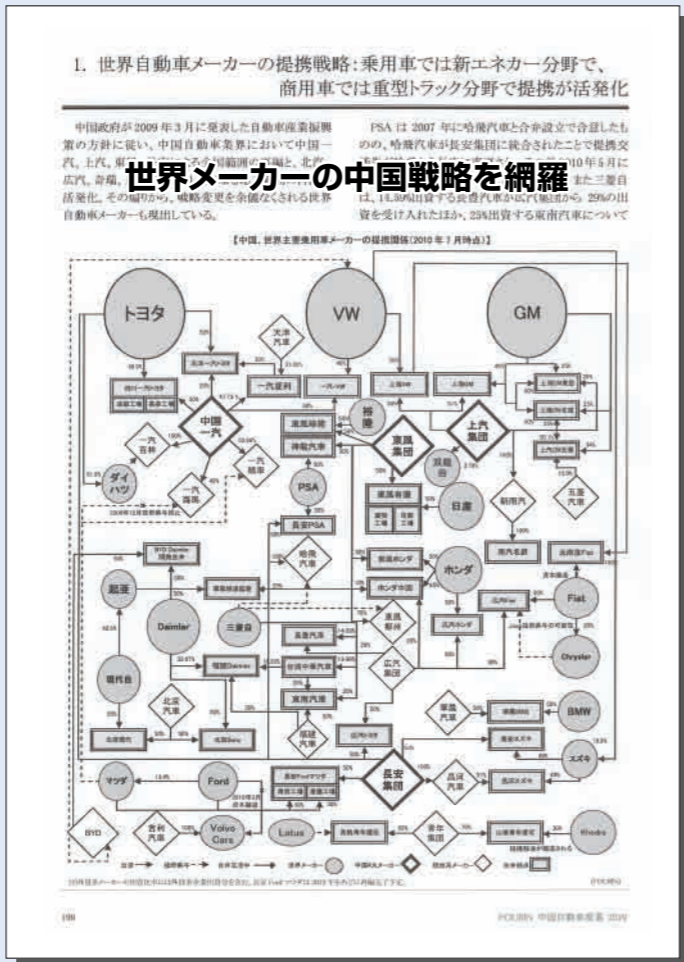




「第5章 中国自動車メーカーの2010年代経営戦略」より



「第6章 中国自動車産業の現場と焦点」より

中国自動車産業 2010

1,600万台超を目前にして正念場を迎える各社製品戦略

■ 発刊：2010年9月 ■ 体裁：A4判、301頁+CD ■ 価格：120,000円(税込126,000円) 国内送料込



- 自動車産業を中国における主力基幹産業と位置付ける産業政策を全面要約!
- 世界から注目される中国のHEV、PHEV、EVの製品開発をメーカー別に整理!
- 財務データから競争が激化する中国自動車産業全体の収益性変化を分析!
- 中国系24社、外資系19社のシェア獲得に向けた新製品戦略を網羅!
- 末端ユーザーの需要を反映する登録データで地方別需要変動を解析!

中国自動車産業は、2008年秋以降の世界的金融危機を乗り越えて、2009年には生産、工場出荷台数ともに1,300万台を突破し、世界最大規模となりました。2010年も成長の勢いは止まらず、1~6月の累計生産・工場出荷台数が約900万台に拡大したことから、中国自動車工業協会は2010年8月に2010年通年見通しを年初の1,500万台から1,600万台に上方修正しました。

