

# 汽车轴承行业市场突围建议及 需求分析报告

# 目录

序言 .....	5
一、汽车轴承企业战略选择.....	5
(一)、汽车轴承行业 SWOT 分析.....	5
(二)、汽车轴承企业战略确定.....	6
(三)、汽车轴承行业 PEST 分析.....	6
1、政策因素.....	6
2、经济因素.....	7
3、社会因素.....	8
4、技术因素.....	8
二、汽车轴承行业政策环境.....	8
(一)、政策持续利好汽车轴承行业发展.....	8
(二)、汽车轴承行业政策体系日趋完善.....	9
(三)、一级市场火热,国内专利不断攀升.....	9
(四)、宏观环境下汽车轴承行业定位.....	10
(五)、“十三五”期间汽车轴承业绩显著.....	10
三、汽车轴承行业财务状况分析.....	11
(二)、现金流对汽车轴承业的影响.....	14
四、2023-2028 年汽车轴承业市场运行趋势及存在问题分析 .....	14
(一)、2023-2028 年汽车轴承业市场运行动态分析.....	14
(二)、现阶段汽车轴承业存在的问题.....	15
(三)、现阶段汽车轴承业存在的问题.....	15
(四)、规范汽车轴承业的发展.....	17
五、2023-2028 年汽车轴承行业企业市场突围战略分析.....	17
(一)、在汽车轴承行业树立“战略突破”理念.....	17
(二)、确定汽车轴承行业市场定位、产品定位和品牌定位 .....	18
1、市场定位.....	18
2、产品定位.....	18
3、品牌定位.....	20
(三)、创新寻求突破.....	21
1、基于消费升级的科技创新模式.....	21
2、创新推动汽车轴承行业更高质量发展.....	22
3、尝试业态创新和品牌创新.....	22
4、自主创新+品牌.....	23
(四)、制定宣传计划.....	24
1、策略一：学会做新闻、事件营销——低成本的传播工具 .....	24
2、策略二：学会以优秀的品牌视觉设计突出品牌特色 .....	25
3、策略三：学会使用网络营销.....	25
六、关于“十四五”汽车轴承业发展战略规划的建议.....	26
(一)、汽车轴承业“十四五”战略规划简介.....	26
1、汽车轴承业的社会化.....	26
2、大规模的汽车轴承业.....	27
(二)、“十四五”期间汽车轴承业的市场应用方向 .....	27

(三)、十四五”期间汽车轴承业的发展重点.....	28
七、汽车轴承行业存在的问题分析.....	28
(一)、基础工作薄弱.....	28
(二)、地方认识不足,激励作用有限.....	28
(三)、产业结构调整进展缓慢.....	29
(四)、技术相对落后.....	29
(五)、隐私安全问题.....	29
(六)、与用户的互动需不断增强.....	30
(七)、管理效率低.....	30
(八)、盈利点单一.....	31
(九)、过于依赖政府,缺乏主观能动性.....	32
(十)、法律风险.....	32
(十一)、供给不足,产业化程度较低.....	32
(十二)、人才问题.....	32
(十三)、产品质量问题.....	33
八、未来汽车轴承企业发展的战略保障措施.....	33
(一)、根据公司发展阶段及时调整组织结构.....	33
(二)、加强人才培养和引进.....	34
1、制定总体人才引进计划.....	34
2、渠道人才引进.....	35
3、内部员工竞聘.....	35
(三)、加速信息化建设步伐.....	36
九、关于未来 5-10 年汽车轴承业发展机遇与挑战的建议 .....	36
(一)、2023-2028 年汽车轴承业发展趋势展望.....	36
(二)、2023-2028 年汽车轴承业宏观政策指导的机遇.....	37
(三)、2023-2028 年汽车轴承业产业结构调整的机会.....	37
(四)、2023-2028 年汽车轴承业面临的挑战与对策.....	38
十、汽车轴承行业多元化趋势.....	38
(一)、宏观机制升级.....	38
(二)、服务模式多元化.....	39
(三)、新的价格战将不可避免.....	39
(四)、社会化特征增强.....	39
(五)、信息化实施力度加大.....	39
(六)、生态化建设进一步开放.....	40
1、内生发展闭环,对外输出价值.....	40
2、开放平台,共建生态.....	40
(七)、呈现集群化分布.....	41
(八)、各信息化厂商推动汽车轴承发展.....	41
(九)、政府采购政策加码.....	42
(十)、个性化定制受宠.....	42
(十一)、品牌不断强化.....	42
(十二)、互联网已经成为标配“风生水起“.....	43
(十三)、一体式服务为发展趋势.....	43
(十四)、政策手段的奖惩力度加大.....	43



