

中国汽车零部件产业竞争形势分析

李赞峰

院长

机械工业部汽车工业规划设计研究院

TEL:13032239225

2005年9月 天津

CNARC



主要内容

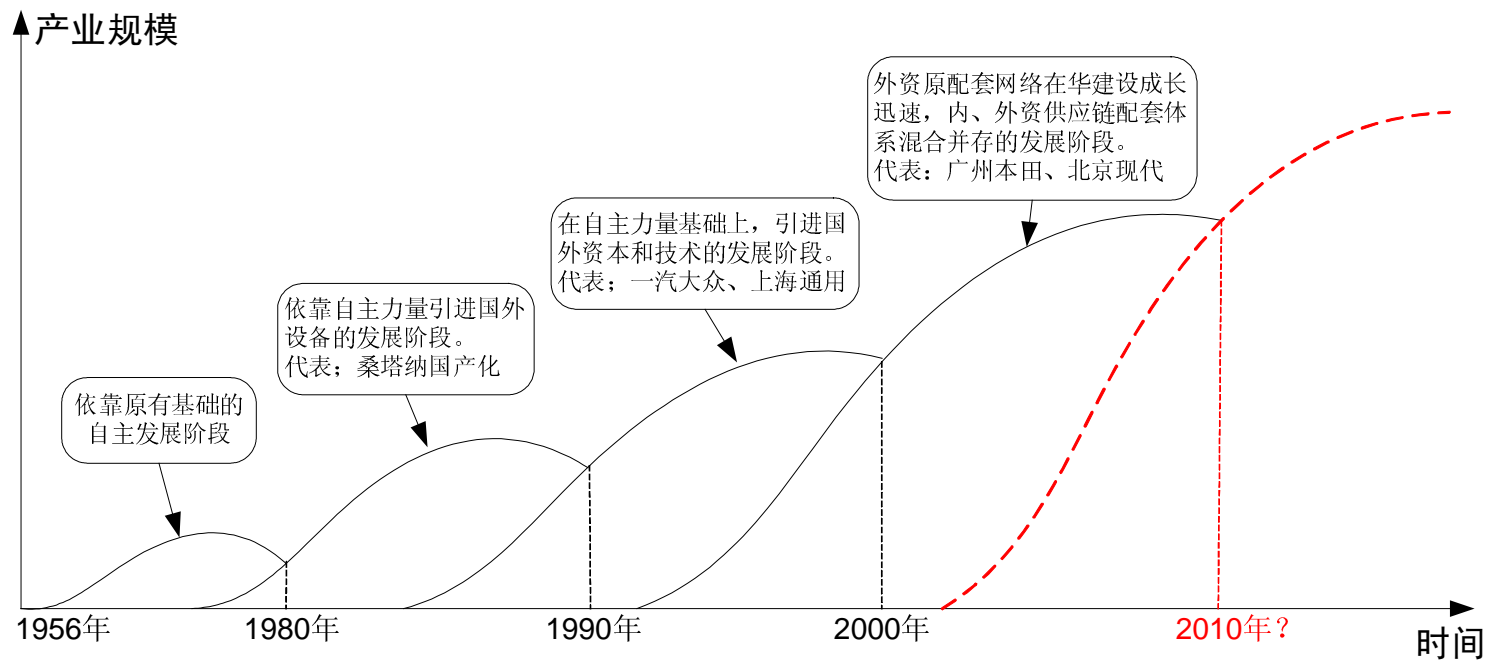
- 中国汽车零部件产业竞争形势分析
- 中国汽车零部件产业发展趋势展望



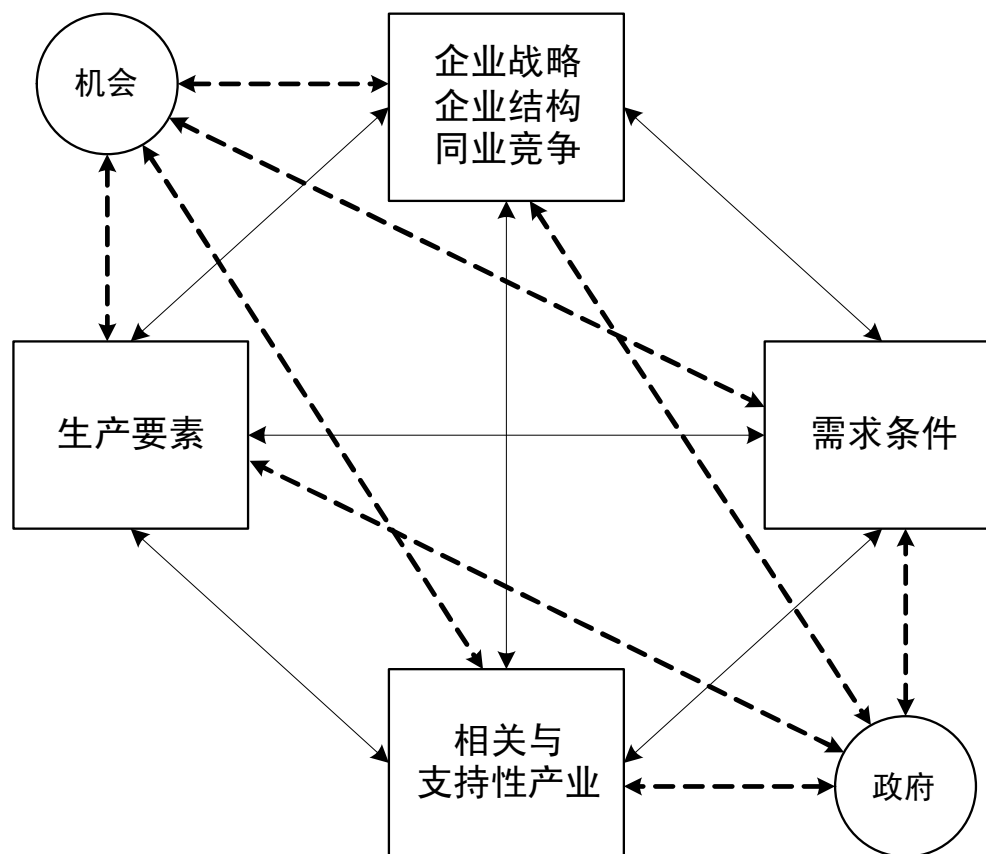
中国零部件产业竞争形势分析

- 中国汽车零部件产业发展历程概述
- 产业国际竞争力要素分析
- 产业国际竞争力综合分析
- 中国零部件目前所处的发展阶段

发展历程概述

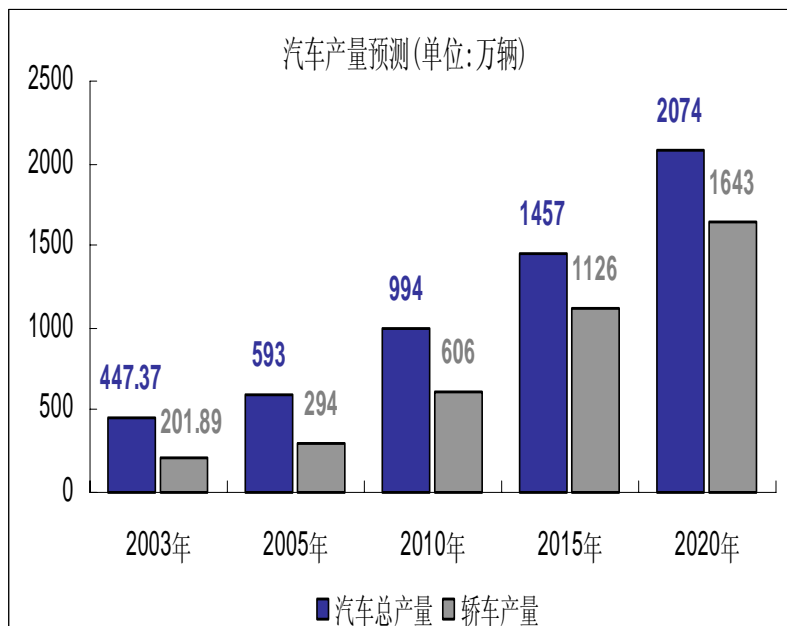


要素分析：钻石模型



要素分析:需求条件

■ 需求数量



