



# 2024-2030 年墨西哥保健品市场前景 分析

### 报告摘要

墨西哥国家地理统计局最新数据显示，墨西哥 2023 年国内生产总值增长 3.2%。其中，墨西哥工业生产增长 3.5%，建筑业领域表现突出，增长 15.6%；农牧业增长 1.9%；服务业增长 3.1%。2021 年墨西哥、中国人均 GDP 录得 1.04 万美元、1.26 万美元，首次被中国超过。随着海外企业投资热潮再起，墨西哥进入“再工业化”进程。墨西哥目前已和 50 余个国家签署贸易协定，为进出口、投资、技术转移创造了良好的宏观环境。目前，墨西哥出口增长强劲。据世界贸易组织和墨西哥国家统计和地理研究所日前发布的数据，2023 年墨西哥出口额达 5930.12 亿美元，年增长率为 2.6%，全球排名较 2022 年上升 4 位，超越俄罗斯、加拿大等国成为世界第九大产品出口国，创历史新高，外贸总额占 GDP 的 83.1%，其中制造业出口在总出口中比重保持达到 76.83%。墨西哥经济部发布的数据显示，2023 年墨西哥外国直接投资额达到 360.58 亿美元，同比增长 2.2%，创历史新高。其中，50% 的投资集中在制造业，包括交通运输设备制造业、金属工业、电子产品制造业、化学工业等。其余投资主要流向采矿、金融和服务等领域。在贸易领域保护主义和单边主义盛行的全球背景下，墨西哥在这一轮全球产业转移进程中备受外资青睐，外商投资墨西哥可以利用本地廉价劳动力以及毗邻美国的地理优势，以最优惠关税出口至北美或其他地区，降低国际关系变化所产生的影响。

本研究项目旨在深度挖掘墨西哥市场保健品的增长潜力与发展机会，分析墨西哥市场竞争态势、销售模式、客户偏好、整体市场营商环境，为国内企业出海开展业务提供客观参考意见。

据 QYResearch 最新调研，2023 年全球保健品市场销售收入达到了 0 亿元，预计 2030 年可以达到 0 亿元，未来几年年复合增长率(CAGR)为 0。墨西哥市场而言，预计 2024-2030 期间年复合增长率(CAGR)为 xx%，高于全球的 xx%，2030 年墨西哥市场市场规模将达到 xx 亿元。

保健品 (Health Products)，既不是药品，也不是食品，不以治疗疾病为目的，并且对人体不产生任何急性、亚急性或者慢性危害。它们以药丸、胶囊、粉末、凝胶胶囊、片剂、提取物或液体形式提供给消费者。适用于特定人群食用，以补充维生素、矿物质等功能性产品来达到调节身体机体功能的目的。目前主要有维生素和矿物质、体重管理/运动营补充剂、草本植物提取物、益生菌等种类。目前，大多数保健品主要被用来给特定人群体提供维生素、矿物质、蛋白质、脂肪、碳水化合物、膳食纤维等，作为一种增加人体的身体机能来预防未来潜在疾病风险的产品。保健品无论是哪种类型，它都有出自保健目的，不能在很短时间内改善人的体质，但长时间服用可使人延年益寿。随着社会的发展，对于食品增加保健受到了世界各国人民的重视。保健品的主要消费国分布在北美洲、欧洲和亚洲。美国、欧洲、中国、日本、韩国、东南亚、澳大利亚、拉美等是主要的保健品消费地区。目前，全球没有统一的命名标准，在美国被称为“膳食补充剂”；在欧盟被称为“食品补充剂”；在我国被称为“膳食营养补充剂”。保健品的消费与居民消费水平有较大关系。居民收入高的地区，人均消费较高。一个地区，随着经济发展和收入提升，保健品消费市场将会逐渐打开并且快速增长。全球五大保健品 (Dietary Supplements) 生产商分别是 Amway、Herbalife Nutrition、Suntory Holdings Limited、无限极 (中国) 有限公司和汤臣倍健股份有限公司，占比超过 14%。其中，Amway 以 6% 左右的市场份额位居领先。就产品类型而言，维生素和矿物质占据了总市场的最大份额，超过 60%。在产品应用方面，成年人占据了整个市场的最大份额，约为 56%。

本文重点关注墨西哥市场主要的国外及墨西哥本土企业，分析墨西哥市场总体竞争格局、目前现状及未来趋势。



本文核心内容：

- 市场空间：全球保健品行业市场空间、墨西哥市场发展空间。
- 竞争态势：全球保健品份额，墨西哥市场企业份额。
- 销售模式：墨西哥市场销售模式、本地代理商
- 客户情况：墨西哥本地客户及偏好分析
- 营商环境：墨西哥营商环境分析

本文纳入的企业包括国外及墨西哥本土保健品企业，以及相关上下游企业等，部分名单如下：

- Amway
- Herbalife Nutrition Ltd.
- Suntory Holdings Limited
- 无限极（中国）有限公司
- 汤臣倍健股份有限公司
- 完美（中国）有限公司
- Glanbia Plc
- GNC Holdings, LLC
- USANA Health Sciences, Inc.
- 健合国际控股有限公司
- Nestlé SA
- Blackmores Limited
- 新时代健康产业(集团)有限公司
- 北京同仁堂股份有限公司
- 厦门金达威集团股份有限公司
- Nature's Care

本文正文共 7 章，各章节主要内容如下：

- 第 1 章：保健品定义、市场规模及发展概况等
- 第 2 章：墨西哥营商环境分析
- 第 3 章：行业竞争格局及竞争对手分析
- 第 4 章：保健品主要企业简介
- 第 5 章：销售渠道及目标客户分析、墨西哥保健品进出口情况分析
- 第 6 章：行业发展趋势及影响因素分析
- 第 7 章：报告结论







