

## 行業概覽

除另有指明外，本節所載資料乃摘錄自多份政府官方刊物及其他刊物以及我們委託弗若斯特沙利文編製的市場研究報告（「弗若斯特沙利文報告」）。我們委聘弗若斯特沙利文就[編纂]編製弗若斯特沙利文報告。我們在摘錄及轉載該等資料時已合理審慎行事。我們並無理由認為該等資料的任何重大內容失實或存在誤導成份，或遺漏任何事實致使該等資料的任何重大內容失實或存在誤導成份。我們、獨家保薦人、[編纂]或彼等各自的任何董事、高級職員或代表或參與[編纂]的任何其他各方（不包括弗若斯特沙利文）概無獨立核實各份政府官方刊物的資料，亦無就有關資料的準確性或完整性發表任何聲明。截至最後可行日期，我們的董事經作出合理審慎查詢後確認，本節呈列的市場資料無重大不利變動。

### 全球及中國汽車市場分析

#### 全球及中國汽車行業市場規模

過去數年，全球汽車產量實現理想增長，從2020年的76,933.5千輛增至2024年的92,669.3千輛，複合年增長率為4.8%。按價格區間劃分，售價人民幣100,000元至200,000元的車型目前為主要細分市場，2024年銷量達到39,452.7千輛，佔市場份額的42.6%。然而，售價高於人民幣200,000元的中高端車型近年成為增長最快的細分市場，2020年至2024年的複合年增長率為9.1%，主要受全球高淨值人群擴張、智能技術集中化及新能源轉型高端化推動。

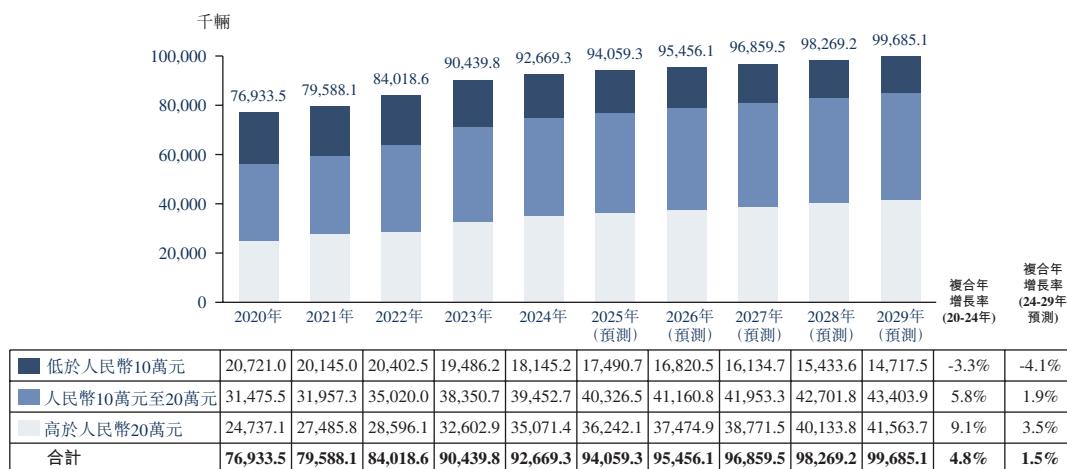
於預測期內，全球汽車產量預計將持續穩步增長，至2029年達到99,685.1千輛，2024年至2029年的複合年增長率為1.5%。受新興市場高淨值人群持續增長、智能及電動技術迭代升級以及豪華品牌電氣化轉型加速的驅動，售價高於人民幣200,000元的汽車將繼續推動整體市場的穩步發展。預計其產量將於2029年達到41,563.7千輛，2024年至2029年的複合年增長率為3.5%。

## 行業概覽

中國是全球最大的汽車市場，2024年汽車總產量為31,282.0千輛，2020年至2024年的複合年增長率為5.5%。按價格區間劃分，與全球市場趨勢一致，售價介於人民幣100,000元至200,000元的汽車仍為核心細分市場，佔總銷量的51.5%。值得注意的是，過去數年，售價超過人民幣200,000元的汽車市場錄得最快增長勢頭，2020年至2024年的複合年增長率為9.4%。這一增長主要由三大關鍵因素驅動：智能與綠色技術的深度融合、本土高端品牌的崛起以及居民持續的消費升級趨勢。此外，本土品牌在設計與核心技術上的突破打破外資品牌長期壟斷的局面，為中高端市場的擴張提供額外動力。

展望未來，中國汽車產量預計將進一步增加至2029年的38,702.1千輛，2024年至2029年的複合年增長率為4.3%。受新能源及智能技術持續迭代、高收入群體擴大以及本土中高端車型國際化加速的驅動，售價超過人民幣200,000元的汽車市場將繼續作為市場增長引擎，推動整體市場擴張。充電基礎設施的不斷完善及碳排放政策的實施將進一步夯實該細分市場的增長基礎。

