# 鹤壁市汽车及零部件产业基本情况

来源：网络 作者：雪域冰心 更新时间：2025-06-20

*第一篇：鹤壁市汽车及零部件产业基本情况鹤壁市汽车及零部件产业基本情况鹤壁是一个发展迅速、产业特色明显的城市。鹤壁以煤兴市，经过几十年的发展，已经成为一个门类较为齐全的工业化城市。鹤壁高度重视汽车及零部件产业的发展，将其列为全市三大战略支撑...*

**第一篇：鹤壁市汽车及零部件产业基本情况**

鹤壁市汽车及零部件产业基本情况

鹤壁是一个发展迅速、产业特色明显的城市。鹤壁以煤兴市，经过几十年的发展，已经成为一个门类较为齐全的工业化城市。鹤壁高度重视汽车及零部件产业的发展，将其列为全市三大战略支撑产业之一强力推进，全方位实施开放带动战略，加强对外合作，实行产业特别政策、重要企业特殊服务、重大项目一事一策，切实做到高效服务、精细服务、诚信服务、阳光服务，城市知名度、美誉度和吸引力不断提升，2025年中国社科院对全国294个城市进行的调查中，鹤壁市居民幸福感排名第7位，先后引进了华晨汽车集团、深圳航盛电子股份有限公司等行业龙头企业。依托模具企业资源正在与天津汽车模具有限公司洽谈深入合作，利用市淇林车辆传动公司全时四驱差速传动装置正在与东风特种汽车公司、北京装甲兵工程学院、华晨集团金杯专用车辆公司、郑州日产汽车有限公司、北京华泰汽车集团、石家庄双环汽车股份有限公司等汽车厂家合作。现已发展成为河南省六大汽车及零部件产业基地之一，拥有汽车及零部件企业100多家，具备了一定的产业规模和较强的发展后劲。

一、全省汽车产业形势

国务院关于支持河南省加快建设中原经济区的指导意见》支持我省发展壮大优势主导产业，建设郑州汽车制造基地，推进整

车及零部件产业发展，将进一步加快推进我省汽车产业的发展。《我省“十二五”规划纲要》确定扩大整车规模,积极发展专用车,以整带零、以零促整,推动整车与零部件的集聚发展和互动发展。依托郑汴新区,加快百万辆汽车基地建设,推进郑州日产公司、郑州海马公司、郑州宇通公司、开封奇瑞公司、恒天重工公司等骨干企业壮大规模,积极引进国内优势汽车企业建设生产基地,加快新车型开发,推动汽车零部件产业园建设, 依托有条件的市推动汽车零部件集群化发展。力争2025年全省整车生产能力超过200万辆，主营业务收入超过5000亿元。这为我市充分发挥区位交通优势，进一步完善提高配套能力，借助郑州汽车基地做大做强汽车零部件产业提供了难得的机遇。

二、主要产品

鹤壁汽车及零部件产业主要产品有六大类：

1、汽车整车，主要有低速货车、各类改装车、军用通讯车等系列产品。

2、汽车线束、连接器等系列产品。

3、各类大中型冷热冲压模具。

4、车桥、半轴、轮胎、刹车片、紧固件、铸造件等产品。

5、全时四驱差速总成及镁合金汽车零部件。

6、新能源汽车动力驱动及控制系统、车载视听娱乐系统等汽车电子产品。

三、产业布局

鹤壁对汽车及零部件产业统一规划，科学布局，目前已形成了“四园”产业发展布局：一是在省级鹤淇产业集聚区高起点、高标准规划了占地5400亩的汽车及零部件产业园区，重点发展汽车整车、改装车及零部件。年产10万辆轻型载货车（华晨汽车项目）、年产10万套汽车轮毂、年产8万套汽车后桥传动装置、年产10万套汽车驱动桥减速机等项目正在建设中。

二是在国家级经济技术开发区域内规划建设了金山工业园，重点发展镁合金汽车零部件，金山镁业、格兰达镁业、富迈特等金属镁深加工企业正在大力开发汽车轮毂、变速箱壳、方向盘等汽车零部件。

三是在城北规划了航盛鹤壁汽车电子工业园，占地300亩，总投资10亿元，年产300万套汽车仪表和200万套车载视听娱乐系统，主要产品有车载视听娱乐系统、智能导航及多媒体系统、汽车仪表等。项目建成达产后，预计年销售收入20亿元，实现利税5亿元。现五个车间主体基本完工，另两个车间正在打地基。

四是在鹤山区规划建设了占地6000亩的韩林涧汽车铸件工业园。

四、重点企业

1、天海集团是全国起步最早、规模最大的汽车线束连接器科研生产基地；是新兴的汽车电子产品研发生产基地；是国家3个汽车行业专业标准文件的起草者；是河南省百强企业和新能源汽车重点企业。2025年成功收购美国凯萨公司实现跨国经营，连续四年成为美国通用汽车全球优秀供应商，拥有国内外19家子公司。“十二五”重点发展高档线束、连接器等系列产品，发展目标是销售达到100个亿，鹤壁本部50个亿，企业的愿景是“创国际品牌、作世界级企业”。总投资15亿元的1500万只高端连接器、260万套高档轿车全车线束、100万套GM汽车全车线束出口、10万套新能源汽车电机控制器及汽车电子、5000台全自动下线压接机等五大支撑项目即将启动建设。

2、天马通信股份公司是天海集团与华晨集团战略合作的合资公司。鹤壁市政府与华晨集团于2025年4月28日签订战略合作框架协议，支持华晨集团与天海集团合作，在鹤壁成立合资公司，建设华晨汽车中原生产基地。合资公司一期注册资本金为1亿元，其中华晨汽车集团占股51%，天海集团占股49%。项目总体规划1500亩，总投资6亿元，其中一期占地750亩，投资约4亿元，年生产能力为各种载货汽车10万辆（整车8万辆，改装车2万辆）。

项目于2025年6月22日开工奠基，按照战略合作框架协议规定，鹤壁市政府投资9000多万元建设的焊装车间、涂装车间、车架车间、总装车间及检测车间厂房已全部完工，改装车间已投入运行，污水处理站、厂区道路等其他收尾工程正在抓紧推进中。由合资公司承贷1.6亿元设备款，现各生产车间非标设备、检测车间整车检测线、总装车间工位器具及公用动力设备等合同签订

总额12248.9万元，占全部工艺设备计划资金1.6亿元的76.6%。目前，总装车间设备安装完成100%，涂装车间设备安装完成80%；焊装车间设备安装完成85%；检测车间设备安装完成100%。合资公司转型升级由低速货车升级轻型载货车的申报工作同步推进，项目可研等相关资料已完成，并通过河南省工信厅审核，批准转呈国家工信部，现待与国家工信部沟通后上报。

该项目由于双方注册资本金未全部到位，合资公司设备融资出现困难，现累计筹措设备资金1亿元（其中市政府暂借支5000万元），致使项目设备后期安装调试进展缓慢，未能达到预期目的。为了加快项目进度，尽快投产见效，对外寻求战略合作伙伴，独资、合资合作均可，具体条款双方商定。

3、鹤壁天海电子信息有限公司（原鹤壁无线电四厂），占地11.3万平方米，建筑面积4.35万平方米，现有职工800余人。是我国军用通信车及方舱专业定点生产企业之一，军用改装车技术处于国内领先水平，参与了我国神州五号、六号、七号飞船载人航天通信设备研制和通信保障工作，产品装备到总参通信部、总参二部、总参四部、空军、武警、公安、消防等多个兵种。

4、鹤壁天淇汽车模具有限公司是与天津汽车模具有限公司合资组建成立的，占地面积4.5万平方米，具有生产中、高档轿车模具的制造条件和能力，年产500标准付冷冲压汽车覆盖件，主要设备装配有国际水准的CAE、CAD、CAM数字化制造系统，达