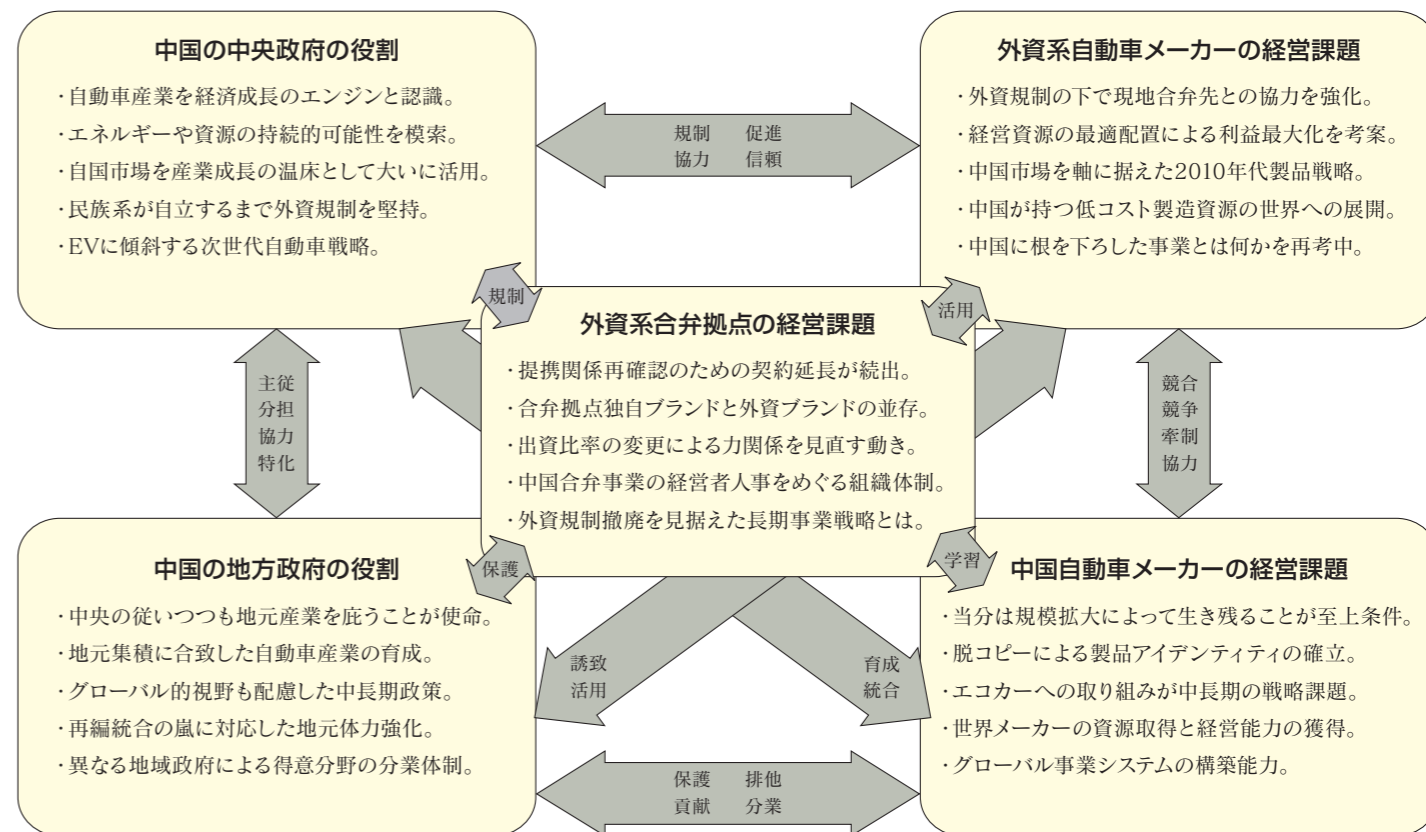
広大な国土と13億を超える人口を持ち、2010年に世界第2位の経済大国に浮上すると見込まれる中国は、モータリゼーションに突き進んでおり、自動車市場の成長は継続すると見られています。また、経済成長を外需主導から内需主導へと転換するよう推進する中国政府は、伸び率がGDP成長率を上回る内需型の自動車産業を主力基盤産業として育成する方針を固めつつあります。一方で、石油供給の逼迫、排気ガスの公害問題等が深刻化し、国際社会から世界一のエネルギー消費大国(IEA発表)として中国に対するCO₂の削減を要請する声も高まっています。