汽車產量（按車輛售價），全球，2020年至2029年（預測）

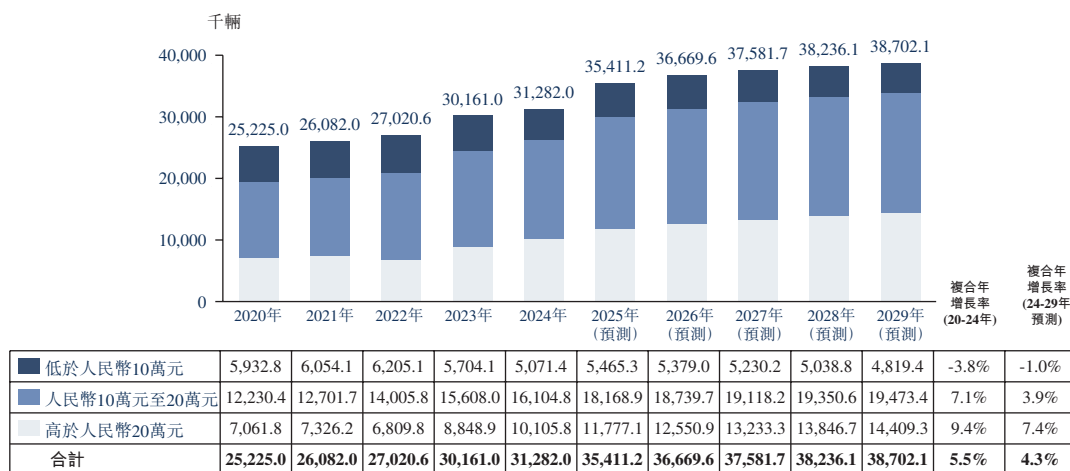


附註：車輛售價指補貼前廠商建議零售價。

資料來源：弗若斯特沙利文

## 行業概覽

### 汽車產量（按車輛售價），中國，2020年至2029年（預測）



附註：車輛售價指補貼前廠商建議零售價。

資料來源：中國汽車工業協會、中國汽車流通協會、弗若斯特沙利文

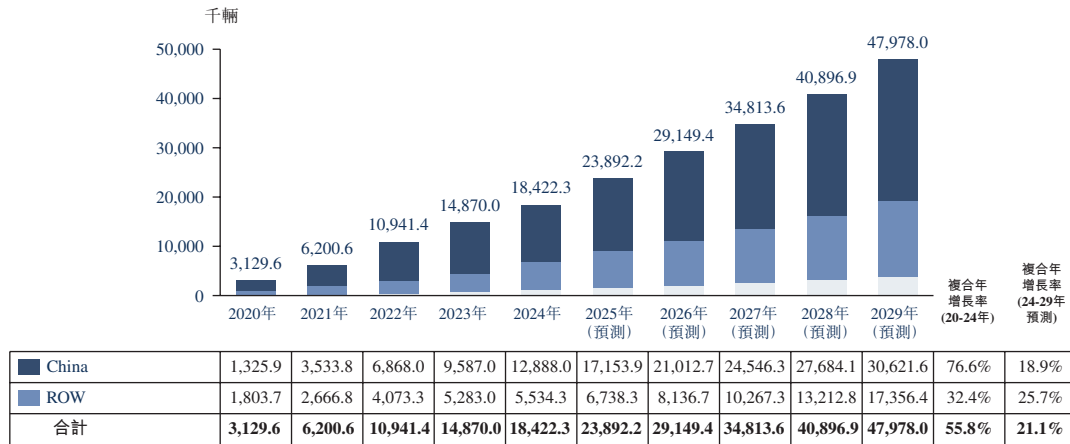
就電動汽車(EV)市場而言，全球EV市場正經歷著極為迅速的增長。2024年產量達到18,422.3千輛，預計將持續增長至2029年的47,978.0千輛，複合年增長率為21.1%。與此同時，EV滲透率預計將從19.9%飆升至48.1%。

在全球格局中，中國佔據主導地位。2024年，中國EV總產量達12,888.0千輛，約佔全球市場的70.0%。預計中國EV產量將上升至2029年的30,621.6千輛，複合年增長率為18.9%。中國EV滲透率預計將從2024年的41.2%躍升至2029年的79.1%，凸顯中國市場的巨大潛力與動態增長軌跡。

這一強勁擴張得益於各地區政府支持性激勵政策(包括購車補貼及稅收優惠)，有效加速EV的普及。電池技術的進步顯著已提升車輛續航里程並縮短充電時間。此外，技術進步與規模經濟帶來的成本下降，加之充電基礎設施的不斷完善，進一步提高消費者的接受度並增強用戶便利性。

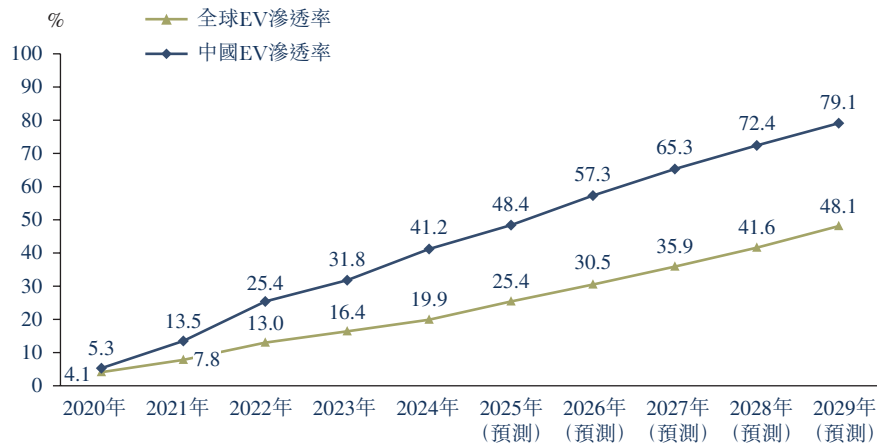
## 行業概覽

### EV產量(按地區)，全球，2020年至2029年(預測)



資料來源：中國汽車工業協會、弗若斯特沙利文

### EV滲透率，全球及中國，2020年至2029年(預測)



資料來源：弗若斯特沙利文

## 中國汽車內飾系統解決方案市場分析

### 汽車內飾系統解決方案市場的定義及分類

汽車內飾系統是指具備一定裝飾性、功能性、安全性及工程屬性的汽車內部部件的統稱。汽車內飾系統是車身的重要組成部分，在複雜條件下運作。除美觀外，其亦兼具阻燃、耐光、減震、隔熱及吸音等功能。

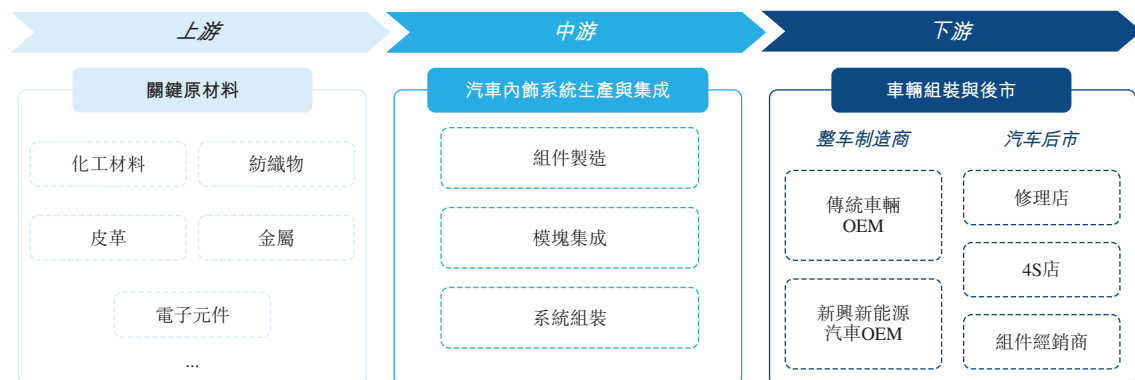
## 行業概覽

汽車內飾系統可大致分為硬質內飾與軟質內飾。硬質內飾產品主要包括儀錶板、門板、立柱飾板等，主要以塑料顆粒為核心原材料，以注塑為核心工藝，輔以發泡、搪塑、包覆、包邊及裝配等工藝。軟質內飾產品主要由車內接觸面相對較軟且兼具裝飾及舒適功能的部件組成，如車輛頂棚、地毯、隔音泡沫、隔熱泡沫等。

### 汽車內飾系統解決方案市場行業價值鏈

汽車內飾產業鏈主要由三個關鍵環節組成。上游主要涉及原材料供應，包括化工材料、紡織物、皮革及電子元件，作為製造內飾部件的基材及填充物。中游代表內飾生產的核心，內飾製造商負責部件製造(如座椅骨架、面板注塑、面料裁剪)、模塊集成(如座艙模塊、門板模塊)及系統組裝。下游面向車輛製造企業(OEM)，提供同步開發、定制生產及及時供應，部件最終組裝為成品車輛。此外，售後服務市場(包括改裝及更換零部件)是產業鏈的重要延伸。

