

## 行業概覽

本節及本[編纂]其他章節所載的信息及統計數據來源於各種官方和政府刊物及公開市場研究資料。信息及統計數據亦來源於羅蘭貝格所編製的市場研究報告（「羅蘭貝格報告」）。羅蘭貝格是一家獨立的市場研究及諮詢公司。本公司委託羅蘭貝格幫助分析2009年至2018年期間本公司所經營或打算經營的行業，並編製報告。羅蘭貝格報告由羅蘭貝格獨立編製完成，不受本公司影響。本公司同意向羅蘭貝格支付人民幣1.23百萬元之費用，其中人民幣0.49百萬元已支付。本公司認為該費用符合市場定價。羅蘭貝格成立於1967年，是全球領先的戰略諮詢公司之一，為領先的國際企業、非營利組織及事業單位提供廣泛的管理諮詢服務。

在編製報告過程中，羅蘭貝格綜合採用了初級研究及次級研究方法。初級研究涉及與業內領先企業及行業專家進行深度訪談。次級研究涉及根據羅蘭貝格的自有研究數據庫審查公司報告、獨立研究報告及數據。預測數據透過分析源自宏觀經濟數據及特定行業相關因素的歷史數據得出。除非另有說明，本節提供的所有數據及預測均由羅蘭貝格提供。

羅蘭貝格在對宏觀經濟環境、全球及中國汽車市場、全球汽車玻璃市場及中國、北美和俄羅斯汽車玻璃市場進行預測時採用以下假設：(i)中國與全球經濟於預測期內將保持穩步增長；(ii)中國與全球的社會、經濟與政治環境於預測期內將維持穩定狀態，從而支撐汽車產業持續發展；(iii)於預測期內將不會發生戰爭或其他大規模的災害；及(iv)中國的道路基礎設施及道路狀況將得到持續改善，汽車玻璃替代率將逐步減低。

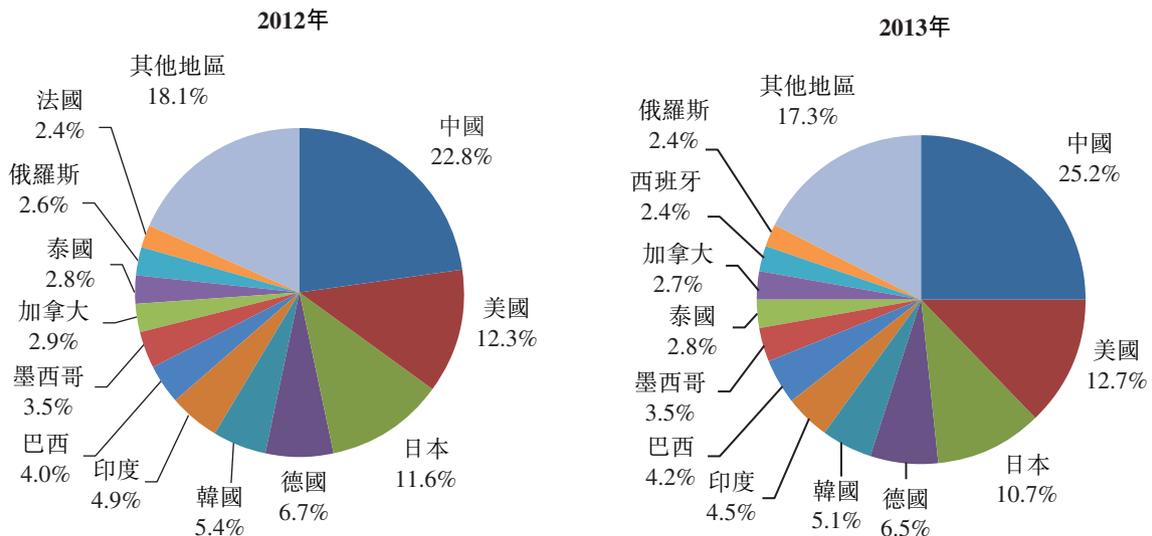
本公司董事確認，市場自羅蘭貝格報告日期以來並無任何不利變動，以致本節信息存有保留意見、相抵觸或受到影響。本公司相信，本節所載資料來自適當來源，且本公司在摘錄及轉載有關資料時已合理謹慎行事。本公司並無理由相信有關資料在任何重大方面失實或存有誤導成份，或者當中遺漏任何事實致使有關資料在任何重大方面失實或存有誤導成份。本公司、[編纂]、[編纂]、[編纂]或參與[編纂]的其他各方並未對官方政府或其他第三方來源的資料進行獨立核實，亦不對其準確性發表任何聲明。該等資料未必與中國境內外編撰的其他資料一致，準確度或完整性亦可能有所不同，因此不應過分依賴。

