

汽车行业研究报告

一、公司行业概况

1、行业分类

公司所处行业为汽车维修、服务行业，属于汽车后市场。根据《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所属行业为机动车、电子产品和日用产品修理业（O80）；根据《国民经济行业分类》，公司所属行业为机动车、电子产品和日用产品修理业（O80）；根据 Wind 行业分类，公司所处行业为汽车>汽车服务。

2、行业监管体制

（1）行业主管部门

汽车维修、服务行业的行政主管部门是中华人民共和国交通运输部（以下简称“交通运输部”）。作为公司所处行业管理部门，交通运输部对于本行业进行宏观政策指导、行业规定及国家标准的制定等。

（2）自律性组织

公司所处行业的自律性组织是中国汽车用品行业协会及各地方分会，其隶属于中国汽配行业协会。根据国家有关的法律法规和国务院有关部门的规定，中国汽车用品行业协会具有提供调查研究建议、自律管理、信息引导、咨询服务、国际交流等基本职能。

3、相关产业政策

2014 年开始，国家一直在出台针对汽车市场的法律法规《关于促进汽车维修业转型升级提升服务质量的指导意见》等文件。

2015 年交通部发布了《汽车维修技术信息公开实施管理办法（征求意见稿）》。

2015 年 3 月的人大会议上，李克强总理在政府工作报告中也提出了十条与汽车行业有关的内容。整体看来，国家在汽车后市场大力支持的态度的态度，包括出台指导意见在内的一系列措施都是旨在破除汽车后市场壁垒，引入自由竞争。

4、行业发展现状

汽车市场成熟的标志为整个汽车行业中的竞争主要集中在汽车服务领域。从汽车产业价值链上可以看出，汽车后市场是汽车产业链中最主要、最稳定的利润来源，可占据总利润的 60%-70%左右。美国的汽车售后服务被喻为“黄金产业”，在欧洲，汽车售后服务被称为利润丰厚的“大蛋糕”，更是获利的主要来源。

汽车后市场称为汽车业的黄金产业，它是指汽车销售后，围绕汽车使用过程中的各种服务。对于“汽车后市场”的定义，归纳起来有三种：定义之一是消费者在使用汽车的过程中所发生的与汽车有关的费用，具体维修、保养、零配件、美容、改装、油品等服务；定义之二是整车落地销售后，车主所需的一切服务；定义之三是汽车产业链的有机组成部分。

汽车后市场的最早的分类是以汽车整车销售的前、后顺序进行分类的，汽车后市场行业简称-车后市。一是汽保行业；二是汽车维修及配件行业；三是汽车精品、用品、美容、快修及改装行业；四是二手车及汽车租赁行业。现在的汽车后市场大体上可分为七大行业：汽保行业；汽车金融行业；汽车 IT 行业；汽车精品、用品、美容、快修及改装行业又称汽车养护行业；汽车维修及配件行业；汽车文化及汽车运动行业；二手车及汽车租赁行业。随着后市场不断的发展壮大，为了满足更多车主的需求，后市场又衍生了新兴行业—汽车延保（汽车延长保修服务行业）。

20 世纪 30 年代初，汽车美容、养护业在英美等发达国家开始起步，汽车后市场的雏形开始形成。第二次世界大战后，经济的复苏使汽车工业飞速发展。同时，也使汽车美容、养护业日益壮大，汽车已经不再采用“大拆大卸”的维修方式，而是采用以维护为主、视情维修的方式，推行免拆维护；汽车后市场逐渐走向成熟。汽车美容、养护业在我国兴起于 20 世纪 90 年代。随着轿车拥有量特别是私家车拥有量的增加，汽车美容、养护业开始被有车族所熟知，“七分养，三分修”，以养代修的爱车新理念逐步被广大有车族所接受。发展至今，我国的汽车后市场已初具规模，从业人员达 240 万人，年维修产值 300 亿元。但与英美等发达国家相比，我国的汽车后市场总体水平依然落后，停留在汽车后市场的初级阶段。2002 年以来，伴随着我国汽车工业的发展、相关政策的调整与完善，以及汽车保有量的迅速增加，汽车后市场发展迅猛，市场前景十分看好。但是，随着国内汽车后市场的成熟，国外汽车后市场的行业巨头也都纷纷进入中国，美国“胜牌”、日本“黄帽子”等国际大品牌都已相继举旗进入，其他的一些国际大品牌也在跃跃欲试。

