



# 中国汽车零部件产业 发展分析报告

2024-2025

全国工商联汽车摩托车配件用品业商会  
汽配产业研究院  
2025年11月

## 序言

全国工商联汽车摩托车配件用品业商会（简称：全联汽摩配商会），2002年成立于北京，在国家民政部注册，业务主管单位是全国工商联，是一家以汽车和摩托车零部件及汽车用品，生产和流通行业为业务核心的全国性社会团体组织。目前下设13家专业委员会（分会），直属理事以上会员企业1000余家，基础会员2万余家，涵盖汽车零部件生产制造企业、流通平台型企业、汽配经销商、维修装饰美容企业、地方行业商协会团体会员及产业链上下游配套企业等。

作为全国工商联的直属商会，商会坚持统战性、经济性、民间性有机统一，围绕经济建设中心，服务党和国家工作大局，推动高质量发展。商会通过全国提案向国家各相关部委上报行业信息及建议，向行业传递分享政策、大数据、趋势分析。以“助力汽车零部件产业中国制造到中国智造”；“繁荣汽车售后市场，创新服务构建新格局”；“推动汽配产业链，打造数字化高效流通”为三大工作目标，推动汽车产业繁荣创新。

《中国汽车零部件产业分析报告（2024-2025）》是全国工商联汽车摩托车配件用品业商会汽配产业研究院经过近一年时间，以中国汽配产业链（侧重于民营企业）为主线，内容涵盖了汽车零部件生产及流通、汽车售后市场、海外出口等数据及分析。采用多种研究方法相结合的方式，确保分析的科学与全面性。主要包括：文献研究法，系统梳理国内外相关政策文件、行业报告、学术文献；案例研究法，选取典型企业进行深度剖析，总结成功经验与失败教训；问卷调查法，对制造企业、维修企业、零部件经销商、行业商协会进行调研，获取一手数据；数据分析法，运用统计模型对市场规模、增长率、结构变化等进行量化分析。

数据来源主要包括：官方统计数据，如公安部汽车保有量数据、国家统计局工业增加值数据、商务部流通业发展数据、海关进出口数据等；行业协会数据；企业公开信息，包括上市公司年报、企业官网披露信息、新闻发布会资料等；专业研究机构数据，如弗若斯特沙利文、罗兰贝格、艾瑞咨询、特易资讯等机构的研究报告；实地调研数据，通过对典型企业、市场、消费者的走访获取的一手资料。特别是汽车配件出口的数据分析，得到了上海特易信息科技有限公司（特易资讯）的鼎力支持，在此一并感谢。

需要特别说明的是，由于汽车零部件产业涉及面广、更新速度快，部分数据存在统计口径差异或更新滞后的情况。本研究将尽可能采用最新数据，并在文中明确标注数据来源与统计时间，确保研究结论的时效性与准确性。

——编者

# 目 录

<b>第一章 汽车零部件制造</b> .....	<b>3</b>
中国汽车行业概况.....	3
中国汽车零部件行业基本情况.....	7
中国汽车零部件制造企业的主要特点.....	8
中国汽车零部件企业上市的相关情况.....	9
专精特新小巨人企业.....	9
当前面临的挑战与固有短板.....	11
在新趋势下的转型特征.....	15
<b>第二章 汽车零部件售后流通</b> .....	<b>19</b>
渠道模式的变化.....	19
物流体系的数字化变革.....	22
汽配流通行业面临的问题与挑战.....	25
实体汽配市场（汽配城）现状与趋势.....	26
<b>第三章 汽车售后服务终端</b> .....	<b>31</b>
全国汽车售后服务门店总量与结构.....	31
全国性维修连锁代表企业及发展状态.....	31
行业生存状态与核心趋势.....	34
未来 3-5 年关键趋势.....	36
<b>第四章 汽车零部件再制造</b> .....	<b>37</b>
再制造的市场潜力.....	37
产业发展的核心驱动力.....	37
产业链重构.....	37
竞争格局变化.....	39
面临的风险挑战.....	39
未来趋势分析.....	40
<b>第五章 近两年来国家部委出台的相关政策</b> .....	<b>41</b>
技术创新与产业升级政策.....	41
产业链协同与绿色发展政策.....	41
市场准入与流通体系政策.....	42
财政与金融支持政策.....	43
未来趋势与政策展望.....	44
<b>第六章 汽配产业出口数据及分析</b> .....	<b>45</b>
中国汽车零配件出口的整体情况.....	45
2022 年至 2025 年 9 月中国汽车零配件出口统计.....	46
2024 年新兴市场汽车零配件采供情况分析.....	71
新兴市场对汽车零配件进口的相关政策简报.....	77
全球汽车零配件行业的未来发展.....	79
俄罗斯、墨西哥、马来西亚汽配采购商 TOP50.....	80

# 第一章：汽车零部件制造

## 一、中国汽车行业概况

### （一）汽车产销数据

2024年，中国汽车产销量分别达3128.2万辆和3143.6万辆，同比分别增长3.7%和4.5%，连续两年保持在3000万辆以上规模，且连续16年稳居全球汽车产销第一。

其中，新能源汽车年产销量分别为1288.8万辆和1286.6万辆，同比增长34.4%和35.5%，占汽车总销量的40.9%，较2023年提升9.3个百分点。乘用车产销分别为2747.7万辆和2756.3万辆，同比增长5.2%和5.8%。中国品牌乘用车销量1797万辆，同比增长23.1%，市场份额达65.2%，同比提升9.2个百分点，德系、日系等合资品牌市场份额则呈两位数下降。商用车产销分别为380.5万辆和387.3万辆，同比下降5.8%和3.9%，受国内投资减弱、运价偏低影响，终端换车需求不足，但商用车出口表现亮眼，成为重要增长极。汽车出口全年出口585.9万辆，同比增长19.3%，其中乘用车出口495.5万辆（同比增长19.7%），商用车出口90.4万辆（同比增长17.5%）。

### （二）汽车工业的地位和价值

中国汽车工业是国民经济的战略性支柱产业，其地位和作用贯穿经济增长、产业升级、就业民生、国际贸易等多个维度，具体表现为以下方面：

#### 1. 经济增长的“压舱石”

直接经济贡献：汽车消费占社会零售总额约10%，若计入全产业链（包括钢铁、橡胶、电子等上下游），汽车工业总产值占GDP比重超10%。

产业链乘数效应：每1元汽车制造业产出可带动上下游7元产值，涉及2万余种零部件，直接拉动冶金、化工、电子、石油等50余个关联产业发展。

#### 2. 就业市场的“稳定器”

直接就业和间接就业带动上下游（如零部件配套、物流运输、汽车金融、维修保养）超3000万岗位，占全国城镇就业人数的11%。

#### 3. 国际贸易的“新引擎”

出口规模：2024年汽车出口585.9万辆（其中新能源汽车128.4万辆），

连续两年居全球首位，出口金额 8347 亿元，占全国出口贸易总额的 3.3%。新能源汽车出口单价达 14.87 万元/辆，在欧洲、东南亚市场形成“中国智造”品牌影响力。

结构升级：从“低价燃油车”向“高端新能源+智能网联”转型，比亚迪、蔚来等品牌在欧洲市场的溢价能力持续提升。

#### 4.技术创新的“策源地”

新能源与“双碳”引领：新能源汽车全生命周期碳排放仅为燃油车的 1/3，2023 年累计减少碳排放超亿吨。通过“车-能-网”协同，新能源汽车可作为“移动储能单元”，在用电低谷储电、高峰放电，提升清洁能源消纳率超 20%。

智能网联突破：汽车电子成本占比从传统车的 30%升至智能电动车的 70%，推动芯片、传感器、操作系统等核心技术自主化。形成智能驾驶全产业链生态。

#### 5.区域经济的“增长极”：产业集群的辐射效应

围绕汽车生产链，中国已经形成了以“东北、京津冀、长三角、中部、成渝西部、珠三角（大湾区）”六大汽车产业集群。



### ①东北汽车产业集群

以长春、沈阳为主要生产基地。主要在一汽集团、华晨宝马为核心，聚焦商用车与燃油车。一汽解放商用车出口东南亚、非洲，华晨宝马推动高端制造。

核心优势：历史积淀深厚，东北传统汽车本地化率 47%。

挑战：新能源产业链薄弱，高端芯片、电池依赖长三角供应。

核心企业数量：规上零部件企业数量 464 户，新能源零部件企业数量 60 户，智能网联零部件企业数量 69 户。

### ②京津冀汽车产业集群

以北京为研发中心，天津、河北聚焦制造，呈现“研发-制造”分工。代表车企为北汽、北京现代、长城汽车、理想汽车、小米汽车。

核心优势：研发资源集聚，清华大学、中科院等机构支撑自动驾驶技术，北京经开区吸引小米汽车、奔驰研发中心落户。

挑战：产业链相对分散，制造环节弱于长三角。

核心企业数量：规上零部件企业数量 1015 户，新能源零部件企业数量 158 户，智能网联零部件企业数量 170 户。

### ③长三角汽车产业集群

长三角是中国汽车产业链最完整、技术最前沿的区域，形成了上海（研发与高端制造）、江苏（智能制造与电池）、浙江（零部件与民营经济）、安徽（整车生产与出口）的协同分工格局。代表车企包括上汽集团、特斯拉、蔚来、吉利、奇瑞、零跑、江淮等。

核心优势：全产业链协同性最强，覆盖芯片、电池、整车制造到智能网联技术，安徽 2024 年汽车出口全国第一（49.38 万辆），浙江零部件企业数量全国最多（2.98 万家）。

挑战：土地成本高，区域内部竞争加剧。

核心企业数量：规上零部件企业数量 7822 户，占全国约 49%，新能源零部件企业数量占全国约 46%，智能网联零部件企业数量约占全国 40%。

### ④中部汽车产业集群

以武汉为核心，联动郑州、长沙。湖北“武襄十随”汽车产业集群 2024 年营收破万亿，武汉经开区集聚采埃孚、东软等供应链企业。代表车企包括：东

风集团、郑州日产、宇通等。

**核心优势：**乘用车、商用车、专用车均有很好的产业基础，政策支持力度大，湖北立法支持新能源产业，科教资源丰富。

**挑战：**高端品牌较少，国际化程度不足，新能源本地化率仅 16%。

**核心企业数量：**规上零部件企业数量 1486 户，新能源零部件企业数量 303 户，智能网联零部件企业数量 182 户。

### ⑤成渝西部汽车产业集群

以重庆、成都、西安为核心，依托长安汽车、赛力斯、上汽红岩等企业，加速从传统制造向新能源转型。重庆拥有全国最大汽车零部件基地之一，成都布局车路协同示范区。

**核心优势：**传统工业基础深厚，长安汽车年产超 200 万辆，成渝氢走廊已投入运营氢燃料电池汽车 925 辆，建成加氢站 26 座。

**挑战：**新能源产业链配套较弱，高端芯片、智能驾驶算法依赖外部采购。

**核心企业数量：**规上零部件企业数量 1219 户，新能源零部件企业数量 131 户，智能网联零部件企业数量 27 户。

### ⑥珠三角（大湾区）汽车产业集群

以深圳、广州为核心，涵盖两广地区，新能源与智能制造为主导，出口导向突出。代表车企：比亚迪、广汽集团、小鹏汽车、上汽通用五菱。

**核心优势：**依托粤港澳大湾区，布局车联网、芯片、一体化压铸等全产业链，形成高端零部件制造集群。比亚迪、广汽加速拓展东南亚、欧洲市场，深圳港成为新能源车出口枢纽。

**挑战：**土地资源紧张，成本高企。

**核心企业数量：**规上零部件企业数量 2073 户，新能源零部件企业数量 422 户，智能网联零部件企业数量 603 户。

国家统计局数据显示，2024 年，汽车产量前十位省份依次是广东（570 万辆）、安徽（262 万辆）、重庆（254 万辆）、江苏（225 万辆）、山东（183 万辆）、上海（180 万辆）、陕西（175 万辆）、浙江（169 万辆）、吉林（150 万辆）和湖北（138 万辆）。

主要省份中，江苏、浙江、广东是主要汽车零部件企业分布大省，拥有相对

完善的产业链和配套体系，其中江苏汽车零部件产业群主要沿江，即南京、扬州、镇江、常州、无锡、苏州、泰州、南通八市分布；浙江汽车零部件产业群主要分布在杭州、宁波、温州、台州、金华、湖州、嘉兴、绍兴、丽水等地区；广东汽车零部件产业群主要分布在广州、深圳、佛山、珠海、梅州、肇庆等地区。根据“2024 中国汽车供应链百强”显示，浙江位居第一（17 家）、江苏其次（12 家）、广东（11 家）与山东并列第三。

在产业变革期背景下，各省汽车产业发展水平差异显现，浙江、江苏头部省份增势依旧强劲，领先优势进一步扩大，湖北、吉林、广西等传统汽车工业大省则表现不同程度的低迷，安徽则凭借本土汽车品牌和引进新势力落户，加速聚链成群，呈现蓬勃发展的态势，并一跃成为生产汽车量最高的省份（2025 年前三个季度）；重庆、湖南锚定智能网联新能源汽车主攻方向，加速培育汽车产业新生态，实现持续稳健发展。

## 6.消费升级的“主阵地”

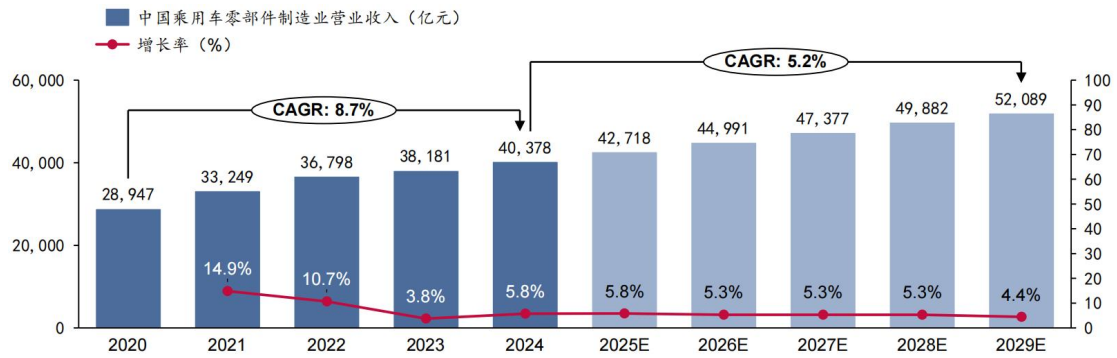
汽车是居民单笔消费最高的商品，它既是彰显技术实力的工业产品，也是承载个人梦想与家庭需求的耐用消费品。在消费端，一般来说，一辆普通家用车，包括保养与维修、保险、加油充电、停车等，每年的养车成本大约在 1.2 万到 2 万元人民币之间，在一线城市，养车成本更高，平均可达到 2-3 万元。在产业新四化的驱动下，汽车从单一交通工具演变为“移动空间”，带动共享出行、车联网服务等新业态多元场景。

中国汽车工业已从“规模扩张”进入“质效提升”新阶段，其在国民经济中的地位不仅体现为 GDP、就业、出口、税收的直接贡献，更在于通过新能源革命和智能转型，成为撬动制造业升级、能源结构变革、全球产业链重构的关键力量。未来，随着“双碳”目标深化和智能化技术突破，汽车工业将继续在国民经济中扮演“稳增长、促创新、强韧性”的核心角色，已经成为大国经济的“超级引擎”。

## 二、汽车零部件行业基本情况

2024 年，中国汽车零部件整体市场规模达到 5 万亿元，同比增长率 11.1%，较 2023 年提升 0.8 个百分点，增速高于全球汽车零部件市场（8.5%）。其中，中国汽车售后市场规模达 1.3 万亿元，年复合增长率 13.2%，显著高于前装市场（9.5%）。

表一：中国乘用车零部件制造业营收收入预测



注：该图表的数据来源于弗若斯特沙利文（Frost & Sullivan）行业分析报告

根据最新的官方数据统计，中国目前拥有超过 10 万家汽车零部件（或简称汽配）制造企业，其中民营企业占据了绝对的主导地位，数量占比超过 99%。（国家统计局和工商注册数据，中国注册经营的“汽车零部件及配件制造”企业总数在 12 万至 14 万家之间，这个数字包含了所有注册类型的企业，包括国有企业、外资/合资企业以及民营企业）。

在上述十多万家中，真正构成中国汽车零部件产业核心力量的，是规模以上（年主营业务收入 2000 万元人民币及以上）的企业，数量约为 1.4 万家。这些规模以上企业贡献了整个行业绝大部分的产值、税收和就业。同样，在这些规上企业中，民营企业同样是主力军，与外资/合资企业、国有企业共同构成了市场竞争格局。例如在瑞安，全市拥有 4000 多家汽摩配企业，规上企业 548 家，年产值超亿元 86 家，几乎全部是民营企业。

### 三、中国汽车零部件制造企业的主要特点：

- 数量庞大，但“大而不强”：虽然企业总数超过 10 万，但绝大多数是中小微企业，产业集中度较低。

- 韧性十足，充满活力：民营企业机制灵活，市场反应速度快，是中国汽车产业链中最具创新和活力的部分。从主机厂配套来看，得益于整车制造需求的持续释放、技术升级带来的高附加值产品占比提升，以及新能源、智能化等新兴领域零部件需求的快速增长，汽车更新迭代速度进一步加快，相比外资品牌平均 54 个月的开发时间，自主品牌仅需 24 个月，而部分新势力已将周期进一步压缩至 14-18 个月，这主要得益于汽车产业链流程的精简和效率的提升。其中，零部件企业通过敏捷组织和流程，提供更高效的服务响应和技术成果迭代。

- **集群化发展：**已形成了长三角、珠三角、京津冀、东北、中西部等几大产业集群，产业链协同效率高，中国汽车零部件产业链完整且灵活，不仅仅是为各主机厂配套，在中国汽车售后市场和海外，真正实现了中国造、世界销。

- **正在快速崛起：**在新能源汽车和智能网联的浪潮中，涌现出了一大批在电池、电机、电控、智能座舱、自动驾驶等领域的世界级民营供应商（如宁德时代、比亚迪、德赛西威等）。

#### 四、中国汽车零部件企业上市的相关情况：

截至 2024 年底，中国本土的汽车零部件企业（包括民营和国有）在国内外各大交易所上市的公司总数约为 1500 家。

其中，根据 Wind 数据、同花顺 iFinD 等金融数据终端以及中国汽车工业协会的相关报告，在上海证券交易所和深圳证券交易所上市的“汽车零部件”行业分类下的公司，数量约为 650 - 700 家。这些公司广泛分布于主板、创业板和科创板。其中，创业板和科创板聚集了大量专注于新能源、智能网联、自动驾驶、轻量化等前沿领域的创新型民营零部件公司。

**代表性企业：**例如：宁德时代（电池）、比亚迪（电池及零部件）、福耀玻璃（玻璃）、均胜电子（汽车安全与电子）、德赛西威（智能座舱）、华域汽车（综合零部件，国有控股）等。

除了主板市场，中国的“新三板”也是一个重要的融资平台，聚集了海量的中小企业。在新三板挂牌的汽车零部件企业数量非常庞大，估计在 800 家左右。“新三板”的流动性、融资能力和上市要求远低于 A 股主板，因此它成为了大量中小型、成长初期的民营零部件企业的首选。

另有许多中国公司选择在香港上市，其中不乏大型汽车零部件企业。

由于近年来的地缘政治风险和监管环境变化，已少有新的中国零部件公司赴美上市。目前仍在美股交易的中国汽车零部件公司数量较少，大约在 10 家左右。

#### 五、专精特新小巨人企业

“国家级专精特新”通常指的是由工业和信息化部认定的“专精特新‘小巨人’企业”。目前，这个群体是衡量企业在该领域顶尖水平的最权威指标。综合工信部已公布的认定名单（工信部已公示全行业共计 1.4 万家“小巨人”企业名单，截至 2025 年 7 月）和行业分析报告，截至 2025 年 7 月，中国汽车零部件领

域的国家级专精特新“小巨人”企业总数约 1000 家。这个群体虽然只占全国 10 多万家零部件企业的极小一部分，但它们却是产业链的“命门”所在，解决了大量关键技术领域的“卡脖子”问题。这一数量较 2023 年增长约 40%，主要得益于新能源汽车、智能驾驶等新兴领域的技术突破和政策支持。



### (一) 专精特新细分领域集中度

**底盘与发动机系统：**占比最高，达 35%，涉及制动系统、传动部件等核心零部件。

**新能源三电系统：**占比 28%，包括动力电池、电机电控等关键领域。宁德时代、比亚迪等头部企业通过子公司或合作企业布局，如宁德时代旗下格林美（江苏）钴业股份有限公司专注电池材料再制造。

**智能网联零部件：**占比 22%，涵盖传感器、车载芯片等。苏州敏芯微电子技术有限公司的 MEMS 麦克风市占率全球前三。

**汽车电子与热管理：**占比 15%，包括车载显示屏、空调压缩机等。南京宏泰半导体科技股份有限公司的显示驱动芯片打破国外垄断。

### (二) “小巨人”区域分布特征

**长三角地区：**占全国总量的 58%，其中江苏省以 252 家位居第一，浙江省 241 家。

**珠三角地区：**占比 18%，集中在深圳、广州等地。

**京津冀与成渝地区：**分别占比 12% 和 10%，重点布局商用车零部件和智能驾驶系统。

### （三）这些“小巨人”企业特点：

专注核心领域：它们并非像大型集团那样全面铺开，而是专注于某个细分赛道，如：新能源——电池精密结构件、热管理系统、电机电控、充电连接件、高压线束等。智能网联——车载光学镜头、激光雷达、毫米波雷达、高精度齿轮、传感器、控制系统等。关键基础件——高端密封件、特种弹簧、高强度紧固件、轻量化合金材料等。

技术“补短板”：许多企业是所在细分领域的“隐形冠军”，其产品打破了国外技术垄断，实现了国产化替代。

几乎全是民营企业：由于“专精特新”政策旨在激发中小企业的创新活力，因此这个群体几乎 100%是民营企业，是民营经济创新力量的集中体现。

## 六、当前面临的挑战与固有短板

### （一）高端技术对进口依赖依然显著

当前，中国汽车零部件产业在高端技术领域存在显著的进口依赖问题，核心生产设备与关键元器件的“卡脖子”困境尤为突出。在高端制造设备方面，像超高速火焰喷涂设备这类对零部件表面处理至关重要的设备，70%依赖德国、日本进口。五轴联动加工中心作为精密加工的关键设备，更是在高端机床市场中，90%被外资垄断。这些设备不仅单价高昂，而且还附带诸多技术限制条款。例如，部分进口设备一旦检测到移动异常，就会自动锁死，使得国内企业在使用过程中受到诸多掣肘，严重影响生产的自主性与灵活性。

在关键芯片领域，车规级芯片的国产化率不足 30%，这意味着大部分车规级芯片需要从国外进口。其中，IGBT（绝缘栅双极型晶体管）、车载 MCU（微控制单元）等核心芯片，80%依赖英飞凌、英伟达等海外企业。在智能驾驶激光雷达核心部件方面，进口占比更是超过 70%。这使得国内汽车零部件企业在智能驾驶技术的发展上，严重依赖国外供应商，不仅成本高昂，一旦国际形势发生变化，或者供应商出现问题，在供应链稳定性上存在巨大风险。

高端科学仪器在汽车零部件检测中起着关键作用，但目前 90% 依赖赛默飞、岛津等外资品牌。零部件缺陷检测设备的进口依赖，直接制约了国内零部件检测精度与质量管控能力。因为缺乏自主可控的检测设备，国内企业在产品质量检测上难以达到国际先进水平，无法及时发现和解决产品缺陷，从而影响产品的市场

竞争力，形成了从生产到检测的全链条技术断层。

## （二）研发投入强度不足

中国汽车零部件行业的研发投入强度与国际水平相比存在较大差距。行业平均研发强度仅为 4~5%，而德国为 6.2%，日本为 5.8%，中小企业的研发投入占比更是不足 3%。研发投入不足，一方面源于资金总量的短缺，另一方面则受到价格战挤压的结构性影响。

2025 年，超六成企业面临主机厂的降价要求，部分企业的年降幅度甚至 10~20%。这使得企业的利润空间被严重压缩，许多企业的净利率被压低至盈亏临界点。以汽车零部件百强企业为例，其净利率仅为 7.2%，电子板块更是低至 4%。在这种情况下，企业为了维持生存，不得不削减技术迭代资金，将更多的资源用于应对短期的成本压力。

研发效率不足也是制约行业发展的重要因素。本土企业在新品开发周期上较外资企业长 30%，这使得国内企业在技术更新速度上远远落后于国际竞争对手。在数字化研发工具的应用上，本土企业的普及率仅为 55%。相比之下，外资企业广泛应用先进的数字化研发工具，能够实现更高效的研发流程。例如，通过虚拟仿真技术，外资企业可以在产品设计阶段就对各种性能进行模拟测试，提前发现问题并进行优化，大大缩短了研发周期。而国内企业由于数字化研发工具普及率低，在产品研发过程中更多依赖传统的试错方法，不仅耗费大量的时间和资源，而且难以快速响应“新四化”（电动化、智能化、网联化、共享化）技术需求，进一步加剧了企业在市场竞争中的劣势。

## （三）利润面临“上下挤压”的竞争压力

主机厂压价传导：从“年度降本”到“月月降价”的极限压榨。汽车行业的价格战已经深度渗透到零部件供应链，形成了一条“车企降售价—供应商降成本”的刚性传导链。国内市场上，近 40 家车企对供应商提出了“年降 10%-20%”的严苛要求，部分车企更是将降价策略推向极致，推行“月月降价”机制。

在这种高压态势下，超六成零部件企业面临着巨大的降价压力。其中，13%的企业年降幅度在 11%-15%之间，7%的企业年降幅度达到 16%-20%，触及了企业的“生死线”。价格挤压对企业的毛利率产生了毁灭性的影响，上市汽车电子企业的毛利率从曾经的巅峰 35%急剧降至 22%。在传统品类中，汽车空调等产品

的毛利率从 2020 年的 18% 降至 2025 年的 12%，逼近盈亏平衡线。

**表二：汽车零部件制造类企业目前遇到的突出问题调研问卷（多选）：**

选项	小计	比例
原材料价格上涨	288	46.15%
市场竞争加剧	456	73.07%
产品利润不断下降	384	61.53%
流动资金短缺	95	15.22%
生产能力不足	92	14.74%
出口贸易摩擦加剧，订单不足	329	52.72%
用工成本增加	264	42.3%
市场需求降低	275	44.07%
土地厂房租金、原材料、物流成本增大	97	15.54%
线上电商冲击的影响很大	78	12.5%
招工难	57	9.13%
有效填写人次	624	

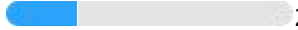



注：该图表的数据来源于商会 2025 年 3-6 月向会员企业线上问卷调研统计

现金流危机也随之加剧。国内 16 家上市车企的应付账款周转天数高达 182 天，是国际车企的两倍。部分新能源车企的回款周期甚至超过 300 天，这使得零部件企业的资金周转陷入困境。在我商会通过全国两会上报提案和其他行业协会的共同呼吁下，今年 6 月为切实落实《保障中小企业款项支付条例》，工信部、财政部、交通运输部、市场监管总局联合印发《关于开展汽车行业应付账款专项治理工作的通知》，针对主机厂与供应商之间的账期管理提出明确要求。

零部件企业不仅面临着主机厂的压价，还承受着原材料与合规成本的双重攀升，这进一步压缩了企业的利润空间。天然橡胶价格自 2023 年一季度以来上涨超过 55%，达到了近 7 年来的高位，钢材、铜等基础材料价格波动幅度也达到 12%-25%。在新能源领域，碳酸锂价格虽从高位回落，但电池回收、梯次利用的合规成本却同比增加 20% 以上。这使得新能源汽车零部件企业在成本控制上面临着前所未有的挑战。

此外，环保与质量合规成本也在显著上升。随着环保要求的日益严格，VOCs（挥发性有机化合物）排放标准升级，企业为了满足新的标准，不得不进行设备改造，这使得企业的投入增加。部分企业为了降低成本，采取了“偷工减料”的短视行为。这些行为虽然在短期内降低了成本，但却引发了严重的质量风险。2025年，零部件质量投诉率同比上升17%，这不仅损害了企业的品牌形象，还可能导致企业面临召回、赔偿等巨大损失，进一步加剧了企业的经营困境。

**表三：汽车零部件制造类企业面对上述困难，企业选择的应对策略（多选）**

选项	小计	比例
向上游企业压价	144	 23.07%
提高价格	29	 4.64%
减少员工，提升效率	267	 42.78%
开发新产品	461	 73.87%
延伸产业链，拓宽产品类别	380	 60.89%
采用替代原材料	175	 28.04%
强化服务与降低管理成本	346	 55.44%
开发新市场和渠道	537	 86.05%
本题有效填写人次	624	

注：该图表的数据来源于商会 2025 年 3-6 月向会员企业线上问卷调研统计

#### （四）人才结构性短缺与区域失衡的主要因素

新能源与智能网联技术的快速迭代，使得汽车零部件行业对高端人才的需求呈现爆发式增长，但人才供给却严重不足，从而形成了行业内的“用工荒”现象。据工信部《制造业人才发展规划指南》预测，至2025年，新能源汽车领域专业人才缺口将达103万。这一背景下，车企的“抢人”策略已从高薪挖角转向系统性布局：小鹏汽车宣布扩招6000人，小米创始人雷军以千万年薪招揽AI顶尖人才，比亚迪则通过海外市场扩张强化国际化人才储备。

人才短缺的原因是多方面的。一方面，高校的专业设置与产业需求匹配度不足。许多高校的相关专业课程体系陈旧，培养出来的学生在知识和技能上无法满足企业的实际需求。另一方面，企业在吸引人才方面存在不足。零部件企业的薪酬较低，特别是核心研发人员的薪酬较互联网企业低25%-30%。这使得企业在人

才竞争中处于劣势，难以吸引和留住优秀的高端人才。

### （五）供应链仍面临区域协同不足与韧性缺失的风险

中国汽车零部件供应链呈现出“核心集群强、区域协同弱”的格局。长三角、珠三角地区已经形成了高效的“两小时供应链圈”。以杭州市钱塘区为例，这里集聚了吉利、福特、广汽、零跑等整车企业以及 200 余家零部件企业，企业之间能够实现快速的物流配送和信息交流，大大提高了供应链的效率。然而，中西部地区由于产业布局分散、物流体系不完善，与东部地区存在显著的供应链效率差距。例如重庆、陕西等新能源零部件基地的本地配套率不足 40%，这意味着大部分关键材料，如正极材料、高压线束等，需要从长三角等地采购。长距离的运输使得物流成本较东部地区高 15%-20%，而且运输周期长达 3-5 天，这严重影响了生产响应速度。

零部件供应链存在韧性不足的问题，这主要源于供应商布局单一和信息透明度低。超过 70% 的中小企业依赖单一区域供应商，这使得供应链在面对突发风险时极为脆弱。

供应链的数字化水平低也是一个突出问题。仅 30% 的企业应用区块链溯源、AI 需求预测等先进技术，这使得企业在库存管理和供应链响应方面存在严重不足。企业的库存周转天数高达 46 天，而国际先进水平仅为 20 天。因此，企业需要加强供应商多元化布局，提高供应链数字化水平，建立健全风险预警机制，以提升供应链的韧性和抗风险能力。

## 七、在新趋势下的转型特征

根据企业自身的实力、技术、服务能力等，可以有如下选择定位：

### （一）从“国产替代”到“全球领先”

过去主要是在国内市场实现国产化替代，现在越来越多企业在新能源等赛道开始输出技术和产品，成为全球供应链中不可或缺的一环，甚至制定行业标准，作行业的引领者。

### （二）从“单一产品”到“系统解决方案”提供商

为了提升价值链地位，领先的民营企业不再只满足于制造单个零件，而是向提供整个子系统或解决方案转型。

### 案例一：双英集团

历经多年行业深耕，广西双英集团股份有限公司具备了领先的自主设计研发能力、成熟的生产工艺技术及先进的管理体系。

在 2022 年座椅总成生产交付规模达到 110 万台，2023 年座椅总成生产交付规模达到 130 万台，2024 年座椅总成生产交付规模达到 150 万台，预计 2025 年座椅总成生产交付规模达到 200 万台，系中国民营企业汽车座椅行业的龙头企业。同时随着新能源汽车板块从政策驱动转向市场驱动的发展时期，长期高速增长趋势不变，公司抓住契机，率先为五菱新能源汽车配套并快速突破比亚迪、吉利、长安、奇瑞等生产新能源汽车座椅总成。