## 行業概覽

### 汽車行業概覽

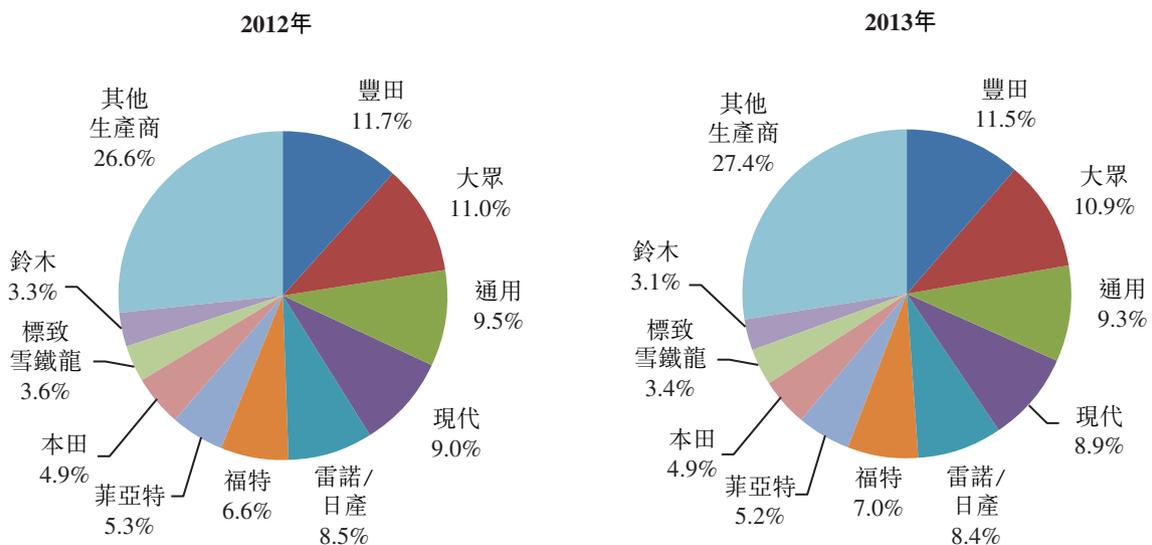
#### 全球汽車行業

全球汽車銷量由2009年的66百萬輛增長至2013年的85.3百萬輛，複合年增長率為6.6%。羅蘭貝格預計，2013年至2018年，全球汽車銷量將以4.2%的複合年增長率增長。2018年，全球汽車銷量將達105百萬輛，主要由於美國和歐洲經濟復蘇及汽車需求量持續增加，以及亞洲和南美新興經濟體的汽車需求量不斷增長。全球汽車產量由2009年的61.7百萬輛增長至2013年的87.6百萬輛，複合年增長率為9.2%。預計2013年至2018年，全球汽車產量將以4.1%的複合年增長率增長。2018年，全球汽車產量將達107百萬輛。2012年及2013年全球汽車市場按產量劃分的地區明細如下圖所示。