こうした中、中国政府は自動車産業の成長力の維持を前提に、中国系自動車メーカーへの支援を配慮しながら、自動車の需要構造を低燃費化、小型化へ消費誘導する政策を相次ぎ発表しています。2009年の排気量1.6ℓ以下乗用車の購入税減税措置と農村部の自動車普及策「汽車下郷」、2010年の燃費基準を満たした1.6ℓ以下乗用車に対する定額3,000元の補助金制度などはその典型的な政策と言えます。但し、それらの政策を長期的に継続しない限り、小型車の安定的な需要増加が必ずしも定着するとは言い切れず、各自動車メーカーにとっては、適切な製品戦略を練る必要性が増しています。

当調査報告書が、中国自動車産業の基礎情報・データから中国自動車産業の現状と今後の競争焦点を分析する上で重要参考資料となることを確信します。

当案内書をご高覧の上、関係部署ともにご相談頂き、採用を検討賜りますようお願い申し上げます。

【中国、自動車メーカーの経営課題と政府の役割分担】



(FOURIN作成)

申込方法

当調査報告書は書店では取り扱っておりません。お申し込み、お問い合わせは、申込書に必要事項をご記入の上、FAXまたは郵送下さい。またE-mail (info@fourin.jp) による受付も行っております。

世界自動車産業専門調査会社



〒464-0025 名古屋市千種区桜が丘292 フォーインビル
TEL : 052-789-1101 FAX : 052-789-1147
http://www.fourin.jp E-mail : info@fourin.jp