### 汽車內飾系統解決方案市場行業價值鏈



資料來源：弗若斯特沙利文

### 中國汽車內飾系統解決方案行業市場規模

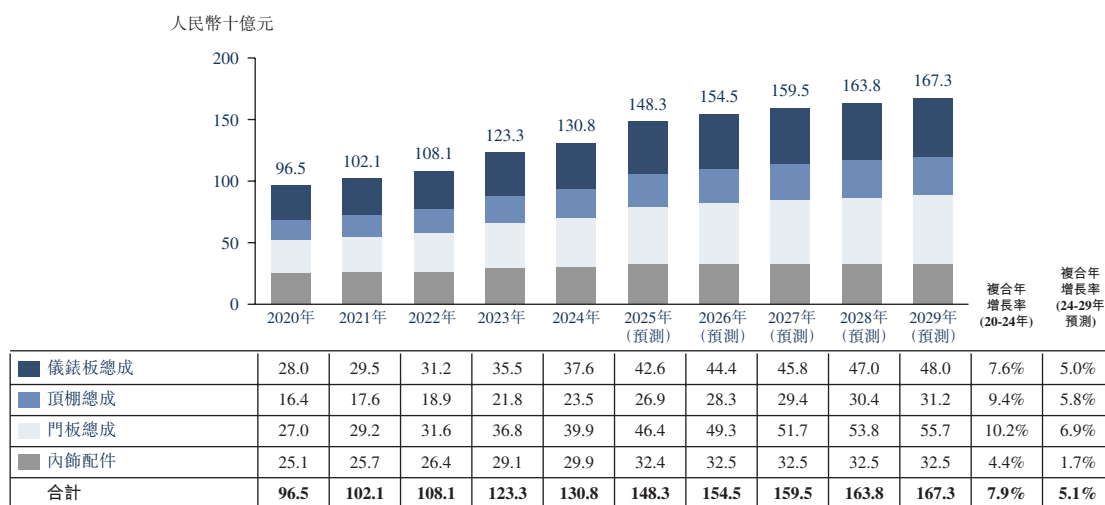
過去幾年，中國汽車內飾系統市場經歷快速增長，從2020年的人民幣965億元增至2024年的人民幣1,308億元，2020年至2024年的複合年增長率為7.9%。市場的理想增長主要由消費升級帶來的單車價值量提升、智能座艙趨勢及國產替代加速所驅動。

## 行業概覽

在所有產品類型中，儀錶板總成與門板總成是汽車內飾系統解決方案的主要細分市場，2024年合計佔總市場價值的59.2%。

於預測期內，受益於汽車智能化的持續滲透、個性化定制的興起以及綠色輕量化材料的應用，汽車內飾系統解決方案市場預計在未來將進一步擴張，至2029年達到人民幣1,673億元，2024年至2029年的複合年增長率為5.1%。

中國汽車內飾系統解決方案市場規模（按收入，按生產類型），  
中國，2020年至2029年（預測）



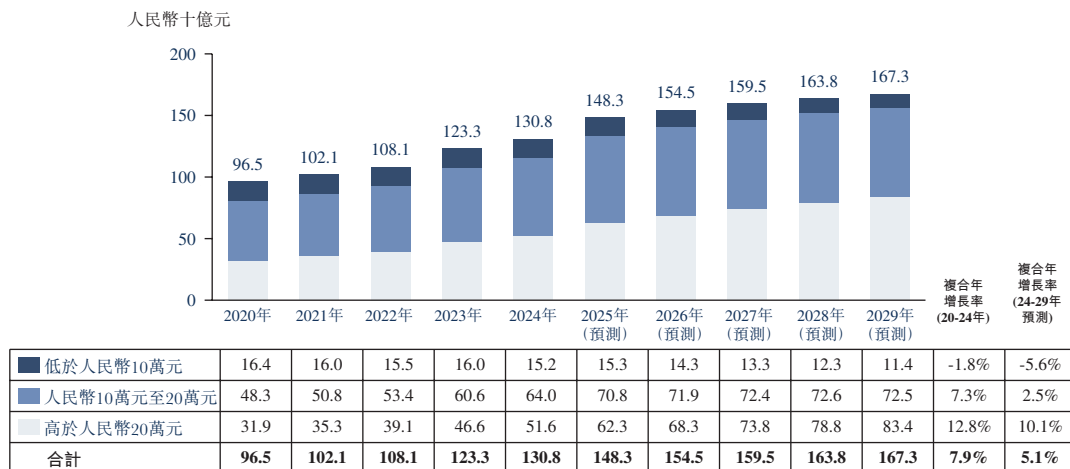
資料來源：弗若斯特沙利文

按車輛價格劃分，售價超過人民幣200,000元的車型內飾市場在過去數年經歷最快的市場增長，2020年至2024年的複合年增長率為12.8%。關鍵驅動因素包括：首先，消費升級與品牌高端化的趨勢提高消費者對內飾品質、科技及設計的支持意願。其次，核心智能座艙配置率先在中高端車型中採用，顯著提升內飾單車價值量。第三，內飾已成為整車製造商實現產品差異化與品牌提升的關鍵競爭領域，這一點在瞄準高端市場的本土品牌中尤為突出。

展望未來，售價超過人民幣200,000元的車型內飾市場仍將是整體增長的主要引擎，2024年至2029年的預計複合年增長率為10.1%，持續跑贏市場平均水平。與此同時，經濟型（車輛售價低於人民幣100,000元）與中高端型（車輛售價不低於人民幣100,000元）的市場將進一步兩極分化：經濟型車型將通過平臺化及標準化策略持續優化成本，而中高端及新能源汽車內飾單價受智能座艙技術迭代及個性化、場景化定制服務等趨勢推動將持續上漲。這進而將推動整個市場向前發展。

## 行業概覽

### 汽車內飾系統解決方案市場規模（按收入、按車輛售價）， 中國，2020年至2029年（預測）



附註：車輛售價指補貼前廠商建議零售價。

資料來源：弗若斯特沙利文

### 中國汽車內飾系統解決方案市場驅動因素

#### 車輛產銷增長

受燃油車置換需求及NEV滲透率上升的驅動，國內穩定的汽車需求提振汽車產銷。整車製造商的擴張計劃直接增加對內飾部件的採購需求。傳統燃油車零部件及核心NEV零部件目前均擁有廣闊的市場機遇，推動汽車零部件行業擴張。此外，中高端車型產量增長加速，已成為整體市場的關鍵增長引擎。該等車型通常對內飾的優質材料、先進智能功能及精湛工藝有較高要求，直接推高汽車內飾部件的單車價值。