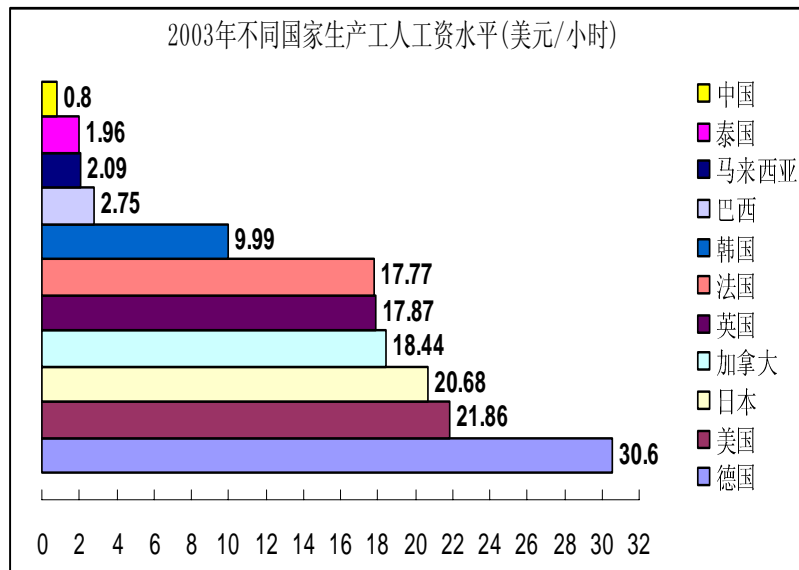
■ 需求质量

目前我国汽车燃油消耗相当于日本1994年的3倍。乘用车消费结构呈中间大两头小的橄榄型发展,中档车市场份额最大,在欧洲大行其道的1.3升排量以下的微型车在我国仅占26%。

■ 需求旺盛,但还不成熟是目前中国汽车零部件市场需求特征的基本概括。旺盛的市场需求为零部件产业的发展,提供了强劲的动力,但需求质量水平不高弱化了高级与专业生产要素的成长压力,一定程度上会影响产业的持续健康发展。

要素分析：生产要素水平

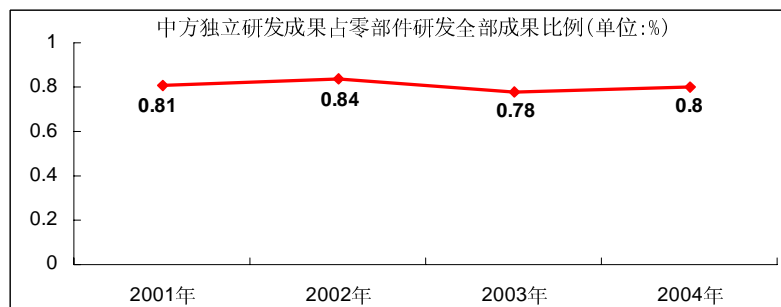
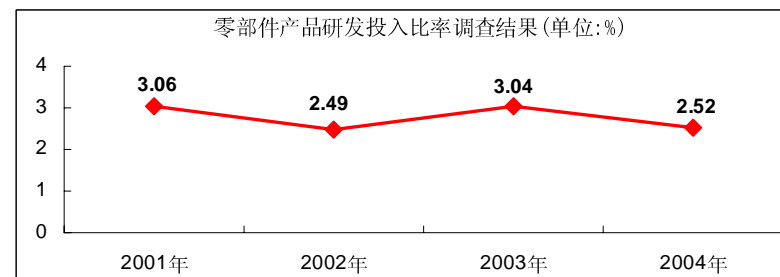
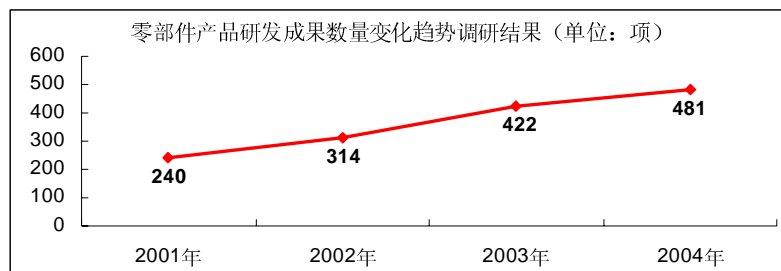
■ 基本生产要素