集团现有 3 个技术中心，350 人技术团队，900 余项技术专利，进行持续的研发投入，制定了前瞻性研发计划并建立配套研发项目管理机制，保证公司研发计划的落实及相关技术向生产力的转换。日益提升的经营规模带来了生产成本优势，公司坚持通过技术改进、自动化设备更新提高自身生产效率和产品质量，结合管理团队丰富的经验，自身成本管控能力突出，能在保证产品品质的基础上，为客户提供更具市场竞争力的产品价格，得到了客户的广泛认可。2020 年至今五菱宏光 mini、吉利星愿、比亚迪海洋系等车型持续热销，公司新能源汽车座椅总成销量行业前列。

### (三) 专注细分领域，做到“小而精、精而强”

以技术深耕筑牢壁垒，靠精益制造把控品质，再通过绑定核心客户、优化运

营等方式强化竞争力。对于广大中小企业，核心生存法则不是“创新引领”，而是“价值嵌入”。需要在心态上：从“我要做行业龙头”转变为“我要成为生态中不可或缺的一环”。

### 案例二：大连德迈仕

大连德迈仕精密科技股份有限公司将自己的业务极端聚焦于汽车轴、精密马达轴、精密切削件这一细分领域。

这类产品看似微不足道，却是汽车的“毛细血管”，广泛应用于汽车动力系统的油泵、变速箱、发动机，以及辅助驾驶系统、刹车系统、新能源车的热管理系统等关键部位。精度要求极高，且对整车性能和可靠性至关重要。德迈仕避开了与汽配巨头的正面竞争，却在精密轴这个“一米宽”的巷子里，挖出了“百米深”的护城河。

它进入了博世、法雷奥等几十家全球顶级一级供应商的供应链体系，对于博世而言，它不会为了一个简单的轴件去自建产线，它需要的是一个质量稳定、价格合理、交货及时的合作伙伴。德迈仕这样的“隐形冠军”正好满足了这一需求。它用专业能力为全球零部件巨头和主机厂解决了供应链上的一个具体问题，使自己成为了他们全球采购网络中“一个标准化、可靠化的节点”。这种“可靠”本身就是最强的壁垒。

这印证了“主动嵌入产业链”的发展方向。一旦通过严苛的认证并开始批量供货，双方就会形成深度的绑定关系。更换供应商带来的质量风险和验证成本是巨大的，这使得德迈仕在客户供应链中的地位非常稳固。

大连德迈仕的案例，为十万余家中国汽车零部件中小企业提供了一个清晰的路线图：

拒绝盲目多元化——认清自身实力，在浩如烟海的汽车零部件中，找到一个适合自己体量和能力的“点”。

将简单做到极致——哪怕是一个螺丝、一根轴，只要能做到全球前几名，就能拥有绝对的话语权和生存空间。

与巨头做朋友，而非做对手——目标是成为顶级供应链体系中的一员，用你的“专”和“精”，去弥补巨头的“大”和“全”。

核心能力是穿越周期的船票——只要掌握了不可替代的核心工艺，无论行业

风向如何变化，总能找到需要你的客户和市场。

#### （四）深度融入全球创新网络

通过在海外设立研发中心、并购海外技术公司等方式，整合全球人才和技术资源，加速自身技术迭代。

中国汽车零部件产业凭借强大的制造能力、日益提升的研发实力以及完善的供应链体系，已成为全球主要采购来源之一。近年来，随着自主品牌车企国际化步伐加快，尤其是在新能源车、混动车、燃油车领域全面布局，中国汽车零部件企业同步加快出海节奏，积极参与国际汽车巨头全球供应链体系。同时，内燃机核心零部件、商用车关键部件及新能源汽车核心零件的国产化替代进程加速，进一步巩固了中国零部件在全球市场的竞争地位。

#### （五）在新趋势下中国民营汽车零部件企业的转型特征

综上，中国民营汽车零部件企业的总体特征鲜明而深刻：生命力如野草般坚韧，无论在底盘部件、电子元器件等主流赛道，还是特种弹簧、精密传感器等小众细分领域，都能敏锐捕捉机会、扎根生长，在巨头环伺的市场中凭借韧性占据一席之地。敏捷性是其核心优势，面对主机厂需求调整、技术迭代或政策变化，能快速调整产能布局、优化产品方案，反应速度远超传统大企业，成为应对市场波动的锋利武器。务实性贯穿经营始终，以客户需求为核心，聚焦性价比与交付效率，不搞虚耗资源的形式主义，用实打实的产品与服务赢得信任。当前，它们正处于关键转型期，历经多年“量变”积累，在研发投入、技术突破上持续发力，正从产业链追随者向并跑者跨越，部分企业已在新能源三电、智能网联等领域实现领跑，开启高质量发展新征程。

它们是中国汽车工业实现从“汽车大国”到“汽车强国”跨越的中坚力量和最富活力的引擎。未来的竞争，将是它们如何克服自身短板，在全球化、智能化和电动化的浪潮中，诞生出属于中国的世界级汽车零部件巨头。

## 第二章 汽车零部件售后流通

中国汽车产业已从“增量市场”转向“存量市场”，零部件产业作为核心支撑体系，其发展格局正随市场结构调整发生深刻变革。截至2025年9月，全国汽车保有量突破3.6亿辆，其中新能源汽车保有量3689万辆，占汽车总量10.27%。

汽车售后市场作为零部件产业的“下半场战场”，其生产制造与流通环节的效率与质量直接关系到产业价值链的完整性与消费者权益。中国汽配流通市场整体“小而散”，头部企业市场份额较低。2024年，年销售额超百亿元的经销商不足10家，民营企业占据主导地位（占比85%），外资及合资企业主要集中在高端零部件进口与分销领域（占比14%）。

当前，中国零部件售后流通市场呈现“规模扩张与结构失衡并存”的特征：一方面，市场规模不断扩大，成为行业增长新引擎；另一方面，生产端存在原厂件垄断、副厂件质量参差、再制造件渗透率不足等问题，流通端面临4S店渠道壁垒、独立售后规范化不足、电商渗透缓慢等挑战。尤其在新能源汽车领域，厂商通过软件锁定、专有诊断工具垄断售后资源，导致第三方维修机构“无米下锅”，偏远地区车主等待配件时间长达1个月，形成新的服务痛点。

本章节涉及的汽车零部件销售企业包括渠道经销商/贸易商和平台型企业（汽配、维修连锁平台和汽配综合市场）。

据不完全统计，2024年底中国从事汽车零部件流通的企业总数超过18万家，但受新能源转型、行业集中度、利润下滑、电商平台等多方面因素的影响，到2030年汽配经销商数量可能缩减到10万家以下，行业集中度将进一步提升。

销售型企业赚取的是“进销差价”，其模式核心是“高周转、低毛利”。

### 一、渠道模式的变化

#### （一）传统渠道

“生产企业-省级代理-地市分销-门店”的传统分销模式仍占45%市场份额，但弊端显著：

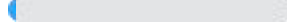
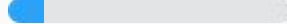
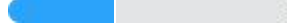
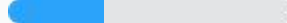
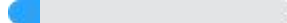
流通成本：每级加价8-15%，终端售价较出厂价高30-50%。

库存积压：区域代理商平均库存周转天数60天，滞销库存占比28%，远高

于连锁企业的 9%；

生存危机：夫妻老婆店占终端门店总数 60%，2024 年关闭率达 18%，被连锁品牌替代趋势明显。

**表四：实体汽配流通企业对客户的服务能力水平问卷**

选项	小计	比例
通过 SAAS 系统管理并服务客户	29	 4.75%
将客户详细分类，定期上门回访或电话沟通	87	 14.26%
将客户简单分类，对重要的做回访以维系关系	237	 38.85%
无分类，随机沟通或简单维系关系	215	 35.24%
没有建立客户信息库	72	 11.8%
本题有效填写人次	610	

注：该图表的数据来源于商会 2025 年 3-6 月向会员企业线上问卷调研统计

## （二）新兴渠道

线上线下融合的新兴渠道成为增长主力，2024 年增速达 25%；

垂直电商：开思平台整合 2000+ 供应商，覆盖 15 万+ 维修厂，配件匹配准确率达 98%，2024 年交易额突破 300 亿元；

连锁自营：途虎养车超 7200 家门店，前置仓覆盖 95% 市县，通过集采降低配件成本 18%，智能物流实现“次日达”覆盖 80% 区域；

跨界融合：基于保险公司理赔价格体系与汽后市场产品品质和定价逻辑，人保发起设立的邦邦汽服联合行业合作伙伴，打造“保险理赔数智化平台”、“维修服务企业数字化连接平台”和“事故车配件供应链平台”三大平台，形成了一套标准化的配件品质与价格矩阵，实现了对保险理赔服务中各类品质配件的全覆盖。合作保险企业与金融机构均超过 20 家，合作零部件厂商 200 余家，合作损余回收商 500 余家，合作低碳修复商 1600 余家，合作供应商达 4000 余家，合作维修企业达 40000 余家，驾安配平台累计配件报价金额超过 2000 亿元。

### 案例三：康乾大成

康乾大成（北京）科技股份有限公司成立于 2013 年，是一家汽车后市场一体化综合服务商。公司凭借汽车服务全链条布局，以供应链能力建立产品和服务基础，通过 SAAS 能力建设大数据中心提高行业效率，B2C 平台运营导入消费者心智。公司致力于为车主提供专业、便捷、透明的汽车养护服务，做您身边的

汽车养护专家。

将传统的汽车维修服务行业从线下呈现到线上，从供应链产品的鱼龙混杂到可溯源的产品品质保障。同时为门店高效获客、增效降本提升自身的服务能力，形成良性业态闭环。缩短产业链条，将更透明的产品价格、更直观的维修过程、更放心的服务保障带给了全国的车主用户。

业务范围：康乾大成自主搭建的汽车服务线下网络体系，覆盖全国 34 个省区市，200 余座城市，连接着全国 22800 家汽车修理服务门店。承接包括，京东、天猫养车、瓜子二手车、滴滴打车以及懂车帝的线下汽车服务订单。为车主提供专业服务，为门店拓展获客渠道。

商业模式：

### 1. 供应链服务

自有品牌：《布雷什》。公司自主研发和创新，产品连续五年京东平台汽车内饰品牌 TOP3。

流通品牌：与各大汽车配件品牌合作，提供超 95% 乘用车所需易损配件。

### 2. 汽车服务

线上养车：通过平台导流，实现线上预约、线下服务。

线下连锁门店服务场景：迈卡汽车服务连锁品牌，为车主提供标准化、专业化的汽车服务。

### 3. 技术服务

自主研发门店管理系统，实现数据统计、分析、画像，为门店提供精准营销方案。帮助门店实现精准营销和高效运营。

核心优势与亮点

020 商业模式——康乾大成通过线上流量端链接京东、阿里、抖音等平台企业，线下整合全国汽车服务门店，实现线上与线下融合，搭建和完善综合汽车服务体系。

#### 1. 核心优势一：online 流量

综合渠道获取精准流量：高效引流，帮助门店实现业务增长。

#### 2. 核心优势二 2: to SaaS 门店管理系统

实现数据统计、分析、画像，为门店提供精准营销方案。帮助门店提升运营

效率和服务质量。

### 3. 核心优势三：offline 线下连锁门店

自有迈卡汽车服务连锁品牌：确保服务质量和用户体验。

### 4. 核心优势四：汽车服务板块综合服务商

020 服务闭环：线上+线下+Saas 系统，实现全链条服务。为车主提供全方位的汽车服务。

## 二、物流体系的数字化变革

### （一）仓储布局：从区域仓到前置仓

头部企业已形成“中央仓-区域仓-前置仓”三级网络，配送效率显著提升：

前置仓：一二线城市覆盖率达 90%，存储 SKU 超 5000 个，配送时效从 48 小时缩短至 12 小时；

县域仓：三四线城市覆盖率 65%，主要存储易损件，SKU 约 2000 个，配送时效 24-48 小时；

成本结构：前置仓单平米租金较区域仓高 30%，但配送成本降低 40%，综合成本下降 15%。

### 案例四：三头六臂

广东三头六臂信息科技有限公司成立于 2015 年，定位为一家汽车零部件 B2B 供应链平台。其核心商业模式可以概括为“自有品牌+数字化平台+加盟服务网络”。目前全国门店已超 3700 家，覆盖 60 万家修理厂的服务网络。

#### 1. 上游：主打自有品牌，严控供应链

核心策略：不自建工厂，而是通过 ODM（原始设计制造商）和战略控股的方式，与精选的优质工厂合作，生产“三头六臂”自有品牌的零部件。

品质可控：建立了统一的质量标准和检测体系，确保产品品质的稳定性和可靠性。

成本优势：砍掉了品牌溢价，通过规模化集采，极大地降低了采购成本。

利润可控：掌握了定价权，为平台和加盟商留下了充足的利润空间。

#### 2. 中台：强大的数字化供应链系统

核心能力：自主研发了供应链 SaaS 系统，将工厂、中央仓库、区域仓、服务商（加盟店）和修理厂全部在线化连接。

**智能匹配：**系统能根据车型、故障码等信息，快速、精准地匹配所需配件。

**库存协同：**实现全国仓配网络的数据联动，智能调拨，减少库存积压，提升周转效率。

**履约保障：**承诺“20分钟响应，2小时送达”，极大地提升了修理厂的采购体验和效率。

### 3. 下游：密集的加盟服务商网络

**终端触点：**通过发展加盟服务商（社区店/前置仓），快速构建覆盖全国的线下服务网络。

**角色定位：**服务商不仅是销售点，更是仓储、配送、服务和客户关系维护的终端节点。他们利用三头六臂的供应链和系统，服务于周边的汽车修理厂。

## （二）技术应用：智能调度与溯源管理

**物流数字化普及率超 50%，头部企业已实现全流程可视化：**

**智能调度：**AI 算法优化配送路线，途虎养车跨城调拨效率提升 35%，车辆空驶率从 25%降至 12%；

**溯源系统：**中汽溯源平台实现 113 个常用配件“一件一码”，消费者可查询生产、流通全流程，信任度提升 28%；

**物联网技术：**温湿度传感器用于电池配件运输，损坏率从 5%降至 0.5%，物流损耗成本降低 90%。

## （三）供应链协同：多方主体的生态共建

**供应链从“线性交易”向“网状协同”转型，核心模式包括：**

**主机厂+连锁维修：**比亚迪与天猫养车合作开放保外配件渠道，2024 年覆盖门店 5000 家，配件销量增长 62%；

**供应商+电商平台：**骆驼股份与京东汽车共建联合仓，库存周转率从 4 次/年提升至 6 次/年，缺货率降至 5%；

**保险公司+维修厂：**人保财险推出“配件集采+理赔定损”系统，维修厂配件采购成本降低 18%，理赔时效缩短 30%。

### 案例五：新瑞立商用车连锁平台

#### 一、平台定位与发展历程

新瑞立是瑞立集团（中国商用车制动系统龙头企业）于 2016 年成立的子公

司，聚焦商用车后市场，打造全品类汽配连锁+产业互联网平台。截至 2025 年 11 月，已在全国 300 多个地级市布局 303 家直营店，覆盖 10 万余家维修厂和车队，在海外设立 7 个销售网点，产品出口 132 个国家和地区。新瑞立凭借“直营连锁+数字化+国企协同”的三维模式，重构商用车后市场供应链，在商用车后市场实现逆势增长。

## 二、商业模式与运营体系

### 1. 直营连锁网络与全品类供应

新瑞立以直营店为基础，构建“省仓+前置仓”物流体系，实现 2 小时极速达覆盖 85% 区域，当日送达率 98%。平台产品从早期自有品牌扩展至发动机部件、制动系统、电子电器等 20 余个品类，引入嘉实多、中石化等国际品牌，形成“国产+进口”组合，满足商用车全生命周期需求。2024 年营收超 40 亿元，其中外部产品占比超 50%，平台开放属性显著。

### 2. 国企+民企协同模式

首创“国企实力+民企活力”合资模式，与全国 24 个省、近 100 个地级市公交集团成立合资公司，整合国企的政府采购资源与民企的市场灵活性。例如，与温州交运集团合资公司年营收超 1 亿元，整体配件采购成本降低 3%。2024 年该板块营收占比达 30%，成为增长最快业务。

### 3. 数字化赋能与供应链协同

依托 SAP 系统与“瑞立产销宝”平台，实现订单、库存、物流全流程数字化管理。沉淀的 7 亿条产业数据支撑链上 200 余家本土企业优化生产计划，平均生产成本降低 12%。同时，通过“瑞立宝”APP 为终端客户提供线上采购、线下安装的 O2O 服务，客户留存率超 85%。

## 三、核心竞争力与行业地位

### 1. 供应链与物流优势

自建 50 万方仓储体系，结合智能补货系统，单店库存周转天数压缩至 45 天（行业平均 90 天）。2025 年启动“一带一路”海外仓布局，计划在东南亚、中东等地设立 30 家办事处，进一步提升跨境供应效率。

### 2. 技术创新

集团制造板块（瑞立科密）提供技术背书，新能源领域已实现电动空压机

50万台年产能，瑞立自产的新能源汽车零部件已经在国内外各大汽车厂广泛应用。

### 3. 政策支持与资本认可

被纳入国务院国资委国企混改典型案例，获上汽恒旭、中金等机构两轮融资，估值达65亿元，跻身“浙江未来独角兽企业TOP100”。2024年入选“中国新势力轮胎经销商”，轮胎年销额超5亿元。

## 三、汽配流通行业面临的问题与挑战

### (一) 渠道层级冗余与成本高企

传统渠道仍是主流，但流通效率远低于国际水平：

成本结构：传统分销模式流通成本占售价25%-35%，远超欧美市场的15%，其中加价成本占比18%，物流成本占比12%；

信息不对称：区域代理商隐瞒真实需求，导致生产企业库存积压，2024年行业无效库存达300亿元；

下沉短板：县域市场渠道覆盖率仅45%，部分乡镇“配件难买、维修难”，配件价格较城市高20-30%。

区域失衡：中西部产能仅占全国22%，导致零部件跨区域运输成本增加15%-20%，物流费用占售价比重达12%。

**表五：传统汽配流通企业反馈目前遇到的突出问题有：**

选项	小计	比例
市场恶性竞争加剧	477	78.19%
产品利润空间不断下降	523	85.73%
周转流动资金短缺	221	36.22%
库存量高，积压严重	218	35.73%
配件市场整体需求量降低	168	27.54%
门店租金、员工等成本增大	252	41.31%
线上电商、汽配平台冲击的影响很大	188	30.81%
历史遗留货款欠账多，不好收回	167	27.37%
本题有效填写人次	610	

注：该图表的数据来源于商会2025年3-6月向会员企业线上问卷调研统计

## （二）数字化水平不均与数据孤岛

数字化转型呈现“头部领跑、中小滞后”的分化格局：

渗透率差异：头部连锁企业数字化渗透率超 80%，中小流通企业不足 20%，库存管理仍依赖人工；

数据割裂：生产、流通、终端数据未打通，需求预测准确率仅 60%，较美国 AutoZone（90%）差距显著；

技术应用成本：一套智能库存系统价格超 50 万元，中小厂商难以承担，数字化转型动力不足。

## （三）外部环境：竞争加剧与风险叠加

价格战与外资冲击双重压力，行业利润率持续下滑：

价格竞争：30%的副厂件企业通过降价、打折方式抢单，导致行业平均利润率从 2023 年 18%降至 2024 年 13%；

主机厂布局：一些车企打造“产业生态护城河”，加速布局售后市场，以更好地掌控用户全生命周期的服务体验。特别是新能源汽车的维修保养核心在于三电系统，这部分技术含量高、数据敏感，主机厂和电池厂拥有天然的技术壁垒和主导权，非授权经销商根本拿不到原厂配件。通过自建网络，主机厂能将核心技术和用户数据掌握在自己手中。包括宁德时代，也在利用自身优势，切入售后服务市场。

跨界入侵：京东、阿里等电商平台通过集采优势挤压传统经销商，2024 年线上渠道占比升至 21%，传统经销商份额下降 5 个百分点。

## 四、实体汽配市场（汽配城）现状与趋势

### （一）市场数量与分布

截至 2024 年，全国传统汽配市场（含专业汽配城、综合批发市场）数量约为 1000 家以上。在各个地级市，特别是人口超过 300 万以上的，均有 2-4 家汽配综合市场。一些人口超过百万的县级市也陆续建起了以新车二手车销售+汽配供应+汽车修理+装饰改装+餐饮住宿+车管检测业务等为一体的复合功能汽配城。

中国汽配市场产生于上世纪九十年代初，1991 年在杭州建起了第一家浙江汽配城，把零星分散的近百家大小汽配经销商聚集到一起，发挥集群经营集中交易的优势，货比三家，品种齐全。随后天津、南京、武汉、西安、北京等先后出

现了汽配市场，至今汽配市场发展至今已走过 30 余年。

## （二）经营结构

### 1. 第一代（1.0 版）汽配一条街

上世纪九十年代，由沿街商铺产业聚集而成，其中最知名的如广州永福路汽车用品一条街、北京三里屯汽配一条街、上海威海路汽配一条街等。目前已基本消失。

### 2. 第二代（2.0 版）汽配专业市场

由房产开发或物业第三方运营的汽配专业市场，市场用地起初是企业或个人向政府、村集体、企业租赁的，或是其他用途的仓库、集贸市场改建的。2000 年后出现了政府出让土地，开发商专门开发销售、成立运营公司统一管理的集合市场。由此，全国也涌现出一大批知名的汽配市场运营商。

### 3. 第三代（3.0 版）汽车产业综合体

2005 年以后，出现市场多业态集成的综合性市场（包含汽配、汽车用品、美容装饰改装、修理、新车二手车销售、仓储物流、工程机械等），同时将车管所、检测站等政府行政机构引进市场，形成了汽车全产业链一站式服务的产业集群。

**表六：汽车产业综合体能按功能分类图**

	展贸基地型	流通服务型	复合功能型
区位分布	汽车制造业发达、具有产业基础的区域/城市	交通便利、产业基础好、辐射范围广、经济发达区域/城市	具有一定消费能力，具有一定特色区域/城市
核心功能	展示、贸易、研发基地	汽车贸易及后市场流通服务	产业服务、文旅商相结合
服务对象	产业（生产厂家为主）	产业（流通商、经销商）	产业+车主及相关消费人群
业态配置	汽车配件产业	汽车产业链+服务配套	汽车产业+汽车文化+服务配套+综合商业及文旅
项目规模	中、大型	小、中、大型	大型

## （三）中国汽配市场的价值与贡献

与其他业态的专业市场一样，汽配市场是伴随着中国经济高速发展、进入小康社会，汽车进入千万家庭的过程中，“由商而市”形成的。其主要价值和贡献主要体现在：

- 1、店多成市的规模效应，有利于客户集中采购，提升效率；
- 2、比起分散于街道的零散店面，市场化有利于政府管理，推进行业的诚信经营、品质升级；

- 3、促进了当地税源经济，带动产业上下游共同发展；
- 4、培育了大量中小企业、个体户，有利于商户的迅速成长，吸纳大量就业；
- 5、引导汽车消费，拉动汽车文化产业等。

#### （四）生存状态与核心挑战

传统汽配市场整体呈现头部承压、尾部出清、中部转型的格局，具体表现为：

##### 1.生存状态分层

头部市场（占比 15%-20%）：

一些大型汽配批发市场通过数字化改造（如引入智能仓储、线上交易平台）和产业链延伸（增设维修、检测服务）维持竞争力。

中部市场（占比 40%-50%）：

面临价格战与流量流失双重压力，2024 年约 30% 的市场交易额下滑 5%-10%。市场出租率下滑，部分市场以各种方式下调了租金。

尾部市场（占比 30%-40%）：

因地理位置偏远、设施陈旧，特别是在中小城市，由于易损件产品受到电商平台和汽配连锁平台的冲击，80%以上市场出现出租率下降（低于 60%）和商户流失（年均退出 10%-15%），部分市场转向仓储、物流等业态。

2.核心挑战电商冲击：2024 年线上渠道占比达 31.6%，京东汽车、途虎养车等平台通过“线上下单+线下安装”模式，抢占 60% 以上的标准化易损件市场。传统市场的信息不对称优势消失，价格透明度提升导致利润率从 2019 年的 18%-20% 降至 2024 年的 8%-12%。

新能源转型压力：新能源汽车渗透率超 50%，传统燃油车配件需求年均萎缩 10%-15%，而新能源配件（如电池、电控）流通被整车厂与第三方平台垄断。仅 18% 的传统市场商户具备新能源配件销售能力。

成本攀升：一线城市商铺租金压力，叠加合规性和人力成本上升，导致商户运营压力剧增。

政策规范趋严：质量标准、知识产权打假等淘汰商户，2024 年全国约 1.2 万家汽配经销商退出市场。传统市场需投入资金升级消防、环保设施，进一步压缩利润空间。

#### （五）转型路径与未来趋势

### 1.数字化升级：打造“线下实体+线上数字”双主场

头部市场通过 SaaS 系统（如汽配城管理平台）实现库存、交易数字化，同时接入京东汽车、开思等第三方平台拓展线上渠道。例如，广州某汽配城引入智能匹配系统后，配件查询效率提升 40%，线上订单占比从 5%增至 25%。

2.新能源业务渗透：部分市场与新能源新势力车企、电池企业合作，建立新能源汽车综合销售区、配件、维修专区，提供电池检测、回收等服务。

3. 服务链延伸：整合维修、保养、改装等服务，打造区域化“配件销售+汽车服务”生态。例如北京西国贸汽服基地，地处北京西南三环边，园区周边多家 4S、2S 店，园区内近百家维修门店、上百家装饰美容改装门店，配件销售主要覆盖北京城区各修理厂，主攻北京 600 万车主服务。

## （六）传统汽配城实现转型升级的策略建议：

### 1.建立统一的数字化平台：

由汽配城运营方牵头，开发或引入一个统一的 SaaS 平台或小程序。将所有商户的库存数据（SKU、数量、位置）线上化、标准化。维修厂客户可以通过这个平台，一键查询全汽配城的货源、比价、下单，实现“云仓配”。这解决了传统模式“找货靠跑、问价靠喊”的效率痛点，具备了与开思等平台类似的查询效率，但货在眼前，信任度更高。

### 2.推广智慧仓储与物流：

引入统一的 WMS（仓库管理系统）和智能分拣设备。建立一支由汽配城统一管理的“最后三公里”高效配送团队。为城内商户提供低成本、高效率的仓储管理和快速配送服务，帮助他们降本增效，提升对周边维修厂的吸引力。

### 3.业态融合与体验升级：

从“配件集市”到“汽车服务综合体”。主动引入天猫养车、途虎工场店、京东养车等连锁服务品牌，或扶持本地化的优秀维修、钣喷、改装门店。形成“即买即装”的一站式服务生态。车主或维修厂来这里，不仅能买到配件，还能立刻完成安装调试。这极大地提升了客流量和客户粘性，将交易从单纯的 B2B 延伸至 B2B2C 甚至直接 B2C。

### 4.打造主题场景与体验中心：

设立改装文化区、新能源汽车专区、经典车修复中心等。吸引汽车爱好者、

年轻车主等特定人群，从单纯的采购目的地转变为“汽车文化地标”，增加人气和消费场景。打造一个“汽配产业社区”模式：将汽配城升级为一个包含配件交易、技术培训、新品发布、行业交流、生活配套的综合体，成为一个充满活力的产业社区。

#### 5.建立质检与认证体系：

汽配城运营方建立统一的质量标准和认证体系，对城内商户的产品进行抽检和认证，挂牌“XX汽配城优质正品商户”。是对抗线上平台和解决行业“假货、次品”痛点的最有力武器。通过建立公信力，让维修厂和车主“买得放心”，形成品牌溢价。

#### 6.提供供应链金融服务：

与银行或金融机构合作，为城内商户提供基于其库存和流水数据的存货融资、应收账款融资等服务。解决中小商户最大的资金周转难题，增强他们的生存和发展能力，同时也提升了汽配城对优质商户的吸引力。

**表七：汽配市场转型方向**

转型方向	从...到...	核心举措
角色定位	物业房东 → 生态运营者	主动整合资源，为商户赋能，共同服务客户。
商业模式	租金收入 → 服务性收入	通过金融、物流、数据、营销等服务获得增值收益。
竞争壁垒	地理位置 → 数字生态+品质信任	建立统一数字化平台和质量认证体系。
客户体验	混乱低效 → 高效透明一站式	业态融合，实现“找件-购买-安装-售后”闭环。

综上，传统汽配市场正经历结构性洗牌，头部市场通过数字化与新能源布局实现韧性增长，而中小市场需通过差异化转型或联盟合作寻求生存。

但必须指出，传统汽配城非但不会完全消亡，反而有可能通过深刻的自我革命，焕发新的生机。它的未来不在于对抗线上，而在于拥抱线上，并将自己的线下实体优势发挥到极致，成为一个“有温度、有信任、有效率、有乐趣的现代汽车服务业态集群”。作为汽配市场运营方，要实现核心战略转变：从“空间租赁”到“价值共创”。管理层必须首先转变思维，汽配城不是一个物业公司，而是一个汽配产业生态的运营者。这条路充满挑战，但也是其唯一的出路。

## 第三章 汽车售后服务终端

### 一、全国汽车售后服务门店总量与结构

截至 2025 年，中国汽车后市场服务门店呈现总量收缩、结构分化的特征：

#### 1. 维修门店（含快修、综合修理厂）：

全国在业存续的维修相关企业约 38 万家（企查查数据），较 2019 年峰值减少 45%。其中，综合修理厂占比约 35%，快修快保店占比 40%，路边店和夫妻店占比 25%。2020-2024 年，行业新注册企业数量从 4.9 万家逐年滑落至 2.9 万家，5 年间降幅超 40%；2025 年，前 9 个月新增门店数仅 1.3 万家，全年预计新增 1.7 万家，较 2024 年的 2.9 万家下降 41%。新能源汽车维修门店数量快速增长，头部连锁如途虎养车已布局超 7200 家工场店，其中具备新能源维修能力的门店占比超 30%。

#### 2. 装饰美容门店：

全国汽车美容特许经营门店约 8.6 万家（2024 年数据），预计 2025 年突破 9.8 万家。独立门店数量超 10 万家，主要分布在三四线城市，贡献 35% 的市场份额。高端服务集中在一线城市，占全国总量的 33%，下沉市场增速（11.2%）高于一线城市 4 个百分点。

#### 3. 综合修理厂：

全国约 12 万家，以区域性大型修理厂为主，承担复杂维修、事故车钣金等业务。头部企业如华胜豪华车专修在全国 168 个城市布局 270 家门店，80% 的业务集中在 BBA 等豪华品牌。

### 二、全国性维修连锁代表企业及发展状态

#### （一）易捷养车

规模：10056 家门店（2024 年数据），覆盖全国 95% 的县区，蝉联行业第一。

模式：依托中石化加油站网络，构建“自动洗车+洗美小店+标准汽服店+大型钣喷中心”四级服务体系。

转型：2025 年计划建设 1.2 万座自动洗车店、4000 座标准汽服店，重点拓展新能源汽车外观护理业务。

挑战：服务内容单一（80%为洗车），高端维修能力不足。

## （二）途虎养车

规模：7205 家工场店（2025 年 6 月数据），覆盖 320 个地级市、1855 个县级行政区，县域覆盖率 70%。

模式：线上预约+线下安装，轮胎、保养业务占比超 60%，2024 年营收 148 亿元，净利润 6.24 亿元。

转型：新能源业务快速增长，2025 年上半年新能源交易用户 340 万（同比+83.5%），获 10 家电池厂授权，推出动力电池检测服务。

优势：数字化程度行业领先，AI 预检系统使单店效率提升 30%，客户复购率达 45%。

## （三）天猫养车

规模：4268 家门店（2024 年数据），整合阿里生态资源，覆盖全国 200 多个城市。天猫养车是新康众打造的汽车一站式服务连锁品牌，深度整合阿里生态系统、新康众供应链和 F6 科技等资源，提供维修保养、轮胎、洗车美容、贴膜轻改、新能源维保等相关服务。

模式：“平台+供应链”模式，通过 F6 科技系统实现配件精准匹配，2024 年线上订单占比超 50%。

转型：重点拓展新能源维保，与蔚来、小鹏等品牌合作建立授权服务中心，2025 年新能源业务营收占比目标 15%。

## （四）京东养车

规模：2200 家自营门店+4 万家合作门店，覆盖全国 300 多个城市。

模式：“全渠道供应链”模式，与北京现代等车企合作提供原厂配件，2024 年合作门店快修业务占比提升至 35%。

转型：重点拓展下沉市场，通过“县镇合伙人”计划降低加盟门槛，2025 年目标新增门店 1000 家。

## （五）小拇指汽服连锁

规模：截至 2025 年 11 月，其全国门店数量已突破 3200 家，覆盖 289 个城市，形成“中心城市密集布局+县域市场渗透”的网络结构，目标 2028 年突破万家连锁。

模式：三直战略（直销、直供、直管），通过抖音实现线上引流，单月 GMV

峰值达 3000 万元，客户回店率随时间递增（3 个月回店率 38%，1 年达 62%）。

配件直供：自建汽配供应链平台，配件成本较传统渠道降低 15%-20%，轮胎库存周转天数压缩至 45 天（行业平均 90 天）。整合近 60 万家修理厂资源，通过“区域中心仓+前置仓”组合，实现配件“2 小时极速达”覆盖 95% 门店