#### 消費升級

隨著居民收入水平提高及汽車擁有屬性從「功能性工具」向「生活伴侶」轉變，消費者對內飾體驗的需求顯著升級。除基礎功能外，買家目前更注重觸感舒適、感官品質、個性化及智能化集成。此轉變促使整車製造商在內飾配置上投入更高預算：中端車型現已普遍採用曾僅限於豪華車型的優質材料，而豪華車型競相推出配備先進內飾科技的「智能座艙」系統，直接擴大高端內飾產品的市場規模及價值空間。

---

## 行業概覽

---

### 出口市場擴張

憑藉性價比優勢及質量提升（如低VOC面料、智能內飾部件），中國汽車內飾產品已獲國際認可。在全球汽車供應鏈重構的背景下，本土內飾製造商正積極拓展海外市場，出口量穩步增長。與國際整車製造商深化合作及參與全球供應鏈，進一步為行業擴張注入新動能。

### 持續政策支持

中國已發佈《汽車內飾材料有害物質限量》等標準，強制要求使用低VOC、阻燃及可回收材料。同時，《新能源汽車產業發展規劃》等政策鼓勵智能及輕量化內飾技術的研發，向符合環保及創新要求的汽車企業提供稅收優惠及研發補貼，推動行業向綠色及高端轉型。

### 完善的國內產業鏈

中國已構建涵蓋材料供應、部件製造及系統整合的全面汽車內飾產業鏈。長三角、成渝等核心產業集群憑藉地理集聚效應形成顯著協同優勢，有效提升供應鏈的響應能力。通過產業鏈縱向整合與持續技術迭代，國內企業已穩步優化模塊化設計與生產能力，推動內飾產品向標準化與集成化發展，從而簡化裝配流程並降低適配成本。國內供應鏈整體競爭力持續增強，於高端汽車市場的影響力逐步提升。此等發展夯實成本控制與供應穩定性基礎，為行業規模化增長提供有力支撐。

### 中國汽車內飾系統解決方案市場發展趨勢

#### 智能座艙深度融合

智能化浪潮正將汽車內飾從功能性載體轉變為交互中心。多屏互聯、語音交互及場景化控制已成為主流。座艙系統集成持續深化，軟硬件融合更為緊密。車規級芯片算力提升及算法優化實現更精準的響應及更流暢的切換。增強現實抬頭顯示及生物傳感等技術逐步落地，將座艙從實用空間延伸至智能環境。此已成為整車製造商差異化競爭的核心領域。

---

## 行業概覽

---

### 高端功能升級及功能集成

新能源汽車正推動內飾價值全面升級，功能集成及高端體驗引領行業進步。座椅系統現已超越基礎功能，普遍集成通風、按摩及姿態調節以提升舒適性及健康體驗。儀錶板與中控深度集成，融入更多智能功能，而內飾部件正從獨立部件演變為集成系統。整體設計日益強調空間效能及高端觸感，推動行業從實用導向向體驗驅動的精細化轉型。

### 全球化與本土化協同

內飾解決方案供應商正加速海外產能部署，於東南亞及歐洲等關鍵汽車製造區域建立本土化生產基地。此舉既滿足國際整車製造商的全球採購需求，亦降低交付成本。憑藉成本優勢及質量提升，中國供應商日益進入國際品牌的全球供應鏈。隨著中國汽車出口領先全球，內飾零部件「隨車出海」趨勢明顯。在東南亞及中東等新興市場的認可度迅速提升，出口規模持續穩步擴大。全球化已成為行業突破國內競爭的關鍵路徑。

### 綠色環保材料應用

在「雙碳」目標及更嚴苛環保標準的驅動下，綠色材料已成為內飾行業轉型的核心。低氣味、可回收及生物基材料應用日益廣泛，源頭減少VOC排放已成為行業共識。天然纖維複合材料及再生聚合物等替代材料的採用正在加速。平衡環保性能與機械屬性的進展正推動低碳及可持續轉型，構建從研發到回收的綠色產業鏈。

### 中國汽車內飾關鍵原材料

汽車內飾的主要原材料包括化工材料、紡織物、皮革及複合材料。其中，PP（聚丙烯）及PVC（聚氯乙烯）作為基礎化工材料，廣泛應用於儀錶板、門板、座椅骨架及表麵包覆等硬質部件。

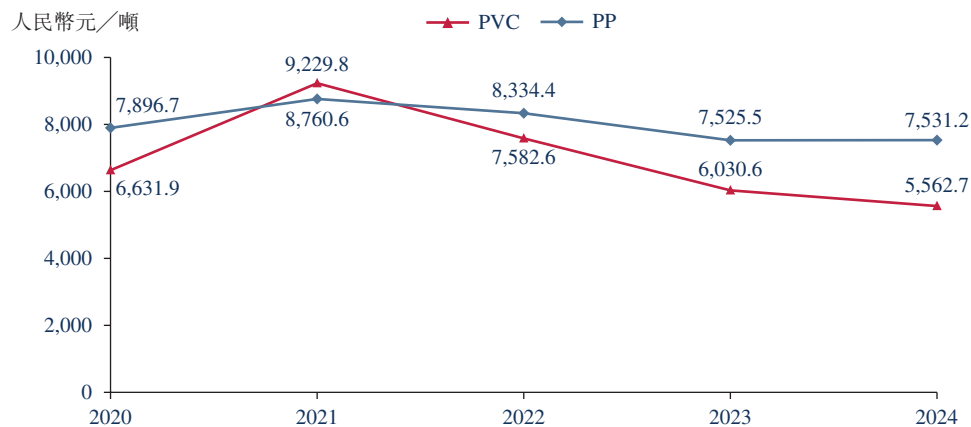
2020年至2024年，受全球能源價格波動、上游石化產能調整、週期性供應鏈約束及下游汽車行業需求變化等多重因素影響，PP及PVC價格呈現不同程度的波動。PVC

## 行業概覽

價格與電石成本及建築等行業需求關聯更為緊密，在此期間波動相對顯著。相比之下，PP價格保持相對穩定，但後期受新產能釋放及原材料丙烯供需關係變動影響亦出現調整。

總體而言，過去幾年，汽車內飾主要原材料價格呈波動下行趨勢。這為內飾部件降價提供一定空間，尤其在競爭激烈的主流車型市場，部分成本節約已傳導至整車製造商。

中國汽車內飾關鍵原材料平均價格，中國，2020-2024年



資料來源：中國國家統計局、弗若斯特沙利文

### 中國汽車內飾系統解決方案市場競爭分析

#### 中國汽車內飾系統解決方案市場競爭概覽

中國汽車內飾系統解決方案市場的參與者主要可分為第三方供應商及OEM。第三方供應商可進一步細分為本土第三方供應商及外資第三方供應商。

由於消費者對汽車駕乘體驗的期望日益提高，頭部汽車內飾系統解決方案提供商通常具備強大的研發能力、供應鏈優勢、資金實力及客戶關係管理能力，導致行業集中度相對較高。

與OEM相比，第三方內飾系統解決方案提供商在成本效益、技術創新、響應速度及供應鏈韌性方面具有綜合優勢。其中，與外資第三方供應商相比，本土供應商對本土需求理解更為透徹，且具備更強的成本優勢及NEV客戶資源，市場競爭力更強。