到了具有国际水平的模具制造、评估、检验水平标准，产品主要供应东风、奇瑞、重庆长安、北汽福田、华晨金杯、天津夏利、柳州五菱、法国雷诺、江淮、长城等汽车厂家。

5、鹤壁天汽模汽车模具有限公司是与天津汽车模具有限公司合作的一家以设计、生产制造汽车冷冲压模具为主的专业模具制造企业，现固定资产总值9400万元，主要生产及检验设备67台（套），年生产能力800标准付。产品主要供华晨集团、北汽吉普、中国一汽、天津一汽、北京华泰、保定长城、奇瑞汽车、上海汇众、印度菲亚特、西班牙雷诺等汽车制造企业。目前，正在进行二期技术改造项目，建设职工培训中心、技术中心和汽车模具生产线，项目完成后年新增1200标准付汽车模具生产能力。

6、淇林车辆传动公司是一个刚创建不久的新兴企业，拥有与吉林大学汽车工程学院联合成立的传动工程技术研究中心，引进专利研发生产的全时四驱传动装置，具有十四个国家的发明专利，具有纯机械、全时驱动、防水防火、抗电子干扰、安全稳定、经济环保等优良性能，得到了业内最高权威郭孔辉院士的高度评价。该原创产品填补了国内汽车传动技术领域的空白，打破了国外少数几个国家对全时四驱核心技术的封锁和垄断；正与东风特种汽车公司、北京装甲兵工程学院、华晨集团金杯专用车辆公司、郑州日产汽车有限公司、北京华泰汽车集团、石家庄双环汽车股份有限公司等汽车厂家合作，利用该装置对相关车型进行改造提升。

7、河南富华周率科技公司是一家专业生产车桥的民营企业，占地面积4万多平方米，拥有先进的机械设备和加工技术，其周率牌车桥具有悠久的历史，在细分市场中享有良好的信誉和稳定的市场渠道。

8、恒力汽车配件公司是我市一家资深的零部件专业生产企业，管理严细，技术过硬，汽车半轴年生产能力20万根，主要为长城、东风、北汽等汽车厂定点配套，正在筹建年产100万根汽车半轴生产线和年产100万根凸轮轴生产线。

9、河南环燕轮胎股份有限公司始建于1970年，占地面积20万平方米，拥有员工1000人，公司技术中心是“河南省省级技术中心”，企业以生产“环燕”、“神农”牌农用系列轮胎为主，现有100多个规格品种，年生产能力130万自然套轮胎，畅销河南、河北、山东、山西、湖南、湖北、四川、甘肃、新疆、内蒙古及东北三省等全国28个省区。

10、河南佳吉轮胎有限公司公司是由鹤壁市贝尔生物技术有限公司与澳门高捷物流有限公司共同投资组建的合资企业，占地面积200亩，年设计生产能力500万条，以生产汽车、农用车、微型载重和轻型载重、轻卡车垫带和内胎，电动车、自行车内外胎为主，生产规模位居河南省内胎行业第2名。生产的“佳吉”、“佳能”牌轮胎畅销河南、云南、河北、山东、山西、湖南、湖北、新疆、内蒙古及东北三省等28个省区。

鹤壁已经站在创建科学发展示范区、加快率先崛起的新起点，正在全力打造具有鲜明鹤壁特色的汽车产业基地。热情开放的鹤壁诚邀八方宾朋,莅临鹤壁领略鹤壁悠久灿烂的历史文化，感受鹤壁大地的风土人情，共谋发展良策，共寻合作商机，共创美好未来！

**第二篇：汽车零部件产业发展趋势报告（推荐）**

中国汽车零部件产业发展趋势报告

前言

中国汽车产量将突破1000万辆，出口每年增速均超过35%以上，汽车保有量将达到5000万～1亿辆。这一组数字让汽车零部件供应商兴奋不已，而实际上，中国的零部件供应商已经连续兴奋好几年了。然而，是不是所有企业都能享受盛宴呢？未来五到十年，中国汽车零部件市场将会有哪些变化，中外资零部件制造商未来的发展走向如何呢？

有关研究机构对中外汽车零部件企业高管、国际咨询专家及资深业内人士约60多人进行了深入访谈和调研，在提出的假设得到共识的情况下，完成此零部件产业发展趋势报告，以供零部件企业参考。

一、黄金增长期仍将持续五到十年，期间或有增速波动

过去五年，中国汽车产量出现了罕见的高增长。与此同时，汽车零部件生产企业也经历了不同寻常的黄金增长期，在这段时期里，一些零部件生产商享受到了高增长带来的丰硕成果，一大批企业从几亿元的年销售收入发展到十几亿甚至几十亿元；有些企业接到的订单甚至已经排到了2025年。

拉动汽车零部件产业增长的三驾马车——国内配套市场、售后市场和出口市场中，尤以配套市场为最主要的贡献因素。中国汽车产量从2025年的325万辆增长到2025年的889万辆；中国零部件配套市场也从2025年的1900亿元规模增长到2025年的约5000亿元，净增3000多亿元。

出口市场在过去的五年中是增速最大，出口额从2025年的150亿元猛增到2025年的约1200亿元，净增1000多亿元。

售后市场的市场增速稍弱一些，但也从2025年的700亿增长到2025年的约1200亿元，净增500亿元。

2025年三大市场共计约7400亿以上的市场规模，减去进口的约800多亿，在中国国内生产的零部件产值已达到6600亿元左右的水平，比五年前的约2025亿增长3倍多。

根据盖世汽车网的调研，80%以上汽车零部件企业高管对于未来五到十年汽车零部件产业的发展持乐观态度，也有30%到40%的经理人对于近两年增长过头后反而带来滞涨的可能心存疑虑。我们的观点是，只要中国经济和金融环境不出现大的意外，在未来的五到十年，汽车零部件行业仍然是国内最有前景的行业之一，还将保持较高的增长速度，其间，不排除有阶段性的增速波动情况出现。

继续看好未来五至十年汽车零部件行业的根本依据是驱动该行业增长的基本因素都没有根本性的改变。

未来5～10年间，中国汽车年生产量保守估计将达到1500万辆左右（包括出口车辆），即新车的产量还将增加近一倍。而由于车型升级的因素，估计将为配套市场带来超过一倍以上的产值。

尽管人民币升值给出口现在带来一定的困难，但也仅限与美元直接挂钩的国家和地区；另外，除非人民币升值到中国的绝大部分产品都没有出口竞争力，否则作为中国政府为数不多的支持高附加值的汽车产品出口不会长期受影响。并且，汽车零部件的出口结构也从主要出口售后市场向售后、配套市场并存的方向转型，因此，未来5到10年出口零部件产值也将不小于2025年的一到二倍。

售后市场将最没有悬念地保持增长，因为，现在每年新增的车辆保有量就有800多万辆，随着大量2025年以后新购的车辆开始进入大量保修阶段，售后市场将比前五年有更高的增长率。

当然，预测将来是一件很困难的事，不排除未来五年内的某一时段出现新车产量和出口同时缓慢增长的现象，因此，零部件供应商应根据自己公司的资源能力来调节产能的增长节奏。

二、并购大战上演仍需时日，供应商数量近年内或将不减反增

早在十年前，就有国际著名公司预测中国汽车零部件供应商在2025年前会大洗牌，近70%的汽车零部件供应商将被并购。然而，时到今日，虽然偶有并购现象，但真正大规模地并购战并没有发生。事实上近5年里，中国供应商的数量反而在增加。