欧美发达国家后市场现状。

据统计美国的汽车保有量在 2 亿辆左右，平均每 3 个人有 2 辆车，95%的家庭都有汽车。典型的以连锁店为主导的形式，占据了 80%以上的市场份额。

美国幅员辽阔，同时又是世界各个品牌汽车的卖场。车辆品牌多，市场区域大，依赖主机厂在各地建立网络覆盖市场的所有需求，明显是不现实的。此外，美国人喜欢驾车出行，活动无固定半径。这样的市场自然呼唤一个能够提供便捷的车辆维修保养的体系——必备的特点是“专业性、一致性，覆盖面广、便捷性、经济性”。

日本：完整的 4S 店体系。

日本的汽车售后服务体系呈现的特点是：连锁模式体系小、以整车厂的特约维修店为主导。售后服务体系中所用的汽车配件 80%以上是 OEM 产品，市场密集，平均每个维修店为 710 辆车服务。

欧洲：维修为主要业务。

德国其实也在一定程度上展现了欧洲汽车维修市场的情况。仅在德国，就有十几个有一定影响力的维修连锁品牌，连锁网点规模从几十到一两千不等，但并无一家可以占据绝对优势。连锁店的发起人为配件销售商、汽车零部件制造商及维修企业。在德国，你很难见到面积很大，以汽车美容、装具销售为主导的汽车服务网点。

二、行业市场规模

1、欧美市场基数庞大的汽车保有量

欧美国家作为汽车工业极其发达的国家，其汽车保有量是十分庞大的。

表 4.2-12013 年部分国家车辆密度及汽车保有量情况

国别	汽车保有量（千辆）	千人汽车保有量	人口密度 人/KM ²	车辆密度 车/KM ²
美国	252,715	802	34	27
西班牙	27,155	589	92	54
法国	38,200	580	119	69
意大利	41,830	690	198	139
德国	47,015	575	226	132
英国	36,468	584	261	149
日本	76,619	599	337	203
中国	126,701	94	142	13

数据来源：OICA、世界银行、2014 中国统计年鉴、USCensusBureau、EuroStat

同时，欧美国家汽车使用年限变长，汽车后市场发展稳定。美国自经济危机以来，平均汽车的使用年限不断上升。根据 ACA（AutoCareAssociation，原美国 AAIA）数据，美国汽车的平均使用年限已达到 11.4 年，持续上涨的汽车使用年限对汽车后服务市场起到了推动作用，尤其是对汽配维修产业。根据 ACA《Factbook2015》预测，美国汽车后市场总额在 2017 达到 3625.9 亿美元，年均复合增长率 3.4%，低于预期 GDP 增长率 1.5 个百分点。（数据来源：ACAFactbook2015，兴业证券研究所。）