## 行業概覽

### 中國汽車內飾系統解決方案提供商排名

中國汽車內飾系統解決方案（不含座椅）市場集中度適中，2024年前五大供應商佔市場份額的45.3%。本公司按銷售收入排名第二，市場份額為7.8%。

#### 汽車內飾系統（不含座椅）解決方案市場頭部玩家（按收入）， 中國，2024年

排名	公司名稱	2024年收入 (人民幣十億元)	市場份額
1	公司A	27.8	21.3%
2	本公司	10.2	7.8%
3	公司B	9.9	7.5%
4	公司C	5.8	4.5%
5	公司D	5.5	4.2%
	其他	71.6	54.7%
	合計	130.8	100.0%

附註：公司A是一家於1992年成立及總部設於中國上海的上市公司。其主要業務包括研發、生產及銷售汽車零部件，包括內外飾件、金屬成形模具、座椅、電動化及底盤系統。

B公司是一家於1988年成立及總部位於中國浙江的上市公司。其主要業務包括研發、製造及銷售汽車內飾及外飾件以及車身及結構金屬件。

公司C是一家於1993年成立及總部位於中國吉林的上市公司。其主要業務包括研發、生產及銷售汽車內飾、外飾、座椅及車輪系統。

公司D是一家於1950年成立及總部設於西班牙的私人公司。其主要業務包括設計、開發及製造汽車內飾零部件、頂置系統及照明解決方案。

資料來源：弗若斯特沙利文

中國中高端汽車內飾系統解決方案（不含座椅）市場集中度相對較高，2024年前五大供應商佔市場份額的44.0%。本公司按銷售收入排名第二，市場份額為8.3%。

## 行業概覽

### 汽車中高端內飾系統（不含座椅）解決方案市場頭部玩家（按收入）， 中國，2024年

排名	公司名稱	2024年收入 (人民幣十億元)	市場份額
1	公司A	23.1	20.0%
2	本公司	<b>9.6</b>	<b>8.3%</b>
3	公司B	8.4	7.3%
4	公司C	5.3	4.6%
5	公司E	4.6	4.0%
	其他	64.6	55.9%
	合計	<b>115.5</b>	<b>100.0%</b>

附註：中高端汽車內飾系統（不含座椅）解決方案收入，是指應用於價值不低於人民幣100,000元的車輛上的內飾系統（不含座椅）所產生的銷售收入。

公司E是一家於2004年成立及總部位於中國浙江的上市公司。其主要業務包括研發、製造及銷售汽車NVH（噪音、振動及聲振粗糙度）產品、內飾件、底盤系統、輕量化車身零部件及智能駕駛系統。

資料來源：弗若斯特沙利文

中國汽車儀錶板總成市場集中度相對較高，2024年前五大供應商佔市場份額的67.9%。本公司按銷售收入排名第二，市場份額為21.0%。

### 汽車儀錶板總成市場頭部玩家（按收入），中國，2024年

排名	公司名稱	2024年收入 (人民幣十億元)	市場份額
1	公司A	12.5	33.2%
2	本公司	<b>7.9</b>	<b>21.0%</b>
3	公司F	2.0	5.4%
4	公司C	1.7	4.5%
5	公司B	1.6	4.3%
	其他	12.0	32.1%
	合計	<b>37.6</b>	<b>100%</b>

附註：公司F是一家於1996年成立及總部位於中國江蘇的上市公司。其主要業務包括研發、製造及銷售汽車內飾件，如儀錶板、門內護板及中控台。

資料來源：弗若斯特沙利文

---

## 行業概覽

---

### 中國汽車內飾系統解決方案市場的壁壘

#### **資金壁壘**

汽車內飾解決方案行業屬資本密集型行業，進入壁壘較高。供應商面臨巨大的初始投資及延長的現金轉換週期。從項目投標、協同開發到最終量產批准的歷程通常歷時數年，此階段需持續投入資金且收入甚微。此外，頭部供應商利用大批量訂單在採購及製造方面實現成本優勢。新進入者缺乏相當的訂單基礎，難以抵消巨額前期資本支出並承受相關財務壓力。

#### **供應鏈壁壘**

整車製造商與內飾供應商已形成相對固定的相互依存關係，且具有緊密的合作紐帶。主要整車製造商對內飾供應商均有嚴格的認證要求，要求供應商在行業內擁有領先的技術、產品、服務及穩定的生產能力。此外，汽車內飾行業對供應鏈整合有很高要求。供應商需確保原材料採購、零部件生產及物流交付等各環節的高度協同，以滿足整車製造商對供應穩定性及及時性的嚴苛要求。

#### **人才壁壘**

汽車內飾行業對專業人才需求旺盛，尤其在技術研發、質量管理及生產管理等領域。行業內的頭部供應商通過長期的積累與培養，建立相對完善的人才體系，這對新進入者的人才獲取與發展構成重大挑戰。此外，行業技術的快速更新要求公司持續投入資源進行人才培養及招聘，以保持競爭力。

#### **技術壁壘**

汽車內飾行業具有高度的技術密集性。現代汽車內飾代表機械工程、電子硬件及軟件系統的精密融合，這就要求供應商具備先進的研發能力與生產技術，以滿足整車製造商對內飾的嚴苛要求。此外，頭部供應商通過長期的技術積累與創新已建立較高的技術壁壘，讓新進入者難以在短期內突破該等技術挑戰。

---

## 行業概覽

---

### 中國汽車外飾系統解決方案市場分析

#### 汽車外飾系統解決方案市場定義及分類

汽車外飾指位於車輛外部的非結構性可見部件，旨在提升車輛外觀、提供保護，有時亦用於改善功能，包括保險槓、窗框、格柵、門把手、擾流板及車身飾條等部件，通常採用塑料、鍍鉻或鋁材製成以抵禦天氣及撞擊。

根據安裝區域，汽車外飾可分為前端模塊外飾、後端模塊外飾、門及側圍外飾、頂棚及玻璃系統外飾以及其他功能及裝飾外飾。

#### 中國汽車外飾系統解決方案行業市場規模

中國汽車外飾解決方案市場正在擴張，主要受NEV產量穩步增長及外飾價值相應提升的驅動。儘管中國汽車年總產量增長緩慢，但NEV滲透率的快速攀升持續產生持續的增量需求。