创新：抖音平台构建“门店 2300+、职人账号 11000+”的超级矩阵，2025 年上半年 GMV 突破 6.1 亿元，线下核销率超 70%。

转型：1000+ 门店完成新能源维修工位改造，可提供电池检测、充电桩维保等服务，2025 年新能源业务营收占比提升至 18%。与宁德时代、比亚迪等厂商合作，建立新能源配件直供通道，核心配件备货率达 98%

## （六）百援精养

规模：截至 2025 年 10 月，百援精养在全国 28 个省、市、自治区布局了 2600 余家加盟门店。

模式：随着新能源转型与技术智能化迭代，百援精养正从“燃油车养护专家”向“全场景汽车服务生态构建者”转型，区域战略也将进一步向新能源高渗透城市与县域市场倾斜。

创新：通过“百少侠”数字化系统实现工单、库存、客户管理全流程线上化，单店平均获客成本下降 40%。

流量赋能：通过抖音“198 元机油保养套餐”等爆款产品，广东区域线上 GMV（商品交易总额）占比超 40%，客户回店率达 62%。

转型：在广州、北京等地设立新能源专修培训基地，2025 年已培训 3000 余名新能源维修技师，重点布局新能源渗透率超 30% 的城市。

## （七）德师傅

规模：截至 2025 年 9 月，德师傅在全国 10 余个省份，海外 12 个国家，布局了 9800 多家合作门店。

模式：随着新能源转型与技术智能化迭代，德师傅正从“新能源汽车全服务运营”向聚焦新能源汽车领域的 AI 智能化全场景科技服务聚合平台构建者发展。

区域战略也将进一步向新能源高渗透城市与县域市场倾斜。

模式创新：德师傅是专注于新能源汽车领域的 AI 聚合平台科技服务公司，以 40 万家线下汽车服务门店为终端，以自主研发生产的智能机器人为赋能产业，

通过 AI 算力算法整合行业重塑，为 4 亿车主提供高品质高性价比的定制化车+生活服务。成为行业首家创新科技改革领航者，智能技术标杆。

流量赋能：通过线上平台战略合作为所在地区客群提供点对点的流量赋能。

技术赋能：百余项专利储备，全产业链自主研发生产新能源智能机器人装备，重点布局新能源智能机器人装备基地投射范围达到全国 70%以上。

### （八）华胜豪华车专修

规模：280 家门店（2024 年数据），覆盖 24 省 168 个城市，专注 BBA 等豪华品牌维修。

模式：“专车专修”策略，配件价格较 4S 店低 30%-50%，维修技术同步 4S 体系，客户满意度达 92%。

转型：2016 年布局新能源业务，获蔚来、小鹏等 18 家品牌授权，新能源门店 186 家，2024 年新能源业务营收占比 18%。

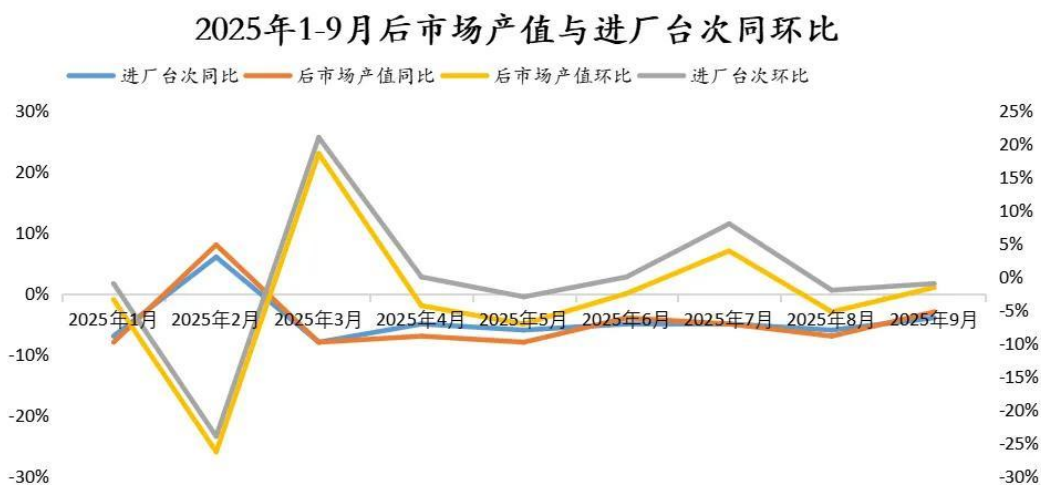
## 三、行业生存状态与核心趋势

### （一）头部扩张与尾部出清并存

头部连锁：易捷、途虎、天猫养车等通过并购整合加速扩张，2024 年 TOP5 连锁市场份额从 2020 年的 12%提升至 28%。

尾部淘汰：2025 年前三季度近 9000 家门店转让或倒闭，主要为技术落后、服务单一的路边店和夫妻店。中小维修厂数量较 2019 年减少 40%，市场集中度 CR10 从 9%提升至 25%。

表八：2025 年 1-9 月汽车售后市场产值与进厂台次



注：数据来源 F6 汽车科技

### （二）新能源转型成竞争焦点

需求爆发：2025 年新能源汽车维保市场规模预计 3000 亿元，其中三电系统维修占比 15%（450 亿元）。

技术壁垒：主机厂通过数据封锁控制售后市场，第三方仅能承接 20% 的三电维修业务。头部连锁如途虎通过技术培训（超 4000 名技师接受新能源培训）和电池厂授权突破壁垒。

模式创新：绿动工坊等新能源专修连锁通过“一区一店”模式快速扩张，2025 年签约加盟店突破 1000 家，聚焦电池检测、回收等细分领域。

### （三）数字化驱动效率提升

全链路提效：途虎 AI 预检系统将故障诊断时间从 30 分钟缩短至 5 分钟，天猫养车智能调度系统使订单处理效率提升 40%。

用户运营：头部连锁通过会员体系（如途虎黑卡用户复购率 60%）和精准营销（天猫养车用户画像匹配）提升粘性。

供应链优化：京东养车通过“中心仓+前置仓”网络实现 30% 订单当日达，物流成本降低 15%。

表九：汽车售后市场门店数字化触点机会



注：资料来源罗兰贝格

### （四）政策与环保倒逼转型

技术标准升级：2025 年实施的 VOCs 排放标准提升 70%，推动钣喷中心集约化发展，头部企业改造完成率（58%）远高于独立维修厂（12%）。

合规成本增加：中小维修厂因环保设备投入不足加速退出，2024 年行业合

规成本同比增加 22%，头部企业通过规模化摊薄成本。

### （五）下沉市场成新战场

市场潜力：三四线城市汽车保有量增速（18%）高于一线城市，县域维修需求占比从 2020 年的 30% 提升至 2025 年的 45%。

竞争策略：途虎通过“县域旗舰店+快修驿站”模式降低运营成本，天猫养车推出“县域特惠套餐”（保养价格较城市低 20%）抢占市场。

挑战：下沉市场消费者价格敏感度高，头部连锁需平衡成本与利润，2024 年县域门店平均毛利率（18%）低于城市（25%）。

## 四、未来 3-5 年关键趋势

1. 连锁化率持续提升：预计 2030 年全国性连锁市场份额突破 40%，区域性连锁通过联盟整合（如京津冀汽配城联盟）占据细分市场。

2. 新能源售后专业化：三电维修将形成“主机厂授权+第三方专修”双轨格局，头部连锁新能源业务营收占比目标 30% 以上。

3. 数字化深度渗透：AI 预测性维护、区块链配件溯源等技术普及，2030 年行业数字化投入占营收比例将超 8%。

4. 服务生态化延伸：头部连锁通过“配件销售+维修保养+保险理赔”全链条服务提升客单价，如途虎联合保险公司推出“维修延保”产品，客单价提升 25%。

总结：中国汽车后市场正经历存量整合与增量重构的双重变革，头部连锁凭借品牌、技术和供应链优势主导市场，新能源与数字化成为破局关键。中小门店需通过差异化定位（如高端改装、新能源专修、某特定总成专修）或加入区域联盟寻求生存，行业集中度提升与服务专业化将是长期趋势。

## 第四章 汽车零部件再制造

中国汽车再制造行业正站在政策驱动、技术突破与市场需求爆发的三重风口，随着汽车保有量突破 3.6 亿辆（2025 年 9 月数据）和报废量快速攀升，这一赛道已进入规模化发展的关键阶段。

### 一、再制造的市场潜力

#### 1. 报废量激增奠定资源基础

2025 年中国报废汽车量预计达 500 万辆，同比增长 15%，其中乘用车占比 70%、商用车占比 30%。按单车可再制造零部件价值约 3000 元计算，仅 2025 年潜在市场规模就达 150 亿元。若考虑发动机、变速箱等核心部件再制造溢价（成本仅为新品的 50%，售价可达新品的 70%），实际市场空间将翻倍。

#### 2. 新能源汽车催生新增量

动力电池再制造成为新增长极：2025 年动力电池退役量预计超 120 万吨，梯次利用与再生市场规模突破 300 亿元，宁德时代、比亚迪等头部企业已占据 63% 的市场份额。三电系统（电机、电控、电池）再制造技术逐步成熟，特斯拉 Model 3 电机再制造后性能恢复率达 95%，成本降低 40%。

#### 3. 全生命周期价值释放

再制造产品较新品可节能 60%、节材 70%、减排 80%，符合“双碳”目标要求。以商用车发动机为例，再制造产品全生命周期可减少碳排放 2.1 吨/台，按 2025 年商用车再制造渗透率 20% 计算，年减排量超 200 万吨。

### 二、产业发展的核心驱动力

#### 1. 政策体系全面升级

顶层设计：《循环经济发展战略及近期行动计划》明确到 2030 年资源循环利用产业规模达 2 万亿元，再制造是核心抓手。

法规突破：《报废机动车回收利用管理办法》取消“五大总成”强制回炉限制，允许再制造后销售，直接激活千亿级存量市场。

财政支持：中央财政设立循环经济专项资金，对再制造技术研发、旧件回收体系建设给予最高 30% 的补贴。

#### 2. 技术创新打破瓶颈

**智能检测：**AI 视觉检测系统可识别零部件微裂纹（精度达 0.01mm），缺陷检出率提升至 99.8%。

**增材制造：**激光熔覆技术修复发动机缸体，材料利用率从 30%提升至 90%，修复成本降低 50%。

**数字化管理：**区块链溯源系统实现旧件全生命周期追踪，再制造产品质量纠纷率下降 70%。

### 3. 经济性优势凸显

**成本对比：**再制造发动机成本约为新品的 50%，但使用寿命可达新品的 80% 以上。以重卡发动机为例，再制造产品售价约 4.2 万元（新品 7 万元），可为用户节省 2.8 万元/台。

**经济性临界点：**当新车价格与再制造产品价格比超过 2.5:1 时，用户采购意愿显著提升。目前商用车领域该比值为 3.2:1，乘用车为 2.8:1，已进入市场化推广窗口期。

### 三、产业链重构：从分散到集中的生态重塑

#### 1. 上游：旧件回收网络优化

**专业化回收：**格林美、华宏科技等企业通过“互联网+回收”模式，建立覆盖全国的逆向物流网络，旧件回收率从 2020 年的 45%提升至 2025 年的 70%。

**政策协同：**商务部推动建立“回收网点—拆解中心—再制造基地”三级体系，2025 年预计建成 50 个国家级再制造产业示范基地，区域旧件回收半径缩短至 150 公里。

#### 2. 中游：制造环节智能化升级

**龙头企业主导：**潍柴动力再制造基地采用全自动化生产线，生产效率较传统模式提升 3 倍；徐工集团起重机再制造毛利率达 35%，高于新品 20 个百分点。

**技术外溢效应：**军工技术向民用领域转化，如航空发动机热障涂层技术应用于汽车涡轮增压器再制造，耐高温性能提升 200℃。

#### 3. 下游：市场渠道多元化拓展

**B 端突破：**主机厂通过“原厂再制造”品牌（如大众 Reman、卡特彼勒 Reman）抢占售后市场。近日，邦邦汽服与优湃能源联手打造汽车零部件绿色循环中心，汇聚人保财险、人保金服、广汽集团等多方力量的产业联动，形成汽车后市场“制

造+保险+循环”生态融合。

C端渗透：京东汽车、途虎养车等平台开设再制造专区，消费者认知度从2020年的18%提升至2025年的45%，复购率达30%。

## 四、竞争格局的变化

### 1. 传统制造巨头主导

据北京博研智尚信息咨询发布的《2025年中国再制造发动机行业市场前景预测及投资价值评估分析报告》，2024年商用车发动机再制造市场规模达421.2亿元，占整体再制造发动机市场54%。其中：潍柴动力再制造发动机销量28.6万台，市场占有率34.2%，营收约98亿元；玉柴机器再制造发动机销量19.3万台，市场占有率25.5%，营收约68.4亿元。潍柴动力、玉柴机器在重型柴油机再制造领域的销量占比接近60%。

### 2. 跨界玩家加速布局

电池企业：宁德时代通过“定向回收+梯次利用”模式，构建动力电池闭环生态，2025年再制造业务营收预计超80亿元。

科技公司：华为推出“智能再制造解决方案”，利用AI算法优化生产排程，使设备利用率提升25%，已与10余家再制造企业达成合作。

### 3. 区域集群效应显现

珠三角：以原广州陈田汽配拆车件集散地为主，现主要迁至花都、白云区，约有2000多家拆车件商户。仅在花都区凯都汽配城市场内及周边，就有1500家经营拆车件商户，形成了规模效应。

长三角：以上海临港再制造产业示范基地为核心，集聚了上汽、宁德时代等企业，形成“研发—制造—检测”全链条，2025年产值预计达400亿元。

京津冀：河间市依托京津冀国家再制造产业示范基地，专注汽车零部件再制造，年处理报废汽车超30万辆，产品出口至东南亚、中东等地。

## 五、面临的风险挑战

### 1. 技术瓶颈待突破

新能源核心部件：动力电池极片再生技术尚未完全成熟，金属回收率（锂85%、钴90%）仍低于国际先进水平（锂95%、钴98%）。

高端设备依赖进口：超高速火焰喷涂设备（单价超1000万元）、五轴联动

加工中心等核心装备 70%依赖进口，制约产业降本。

## 2. 市场接受度待提升

消费认知偏差：约三分之一的消费者认为再制造产品“质量不可靠”，担心“售后无保障”。

价格竞争无序：部分中小企业为抢占市场，将再制造产品价格压至新品的 40%以下，导致行业利润率从 2019 年的 18%降至 2025 年的 12%。

## 3. 政策执行落地难

标准体系不完善：再制造产品认证仅覆盖 48 类，新能源三电系统、智能网联零部件等缺乏统一标准。

监管成本高：旧件来源复杂（40%来自非正规渠道），部分企业通过翻新冒充再制造产品，导致市场信任度受损。

# 六、未来的趋势分析

## 1. 技术路径智能化

数字孪生应用：建立零部件虚拟模型，模拟再制造过程，使工艺优化周期从 3 个月缩短至 1 周。

AI 预测性维护：通过传感器实时监测再制造产品运行数据，提前预警故障，使售后成本降低 40%。

## 2. 商业模式服务化

按效付费模式：卡特彼勒推出“发动机性能保障合约”，用户按实际运行小时付费，再制造业务毛利率提升至 40%。

共享租赁模式：宁德时代联合蔚来汽车推出“电池银行”，用户可租赁再制造电池，降低购车成本 1.5 万元/辆。

## 3. 产业生态全球化

出口市场拓展：中国再制造产品凭借性价比优势（价格较欧美低 30%-50%），已出口至 120 余个国家，2025 年出口额预计超 50 亿美元。

国际标准话语权提升：中国主导制定的《再制造产品碳足迹核算通则》国际标准（ISO/TS 17224）已正式发布，为产品进入欧盟碳关税（CBAM）市场扫清障碍。

## 第五章 助力汽车零部件产业高质量发展的主要政策

2024 年至今，中国政府各部委围绕汽车零部件产业的高质量发展、技术创新、绿色转型及市场规范化，出台了一系列扶持政策，涵盖研发支持、产业链协同、市场准入优化、税收优惠等多个维度。以下是主要政策及核心内容：

### 一、技术创新与产业升级政策

#### 1. 智能网联汽车技术突破

工信部、市场监管总局于 2025 年 2 月联合发布《关于进一步加强智能网联汽车产品准入、召回及软件在线升级管理的通知》，要求企业加强组合驾驶辅助系统、OTA 升级等核心技术的测试验证，明确技术参数备案要求，并推动构建智能网联汽车质量认证体系。政策鼓励企业通过沙盒监管机制探索新技术应用，支持激光雷达、车载芯片等关键零部件的研发与产业化。

#### 2. 新能源汽车核心零部件支持

发改委《产业结构调整指导目录（2024 年本）》将新能源汽车电池、电机、电控系统等关键零部件列为鼓励类项目，明确技术创新方向。

#### 3. 传统零部件技术升级

《制造业可靠性提升实施意见》是工业和信息化部、教育部、科技部、财政部、国家市场监督管理总局五部门于 2023 年 6 月联合印发的重要政策文件（文号：工信部联科〔2023〕77 号），旨在通过系统性措施提升我国制造业产品可靠性水平，推动产业向中高端迈进，意见提出实施基础产品可靠性“筑基”工程，强化汽车核心零部件的质量稳定性，推动企业采用数字化、自动化生产工艺，提高产品寿命与一致性。聚焦核心基础零部件和元器件，促进产业链、创新链、价值链融合，借鉴可靠性先进经验，着力突破重点行业可靠性短板弱项，推动大中小企业“链式”发展政策要求淘汰可靠性不达标产品，倒逼行业提质升级。2025 年目标：建立可靠性标准体系，建设 3 个以上共性技术研发平台，形成 100 个以上典型示范案例，推动 1000 家企业实施可靠性提升。

### 二、产业链协同与绿色发展政策

#### 1. 报废机动车回收与再制造

商务部等七部门于 2024 年 9 月发布《关于加强报废机动车回收监督管理工

作的通知》，鼓励汽车生产企业参与回收拆解，支持再制造企业利用报废车辆“五大总成”（发动机、变速器等）进行修复升级。政策要求建立再制造产品全生命周期追溯体系，并对非法回收拆解行为开展专项整治。

《汽车零部件再制造规范管理暂行办法》进一步规范再制造流程，要求再制造产品质量不低于原型新品，并通过标识管理和质量保险制度保障消费者权益。2024年再制造件市场规模达1800亿元，同比增长14.3%。

## 2. 绿色制造与循环经济

财政部、税务总局等部门延续并优化资源综合利用税收优惠政策，对符合条件的再制造企业给予增值税即征即退、所得税减免等支持。例如，再制造发动机的增值税退税比例可达70%，显著降低企业成本。

## 3. 产业链供应链安全

工信部《货车类道路机动车辆产品上装委托加装管理实施细则》自2025年7月起施行，允许货车生产企业委托第三方完成上装加装，优化供应链协同效率，降低整车企业的生产组织成本。

## 三、市场准入与流通体系政策

### 1. 智能网联汽车准入放宽

工信部简化智能网联汽车产品准入流程，对搭载组合驾驶辅助系统的车型实施分类管理，允许企业通过沙盒监管机制测试新技术，缩短研发到量产周期。政策还要求企业公开维修技术信息，降低独立维修企业的技术获取门槛。

### 2. 售后市场流通规范化

《关于加强报废机动车回收监督管理工作的通知》，该文件由商务部、发展改革委、工业和信息化部、公安部、生态环境部、交通运输部、市场监管总局等七部门于2024年10月16日联合发布。要求通过区块链、RFID等技术实现配件来源可查、去向可追，打击假冒伪劣产品。政策明确要求通过信息化手段建立报废机动车回收拆解全链条追溯体系，覆盖从车辆回收、拆解、零部件再利用到最终流向的全流程。其中，区块链、RFID（射频识别）技术被列为核心技术手段，用于实现配件来源可查、去向可追，从源头打击非法拆解和假冒伪劣配件流通。例如，报废车辆“五大总成”（发动机、变速器等）的拆解、清洗、检测等环节数据需上链存储，消费者或监管部门可通过扫码查询配件全生命周期信息。

同时，商务部等部门正推动中国追溯标准与 ISO/TS 国际标准对接，为配件出口创造便利条件。

### 3. 行业规范与监管措施

**资质管理：**政策要求严格报废机动车回收企业资质认定，淘汰不符合环保、安全标准的企业，并建立“黑名单”制度。截至 2025 年，全国已关停非法拆解企业超 200 家，推动行业集中度提升至 65%。

**专项整治：**2024 年 10 月至 12 月，七部门联合开展为期 3 个月的打击非法回收拆解专项行动，重点查处倒卖报废车辆、拼装车等行为。行动期间，全国共查处案件 1200 余起，涉案金额超 5 亿元。

### 4. 国家标准支撑

2022 年实施的 GB/T 41158-2021《汽车后市场配件流通信息管理要求》（由商务部归口）明确要求配件分类、编码规则及追溯体系建设，规定 113 种常用配件需通过追溯二维码实现信息可查。2024 年 10 月 26 日实施的 GB/T 44728-2024《报废机动车回用件溯源管理技术规范》进一步细化报废零部件的编码、标识及平台建设要求，与七部门政策形成技术衔接。

### 5. 反垄断与公平竞争

交通运输部等部门要求车企开放维修技术信息，禁止通过软件锁定、专有工具垄断售后资源。

## 四、财政与金融支持政策

### 1. 税收优惠与补贴

研发费用加计扣除政策力度加大，2024 年汽车零部件企业平均研发投入占比提升至 3.5%，很多企业通过该政策获得巨额资金支持。

财政部等八部门 2025 年 1 月发布《关于做好 2025 年汽车以旧换新工作的通知》，对报废旧车并购买新能源汽车的消费者给予最高 2 万元补贴，推动新能源汽车零部件需求增长。

### 2. 设备更新与融资支持

工信部、财政部通过超长期特别国债资金支持零部件企业设备更新，对符合条件的贷款给予贴息（中央财政贴息 1.5 个百分点+地方财政贴息 1 个百分点），并提供担保费用补贴。

地方省市也纷纷出台相关政策，例如江苏省对新能源公交车动力电池更换给予每辆车 4.2 万元补贴，直接拉动电池维修与替换需求。

### 3. 关税调整降低进口成本

《2025 年关税调整方案》对动力电池原材料（如锂辉石）、燃料电池零部件、冲压模具等 72 种商品实施较低暂定税率，例如锂辉石进口关税降至 0，显著降低企业采购成本。

## 五、未来趋势与政策展望

### 1. 技术创新聚焦

政策将持续支持新能源三电系统、智能网联传感器、轻量化材料等核心领域的技术突破，目标到 2027 年核心零部件国产化率提升至 70%。

### 2. 再制造产业扩容

随着报废汽车回收量增加，政策将进一步扩大再制造产品应用范围，探索新能源电池梯次利用模式。

### 3. 国际合作深化

商务部等九部门鼓励企业在海外设立研发中心，参与国际标准制定，并通过自贸区试点开展境外旧件再制造业务。

2024 年至今的政策以“技术创新、绿色转型、市场规范”为主线，通过税收优惠、研发补贴、产业链协同等组合拳，推动汽车零部件产业向高端化、智能化、绿色化发展。

未来，政策将继续强化核心技术攻关、完善回收再制造体系，并通过开放市场、深化国际合作提升产业全球竞争力。企业需密切关注政策动态，把握新能源与智能网联技术红利，同时在合规经营、质量管控等方面持续发力。

## 第六章 汽配出口数据及分析

### 一、中国汽车零配件出口的整体情况

#### （一）行业发展背景与全球定位

中国作为全球最大的汽车生产国和消费市场，依托完整的产业链体系与持续升级的制造能力，已建立起覆盖动力总成、底盘系统、电子电气等全品类的汽车零配件供应网络。在“双循环”战略驱动下，中国汽车零配件出口规模持续扩张，占全球贸易量的重要份额，稳居全球第一大出口国地位。这一增长与新能源汽车渗透率提升、智能驾驶技术突破密切相关，推动三电系统（电池、电机、电控）及传感器等高附加值产品出口占比持续提升。

#### （二）出口规模与全球市场布局

从出口规模看，中国汽车零配件出口呈现稳健增长态势。2024年出口额达934.3亿美元，与同期汽车整车出口额（1173.5亿美元）及家电出口额（1001.0亿美元）形成“三足鼎立”格局。

从出口市场看，中国汽车零配件出口形成“成熟市场深耕+新兴市场突破”的双轨格局。美国仍是第一大出口目的国，2024年对美出口占比超20%，日本、墨西哥、德国分列第二至第四位。值得注意的是，新兴市场增长强劲：对俄罗斯出口增量达5.9亿美元，墨西哥和东南亚等国家亦是增长迅猛的新兴市场。

#### （三）产业竞争力与供应链优势

中国汽车零配件产业的竞争力源于三大核心优势：其一，长三角、珠三角等六大产业集群形成规模效应，模具开发周期较国际同行缩短40%，大规模定制能力突出；其二，供应链韧性显著增强，海外仓网络覆盖52个国家，关键零部件国产化率超90%，平均交付时效缩短至7天；其三，企业加速全球化布局，头部企业已在墨西哥投资建厂，以规避贸易壁垒并贴近北美市场。

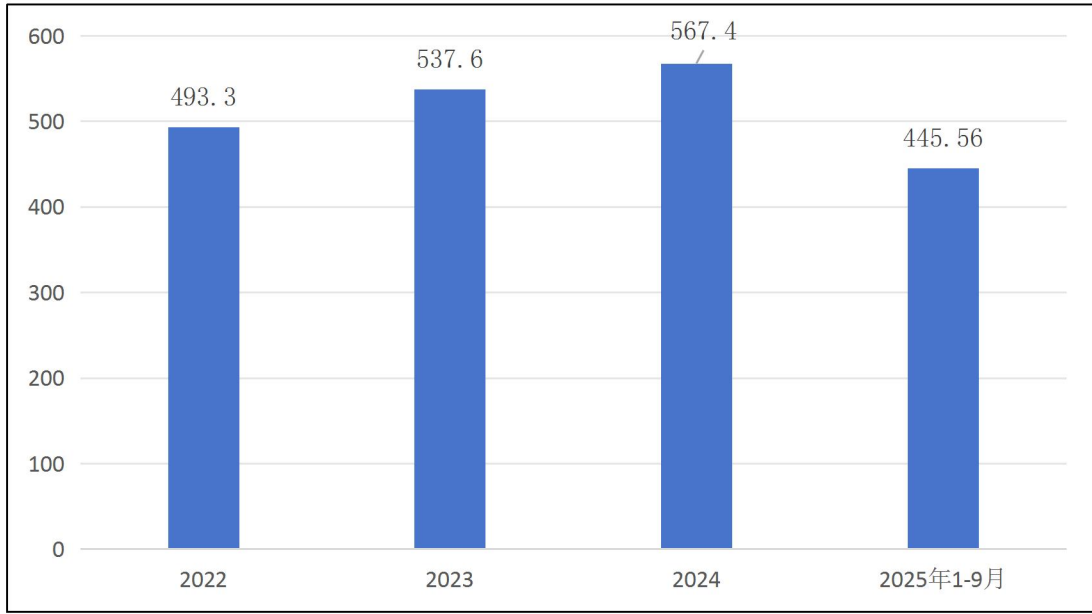
在全面梳理中国汽车零配件出口的全球定位、市场规模与竞争格局后，行业发展的深层脉络已清晰浮现，其中暗含出口结构的动态变迁与全球市场的结构性调整。为深入解析这一进程，需将视角转向更具颗粒度的数据维度。本白皮书的第二部分，就将深入分析汽车零配件（HS：8708）各主要类别的出口情况。

## 二、2022年至2025年9月中国汽车零配件出口统计情况

### (一) 汽车零配件总体 (HS: 8708) 出口统计情况

#### 1. 近三年贸易总额变化

2022年至2024年,中国汽车零配件出口总额呈上升趋势,从2022年的493.3亿美元,上升至2024年的567.4亿美元。具体参见下图:

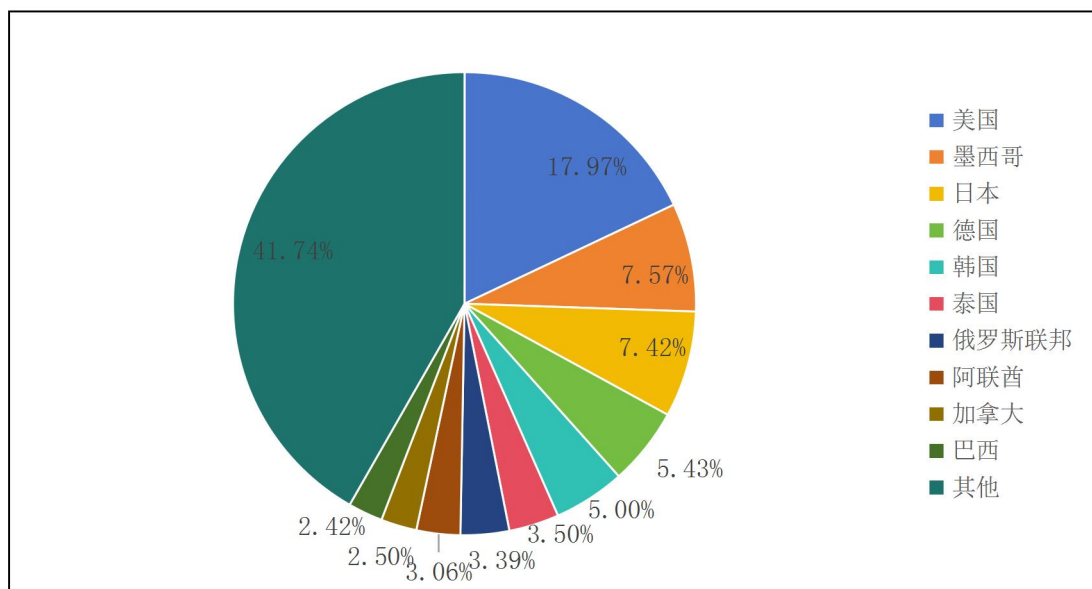


2022年至2025年9月中国汽车零配件出口情况 (单位: 亿美元)

图源: 特易E平台; 制图: 特易资讯

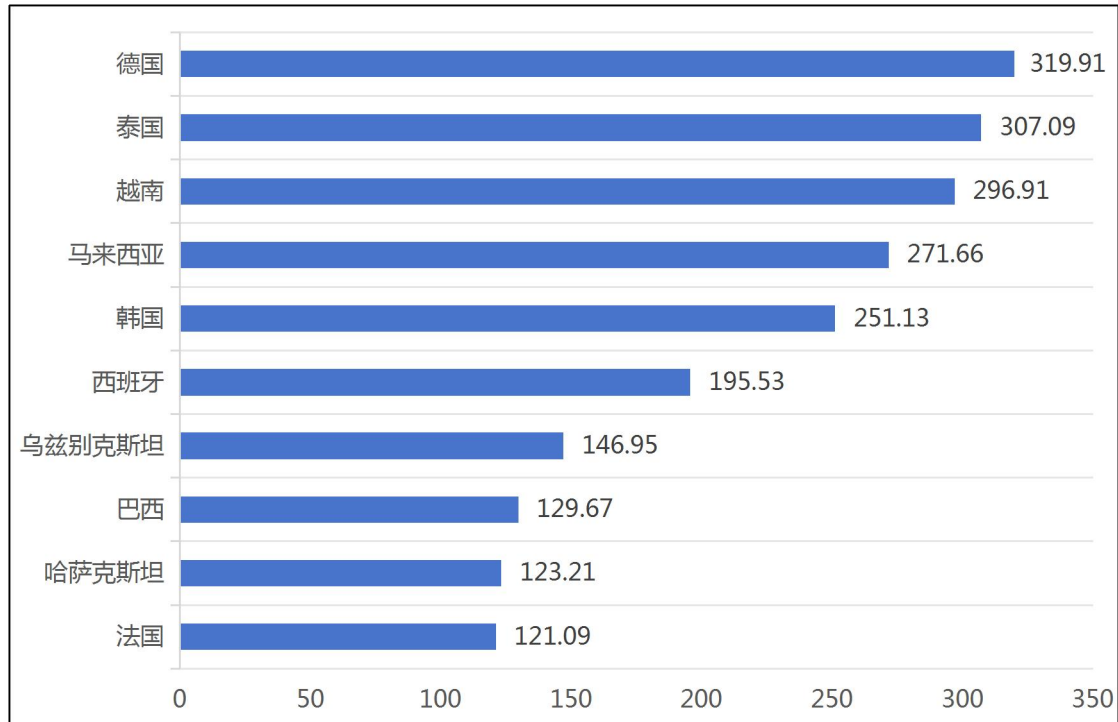
#### 2. 2025年1-9月出口目的地分析

2025年1-9月,中国汽车零配件主要出口至美国、墨西哥、日本等地区,三地区合计占出口总量的32.3%;出口增量比较大的是泰国、马来西亚等国家。具体参见下图:



2025年1-9月中国汽车零配件出口目的区域占比 ↑

图源：特易E平台；制图：特易资讯



2025年1-9月中国汽车零配件出口区域同比增量前十 (单位：百万美元)

图源：特易E平台；制图：特易资讯

## (二) 汽车零部件各大类别出口统计情况

根据海关统计口径，汽车零部件（HS：8708）项下包含15个六位HS编码。

六位HS编码对应产品描述及2025年1-9月出口统计情况列示如下：

HS 编码	产品描述	2025年1-9月出口金额 (亿美元)
870810	保险杠	7.05
870821	安全带	1.42
870822	车窗各类零件	6.69
870829	车身各类零件	75.16
870830	制动系统及其零件	61.2
870840	变速系统及其零件	30.72
870850	驱动系统及其零件	16.48
870870	车轮系统及其零件	53.56
870880	悬挂系统及其零件	41.07
870891	散热系统及其零件	18.78
870892	消音系统及其零件	9.46
870893	离合系统及其零件	9.38
870894	转向系统及其零件	28.15
870895	安全系统及其零件	7.32
870899	其他汽配零件	76.13

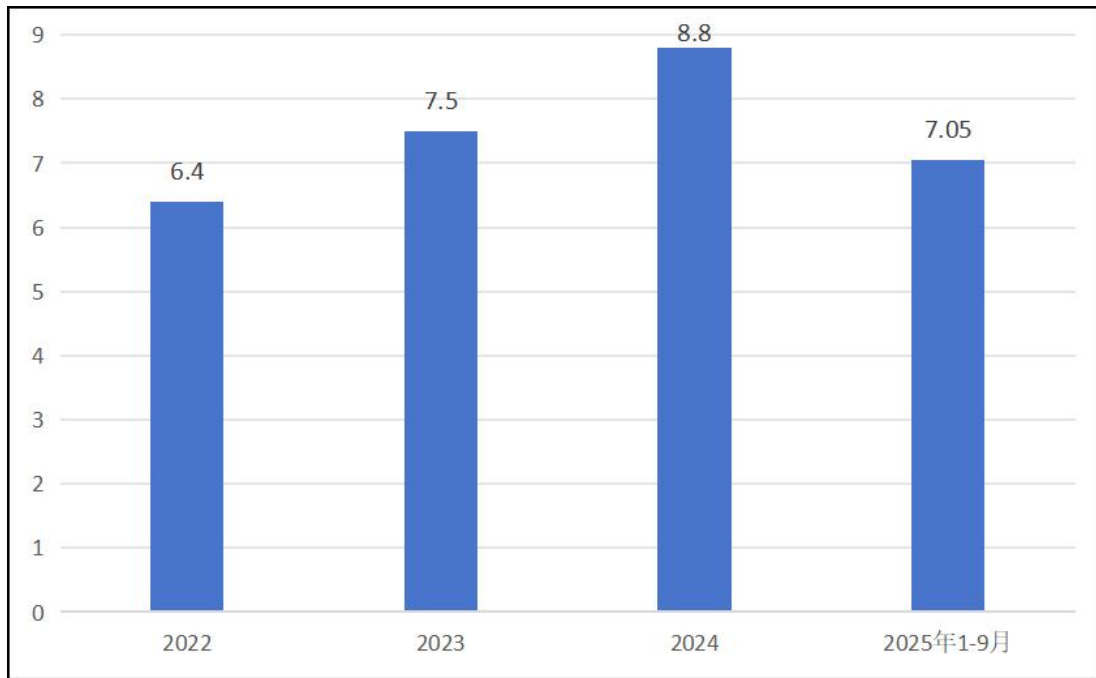
本白皮书接下来的内容，将分析各大类别近三年的出口统计情况，找到值得

出口企业关注的目标市场。

### 1. 2022年至2025年9月中国保险杠(HS: 870810)出口统计情况

#### (1) 近三年贸易总额变化

2022年至2024年,中国保险杠出口总额呈上升趋势,从2022年的6.4亿美元,上升至2024年的8.8亿美元。具体参见下图:

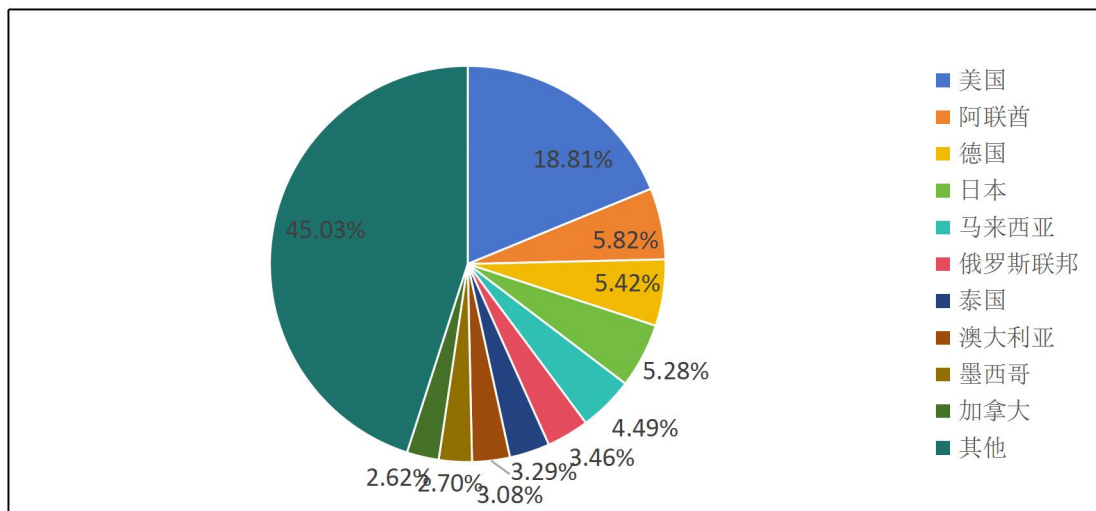


2022年至2025年9月中国保险杠出口情况(单位:亿美元)

图源:特易E平台;制图:特易资讯

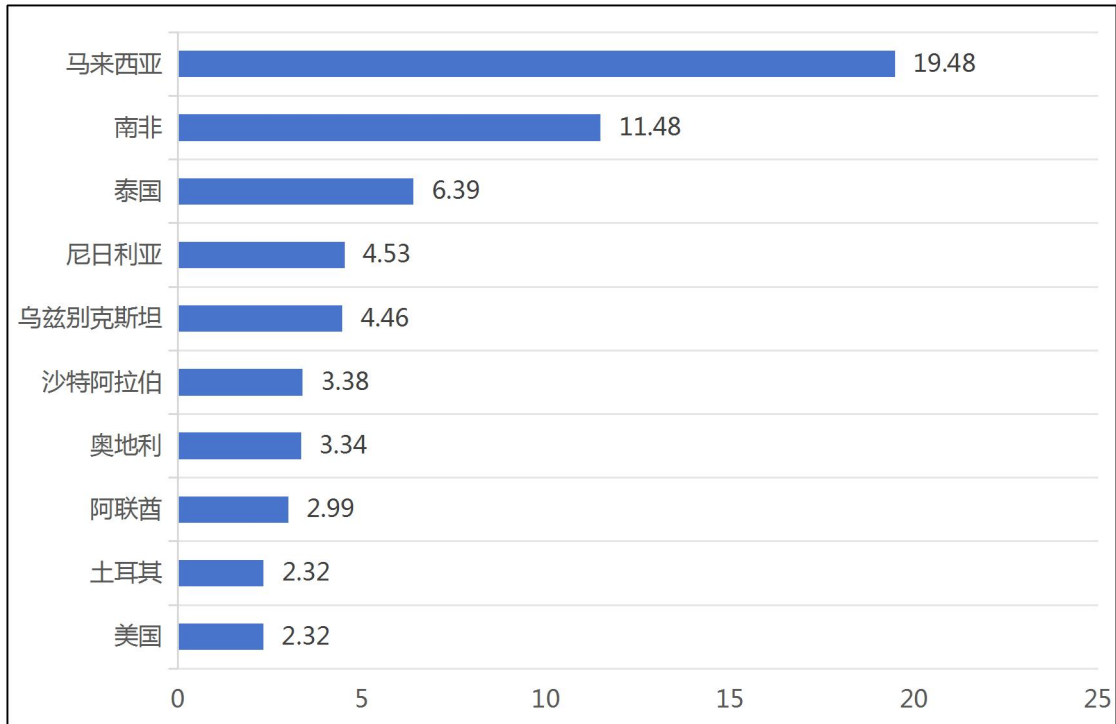
#### (2) 2025年1-9月出口目的地分析

2025年1-9月,中国保险杠主要出口至美国、阿联酋、德国等地区,三地区合计占出口总量的30.05%;出口增量比较大的是马来西亚、南非等国家。具体参见下图:



2025年1-9月中国保险杠出口目的区域占比

图源：特易E平台；制图：特易资讯



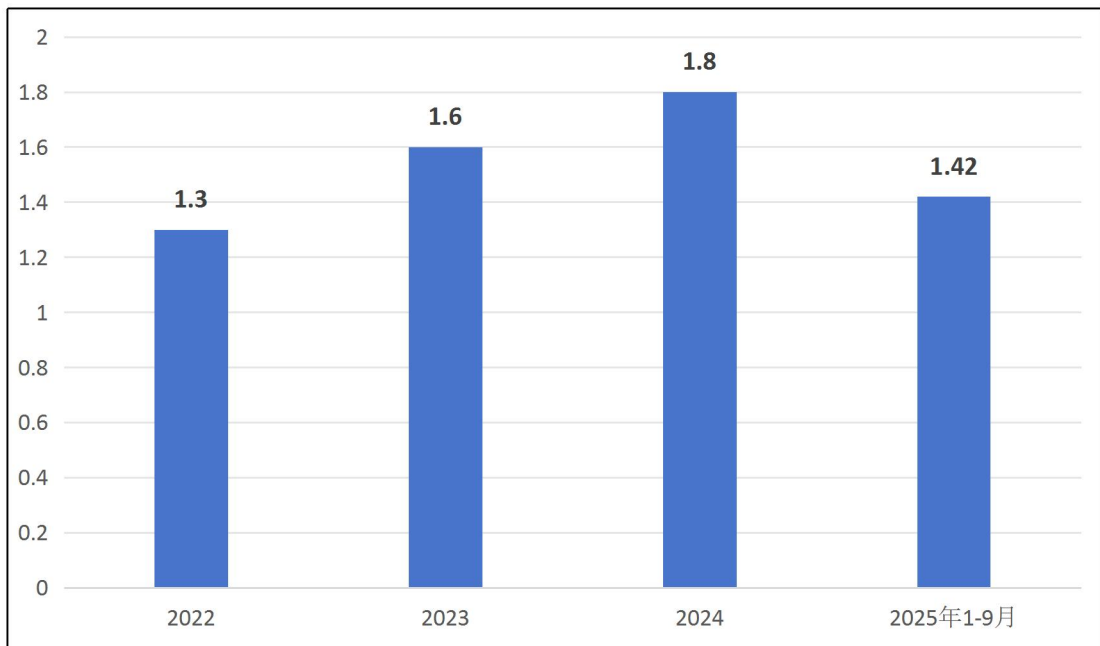
2025年1-9月中国保险杠出口区域同比增量前十 (单位：百万美元)

图源：特易E平台；制图：特易资讯

## 2. 2022年至2025年9月中国安全带(HS: 870821)出口统计情况

### (1) 近三年贸易总额变化

2022年至2025年9月，中国安全带出口总额呈上升趋势，从2022年的1.3亿美元，上升至2024年的1.8亿美元。具体参见下图：

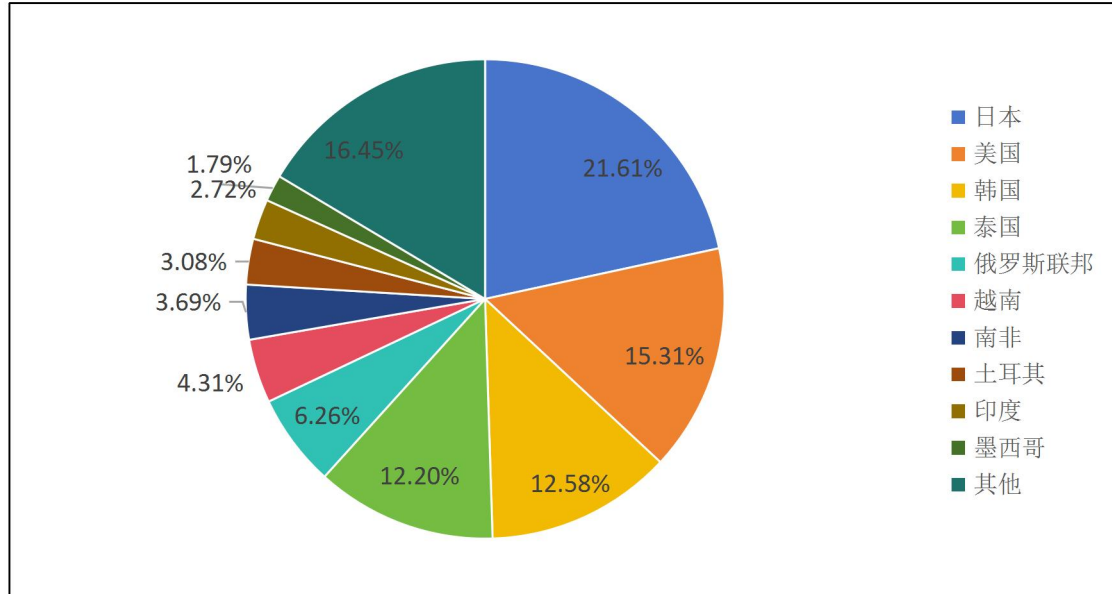


2022年至2025年9月中国安全带出口情况 (单位：亿美元)

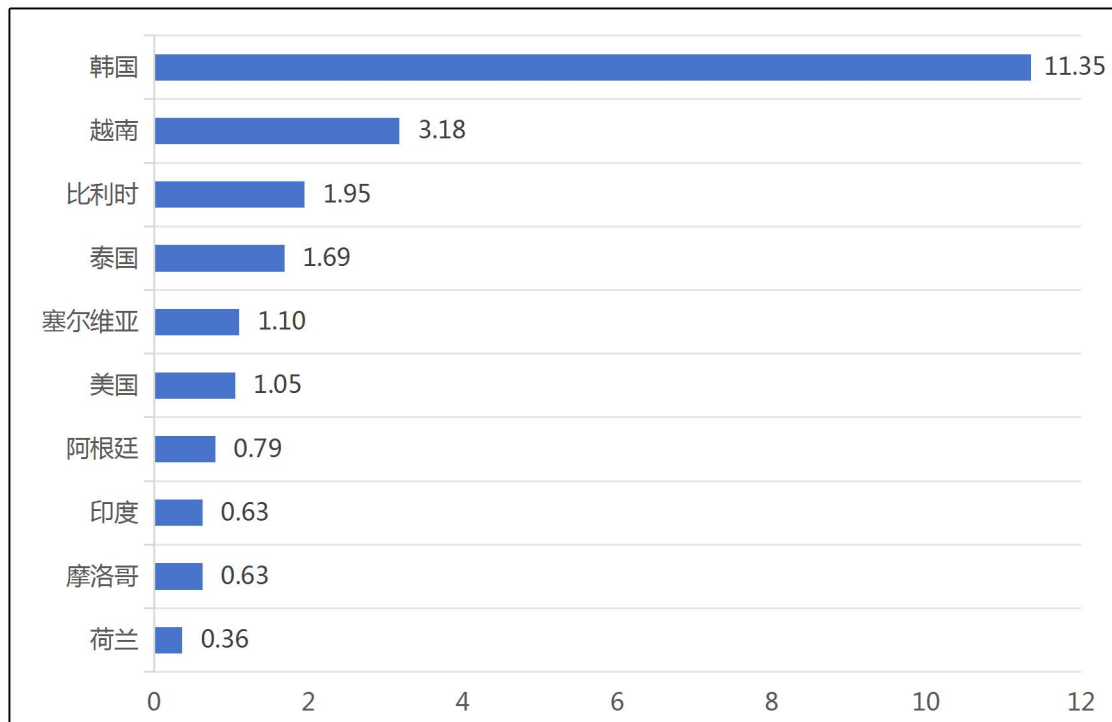
图源：特易E平台；制图：特易资讯

### (2) 2025 年 1-9 月出口目的地分析

2025 年 1-9 月，中国安全带主要出口至日本、美国、韩国等地区，三地区合计占出口总量的 49.5%；出口增量比较大的的是韩国等国家。具体参见下图：



2025 年 1-9 月中国安全带出口目的区域占比 ↑  
 图源：特易 E 平台；制图：特易资讯

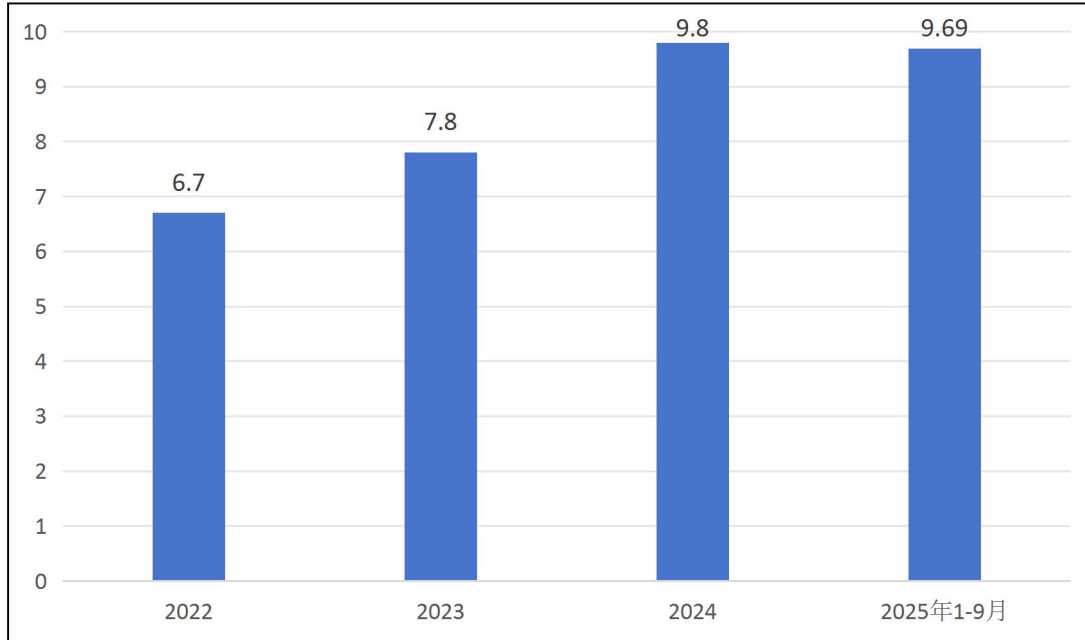


2025 年 1-9 月中国安全带出口区域同比增量前十 (单位：百万美元)  
 图源：特易 E 平台；制图：特易资讯

### 3. 2022 年至 2025 年 9 月中国车窗各类零件 (HS: 870822) 出口统计情况

### (1) 近三年贸易总额变化

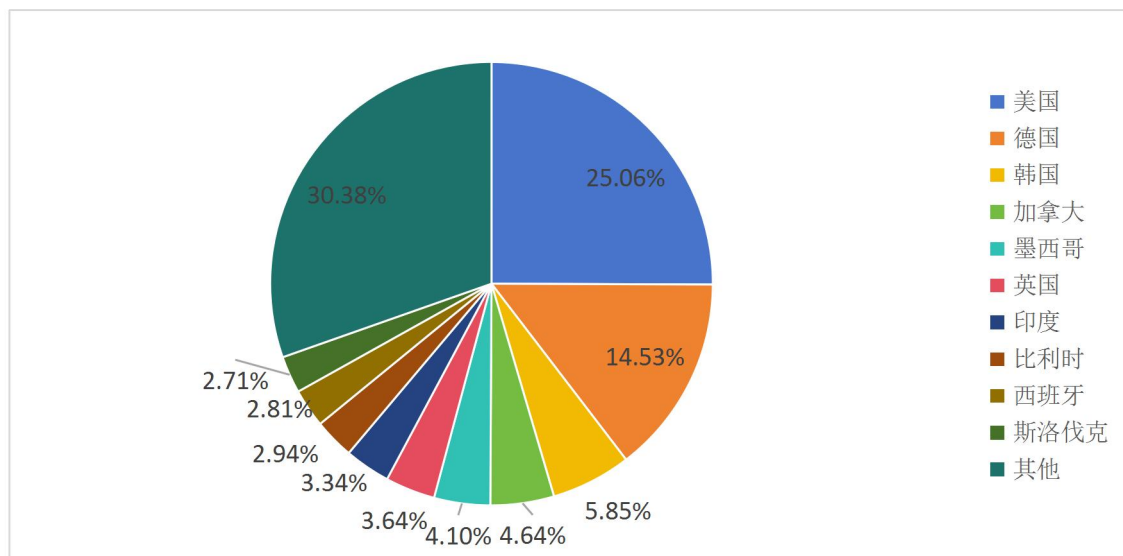
2022年至2025年9月，中国车窗各类零件出口总额呈上升趋势，从2022年的6.7亿美元，上升至2024年的9.8亿美元。具体参见下图：



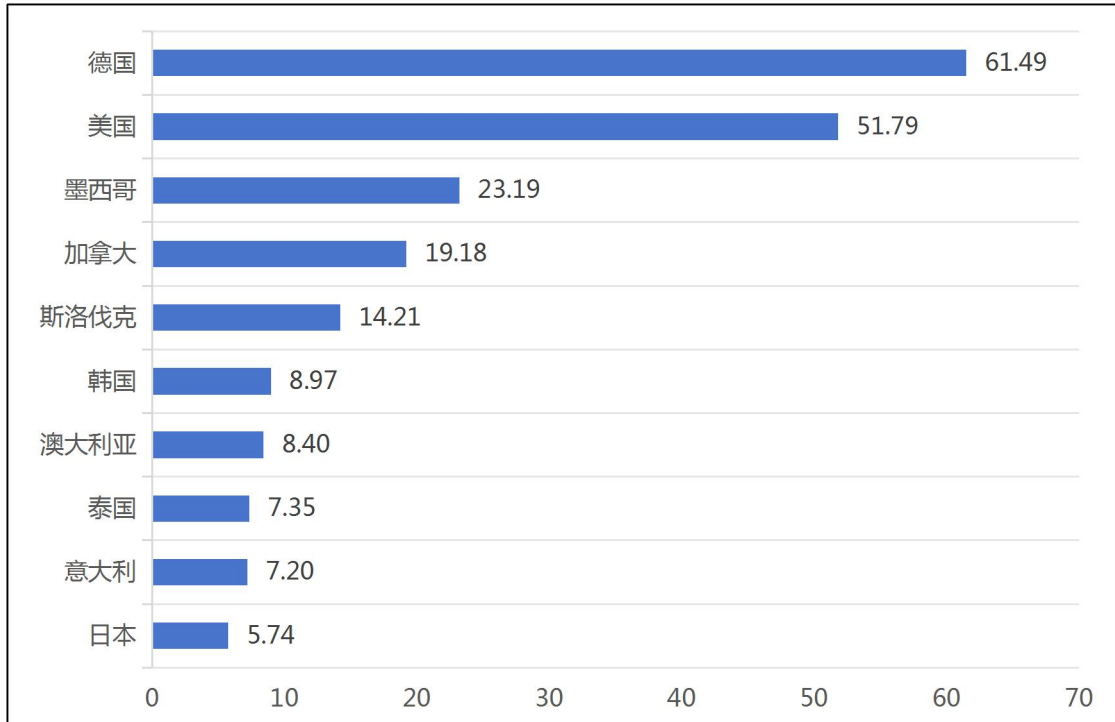
2022年至2025年9月中国车窗各类零件出口情况 (单位：亿美元)  
 图源：特易E平台；制图：特易资讯

### (2) 2025年1-9月出口目的地分析

2025年1-9月，中国车窗各类零件主要出口至美国、德国、韩国等地区，三地区合计占出口总量的45.44%；出口增量比较大的是德国、美国等国家。具体参见下图：



2025年1-9月中国车窗各类零件出口目的区域占比  
 图源：特易E平台；制图：特易资讯



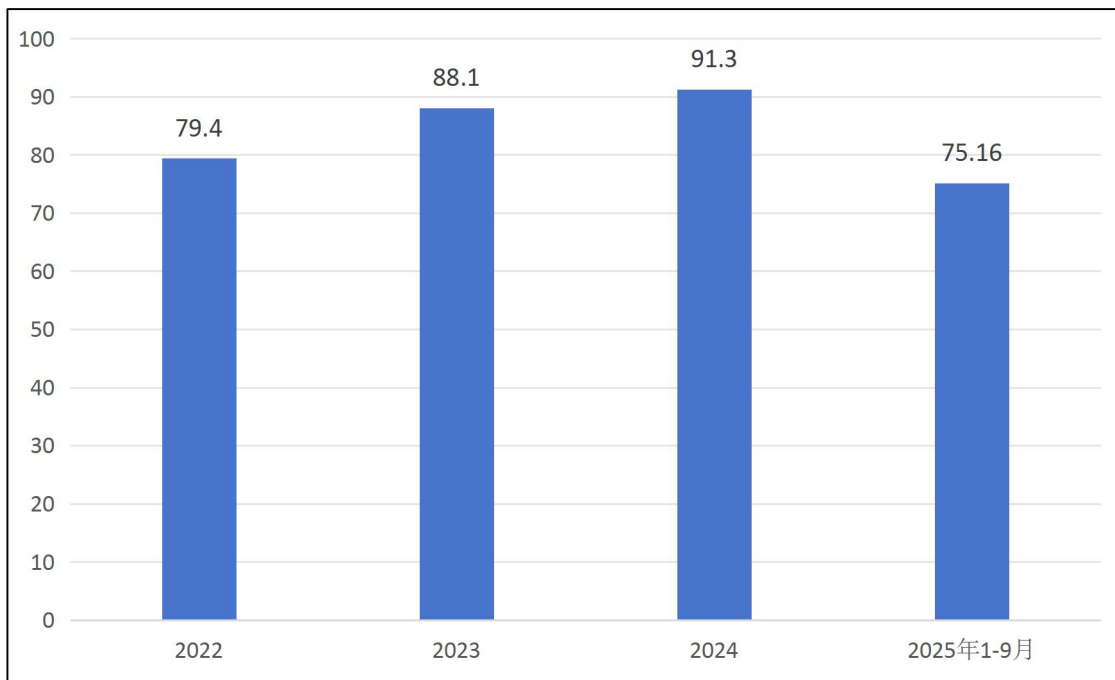
2025年1-9月中国车窗各类零件出口区域同比增量前十 (单位: 百万美元)

图源: 特易E平台; 制图: 特易资讯

#### 4. 2022年至2025年9月中国车身各类零件(HS: 870829)出口统计情况

##### (1) 近三年贸易总额变化

2022年至2025年9月, 中国车身各类零件出口总额呈上升趋势, 从2022年的79.4亿美元, 上升至2024年的91.3亿美元。具体参见下图:

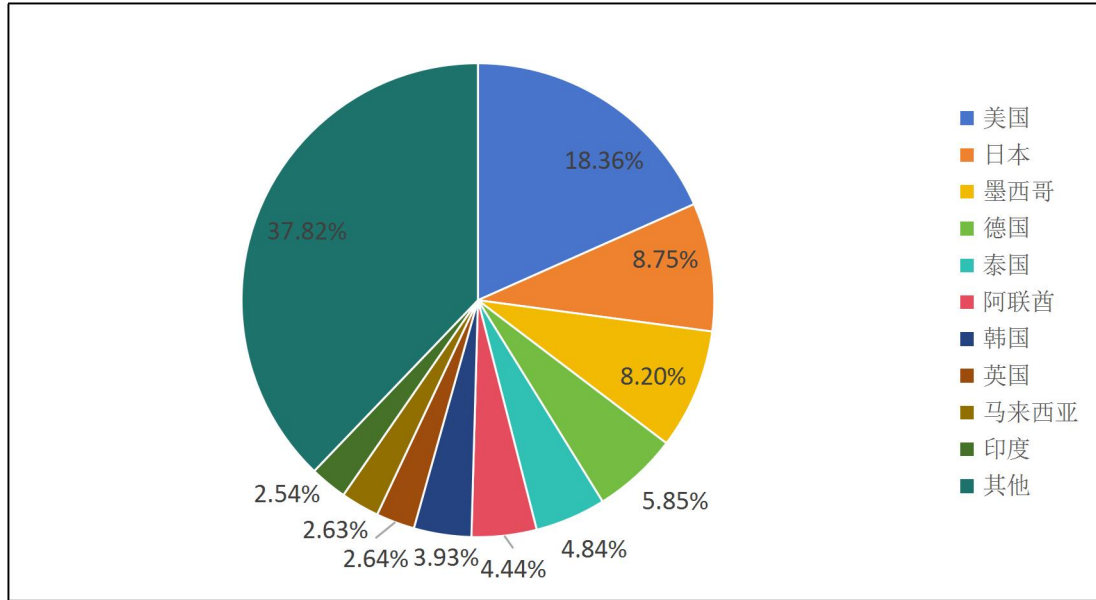


2022年至2025年9月中国车身各类零件出口情况 (单位: 亿美元)

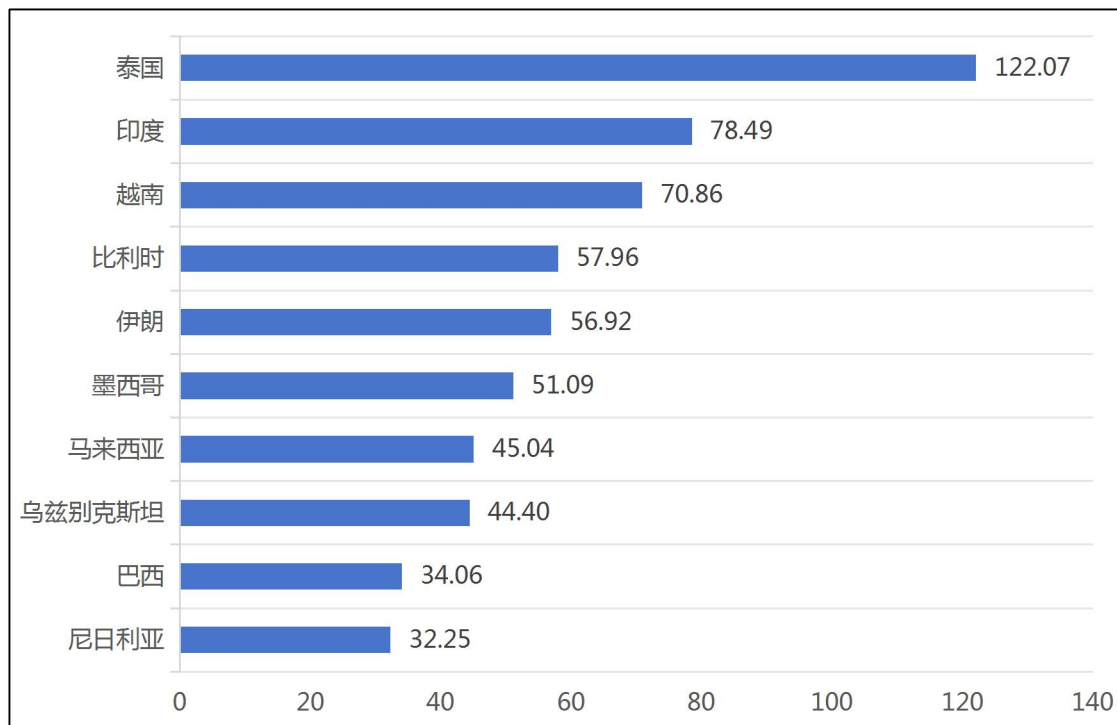
图源: 特易E平台; 制图: 特易资讯

### (2) 2025 年 1-9 月出口目的地分析

2025 年 1-9 月，中国车身各类零件主要出口至美国、日本、墨西哥等地区，三地区合计占出口总量的 35.31%；出口增量比较大的是泰国等国家。具体参见下图：



2025 年 1-9 月中国车身各类零件出口目的区域占比  
 图源：特易 E 平台；制图：特易资讯

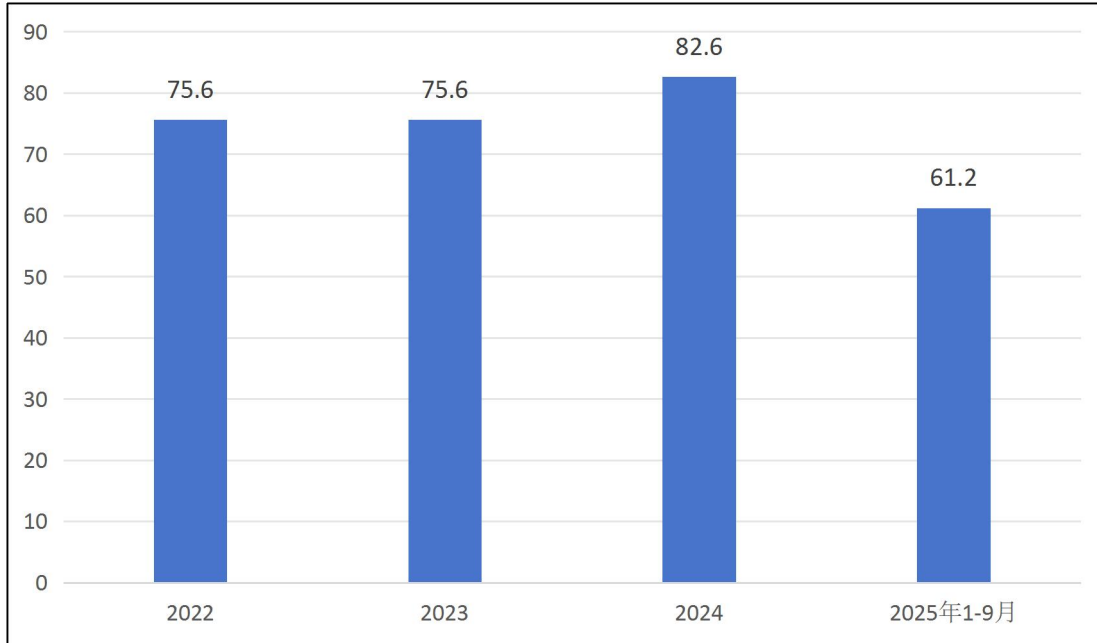


2025 年 1-9 月中国车身各类零件出口区域同比增量前十 (单位：百万美元)