資料來源：IHS、中國、羅蘭貝格報告

2012年及2013年各領先汽車生產商的產量如下圖所示。

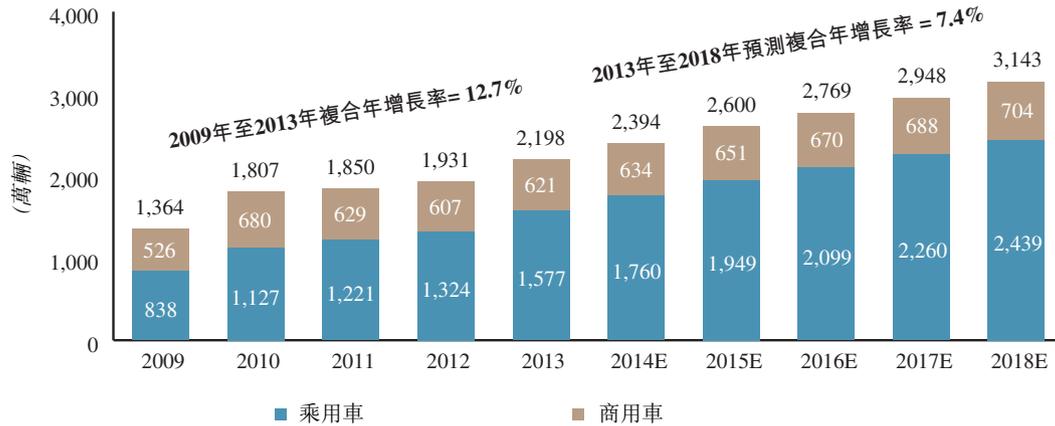


資料來源：HIS、中國汽車工業協會、羅蘭貝格報告

## 行業概覽

### 中國汽車行業

2009年，中國超越美國，躍居全球銷量最大的汽車市場。中國汽車銷量由2009年的13.6百萬輛增長至2013年的22.0百萬輛，複合年增長率為12.7%。預計2013年至2018年，中國汽車銷量將以7.4%的複合年增長率增長。2018年，中國汽車銷量將達31.4百萬輛。中國汽車銷量於所示期間的歷史與預測數據如下圖所示。



資料來源：羅蘭貝格報告

根據羅蘭貝格的資料，中國汽車行業有以下關鍵增長驅動因素：

- **中國經濟的增長。**中國經濟的發展已經並將繼續為中國汽車市場增長的主要驅動力。國家統計局數據顯示，中國名義GDP由2009年的人民幣33.5萬億元增長至2013年的人民幣56.9萬億元。受中國經濟增長推動，城鎮居民人均可支配收入由2009年的人民幣17,175元增長至2013年的人民幣26,955元，複合年增長率為11.9%。國際貨幣基金數據顯示，2009年至2013年，中國實際GDP年增長率為9.2%，預計未來五年的年增長率將為7.0%左右，高於同期全球經濟的平均年增長率（不超過4.1%）。
- **城鎮化水平的提升。**中國城鎮化水平的提升預期將持續推動中國經濟增長及社會發展。《中國區域經濟統計年鑑》數據顯示，中國城鎮化比例由2009年的46.6%提高至2013年的53.7%，預計於2015年及2020年將分別達到54%及60%。城鎮化將創造更多就業機會，拉動內需，帶動中國基礎產業的發展，從而推動中國汽車銷量（尤其是二三線城市）增長。
- **道路基礎設施的改善。**由於中國政府加大道路建設及修繕投資，使得中國的道路基礎設施得到改善，亦將推動汽車需求量增加。中國高速公路總長由2009年的65,100公里增長至2013年的98,460公里，複合年增長率為10.9%。中國目前的公路網密度達45公里／百平方公里，與美國（67公里／百平方公里）、日本（89公里／百平方公里）及德國（180公里／百平方公里）相比仍處於較低水平，具有進一步提升空間。
- **中國汽車金融市場的發展。**中國汽車金融市場的發展拓展了貸款購車的渠道，推動汽車銷量的增長。中國汽車金融市場仍處於初期發展階段，2013年滲透率為20%（2009年為9%）。中國汽車金融滲透率遠低於美國、印度和巴西的80%，日本和西歐的60%及俄羅斯的40%，仍有較大發展潛力。

