业存在着一个突出问题，就是外资控股、独资化倾向越来越明显。由于欧美、日韩跨国零部件公司随整车相继进入我国，其管理先进、技术领先、产品水平高、延续原配套关系、加之利用国内的廉价劳动力，这样，无论从哪个角度看，都占有明显的竞争优势。在整车合资企业中，中方配套采购方面的话语权较小，尤其是在采购零部件方面，往往由外方掌控，使中资零部件生产企业难以进入整车配套市场。外方严格控制技术外溢，使中资零部件企业在投资、技术、市场等方面，被边缘化的倾向十分明显。

5、售后服务市场规范化程度不高

多数零部件企业没有建立起完善的服务网络；企业知识产权和专利保护意识不强；假冒伪劣零部件产品屡禁不止；仿冒侵权现象时有发生；还未能形成统一、有序、规范的售后汽车配件服务市场。同时在资源配置与企业管理战略发展等各方面还都存在问题。

6、产品标准化、系列化、通用化程度较低

企业品牌经营意识较差，产品标准化程度低。由于我国汽车整车，特别是乘用车主要车型来源于不同国家、不同公司，产品采用的标准不同，系列也不同，这为汽车零部件产品的标准化、系列化、通用化工作带来较大困难，严重制约了零部件产业的进一步发展。

7、成本控制压力大

我国零部件的发展环境面临上下游的成本压力，特别是零部件的成本控制的压力依然很大，利润空间日益狭小。面临世界著名零部件供应商德尔福、伟世通、电装的本土化战略及国内钢铁业直接介入汽车零配件供应链，零部件企业面临更加激烈的竞争，零部件行业面临重新洗牌的局面。

8、出口结构“三低一高”

我国汽车零部件出口虽然出现令人乐观的增长态势，但出口结构不合理。过多依靠材料密集型、劳动密集型产品出口，表现为“三低一高”，即低附加值、低科技含量、低价格、高能源消耗的产品，出口效益差，竞争能力不强，且各自为战、恶性竞争严重。又由于出口企业外向度低，发展不平衡，若干已出口的零部件，绝大多数还没能打入跨国公司采购体系和国外主流市场，市场 OEM 配套比例低。另外，中国汽车出口产品质量还不过硬，尤其是服务体系尚不完善，在自主知识产权或品牌形象方面至今并无突破性进展，难以突破国外在性能、环保等方面的技术壁垒，与此同时，中国出口企业对国际市场运作规则，特别是对目的地国家的政策、法规及法律政策环境还不甚了解，使得汽车零部件出口面临瓶颈式的制约。人民币的不断升值对汽车零部件出口的影响也是与日俱增。

三、中国汽车零部件产业与国外的差距

（一）销售额

在世界汽车零部件百强企业排名中，来自德国、日本和美国的企业最多，其中德国、日本和加拿大的汽车零部件生产企业包揽了前五位。我国汽车零部件行业在销量上与世界汽车零部件巨头存在着不是一个数量级的差距。

（二）研发能力

据国外企业统计，汽车零部件工业的投资应为整车企业的 1.2-1.5 倍，而我国只在 0.3 倍以下。这样的投入，企业不可能在技术开发和产业开发上有较大的力度。据统计，我国汽车零部件企业的年开发投入一般为销售收入的 1%-1.5%，而发达国家为 3%-5%，甚至达到 10%。在具有开发能力的企业中，大多只能满足国产化要求的适应性开发，不能从事超前开发、高科技开发和系统开发。

（三）生产供应方式

世界汽车零部件产品的生产供应方式已发生革命性的变化，组建模块化及“即装即到”装配概念的推广，对提高汽车工业的运作效率、降低生产成本、提高市场竞争力产生了积极的影响。例如，美国阿拉巴马州生产的“奔驰”M

级 SUV 车驾驶舱就是以模块化的方式供应的。由德尔福公司将来自 6 个国家 35 家供应商的 140 种零部件组成不同需求的各型驾驶舱供应模块，从接订单到送达安装位置，时间为 120 分钟。目前，我国汽车零部件行业小规模模块化供应方式已在一些企业开始运用，模块化供应方式在我国处于起步阶段。