### 5. 2022 年至 2025 年 9 月中国汽车制动系统及其零件 (HS: 870830) 出口统计

### (1) 近三年贸易总额变化

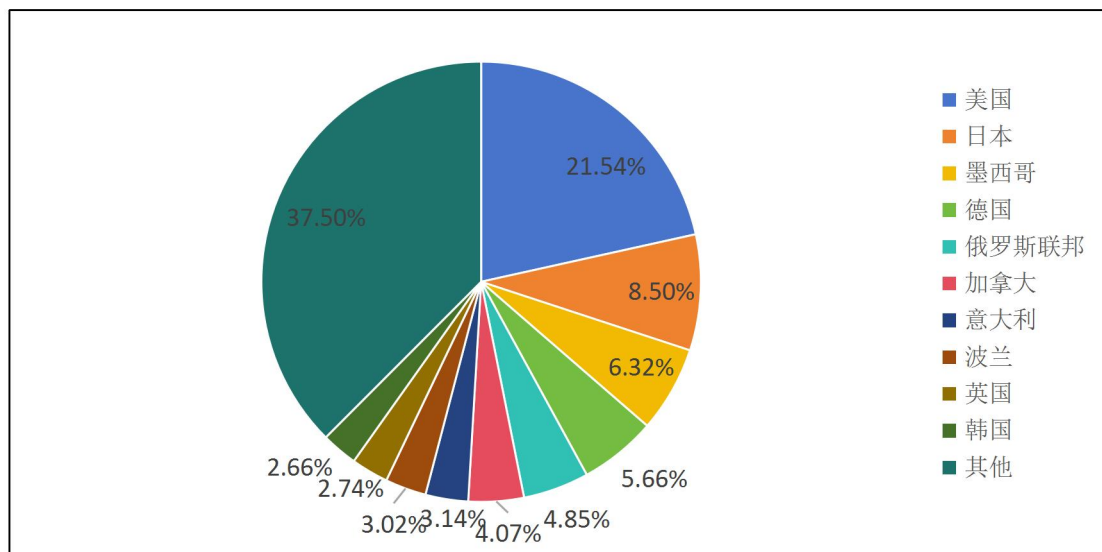
2022年至2025年9月，中国汽车制动系统及其零件出口总额呈上升趋势，从2022年的75.6亿美元，上升至2024年的82.6亿美元。具体参见下图：



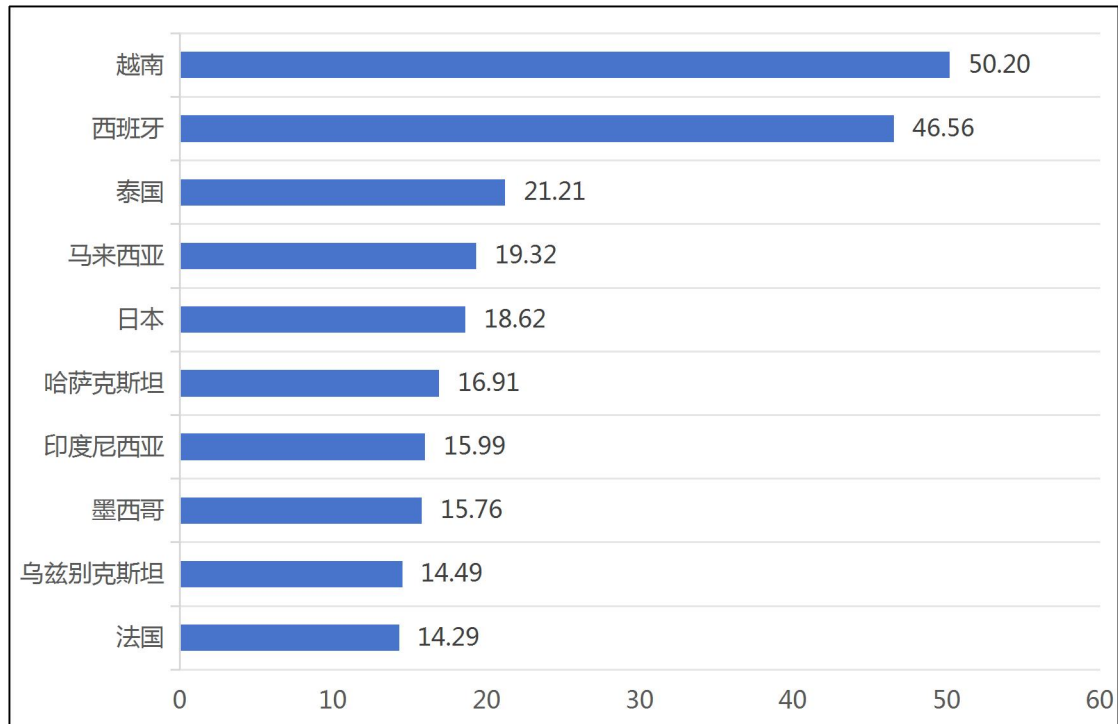
2022年至2025年9月中国汽车制动系统及其零件出口情况 (单位：亿美元)  
 图源：特易E平台；制图：特易资讯

### (2) 2025年1-9月出口目的地分析

2025年1-9月，中国汽车制动系统及其零件主要出口至美国、日本、墨西哥等地区，三地区合计占出口总量的36.36%；出口增量比较大的是越南、西班牙等国家。具体参见下图：



2025年1-9月中国汽车制动系统及其零件出口目的的区域占比  
 图源：特易E平台；制图：特易资讯

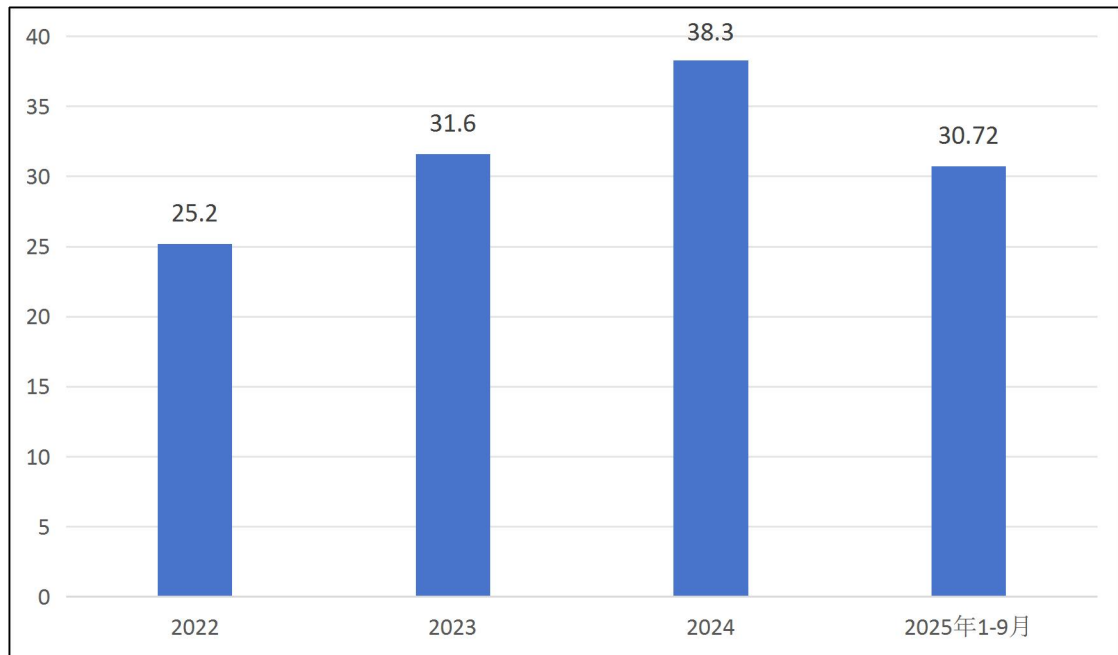


2025年1-9月中国汽车制动系统及其零件出口区域同比增量前十 (单位:百万美元)

## 6. 2022年至2025年9月中国汽车变速系统及其零件(HS: 870840)出口统计

### (1) 近三年贸易总额变化

2022年至2025年9月,中国汽车变速系统及其零件出口总额呈上升趋势,从2022年的25.2亿美元,上升至2024年的38.3亿美元。具体参见下图:

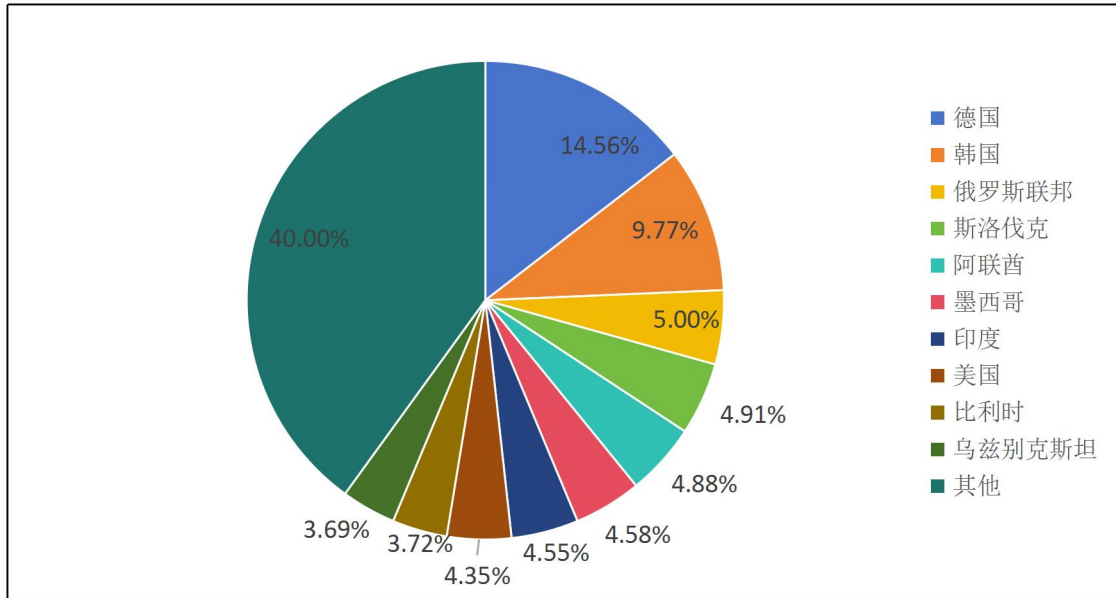


2022年至2025年9月中国汽车变速系统及其零件出口情况 (单位:亿美元)

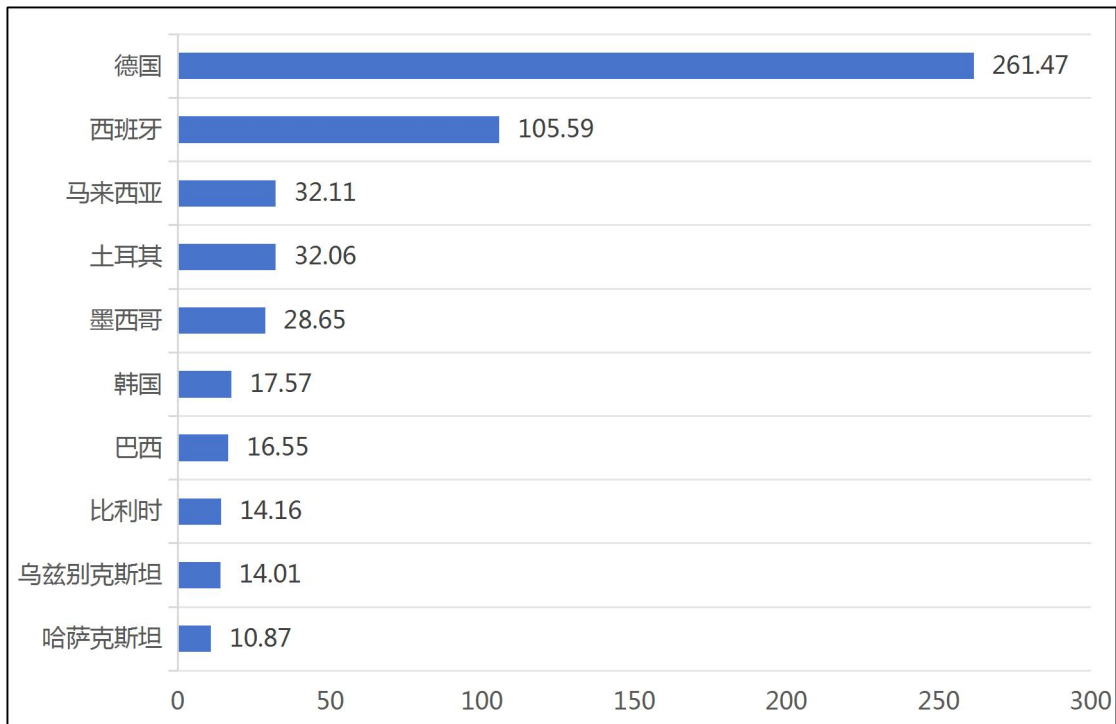
### (2) 2025年1-9月出口目的地分析

2025年1-9月,中国汽车变速系统及其零件主要出口至德国、韩国、俄罗斯

联邦等地区，三地区合计占出口总量的 29.33%；出口增量比较大的是德国等国家。具体参见下图：



2025年1-9月中国汽车变速系统及其零件出口目的区域占比  
 图源：特易E平台；制图：特易资讯



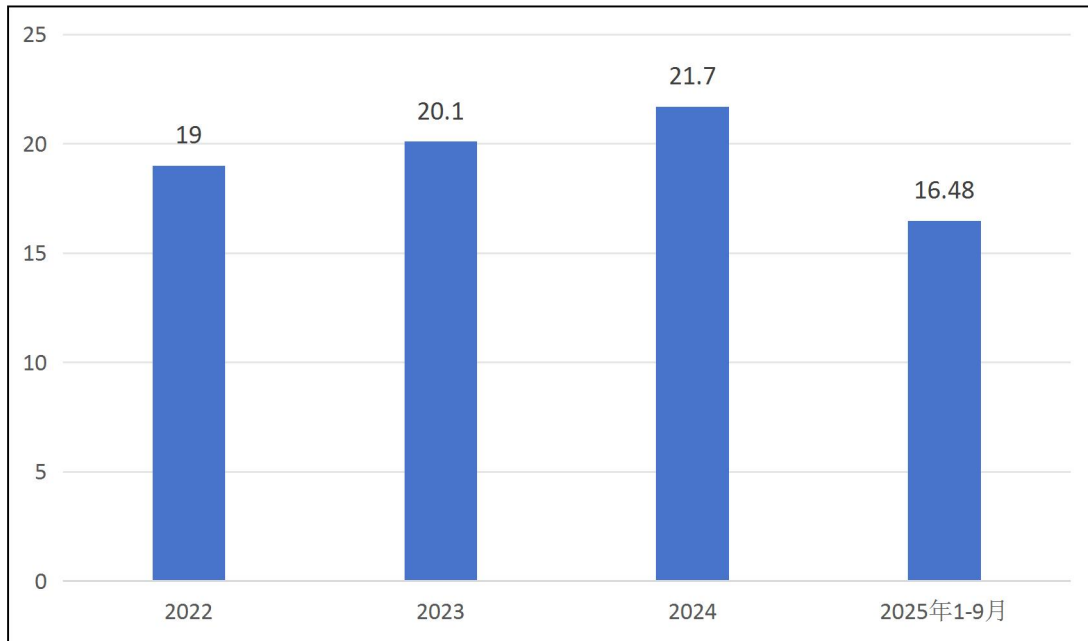
2025年1-9月中国汽车变速系统及其零件出口区域同比增量前十 (单位：百万美元)

## 7. 2022-2025年9月中国汽车驱动系统及其零件 (HS: 870850) 出口统计情况

### (1) 近三年贸易总额变化

2022年至2025年9月，中国汽车驱动系统及其零件出口总额呈上升趋势，

从 2022 年的 19 亿美元，上升至 2024 年的 21.7 亿美元。具体参见下图：

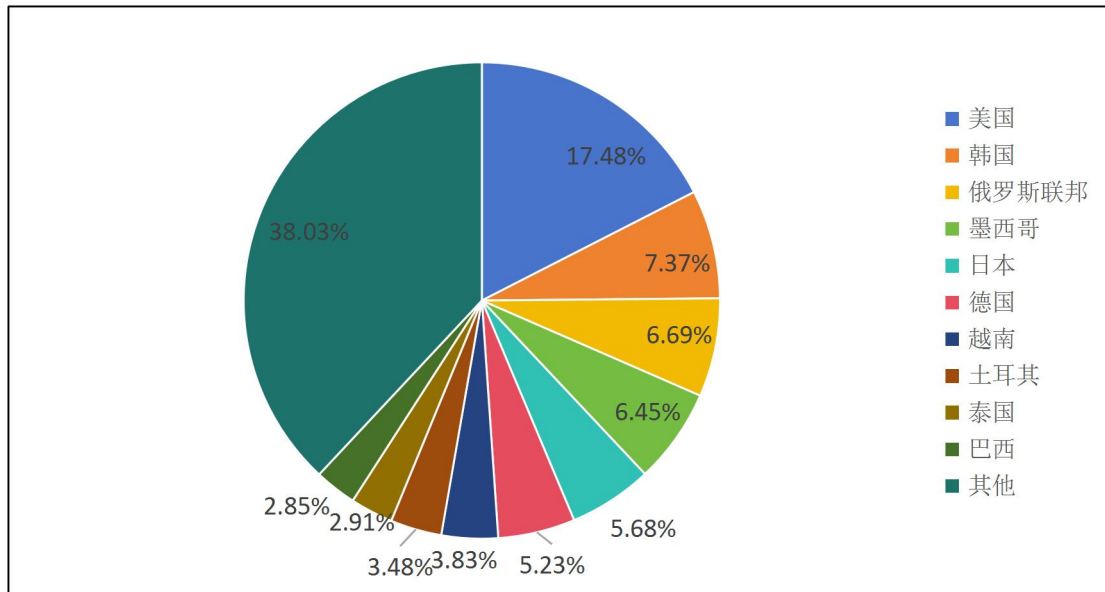


2022 年至 2025 年 9 月中国汽车驱动系统及其零件出口情况 (单位：亿美元)

图源：特易 E 平台；制图：特易资讯

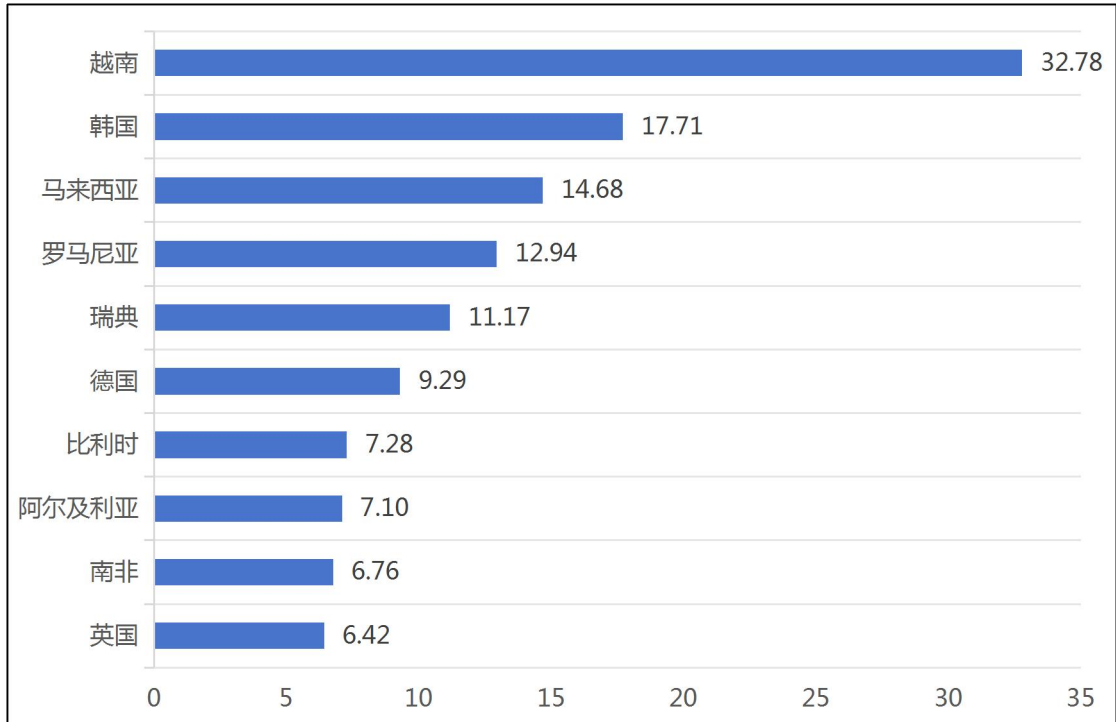
### (2) 2025 年 1-9 月出口目的地分析

2025 年 1-9 月，中国汽车驱动系统及其零件主要出口至美国、韩国、俄罗斯联邦等地区，三地区合计占出口总量的 31.54%；出口增量比较大的是越南等国家。具体参见下图：



2025 年 1-9 月中国汽车驱动系统及其零件出口目的的区域占比

图源：特易 E 平台；制图：特易资讯



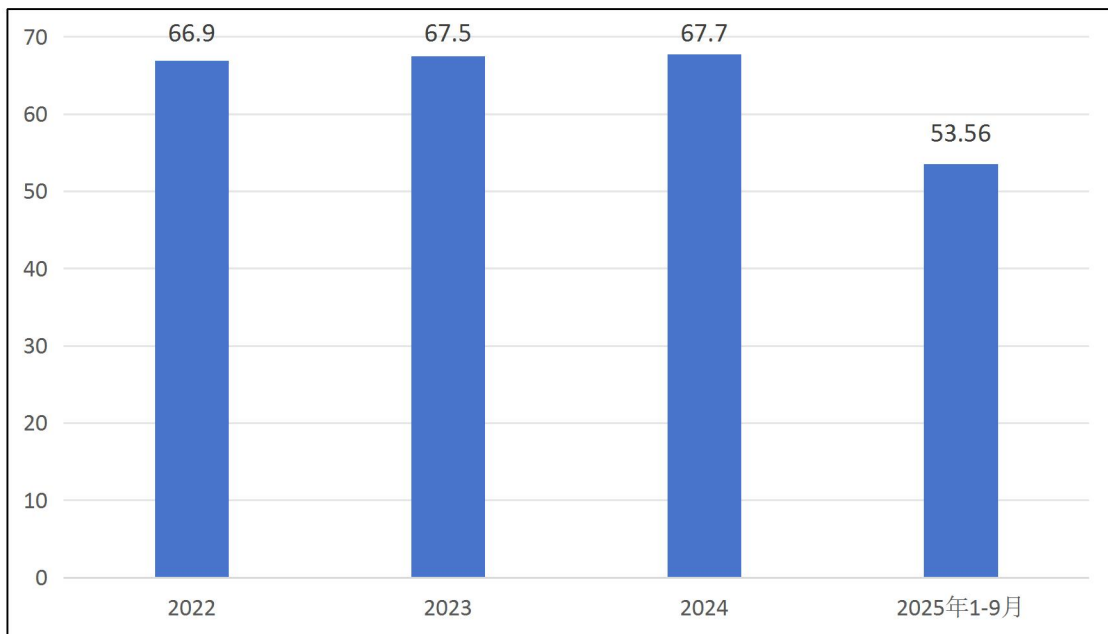
2025年1-9月中国汽车驱动系统及其零件出口区域同比增量前十(单位:百万美元)

图源:特易E平台;制图:特易资讯

## 8. 2022年至2025年9月中国汽车车轮系统及其零件(HS:870870)出口统计

### (1) 近三年贸易总额变化

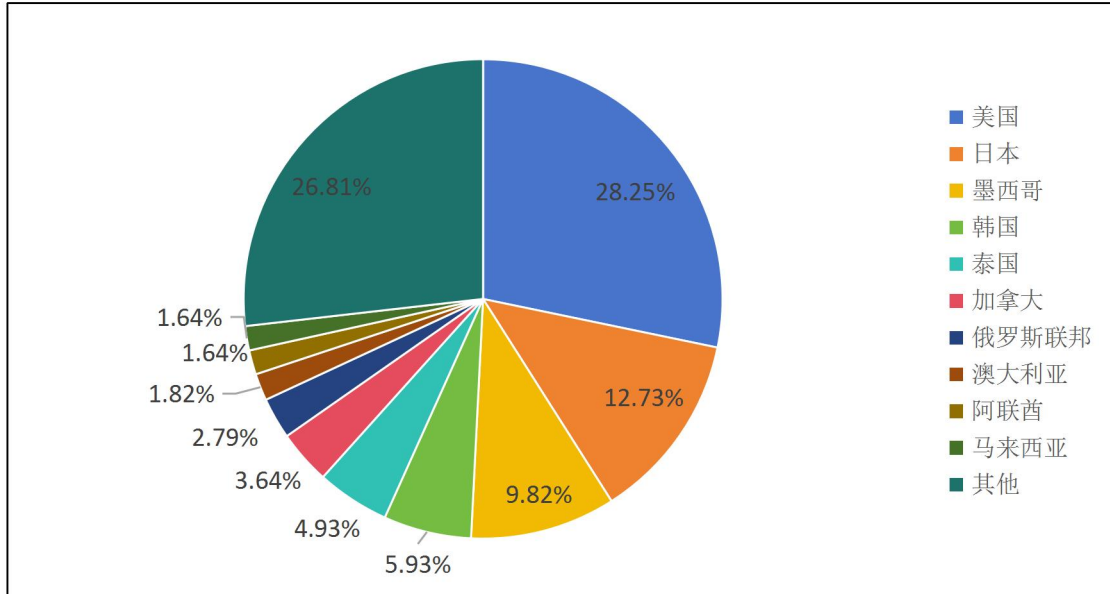
2022年至2025年9月,中国汽车车轮系统及其零件出口总额呈上升趋势,从2022年的66.9亿美元,上升至2024年的67.7亿美元。具体参见下图:



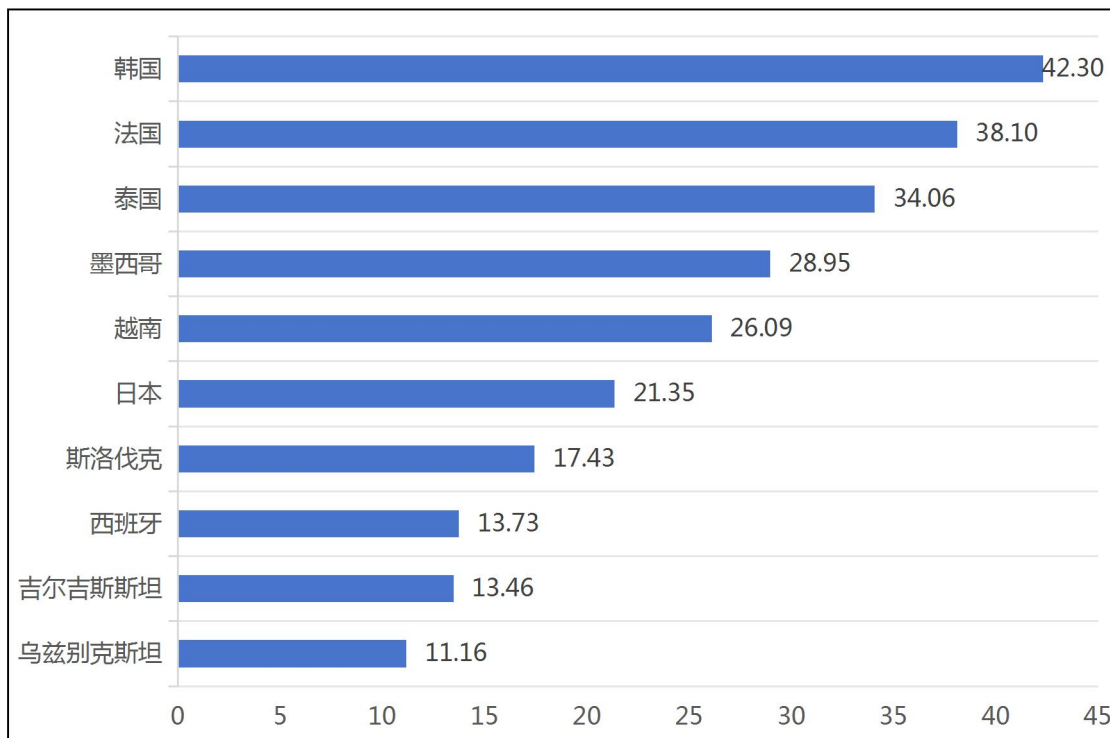
2022年至2025年9月中国汽车车轮系统及其零件出口情况(单位:亿美元)

### (2) 2025年1-9月出口目的地分析

2025年1-9月，中国汽车车轮系统及其零件主要出口至美国、日本、墨西哥等地区，三地区合计占出口总量的50.8%；出口增量比较大的是韩国、法国等国家。具体参见下图：



