



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年上半年汽车零部件行业市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年上半年汽车零部件行业市场分析及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/37827.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

汽车行业：2008年上半年，汽车产销分别达到519.96万辆和518.22万辆，同比分别增长16.71%和18.52%，与上年同期相比，产销增幅分别回落5.65个百分点和4.78个百分点。

汽车零部件：败诉对于中国零部件企业向高端发展添置了一些障碍，但对中国汽车零部件产业格局与国产化趋势影响不大，中国汽车零部件未来仍然是最有前景的行业之一；配套市场上新进入者难度开始加大；出口和国际化将是本土厂商的主旋律之一；售后市场竞争或将升级；国内零部件企业应创建具有国际竞争力的一流供应商。

汽车电子市场：未来5年，中国汽车电子市场规模的年均复合增长率超过20%，预计到2012年，中国汽车电子市场规模将超过3200亿元，但国外汽车电子巨头已进入中国并全面布局，几乎垄断了核心技术领域。

汽车内外饰件市场：注塑类零部件是汽车内外饰件的主要构成部分和发展方向。目前，我国平均每辆汽车的塑料零部件使用量占汽车总材料的10-15%，约占汽车自重的7%-10%。

汽车专用车底盘与变速器：专用车行业是依附在底盘制造业基础上发展起来的，同时又有批量小、品种多、科技含量高的特点，与主机厂有着密切的联系。但主机厂开发的专用车底盘直接影响到主机厂底盘的市场销售，因此主机厂对于专用车厂家及用户的要求应给予充分重视。

汽车发动机市场：中国的小型柴油机与欧洲国家的差距较大。中国小型柴油机产品的特点是同质化，低技术，低成本、低价格、低利润、低端市场。未来，单缸小型柴油机需求将有所下降，多缸小型柴油机保持稳定增长，预计2010年单缸柴油机产销将在700万台左右，多缸小柴油机在230万-250万台。

汽车售后市场：中国以后将每年新增近1000万辆车，这就意味着五年后保有量将接近1亿辆。在美国保有量约2亿多辆，每年售后市场汽车零部件需求约1200亿美元，中国如果保有量达到1亿辆，售后零部件市场将在近3000亿元以上规模，此市场的吸引力明显增加。

汽车零部件市场热点分析：油价上升正在激化汽车产业格局，小型化成为企业新战略，新能源车市场升温，汽车消费方式将有所改变，汽车零部件行业生存受到挤压。

【 目 录 】

第一章 汽车市场趋势分析 9

1.1 汽车工业走势 9

1.1.1 汽车工业环境分析 9

1.1.2 汽车产销情况分析 11

1.1.3 汽车细分市场走势分析 12

1.2 汽车企业走势 13

1.2.1 主要汽车集团产销分析 13

1.2.2 汽车企业产销分类走势 15

1.2.3 跨国集团中国乘用车市场表现 16

1.3 乘用车品牌分析 17

1.4 乘用车竞争分析 21

1.4.1 乘用车竞争总体分析 21

1.4.2 自主品牌分析 22

1.4.3 外系品牌走势 23

1.5 轿车市场增长分析 24

1.6 上半年汽车进出口顺差拉大 25

第二章 汽车零部件市场趋势分析 27

2.1 中国汽车零部件行业利润增速放缓 27

2.2 成本上涨零部件企业经营状况堪忧 27

2.2.1 成品钢板上涨使零配件企业两头受压 27

2.2.2 低成本优势正在丧失 28

2.2.3 无实力供应商压力陡增 28

2.2.4 核心技术和价值才能保证话语权 29

2.3 败诉无法撼动中国零部件产业市场 30

2.3.1中国在贸易争端中首败	30
2.3.2中国零部件企业向高端发展受到障碍	30
2.3.3国内汽车零部件生产格局不会改变	31
2.3.4未来国产化率依然需要提高	32
2.4汽车零部件行业仍然是最有前景的行业之一	32
2.4.1配套市场新进入者难	33
2.4.2售后市场竞争升级	33
2.4.3出口市场是未来主旋律	34
2.5零部件走高端化势在必行	34
2.5.1外资企业已经获得了成功的发展模式	34
2.5.2内资企业难以主导市场	36

第三章 汽车电子市场分析 38

3.1汽车电子市场规模将达千亿元	38
3.2汽车电子制动系统难普及	38
3.3国际汽车电子厂商本土化提速	39
3.4汽车音响的市场需求空间较大	40
3.5汽车空调行业竞争加剧	44
3.6汽车传感器市场竞争分析	46
3.6.1国外汽车传感器市场需求分析	47
3.6.2国内汽车传感器市场需求分析	49
3.6.3汽车传感器市场需求机会分析	51