（四）供应体制

近年来，世界各大汽车公司纷纷改革供应体制，实行全球生产、全球采购，即由向多个汽车零部件厂商采购转变为向少数系统供应商采购；由单个汽车零件采购转变为模块采购；由实行国内采购转变为全球采购。整车厂商采购体制的变革，要求汽车零部件厂商不断地与之相适应，提供优质廉价产品。由于整车厂日趋模块化和系统化采购，供应商之间的协作更加紧密，从而使全球汽车零部件供应商系统逐渐向宝塔型结构演变，由顶级厂商对整条供应链负责管理，使得供应链之间的合作更加规范，我国汽车零部件出口经营单位做不到这一点。目前，占全国总数达 65.5% 的汽车零部件出口经营单位，出口金额在 1 万美元以下，形成汽车零部件出口的“散、乱、差”。

（五）科技含量

世界各大汽车零部件厂商纷纷把航天、航空和电子等技术应用于汽车零部件和总成，安全技术、电子技术、节能技术和环保技术得以广泛应用。尤其是以电子信息技术为代表的新技术，不仅在汽车产品中广泛应用，而且还延伸到开发设计、试制、生产以及管理等方面；不仅应用于汽车零部件，还应用于系统总成。我国汽车零部件出口产品，主要还是技术含量低、附加值不高、劳动密集型或者是材料密集型的产品。

（六）信息传播

中国汽车零部件业进入全球采购行列的最大瓶颈是信息传播渠道和效率的滞后。在国外，通常的做法是借助行业协会、同业评价、中介机构、专业报纸杂志和商务网等渠道来“拓宽瓶颈”，同时邀请全球著名咨询公司协助执行和监督。在我国，跨国公司的采购人员发现，仅仅靠自己的力量在中国完成数十亿元的大宗采购，几乎是不可能的。甚至认为，目前在中国采购需要面对的一大难题是，在巨大的中国市场撒网寻找合适的企业和产品，几乎等于大海捞针。

四、中国汽车零部件产业面临双重挑战

（一）中国汽车零部件面临的技术挑战

我国本土汽车零部件企业在市场上所面临的压力，即高端产品开发受到来自发达国家的技术压力，产品成本优势受到来自新兴国家的低价压力。跨国零部件商进入中国的目的便是看准中国汽车零部件市场份额有目标而来，进入中国之前都制定了详尽的发展计划，它们的财力、产品规模都领先于中国大部分本土汽车零部件企业。依靠技术领先和对核心技术的封锁，外资零部件企业在中国取得了巨大成功，几乎已对核心零部件形成垄断。

在这样一个多面夹击的生存环境下，中国本土汽车零部件企业更应注重自身形象塑造，无论从产品、公司形象以及推广方式上都应该多下功夫，外资零部件商入驻中国市场也不尽是坏事，外资零部件商对于品牌的推广形式以及产品设计、企业推广上都有值得学习的地方。用一句话概括，即本土零部件企业要善于“取其精华，去其糟粕”。

同时，中国汽车及零部件企业在发展中需要严格律己，加强企业生产研发水平。改善目前所出现的散、乱、差现象。随着日韩系、美系、欧系汽车进入中国，中国的劳动力成本优势以及庞大的汽车需求市场，国际汽车配件企业看好中国稳定发展的汽车产业，国内庞大的市场需求，与日本、美国、欧洲等发达国家相比非常明显的低成本优势，加快了到中国合资或独资设厂的进程，使中国汽车配件产业得到进一步地快速发展。让产业具备一定规模，建一大批颇具实力的零部件生产企业，满足国内市场需求的同时，也在逐步开拓国际市场。