2025年1-9月中国汽车车轮系统及其零件出口目的区域占比  
 图源：特易E平台；制图：特易资讯

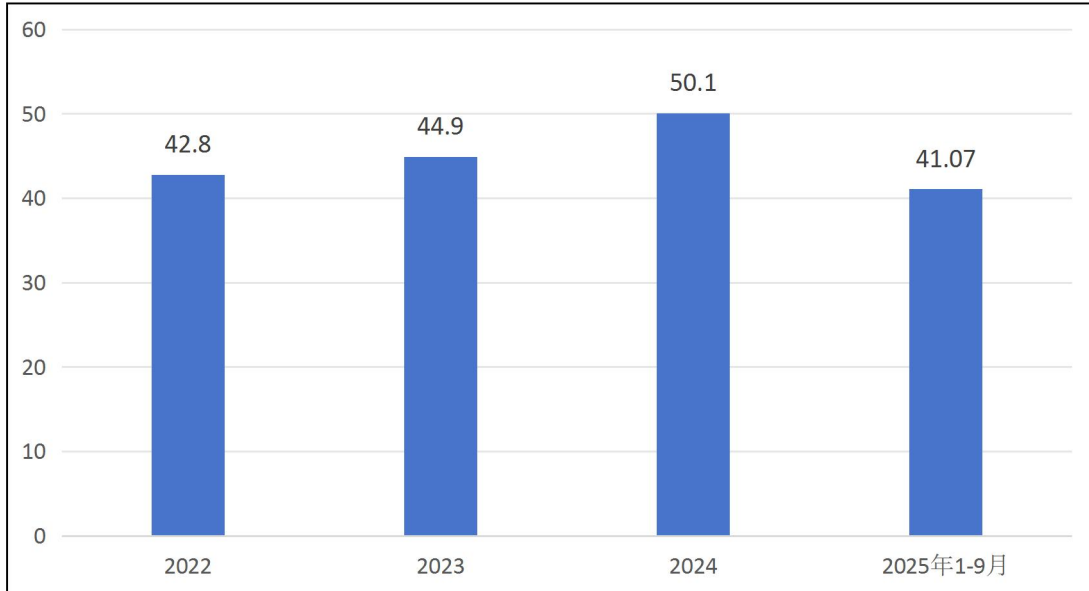


2025年1-9月中国汽车车轮系统及其零件出口区域同比增量前十 (单位：百万美元)  
 图源：特易E平台；制图：特易资讯

### 9. 2022年至2025年9月中国汽车悬挂系统及其零件 (HS: 870880) 出口统计

### (1) 近三年贸易总额变化

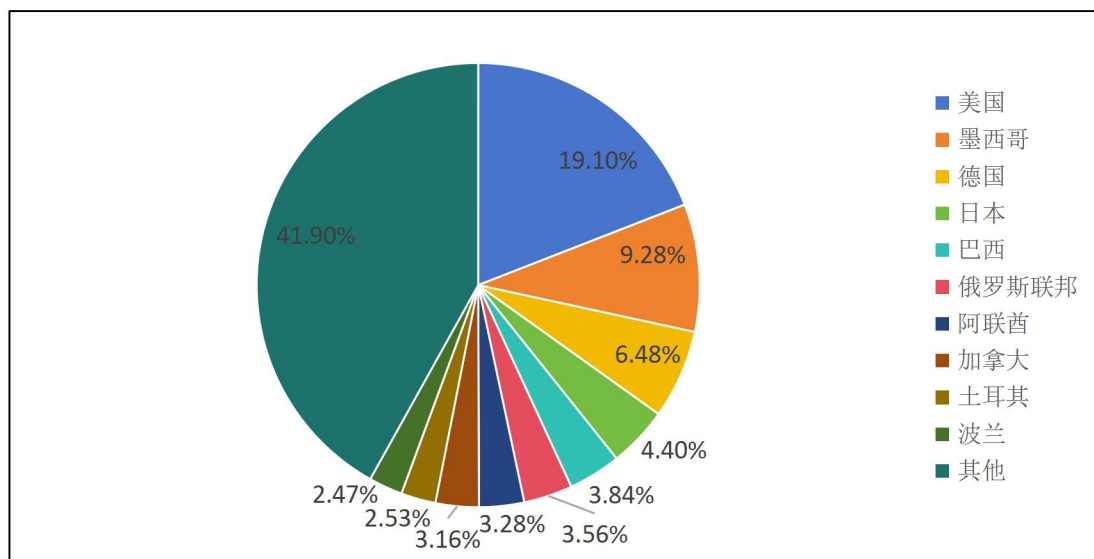
2022年至2025年9月，中国汽车悬挂系统及其零件出口总额呈上升趋势，从2022年的42.8亿美元，上升至2024年的50.1亿美元。具体参见下图：



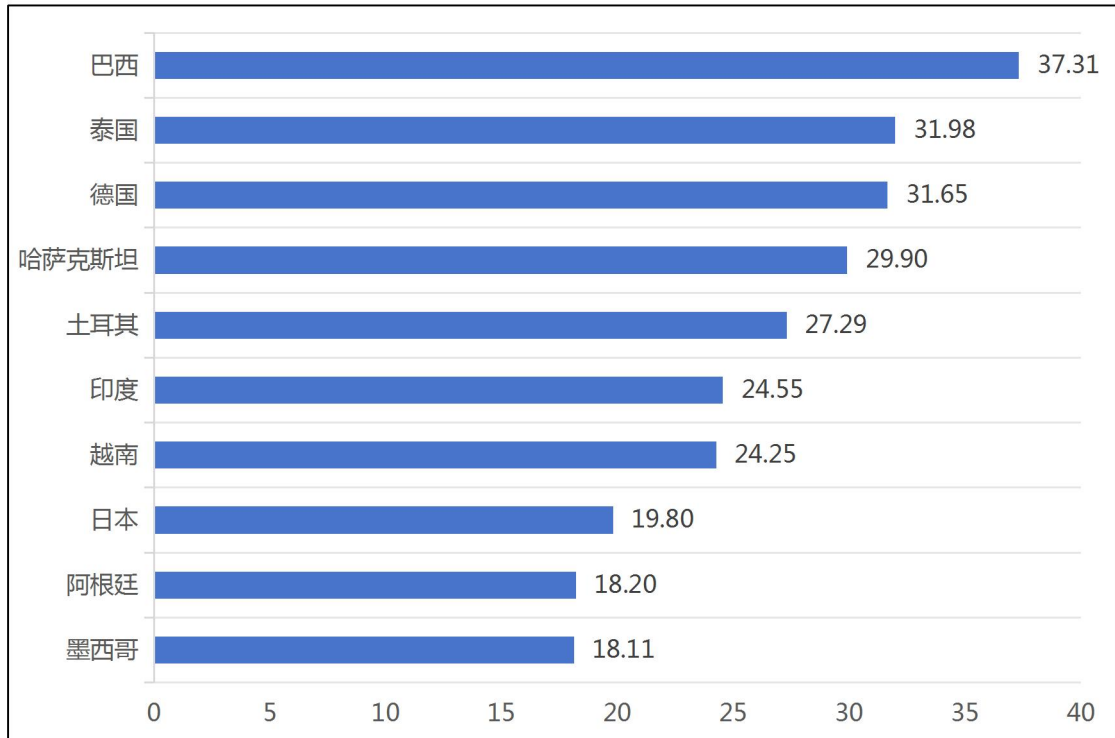
2022年至2025年9月中国汽车悬挂系统及其零件出口情况 (单位：亿美元)  
 图源：特易E平台；制图：特易资讯

### (2) 2025年1-9月出口目的地分析

2025年1-9月，中国汽车悬挂系统及其零件主要出口至美国、墨西哥、德国等地区，三地区合计占出口总量的34.86%；出口增量比较大的是巴西、泰国等国家。具体参见下图：



2025年1-9月中国汽车悬挂系统及其零件出口目的区域占比



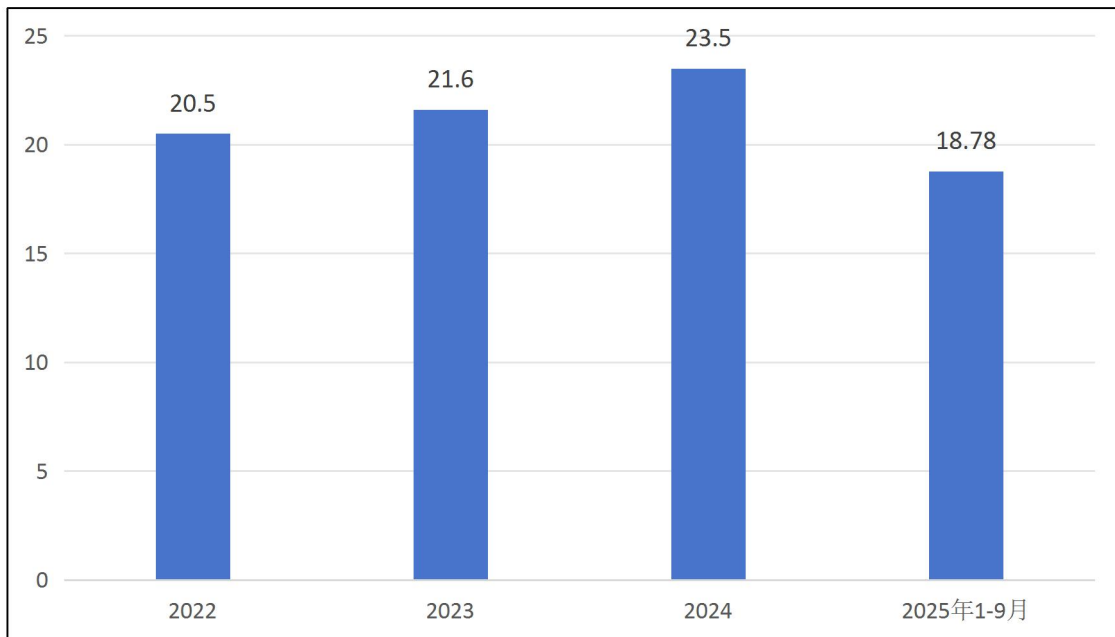
2025年1-9月中国汽车悬挂系统及其零件出口区域同比增量前十 (单位:百万美元)

图源:特易E平台;制图:特易资讯

## 10. 2022年至2025年9月中国汽车散热系统及其零件(HS: 870891)出口统计

### (1) 近三年贸易总额变化

2022年至2025年9月,中国汽车散热系统及其零件出口总额呈上升趋势,从2022年的20.5亿美元,上升至2024年的23.5亿美元。具体参见下图:

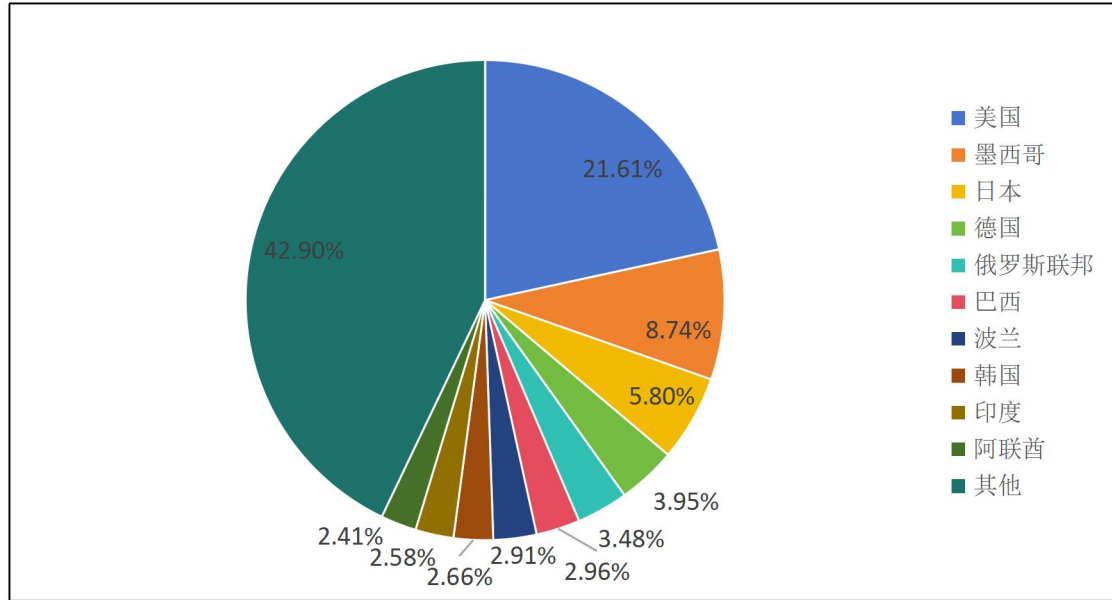


2022年至2025年9月中国汽车散热系统及其零件出口情况 (单位:亿美元)

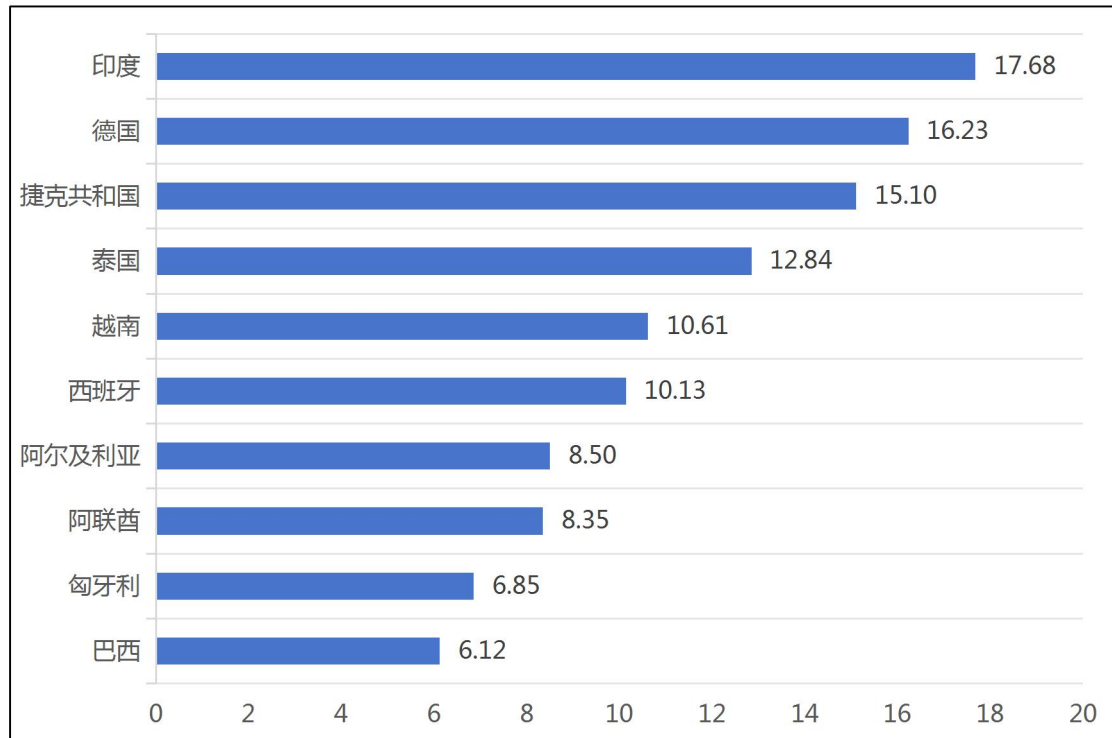
图源:特易E平台;制图:特易资讯

### (2) 2025 年 1-9 月出口目的地分析

2025 年 1-9 月，中国汽车散热系统及其零件主要出口至美国、墨西哥、日本等地区，三地区合计占出口总量的 36.15%；出口增量比较大的是印度等国家。具体参见下图：



2025 年 1-9 月中国汽车散热系统及其零件出口目的区域占比  
 图源：特易 E 平台；制图：特易资讯

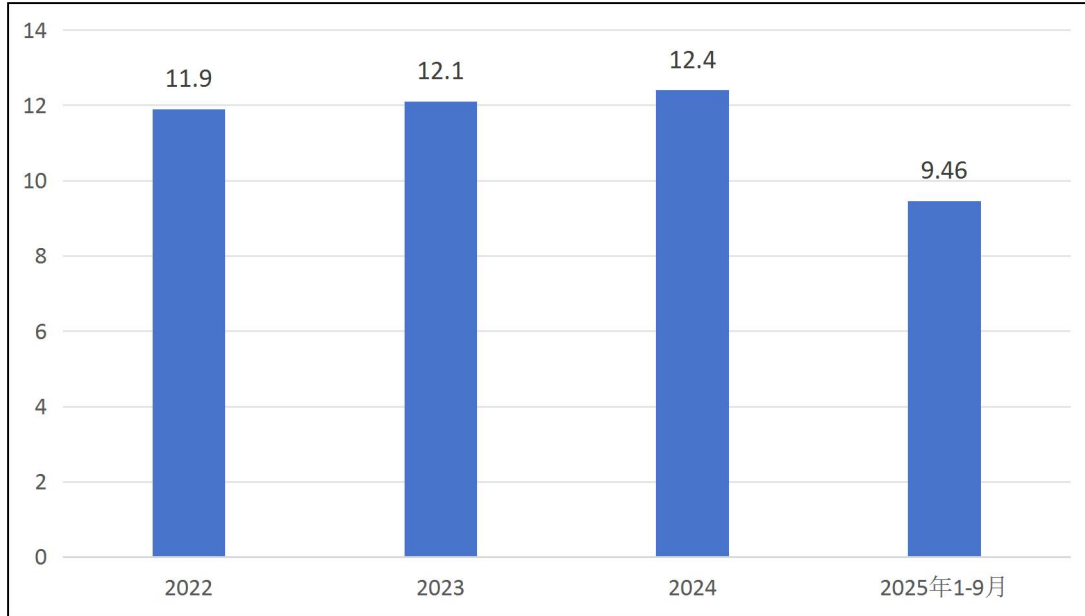


2025 年 1-9 月中国汽车散热系统及其零件出口区域同比增量前十 (单位：百万美元)  
 图源：特易 E 平台；制图：特易资讯

### 11. 2022年至2025年9月中国汽车消音系统及其零件（HS：870892）出口统计

#### (1) 近三年贸易总额变化

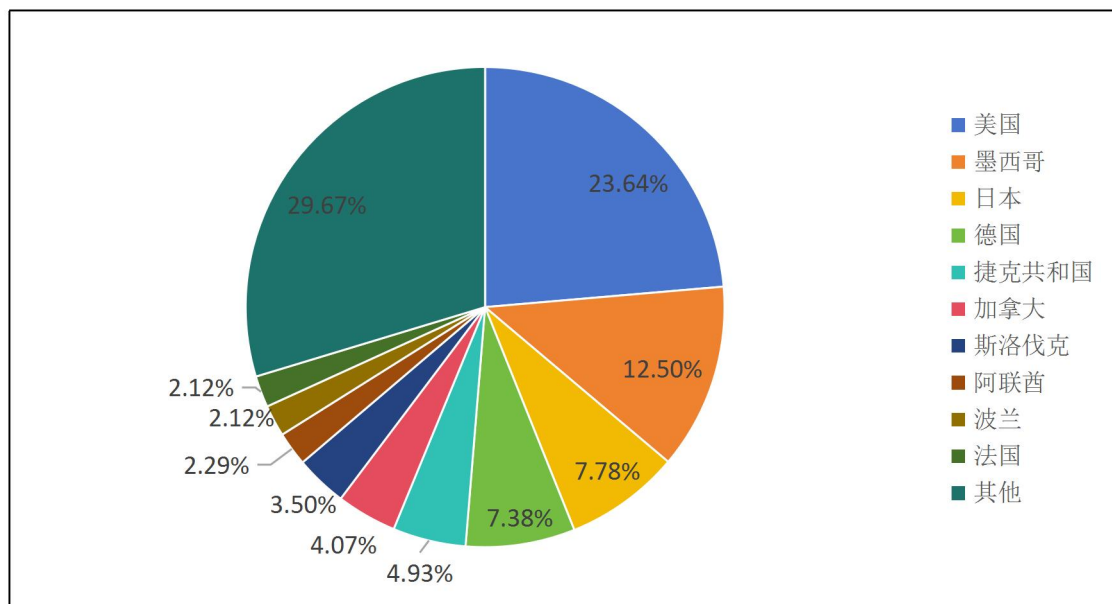
2022年至2025年9月，中国汽车消音系统及其零件出口总额呈上升趋势，从2022年的11.9亿美元，上升至2024年的12.4亿美元。具体参见下图：



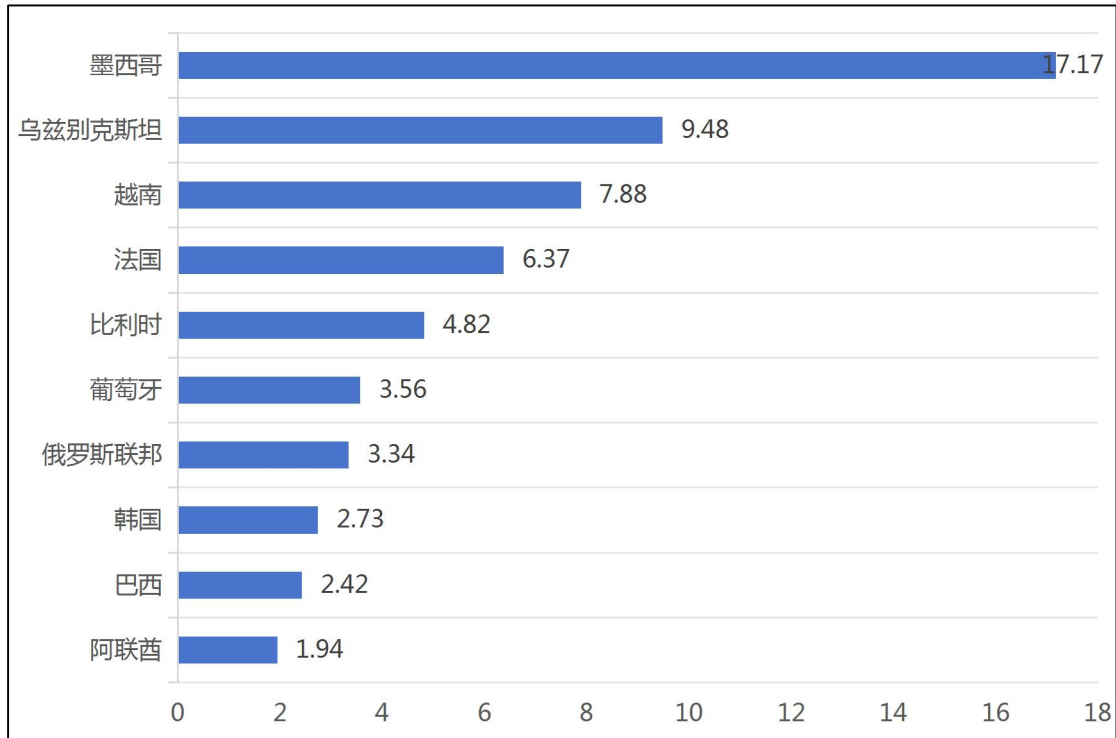
2022年至2025年9月中国汽车消音系统及其零件出口情况（单位：亿美元）

#### (2) 2025年1-9月出口目的地分析

2025年1-9月，中国汽车消音系统及其零件主要出口至美国、墨西哥、日本等地区，三地区合计占出口总量的43.92%；出口增量比较大的是墨西哥等国家。具体参见下图：



2025年1-9月中国汽车消音系统及其零件出口目的的区域占比



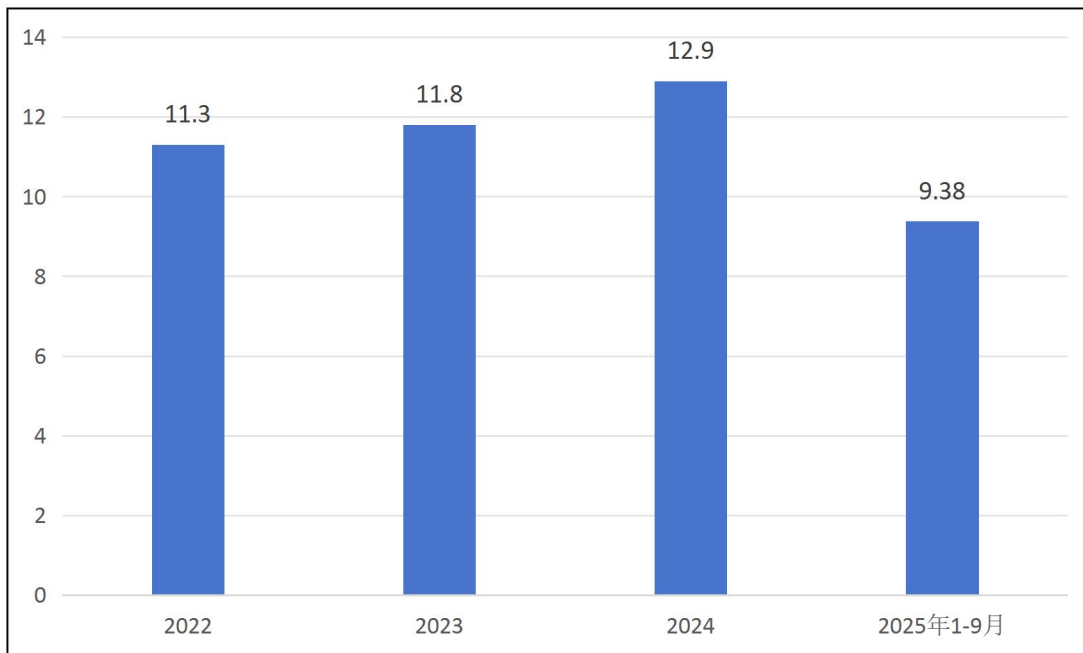
2025年1-9月中国汽车消音系统及其零件出口区域同比增量前十 (单位: 百万美元)

图源: 特易E平台; 制图: 特易资讯

## 12. 2022年至2025年9月中国汽车离合系统及其零件(HS: 870893)出口统计

### (1) 近三年贸易总额变化

2022年至2025年9月, 中国汽车离合系统及其零件出口总额呈上升趋势, 从2022年的11.3亿美元, 上升至2024年的12.9亿美元。具体参见下图:

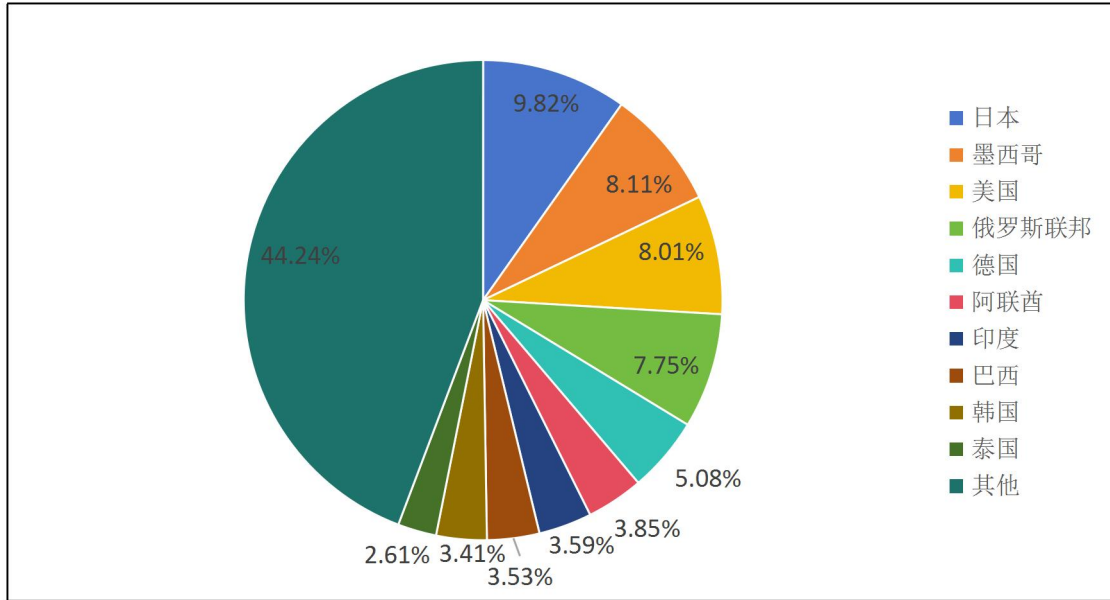


2022年至2025年9月中国汽车离合系统及其零件出口情况 (单位: 亿美元)

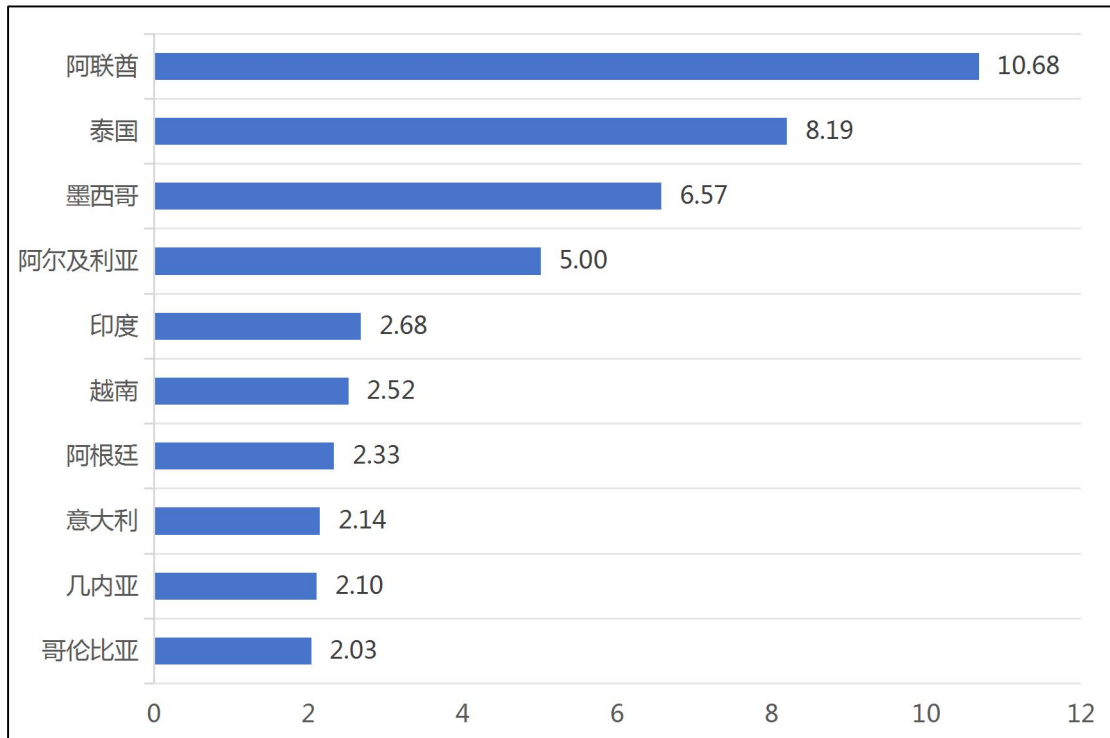
图源: 特易E平台; 制图: 特易资讯

### (2) 2025 年 1-9 月出口目的地分析

2025 年 1-9 月，中国汽车离合系统及其零件主要出口至日本、墨西哥、美国等地区，三地区合计占出口总量的 25.94%；出口增量比较大的是阿联酋等国家。具体参见下图：



2025 年 1-9 月中国汽车离合系统及其零件出口目的区域占比  
 图源：特易 E 平台；制图：特易资讯

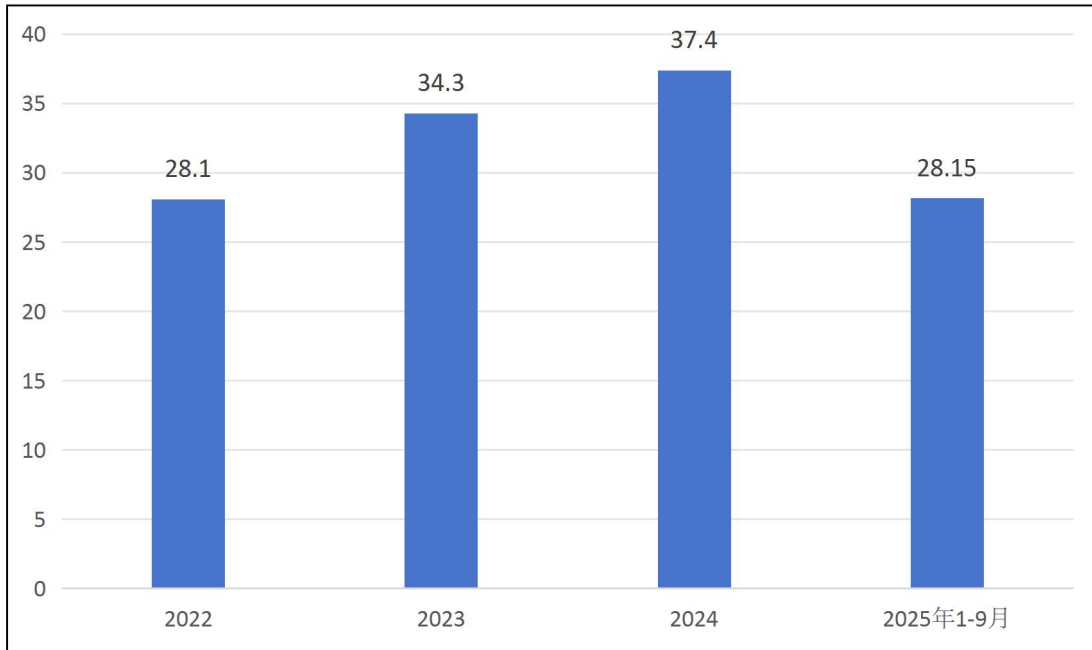


2025 年 1-9 月中国汽车离合系统及其零件出口区域同比增量前十 (单位：百万美元)  
 图源：特易 E 平台；制图：特易资讯

### 13. 2022年至2025年9月中国汽车转向系统及其零件（HS：870894）出口统计

#### (1) 近三年贸易总额变化

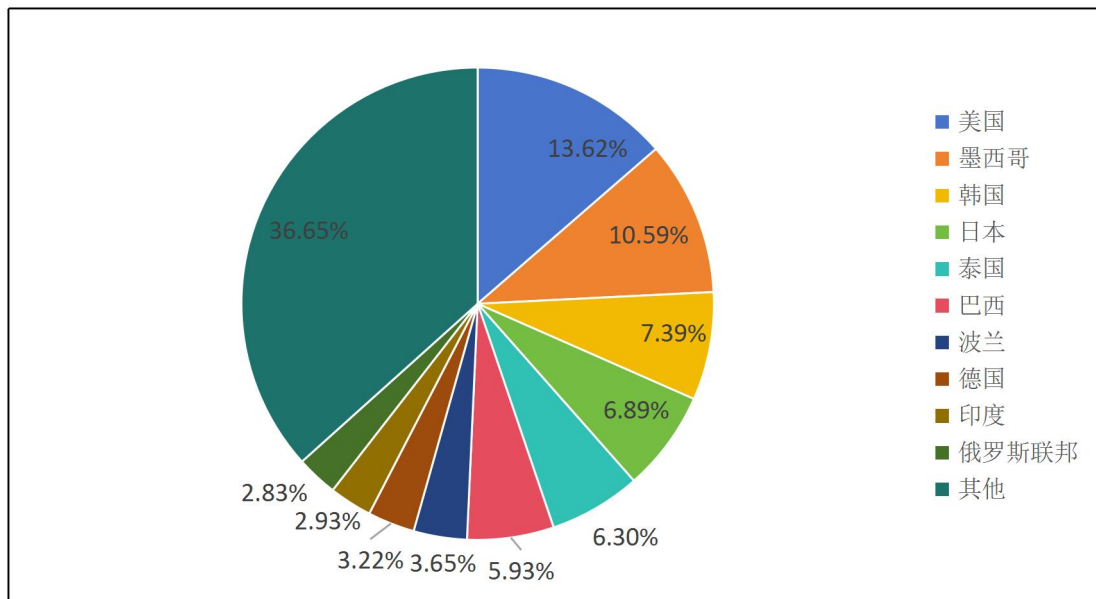
2022年至2025年9月，中国汽车转向系统及其零件出口总额呈上升趋势，从2022年的28.1亿美元，上升至2024年的37.4亿美元。具体参见下图：