第四章 汽车内外饰件市场分析 53

4.1汽车内外饰件产销分析	53
4.2汽车内外饰件进出口分析	53
4.3汽车内外饰件市场预测	58
4.4汽车内外饰件行业发展重点	59
4.5中国汽车内外饰件市场需求预测	60
4.6我国汽车内外饰件技术发展现状	61
4.6.1仪表板	61
4.6.2门内板	61

4.6.3座椅	62
4.6.4.顶棚	62
4.6.5保险杠	62
4.6.6散热器隔栅	63
4.6.7车灯部件	63
4.6.8 后举门	63
4.6.9进气歧管	63
4.6.10燃油箱	64
4.6.11汽车塑料管	64
4.7 汽车零部件钢制车轮行业发展趋势分析	65
4.7.1国际钢制车轮行业概况	65
4.7.2中国钢制车轮行业概况	67
4.8 汽车轮胎行业增速将放缓	69
4.9汽车缓速器行业发展分析	70
4.9.1汽车缓速器现状	70
4.9.2当前行业市场特点	71
4.9.3行业发展遭遇政策“瓶颈”	72
4.10 我国汽车模具行业竞争力在增强	73
4.10.1汽车模具占我国整个模具产值的三分之一	73
4.10.2我国汽车模具需求分析及预测	76