（二）中国汽车零部件出口遭遇壁垒

近年来，从紧固件到汽车轮胎，中国汽车零部件出口所遭遇的摩擦从未间断过，美国、印度、巴西等国纷纷对我国挥舞反倾销大棒。众所周知，我国汽车零部件在出口方面有着固有的优势，较低的人力成本和出口优惠政策一直在刺激着中国汽车零部件出口的发展。对发展中国家来说，要解决贸易壁垒问题有这样一些关键环节：提高产品的技术水平；开发高精度度量设备和方法；权衡知识产权、专利保护和竞争之间的轻重关系。而最根本的环节在于技术水平的提高，这是确保我国企业在全世界标准竞争环境中生存和搏击的决定性力量。

同时，我国还应加快汽车及零部件出口基地建设。根据国家汽车产业调整

和振兴规划，结合出口基地发展状况，研究提出加快出口基地建设的长远规划，力争将国家汽车及零部件出口基地建设成为我国汽车工业自主创新、规范出口秩序和保护知识产权的示范基地，世界汽车产业转移、国际交流与合作的重要承接载体。鼓励出口基地企业自主创新和技术改造。重点支持基地企业技术创新、技术改造和新能源汽车及关键零部件发展。出台的一系列政策导向让中国零部件行业发展明确起来。

五、汽车零部件企业提升竞争力的策略

1、自主创新，掌握核心技术，提高研发能力

首先，汽车零部件企业要通过自身想办法筹措资金、依靠政府的扶植、积极争取政策等途径，加大数控化、现代化设备的投入，优化硬件设施建设。

其次，要通过引进消化吸收和自主研发，研发和生产技术含量高的关键零部件，如高性能的发动机、自动变速器、汽车电子控制系统等，在独具特色的单项产品上尽快形成竞争能力。逐渐形成自己的特色和品牌，实现规模经营和多品种配套，逐步占领整车配套和售后服务市场，占领汽车零部件高端市场，加快进入世界主要 OEM 供应商的步伐。

2、探索和构建新的生产供应体制

一方面，国内整车企业要改变过去与零部件企业之间的关系，在供应链上打破原有的模式，跳出原有企业集团的配套范围，建立在不同企业集团、不同体制的汽车零部件企业间采购模式，支持中资汽车零部件企业的创新活动，树立带动中资汽车零部件企业发展的责任意识。另一方面，国内汽车零部件企业不断强化在技术、质量、价格、服务等方面的竞争力，积极参与国内外整车企业的发展。

3、加快产业兼并重组的步伐

要成为国际零部件采购中心，必须改变目前汽车零部件企业“弱、小、散”、规模效应差的情况。根据汽车规模经济的法则，零部件企业必须要走集团化、规模化、专业化的道路，形成一批具有系统开发能力、能够模块化供货的大型零部件制造企业。

因此，汽车零部件企业要审时度势，顺应汽车产业的发展趋势，主动积极开展多种形式的合作和联合，不断提高专业化、规模化水平。另外，现在已经走在前面的企业要发挥行业龙头的作用，在带动行业弱小企业共同发展的过程中不断壮大自己，真正把企业建成行业的“小巨人”。

4、推进行业信息化建设

汽车行业信息化发展决定于企业信息化发展的总体水平，因此行业信息化发展的重点是如何帮助和促进企业提高自身的信息化水平。推进行业信息化建设应包括：加强企业信息化及电子商务发展的运行机制、政策环境、相关标准和规范研究，创造良好的信息化发展软环境；提高行业企业的整体管理水平，通过企业信息化把企业的技术和信息资源结合起来，使之成为企业发展的动力；促进行业共性信息资源的建设，提高行业信息服务的水平；促进行业电子商务的发展，使企业与供应商及客户建立起高效、快速的联系。

5、参与国际竞争，扩大市场份额

当前，我国汽车零部件行业正处在一个参与国际竞争、成为国际汽车零部件采购中心的战略机遇期。我国汽车零部件企业要及时把握好机遇，利用已经形成的产业基础，发挥比较优势，尽快形成一批有实力的汽车零部件骨干企业和名牌产品，满足国际市场的需求。进入国际市场将有利于提高我国汽车零部件企业在国际市场的知名度和市场份额；有利于建立符合国际化标准的质量认证体系；有利于国内零部件行业的资源整合，进而扩大在国内市场的知名度和市场份额。