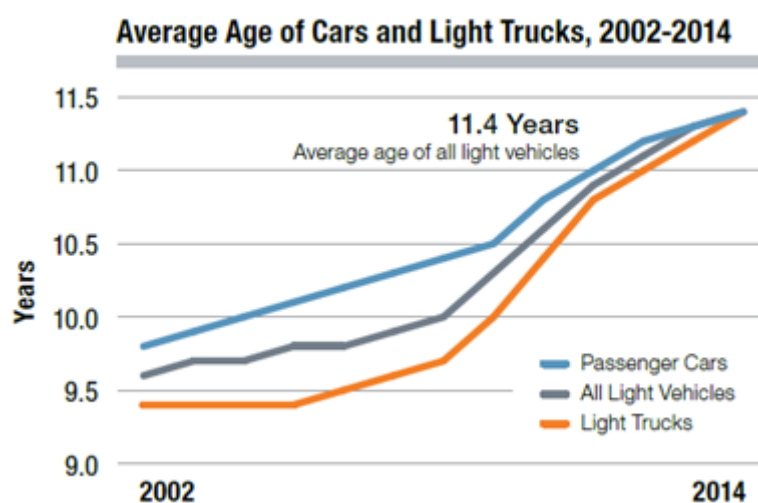


图 4.2-1 美国汽车平均使用年限

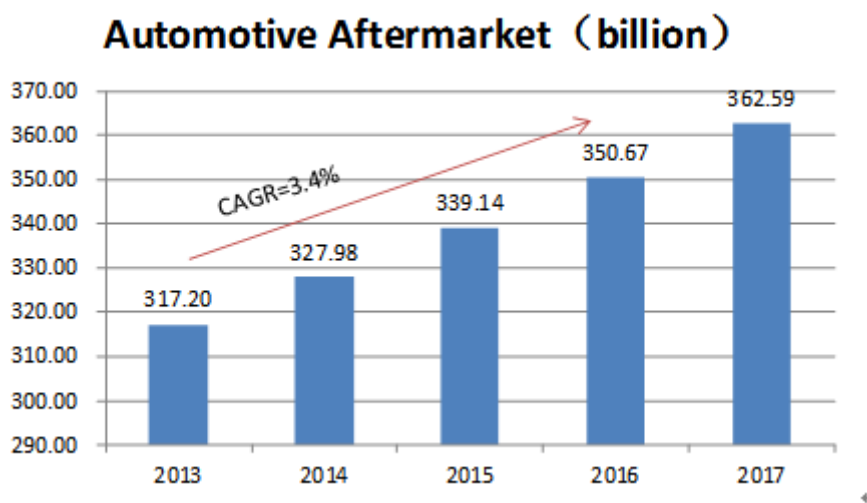


图 4.2-2 美国汽车后市场规模

2、中国汽车后市场迎来爆发式增长

近年来，中国汽车后市场迅速发展。根据国家统计局和中国汽车流通协会的数据估算，2014年中国汽车后市场规模达1.87万亿元，2015-2020年将保持17%-20%的高速增长，2020年有望接近5万亿元。在成熟的汽车大国或地区如美国、日本、欧洲等，以维修和养护为代表的汽车后市场占汽车产业链利润的60%左右。相比之下，我国人均汽车保有量与国际水平还有较大差距，汽车后市场的增长空间巨大。（资料来源：中国汽车后市场蓝皮书，申万研究）