第五章 汽车专用车底盘与变速器市场分析 79

5.1我国专用车底盘发展现状和趋势分析 79

5.1.1我国专用汽车的发展现状 79

5.1.2专用汽车发展遇到的主要问题 79

5.1.3专用汽车底盘的研制与推广 80

5.1.4我国专用汽车的发展趋势 81

5.2变速器的市场分析 83

5.2.1市场需求分析 83

5.2.2变速器生产企业分析 84

5.2.3 变速器配套分析 86

第六章 汽车发动机市场分析 97

6.1 汽车发动机需求分析 97

6.2 小型柴油发动机行业风险分析 97

6.3 新能源车量产在即但市场回暖还需期待 99

6.4 潍柴通过战略重组与创新成长为中国最大零部件集团 99

6.5 汽车滤清器市场分析 101

6.5.1 汽车滤清器市场概述 101

6.5.2 汽车滤清器市场消费分析 103

6.5.3 滤清器品牌竞争分析 105

6.5.4 滤清器需求分析 107

6.5.5 中国汽车滤清器行业投资潜力大增 109

第七章 汽车售后市场分析 111

7.1 售后市场竞争或将升级 111

7.2 汽车售后市场吸引力增加 112

7.3 成熟售后服务市场将成为汽车厂商救市良策 113

7.3.1 国内汽车厂商售后服务发展现状 113

7.3.2 汽车厂商在售后服务领域的机会 115

7.3.3 售后服务案例：丰田汽车 116

第八章 汽车零部件市场热点分析 118

8.1 高油价激化中国汽车产业格局 118

8.1.1 小型化成为车企新战略 118

8.1.2 新能源车市场升温 119

8.1.3 汽车消费方式将有所改变 119

8.1.4 汽车零部件行业生存受到挤压 119

8.1.5 我国企业应对策略 120

8.2 中国汽车零部件面临着内外交困的局面 120

8.2.1 本土汽车零部件企业正在失去市场 121

8.2.2 本土汽车零部件企业利益链非常脆弱 122

8.2.3 本土汽车零部件企业机会也在涌现 122

表目录

表格 1 2008年1-6月汽车产销情况表（辆）	9
表格 2 2006年国产轿车、SUV、MPV车载音响产品前装配备率	42
表格 3 2007年十大汽车音响品牌榜中榜	43
表格 4 2007-2012年全球汽车传感器分类需求情况	48
表格 5 2006-2007年中国汽车主要内外饰件产品产量（单位：万件）	53
表格 6 2007年中国主要注塑类汽车内外饰件产品进出口情况表（万美元）	54
表格 7 2007年中国不同性质汽车内外饰件企业进出口概况表（亿美元）	55
表格 8 2007年中国向主要目的国出口汽车内外饰件产品概况表（万元）	56
表格 9 2007年中国从主要进口来源地进口汽车内外饰件产品表（万元）	57
表格 10 国内不同车型对注塑类零部件消费量现状	58
表格 11 汽车模具进出口分析表	78
表格 12 2004-2006年我国主要乘用车变速器生产企业总体规模情况（单位：万元）	84
表格 13 2004-2006年我国主要商用车变速器生产企业总体规模情况	85
表格 14 主要乘用车手动变速器生产企业配套情况	86
表格 15 主要乘用车自动变速器生产企业配套情况	89
表格 16 主要重型货车用变速器生产企业配套情况	90
表格 17 主要中型货车用变速器生产企业配套情况	92
表格 18 主要轻型货车用变速器生产企业配套情况	93
表格 19 主要微型货车用变速器生产企业配套情况	94
表格 20 主要大型客车用变速器生产企业配套情况	95
表格 21 主要中型客车用变速器生产企业配套情况	95
表格 22 “滤清器”产品的消费频率情况表	103
表格 23 不同车型用户对空气滤清器消费偏好表	103
表格 24 不同车型用户对机油滤清器消费偏好表	104
表格 25 不同车型用户对燃油滤清器消费偏好表	104
表格 26 国内厂商的服务品牌及服务内容	114

图目录

图表 1 2003-2008年乘用车表现对比分析（万台，%）	11
图表 2 汽车主力车型 08年上半年产销特征	13
图表 3 主要汽车集团上半年销量和增长对比	14

图表 4 汽车企业产销增速对比	15
图表 5 商用车企业产销分类走势	15
图表 6 跨国集团中国乘用车市场历年表现	16
图表 7 乘用车主力品牌市场表现	18
图表 8 乘用车各车系08年表现	21
图表 9 自主品牌08年与07年的乘用车各细分市场表现分析	22
图表 10 2002-2010年中国汽车音响市场需求量及增长态势	40
图表 11 2002-2010年中国汽车音响市场销售额（单位：亿元）	40
图表 12 国际汽车音响市场需求结构	41
图表 13 国内汽车音响市场需求结构图	41
图表 14 2004-2010年中国汽车音响市场需求结构变化情况图	42
图表 15 2004-2010年全球汽车电子需求规模趋势（亿美元）	47
图表 16 2007-2012年全球汽车传感器需求规模趋势（亿美元）	47
图表 17 2007-2012年全球汽车传感器需求数量趋势（亿个）	48
图表 18 1980-2010年汽车电子需求数量趋势（个）	48
图表 19 2007年世界汽车传感器前五强市场份额对比	49
图表 20 国内电喷系统与安全气囊中成本构成	50
图表 21 2006-2010年中国汽车传感器销售分析（亿元）	50
图表 22 2007年中国汽车传感器分产品产值情况（亿元）	51
图表 23 2006-2007年中国汽车内外饰件行业市场规模	53
图表 24 2007年中国汽车内外饰件进出口概况图	54
图表 25 2007年中国注塑类汽车内外饰件进出口情况图	54
图表 26 2007年中国注塑类汽车内外饰件不同性质企业出口情况图	55
图表 27 2007年中国不同性质企业对注塑类汽车内外饰件进口需求	55
图表 28 2007年中国注塑类汽车零部件主要出口目的国情况图	56
图表 29 2007年中国注塑类汽车零部件主要进口来源国情况图	57
图表 30 2008-2010年汽车内外饰件市场规模预测	58
图表 31 2010年国内汽车零部件市场规模构成预测	58
图表 32 “十一五”期间中国汽车内外饰件市场需求规模预测图	60
图表 33 2001-2007年我国汽车缓速器市场规模增长情况	71
图表 34 2007年我国汽车冲压与注塑模具市场份额情况	76
图表 35 2008-2010年我国汽车注塑模具需求分析及预测（单位：亿元）	77

图表 36 2008-2010年我国汽车冲压模具需求分析及预测（单位：亿元）	77
图表 37 模具进出口比趋势分析	78
图表 38 2003-2007年中国汽车变速器市场规模变动图（单位：亿元）	83
图表 39 未来全球汽车滤清器需求量及市场价值变化图	101
图表 40 中国滤清器行业区域竞争布局情况图	105
图表 41 2006年-2007年中国滤清器品牌市场占有率情况图	105
图表 42 2005年与2007年中国滤清器经销商销售额情况图	106
图表 43 2005年与2007年中国滤清器经销商经营毛利率情况图	107
图表 44 2006-2020年中国汽车保有量增长趋势图（单位：万辆）	107
图表 45 2006-2020年中国汽车滤清器需求总体情况（单位：亿台）	108
图表 46 2006-2010年中国滤清器出口情况预测（单位：亿台）	108

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37827.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适

中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。