现阶段中国具有劳动力素质与劳动力成本两个方面的比较优势。相关研究表明：一方面目前中国产业工人的劳动力成本是德国的1/30，美国和日本的1/20；另一方面中国拥有一批熟悉制造工艺、具备一定技术能力而人力成本也相对较低的工程技术人员。人口众多，低收入群体庞大的现实国情，决定了这种优势相当长的时间内不会消失。同时，由于我国市场经济起步较晚，环境建设还不完善，在自然资源消耗管治与环境保护等方面政策性制度的建设方面相对滞后，一定程度上也导致自然资源的使用与消耗成本偏低。

要素分析：生产要素水平

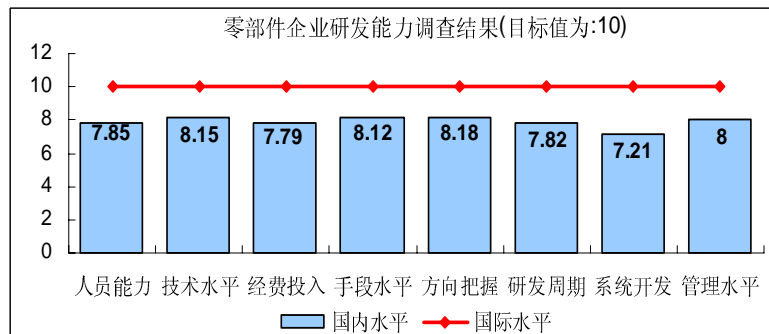
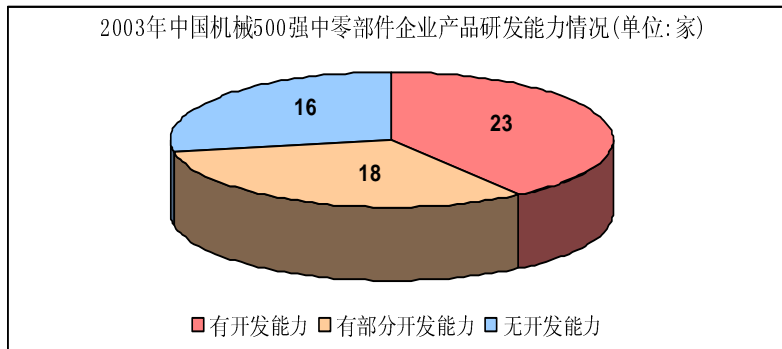
■ 高级生产要素1：产品研发投入与结果



- 近几年产品研发成果数量以每年30%左右的速度在增长；研发投入比率总体保持在3%左右的水平；引进外方技术、中外合作开发、中方独立开发三种研发成果形成方式中，中方独立研发占80%左右，处于绝对主导地位。

要素分析：生产要素水平

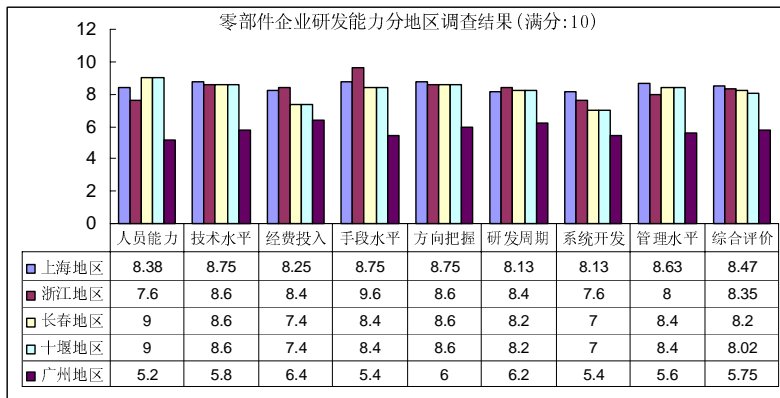
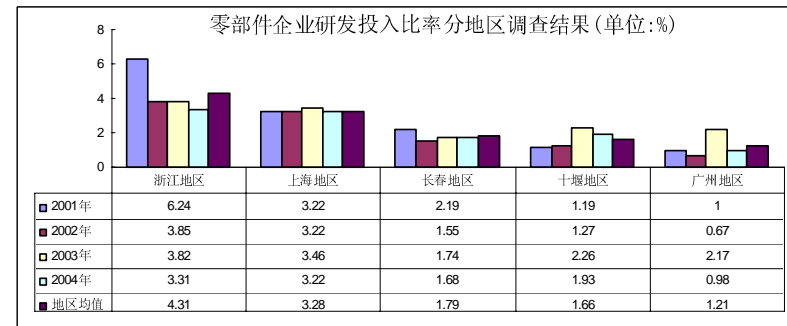
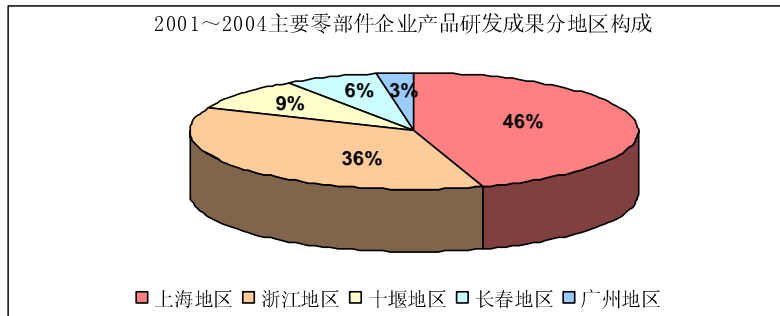
■ 高级生产要素2：企业研发能力