## 行業概覽

- **支持性政府政策。**汽車行業是中國經濟的支柱產業之一。自2009年起，中國政府已出台多項鼓勵政策扶持汽車行業發展，其中包括「汽車下鄉」、「新能源汽車補貼」及「以舊換新」，促進了2009年至2012年期間中國汽車銷量的快速增長。近年來支持性政府政策對中國汽車行業的影響力減弱，主要是由於部份支持性政策已到期停止及中國地方政府出台汽車限購令，以緩解空氣污染及交通擁堵問題。

### 汽車玻璃行業概覽

汽車玻璃市場可以分為兩類：新車配套市場及售後配件市場。新車配套市場銷售供應給汽車生產商主要用來安裝在新車上的玻璃產品。售後配件市場銷售供應給售後供應商用來替換的玻璃產品。

### 全球汽車玻璃行業

#### 概覽

隨着全球經濟自2008年全球金融危機以來不斷復蘇，全球汽車玻璃需求量由2009年的294百萬平方米增加至2013年的415百萬平方米，複合年增長率為9.0%。羅蘭貝格預計，2013年至2018年，全球汽車玻璃需求量將以4.9%的複合年增長率增長。2018年，全球汽車玻璃需求量將達528百萬平方米。全球汽車玻璃需求量於所示期間的歷史和預測數據如下圖所示。



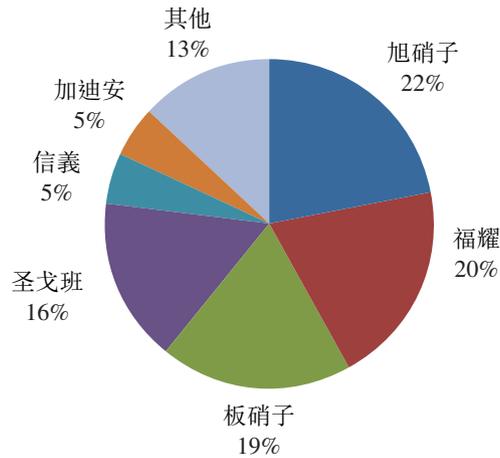
資料來源：羅蘭貝格報告

2009年至2013年，全球新車配套汽車玻璃市場以10.1%的複合年增長率增長。2013年全球新車配套汽車玻璃市場總量為331百萬平方米，佔全球汽車玻璃市場的79.8%，且增速高於同期全球汽車市場。全球新車配套汽車玻璃市場增長的主要原因是市場對大型擋風玻璃的需求不斷增加及和汽車天窗的日益普及。預計2013年至2018年，全球新車配套汽車玻璃市場將以5.0%的複合年增長率增長，2018年全球新車配套汽車玻璃市場總量將達423百萬平方米。2009年至2013年，全球售後配件汽車玻璃市場以5.0%的複合年增長率增長，2013年全球售後配件汽車玻璃市場總量為84百萬平方米。預計2013年至2018年，全球售後配件汽車玻璃市場將以4.6%的複合年增長率增長，2018年全球售後配件汽車玻璃市場總量將達105百萬平方米。

全球汽車玻璃銷售額由2009年的106億美元增加至2013年的142億美元，複合年增長率為7.6%。汽車玻璃的市場價格取決於若干因素，包括原材料成本及市場供需。汽車玻璃的平均價格由2009年的36.30美元／平方米下降至2010年的34.10美元／平方米，主要受2008年全球金融危機所影響。自2010年以來，汽車玻璃的平均價格穩定在34美元／平方米，主要是由於全球汽車市場逐步復蘇及關閉部份虧損汽車玻璃生產線。