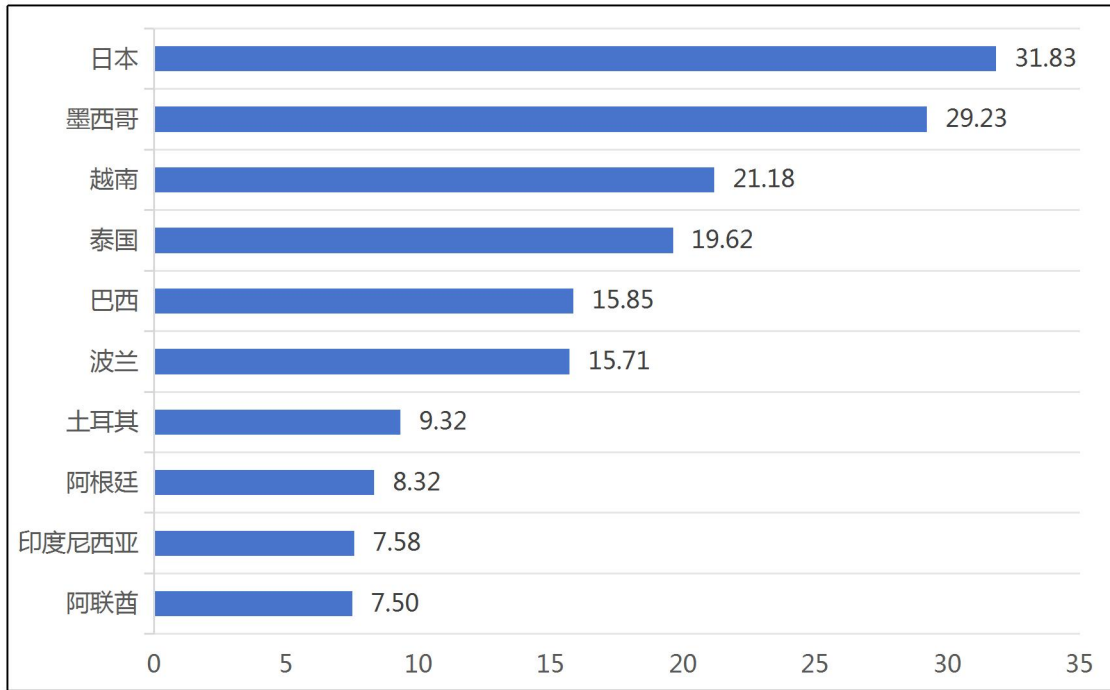
2022年至2025年9月中国汽车转向系统及其零件出口情况（单位：亿美元）

#### (2) 2025年1-9月出口目的地分析

2025年1-9月，中国汽车转向系统及其零件主要出口至美国、墨西哥、韩国等地区，三地区合计占出口总量的31.6%；出口增量比较大的是日本等国家。具体参见下图：



2025年1-9月中国汽车转向系统及其零件出口目的区域占比



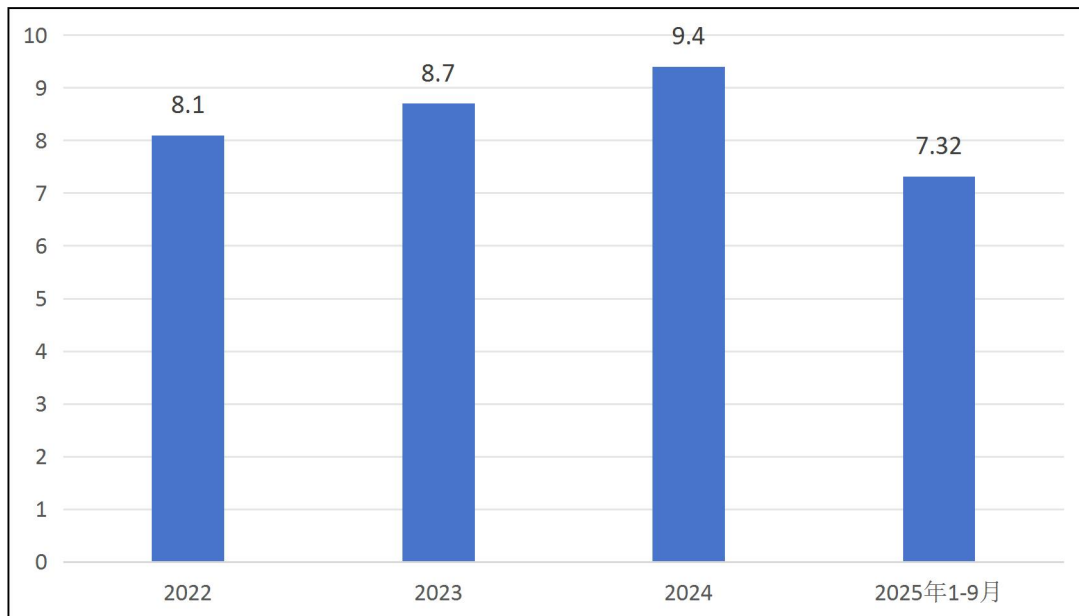
2025年1-9月中国汽车转向系统及其零件出口区域同比增量前十 (单位: 百万美元)

图源: 特易E平台; 制图: 特易资讯

#### 14. 2022年至2025年9月中国汽车安全系统及其零件(HS: 870895)出口统计

##### (1) 近三年贸易总额变化

2022年至2025年9月, 中国汽车安全系统及其零件出口总额呈上升趋势, 从2022年的8.1亿美元, 上升至2024年的9.4亿美元。具体参见下图:

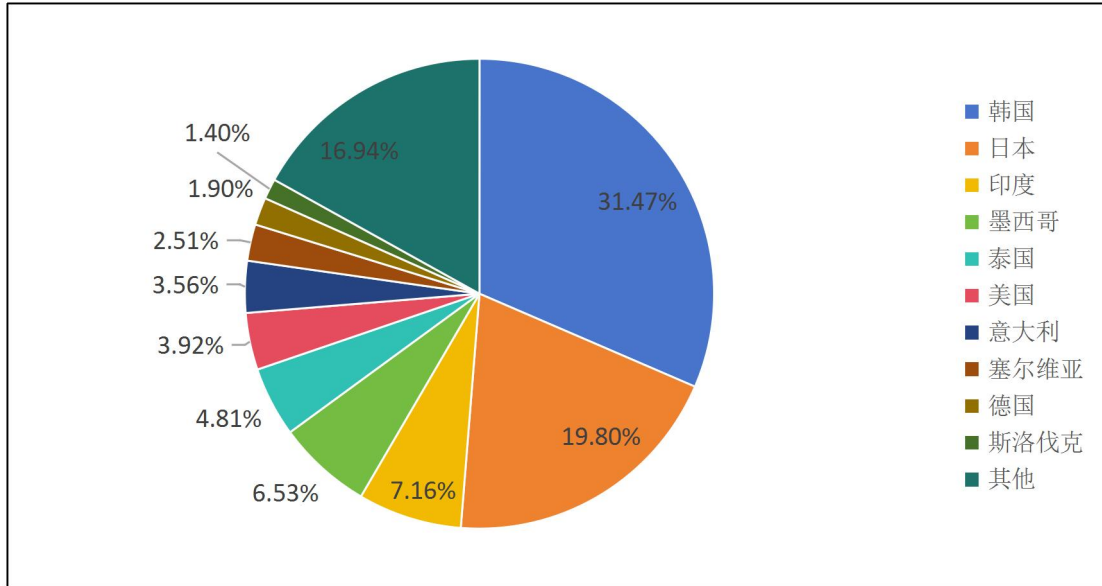


2022年至2025年9月中国汽车安全系统及其零件出口情况 (单位: 亿美元)

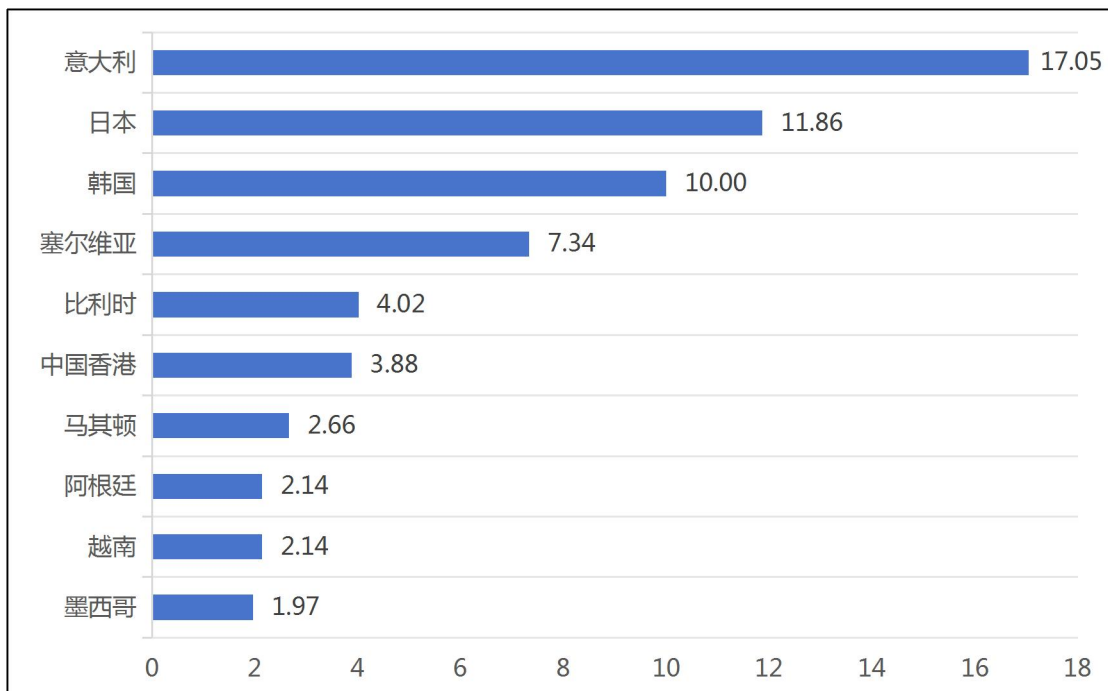
图源: 特易E平台; 制图: 特易资讯

##### (2) 2025年1-9月出口目的地分析

2025年1-9月，中国汽车安全系统及其零件主要出口至韩国、日本、印度等地区，三地区合计占出口总量的58.43%；出口增量比较大的是意大利等国家。具体参见下图：



2025年1-9月中国汽车安全系统及其零件出口目的区域占比  
 图源：特易E平台；制图：特易资讯

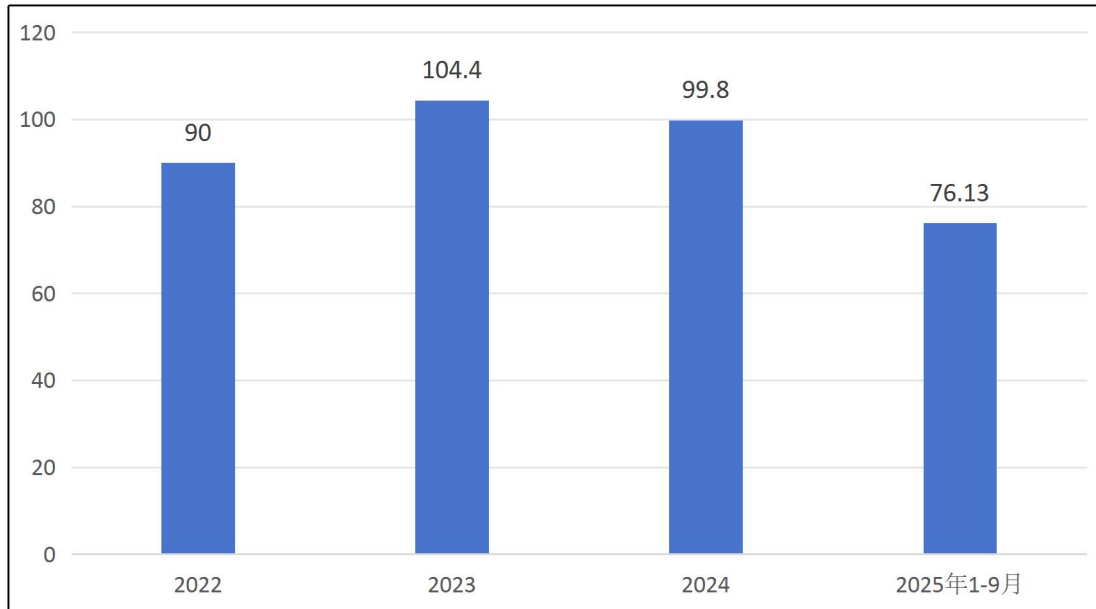


2025年1-9月中国汽车安全系统及其零件出口区域同比增量前十（单位：百万美元）  
 图源：特易E平台；制图：特易资讯

### 15. 2022年至2025年9月中国其他汽配零件（HS：870899）出口统计情况

#### (1) 近三年贸易总额变化

(2) 2022 年至 2025 年 9 月，中国其他汽配零件出口总额先上升后下降，总体保持增长。从 2022 年的 90 亿美元，上升至 2024 年的 99.8 亿美元。具体参见下图：

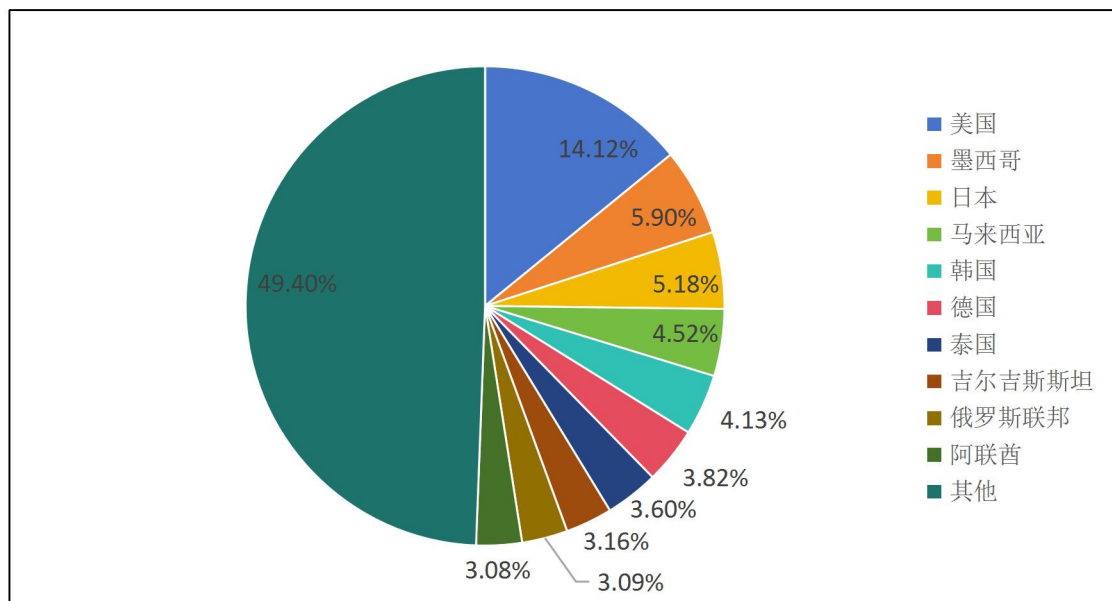


2022 年至 2025 年 9 月中国其他汽配零件出口情况 (单位：亿美元)

图源：特易 E 平台；制图：特易资讯

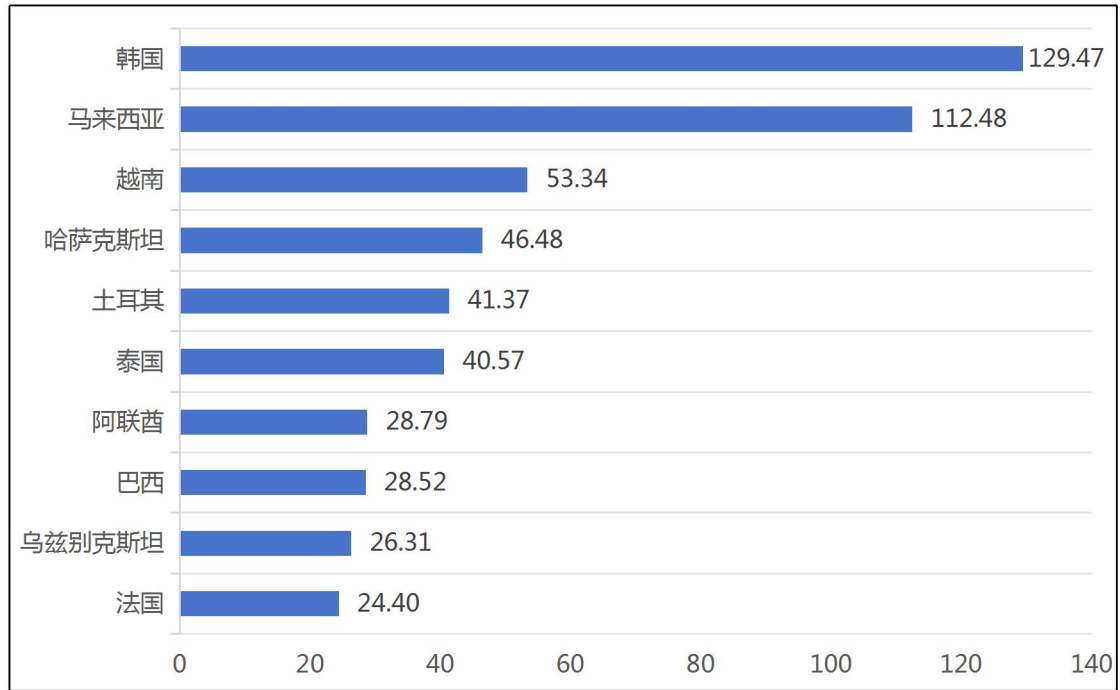
### (3) 2025 年 1-9 月出口目的地分析

2025 年 1-9 月，中国其他汽配零件主要出口至美国、墨西哥、日本等地区，三地区合计占出口总量的 25.2%；出口增量比较大的是韩国等国家。具体参见下图：



2025 年 1-9 月中国其他汽配零件出口目的区域占比

图源：特易 E 平台；制图：特易资讯



2025年1-9月中国其他汽配零件出口区域同比增量前十 (单位: 百万美元)

图源: 特易E平台; 制图: 特易资讯

通过对2022-2025年1-9月汽车零配件出口数据的拆解, 我们观察到以俄罗斯、墨西哥为代表的新兴市场正成为驱动增长的核心引擎。

### 三、2024年新兴市场汽车零配件(HS: 8708)采供情况分析

在对前述分析进行综合考量的基础上, 结合出口总量及出口增量两个维度, 特别指出**俄罗斯、墨西哥、马来西亚**这四个新兴市场, 可以作为出口企业重点关注的对象。本白皮书的后续部分将进一步深入探讨四个主要市场中, **汽车零配件(HS: 8708)**的采供情况。

#### (一) 俄罗斯采供情况分析

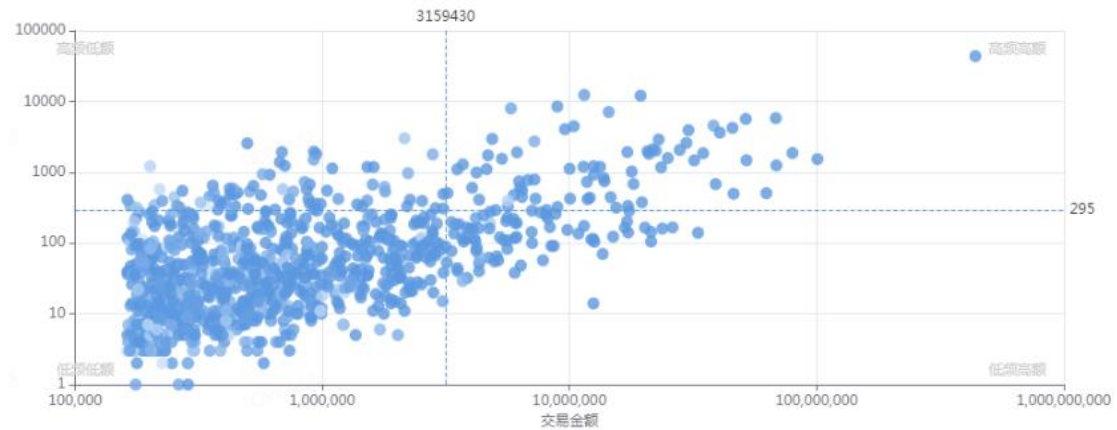
根据俄罗斯海关数据, 2024年, 俄罗斯汽车零配件进口涉及3000家采购商, 6000家供应商, 交易次数达33.3万次, 交易金额约32.5亿美元。HS编码TOP10及交易金额列示如下:

HS 编码 TOP10	交易金额
8708299009	491,570,256
8708309109	490,830,899
8708999709	282,580,519
8708809909	231,982,861
8708709909	191,968,540
8708405009	178,450,504
8708503509	148,717,335

8708309909	143,740,147
8708803509	142,771,820
8708939009	139,397,042

2024 年俄罗斯汽车零配件 HS 编码 TOP10 (单位：美元)  
 图源：特易 E 平台；制图：特易资讯

采购商方面，前 1000 家采购商，平均交易金额为 3,159,430 美元，平均交易次数为 295 次，平均交易周期为 65 天。不同价值类型的企业价值分层如下图所示：



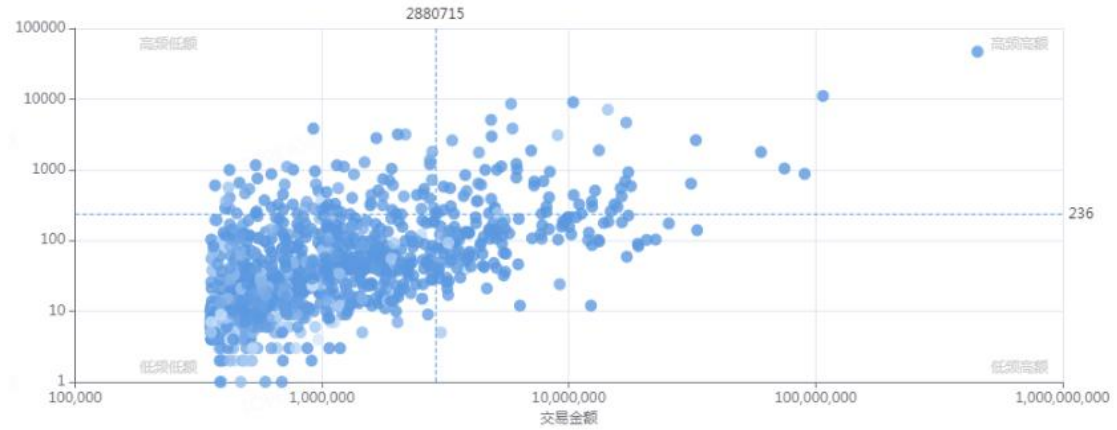
2024 年俄罗斯汽车零配件采购商价值分层散点图  
 图源：特易 E 平台；制图：特易资讯

值得关注的十家采购商如下图所示：

采购商 TOP10	交易金额
ООО "ХАВЕЙЛ МОТОР МАНУФЭКЧУРИНГ РУС"	439,106,108
АО "АВТОВАЗ"	100,896,652
ООО "ЛН ДИСТРИБЬЮЦИЯ"	79,908,538
ООО "АВТОМОБИЛЬНЫЙ ЗАВОД "ГАЗ"	68,782,333
ООО "А.П.Р."	68,428,988
ООО "ВЕЙЧАЙ-РУС ТРЕЙДИНВЕСТ"	62,663,508
ООО "КА ЭКСПОРТ"	52,065,717
ООО "СТС-ЛОГИСТИКА"	51,752,787
ООО "СИТИАР РУС"	46,183,969
ООО "КЭТЛОГИСТИК"	45,704,210

2024 年俄罗斯汽车零配件采购商 TOP10 (单位：美元)  
 图源：特易 E 平台；制图：特易资讯

供应商方面，前 1000 家供应商，平均交易金额为 2,880,715 美元，平均交易次数为 236 次，平均交易周期为 65 天。不同价值类型的企业价值分层如下图所示：



2024 年俄罗斯汽车零配件供应商价值分层散点图

图源：特易 E 平台；制图：特易资讯

值得关注的十家供应商如下图所示：

供应商 TOP10	交易金额
GREAT WALL MOTOR COMPANY LTD	452,747,006
HEFEI HENGYI INTERNATIONAL TRADE CO LTD	107,158,311
SHANDONG WEICHAI IMPORT AND EXPORT CORPORATION	90,376,565
REG AUTO SHANGHAI INDUSTRY LTD	74,795,189
SEAKWANG INTL NETWORK LTD	60,101,806
KM AUTOMOTIVE TRADING SHANGHAI CO LTD	33,154,068
CHERY AUTOMOBILE CO LTD	32,752,788
CTR CO LTD	31,283,258
WENZHOU RAYHAN TRADING CO LTD	25,448,626
SHAANXI FAST GEAR CO LTD	22,502,874

2024 年俄罗斯汽车零配件供应商 TOP10 (单位：美元)

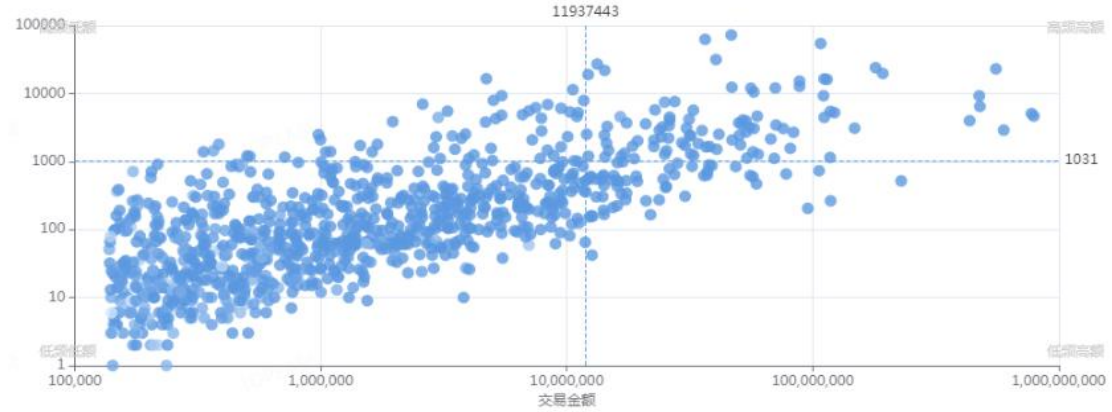
## (二) 墨西哥采供情况分析

根据墨西哥海关数据，2024 年，墨西哥汽车零配件进口涉及 2000 家采购商，5000 家供应商，交易次数达 105 万次，交易金额约 119.7 亿美元。HS 编码 TOP10 及交易金额列示如下：

HS 编码 TOP10	交易金额
87082999	1,044,943,199
87089999	999,836,584
87084000	853,652,273
87084003	822,629,714
87089412	791,333,416
87083099	627,197,420
87085099	586,419,219
87084099	568,057,379
87088005	436,168,798
87087099	404,108,443

2024 年墨西哥汽车零配件 HS 编码 TOP10 (单位：美元)

采购商方面，前 1000 家采购商，平均交易金额为 11,937,443 美元，平均交易次数为 1,031 次，平均交易周期为 48 天。不同价值类型的企业价值分层如下图所示：



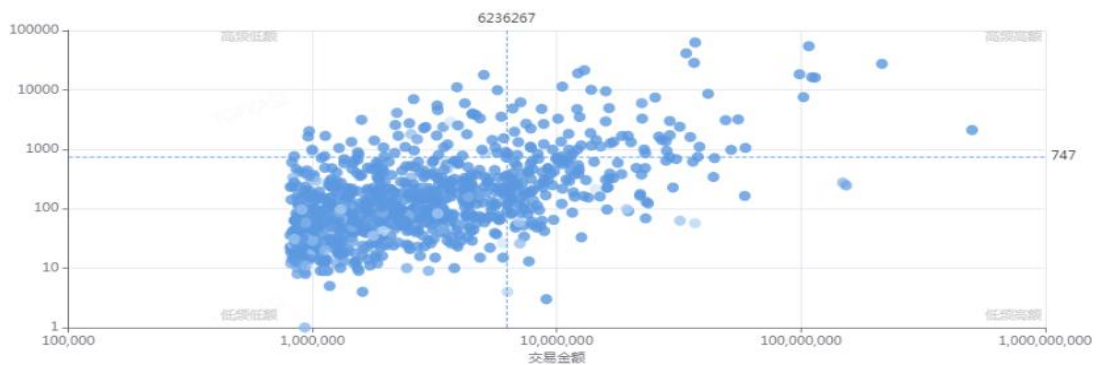
2024 年墨西哥汽车零配件采购商价值分层散点图

值得关注的十家采购商如下图所示：

采购商 TOP10	交易金额
GENERAL MOTORS DE MEXICO S. R.L. DE C.V.	792,613,762
VOLKSWAGEN DE MEXICO S.A. DE C.V.	775,720,177
AUDI MEXICO S.A. DE C.V.	598,065,429
STELLANTIS MEXICO S.A. DE C.V.	555,784,429
BMW SLP S.A. DE C.V.	478,335,490
MAZDA MOTOR MANUFACTURING DE MEXICO S.A. DE C.V.	475,623,132
NISSAN MEXICANA S.A. DE C.V.	434,598,419
COOPERATION MANUFACTURING PLANT AGUASCALIENTES S.A.P.I. DE C.V.	228,930,163
JATCO MEXICO S.A. DE C.V.	192,869,571
MOBIS MANUFACTURING MEXICO S. R.L. DE C.V.	180,165,139

2024 年墨西哥汽车零配件采购商 TOP10 (单位：美元)

供应商方面，前 1000 家供应商，平均交易金额为 6,236,267 美元，平均交易次数为 747 次，平均交易周期为 46 天。不同价值类型的企业价值分层如下图所示：



2024 年墨西哥汽车零配件供应商价值分层散点图  
 图源：特易 E 平台；制图：特易资讯

值得关注的十家供应商如下图所示：

供应商 TOP10	交易金额
APOLLO VREDESTEIN B V	502,432,898
MERCEDES BENZ AG	214,779,152
OTTO FUCHS	153,281,835
EFTEC AG	148,676,246
JOYSON SAFETY SYSTEMS ACQUISITION LLC	114,324,847
SHANGHAI DAIMAY AUTOMOTIVE INTERIORS CO LTD	111,002,855
AUTOZONE TEXAS LLC	107,780,312
HYUNDAI MOBIS	102,410,221
JATCO LTD	98,703,698
DN AUTOMOTIVE CORPORATION	59,276,795

2024 年墨西哥汽车零配件供应商 TOP10 (单位：美元)  
 图源：特易 E 平台；制图：特易资讯

## (二) 马来西亚采供情况分析

根据马来西亚海关数据，2024 年，马来西亚汽车零配件进口涉及 2000 家采购商，3000 家供应商，交易次数达 41 万次，交易金额约 225 亿美元。HS 编码 TOP10 及交易金额列示如下：

HS 编码 TOP10	交易金额
8708998000	4,890,038,933
8708801500	2,765,055,235
8708299500	2,710,151,844
8708999900	2,514,066,030
8708309000	1,947,837,036
8708299900	1,823,550,671
8708291600	643,483,228
8708299300	541,984,814
8708509900	439,945,176
8708919900	393,577,707

2024 年马来西亚汽车零配件 HS 编码 TOP10 (单位：美元)  
 图源：特易 E 平台；制图：特易资讯

采购商方面，前 1000 家采购商，平均交易金额为 22,497,793 美元，平均交易次数为 405 次，平均交易周期为 36 天。不同价值类型的企业价值分层如下图所示：