一个供应市场从过于分散到集中是必然的过程，然而判断中国汽车零部件产业的重组整合会何时大规模发生却十分困难，我们从五个维度来分析并购发生的外部因素，以判断并购在近年大规模发生的可能性大小。

1．市场增长

如本报告第一部分所分析的，中国本土市场中，不论配套市场还是售后市场，都呈现出一个较长期的市场规模持续增长的特征。在一个增量市场中，现存零部件企业更多选择增加产能或设立新厂的方式去争取新增的蛋糕；只有在成熟稳定市场中，才会出现大量你增我减式的零和并购游戏。而且在未来的增量市场中，还可能会出现新的进入者。当然，不排除新增产能过度后，会引起阶段性局部修正，但从整体看，零部件企业数量不会呈现大规模减少的情况。另外，企业并购（非少规模参股）的前提是，被并购方业绩差，利润甚至为负数；然而在一个增量的市场里，虽然利润率可能会下降，但大量亏损的情况还是较少发生。这也给希望通过并购方式进入市场者减少了机会。

2．整车市场的集中度

盖世汽车网曾组织专家专门分析过现在中国整车的成熟度的问题。基本的判断是，中国汽车市场刚进入成熟市场前期，整车厂之间的真正规模整合也还需要约5年以上的时间。因此，因为整车厂大量并购、其整合供应体系而大量减少供应商数量的情况目前也不会大规模发生。

3．现有市场的竞争特性

乘用车配套市场增长潜力最被看好，加上整车厂又以外资品牌为主，因此，各种类型的零部件公司都有，竞争最为激烈。在此市场上出现以中资为主的一级供应商被并购的可能性较大，并且最可能持续发生。在商用车配套市场上，因外资进入较少，商用车主机厂在中国又以自主品牌为主，因而专攻此市场的供应商近年被并购的概率较小。而定位于国内售后市场的供应商，因外资近期还未倾注全力，市场还在增长；加上售后市场供应商还可以向出口市场转型，因此，此类供应商被并购的可能性更小。但是，定位出口售后市场的供应商近两年有一定的压力，一些不及时调整出口市场、进行战略转型的企业，会有可能被挤出市场。

4．新进入者的切入战略

从盖世汽车网的调研和近些年的实际情况看，有实力进入中国市场的外资公司，现在更多的选择成立新公司的方式，以并购方式进入市场不是主流。

5．中国供应市场的制造基地特性

除中国汽车零部件市场本身规模巨大之外，中国汽车零部件供应市场的另外一个特征是，它将可能因为低成本等多种因素而成为全球汽车零部件制造基地，中、外资企业都会利用这个特性而受益不浅。随着跨国公司中国采购的深入和外资零部件公司开始重视出口市场，在中国生产零部件的数量将不仅仅取决于中国本土市场情况，而将受全球制造基地进度的影响了。

通过以上五个方面的分析，我们认为，近年内可能有专注于某些市场的供应商面临被并购或挤出市场的风险外，但总体而言，零部件供应商的生存状况还比较乐观，近3到5年内供应商（指工厂）数量上可能会不减反增。

三、配套体系从混战逐渐明晰，配套市场上新进入者难度开始加大

中国配套市场，是全球最开放的市场之一。比起日本和韩国的配套市场，中国配套市场的进入难度可谓天壤之别。

来自欧系、美系、日系、韩系的零部件一级供应商都有机会在中国打入其他成熟市场不易进入的整车厂采购体系中去，部分美系和欧系供应商充分享受了在中国客户多元化的成果。而中国本土的零部件供应商甚至有机会成为日系和韩系的配套供货商。

形成这种开放的配套市场有一定的历史原因，主要体现在以下方面：

1．中国的乘用车企业以合资公司为主，因此，一方面中方可部分削弱外方在采购中完全主导的权限，另一方面，中方的子公司或合资零部件公司因资产上的关系有更大的机会进入合资主机厂。

2．中国有国产化率的要求，而历史上一个与外资整车厂关系紧密的外资零部件企业并不是很快跟进整车厂在中国投资，这给了中方和其他早期在中国投资的外资零部件公司机会。

3．中国本土整车厂，由于历史上缺少完整的供应体系，并且在技术含量高的总成上需要得到外资零部件供应商的支持，因此，对于外资零部件企业而言，只要成本可以接受，实际上对自主品牌持欢迎态度。

然而，这种相对多元交织的供应体系局面，随着丰田为代表的日系对原有供应体系的强化而将得到改变。丰田在构筑起强大的供应体系后才发力并在中国取得了阶段性成功，以丰田为代表的主机厂与零部件厂商之间紧密的零整关系模式得到了市场的广泛认可。加上越来越多的外资零部件企业在中国投资，国内整车厂有机会来重新梳理自己的核心战略供应商体系。因此，在未来的五到十年内，虽然中国的配套市场依然会是全球最开放的，但是，各个整车厂的核心供应商将越来来稳定，这意味着，新的进入者将会越来越难进入非传统供应体系。

以上结论主要是针对一级供应商而言的，对于二级供应商和三级供应商，随着以此定位的外资来中国投资的增多，现在正在上演十年前一级供应商混战的局面，二、三级供应商需要把握好未来十年的机遇，争取在混战中取得有利地位。

四、跨国采购从狂热到理性，出口和国际化将是本土厂商的主旋律之一

跨国采购是近几年的热点话题，也是我们继续看好中国汽车零部件出口的最主要原因。

对跨国采购（global sourcing）翻译有很多种，在此我们简单解释一下。跨国采购主要是指制造商将其生产产品中的零件或部件到本国以外的其他国家特别是低成本国家进行采购的现象。跨国采购在其他制造业由来已久。对汽车行业来讲，主要体现在配套市场上的主机厂或大型零部件制造商到低成本国家采购，当然售后市场上的大型企业也加大了跨国采购的步伐，采购除了零件或部件外，甚至以贴牌生产方式采购整个总成。

汽车行业的跨国采购中，中国是最重要的低成本目标国家。最初是北美三大整车厂受其国内市场的竞争压力，加大中国采购的力度，随后包括其一、二级零部件供应商，以及来自于欧洲的大型整车厂和一级供应商也投入到中国采购的大军中，接下来商用车公司和工程机械公司也加入这一行列。当然，也有一些公司有较强的战略能力，十年前就开始全球采购战略，并且业绩不凡，如德国博世公司。

中国因此成了炙手可热的全球采购目的地，不少公司在设立中国采购的目标时雄心勃勃，如果将他们的总目标采购量加起来，从2025年到2025年应该会高达2025亿美元以上，在中国设立的各类采购中心也达到约400到500家。中国采购因而一度十分狂热。根据我们统计，通过盖世汽车网寻找供应商的配套市场采购商就多达300余家。

造成这个狂热的原因主要有三种：1）北美的主机厂和配套供应商竞争压力太大，迅速降成本心切；2）MadeinChina产品比比皆是，因而认为零部件采购也会一样迅速；3）一些厂商过于乐观的预测和宣传也起到了鼓动的效果。

然而事实上，根据这近四到五年的实际采购实践，中国采购的成果并不像大量公司预测的那样乐观，几乎80%以上的公司没有达到他们采购量和采购降成本的目标。而随着人民币升值和出口退税率的下降，中国采购面临的压力更大，国际采购商已经将目光同时转移到越南、印度、泰国、澳大利亚等其他国家与地区。