在2003年中国机械工业500强中的57家汽车零部件企业，能从事产品开发的23家，能部分从事产品开发的18家，不能从事产品开发的有16家。而以上具有开发能力的企业中，大多只能满足适应性开发的要求，不能从事基础研究、超前开发和系统开发。在决定企业研发能力的人员能力、技术水平、经费投入、手段水平、方向把握、研发周期、系统开发能力、管理水平8个方面，中国企业与国际水平依然存在明显的差距。

要素分析：生产要素水平

■ 高级生产要素3：各地区研发能力



- 研发成果形成数量：上海和浙江地区占有比率合计占80%以上；
- 研发投入比率：浙江、上海为4.3%和3.3%，长春、十堰为1.8%和1.7%，广州地区为1.2%；
- 企业研发能力：上海、浙江、长春、十堰接近，在8~8.5之间，广州地区5.8。



要素分析：生产要素水平

■ 高级生产要素4：综述

➤ 根据调研结果，可将各地区研发情况大致分为三类。

➤ 第一类是上海、浙江地区：

能力较强，释放得也比较充分，某种程度上代表了国内零部件产业研发状态最好的地区。分析原因：一方面该地区原有国有企业开展对外合资合作比较早，充分利用了早期国家的保护性政策，在对外合资合作过程中坚持以我为主、为我所用的原则，有效地强化了自身能力；另一方面，该地区的民营企业近十年迅速成长，已经成为产业发展的重要力量。

➤ 第二类是长春、十堰地区：

能力比较强，但释放得不充分。分析原因：这两个地区是国有企业集中的地区，体制约束明显，对外合资合作起步较晚，虽然通过改制重组等措施取得明显进步，但在全面开放、外资大量进入的新形势下，企业机制突破等基本问题的解决还需要时间。

➤ 第三类是广州地区：

能力不强，释放得更不充分。分析原因：既与当地合作的外资企业（日系企业有比较明显的相对封闭、民族团队协同发展的倾向）在华战略的指导思想有关，也与当地的产业环境（贸易色彩浓、实业意识弱）有关。



要素分析：企业战略、结构及同业竞争

- **企业战略：**加入WTO以后，随着中国汽车零部件市场的全面放开，外资、民资、国资三种零部件企业的发展战略表现出不同特征。
 - 外资企业的战略特征：系统总成类一级供应商倾向于独立发展；二、三级及以下零部件供应的网络支撑立足于本土化的建设。
 - 民营零部件企业的战略特征：一是客观定位于三个层次：零售+自主品牌一级供应商+国际品牌二级及以下以下供应商；二是专业化生产，面向国内外两个市场。
 - 国有及控股企业：通过内抓“改制重组”，外抓“合资合作”，优化资本结构，提升产品水平，强化企业能力，在稳定发展与原有整车企业配套关系的同时，努力跳出原有集团的配套范围，寻求更广阔的发展空间。



要素分析：企业战略、结构及同业竞争

■ 产业结构

目前中国汽车零部件产业三种典型的配套模式同时存在。第一种是欧美“水平分工，自主发展”模式已经陆续进入中国；第二种是日韩“双向垄断”模式有步骤有计划地渗透进中国，并随着日韩系整车的发展而逐渐清晰；第三种围绕中国自主品牌整车而形成的配套体系。目前阶段这类配套体系的特征尚不清晰：一方面国有企业原有的“纵向一体化”模式依然存在，另一方面内资民营企业OEM配套处于不稳定的“游离”状态，此外在高端零部件OEM配套领域与外资进行了大量的合资合作，还有欧美和日韩模式的色彩。



要素分析:企业战略、结构及同业竞争

■ 竞争状态

三方资本主体并存，三种配套系统同步发展，企业数量众多，随着市场规模的不断扩大，市场竞争的日益加剧，企业分化加剧。据估计，目前我国轿车50%以上的主要零部件和绝大部分关键零部件由外资企业配套供货。内资（包括国资和民营）企业所生产的零部件产品则主要集中在零部件附加值比较低的领域，配套车型也主要集中在品牌价值较低的中低端经济型乘用车和商用车领域。