## 正文目录

---

<b>1 保健品定义</b>	<b>1</b>
1.1 保健品产品定义及统计范围	1
1.2 行业市场规模	1
1.2.1 全球保健品市场收入规模（2019-2030）	1
1.2.2 全球保健品市场销量规模（2019-2030）	2
1.2.3 墨西哥市场保健品收入规模及增长率（2019-2030）	2
1.2.4 墨西哥市场保健品销量及增长率（2019-2030）	3
1.3 墨西哥市场发展概况	3
<b>2 墨西哥营商环境分析</b>	<b>4</b>
2.1 国家基本情况	4
2.2 经济发展指标	5
2.2.1 经济增长率	5
2.2.2 通货膨胀与物价水平	5
2.2.3 最新失业率	5
2.2.4 外汇储备	5
2.2.5 信用评级	5
2.3 基础设施现状	6
2.3.1 交通	6
2.3.2 通信与互联网	6
2.3.3 电力	7
2.3.4 高等教育	7
2.3.5 劳工情况	8
2.4 金融环境特色	8
2.4.1 当地货币	8
2.4.2 外汇管理	8
2.4.3 跨境结算	8
2.4.4 金融服务	8
2.4.5 证券市场	9





---

<b>2.5 国际经贸合作</b>	<b>9</b>
2.5.1 进出口贸易	9
2.5.2 外国投资	9
2.5.3 已参与贸易协定	10
<b>2.6 中国与墨西哥合作</b>	<b>10</b>
2.6.1 中国 - 墨西哥经贸合作：海上丝绸之路	10
2.6.2 政策演进	11
2.6.3 资金融通	11
2.6.4 企业出海	11
2.6.5 从投资合作角度，墨西哥市场的吸引力主要表现在以下方面：	11
<b>2.7 2023“一带一路”共建国家基础设施发展指数</b>	<b>13</b>
<b>3 行业竞争格局</b>	<b>15</b>
<b>3.1 全球市场保健品竞争格局</b>	<b>15</b>
3.1.1 全球市场保健品厂商份额（2023）	15
3.1.2 全球市场保健品竞争分析	15
3.1.3 主要厂商保健品总部及产地分布	15
3.1.4 主要厂商保健品产品类型及应用	17
<b>3.2 墨西哥市场保健品竞争格局</b>	<b>18</b>
3.2.1 墨西哥市场主要厂商保健品销量（2019-2024）	18
3.2.2 墨西哥市场主要厂商保健品销量市场份额（2019-2024）	19
<b>3.3 墨西哥市场主要厂商保健品收入及市场占有率</b>	<b>21</b>
3.3.1 墨西哥市场主要厂商保健品收入（2019-2024）	21
3.3.2 墨西哥市场主要厂商保健品收入市场份额（2019-2024）	22
<b>3.4 墨西哥市场主要厂商保健品价格（2019-2024）</b>	<b>24</b>
<b>3.5 保健品行业集中度、竞争程度分析</b>	<b>25</b>
<b>3.6 墨西哥本土厂商情况分析</b>	<b>25</b>
<b>3.7 墨西哥市场保健品市场机会分析</b>	<b>26</b>
<b>4 主要企业简介</b>	<b>27</b>
<b>4.1 Amway</b>	<b>27</b>
4.1.1 Amway 基本信息、保健品生产基地、总部、竞争对手及市场地位	27

---



4.1.2 Amway 保健品产品规格、参数及市场应用	27
4.1.3 Amway 公司简介及主要业务	27
4.1.4 Amway 企业最新动态	28
<b>4.2 Herbalife Nutrition Ltd.</b>	<b>28</b>
4.2.1 Herbalife Nutrition Ltd.基本信息、保健品生产基地、总部、竞争对手及市场地位	28
4.2.2 Herbalife Nutrition Ltd. 保健品产品规格、参数及市场应用	29
4.2.3 Herbalife Nutrition Ltd.公司简介及主要业务	29
4.2.4 Herbalife Nutrition Ltd.企业最新动态	29
<b>4.3 Suntory Holdings Limited</b>	<b>29</b>
4.3.1 Suntory Holdings Limited 基本信息、保健品生产基地、总部、竞争对手及市场地位	30
4.3.2 Suntory Holdings Limited 保健品产品规格、参数及市场应用	30
4.3.3 Suntory Holdings Limited 公司简介及主要业务	30
4.3.4 Suntory Holdings Limited 企业最新动态	31
<b>4.4 无限极（中国）有限公司</b>	<b>31</b>
<b>4.5 汤臣倍健股份有限公司</b>	<b>31</b>
<b>4.6 完美（中国）有限公司</b>	<b>31</b>
<b>4.7 Glanbia Plc</b>	<b>31</b>
<b>4.8 GNC Holdings, LLC</b>	<b>31</b>
<b>4.9 USANA Health Sciences, Inc.</b>	<b>31</b>
<b>4.10 健合国际控股有限公司</b>	<b>31</b>
<b>4.11 Nestlé SA</b>	<b>32</b>
<b>4.12 Blackmores Limited</b>	<b>32</b>
<b>4.13 新时代健康产业(集团)有限公司</b>	<b>32</b>
<b>4.14 北京同仁堂股份有限公司</b>	<b>32</b>
<b>4.15 厦门金达威集团股份有限公司</b>	<b>32</b>
<b>4.16 Nature's Care</b>	<b>32</b>
<b>5 销售渠道及客户偏好分析</b>	<b>35</b>
5.1 墨西哥市场保健品消费形态及客户偏好	35
5.2 墨西哥市场保健品代表性客户分析	35