造成这种结果的主要原因有：1）配套市场的零部件采购，对供应商的资质要求很高，包括技术开发能力、质量、生产工艺和流程、物流和语言沟通能力等，能直接符合要求的中国本土零部件公司较少，跨国零部件企业又配合较差；2）能基本符合要求并且能力较强的中国配套供应商传统上只专攻国内配套市场，绝大多数没有出口经验和国际化交流能力，因此让很多采购商止步；3）由于中国汽车市场这几年也增速太快，部分供应商没有产能做国际市场，因此也没有重视国际采购商；4）部分中国供应商因缺乏长期战略眼光，对于出口市场不重视而让可能的机会失之交臂。总之，在这一轮国际大公司主动伸出橄榄枝的热潮中真正能抓住机会的并不太多，而这样的好机不会长期存在。

目前，国际采购商对于中国采购日趋理性和实际，通过选择和培养潜在核心供应商；加大自身物流整合；加强与外资在国内的工厂的沟通提高后者对于出口的积极性；分散采购目的地，与其他新兴市场进行对比决定采购地点等方式来推进中国采购的进程。

我们分析，尽管国际采购商对于中国采购日趋谨慎，但未来十年内，出口和国际化仍将是中国本土零部件生产商的主旋律。主要原因有：

1）汽车零部件是一个全球性的行业，中国供应商提高国际化发展步伐意识是必然的，一些已初尝国际采购成果的企业传递了相当积极的信号。

2）中国零部件企业特别是配套市场的零部件供应商，其竞争环境越来越残酷，国际化将是差异化的主要出路之一。

3）经过这几年的快速成长，相当的配套厂商已达到10亿以上的规模，具备了一定国际化拓展的经济实力。

4）外资/合资企业也将加大出口力度，让中国真正成为制造中心，从而形成良性循环。

我们判断出口和国际化将是中国零部件企业未来十年的主旋律之一。国际化的模式将随着其能力和经验的增强而分为三个大的阶段：

1）主要是配合国际采购商的中国采购，向其销售产品，而出口操作、物流等主要由采购商来统一整合执行，属于被动等待型。

2）在主要的目标配套市场上设立销售及服务机构，建立自己的物流中心和库存，直接向目标客户销售，利用中国的制造成本优势实现主动国际化营销。

3）在目标客户集中的区域设立组装厂或并购组装厂，其核心零部件仍从中国出口，能实现生产、部分采购、营销、服务及物流的国际化运作。这种模式难度较大，在近期不会大规模出现。

五、售后市场渐具吸引力，此战场竞争或将升级

整车销售利润已经越来越薄弱，这不仅是中国汽车产业近几年达成的一致共识，更是全球汽车行业面临的真实现状。但随着汽车保有量以及私车拥有量的增加，售后市场被关注度在迅速升温。

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。

市场的吸引力带来的是更激烈的竞争，这种竞争将体现在两种层面，即不同类型供应商之间的竞争与不同业态之争。

不同类型供应商之争最主要体现在：

1）原厂零部件供应商除提供OES（原厂备件）给整车厂、通过整车厂的4S店销售到售后市场外，将可能加大力度以自己独立的品牌进入独立售后市场，销售配套及非配套车型的零部件。

2）国际上其他主营售后市场的制造商也将加大对中国售后市场的投入力度，成为新进入者。

3）因此，在4S店体系之外的独立售后市场中，将可能增加上述两类强大的竞争者，这两类的定位是处于原厂件和质量较差的替代件之间的，这就意味着，高档售后配件与低档售后配件之间的这部分市场竞争将十分激烈，对于目前定位于这个市场的本土零部件企业的影响将最大，特别是乘用车方面。

不同业态之争，主要体现在：

售后配件的流通渠道可分为整车厂控制的OES渠道和社会独立的流通渠道。而社会独立渠道在成熟市场又可大致分为批零结合的连锁经营店和传统的层层批发分销零售上，包含各类商店和维修店。在中国，目前连锁经营的业态还没有真正出现。但竞争趋势正体现在此：

1）OES渠道与社会独立渠道较量将升级，目前强势轿车品牌的OES渠道很强大，社会独立渠道相对强势，而随着市场规模的增大，连锁业态将会从区域到全国性地出现，将明显冲击OES渠道。比如，博世要在2025年前，在中国建立1000家汽车维修店，日本最大的汽车用品经销商黄帽子（YellowHat）在计划在2025年前将中国直营店与加盟店数量增加到500家；3M在中国提供多达8000种汽车售后产品，覆盖全国700家特约美容施工店，并应用在超过6000家维修厂以及4S销售服务中心。米其林、固特异、BP、壳牌、霍尼韦尔等一大批外资都在建立自己的售后服务网络，并且相互渗透。

2）社会独立渠道中的传统业态模式和新型连锁业态之间可能的竞争。传统业态近3到5年内还不会受到太大的冲击，但要想取得较大发展也比较困难，毕竟更加专业化的连锁经营将是大势所趋的事。

六、外资零部件企业的配套市场份额将越来越大，定位高技术产品的中国厂商前景堪忧

中国巨大的市场潜力以及低廉的劳动力正吸引着越来越多的跨国汽车零部件集团。据统计，在全国上规模的5000多家汽车零部件企业中，目前有1200多家是外商投资企业，且其中大多是世界500强企业。

这些跨国公司的经营规模、技术实力和跨国经营经验都处于世界领先水平，具有参与整车企业同步开发新车型、系统开发和模块供货的能力和经验的企业，几乎都是世界跨国汽车集团(6+3)的系统、模块级配套一级或二级供货商。业务主要集中在车身、发动机、变速箱、车桥、车架、转向、制动、电子与电器、饰件、空调、乘客保护系统、音响、排放等领域。他们以其雄厚的资本、技术实力和丰富的运作经验，很快在我国占据了市场竞争的制高点。

本土汽车零部件企业主要从事劳动密集型和来料加工型产品的生产，产品主要涉及到座椅、电池、车轮、保险杠、万向节、传动轴和挡风玻璃等，这些产品技术含量要求较低。在技术含量较高的汽车关键零部件上，很多中国汽车零部件供应商在技术、资金及销售渠道等方面都依赖世界大型零部件供应商的支持，中国汽车零部件供应商对外资的依赖程度要远远超出统计数据所反映的程度。而且大部分还只是停留在模仿阶段。

中国加入WTO之后，世界大型汽车零部件制造商加紧掌控在华经营主导权，通过收购现有本土零部件企业及提高合资基地出资比例，将在华工厂转变为绝对控股公司或独资子公司。

2025年颁布的《构成整车特征的汽车零部件进口管理办法》，以及中国政府正在不断提高环保与安全领域的技术法规，并计划到2025年实施与欧美日等发达国家相当水平的技术标准。这些有利因素进一步刺激外资零部件在华投资进入新的小高潮，导致外资主机厂与零部件企业加速高新技术产品的引进与国产化。如大众新建变速箱总成工厂，博格华纳在宁波投产涡轮增压工厂等。本土厂商在减振器、动力转向、安全气囊、全球定位系统和自动变速器等产品的生产处于初步发展阶段，甚至有一些是属于起步阶段。

至为关键的是，本土高技术产品汽车零部件企业面临采购方面的不利境界，难以获得成长机会。外资由于历史上传统的配套关系，在高技术含量及高附加值领域，基本移植国外原有的配套关系。另一方面，迫于竞争压力以及产品升级的需求，崛起的自主品牌也在不断加大在高技术含量产品领域向外资或合资零部件供应商的采购量。

波士顿的一项调查显示，在华跨国零部件企业在研发、本地化采购、制造与销售这四大重要环节上的本土化程度远高于整车厂。随着外资在中国本土化的深入，他们在中国将越来越根深蒂固，进一步挤压定位高技术产品、尤其是高技术总成产品的本土厂商的生存空间。

七、外资零部件公司将实施从占领中国市场到价值链全球重整的战略转型

外资汽车零部件公司除了在中国市场上不断攫取份额之外，随着在中国落地时间增加，利用中国的要素优势而进行中国因素的全球再定位的战略转型将是未来十年又一个明显的大趋势。