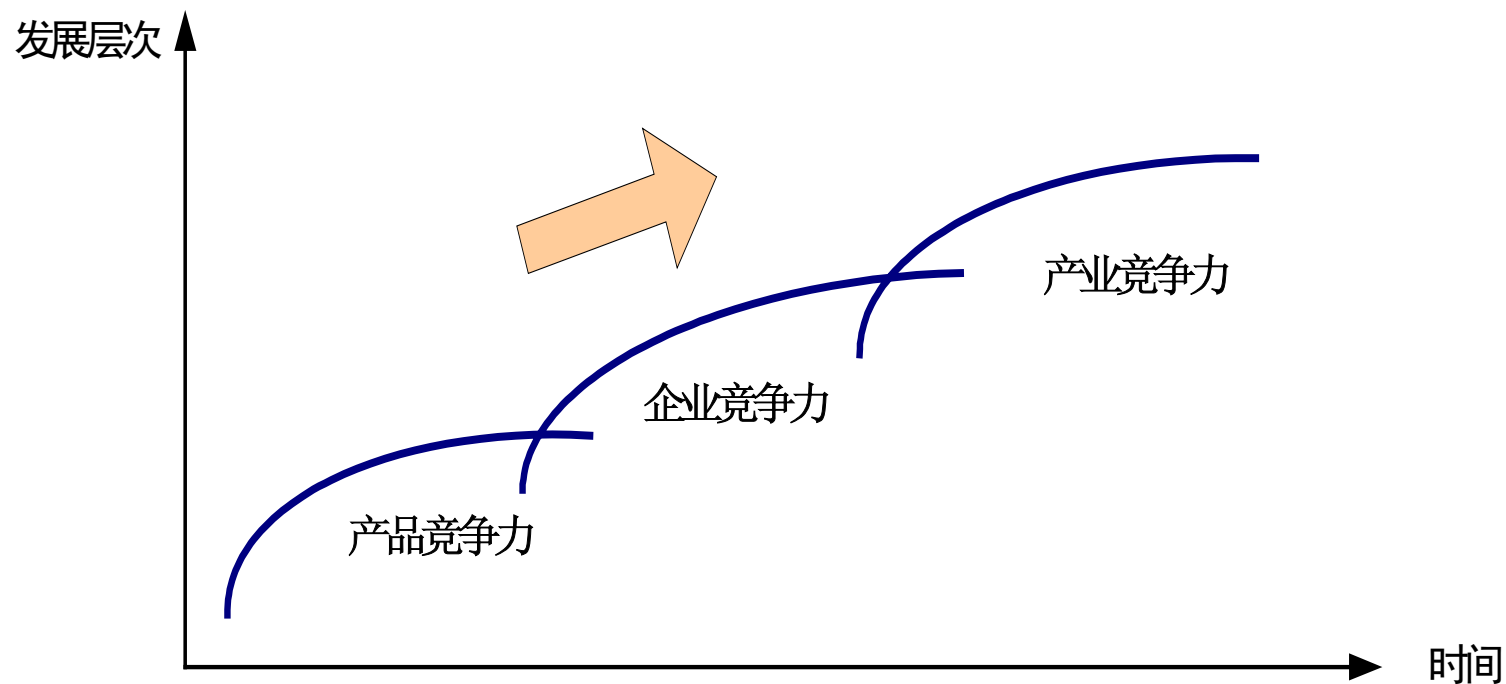
■ 企业战略调整，强化资本主体控制力；企业众多、散乱局面依然存在，条块分割限制产业集聚和规模效应的形成与释放；竞争程度明显提高，内外资发展不平衡，乘用车零部件高端市场基本由外资控制是现阶段中国零部件企业战略、结构、同业竞争的基本情况。



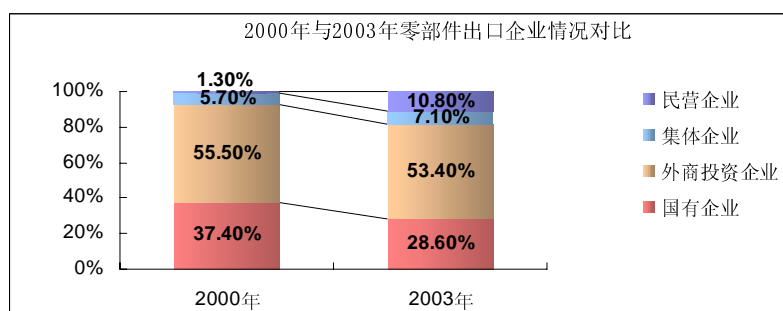
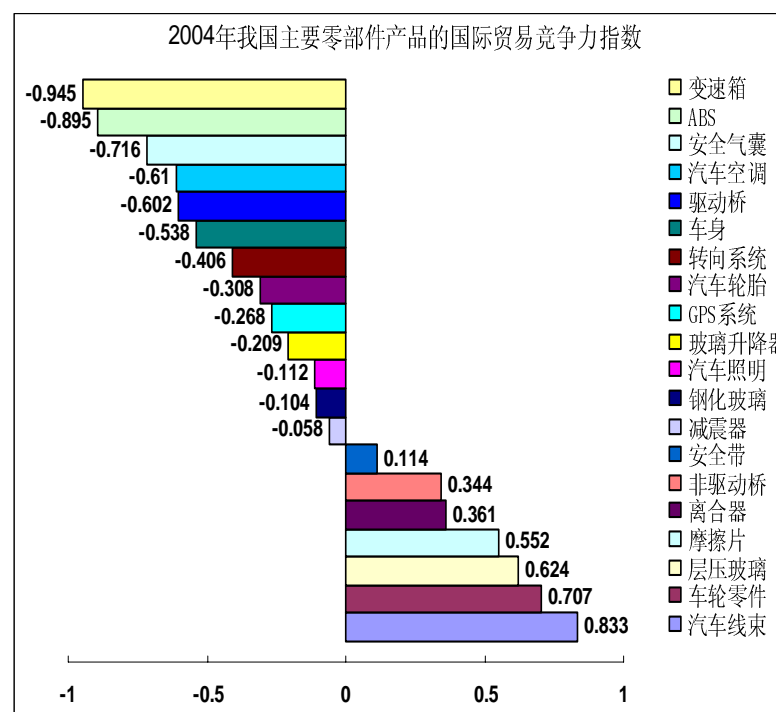
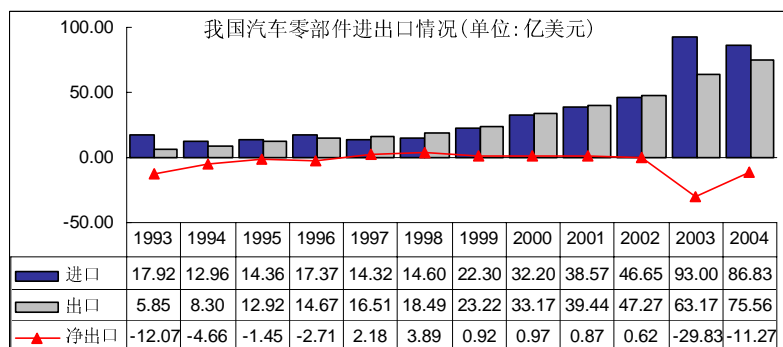
要素分析:相关与支持性产业情况

- **相关材料。**钢铁、机械产品、纺织材料等产量位居世界第一，劳动密集型产品具有明显的比较优势，原材料基本实现了自给自足，但车身专用钢板、三元乙丙橡胶等专用材料还有相当部分依赖进口。
- **专业装备。**装备水平呈两极发展趋势：一方面中国有世界上最先进的柔性生产线；另一方面相当一部分零部件企业数控机床的比例不到1%。总体看，独资、合资和少数民营企业的装备已经进入柔性化时代，但数量不多，总体水平还比较落后。
- **物流水平。**美国、日本等发达国家物流成本一般占总成本9%左右，中国整体水平在22%左右，零部件企业大概是19%左右。