<b>5.3 墨西哥市场保健品销售渠道及销售模式分析</b>	<b>35</b>
5.3.1 直销模式	35
5.3.2 经销/代理模式	35
5.3.3 销售渠道分析	35
5.3.4 墨西哥市场保健品代表性代理商分析	36
<b>5.4 保健品行业生产模式</b>	<b>36</b>
<b>5.5 墨西哥保健品进出口分析</b>	<b>36</b>
5.5.1 墨西哥市场保健品主要进口来源	36
5.5.2 墨西哥市场保健品主要出口目的地	37
<b>6 行业发展趋势及影响因素</b>	<b>38</b>
6.1 保健品行业发展分析—发展趋势	38
6.2 保健品行业发展分析—厂商壁垒	38
6.3 保健品行业发展分析—驱动因素	38
6.4 保健品行业发展分析—制约因素	39
6.5 保健品行业发展分析—行业政策	39
<b>7 研究成果及结论</b>	<b>40</b>
<b>8 附录</b>	<b>41</b>
8.1 研究方法	41
8.2 数据来源	42
8.2.1 二手信息来源	42
8.2.2 一手信息来源	42
8.3 数据交互验证	42
8.4 免责声明	44



## 表格目录

表 1: 墨西哥主要高等院校	7
表 2: 各区域基础设施发展指数变化情况	14
表 3: 主要厂商保健品总部及产地分布	15
表 4: 主要厂商保健品产品类型及应用	17
表 5: 墨西哥市场主要厂商保健品销量 (2019-2024) & (千盒)	18
表 6: 墨西哥市场主要厂商保健品销量市场份额 (2019-2024)	19
表 7: 墨西哥市场主要厂商保健品收入 (2019-2024) & (万元)	21
表 8: 墨西哥市场主要厂商保健品收入份额 (2019-2024)	22
表 9: 墨西哥市场主要厂商保健品价格 (2019-2024) & (美元/盒)	24
表 10: Amway 保健品生产基地、总部、竞争对手及市场地位	27
表 11: Amway 保健品产品规格、参数及市场应用	27
表 12: Amway 公司简介及主要业务	27
表 13: Amway 企业最新动态	28
表 14: Herbalife Nutrition Ltd. 保健品生产基地、总部、竞争对手及市场地位	28
表 15: Herbalife Nutrition Ltd. 保健品产品规格、参数及市场应用	29
表 16: Herbalife Nutrition Ltd. 公司简介及主要业务	29
表 17: Herbalife Nutrition Ltd. 企业最新动态	29
表 18: Suntory Holdings Limited 保健品生产基地、总部、竞争对手及市场地位	30
表 19: Suntory Holdings Limited 保健品产品规格、参数及市场应用	30
表 20: Suntory Holdings Limited 公司简介及主要业务	30
表 21: Suntory Holdings Limited 企业最新动态	31
表 22: 墨西哥本土保健品代表性客户分析	35
表 23: 墨西哥市场保健品代理商列表	36
表 24: 墨西哥市场保健品主要进口来源	36
表 25: 墨西哥市场保健品主要出口目的地	37
表 26: 保健品行业发展分析---发展趋势	38
表 27: 保健品行业发展分析---厂商壁垒	38
表 28: 保健品行业发展分析---驱动因素	38
表 29: 保健品行业发展分析---制约因素	39
表 30: 研究范围	41
表 31: 本文分析师列表	45









## 图表目录

---

图 1: 保健品产品图片 .....	1
图 2: 全球保健品市场收入规模及增长率 (2019-2030) & (百万元) .....	1
图 3: 全球保健品市场销量及增长率 (2019-2030) & (千盒) .....	2
图 4: 墨西哥市场保健品销售额及增长率 (2019-2030) & (百万元) .....	2
图 5: 墨西哥市场保健品销量及增长率 (2019-2030) & (千盒) .....	3
图 6: 2023 年基础设施发展指数 .....	13
图 7: 全球市场保健品厂商份额 (2023) .....	15
图 8: 2023 年墨西哥市场主要厂商保健品销量市场份额 .....	21
图 9: 2023 年墨西哥市场主要厂商保健品收入市场份额 .....	23
图 10: 2023 年墨西哥市场前五大厂商保健品市场份额 .....	25
图 11: 保健品行业生产模式分析 .....	36
图 12: 墨西哥市场保健品主要来源地进口占比 (2023) .....	36
图 13: 墨西哥市场保健品主要目的地出口占比 (2023) .....	37
图 14: 关键采访目标 .....	42
图 15: 自下而上及自上而下验证 .....	43
图 16: 资料三角测定 .....	44



## 1 保健品定义

### 1.1 保健品产品定义及统计范围

保健品（Health Products），既不是药品，也不是食品，不以治疗疾病为目的，并且对人体不产生任何急性、亚急性或者慢性危害。它们以药丸、胶囊、粉末、凝胶胶囊、片剂、提取物或液体形式提供给消费者。适用于特定人群食用，以补充维生素、矿物质等功能性产品来达到调节身体机体功能的目的。目前主要有维生素和矿物质、体重管理/运动营补充剂、草本植物提取物、益生菌等种类。目前，大多数保健品主要被用来给特定人群提供维生素、矿物质、蛋白质、脂肪、碳水化合物、膳食纤维等，作为一种增加人体的身体机能来预防未来潜在疾病风险的产品。保健品无论是哪种类型，它都有出自保健目的，不能在很短时间内改善人的体质，但长时间服用可使人延年益寿。随着社会的发展，对于食品增加保健受到了世界各国人民的重视。保健品的主要消费国分布在北美洲、欧洲和亚洲。美国、欧洲、中国、日本、韩国、东南亚、澳大利亚、拉美等是主要的保健品消费地区。目前，全球没有统一的命名标准，在美国被称为“膳食补充剂”；在欧盟被称为“食品补充剂”；在我国被称为“膳食营养补充剂”。保健品的消费与居民消费水平有较大关系。居民收入高的地区，人均消费较高。一个地区，随着经济发展和收入提升，保健品消费市场将会逐渐打开并且快速增长。全球五大保健品（Dietary Supplements）生产商分别是 Amway、Herbalife Nutrition、Suntory Holdings Limited、无限极（中国）有限公司和汤臣倍健股份有限公司，占比超过 14%。其中，Amway 以 6% 左右的市场份额位居领先。就产品类型而言，维生素和矿物质占据了总市场的最大份额，超过 60%。在产品应用方面，成年人占据了整个市场的最大份额，约为 56%。