申込書 中国自動車産業 2010

● 体裁:A4判/301頁+CD ● 2010年9月発刊

価格 120,000円(税込126,000円) 国内送料込

(株)フォーイン行 ダイアル Fax: 0120-0000-73

年 月 日

御社名 _____

御利用部署名 _____

〒 _____

御住所 (送付先) _____

TEL番号 _____ FAX番号 _____

E-mail address _____

(フリガナ) 御担当者氏名 _____ 御役職 _____

通信欄 _____

第1章 中国自動車産業の現状と焦点 1

1. 中国自動車産業：目先は規模拡大の生存競争、中長期の経営課題はエコカー技術競争 2

2. 乗用車自主ブランド事業：行政支援でシェアがV字回復、生産効率の向上に向けたPFの共通化戦略を強化 6

3. 自動車生産能力整備：2015年は3,600万台に拡大、稼働率7割維持も可能 8

4. 海外進出：中国系メーカーによるインドでの生産事業プロジェクトが始動、海外企業買収による拠点を獲得も増加 18

5. 中国自動車輸出：2009年の冷え込みから急速に回復、GDPの牽引セクターとして期待が高まる 24

6. 業界再編：「四大四小」の再編統合で自動車産業構図が合理化、吉利を始めコア技術獲得に向けた海外M&A交渉も加速 32

第2章 中国自動車産業の収益動向 41

1. 収益構造：価格競争の激化、労使問題等でコスト環境が悪化、収益改善に向けて高付加価値化への転換が課題 42

2. 企業別業績：売上規模で上汽集団、中国一汽、東風集団は不動、東風集団の資産効率が低迷 46

3. 自動車関連上場企業110社：2009年決算は76社が増益、収益改善優先で設備投資を抑制 48

4. 自動車産業の資本構造：多様化進行中、国営・民営資本のIPOが活発化 64

第3章 中国自動車産業の政策動向 69

1. 中央政府の「自動車産業調整と振興計画」：自動車需要構造の最適化促進と新エネルギー車生産目標の明確 70

2. 中央政府と共同歩調で策定した地方政府の自動車産業振興策：電気自動車など新エネルギー自動車の産業化が目される 74

3. 自動車技術規格：電気自動車を始めた新エネルギー車と、安全性強化関連規格の制定・導入が今後の方向性 80

4. 自動車燃費規制：2010年末に乗用車第3段階規制が発表、省エネ・新エネルギー車への転換を加速 82

第4章 中国自動車市場の成長力 85

1. 自動車市場：年間2,000万台に向けて中国戦略車の開発が進行 86

2. 自動車保有規模：2009年6,288万台、2010年には日本を抜いて7,500万台へ 88

3. 乗用車地域別販売：沿海発達地域から内陸部へ需要シフトが進行、地域ごとの販売・製品戦略が重要視 94

4. 乗用車製品計画：2012年にかけてモデル数が400を突破 98

5. 乗貨両用車：2009年生産が195万台へ成長、2010年は「大長安集団」の登場でトップ2対決に注目 110

6. トラック市場：景気浮揚策、農村下郷、排気ガス規制実施の反動増で2010年に400万台市場へ 112

7. バス市場：買換インセンティブの引き上げ、新エネルギー普及政策で、2010年40万台市場へ 114

8. 商用車製品計画：中国系の自主開発の進展と外資系の低コスト製品の投入で製品競合が熾烈化 116

第5章 中国自動車メーカーの2010年代経営戦略 123

1. 上汽集団：2015年500万台に向けた能力整備を急ぎ、GMの提携関係を深化で国内外事業の拡大を狙う 124

2. 中国一汽：自主ブランド事業の立て直しと開発力強化を中核とする新ブランド戦略の下で2015年400万台を目指す 128

3. 東風集団：シェア拡大に向けて合弁拠点の能力増強、自主ブランド乗用車事業に悪念、農機事業へも進出 132

4. 長安集団：哈飛と昌河の統合で2015年販売570万台、エコカーにも取り組むが製品の棲み分けが課題 136

5. 北汽集団：2015年300万台の販売目標に向け、活発するM&Aで拡張を目指す、自主ブランド事業も始動 140

6. 広汽集団：「大広汽」戦略に基づいて上場プロジェクトと自主乗用車事業を進め、2015年200万台を目指す 144

7. 奇瑞汽車：能力増強と省外市場の開拓を目指し、海外事業とエコカー事業も強化する 148

8. 比亞迪汽車：EVを軸に欧州大手との技術提携を強化、国内では拠点増強と製品投入を拡大 152

9. 華晨汽車：新エネルギー車と架装車事業を強化に30億元の資金調達、BMWとの合弁拠点を増設 156

10. 江淮汽車：2015年150万台目標に向け、乗用車を中心に能力強化、今後の製品戦略に注目 158