综合分析：产业竞争力形成的三个层次



综合分析：产品情况



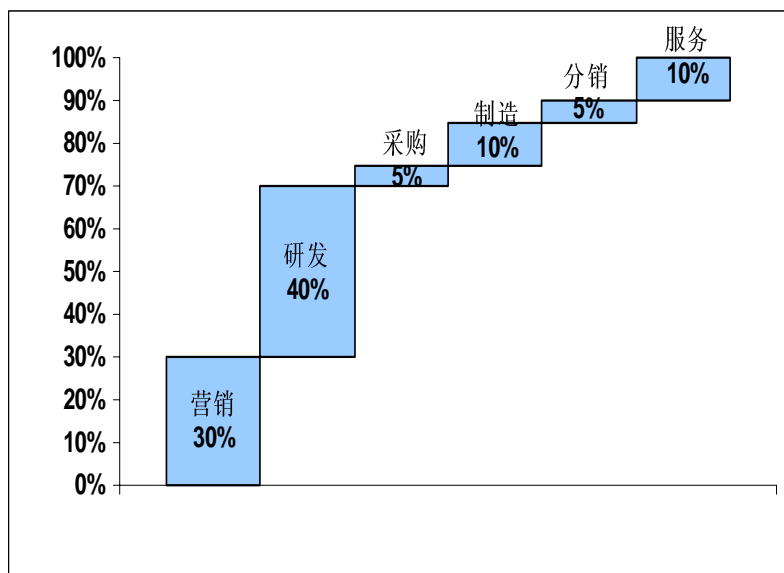
综合分析：企业情况

■ 国内外主要企业年销售额对比

零部件系统	国际企业	国内企业	销售 额 比率
转向	天合公司	上海采埃孚转向机	1: 79
ABS	德尔福公司	上海汽车制动系统	1: 171
制动系统	爱信精机	上海SABS	1: 88
饰件	伟世通公司	延锋伟世通汽车饰件	1: 19
电子	德尔福公司	联合电子	1: 70
车桥	德尔福公司	上海汇众	1: 39
传动轴	德尔福公司	上海纳铁福	1: 169
悬架	天合公司	上海汇众萨克斯	1: 221
空调系统	德尔福公司	上海德尔福汽车空调	1: 163
空压机	电装公司	上海三电贝洱	1: 86
车灯系统	法雷奥公司	上海小糸	1: 67

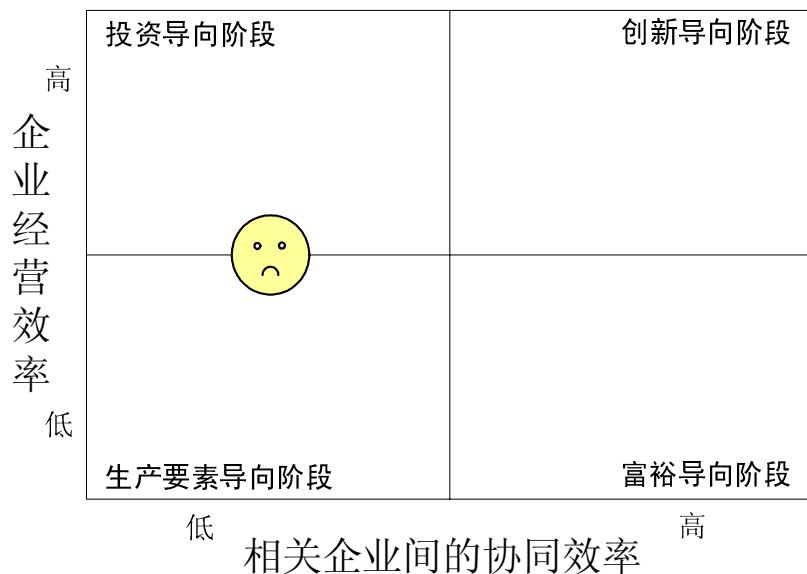
从国际著名零部件企业2002年销售额与国内生产同类产品大型代表企业2003年销售额的对比，可以看出：11类主要零部件系统生产的企业平均销售额，国际企业是国内企业的167倍。2003年中国最大的企业湘火炬的销售收入是58亿元，而同期世界排名100的卓越公司的销售收入是8.4亿美元，是湘火炬的1.2倍。说明中国零部件企业的国际竞争力非常薄弱。

综合分析：产业链



现代制造业产业链各环节按价值比重从高到低，依次为研发、营销、制造、服务、采购与分销。目前我国零部件内资企业的资源与能力主要集中在制造环节，属于费时、费工、消耗资源的环节，产业链其他环节的能力相对薄弱，产业链发展不平衡。