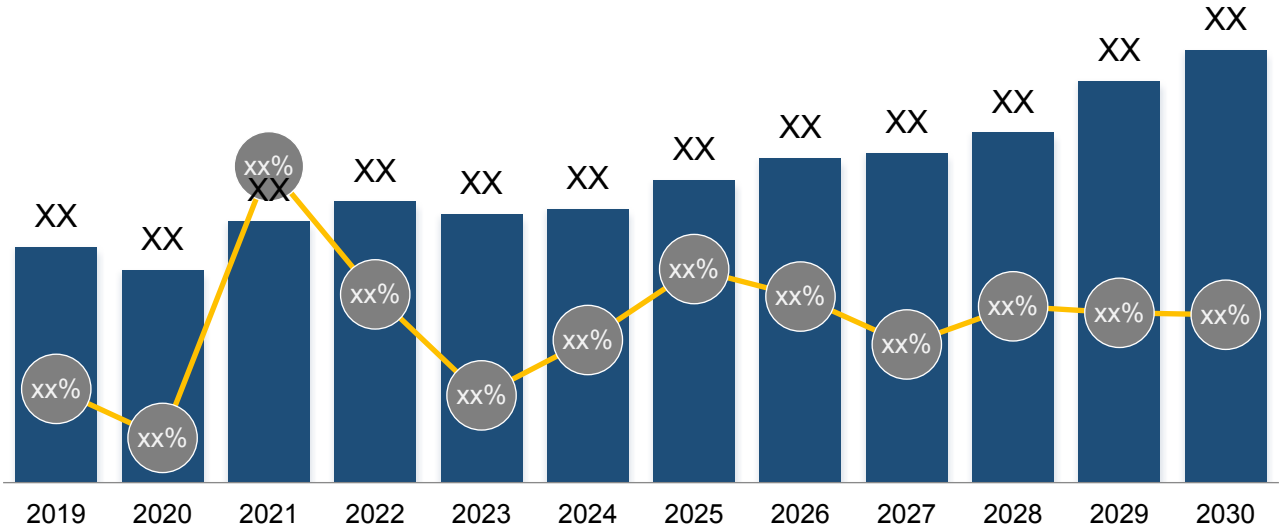
#### 图 1：保健品产品图片

资料来源：第三方资料及 QYResearch 整理

## 1.2 行业市场规模

### 1.2.1 全球保健品市场收入规模（2019-2030）

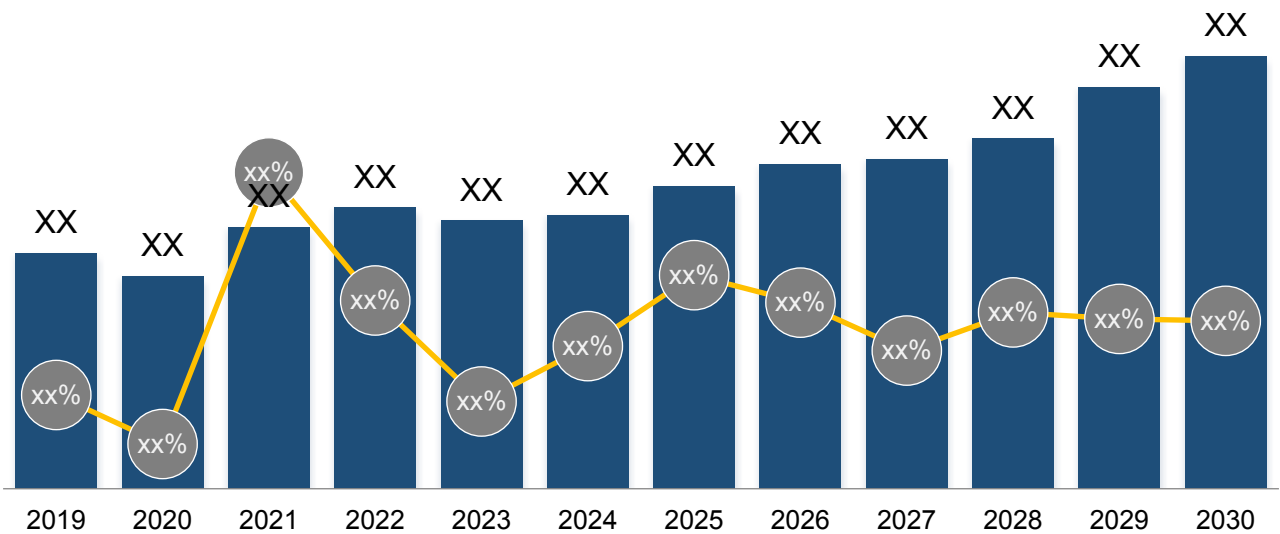
图 2：全球保健品市场收入规模及增长率（2019-2030）&（百万元）



资料来源：第三方资料、新闻报道、业内专家采访及 QYResearch 整理研究，2024 年

### 1.2.2 全球保健品市场销量规模（2019-2030）

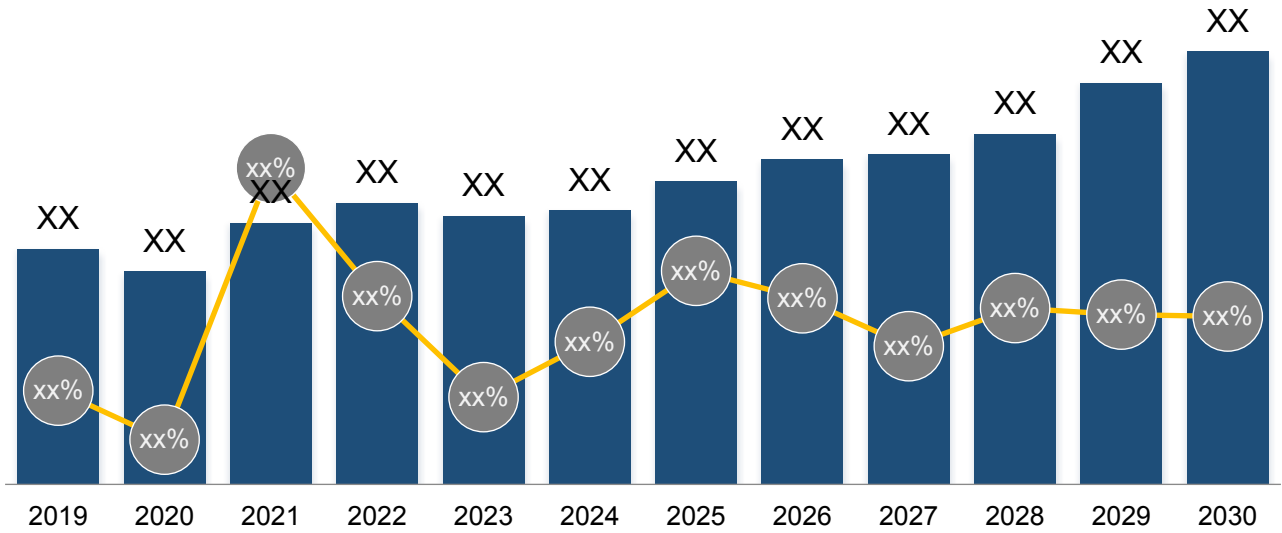
图 3：全球保健品市场销量及增长率（2019-2030）&（千盒）



资料来源：第三方资料、新闻报道、业内专家采访及 QYResearch 整理研究，2024 年

### 1.2.3 墨西哥市场保健品收入规模及增长率（2019-2030）

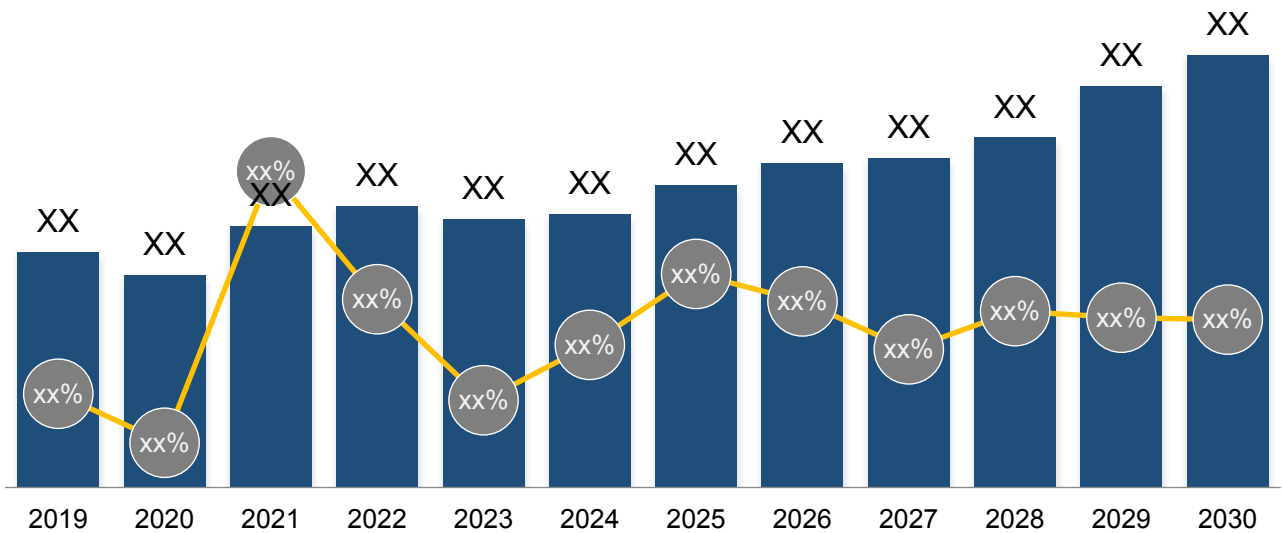
图 4：墨西哥市场保健品销售额及增长率（2019-2030）&（百万元）



资料来源：第三方资料、新闻报道、业内专家采访及 QYResearch 整理研究，2024 年

### 1.2.4 墨西哥市场保健品销量及增长率（2019-2030）

图 5：墨西哥市场保健品销量及增长率（2019-2030）&（千盒）