11. 吉利汽車：販売網の棲み分けやサプライチェーン改革に取り組み、Volvoの経営再建が課題 160

12. 長城汽車：2015年180万台の販売目標に、製品投入の加速と国内外生産拠点の布石 164

13. 福建汽車：新トップ就任を機に自主経営へと方針が固まる一方、提携事業の新動向に注目 166

14. 中国重汽：2015年25万台目標に向けて、MANとの提携により製品力を強化 168

15. 恒天凱馬：「汽車下郷」補助金政策を追い風に軽型トラック事業が急成長、2015年に向けて能力を20万台へ 170

16. 力帆汽車：上場計画は先送りのもの、ヒットモデルに絞る堅実な製品投入戦略と注目されるエコカー展開 172

17. 陝西汽車：2012年15万台の目標に向け、新シリーズの投入と微型車にも進出 174

18. 南駿汽車：農村市場向け商用車事業の急拡大、2015年製販台数40万台を目指す 175

19. 華泰汽車：2010年30万台生産体制に向けFF駆動乗用車事業に参入、ディーゼルエンジン量産も急ぐ 176

20. 慶鈴汽車：能力増強や新製品投入、販売網の拡充により、2015年に年産能力20万台、売上高300億元を目指す 178

21. 中興汽車：内外拠点増設と長安向けOEM供給を開始、モノコック構造のSUV車の開発・投入に注目 180

22. 成都王牌：農用車から参入7年目で中型トラック3位に成長、2012年10万台体制整備で課題は新製品開発 182

23. 宇通客車：公共投資拡大を捉え路線バス拡張を強化、新エネルギーの実用化に注力 184

24. 青年汽車：Lotus乗用車生産事業の本格化に向け販売体制の立て直しと後続製品の投入を強化 186

第6章 中国自動車産業の現場と焦点 189

1. 世界自動車メーカーの提携戦略：乗用車では新エネルギー分野で、商用車では大型トラック分野で提携が活発化 190

2. VW：2012年以降南部地域でも生産体制を整備：2018年までに200万台販売を目指す 192

3. GM：上汽GM五菱への出資引き上げやインド進出など上汽との連携を強化し、2015年までに300万台販売を目指す 194

4. トヨタ：低価格小型車投入と能増で、2012年100万台を目指すも、部品の現地化推進で品質確保が課題 196

5. ホンダ：合弁拠点での自主ブランド車投入で製品ラインを拡充し、ボリュームゾーンを狙う 198

6. 日産：中国拡大路線が鮮明化、中期的に100万台供給体制を構築、電気自動車も競合メーカーに先駆け投入へ 200

7. Ford/マツダ：長安Fordマツダの合弁形態を変更、分離集約して経営効率を向上させ独自色を出す 202

8. PSA：長安との新合弁をテコに2020年に2009年比7倍以上増の200万台販売を目指す 204

9. 現代/起亜：コスト削減の徹底と品質管理の強化で中国ユーザーのニーズを捉え2020年300万台を狙う 206

10. Daimler：商用車、エンジン、電気自動車まで新たに現地化に踏み切り中国事業に本腰入れる 208

11. 三菱自：新モデル導入強化と販売網拡充で、2015年30万台販売を目指し、折半合弁拠点獲得も視野に入れる 210

12. スズキ：2013年をめどに製販50万台を目指す、中国事業でのVWとの関係活用に注目 212

13. BMW：国産車の拡充、エコカー戦略を推進、長期的には40万台体制も視野に入れる 214

14. Fiat/Chrysler：北汽Fiatの稼働により現地合弁プロジェクトが再始動、Jeepも導入し、2014年に30万台を目指す 216

15. AB Volvo/Renault V.I./UDトラック：重汽とのトラック合弁撤退で、トラック現地化を仕切り直し 218

16. いすゞ：低コスト小型トラックを投入し、2012年中国販売10万台を目指す 219

17. MAN：中国重汽への資本参加を通じて現地生産開始へ、2015年2.5万台販売を目指す 220

18. Iveco：上海汽車との提携を強化し、製品ライン拡充と輸出に注力、2015年15万台販売を目指す 221

19. 日野：当面は製品品質・販売網整備に注力し、ブランド力を育成 222

20. 三菱ふそう：中国事業は技術供与に留まる、Daimler Gr. 一員として北汽福田との合弁拠点での現地化に望みをつなぐ 223

第7章 中国自動車周辺業界の事業展開 225

1. リース・レンタカー業界：2015年40万台規模を目指して法整備や経営環境の改善を急ぐ 226

2. 二輪車産業：自動車と電動自転車への需要シフトで問われる活路模索 228