## 行業概覽

全球汽車玻璃市場高度集中，2013年前四大生產商的銷量佔全球汽車玻璃總銷量的約77%。全球領先汽車玻璃生產商的市場份額如下圖所示。



資料來源：羅蘭貝格報告

2013年，本公司的銷量佔全球汽車玻璃總銷量的20%。在前四大全球汽車玻璃生產商中，本公司是唯一一家專注於汽車玻璃的汽車玻璃生產商。2013年，本公司營業收入中的94.9%來自於汽車玻璃銷售，而旭硝子、板硝子和聖戈班僅為23%、48%和5%。2013年，本公司的運營利潤率為22.2%，而旭硝子、板硝子和聖戈班的玻璃生產業務方面的運營利潤率則在3.5%或以下。

### 全球汽車玻璃行業的趨勢

- 汽車天窗普及率提升。受消費者對駕駛體驗要求的提升所推動，汽車天窗的需求量預期將不斷增加。
- 汽車玻璃用量增長。每車汽車玻璃用量在過去十年間以1.4%的複合年增長率增長，預計未來將會繼續增長，主要是由於為擴大視野而增加前擋風玻璃的傾斜度以及汽車天窗的需求量增加。
- 汽車玻璃特性和功能的改善。附帶節約能耗、提高駕乘舒適性和安全性等增值特性和功能的智能型玻璃產品（如電（光）控調色玻璃(electrically-switchable smart glass)、憎水玻璃(water-repellent glass)和屏顯風窗玻璃(HUD)）將在汽車行業得到廣泛應用。
- 汽車玻璃模塊化生產的加大。為降低生產成本、優化供應鏈並加強質量控制，全球領先汽車製造商對汽車組建模塊化生產的需求日益增加。預期這將推動汽車玻璃生產商進一步整合預裝配和注塑包邊等增值生產工藝，提高汽車玻璃產品的附加值。

### 全球汽車玻璃行業的行業壁壘

汽車玻璃行業的主要進入壁壘如下：

- 生產與銷售網絡。很難迅速建立覆蓋主要汽車生產基地的生產網絡和全面的銷售網絡是進入汽車玻璃市場的壁壘。生產與銷售網絡對以最優成本滿足新車配套市場客戶的供應需求及擴大售後配件汽車玻璃市場的客戶量而言至關重要。
- 生產多功能汽車安全玻璃須符合先進的技術規定。玻璃功能的迅速升級加

## 行業概覽

劇了生產商之間的競爭，並對缺乏研發能力的新進入者產生壁壘。此外，汽車玻璃生產商必須符合監管機構嚴格的技术規定。

- **資金投入規模。**在歐洲、美國和中國，建立一條產能超過1百萬套汽車玻璃的生產線通常需要投資約40百萬歐元至60百萬歐元、70百萬美元及人民幣200百萬元。另外，為了保證充足及時地供應高質量浮法玻璃以滿足汽車玻璃生產需求，汽車生產商通常在汽車玻璃生產設施附近建立優質浮法玻璃生產線，在歐洲及中國建立一處廠房分別需要額外投資約100百萬歐元至150百萬歐元及人民幣300百萬元。
- **產品認證。**汽車玻璃生產商須就其汽車產品取得產品銷售地所在國家及地區的多項國家安全及質量認證，包括中國CCC、美國DOT、歐洲ECE、日本JAS和巴西的INMETRO。

### 中國汽車玻璃行業

受益於中國汽車市場的快速發展，中國汽車玻璃需求量由2009年的60.1百萬平方米增加至2013年的96.5百萬平方米，複合年增長率為12.6%。預計2013至2018年，中國汽車玻璃需求量將以9.3%的複合年增長率增長。2018年，中國汽車玻璃需求量將達150.6百萬平方米。中國汽車玻璃需求量於所示期間的歷史與預測數據如下圖所示。