资料来源：第三方资料、新闻报道、业内专家采访及 QYResearch 整理研究，2024 年

## 1.3 墨西哥市场发展概况





## 2 墨西哥营商环境分析

### 2.1 国家基本情况

墨西哥（以下简称墨西哥）位于北美洲南部，东临墨西哥湾和加勒比海，西濒太平洋，北与美国接壤，南与危地马拉和伯利兹相邻。墨西哥国土面积约为 196.4 万平方公里。享有约 1960 万平方公里的海域国土。作为滨海国家，墨西哥有许多重要贸易航道，墨西哥内陆的墨西哥湾连接墨西哥、美国、古巴等国家，支持大量墨美贸易；墨西哥西海岸的太平洋航线连接亚洲、美洲、大洋洲；墨西哥东海岸面对加勒比航线，连接墨西哥、中美洲和加勒比地区的贸易。

墨西哥总人口数约 1.3 亿（2023 年），人口年龄中位数是 29.3 岁，人口结构年轻化。其中首都墨西哥城是墨西哥人口最密集的地区，约有 2100 万人，占到全国总人口数量的 16.15%。

（人口比例图片）

作为二十国集团里国内生产总值增速第五高的国家，拉美地区新兴经济体的亮眼代表，墨西哥经济受全球关注。2023 年墨西哥经济增速为 3.2%（墨西哥国家地理统计局）；出口额达到 5930.12 亿美元，年增长率为 2.6%，超越俄罗斯、加拿大等国成为世界第九大产品出口国；2023 年 12 月失业率为 2.6%，创下自 2005 年国家统计局有记录以来的年末失业率新低。近日，国际货币基金组织将 2024 年墨西哥经济增长预期上调 0.6 个百分点至 2.7%。