当然不同公司的中国战略会有所差异，盖世汽车网根据与近30家主流的跨国公司的访谈和调研，总结出跨国公司中国战略走向的六个可能的步骤，主要就他们在价值链的研发、采购、生产、销售四个方面的变化进行分析。

1．针对中国市场，主攻销售。这个阶段对很多公司已是过去式，特别是配套市场，主要靠设立一个办事处或贸易公司，进口在其他地方生产的产品或简单组装再销售到中国的配套市场，都已不是主流的方式。但进入中国售后市场的部分品牌有可能还会用这种策略；

2．在中国生产，本地化采购，销售到中国市场为主。这是现在大多数公司目前的主要策略。其中本地化采购的比例要看其产品的复杂性和技术含量，不排除有些产品的零部件还需要大量进口；

3．在中国生产，大量本地化采购，同时，采购在中国有稳定供应商的产品，销售到其他生产基地；也就是帮助其母公司实施全球采购战略；进展到这个阶段的供应商数量也在明显增加；

4．在中国生产，大量本地化采购，产品不但抢占中国市场，也销售到其他市场。中国逐步成为其全球生产基地之一，是其全球生产体系分工中的一员，负责生产某几类在中国生产有优势或物流上适合的产品，全球供货；采取这个步骤的公司还不多，但据调查已有80%的跨国公司有这种战略意图；

5．除了中国生产、采购外，开始设立研发机构，为适应主机厂或直接客户产品的中国本地化开发要求；也有开拓非其本供应体系外的客户的原因而加大研发的投入力度的（见本报告第三部分）。但这些开发主要还是与在中国生产的产品进行匹配的应用性开发；步入这个阶段的公司越来越多，未来五年将明显增加。

6．随着中国的开发人才增加，其开发体系也日益完善，特别是如果该公司将中国作为全球生产基地之一时，跨国公司将会进一步加大对研发的投入，将中国的研发中心建立成其全球多极研发中心之一，成为其全球开发体系的一部分。这种情况将会在更长时期后才会成为主流。但跨国公司的战略日程上已有这种准备。

总之，未来五到十年，跨国汽车零部件公司将在生产、采购、研发等价值链的各环节进行重新调整，使得中国不但成为其重要的市场，还成为其获得全球竞争优势的重要因素。这也会给中国汽车零部件行业带来新的机会和活力。

八、本土主流零部件公司普遍需转型，十年内或有国际级供应商雏形出现

与这个标题可能形成的乐观相反，我们调研发现，中国汽车零部件生产商十年内产生国际级零部件供应商的可能性并不乐观。因此，我们只能表达十年内可能会看到一些企业初具国际供应商雏形这一谨慎乐观。

主要原因比较简单，就是现在的竞争环境很不利于中国本土的零部件在配套市场处于有利地位。我们来简单描绘一下一个国际级供应商的大概特点：

1）主要市场以一级配套为主，也有售后市场的产品；

2）有丰富的产品组合，客户相对也比较多元化；

3）其产品在某些领域拥有全球领先的开发技术；

4）有相当的企业规模；

5）国际化程度高，一般在全球有销售、生产、采购和开发机构；

6）常常有较稳定的本土主机厂商作为核心客户，并通过与其合作带来国际化机会、新技术开发机会；

简单对比一下我国本土零部件企业的现状，不难发现有一些共性的特征;

1)绝大多数公司产品单一（很多上十亿元左右的公司主营产品仅一种），因而规模也普遍偏小；

2)目标市场单一（如仅中国国内的配套市场，甚至仅供商用车或仅供乘用车市场）；

3)国际化程度普遍不高，有一些公司虽已能将产品销售到全球，但对中国本土优势依赖度很高，即绝大部分价值的生产仍在国内，只是出口到国外，还没有能力全球制造、全球销售和更深的价值链全球优化。

4)基本上没有企业能在一级配套市场上拥有持续的全球领先的技术开发能力；

5)没有可以依靠的稳定的全球主机厂伙伴。也就是说，虽然一些公司能在中国为很多国际品牌的主机厂配套，甚至也能出口到国外的配套市场，但不足形成稳定关系，特别是国际市场上，一旦有如印度等竞争者出现，买家将不会有忠诚度。纵观德尔福、伟世通、电装、爱信、博世、玛瑞利、现代摩比斯等，无一不是因为有强有力的主机厂伙伴成长的带动。而中国有没有可能出现这样的强有力的国际性主机厂现在还是未知数。

因此，如果说十年内有一些本土零部件企业可能会展现国际供应商的雏形，或者会在更长的时间里成长为国际级供应商的话，我们预计有两种可能：

1）上汽、奇瑞或其他本土整车厂能够在未来十年，逐步形成200万辆左右的自主品牌生产能力，并在全球进行生产、销售。这样，这些主机厂下属的零部件企业或关系紧密的零部件企业可能在主机厂的支持下形成国际级公司的雏形。

2）利用中国产量达到1500万辆以上的市场机会，在某些细分产品领域一级配套商迅速占领中国60%以上的市场份额，并产生较高的利润，以此为优势进行国际化的并购和运作，让自己获得技术优势并实现国际化发展。现在已有不少企业正在作此努力。

当然，不是每个企业都要做国际性的零部件公司，可以有较小的目标。但是，即使是不追求规模大、影响力大，中国本土的主流供应商，绝大多数都面临着战略转型的压力。主要体现在：

1）产品多元化，特别是相关多元化。很多公司只主攻配套市场的单一产品，风险极大，一旦市场出现较大波动，会有致命危险；需要调整产品结构，进行相关多元化，甚至进入相近领域。

2）客户及市场多元化。有些供应商甚至主要就靠一、二个客户而高速发展，既不关心售后市场，也无力去攻出口市场，甚至只作商用车市场，不关心乘用车市场，这与产品单一一样危险；需要大力分散客户降低风险；还有一些仅主攻售后市场，这样很难做强做大。

3）国际化。中国的供应商国际化水平普遍偏低，而且一些有实力的本土企业埋头干国内市场，不知国际市场为何物，最终可能会失去全球化带来的大好机会。

预计未来五到十年，中国本土供应商未必以上三种战略转型同时进行，但这种转型趋势将十分明显，企业业务之间将上演相互渗透和相互竞争的大戏。

九、将有一批本土的总成以下级零件细分市场的供应商形成全球性竞争力

研究机构通过对近60名中外汽车零部件生产商高管、咨询公司的汽车行业专家进行访谈或调研，基本的共识是未来五到十年，中国本土汽车零部件供应商的可能的生存和发展图景如下：

1．如本报告第八部分所述，中国本土零部件生产商难以有成为国际级领先供应商的作为，但不排除有少数几家可以在未来几年形成国际级供应商的雏形。

2．主要业务集中于中国本土配套市场的中小型企业仍会大量存在，他们生存状态难以说好，但在市场进入成熟期前还可以生存，甚至有些能发展较快成为中大型企业，但国际竞争力仍一般。

3．大量专注于出口及部分国内市场的零部件公司会大量存在，其中一些预计在全球售后市场可以占有一席之地，主要是一些易耗品；更多的是处于全球售后市场供应体系的中下级别。

4．最让人兴奋的是，中国本土供应商中可能会出现一批主要定位于二、三级配套产品（少数一级配套产品）为主的零部件供应商将形成全球性的竞争力，既能在中国本土市场上占有相当大的市场份额，也能利用好跨国采购的机会进入全球配套体系，最终建立国际化的运营体系，既能出口并在全球建立生产、销售及服务体系，在某一细分市场上获得全球前三名的地位。