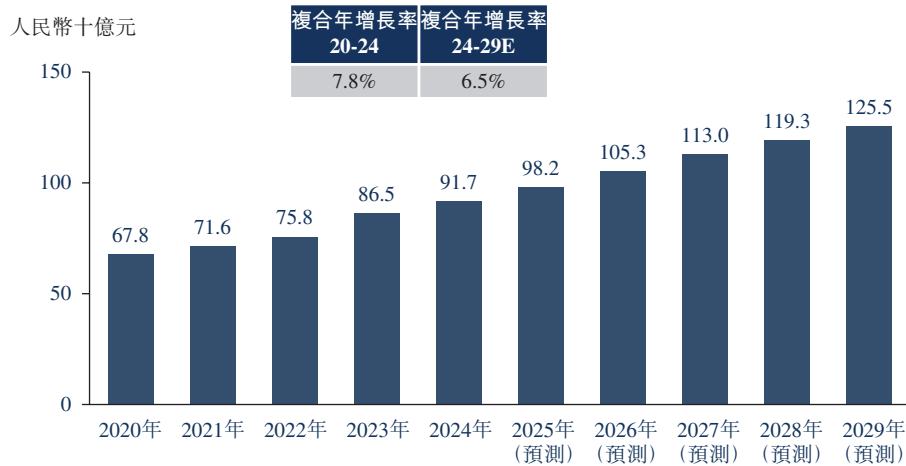
一方面，NEV的普及重塑汽車設計範式。封閉式前臉、隱藏式門把手及流線型車身造型等特徵已成為主流，直接催生對新型外飾的需求。尾門亦逐漸演變為一種「外飾部件」，其造型與整車設計語言高度融合，越來越多地採用個性化飾板、貫穿式燈帶等裝飾細節。與此同時，消費者對個性化及美學的偏好日益增強，加速全景天窗、運動套件及特殊塗裝等高端外飾配置的採用。

另一方面，外飾正經歷根本性演變，從簡單的防護覆層過渡到集成化及智能化的功能元件。智能照明系統、集成傳感器的保險槓及尾門以及輕量化複合材料的應用，顯著提高技術複雜性及單車價值。

## 行業概覽

按收入計算，中國汽車外飾系統解決方案市場的市場規模從2020年的人民幣678億元增至2024年的人民幣917億元，複合年增長率為7.8%。於預測期內，預計中國汽車外飾系統解決方案市場將進一步增長至2029年的人民幣1,255億元，2024年至2029年的複合年增長率為6.5%。

汽車外飾系統解決方案市場系統解決方案市場規模（按收入），  
中國，2020年至2029年（預測）



資料來源：弗若斯特沙利文

### 中國汽車外飾系統解決方案市場發展趨勢

#### 國內品牌崛起推動供應鏈全面本土化

新能源汽車產業的蓬勃發展是汽車外飾供應鏈本土化的核心驅動力。隨著國內汽車品牌市場份額的快速提升，其對供應鏈響應速度、成本控制及安全性的要求日益強烈。本土供應商憑藉同步研發、快速響應及性價比優勢，持續擴大市場份額。通過與OEM在新材料應用及集成設計等領域的深度合作，其行業角色正從被動製造執行向引領協同設計進行根本性升級，共同打造更具韌性及效率的本土化供應鏈生態系統。

---

## 行業概覽

---

### 模塊化生產成為提升研發及交付效率的關鍵模式

為應對快速變化的市場需求，模塊化生產已成為汽車外飾領域的主流趨勢。其本質在於供應商將眾多單個部件預組裝為完整的功能模塊（如前端模塊及門模塊）進行交付。該模式顯著縮短OEM的新車研發週期。通過減少生產線上的裝配工序及單個部件數量，顯著加快生產節奏及最終交付速度。這一趨勢正在重塑傳統的供應鏈分工，讓價值創造向具備模塊化設計、集成及同步工程能力的供應商集中。

### 智能化功能成為價值增值及品牌差異化的關鍵路徑

外飾智能化趨勢是汽車行業向「移動智能終端」轉型的自然延伸。核心驅動力在於通過擴展外飾功能來提升產品競爭力及品牌差異化。在感知集成方面，外飾作為傳感器的載體，需要在造型、空氣動力學及信號性能之間取得平衡。在交互擴展方面，外飾通過照明、顯示等技術從靜態設計元素演變為動態信息界面。這就要求外飾解決方案實現電子、軟件與設計的深度融合。

### 全生命週期增強的可持續性

為提高汽車能效並減少排放，鋁合金、鎂合金及碳纖維等輕量化材料在汽車零部件製造中的應用日益廣泛。該等材料有效降低整車重量，改善傳統車輛的燃油經濟性並延長電動汽車的續航里程。零部件製造商必須通過開發創新輕量化產品及優化生產工藝，緊跟這一趨勢以滿足整車製造商不斷變化的需求。

## 全球及中國汽車座椅解決方案市場分析

### 汽車座椅解決方案市場定義及分類

汽車座椅是一種旨在為乘員提供舒適、支撐及安全的車輛部件，集成調節機構、人體工程學設計及減震等功能，其中專用兒童安全座椅為年輕乘客提供關鍵保護。現代汽車座椅是複雜的系統，集成先進材料、加熱／冷卻及智能技術，超越簡單的座椅功能，旨在提升駕駛體驗並滿足嚴格的安全法規。

根據功能及設計，汽車座椅可分為手動織物座椅、電動真皮座椅、多向電動調節座椅及運動座椅。

## 行業概覽

### 全球及中國汽車座椅解決方案行業市場規模

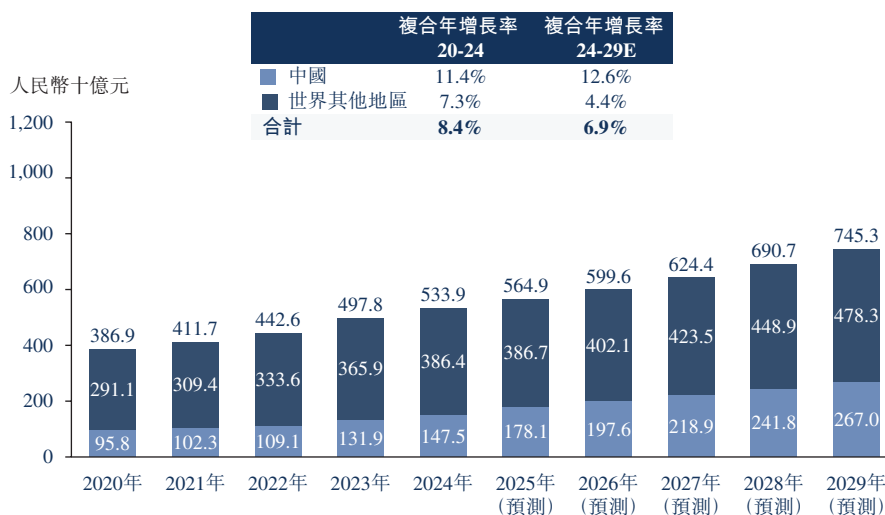
中國汽車座椅解決方案市場正經歷強勁擴張期，主要由汽車產量穩步增長及座椅價值顯著提升的雙重力量驅動。除中國NEV滲透率快速攀升帶來的持續增量需求外，消費者對座椅舒適性與功能性的期望日益增長，直接推動中高配置座椅的採用率。