### 2.2 经济发展指标

#### 2.2.1 经济增长率

墨西哥经济水平保持稳定增长。近年来墨西哥经济增速维持评级中枢保持在 2%-4%区间，2023 年 GDP 总额达 1.81 万亿美元，我们预计未来 5 年，墨西哥经济增长中枢将保持在 2%-3%左右。

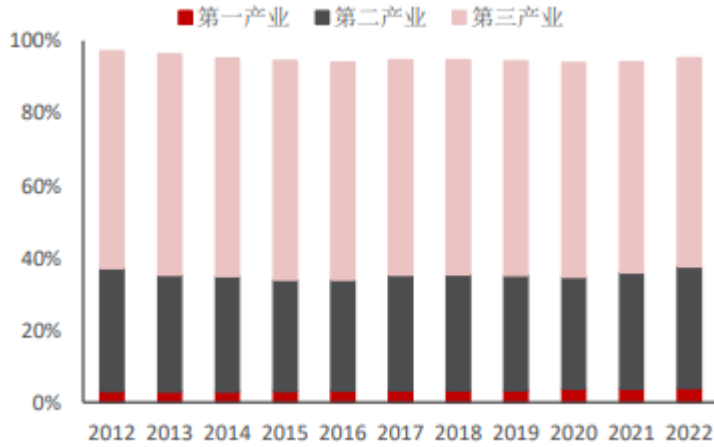
#### 2.2.2 墨西哥人均 GDP

#### 2.2.3 墨西哥产业结构

第二产业在墨西哥经济结构中的比重从 2015 年的 30.84%提升至 2022 年 33.55%，第二产业比重稳中有升，随着海外企业投资热潮再起，第二产业比重有望继续提高，墨西哥进入“再工业化”进程。从墨西哥 2023 年一季度第二产业 GDP 拆解来看，采矿业、电力、水和煤气供应业、建筑业、制造业占比分别是 11.66%、5.18%、23.86%、59.31%，制造业占比最高，制造业占比在 2008 到 2023 年期间由

44.85%提升至 59.31%。受疫情冲击影响，全球主要经济体制造业 PMI 低迷，2022 年下半年以来，墨西哥制造业步入扩张区间，预计制造业所占比重将进一步提高。

图 6：墨西哥产业结构变化



资料来源：IMF、民生证券研究院

2022 年墨西哥制造业增加值为 3147 亿美元，同比增长 5.63%。从国民经济中占比来看，2008-2022 年期间，墨西哥制造业增加值占 GDP 比重从 18% 抬升至 22%，制造业在国民经济中重要性显著增加，成为墨西哥经济的压舱石。

## 2.2.4 墨西哥资源及能源情况

## 2.2.5 通货膨胀与物价水平

墨西哥 2023 年通胀水平相对稳定，据墨西哥央行统计，2023 年通胀率为 4.5%。

## 2.2.6 最新失业率

### 2.2.7 外汇储备

据商务部提供的数据，2023 年 9 月，墨西哥的外汇储备为 1831.08 亿美元，2023 年 5 月为 1806.52 亿美元。以上表明，墨西哥在 2023 年的外汇储备整体保持稳定。

### 2.2.8 信用评级

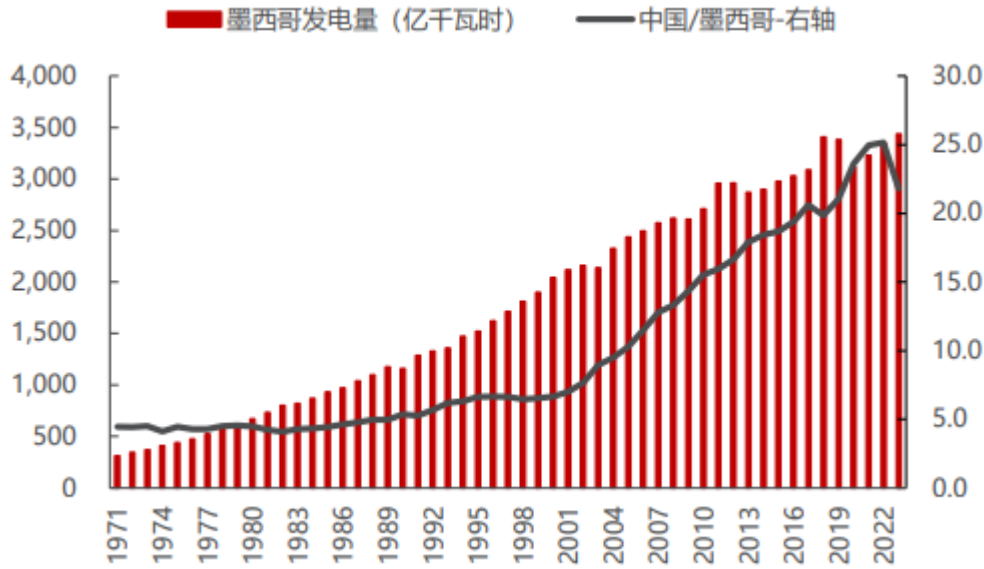
2023 年墨西哥的外汇规模没有直接给出。但根据墨西哥财政部 2023 年 1 月发布的《经济形势、公共财政和公共债务季度报告》显示，截至 2022 年底，墨联邦公共部门债务总额 14.24 万亿比索，约占 GDP 的 49.9%。其中外债为 2177.86 亿美元，长期债务为 2090.10 亿美元，短期债务为 87.76 亿美元。国际信用评级机构穆迪在 2021 年对墨西哥的信用评级为 Baa1。2023 年，穆迪评级机构将墨西哥的经济增长预期从 2.4% 上调至 3.3%，这可能会对墨西哥的信用评级产生积极影响。