对于第4种可能的图景，我们认为对于中国供应商而言机会很大，主要因为三个重要促进因素在同时起作用，即：1）中国本土市场的盛大规模；2）全球采购的产品最可能主要集中在这类产品上，因而有旺盛的外部需求；3）因为中国的要素优势，主要竞争对手不是外资国际巨头，而是国内本土企业和来自如印度等其他新兴市场的潜在对手，因而竞争难度相对较小。

而要实现这些目标，关键并不在于技术上领先于世界水平，而是体现在企业的战略能力和企业管理能力，具体来说表现在：

1）能抓住机遇，快速多元化客户，国内外的客户群体不断增加，不能小富即安，或无远大长远眼光没有把握好客户需求；2）能提高管理能力，在质量控制上能达到一流水平，为客户所依赖；在成本控制上可以达到全球最优秀的水平；在包括物流、交流、服务上能达到国际一流企业的水平；当然，技术上也需要达到客户所需要的一定开发能力。

十、本土供应商未来十年或将局部突破技术和管理的双重瓶颈

技术和管理是绝大多数制造型企业现在的两个软肋。

自80年代初中国制造业开始真正起步到现在已近30年了，中国制造业在全球的地位已另外刮目相看了。以低成本制造质量中上及中下的产品，使得中国产品在全球所向披靡，中国已成了事实上的相当多产业的全球制造中心。然而，在技术/研发方面，中国企业却长期没有与全球领先同步。事实上，在汽车零部件这一产品上，正如本报告第六部分所说，中国在高端技术领域与世界领先水平的差距越拉越大。在全球采购的大好形势下，中国零部件企业常常因为没有强的技术开发能力而失去订单。因此，大部分零部件企业要在全球配套市场竞争，仅仅具备低成本制造的优势是不够的，对技术开发能力也有相当高的要求。

也正因为此，盖世汽车网通过调查发现，未来十年中，有可能相当多的零部件供应商开始真正思考和采取措施，并在其他支持因素的作用下，最终可能会在技术研发上实现破局，可能实现的方法和图景是：

1）企业真正加大研发的投入，在国外部分地区汽车行业不景气之机，大量挖一批真正掌握技术的人才加盟；2）企业通过购买、合作或并购获得目前世界领先技术，消化吸引；3）政府通过政策支持、要求及营造出一种真正脚踏实地的投入技术/研发的商业氛围。一改目前企业的急功近利的氛围，真正投入搞研发的少，真正大力搞研发反而死得快的局面；4）对于一些顶级的零部件技术，政府还要组织研究真正实现突破的可行性方案；5）通过以上政府和企业层面的双重努力，有可能在十年间形成重视技术开发的商业文化，企业能在非顶级领先的零部件技术方面达到或接近国际领先的水平，企业内部能形成较成熟的开发体系。而在顶级的零部件技术，可能在近十年间，还不大可能实现赶超。

另一个软肋是管理问题，中国本土零部件企业的管理水平总体较弱，既有管理理念的问题，也有经验、人才缺乏的问题。所谓国际化的过程，实质上最重要的是管理水平的国际化。中国本土零部件企业的管理理念和管理水平，就如同中国足球，在一个浮燥的外部环境下，无论工作方法还是思维模式上都比较封闭。这也就是为什么我们用全球一流的设备才能生产出世界二流质量的产品。对于质量管理、供应链管理、工业品营销、电子商务等缺乏对其精髓的深入认知，用土办法和思维来解决已处于国际竞争中的问题。

当然，有一些新锐的民营企业或新型国企，在与国际客户的交流和合作中学会了如何提高自己，也善于学习用新的方法来抓住机遇，为自己赢利有利的发展空间。我们判断有一批中国零部件企业在未来十年内，在参与国际竞争中实现企业管理达到世界领先水平。

**第三篇：汽车及零部件产业调研方案(定稿)**

汽车及零部件产业调研组工作方案

按照《2025年政府办产业专题调研工作方案》要求，汽车及零部件产业调研组迅速行动，及时开展调研前期准备工作，并经反复讨论研究制定了专题调研工作方案。

一、调研目的

调研以县委、县政府确定的 “转型提升，融合发展”总体发展战略为指引，力求全面、深入、真实、科学、专业，重点对我县汽车及零部件产业现状、发展前景、存在问题及发展潜力进行全面的调查分析，提出具有建设性的应对风险措施和产业发展思路，为县委、县政府决策提供参考。

二、调研重点

一是对我县汽车及零部件产业的发展背景及形势进行深入分析。包括国家的产业政策、布局（发展的重点、方向、区域和领域）、产业在国内外以及我省、我市的发展情况（周期、布局、总量、比重、地位）、产业将来的发展态势预测等。

二是全面、真实了解我县汽车及零部件产业发展现状，科学评估和预测产业发展优势、发展潜力和发展方向。具体包括产业发展规划及目标，发展概况（发展历程、规模、体系、格局、地位、所占分量、所起作用）；在全国及省市的位次、比重、地位；与周边县市以及与先进地区比较分析，我县汽车及零部件产业发展的优势、空间、潜力（包括是否有税收、吸纳劳动力以及带动相关产业等方面的潜力）；产业发展方向、重点及核心竞争力等。

三是对我县汽车及零部件产业发展提出具有较高参考价值 的、切实可行的相关建议。包括产业发展定位、产业发展举措、产业风险防范等。其中：发展定位方面，考虑其目前是不是本县的支柱产业、优势产业、主导产业，将来能不能把它作为本县的主导产业、优势产业、支柱产业来培育，我县今后对该产业应持态度（支持扶持、淘汰限制、顺其自然、引导转型），今后的总体发展目标和构想等；产业发展举措方面，就今后该产业的发展提出比较系统、详尽、合理、实用的建议与思路；产业风险防范方面，就我县在发展该产业方面可能会存在哪些风险，如何未雨绸缪做好防范工作等。

三、调研提纲

一、汽车零部件行业的发展概况及发展趋势（撰稿：张小春）

（一）国际汽车零部件行业概况及发展趋势（1）市场状况（2）市场格局（3）发展周期（4）发展趋势

（二）国内汽车零部件行业发展现状（1）基本情况

（2）发展特点（产业布局及发展的重点、方向、区域和领域）

（3）存在问题（4）产业政策（5）发展趋势

（三）河南省汽车零部件产业发展状况（产业周期、布局、总量、比重、地位）

（四）焦作市汽车零部件产业发展状况（产业周期、布局、总量、比重、地位）

二、我县汽车零部件业发展的基本状况及评价（撰稿：徐佳滨）

（一）产业发展概况（包括发展历程、规模、体系、格局，在市场竞争和全市、全省产业格局中所处地位、所占分量、所起作用）

（二）产业发展分析（存在问题、产业风险，与周边县市以及先进地区比较我县的发展优势和劣势，发展空间、发展潜力（包括是否有税收、吸纳劳动力以及带动相关产业等方面的潜力）、产业发展方向、发展重点及核心竞争力等。）

三、我县汽车零部件业产业发展定位与扶持措施（撰稿：范帆帆）

（一）产业定位（能否将其作为本县的主导产业、优势产业、支柱产业来培育，是支持扶持、淘汰限制，还是顺其自然、引导转型）

（二）发展思路

（三）发展目标

（四）重点领域

（五）重点任务

（六）发展举措（措施要切合修武实际，突出科学性、准确

性、合理性、实用性）

（七）保障措施（包括政策保障、服务保障、发展环境保障、资金人才保障、风险防范等）

张小春负责对具体调研工作进行安排督促和稿件把关，各撰稿责任人要本着积极主动、认真负责的精神，高标准、高效率地严格按照时间节点要求完成撰稿任务，同时加强沟通、相互切磋，确保调研工作扎实推进、圆满完成