中国零部件目前所处的发展阶段

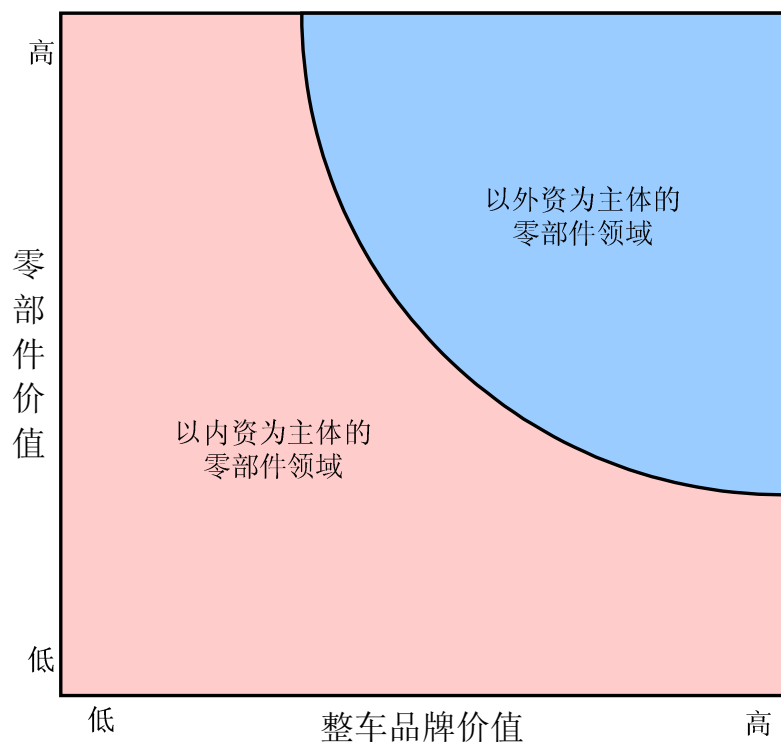


综合考虑钻石模型的四个核心要素：目前我国汽车零部件产业处在投资导向的初级阶段。这一阶段的产业经济过分依赖基本生产要素，高级生产要素不强，对全球经济的变化非常敏感，是产业经济面临挑战最严峻的阶段，也是对产业能力提升作用最强的阶段。

现阶段存在的三个核心问题

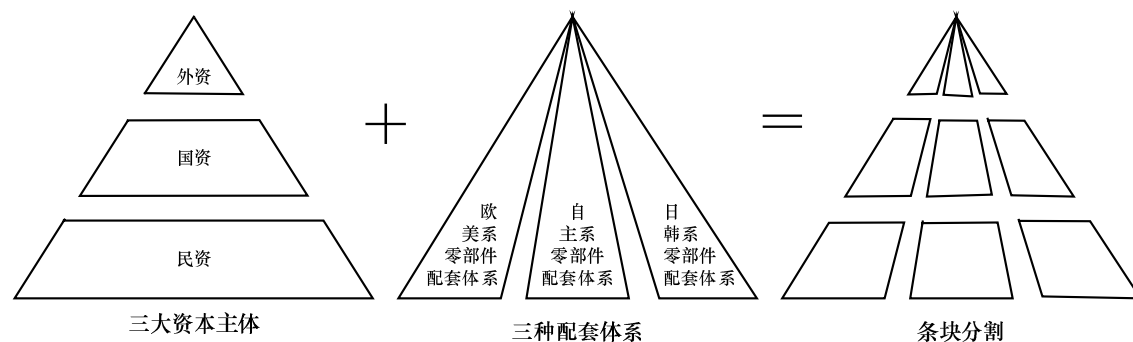
■ 核心技术外生特征明显

目前我国载货汽车特别是中低档次的中重型载货汽车经过长期发展，已经达到世界级的规模，具有明显的规模经济成本优势。但我国乘用车的发展历史相对较短，近年来，虽然通过引进先进产品和技术发展零部件，快速形成了面向内需市场的配套能力，使我国乘用车整体的技术性能已经接近国际水平，但高技术含量的关键零部件基本处于外资控制状态，内资零部件企业的产品主要集中在价值比较低的领域，所配套的车型也主要集中在中低档商用车和品牌价值比较低的经济型乘用车领域，产业核心技术有明显外生特征。



现阶段存在的三个核心问题

- 立足本土文化特征的产业链协作模式尚未形成



课题组调研发现：现阶段三种配套体系的一级供应商网络相对封闭，具有较强的独立性，兼容的部分很少。以自主系与日系一级供应商的对比分析可以看出：一是两套供应商体系共性很少，除汽车玻璃、铝车轮少数产品外，基本上是两种完全不同的配套体系；二是在日系OEM一级供应商中，除铝车轮1个产品，其他主要零部件的首选供应商基本都是日资企业。分散发展、条块分割现象相当严重，极大限制零部件产业集聚和规模效应的形成与释放。立足本土文化特征的产业链协作模式尚未形成。

现阶段存在的三个核心问题

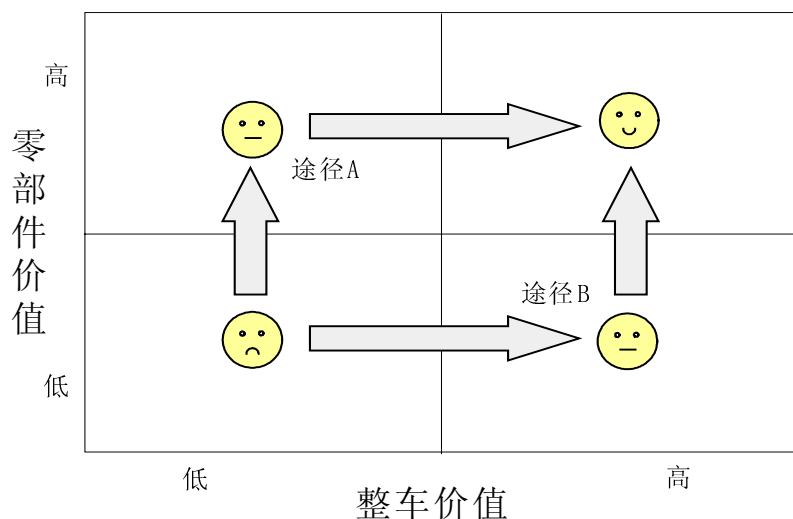
■ 自主产业的发展缺少自主品牌整车需求的拉动

自主品牌汽车占国内汽车产量的比例

	2000年		2004年	
	自主品牌比例	国外品牌比例	自主品牌比例	国外品牌比例
全部汽车	72%	28%	59%	41%
载货车	92%	9%	94%	6%
客车	98%	2%	95%	5%
轿车	18%	82%	18%	82%

2004年我国汽车产量中自主品牌占59%，与2000年的72%相比下降了13个百分点；而外资品牌比2000年提高了13个百分点，其中自主品牌乘用车市场占有率仅为21.3%，销售量仅为外资品牌乘用车销售量的1/4多一点。零部件与整车配套具的强关联性，以及不同整车零部件配套系统的相对独立性，决定了自主品牌整车的发展情况将直接影响自主零部件产业的发展。在市场全面开放，国内竞争国际化的新形势下，我国自主汽车零部件产业存在着很强的丧失独立性的风险。