## 2.3 基础设施现状

### 2.3.1 电力

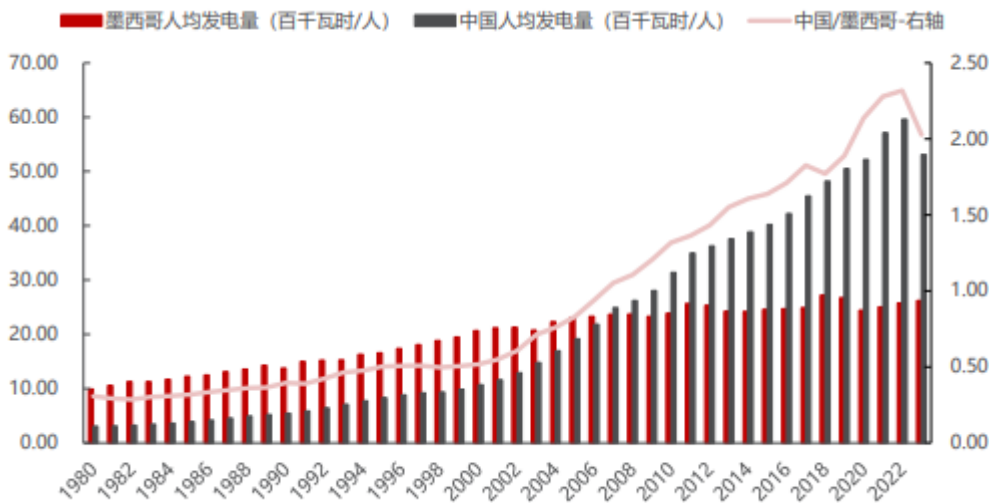
墨西哥发电量排名世界第十三，总发电量和人均用电量都与中国差距较大，提升空间大。在电力供应方面，根据国际能源署数据，2022 年墨西哥发电量为 3345 亿千瓦时，排名世界第十三，而中国是 84169 亿千瓦时，排名世界第一；中国发电量是同期墨西哥的 25 倍左右，相当于 1983 年中国的发电量水平（3514 亿千瓦时），从人均电力供应量来看，2022 年，墨西哥人均用电量为 2571 千瓦时，是中国人均发电量的 43%，相当于 2007 年中国的人均发电量水平（2488 千瓦时），从历史情况来看，2007 年之前墨西哥的人均发电量始终高于中国，但 2007 年之后，随着中国发电量的快速增长，墨西哥的人均发电量逐步落后于中国。

图 7：墨西哥发电量低于中国



资料来源：世界银行，国际能源署

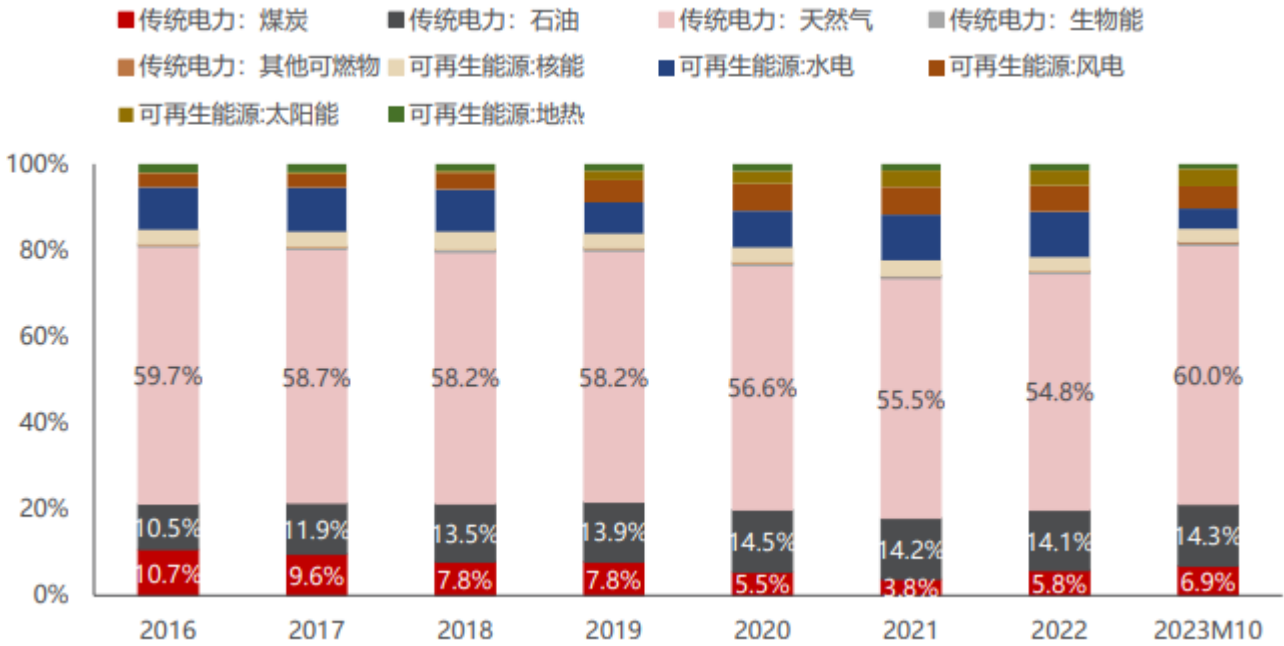
图 8：墨西哥人均发电量 2007 年被中国超过



资料来源：wind

墨西哥发电结构中，传统能源仍占比约 8 成，天然气发电为最主要的电力供应来源，2022 年占比达到 54.8%。2022 年墨西哥传统能源占比达到 75.3%，相比于 2010 年的 81.1%有所下降，主要是因为墨西哥近些年可再生能源发展迅速，尤其是风电光伏发电量。2010 到 2022 年可再生能源发电量 CAGR 为 4.26%，相比而言，总发电量同期的 CAGR 仅为 1.98%，而可再生能源中，风电/光伏发电的 CAGR 达到 26.21%和 64%，而可再生能源中的水电和地热发电为拖累项。从电价水平看，天然气发电的高成本使得墨西哥商业电价达到中国的两倍，比印度贵 90%，比美国贵 30%，不仅远高于其他制造业大国，甚至高于不少发达国家。