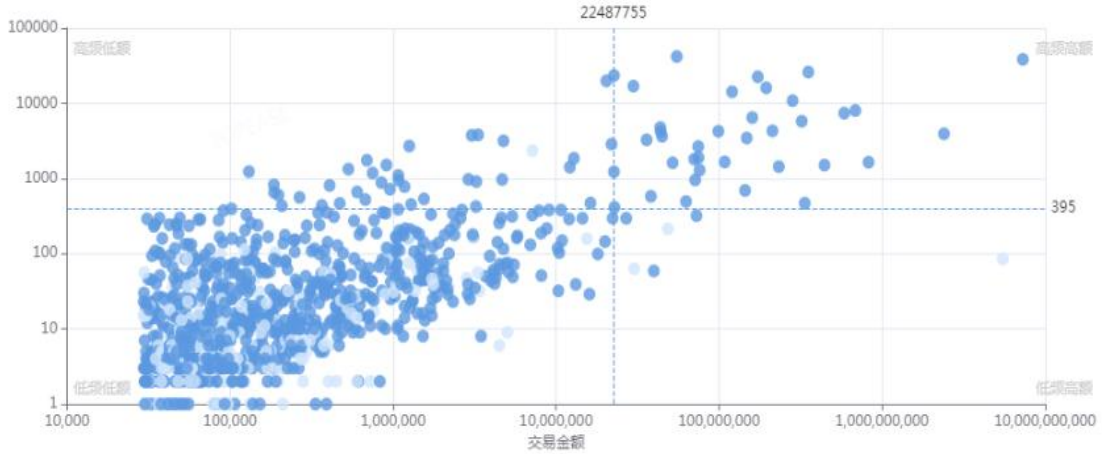
2024 年马来西亚汽车零部件采购商价值分层散点图  
 图源：特易 E 平台；制图：特易资讯

值得关注的十家采购商如下图所示：

采购商 TOP10	交易金额
CHERY CORPORATE M SDN BHD	7,275,370,442
MULTIPLE PARTS SUPPLY SDN BHD	5,502,819,277
MITSUBISHI MOTORS M SDN BHD	1,772,980,874
GREAT WALL MOTOR SALES M SDN BHD	827,098,512
MMC MANUFACTURING M SDN BHD	702,112,702
TC MODULE INTEGRATOR SDN BHD	611,952,448
VOLVO CAR MANUFACTURING MALAYSIA SDN BHD	611,233,135
HONDA TRADING M SDN BHD	593,127,301
AKASHI KIKAI INDUSTRY M SDN BHD	444,630,496
BMW M SDN BHD	350,856,313

2024 年马来西亚汽车零部件采购商 TOP10 ( 单位：美元 )  
 图源：特易 E 平台；制图：特易资讯

供应商方面，前 1000 家供应商, 平均交易金额为 22, 487, 755 美元，平均交易次数为 395 次，平均交易周期为 36 天。不同价值类型的企业价值分层如下图所示：



2024 年马来西亚汽车零部件供应商价值分层散点图  
 图源：特易 E 平台；制图：特易资讯

值得关注的十家供应商如下图所示：

供应商 TOP10	交易金额
CHERY AUTOMOBILE CO LTD	7,308,749,516
MEYLE AG	5,502,847,181
PT MITSUBISHI MOTOR KRAMA YUDHA IND	2,399,146,017
GREAT WALL MOTOR CO LTD	827,102,411
NISSAN MOTOR ASIA PACIFIC CO.LTD.	685,812,067
HONDA TRADING ASIA CO., LTD.	586,443,743
AKASHI KIKAI INDUSTRY CO. LTD	443,670,571
BMW ASIA TECHNOLOGY CENTRE SDN BHD	352,895,904
DAIHATSU ASIA TRADING THAILAND CO LTD	335,467,328
VOLVO CARS LOGISTICS CENTRE	321,577,698

2024 年马来西亚汽车零部件供应商 TOP10 (单位：美元)  
 图源：特易 E 平台；制图：特易资讯

## 四、新兴市场对汽车零配件进口的相关政策简报

在全球产业格局中，主要市场的进口政策对行业发展有着深远影响。以下对俄罗斯、墨西哥、马来西亚三国的汽车零配件进口政策进行要点列示。

### （一）俄罗斯

#### 1. 市场基本情况

俄罗斯汽车保有量超 5000 万辆，平均车龄 12 年，维修配件需求占市场 40%。2024 年汽车零配件进口额同比增长 82%，新能源车渗透率提升至 4.1%，推动电池、电机等电动配件需求年增 25%。

#### 2. 汽配市场特点

- 品类结构：传统燃油车配件占主导（发动机组件、制动系统占比超 50%），但新能源配件需求快速扩张。
- 供应链缺口：受俄乌冲突影响，欧洲供应链中断，中国成为俄罗斯最大汽配进口来源国（2024 年占比 38%）。

#### 3. 进口政策法规

##### 税收政策：

- 关税：进口汽车配件基础关税 3-5%，但对关键部件（如发动机、电控系统）加征至 10%。
- 增值税：统一增值税率 20%，但对本土化生产项目提供税收抵免（最高 15%）。

##### 技术壁垒：

- EAC 认证：所有进口配件需通过欧亚经济联盟技术认证，周期 6-8 个月。
- 本地化要求：2025 年起，进口商需承诺 30% 零部件在俄罗斯境内组装方可享受关税减免。

**特殊规定：**进口新能源车配件需强制安装格洛纳斯导航系统，并通过 OTTS 认证。

### （二）墨西哥

#### 1. 市场基本情况

墨西哥是全球第七大汽车生产国，2024 年汽车零部件出口额达 1600 亿美元，83% 流向美国。中国对墨出口汽配年复合增长率 14.7%，核心品类为发动机组件（29%）、电子系统（22%）。

#### 2. 汽配市场特点

- 北美供应链中枢：特斯拉新莱昂州超级工厂带动锂电池模组、焊接机器人进口需求激增（2024 年同比增长 53%）。
- 转口贸易窗口：中国企业通过墨西哥组装规避美国 301 关税（2024 年墨对美出口含中国中间品比例达 19%）。

#### 3. 进口政策法规

##### 税收政策：

- 关税：基础税率 5-35%，但符合《美墨加协定》（USMCA）区域价值含量（RVC $\geq$ 75%）的配件可免税。
- 反倾销税：对钢制紧固件等品类征收 15-25% 附加关税。

##### 本土化要求：

- USMCA 规则：2025 年起要求整车 75% 零部件在北美生产，挤压中国直接出口空间。
- 认证壁垒：NOM 标准认证周期 6-8 个月，涉及材料耐久性、环保指标。

### （三）马来西亚

#### 1. 市场基本情况

马来西亚汽配市场规模 60 亿美元，新能源汽车渗透率 2025 年预计达 5%。维修配件需求占比 40%，核心品类为发动机部件（30%）、制动系统（20%）。

#### 2. 汽配市场特点

- 智能化升级：ADAS 系统渗透率提升，智能配件市场规模 2025 年预计达 15 亿美元。
- 日系品牌主导：丰田、本田占据 60% 市场份额，适配日系车型的耐用配件需求旺盛。

#### 3. 进口政策法规

##### 税收政策：

- 关税：基础税率 5-10%，但柔佛州设厂企业可享 10 年所得税减免。
- 新能源：充电桩进口免税，电池组生产补贴 15%。

##### 技术壁垒：

- SIRIM 认证：强制要求配件符合 Euro 5 排放标准（2025 年强制执行）。
- 本地化比例：需满足 30% 本土生产比例方可享受关税减免。

总结前文信息，列表如下：

国家	市场基本情况	汽配市场特点	进口政策法规
俄罗斯	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 汽车保有量超5000万辆，平均车龄12年</li> <li>- 2024年汽配进口额同比+82%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 传统燃油车配件主导（占比50%）</li> <li>- 新能源配件需求年增长25%</li> </ul>	<p><b>税收政策：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 关税3-5%（关键部件10%）</li> <li>- 增值税20%，本土化生产享15%抵免</li> </ul> <p><b>技术壁垒：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- EAC认证（6-8个月）</li> </ul> <p><b>其他：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2025年起需30%本土组装</li> </ul>
墨西哥	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 全球第七大汽车生产国</li> <li>- 中国对墨出口年增长14.7%（核心：发动机组件29%）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 北美供应链中枢（特斯拉带动锂电池进口+53%）</li> <li>- 转口贸易规避美国关税（占比19%）</li> </ul>	<p><b>税收政策：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 关税5-35%（USMCA免税）</li> <li>- 钢制紧固件反倾销税15-25%</li> </ul> <p><b>技术壁垒：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- NOM认证（6-8个月）</li> </ul> <p><b>其他：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2025年USMCA本土化75%要求</li> </ul>
马来西亚	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 市场规模60亿美元（新能源渗透率5%）</li> <li>- 日系品牌占60%份额</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 智能配件市场2025年预计15亿美元</li> <li>- 适配日系车型的耐用件需求高</li> </ul>	<p><b>税收政策：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 关税5-10%（柔佛州享10年所得税减免）</li> <li>- 充电桩免税、电池组补贴15%</li> </ul> <p><b>技术壁垒：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- SIRIM认证（Euro 5排放）</li> </ul> <p><b>其他：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 本土生产比例≥30%</li> </ul>

## 五、全球汽车零配件行业的未来发展

2025年，全球汽车零配件行业正处于技术迭代、供应链重构与市场分化的多重变革中。数据显示，全球汽配市场规模中，电动车与智能配件占比超40%，标志着行业正从传统制造向智能化、绿色化深度转型。这一进程中，企业既需应对技术升级与合规成本的压力，也需把握新兴市场与循环经济的增长机遇。

**智能化与电动化已成为行业核心趋势。**智能网联技术的普及推动车载传感器市场规模突破2000亿美元，特斯拉等企业通过自动驾驶控制模块适配90%主流车型，实现车辆从“交通工具”向“智能终端”的跃迁。与此同时，固态电池技术的突破使电动车续航里程提升至800公里，加速传统燃油车配件（如内燃机组件）的淘汰进程。

**地缘政治与贸易壁垒正重塑全球供应链格局。**例如，墨西哥凭借USMCA免税政策成为转口贸易枢纽，2024年中国对墨出口的发动机组件占比29%，并通过本土组装规避美国301关税。然而，USMCA要求2025年整车75%零部件在北美生产，直接挤压了中国企业的出口空间。

**新能源汽车与后市场服务构成双增长引擎。**2025年全球电动车销量预计突破2500万辆，带动三电系统市场规模达1800亿美元，中国企业凭借65%的电池份额主导产业链。后市场领域，全球15亿辆汽车保有量催生1.2万亿美元维修需求，为中国经济型配件出口提供19%的增量空间。

全球汽车零配件行业正站在智能化与绿色化的历史拐点。企业需以技术创新为矛，以供应链韧性为盾，将循环经济与低碳制造纳入核心战略。

## 六、附录

## 附录一：俄罗斯汽车零配件（HS：8708）采购商 TOP50 名单

序号	采购商名称	价值分类	交易总额	交易次数	最近交易时间	交易间隔
1	ООО "HMMR"	66 天内高频高额	439106108.45	43748	202412	30
2	АО "АВТОВАЗ"	66 天内高频高额	100896652.04	1536	202412	30
3	ООО "LN DISTRIBUTCIYA"	66 天内高频高额	79908538.08	1874	202412	30
4	ООО "АВТОМОБИЛЬНЫЙ ЗАВОД "ГАЗ"	66 天内高频高额	69183506.48	1253	202412	30
5	ООО "A.P.R."	66 天内高频高额	69042014.32	5837	202412	30
6	ООО "VRTI"	66 天内高频高额	62663507.56	506	202412	30
7	ООО "КА ЭКСПОРТ"	66 天内高频高额	52065716.65	1479	202412	30
8	ООО "STS-LOGISTIKA"	66 天内高频高额	51752787.3	5661	202412	30
9	ООО "SIPAR RUS"	66 天内高频高额	46183968.86	497	202412	30
10	ООО "КЭТЛОГИСТИК"	66 天内高频高额	45704209.51	4234	202412	30
11	ООО "F.A. LOGISTIK"	66 天内高频高额	40617053.31	3631	202412	30
12	ТОВАРИЩЕСТВО НА ВЕРЕ "АВТОДИСТРИБЬЮШИН РУСС" И КОМПАНИЯ"	66 天内高频高额	39071784.39	680	202412	30
13	Organization ООО "NTT"	超 66 天内高频高额	38332071.14	4564	202410	91
14	Organization ООО "AVTOLID"	66 天内高频高额	34764000.58	1856	202412	30
15	ООО "ССТК"	66 天内低频高额	33154068.09	140	202412	30
16	ООО "TrakMotors"	66 天内高频高额	32725546.5	4034	202412	30
17	ООО "M-GRUPP"	66 天内高频高额	32260650.37	1494	202412	30
18	ООО "ЦТ"	66 天内高频高额	29751516.78	2598	202412	30
19	АО "ЧЕРИ АВТОМОБИЛИ РУС"	66 天内高频高额	27943368.27	2068	202412	30
20	ООО "KURGANSPECMASH"	66 天内低频高额	26150710.86	166	202412	30
21	ООО "БЕРГ ХОЛДИНГ"	66 天内高频高额	25008226.6	1587	202412	30
22	ООО "РУЛЕВЫЕ СИСТЕМЫ"	66 天内低频高额	23768407.47	160	202412	30
23	ООО "DZHOJSON SEJFTI SYSTEMS RUS"	66 天内高频高额	23514445.64	1173	202412	30
24	ООО "ОТТ"	66 天内高频高额	22978105	2902	202412	30
25	ООО "PROFIMPORТ"	66 天内高频高额	22361694.33	2016	202412	30
26	ООО "ШАТЕ-М ПЛЮС"	66 天内高频高额	21828252.69	2113	202412	30
27	ООО "ШИНКАР"	66 天内低频高额	21401152.95	105	202412	30
28	Organization ООО "ETALON"	66 天内低频高额	21388313.1	143	202412	30
29	ООО "YURAL"	66 天内高频高额	20985011.09	1822	202412	30
30	ООО «НИТ MOTORZ RUS»	66 天内高频高额	20700509.2	1978	202412	30
31	АО "ПЕТЕРБУРГСКИЙ ТРАКТОРНЫЙ ЗАВОД"	66 天内低频高额	20238093.86	165	202412	30
32	ООО "МЕГАТЕКС-ТРЕЙДИНГ"	66 天内高频高额	19641913.17	376	202412	30
33	Organization ООО "AVTOZAVOD ST.PETERSBURG"	66 天内高频高额	19407517.92	12083	202412	30
34	ООО "АМТЕЛ"	66 天内高频高额	18789454.59	1063	202412	30
35	ООО "МИТ"	66 天内高频高额	18169416.15	685	202412	30
36	ООО "ТСФ КАМА"	66 天内高频高额	17821083.57	351	202412	30

37	ООО "VBG"	66 天内低频高额	17455873.38	285	202412	30
38	ООО "Tirsan"	66 天内低频高额	17284573.08	141	202412	30
39	ООО "ТЛЦ БЕЛЫЙ РАСТ ПО ПОРУЧЕНИЮ"	66 天内高频高额	17181776.46	1927	202412	30
40	ООО "PROM-ZAKUPKI"	66 天内低频高额	17119032.18	202	202412	30
41	ООО "АУТОМОТИВ СИСТЕМС"	66 天内低频高额	16778667	165	202412	30
42	Organization ООО "FVN Vostok"	66 天内高频高额	15474840.77	316	202412	30
43	АО "BRIKSO"	66 天内低频高额	15033749.33	123	202412	30
44	ООО "LEDAKAR"	66 天内高频高额	14685695.55	444	202412	30
45	ООО "ТРАНС КАРГО"	66 天内高频高额	14627436.21	766	202412	30
46	ООО "ТОЙОТА МОТОР"	66 天内高频高额	14423433.21	7109	202411	60
47	ООО "Grinlajt"	66 天内高频高额	13784718.21	831	202412	30
48	ООО "AZ RARITEK"	66 天内低频高额	13636888.17	70	202412	30
49	ООО "AMT N.V."	66 天内高频高额	13312237.44	1190	202412	30
50	АО "АВТОЭЛЕКТРОНИКА"	66 天内低频高额	12627438.35	104	202412	30

## 附录二：墨西哥汽车零配件（HS：8708）采购商 TOP50 名单

序号	采购商名称	价值分类	交易总额	交易次数	最近交易时间	交易间隔
1	GENERAL MOTORS DE MEXICO S. DE R.L. DE C.V.	47 天内高频高额	876318035.94	4388	202509	29
2	AUDI MEXICO S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	512004080.69	2933	202509	29
3	STELLANTIS MEXICO S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	456687362.99	19529	202509	29
4	NX GLOBAL LOGISTICS DE MEXICO S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	447779355.71	5205	202509	29
5	VOLKSWAGEN DE MEXICO S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	446966703.46	4527	202509	29
6	MAZDA MOTOR MANUFACTURING DE MEXICO S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	446959000.91	9891	202509	29
7	NISSAN MEXICANA S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	431730328.13	4839	202509	29
8	BMW SLP S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	316408003.78	1585	202509	29
9	COOPERATION MANUFACTURING PLANT AGUASCALIENTES S.A. DE C.V.	47 天内低频高额	199968347.48	474	202509	29
10	JATCO MEXICO S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	198608689.51	16768	202509	29
11	MOBIS MANUFACTURING MEXICO S. DE R.L. DE C.V.	47 天内高频高额	175988942.03	21087	202509	29
12	ZF CHASSIS MODULES TOLUCA S. DE R.L. DE C.V.	47 天内高频高额	167017725.65	4559	202509	29
13	EQUIPO AUTOMOTRIZ AMERICANA S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	132881641.61	12290	202509	29
14	OLYMPUS AUTOMOTIVE INTERIORS S. DE R.L. DE C.V.	47 天内高频高额	127398045.7	17226	202509	29
15	FRENOS Y MECANISMOS S. DE R.L. DE C.V.	47 天内高频高额	126673183.76	4900	202509	29
16	KIA MOTORS MEXICO S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	125755812.29	10352	202509	29
17	TOYOTA MOTOR MANUFACTURING DE GUANAJUATO S.A. DE C.V.	47 天内低频高额	122227711.78	322	202509	29
18	THYSSENKRUPP PRESTA DE MEXICO S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	118351028.23	5222	202509	29
19	SUNGWOO HITECH MEXICO S.A. DE C.V.	47 天内低频高额	117626188.86	602	202509	29

20	GIANT MOTORS LATINOAMERICA S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	116180005.58	4871	202509	29
21	DANA DE MEXICO CORPORACION S. DE R.L. DE C.V.	47 天内高频高额	113367464.59	1508	202509	29
22	HONDA DE MEXICO S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	113057110.73	4283	202509	29
23	AUTOLIV MEXICO S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	97983347.65	13297	202509	29
24	ZONE COMPRA S. DE R.L. DE C.V.	47 天内高频高额	94356792.46	44894	202509	29
25	SISTEMAS AUTOMOTRICES DE MEXICO S.A. DE C.V.	47 天内低频高额	93991512.16	639	202509	29
26	THYSSENKRUPP AUTOMOTIVE SYSTEMS DE MEXICO S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	90921932.54	1770	202509	29
27	FORD MOTOR CO S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	86214052.65	11111	202509	29
28	MANDO CORPORATION MEXICO S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	85675189.58	4590	202509	29
29	DTR MEXICO SAN LUIS POTOSI S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	82261667.35	1587	202509	29
30	SKF DE MEXICO S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	80449216.08	3315	202509	29
31	TOYOTA MOTOR MANUFACTURING DE BAJA CALIFORNIA S. DE R.L. DE C.V.	47 天内低频高额	77218092.73	161	202509	29
32	BINEX LINE MEXICO S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	75675390.37	1245	202509	29
33	TRW VEHICLE SAFETY SYSTEMS DE MEXICO S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	73725320.77	10439	202509	29
34	OPTIMO AUTOPARTES S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	71942850.85	2493	202509	29
35	CONMET DE MEXICO S.A. DE C.V.	47 天内低频高额	71048681.66	474	202509	29
36	SUSPENSION Y DIRECCION S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	67246890.22	4985	202509	29
37	SPAN DE MEXICO S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	65952925.92	1954	202509	29
38	DAIMLER VEHICULOS COMERCIALES MEXICO S. DE R.L. DE C.V.	47 天内高频高额	64819841.79	8822	202509	29
39	INDUSTRIAS JOHN DEERE S. DE R.L. DE C.V.	47 天内高频高额	64016805.32	3702	202509	29
40	AUTOLIV SAFETY TECHNOLOGY DE MEXICO S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	62335276.26	13427	202509	29
41	JTEKT AUTOMOTIVE MEXICO S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	61221000.83	1544	202509	29
42	JAPAN GENUINE PARTS S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	53759335.02	13519	202509	29
43	TRW SISTEMAS DE DIRECCIONES S. DE R.L. DE C.V.	47 天内低频高额	50477647.54	537	202509	29
44	RADEC S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	50165430.28	84028	202509	29
45	BREMBO MEXICO S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	49792096.55	3711	202509	29
46	AUTOLIV STEERING WHEELS MEXICO S. DE R.L. DE C.V.	47 天内高频高额	48974391.42	1874	202509	29
47	ROBERT BOSCH MEXICO SISTEMAS AUTOMOTRICES S.A. DE C.V.	47 天内低频高额	47533471.76	360	202509	29
48	MAGNA POWERTRAIN DE MEXICO S.A. DE C.V.	47 天内高频高额	44084034.87	2889	202509	29
49	SCHAEFFLER AUTOMOTIVE AFTERMARKET MEXICO S. DE R.L. DE C.V.	47 天内高频高额	42392383.5	2449	202509	29
50	SCHAEFFLER TRANSMISION S. R.L. DE C.V.	47 天内高频高额	42389107.94	3374	202509	29

## 附录三：马来西亚汽车零配件（HS：8708）采购商TOP50名单

序号	采购商名称	价值分类	交易总额	交易次数	最近交易时间	交易间隔
1	CHERY CORPORATE MALAYSIA SDN BHD	75 天内高频高额	7856874745.92	169749	202509	29
2	MULTIPLE PARTS SUPPLY SDN BHD	超 75 天低频高额	5562850716.61	252	202507	91
3	MITSUBISHI MOTORS AUTO PACIFICA SDN BHD	75 天内高频高额	1793905959.47	26334	202509	29
4	GREAT WALL MOTOR SALES MALAYSIA SDN BHD	75 天内高频高额	884508546.68	13259	202509	29
5	VOLVO CAR MANUFACTURING MALAYSIA SDN BHD	75 天内高频高额	786624479.3	66668	202509	29
6	MMC MANUFACTURING MALAYSIA SDN BHD	75 天内高频高额	733826377.7	9405	202509	29
7	TC MODULE INTEGRATOR SDN BHD	75 天内高频高额	682691730.38	22412	202509	29
8	HONDA TRADING MALAYSIA SDN BHD	75 天内高频高额	645635761.41	44492	202509	29
9	AKASHI KIKAI INDUSTRY MALAYSIA SDN BHD	75 天内高频高额	543341574.72	10397	202509	29
10	UMW TOYOTOA MOTOR SDN BHD	75 天内高频高额	423163164.31	397433	202509	29
11	BMW MALAYSIA SDN BHD	75 天内高频高额	421038925.96	142988	202509	29
12	PERUSAHAAN OTOMOBIL NASIONAL SDN BHD	75 天内高频高额	394315554.66	6548	202509	29
13	MERCEDES BENZ MALAYSIA MY	75 天内高频高额	370558987.61	101258	202509	29
14	HONDA MALAYSIA SDN BHD	75 天内高频高额	352506659.89	175531	202509	29
15	PERODUA GLOBAL MANUFACTURING SDN BHD	75 天内高频高额	334953186.67	14868	202509	29
16	TOYOTA TSUSHO MALAYSIA SDN BHD	75 天内高频高额	233991062.83	75649	202509	29
17	PERODUA MANUFACTURING SDN BHD	75 天内高频高额	228103183.96	11873	202509	29
18	TCM STAMPING PRODUCTS SDN BHD	75 天内高频高额	173660088.45	18767	202509	29
19	NAMICOH SURIA SDN BHD	75 天内高频高额	153556038.72	3731	202509	29
20	HONDA ASSEMBLY MALAYSIA SDN BHD	75 天内高频高额	152414804.85	79316	202509	29
21	ARMSTRONG AUTO PARTS SDN BHD	75 天内高频高额	144129613.42	5528	202509	29
22	PERODUA SALES SDN BHD	75 天内高频高额	139702407.47	14337	202509	29
23	SIME DARBY AUTO CONNEXION SDN BHD	75 天内高频高额	138020449.9	8788	202509	29
24	ISUZU HICOM MALAYSIA SDN BHD	75 天内高频高额	126113694.7	69745	202509	29
25	PROTON PARTS CENTRE SDN BHD	75 天内高频高额	124633236.6	3319	202509	29
26	PEPS JV MELAKA SDN BHD SDN BHD	75 天内高频高额	120081549.87	12296	202509	29
27	TAN CHONG SONS MOTOR COMPANY SDN BHD S DN BHD SDN BHD	75 天内高频高额	117659181.99	22274	202509	29
28	CLARION MALAYSIA SENDIRIAN BERHAD	75 天内高频高额	96341519.19	6079	202509	29
29	ISUZU MALAYSIA SDN BHD	75 天内高频高额	85798145.98	9732	202509	29
30	FURI GLOBAL SDN BHD	75 天内高频高额	77892319.9	3649	202509	29
31	SIME DARBY AUTO BAVARIA SDN BHD	75 天内高频高额	76711724.36	73441	202509	29
32	AUTOLIV HIROTAKO SAFETY SDN BH KULA LAMPU R	75 天内高频高额	73677840.18	3570	202509	29
33	ZF CHASSIS SYSTEMS SDN BHD SDN BHD	75 天内高频高额	71446442.91	7917	202509	29
34	HICOM TECK SEE MANUFACTURING MALAYSIA SDN BHD	75 天内高频高额	64443063.96	7709	202509	29
35	DEM DRAEXLMAIER AUTOMOTIVE SYSTEMS MALAY	75 天内高频高额	58285325.33	10394	202509	29

	SIA SDN BHD					
36	YONMING AUTO & INDUSTRIAL PARTS SDN BHD	75 天内高频高额	52933855.51	4754	202509	29
37	APM AUTOMOTIVE MODULES SDN BHD	75 天内高频高额	52033911.98	18921	202509	29
38	PROTON TANJUNG MALIM SDN BHD	75 天内低频高额	48023747.84	615	202509	29
39	VOLKSWAGEN PASSENGER CARS MALAYSIA SDN BHD	75 天内高频高额	42398486.69	15971	202509	29
40	HONG SENG ASSEMBLY SDN BHD	75 天内高频高额	41460953.86	12493	202509	29
41	YANFENG MALAYSIA AUTOMOTIVE INTERIOR SYSTEM SDN BHD	75 天内高频高额	40025351.79	9921	202509	29
42	JTEKT MALAYSIA SDN BHD	75 天内低频高额	39810911.76	1600	202509	29
43	AUTOMOTIVE INDUSTRIES SDN BHD	75 天内高频高额	37334429.02	20207	202509	29
44	HICOM HBPO SDN BHD	75 天内高频高额	36853099.4	10890	202509	29
45	PHN INDUSTRIES SDN BHD	75 天内高频高额	32212081.73	5748	202509	29
46	AUTOLIV HIROTAKO SRS MALAYSIA	75 天内高频高额	30853386.9	2432	202509	29
47	TC SUBARU SDN BHD	75 天内高频高额	30421840.05	2791	202509	29
48	STARLAI SDN BHD	75 天内高频高额	26202958.96	5116	202509	29
49	GSP INDUSTRY MALAYSIA SDN BHD	75 天内高频低额	25674466.47	5704	202509	29
50	TERBERG MANUFACTURING AND ASSEMBLY SDN BHD	75 天内低频低额	23611201.05	1320	202509	29

## 特易资讯TOPEASE

# 数字化营销综合解决方案服务提供商

上海特易信息科技有限公司成立于2004年，东浩兰生(集团)有限公司旗下全资子公司投资企业，是企业数字化营销综合解决方案服务提供商。坚持以客户的实际应用需求为牵引，深度挖掘海量数据内在价值，结合人工智能与云计算技术，全方位充分激活并释放外贸大数据潜能，帮助客户以数据赋能，不断提高企业自身外贸数字化营销能力。

## 一站式外贸数字化营销综合解决方案



主动开发场景

B2B询盘引流场景

申请试用 免费体验



扫描二维码申请免费试用



订阅号

捕捉国际市场动态  
网罗前沿外贸资讯



服务号

外贸企业的智能助手  
提供一站式解决方案



视频号

洞察市场动态  
预见行业未来



抖音号

外贸风向标  
全球商机一网打尽

# 特易资讯外贸白皮书目录

## 行业分析系列

- 中国新能源汽车行业**  
全球竞争力分析与各国进口贸易法规影响  
发布时间: 2024年10月
- 中国对非洲二手车出口**  
及非洲重点进口国分析  
发布时间: 2024年10月
- 全球化妆品市场概况**  
及中国化妆品出口情况分析  
发布时间: 2024年11月
- 中国半导体照明及应用领域**  
出口统计及市场发展趋势分析  
发布时间: 2024年11月
- 中国电动自行车及三轮车**  
东南亚市场出口分析  
发布时间: 2024年11月
- 中国充电桩及储能设备**  
出口分析及各国进口政策影响  
发布时间: 2025年05月
- 中国消费电子出海国别机会洞察报告**  
特易资讯·亿欧智库特别企划!  
发布时间: 2024年12月
- 中国半导体行业出口分析**  
及各国进口政策影响  
发布时间: 2025年02月
- 中国工程机械设备出海国别机会洞察报告**  
特易资讯·亿欧智库特别企划!  
发布时间: 2025年02月
- 中国二手车行业出口分析**  
及各国进口政策影响  
发布时间: 2025年02月
- 中国汽车零配件出口分析**  
及各国进口政策影响  
发布时间: 2025年03月
- 2025年中国宠物食品出海分析报告**  
特易资讯·亿欧智库特别企划!  
发布时间: 2025年04月
- 中国露营装备出海国别机会洞察报告**  
特易资讯·亿欧智库特别企划!  
发布时间: 2025年04月
- 消费电子出海国别机会洞察白皮书**  
发布时间: 2025年04月
- 2025中国储能行业全球化市场布局与高价值商业模式研究**  
发布时间: 2025年04月
- 中国环保设备出海国别机会洞察报告**  
发布时间: 2025年05月
- 中国生物制药、医疗设备及医用耗材出口及重点进口国市场分析**  
发布时间: 2025年05月
- 中国婴儿用品出口分析及各国进口政策影响**  
发布时间: 2025年06月
- 中国照明上下游行业出口分析及各国进口政策影响**  
发布时间: 2025年06月
- 中国加工石材出口分析及各国进口政策影响**  
发布时间: 2025年06月
- 中国阀门出口分析及各国进口政策影响**  
发布时间: 2025年07月

## 中企出海系列

- 印度尼西亚市场贸易发展**  
发布时间: 2024年12月
- 马来西亚市场贸易发展**  
发布时间: 2025年02月
- 越南市场贸易发展**  
发布时间: 2025年02月
- 菲律宾市场贸易发展**  
发布时间: 2025年02月
- 巴西市场贸易发展**  
发布时间: 2025年03月
- 印度市场贸易发展**  
发布时间: 2025年03月
- 俄罗斯市场贸易发展**  
发布时间: 2025年03月
- 泰国市场贸易发展**  
发布时间: 2025年03月
- 土耳其市场贸易发展**  
发布时间: 2025年05月
- 美国市场贸易发展**  
发布时间: 2025年04月
- 墨西哥市场贸易发展**  
发布时间: 2025年04月
- 尼日利亚市场贸易发展**  
发布时间: 2025年04月

## 外贸干货系列

- 中国出口百大产品及贸易伙伴排名统计数据**  
发布时间: 2025年01月
- 2024年度外贸企业营销数字化发展分析报告**  
发布时间: 2025年01月
- 写给外贸人的展会营销指南**  
发布时间: 2025年04月
- 非美市场贸易开发指南**  
发布时间: 2025年04月

此外, 定制化报告服务持续进行中, 关注特易资讯订阅号, 了解活动详情!

助力汽车零部件产业从中国制造到中国智造  
繁荣中国汽车售后市场 创新服务构建新格局  
推动汽配产业链供应链 实现数字化高效流通



商会微信公众号

商会官网：[www.auto-parts.org.cn](http://www.auto-parts.org.cn)

商会秘书处电话：010-52263175

全国工商联汽车摩托车配件用品业商会  
汽配产业研究院整理编制/谨供会员参考