实现战略突破的可能途径



- 途径A: 在自主品牌整车处于优势的中低档商用车和经济型轿车领域, 充分利用已经积累的产业资源, 在零部件已经有效OEM配套的基础上, 坚持自主研发和持续创新, 不断提升零部件产品的价值和技术水平, 为整车自主品牌价值的提升奠定基础。同时创造条件, 积极参与价值更高自主品牌新车型的同步开发工作, 并立足于民族文化特点, 优化供应链协作关系。在实现零部件价值和自主品牌整车价值同步提升的基础上, 实现战略突破。
- 途径B: 在已经实现一定规模净出口的通用零部件领域, 充分应用环保、节能、安全新技术, 在已有出口途径的基础上, 坚持规模生产、持续创新, 继续扩大出口, 不断提升国际市场占有率。按照从国际零售市场到国际OEM市场, 从为国际低端品牌整车OEM配套到为国际高端品牌整车OEM原配套的途径, 持续发展, 实现战略突破。



中国汽车零部件产业发展趋势

- 市场竞争激烈，企业加剧分化
- 产业结构将逐步优化
- 政策环境有利于自主产业的发展
- 自主品牌促进产业核心竞争力的提升
- 成为世界零部件产业的生产制造中心



趋势1:市场竞争激烈, 企业将加剧分化

- 市场竞争是市场发挥配置资源基础作用的直接表现。随着竞争加剧, 企业的整合与分化将会频繁发生。利润也会在不同企业间不均衡地分布, 在一些优秀企业依然可以获得高利润的同时, 另外一些企业则会陷入经营困境, 并最终被并购或淘汰。



趋势1:市场竞争激烈, 企业将加剧分化

- 国际资本控制乘用车零部件高端市场的格局会持续相当一段时间

汽车产业作为资金、技术密集的产业, 拥有核心技术和雄厚资金就拥有了话语权, 就能够摄取超额利润。短时间内, 外资仍将是我国汽车零部件产业的主导力量, 尤其在乘用车高端零部件领域更是如此。从发展趋势看, 由于内资缺乏核心技术, 在关键价值环节被外资所控制的现象将会在相当一段时期内延续。



趋势1:市场竞争激烈, 企业将加剧分化

■ 部分民营企业会脱颖而出

改革开放以来, 民营汽车零部件企业取得了长足进步, 不但在国内市场发展迅速, 在国际市场也取得了令人瞩目的成绩, 在一些零部件领域已经具有明显的竞争优势, 部分民营零部件企业已经成功进入国际市场。民营汽车零部件企业将成为我国汽车零部件行业的一支重要的力量。



趋势1:市场竞争激烈, 企业将加剧分化

■ 会出现一批立足国内本土市场的大型企业

首先,我国汽车市场具有“发展快、容量大、多层次、易进入”的特征,潜在市场容量决定了各种资本主体在相当时期内各得其所。

其次,跨国企业无论多么强大,都要从建车间、设销售点等“小事”做起,需要积累“本土化知识”。而在新形势下,我国零部件企业学习国际先进技术和知识管理的成本已大大降低,在本土化知识上具有明显的比较优势。

再有,在经济全球化的大背景下,新兴市场的崛起,区域经济的发展决定了现有产业组织形态存在着很大的结构性乃至革命性变化的可能。



趋势2：产业结构将逐步优化

- 多种配套体系并存的格局会在相当时期内存在

现阶段存在的三种配套体系，其一级供应商网络相对封闭，具有较强的独立性。虽然经过多年努力，不同资本主体、不同配套体系间出现了不断融合、优化的趋势，但不同资本主体、不同配套体系利益目标的根本差异，决定了**独立发展依然是主流**。多种配套体系并存的格局会在相当一段时期内存在。



趋势2: 产业结构将逐步优化

- 立足于民族文化特征的供应链协作体系，有可能首先在商用车和经济型乘用车领域形成

文化基础是经济体持续发展的必要条件，立足本土文化不断优化原有体系，是现有先进模式能否有效实施跨国战略的基础。

我国巨大的市场发展空间必然会产生具有本土文化特征供应链协作关系的需求。虽然在经济规模与经营效率方面，我国与发达国家差距明显，但在中低档商用车和经济型乘用车领域我们已经拥有一定数量的自主整车品牌，聚集了一定规模的自主产业资源，如果政策引导得当，有可能首先在这两个领域形成立足于民族文化特征、具有竞争优势的供应链协作体系。



趋势3：政策环境有利于自主产业的发展

- 引进外资政策的继续实施和政府投资准入制度的改革为各种资本进入零部件行业创造了便利条件。
- 整车特征认定等制度将促进零部件制造的本地化进程，促进零部件技术和产能的发展。
- 环保、节能、安全等法规的加速实施将极大推动零部件先进技术的发展，加速缩短与国际水平的差距。



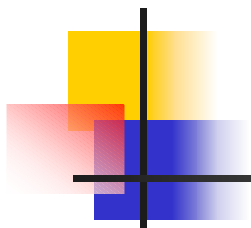
趋势4：自主品牌促进核心竞争力的提升

- 汽车生产规模的持续扩大将成为拉动汽车零部件产业发展的主要动力，对产业规模化发展贡献最大的将是自主品牌的经济型乘用车。
- 自主品牌整车发展的带动作用是我国汽车零部件产业核心竞争力提高的动力之源。



趋势5:成为世界零部件的生产制造中心

- 战后汽车产业成功国家有一个共同点，就是大多遭遇过强大的压力和困境，例如德国、日本和意大利都是战败国，而德国和韩国都是分裂国家。它们的成功说明：产业经济增长的核心动力是高层次的人力资本、快速进步的科技能力、不同层次人力资源和投资者持续努力的动机，以及充满活力的国内市场。
- 市场需求与基本生产要素的比较优势，以及产业后发国家技术创新成本优势的持续释放，决定了我国汽车零部件一定会成为世界产业的重要组成部分，很有可能首先从成为世界零部件产业的生产制造中心开始。



谢谢大家