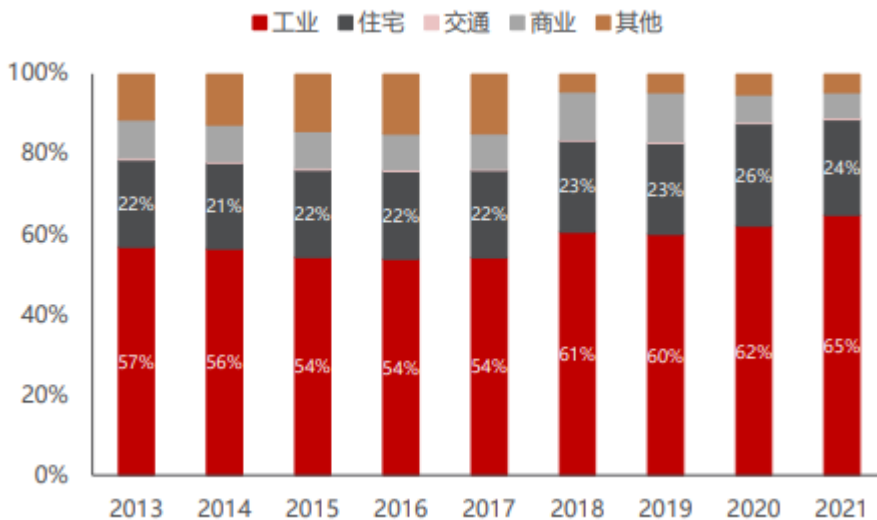
图 9：墨西哥天然气发电是最主要的电力供应来源



资料来源：国际能源署，民生证券研究院

墨西哥工业用电量占用电量比例最大，达到 65%以上。根据国际可再生能源机构的数据，墨西哥 2021 年终端消费用电量同比增长 2.3%，2013 年至 2021 年，墨西哥终端消费用电量 CAGR 为 8.4%，主要得益于制造业发展带来的工业用电增长，工业用电 2013-2021 年 CAGR 高达 10.23%，2021 年同比增长仍有 6.9%。此外，墨西哥住宅部门电力消费占比已提升至 24%，为第二大终端消费领域，增长指日可待。随着美国制造业回流带来的墨西哥工业化进展以及城市化、城乡电气化水平的进步，将促进墨西哥工业、居民及交通三大部门的电力需求增长，未来电力需求强劲，将带动电力相关基础设施发展。

图 10：墨西哥工业用电占总用电量比例最大



资料来源：国际可再生能源机构

### 2.3.2 交通

汽车产业为支柱产业，出口快速增长。疫情冲击之下，劳动力供给大幅减少，国际供应链受到明显扰动，墨西哥汽车业生产受到较大冲击，2020 年墨西哥汽车产量 317 万辆，同比下降 20.32%，随着生产经营秩序的逐步恢复，2022 年墨西哥汽车产量同比大幅增长 11.55%，2023 年汽车产量为 378 万辆，同比继续增长 7.72%。

在《美墨加自贸协定》《通胀削减法案》等政策的带动之下，墨西哥已成为全球汽车产业竞争格局重塑的重要受益者。墨西哥借助“近岸外包”概念实现汽车产业链的进一步升级，提升全球价值链中的地位。2020 年，《美墨加协定》生效，只有满足汽车原产地最新认定规则的车辆才能享受自贸协定的关税优待，例如汽车区域价值含量比例从 62.5%提升至 75%，汽车零部件占比从 60%-62.5%提升至 65%-75%。《通胀削减法案》向符合特定条件的电车提供额外补贴，要求至少 40%用于电池的关键原材料在美国或与美国有贸易协定的国家提取，至少 50%的电池组件是在美国、加拿大和墨西哥制造或组装。政策环境的变化使海外企业转向北美，尤其是性价比更高的墨西哥投资建厂。

铁路运输需求明显增加，铁路建设迫在眉睫。制造业兴起带动交通运输业的发展，原材料流入、制成品流出、中间品流动需要依赖成熟的国内物流网络，当前铁路需求明显提高，铁路货运量快速增加。2010 年，墨西哥铁路货运量大幅提高，同比增长 13%，之后保持波动增长的态势，年均增长量约为 1%。2021 年，铁路货运量升至 92437 百万吨公里，同比增长 7.21%。铁路运输可靠性强、运输量大、性价比高的优势明显，墨西哥货物运输中铁路运输占比逐年提高，2021 达到 26.97%。

### 2.3.3 通信与互联网

墨西哥是拉丁美洲最大的互联网市场之一。截至 2022 年，墨西哥互联网用户规模达 9680 万人，社交媒体用户数量达 1.025 亿，占同期总人口的 78.3%。

（图片）

在墨西哥政府颁布的“2019-2024 年国家发展计划”中，经济发展的轴心部分就是数字经济的发展，其中“全民互联网”是一项重点发展项目，通过在全国范围内尤其是贫困地区安装无线互联网，在高速公路、广场、医院、学校、社区这些全民服务场所提供互联网服务。该项目拟议了 4 大部署，分别是国内现有电信供应商（TELCEL、AT&T、TELEFÓNICA）负责 70%的商用部署网络铺设、网络共享线路在 2024 年覆盖率达到 92.2%、地区有线电视公司等中小企业开拓农村等边缘地区布局、墨电力监察委员会负责社会布局免费上网。

### 2.3.4 高等教育

**表 1：墨西哥主要高等院校**

学校名称	学校简介
墨西哥国立自治大学（UNAM）	位于墨西哥城，墨西哥最大的大学，也是拉丁美洲最重要的高等教育机构之一。
	位于墨西哥城，IPN 是墨西哥的另一所著名的公立大学，以其工程和技术教育而闻名。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/187146022056006121>