三、调研方式

成立汽车及零部件产业调研组，负责调研的组织实施工作。调研组成员名单为：

牵头主任：马育明 组长：张小春

成员：徐佳滨、范帆帆 调研方式：

（一）外出实地调研。一是根据调研需要，会同我县相关部门或企业到外地进行参观调研，了解当地汽车及零部件产业发展情况及推进产业发展的好经验、好做法；二是根据调研需要，到有关汽车行业协会、科研院所调查了解国内外产汽车及零部件产业发展现状、发展趋势、政策措施等情况；三是深入我县汽车及零部件产业园及相关重点企业调查了解企业真实发展情况、实际存在问题及发展规划和发展举措，提出推进我县产业发展的对策建议；四是聆听县领导、人大代表、政协委员及相关业内人士的意见、建议，走访市、县发改、商务、工信、产业聚集区管委会

等相关部门和乡镇，通过与相关领导、一线员工进行座谈交流等方式，征求社会各界人士对我县汽车及零部件产业发展的意见建议。

（二）网上查阅调研。登陆中国产业网、龙头企业网站、相关政府网站等网站，利用百度搜索引擎，大量查阅研究国内外汽车及零部件产业的发展动态，收集、梳理先进地区产业发展的先进经验, 通过去粗存精、去伪存真，缜密思考、深入分析，提出符合我县实际、具有较强针对性的汽车及零部件产业发展对策与建议。

四、调研步骤

2月10日前，完成产业调研工作方案的制定；

2月11日—4月15日，进行实地调研以及相关资料的收集、整理、分析；

4月16日—4月30日，着手调撰写研报告，并完成初稿； 5月1日—5月20日，征求有关领导和部门的意见并进行修改完善调研报告，形成定稿。

五、工作措施

一是实行既有分工又有协作的工作机制。在牵头主任的指导下，由调研组组长具体负责调研方案的落实，准确把握工作重点，全面加快工作进度，合理把握工作节奏，妥善处理好专题调研与自身业务工作的关系，实现调研、业务“两不误、两促进”。实行调研小组成员全员参与工作机制，既分工明确又加强协作，充分发挥每个成员的特点和优势，调动各种可以利用的资源，形成工作合力，扎实推进调研工作。

二是定期不定期召开碰头会，通报调研进度，梳理调研思路，研究调研措施，推敲调研内容。每周召开一次碰头会，及时协调解决调研过程中遇到的困难和问题，明确重点，完善方法，加快进度，确保调研工作顺利推进。

三是建立激励机制，最大限度地发挥调研组每个成员的潜力和主观能动性。在整个调研过程中，力求形成人人争先、认真负责、敢于担当的工作作风和工作氛围，对积极主动、认真负责、表现突出的同志及时提出表扬，并向办公室主要领导进行汇报，进而形成工作合力，确保按时间节点高质量完成调研任务。

**第四篇：河南省辉县市汽车零部件产业介绍**

最新河南省辉县市汽车零部件产业介绍

辉县拥有汽车零部件企业20多家，从业人员6000人，2025年生产精密铸件5万吨，普通铸钢、铸铁件3万吨，实现销售收入18亿元，利税1.5亿元。主导产品有汽车动力转向器壳体、轿车转向节、驱动桥总成、汽车轴承、汽车平面涡卷簧和卡簧等。目前拥有汽车转向壳体400万套、轿车转向节200万套、驱动桥总成60万套、汽车弹簧5亿只、铅酸蓄电池100万KVAh、汽车轴承30万套、重型汽车底盘配件6000吨等生产能力，共有应用专利77项。

一、企业的基本情况

河南广瑞汽车部件股份有限公司是集汽车转向系统、制动系统、传动系统，农机、工程机械配件、铁路配件为一体的专业零部件制造加工企业，可以生产高牌号的球墨铸铁，并具有自主研发能力。主导产品汽车转向器壳体，年产能400万套，占国内市场的50%；生产的轿车转向节，年产能200万套，国内行业排名第一位，2025年销售收入6亿元，利税4300万元。

欧玛（中国）汽车部件有限公司主要与意大利合资，销售市场在欧洲，主要产品驱动桥总成，产能3万吨，产品90%出口到欧洲。企业优势：工艺先进，材质优良，信息前沿广泛。2025年销售收入

2.3亿元，利税2400万元。

河南金马蓄电池有限公司是一家集生产、销售和服务于一体的铅酸蓄电池企业，是目前河南省最大的铅酸蓄电池企业。主导产品为启动用蓄电池和牵引用管式蓄电池，年产能100万KVAh，年销售收入2亿元。投资8亿元建设的年产400万KVAh高性能低铅耗免维护密封蓄电池及200万KVAh高性能牵引密封蓄电池项目，厂房设备已基本安装到位，现在正处于调试阶段，预计年底正式生产后，年产能可以达到产能可达600万KVAh，产品各项性能指标均达到同行业领先水准。

新乡市美斯威精密机器有限公司是一家从事精密铸件加工销售的股份制企业，主要产品有转向节、飞轮、气缸体、排气节管等，年产能20000吨,与日本三菱、美国伊顿有合作，生产“三菱”卡车制动系统，美国“伊顿”变速箱外壳等产品，国内主要与东风、现代汽车厂家合作，生产转向节、飞轮等产品。目前企业投资8000万元正在建设的“年产30000吨轻型汽车配件铸铁件”项目。

新乡辉簧弹簧有限公司是一家车用电机电器弹簧的制造企业，主导产品车用电机弹簧、汽车座椅弹簧及起动机定子总成。引进世界顶尖水平的DCF-10S数控高精度绕簧机，生产的“弹簧”几乎覆盖国内所有汽摩、电机电器生产厂家，市场占有率60%，省内同行业第一。现已与博世公司、北京佩特来、东风电气公司等国内大型电机企业配套生产。

辉县市宏德汽车配件有限公司，主要生产汽车、工程机械、农机配件，专业生产汽车动力转向器壳体，与陕汽等重卡配套，以及赛车专用平衡盘，年生产能力8000吨。

河南省宝泉轴承有限公司是一家年产30万套汽车前桥止推轴承和动力转向滚针轴承的企业，年销售收入1200万元。公司现与国内多家汽车厂和汽车零部件厂实现配套业务，并出口东南亚多个国家。河南圣邦轮胎有限公司于2025年5月开工建设，总投资3.5亿元，年产工程胎、工业车辆轮胎、农业轮胎120万套，年销售收入预计可达8亿元，主营品牌有“金将、四通、荣达、巨象”四个品牌。辉县市天力机械有限公司是一家生产汽车转向系统的企业，年设计生产配件产能3万吨，年销售收入1亿元。

新乡市广达机械制造有限公司主要生产汽车转向器等配套产品，年设计生产配件4000吨，年销售收人2025万元，产品主要销往广州、江苏、浙江等地区。

辉县市汇荣机械配件有限公司是一家生产重型汽车底盘件的企业，年产能6000吨，年产值2025万元。

辉县市振宏滤清器有限公司主要以生产吸尘器过滤器、喷涂回收滤、液压滤、空压机过滤器和工程机械过滤器为主，生产重型汽车系列滤芯，年产能6000只。

辉县市天力得机械主要生产高、中、低耐磨铬球、铬段，为主的，涉及汽车零部件产品有重型（皮卡以上）转向器、“吉利”轿车转向节等，年产能1万吨。

新乡市永泽汽车塑业有限公司，主要产品是注塑产品、汽车配件、包装产品，与宇通、新飞等企业有合作，年生产2万套汽车空调外壳、塑料垫，年产值1000万元。

半挂车配件等，年产能2025套。

二、企业具备的优势

1、核心技术优势。广瑞汽车部件股份有限公司经过30多余年的发展，取得了国家高新技术企业的称号，是河南省汽车转向系统关键零部件材质工程技术中心，同时拥有省级企业技术中心，产品辐射南北美洲、欧洲等多个国家，并拥有产品进出口自营权，产品获得63项专利。