此外，汽車座椅正從基礎的大宗商品演變為智能座艙的核心要素，集成感知、交互及舒適功能。在功能智能化、優質材料與設計的應用以及供應整套座椅系統的主流商業模式等趨勢的推動下，這一轉型顯著提升座椅組件的價值。傳統機械座椅的價值通常低於人民幣2,000元，而當前主流智能座椅系統的價值已攀升至數千乃至逾萬元。

按收入計算，中國汽車座椅解決方案市場的市場規模從2020年的人民幣958億元增至2024年的人民幣1,475億元，複合年增長率為11.4%。於預測期內，預計中國汽車座椅解決方案市場將進一步增長至2029年的人民幣2,670億元，2024年至2029年的複合年增長率為12.6%。

按收入計算，全球汽車座椅解決方案市場的市場規模從2020年的人民幣3,869億元增至2024年的人民幣5,339億元，複合年增長率為8.4%。於預測期內，預計全球汽車座椅解決方案市場將進一步增長至2029年的人民幣7,453億元，2024年至2029年的複合年增長率為6.9%。

### 汽車座椅解決方案市場規模（按收入），全球及中國，2020年至2029年（預測）



資料來源：弗若斯特沙利文

---

## 行業概覽

---

### 中國汽車座椅解決方案市場發展趨勢

#### 供應鏈本土化及國內供應商升級

國內汽車品牌，特別是電動汽車品牌的快速擴張，正在根本性重塑座椅系統的供應鏈。這一轉變超越簡單的進口替代，迫使國內頭部座椅供應商從零部件製造商演進為集成系統解決方案提供商。它們不僅通過成本效率與快速響應獲得競爭力，而且越來越多地通過掌握先進結構設計、成套座椅裝配及與OEM同步開發等核心技術來增強競爭力。這一趨勢正在鞏固一個更加獨立、有韌性及技術強大的本土供應鏈，推動其從基礎製造向價值鏈上游移動。

#### 從基礎舒適到交互及健康監測的智能化演進

座椅智能化已超越電動調節與加熱／通風等基礎功能。當前的趨勢側重於將座椅轉變為智能座艙內的關鍵交互節點及乘員健康平臺。這涉及集成已部署於量產車輛中的先進功能，如適應不同駕駛場景的姿態調節、用於乘員存在檢測及生命體徵監測的嵌入式傳感器以及多點按摩系統。開發重點是創建與其他車輛系統全面交互的座椅，實現個性化舒適設置及健康功能，從而提升用戶體驗及安全性。

#### 可持續及性能驅動材料的創新

在嚴苛環境法規及追求更高舒適度的驅動下，汽車座椅的材料創新正在加速。採用可持續材料是一個明顯的趨勢，利用生物基泡沫、含再生塑料的織物及合成皮革替代品的座椅正進入量產階段。與此同時，高性能材料的進步對於應對行業關鍵挑戰至關重要。這包括用於提升舒適度與耐用性的新一代泡沫配方，以及用於座椅骨架及部件的輕量化複合結構。該等創新對於實現大幅減重（電動汽車續航的關鍵因素）同時保持或提升安全性與人體工學支持至關重要。

---

## 行業概覽

---

### 作為智能座艙生態系統核心組成部分的集成

座椅不再是一個孤立的部件，而是正在深度集成到車輛的電子與數字架構中。這一趨勢讓座椅的電子控制單元(ECU)、傳感器及致動器無縫連接到中央計算平臺。它可實現基於場景的功能，例如在自動駕駛模式下座椅自動調整至最佳休息位置，或與氛圍燈及信息娛樂系統協調以創建統一的座艙體驗。這種深度連接將座椅轉變為座艙內的智能、情境感知終端，其價值通過軟件定義功能與遠程軟件更新更新得到最大化。

### 中國智能座艙市場分析

#### 智能座艙市場定義及分類

智能座艙是指集成智能化及聯網電子產品的車載系統，旨在通過先進的數字交互提升駕駛體驗、安全性與便利性。它主要由三個關鍵維度組成：硬件、軟件及服務。

硬件構成智能座艙的物理基礎，包括高分辨率顯示器（數字儀錶盤、中央觸摸屏及抬頭顯示）、先進處理器、專用座艙域控制器、麥克風、攝像頭、生物識別傳感器及高端音頻系統等組件。該等組件實現核心輸入／輸出功能並支持實時數據處理。

軟件充當系統的「大腦」，集成操作系統(OS)、人機交互(HMI)界面、車載應用程序、人工智能驅動的語音助手、駕駛員監測系統與環境感知算法。它確保車輛、乘客及外部生態系統之間的無縫連接，同時實現個性化與自適應的用戶體驗。

服務涵蓋將功能擴展到車輛之外的基於雲與連接性的功能。該等包括遠程(OTA)更新、導航及實時交通信息、多媒體流媒體、遠程車輛控制、智能家居集成與定制出行解決方案－所有該等都旨在在車輛生命週期內提供持續的價值及參與度。

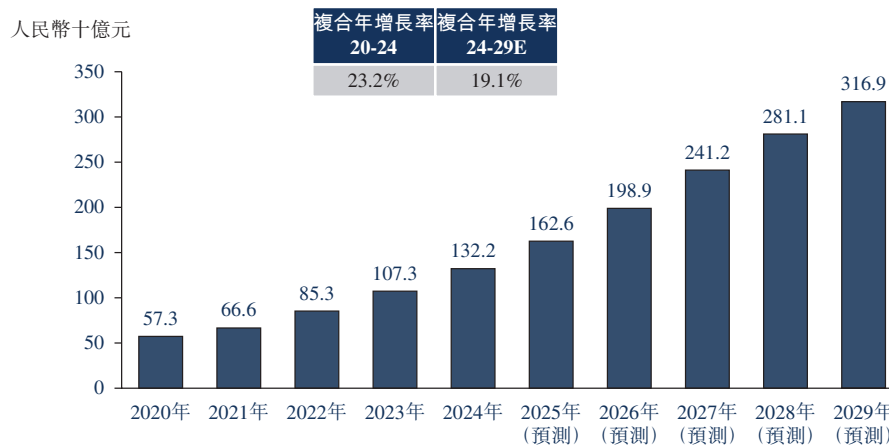
該等組件共同創造一個連貫的智能座艙環境，具有交互性、情境感知能力與持續可升級性。下表概述智能座艙系統內的核心要素。