3. 電動自転車業界：技術規格の強化で問われる生き延び策、軽量化とリチウム電池への切り替えが課題 234

巻末掲載+CD収録、Excelファイル形成 237

1. 中国、自動車産業分野別経営データ推移(2001~2008年) 238

2. 中国、系列別/ブランド別国産乗用車新車登録台数(2005~2009年、2009/2010年1~6月) 242

3. 中国、メーカー別モデル別国産乗用車新車登録台数(2005~2009年、2009/2010年1~6月) 243

4. 中国、系列別/ブランド別輸入乗用車新車登録台数(2005~2009年、2009/2010年1~6月) 248

5. 中国、メーカー別モデル別輸入乗用車新車登録台数(2005~2009年、2009/2010年1~6月) 249

6. 中国、系列別/ブランド別乗用車生産工場出荷台数推移(1998~2009年、2009/2010年1~6月) 254

7. 中国、メーカー別モデル別乗用車生産工場出荷台数推移(1998~2009年、2009/2010年1~6月) 256

8. 中国、自動車メーカー別車種別生産工場出荷台数推移(1998~2009年、2010年1~6月) 272

9. 中国、自動車関連製品輸出入統計(2005~2009年、2010年1~6月、中国税関分類) 294

見本頁

この他の見本ページも弊社ホームページでご覧頂けます

1. 中国自動車産業：目先は規模拡大の生存競争、中長期の経営課題はエコカー技術競争

中国自動車産業は、2002年のWTO加盟がもたらした市場開放と、2008年のグローバル金融危機という試練を乗り越えて生産、販売ともに世界最大規模となった。

中国自動車産業の現状と焦点を概観

中国自動車産業の急成長は、産業の近代化、環境政策、さらには都市化する中国企業を、世界的にトップレベルに押し上げる。内外社会が容認できなくなる恐れがある。

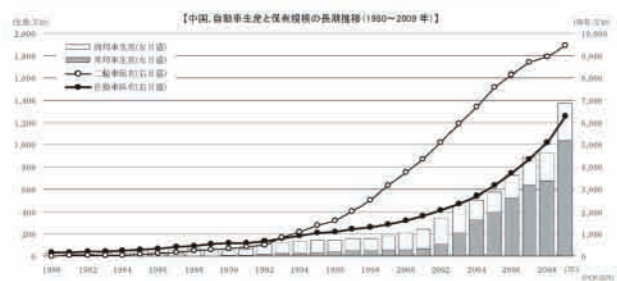


Table with columns for production and sales of various vehicle types (乗用車, 貨用車, トラック, etc.) from 1990 to 2009. The table shows a significant increase in passenger car production and sales over the period.

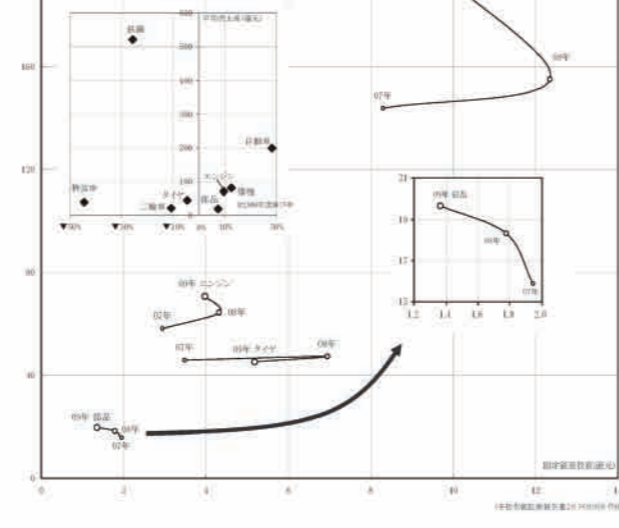
3. 自動車関連上場企業110社：2009年決算は76社が増益、収益改善優先で設備投資を抑制

FOURINは、上海、深圳、香港に上場する中国の完成車、部品等110社の業績を分析した。これによると2009年度の決算は増収増益となった。素材価格の高騰によるコスト増が懸念される。

中国自動車産業の収益状況を分析

中国自動車産業は、国内需要に対応して2010年には1,700万台規模の生産、2013年にかけて年間2,000万台規模を突破する勢いである。このため、生産規模に対する追求が、中国のメーカーにおけるブランド力の証明、つまり存在証明でもある。

このため、中国自動車産業に事業繁栄を求めるメーカーは、目先は生存競争、つまりガソリンエンジンやディーゼルエンジンの自動車だけでなく、燃費が優れる電気自動車、ハイブリッド車、プラグインハイブリッド車、電気自動車に必要となる二次電池とその部品、素材分野に新規参入、増産する一方、設備投資(固定資産投資)は2008年後半から



中国自動車政策の流れを俯瞰

Large table detailing government policies and trends in the automotive industry from 2007 to 2009. It includes sections for 'China's Automotive Industry Policy Trends Overview' and 'China's Automotive Policy Trends Overview' with detailed text and data points.

3. 乗用車地域別販売：沿海発達地域から内陸部へ需要シフトが進行、地域ごとの販売・製品戦略が重要視

中国における乗用車(国産、輸入合計)販売の地域分布は、近年顕著な変化を遂げている。特に、沿海発達地域から内陸部へ需要シフトが進行している。

生産・保有・登録等豊富なデータから中国自動車生産の成長力を把握

中国自動車産業は、国内需要に対応して2010年には1,700万台規模の生産、2013年にかけて年間2,000万台規模を突破する勢いである。