資料來源：羅蘭貝格報告

2009年至2013年，中國新車配套汽車玻璃市場按12.2%的複合年增長率增長。2013年，中國新車配套汽車玻璃市場銷量達86.5百萬平方米，佔中國汽車玻璃市場銷量的90%。預計2013年至2018年，中國新車配套汽車玻璃銷量複合年增長率將維持在9.0%，超過中國汽車生產的預期增長，主要是由於隨着汽車天窗的普及以及對豪華車、汽車附加功能和特性的需求增長，導致每車汽車玻璃用量增加。2009年至2013年，中國售後配件汽車玻璃市場按16.5%的複合年增長率增長。2013年，中國售後配件汽車玻璃市場銷量達10百萬平方米。預計2013年至2018年，其複合年增長率為11.7%，2018年中國售後配件汽車玻璃市場銷量將進一步達到17.3百萬平方米。

2009年至2013年，中國汽車玻璃銷售額（含進口但不含天窗玻璃產品的銷售額）按13.2%的複合年增長率增長。2013年，中國汽車玻璃銷售額達人民幣115億元，佔全球汽車玻璃市場的13.1%。羅蘭貝格預計中國汽車玻璃市場將持續增長，主要原因包括(i)二次購車客戶數量增加；(ii)中國城市居民的人均可支配收入增加及對豪華車、汽車附加功能和特性的需求不斷增加；(iii)高新技術汽車玻璃生產商的稅收優惠待遇；及(iv)中國政府出台的刺激政策，鼓勵汽車玻璃生產商進行生產創新。

## 行業概覽

作為汽車玻璃的淨出口國，2009年至2013年，中國汽車玻璃產量按12.4%的複合年增長率增長。2013年，中國汽車玻璃產量達135百萬平方米。受有效運輸半徑限制，汽車玻璃生產商通常將工廠設在新車配套市場附近，以確保及時可靠地向新車配套市場客戶運輸汽車玻璃產品。國內領先汽車玻璃生產商在主要汽車生產基地的分布情況如下圖所示。

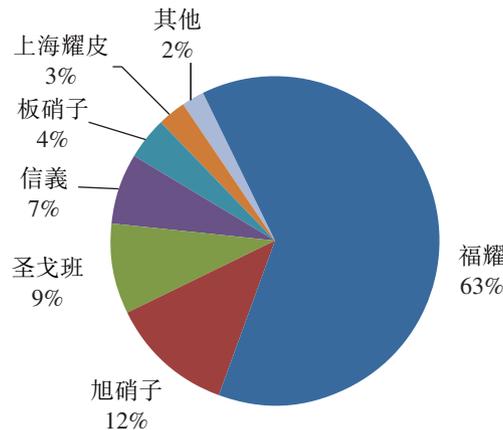


資料來源：羅蘭貝格報告

## 行業概覽

中國汽車玻璃的平均售價由2009年的人民幣116.4元／平方米降至2010年的人民幣115.6元／平方米，主要原因是中國新上市的車型減少，且微型商用車銷量增加。相較於新上市車型，接近產品週期末期的車型的汽車玻璃售價通常較低。受中國政府鼓勵購買輕型商用車的財政政策所推動，微型商用車佔中國汽車總銷量的比重由2008年的11.4%上升至2009年的14.5%。中國微型商用車的汽車玻璃售價通常較乘用車的售價為低。由於經濟逐步回暖，中國新上市的車型增多，乘用車汽車玻璃銷量佔中國汽車玻璃總銷量的比重增加，汽車玻璃的平均價格由2011年的人民幣117.7元／平方米小幅增加至2013年的人民幣119.0元／平方米。

中國汽車玻璃市場高度集中，前五大生產商佔國內汽車玻璃銷售額的約89%。每年中國進口小部份汽車玻璃，主要用於進口車型及樣車試制。除進口的汽車玻璃，2013年前五大生產商佔國內汽車玻璃銷售額的95%。2013年中國本土生產汽車玻璃的市場銷售份額如下圖所示。