## 行業概覽

### 中國智能座艙行業市場規模

過去幾年，在領先的智能座艙技術驅動下，中國智能座艙解決方案行業發展迅速。2020年至2024年，中國智能座艙解決方案行業的市場規模從人民幣573億元增長至人民幣1,322億元。預計到2029年，中國智能座艙解決方案行業的市場規模將達到人民幣3,169億元，2024年至2029年的複合年增長率約為19.1%。

#### 智能座艙市場規模（按收入），中國，2020年至2029年（預測）



資料來源：弗若斯特沙利文

### 中國智能座艙市場發展趨勢

#### 關鍵零部件製造商轉型為一級供應商

專業硬件製造商正在演變為智能座艙系統的全服務一級供應商。利用其在核心組件及研發方面的深厚專業知識，他們現在提供將先進硬件與定制軟件相結合的集成解決方案。這一轉變讓他們能夠直接滿足對無縫、高性能座艙體驗日益增長的需求，通過提供更大的創新敏捷性及成本效率，成為傳統一級供應商的有力競爭替代者。

---

## 行業概覽

---

### 軟件定義汽車日益重要

汽車行業的重點已轉向軟件定義汽車模式，在這種模式下，軟件從根本上定義功能並實現持續升級。這一範式讓軟件開發、集成能力與OTA更新平臺成為關鍵能力。對於智能座艙供應商而言，成功現在取決於與整車製造商的密切合作以及對敏捷軟件週期的掌握，以便在車輛生命週期內提供個性化與不斷演化的用戶體驗。

### 一級供應商競爭格局的演變

傳統一級供應商市場正受到新進入者（包括科技公司及初創企業）的顛覆。該等玩家帶來創新的方法與以軟件為中心的解決方案，重塑競爭格局，並迫使現有供應商加速自身的數字化轉型。這導致一個更具活力及競爭力的生態系統，推動更快的技術進步以及整車製造商與其技術供應商之間更多樣化的合作模式。

### 供應商與OEM合作的戰略必要性

隨著SDV的興起，智能座艙供應商與整車製造商之間深厚、合作的夥伴關係變得至關重要。這超越傳統的供應商關係，需要聯合開發流程、共享數據平臺及一致的發展路線圖。重點在於共同創造可擴展的架構，允許快速的功能部署與定制，確保座艙系統通過持續的軟件創新保持前沿地位。

## 中國智能機器人市場分析

### 智能機器人市場定義及分類

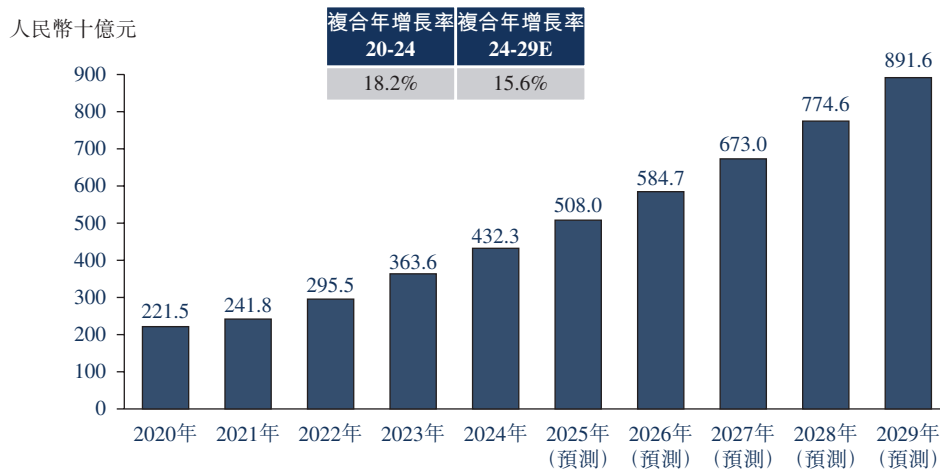
智能機器人按用途分為工業機器人及服務機器人，其中人形機器人是服務機器人下的一種新型產品。工業機器人是指自動控制的、可編程的多用途操作機，具有三個或更多可編程軸，通常用於工業應用。人形機器人是指在外形及尺寸上類似人類，並且能夠模仿人類動作、表情、互動及移動的機器人。

## 行業概覽

### 全球智能機器人行業市場規模

全球智能機器人市場從2020年到2029年顯示出顯著增長。2020年規模為人民幣2,215億元，到2024年迅速擴張至人民幣4,323億元，在此期間實現18.2%的複合年增長率。展望2029年，市場預計將達到人民幣8,916億元，繼續強勁擴張，從2024年起的複合年增長率略有放緩但仍強勁，為15.6%。這一軌跡反映市場的持續動力，從最初的加速擴張階段轉變為穩步的高增長發展階段。作為智能機器人中的快速增長品類，中國人形機器人市場規模預計將從2024年的人民幣22億元增長至2029年的人民幣243億元，複合年增長率達62.3%，展現了中國在該行業的高增長潛力。

智能機器人市場規模（按收入），全球，2020年至2029年（預測）



資料來源：弗若斯特沙利文

### 智能汽車供應鏈公司拓展智能機器人業務的協同分析

#### 核心技術協同

實現智能汽車功能的基礎技術 — 例如先進的傳感器融合、AI感知算法、嵌入式控制系統及高性能計算平臺 — 可直接轉移至智能機器人領域。這一共享的研發基礎讓公司能夠跨這兩個部門分攤開發成本，利用經過驗證的車規級組件加速機器人原型設計，並通過在實時、安全關鍵系統方面的深厚專業知識建立競爭優勢。

---

## 行業概覽

---

### 市場准入協同

與汽車OEM及一級製造商建立的現有關係為工業應用領域的機器人業務提供自然的切入點。該等客戶日益尋求集成自動化與物流解決方案，例如用於零部件處理的AMR或用於裝配的協作機器人。利用現有的信任及銷售渠道顯著降低客戶獲取成本，並縮短新機器人產品的商業化路徑。

### 供應鏈協同

供應鏈公司在精密製造、質量控制及可擴展生產方面擁有成熟的能力，這對機器人技術至關重要。電機、致動器、電子元件及結構件的現有供應網絡可用於或調整為機器人生產。這種垂直整合能力提高成本控制，確保供應穩定性，並基於統一的製造及採購策略實現快速迭代，例如汽車外飾專家敏實與人形機器人初創企業智元合作開發「電子皮膚」外殼，將其汽車塗層、密封及軟觸感技術重新部署，成為機器人外飾系統供應商。

### 數據生態系統協同

圍繞互聯汽車構建的龐大數據生態系統 — 包括實時運行數據、仿真環境及OTA更新平臺 — 可以擴展用於訓練、監控及升級機器人系統。共享的數據架構及雲平臺促進更具適應性與智能性的機器人的開發，同時為兩條產品線的預測性維護及性能優化創建統一的服務模式。