新乡市美斯威精密机器有限公司获得9项制造设备实用型专利。河南省宝泉轴承有限公司近年来与郑州大学、清华大学等科研院联合开发的产品获得了5项国家专利。

河南圣邦轮胎有限公司采用国内领先生产技术，设备拥有国内领先的大涨力帘布压延设备，全自动定型工程胎硫化设备，以一流的技术，生产一流的绿色环保轮胎。

2、产品质量优势。广瑞汽车部件股份有限公司并通过国际ISO/TS16949质量体系认证；广瑞汽车部件股份有限公司和天力机械拥有德国OBLF只读光谱仪，是目前最先进的检测设备。

新乡市美斯威精密机器有限公司主要生产及检验设备为国外进口的先进设备，主要有日本东久AMF系列全自动造型机，瑞士进口ARL光谱分析仪，日本新东自动洗砂机，自动混砂设备等。

辉县市宏德汽车配件有限公司公司建立了严密的质量管理体系，并于2025年顺利通过了ISO9001国际质量体系认证。

人才培训体系，各企业对辉县市及周边地区汽车专业人才有强烈的吸引力。据统计，在整个新乡地区，涉及汽车应用、维修、数控、机械加工的大中专院校近20所，相关专业30余个，在校学生上万人，其中科技学院、新乡学院、机电专科等大专院校拥有成熟的汽车、机械等专业培训的教育基础，从事汽车配件行业的人才储备较为充足，可以满足企业发展的需要。

**第五篇：汽车零部件产业发展现状和趋势---定稿**

汽车零部件产业发展现状和趋势

“十一五”期间是继整车高速发展后零部件快速发展的高峰期。整车产量的上升，汽车保有量的增加，不断增长的中国零部件海外市场等因素都给我国零部件的发展带来机遇。整车市场的激烈竞争迫使整车生产企业调整与零部件厂的战略合作伙伴关系，在降低采购价格的同时，也通过提高和深化国产化率，加大国内采购量等渠道降低其成本，给零部件厂扩大配套带来契机。目前我国汽车零部件生产企业约有2.2万家，其中规模以上企业约7580家。

我国汽车行业近五年来平均以20%以上的增长速度向前发展，目前已成为世界最大的汽车生产和消费国。汽车工业的发展，为汽车配件企业的发展提供了庞大的市场空间。但也要看到在如此庞大的市场和消费潜力背后，我国零部件企业整体实力仍然偏弱，“散、乱、差”的局面亟待改变。与此同时，众多跨国零部件企业如博世、电装、德尔福、伟世通、大陆集团等正在不断加大在华扩张步伐，抢占我国汽车零部件市场。

1、我国汽车零部件投资呈现三大特点

（1）产业并购方式形成扩张能力

伴随着国际市场需求严重萎缩，国内零部件行业需求快速增长的走势，各大跨国汽车零部件公司，抓紧抢滩布局，加速来华投资扩展。然而，就国内本土零部件企业而言，如何在能源和原材料价格上涨之时，调整产业结构，加快实现产业升级，从而与国际零部件企业竞争并赢得市场份额，也成为本土零部件企业的全新挑战。而国内龙头企业也加大反向收购力度。

（2）新能源汽车将带来零部件产业新的投资契机

新能源汽车产业战略的实施使汽车零部件产业面临产业结构调整。新能源汽车涉及到发动机技术、材料技术、机械技术等前沿领域的全面变革，我国造车计划便是融合了全球最先进新能源零部件研发制造能力。新能源汽车产业战略将带动汽车零部件产业进行产业结构调整。引发了汽车新材料和零部件相关技术的产业升级。

（3）风投和PE将加大对汽车零部件产业的投资

外资零部件巨头们垄断了高端电子控制、燃油喷射系统、转向系统、传感器、制动系统等产品。而我国汽车零部件企业却少有建树，其中最关键的一个原因是我国企业资金的缺乏。而我国汽车零部件市场在高速发展的情况下，很多企业已经有了一定的的人才和技术研发储备。由此可见，汽车零部件产业市场前景广阔，打造核心竞争力、发展自主品牌、形成大规模的生产能力将成为我国汽车零部件企业的首要目标。汽配企业在未来的发展中应该把目光市场定位到高新技术上去，保持可持续发展，从小到大再到强。

2、“汽车后市场”给汽车零部件发展带来商机

汽车销售的快速增长使汽车后市场也日益呈现出前所未有的活力，成为汽车行业又一新的利润增长点，同时以迅猛的速度朝着产业化、专业化方向发展，是产业链上的超级奶酪。在一个完全成熟的国际化的汽车市场，汽车的销售和零部件供应利润约占整个汽车业利润的40%，而其售后维修保养等服务领域的利润将占到50%至60%。随着我国汽车保有量的不断扩大，将带来一个庞大的汽车售后市场和巨大的就业机遇。

我国汽车零部件工业发展趋势

作为我国汽车工业发展的支撑，我国汽车零部件产业正呈现四大趋向。

（1）产业集群初具雏形

随着汽车工业的发展，各地纷纷把汽车零部件产业作为经济发展的重点，也有越来越多的整车企业开始重视零部件的研发和制造。粗略统计，目前主要的零部件园区有103个，大部分分布在东部沿海地区，生产的零部件产品具有鲜明的地域特色。近年吉林长春、湖北十堰、安徽芜湖、广东花都、京津冀环渤海经济圈等汽车零部件产业基地的迅速崛起，我国现已基本形成东北、京津、华中、西南、长三角、珠三角等六大零部件的集中区域。

从发展背景和规划看，大部分的零部件产业园区在建立之初就是依托整车建设发展的，以实现就近配套和集群优势。园区内部的配套关系、资源互补已经初步体现。虽然我国零部件产业园区内的单个企业绝大部分属于中小企业，规模不大，但有些园区却占有很高的市场占有率，并表现出很强的集群优势。

（2）创新能力提升

近几年，国内有一批创新型零部件企业迅速崛起，深耕专业化细分市场，通过持续创新，从而掌握了先进产品的核心竞争力。据统计，目前中国汽车零部件产业已有7家国家级高新技术企业和近百家省级高新技术企业。创新能力的提升，尤其是关键零部件创新能力提升，使自主品牌汽车零部件拥有新的市场位置。

（3）兼并重组步伐加快

我国零部件企业规模明显偏小。目前中国的汽车零部件产业较整车行业更加零散，有超过5000家零部件生产商，自主零部件企业生存状况堪忧。据统计，国内零部件行业百强企业的市场份额仅占整个行业的50%，远低于其他国家(地区)的集中度。尽管2025年零部件行业整体收入达到8370亿元，但规模以上企业中有80%销售收入不足1亿元，行业中只有43%的零部件企业拥有专利，不到20%的企业拥有发明专利。在这样的背景下，零部件产业若想快速发展，必须加快兼并重组，形成规模效应

（4）海外并购迎来好机遇

全球汽车市场的持续低迷对中国的汽车零部件产业意味着将有更多走出去的好机会。如果将正在进行中的零部件海外收购案计算在内，2025年下半年发生的本土零部件公司海外

收购案多达10余起，全球金融危机给了本土零部件商最好的跳跃式发展机会，但总体上对中国零部件企业并非有利。本土零部件商最好做到未雨绸缪，利用最佳时机收购海外优质资产或技术，使自身更快成长，为迎接未来的大整合做好准备。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！