資料來源：羅蘭貝格報告

2013年，乘用車汽車玻璃佔中國汽車玻璃銷量的66%，中國新車配套汽車玻璃銷量的81%。中國乘用車玻璃市場的集中度比商用車玻璃市場高，主要是由於市場的快速發展及相對較高的技術門檻。大型汽車玻璃生產商，包括本公司、旭硝子及聖戈班，依靠領先的技術、生產及營銷能力佔中國乘用車玻璃市場主導地位，市場份額分別佔中國乘用車玻璃市場總銷量的72%、11%及9%。

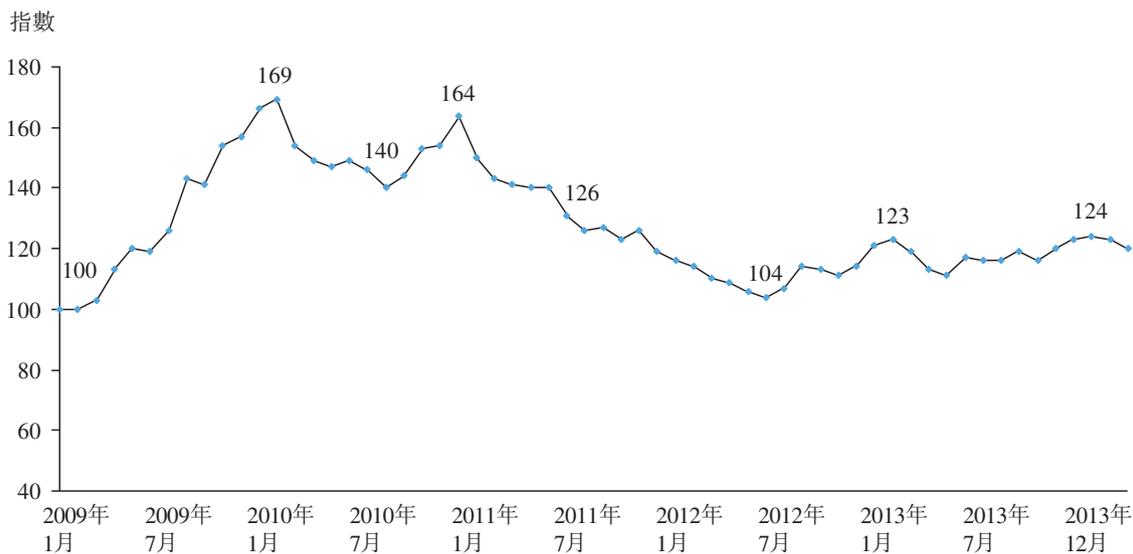
本公司是國內絕少數獲得歐州、美國、日本及韓國汽車生產商的产品認證的汽車玻璃生產商之一，客戶包括中國的前十大乘用車生產商以及寶馬、奔馳、賓利、勞斯萊斯和保時捷等其他知名汽車生產商。下表載列中國前三大汽車玻璃生產商與中國前十大乘用車新車配套市場的客戶關係。

## 行業概覽

汽車玻璃生產商	福耀	旭硝子	聖戈班
上海通用	✓	✓	✓
一汽大眾	✓	✓	
上海大眾	✓	✓	
北京現代	✓	✓	✓
東風日產	✓	✓	✓
奇瑞	✓		
一汽豐田	✓	✓	
長安福特	✓		✓
吉利	✓		✓
長城	✓		✓

資料來源：羅蘭貝格報告

浮法玻璃和PVB是汽車玻璃生產中使用的兩種主要原材料。浮法玻璃通常佔汽車玻璃生產成本的約35%至40%。由於供給壓力凸顯，浮法玻璃自2010年以來的價格跌幅接近30%。目前汽車玻璃生產使用的主流浮法玻璃價格大約為人民幣55至65元／重量箱，其中規格為4毫米的浮法玻璃價格大致在人民幣220至280元／平方米。中國浮法玻璃價格走勢圖（指數化；由100開始）如下所示。