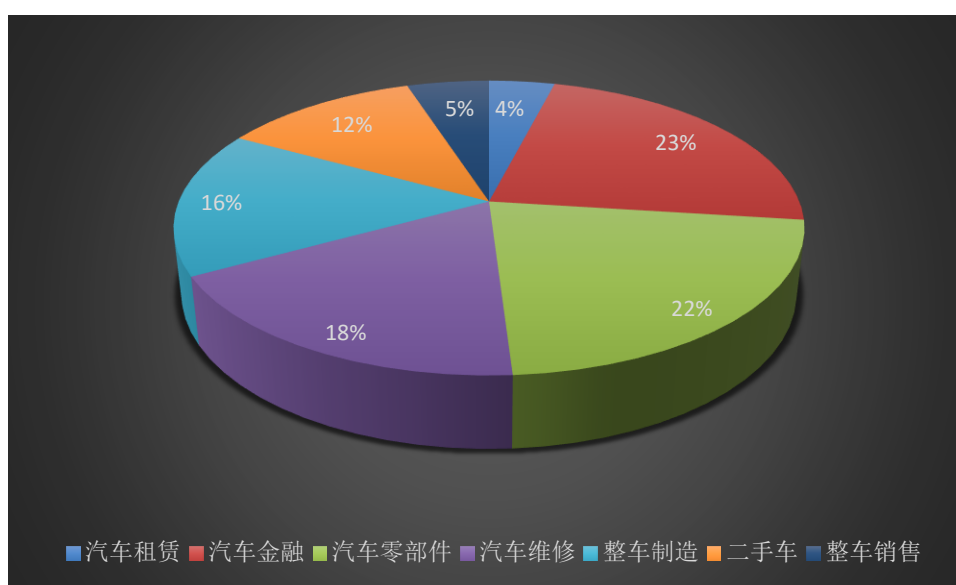


图 4.2-3 海外成熟市场汽车产业链利润分布

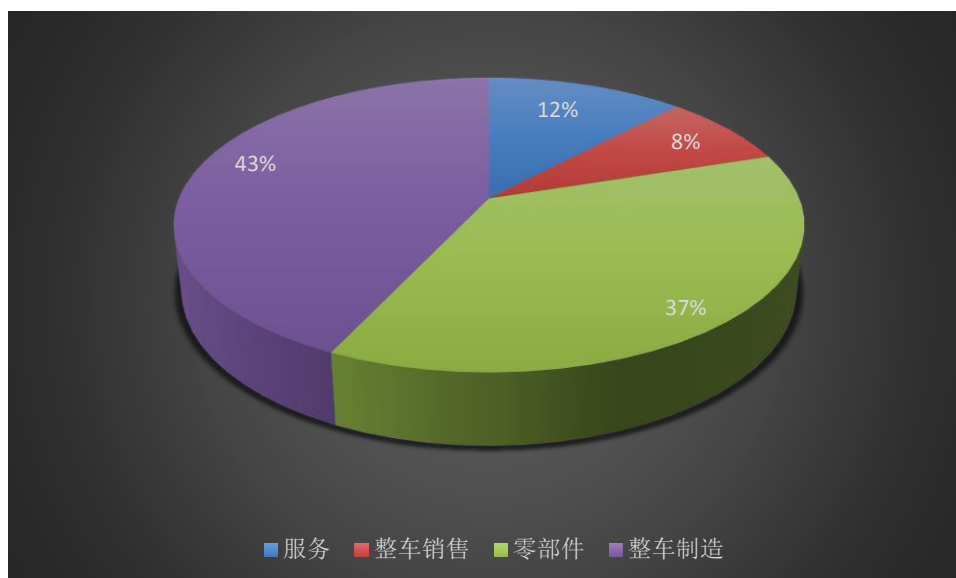


图 4.2-4 中国汽车产业链利润分布

从以上数据可以分析，欧美市场是我国汽车用品行业出口的庞大存量市场；而国内市场则是汽车用品行业要进行开疆拓土的新兴市场。

三、公司在行业中的竞争地位

1、行业竞争格局

我国汽车用品行业尚未形成统一的行业标准，不存在行政限制壁垒，行业进入门槛较低，行业相对集中，集中度较低，行业未形成大型龙头企业。我国汽车用品行业主要分布在广东、浙江、江苏、福建等沿海省市。

汽车用品市场作为汽车后市场最核心的三大板块之一，在近年来逐渐成为汽车后市场最具有发展潜力的行业之一。根据“中国金恒德汽车用品价格指数体系”分类，汽车用品分为四大类：汽车内饰用品（坐垫、脚垫、方向盘套、装饰类工艺品等）、汽车外饰用品（太阳膜、改色膜等）、汽车电子用品（GPS导航、影音娱乐、汽车防盗器等）和汽车美容养护（车内外清洗、空气净化等）。据不完全统计，2015年四大类汽车用品年产值如下表：

表 4.3-1 四大类汽车用品 2015 年产值

类别	产值（亿元）
汽车内饰用品	712.47
汽车外饰用品	253.94
汽车电子用品	789.93
汽车美容养护	683.66

2、公司的行业地位

公司坐落于浙江台州天台汽车用品产业集群地，天台县是“中国汽车用品制造基地”和“中国汽车用品出口基地”。主要生产六大系列产品，座垫、脚垫、椅

套、遮阳挡、车船罩、方向盘套等上千个品种，从业人员约 6 万人，产品销往欧美、中东、日韩、东南亚等 80 多个国家和地区，2013 年实现工业总产值 59.69 亿元，工业销售产值 57.76 亿元，出口交货值 35.7 亿元，汽车用品出口额约占全国的 60%以上，内销市场占有率约 30%左右，成为国内汽车内外饰品生产制造重要集聚地，是国内外最大的汽车用品集散地。至 2013 年网上销售汽车用品的网商有上千家，营业额达 26 亿元，是国内最大的汽车用品电商销售网络。

天台汽车用品生产的六大系列产品，分别有 6 个超亿元企业引领。以生产车船罩为引领的浙江明丰汽车用品有限公司，资产总额约占 2 亿元，厂区占地 6 万多平方米，现有员工 800 多名，日产各种车船罩 1.6 万多套，公司 2013 年实现工业总产值 2.37 亿元，其中出口交货值 2.369 亿元。以生产橡胶脚垫等品种齐全为引领的浙江天鸿汽车用品有限公司；以生产汽车脚垫等引领的浙江鸿盛原汽车用品有限公司；以专业生产汽车方向盘套为引领的浙江蓝威汽车配件有限公司；以生产汽车椅套，座垫为主等引领的浙江爱特利专用饰品有限公司；规模上企业总产值达 14 亿元，保持了天台汽车用品在国际国内市场领先份额，并稳定增长。

在汽车用品行业排名：根据浙江省汽车用品协会统计，公司自 2010 年至 2013 年，在年产值、销售额、利润及税收等主要经济指标，连续四年名列第一。是目前最大的汽车罩类制造商之一。

注：参考文章：

- (1) 《欧美发达国家后市场现状》，帅苔迈；
- (2) 《2013-2017 中国汽车后市场蓝皮书》；
- (3) 《我国汽车美容养护业发展分析》，江凤德。

该报告为新三板行业分析师对三板相关行业发表的研究报告，不属于根据中国证监会《发布证券研究报告暂行规定》所撰写和发布的证券研究报告范畴。