資料來源：萬德數據、羅蘭貝格報告

在浮法玻璃市場價格波動的環境下，穩定充足的優質汽車級浮法玻璃的供應除了能降低汽車玻璃生產商面臨的市場風險，更使汽車玻璃生產商通過提高成品率進一步降低生產成本。中國約有100條汽車級浮法玻璃生產線，其中僅有20%能夠生產優質汽車級浮法玻璃。2013年，本公司佔全國優質汽車級浮法玻璃總產能的36%，而本公司的競爭者上海耀皮、信義、聖戈班、金晶及旭硝子則分別佔中國優質汽車級浮法玻璃總產能的13%、13%、13%、7%及6%。

---

## 行業概覽

---

PVB通常佔汽車玻璃生產成本的20%至25%。汽車玻璃生產所用的PVB市場價格大致在人民幣50元至人民幣60元／平方米。儘管PVB的市場價格在過去的三年中有小幅增長，但是汽車玻璃生產商一般通過與杜邦、積水及伊士曼等全球前三大PVB製造商簽訂長期供應合同來保障PVB的穩定供應及管理PVB價格的波動風險。因此，對於PVB採購量比較大的汽車玻璃生產商而言，PVB的成本依然比較穩定。

### 北美汽車玻璃行業

北美（包含美國、加拿大和墨西哥）的汽車玻璃需求量由2009年的4,780萬平方米增加至2013年的8,050萬平方米，複合年增長率為13.9%。預計2013年至2018年，北美汽車玻璃需求量將以3.1%的複合年增長率增長。2018年，北美汽車玻璃需求量將達9,390萬平方米。美國是北美地區最大的汽車玻璃市場。2013年，美國汽車玻璃需求量為5,620萬平方米，佔北美汽車玻璃總需求量的70%。2013年，美國汽車玻璃總銷售額為30億美元，佔同期全球汽車玻璃銷售額的21%。2013年，美國13%的汽車玻璃需求量依賴進口，8%的國產汽車玻璃產量供出口。

### 俄羅斯汽車玻璃行業

隨着俄羅斯經濟從全球金融危機中逐漸復蘇，汽車需求量不斷增加，俄羅斯汽車玻璃的需求量由2009年的690萬平方米增長至2013年的1,310萬平方米，複合年增長率為17.3%。預計2013年至2018年，俄羅斯汽車玻璃需求量將保持6.4%的複合年增長率，2018年需求量將達到17.8百萬平方米，主要是由於全球領先汽車生產商在俄羅斯建立工廠以及俄羅斯政府出台政策和措施支持俄羅斯汽車行業發展。2009年至2013年，俄羅斯汽車玻璃產量按13.7%的複合年增長率增長，而汽車玻璃進口量則按22.2%的複合年增長率增長。2013年，俄羅斯汽車玻璃總銷售額為330百萬美元，佔同期全球汽車玻璃銷售額的2.3%。

截至2013年12月31日，AGC是唯一一家在俄羅斯運營汽車玻璃工廠的跨國企業，佔2013年市場銷售份額的49%。Salavatsteklo是一家俄羅斯本土生產商，為25%的俄羅斯本土汽車生產商供應汽車玻璃，佔2013年市場銷售份額的11%。2013年，俄羅斯汽車玻璃需求量的約29%來自於信義、韓玻、板硝子和Sisecam等汽車玻璃生產商的進口。近年來，全球領先汽車玻璃生產商，包括本公司，已開始在俄羅斯建立工廠。由於俄羅斯存在汽車生產本地化的趨勢，預計未來俄羅斯本地生產的汽車玻璃佔俄羅斯汽車玻璃需求量的比重將不斷增加。