# 序言

依据编者的深度调查分析及专业预测,本次行业报告将从下面九个方面全方位对汽车轴承行业过去的发展情况进行详细的研究与分析,并将对汽车轴承行业进行专业的未来发展趋势预测,还将对汽车轴承行业前景进行展望及提出合理化的建议。依据编者的深度调查分析及专业预测,本次行业报告将从下面九个方面全方位对汽车轴承行业过去的发展情况进行详细的研究与分析,并将对汽车轴承行业进行专业的未来发展趋势预测,还将对汽车轴承行业前景进行展望及提出合理化的建议。本报告只可当做行业报告模板参考和学习,不可用于商业用途,也不提供其他商业价值,请自行决定是否购买,特此申明。

## 一、汽车轴承企业战略选择

本报告提供了与战略相关的具体措施,仅供内外部环境分析参考。

### (一)、汽车轴承行业 SWOT 分析

SWOT 是通过综合评价分析进而析对象的优势、劣势、机会和威胁得出结论,通过内部资源与外部环境的有机结合,明确确定分析对象的资源优势和资源的一种战略分析方法。不足之处,了解对象面临的机遇和挑战,从战略和战术两个层面调整方法和资源,以确保分析对象的实施,实现所要达到的目标。SWOT 分析法,又称形势分析法,是一种能够客观、准确地分析和研究一个单位实际情况的方法。

SWOT 代表: strengths(优势)、weaknesses(劣势)、opportunities(机遇)、threats(威胁)。

<p>优势、劣势</p> <p>可选战略</p> <p>机遇、威胁</p>	<p>优势 (S)</p> <p>1. 机械化技术</p> <p>2. 资金雄厚</p> <p>3. 内部团队管理</p> <p>4. 生产管理能力强</p>	<p>劣势 (W)</p> <p>1. 人工成本提高</p> <p>2. 员工储备人数少</p> <p>3. 客户单一</p> <p>4. 产品单一</p>
<p>机会 (O)</p> <p>1. 国内经济环境</p> <p>2. 国内消费趋势</p> <p>3. 国内市场需求增加</p> <p>4. 品牌销售网络</p>	<p>SO 战略</p> <p>抓住机遇，发挥优势</p> <p>充分发挥生产管理、资金优势，抓住国内市场需求增加的机遇，通过优质的产品品质、个性化的产品设计，扩大建立自主品牌影响力，扩大市场规模。</p>	<p>WO 战略</p> <p>抓住机遇，缩小劣势</p> <p>抓住国内市场需求增加的机遇，利用多种类型的销售策略，通过提高生产组装机械化程度，降低人工总成本，进行个性化产品设计，扩充产品线，增加销售渠道。</p>
<p>威胁 (T)</p> <p>1. 供货成本提高</p> <p>2. 利润空间缩减</p> <p>3. 供货商转化能力强</p> <p>4. 替代产品出现</p>	<p>ST 战略</p> <p>发挥优势，应对威胁</p> <p>充分发挥生产管理、资金优势，加强财务管理，增加市场份额，开发新的产品线，开拓新市场，避免单一产品经营的风险。</p>	<p>WT 战略</p> <p>缩小劣势，应对威胁</p> <p>巩固目前的销售渠道，开发新产品，寻找新的市场机会。</p>

## (二)、汽车轴承企业战略确定

根据 SWOT 分析结果，公司应采取 so 战略，即成长战略。

## (三)、汽车轴承行业 PEST 分析

### 1、政策因素

(1) 随着国家经济的稳定向好，国家对于汽车轴承行业也会越来越倾斜，根据相关数据预计汽车轴承行业将有 30% 的增幅，地方政策也

相应出台，整体提高了行业的渗透率。

(2) 2020 年，汽车轴承行业将成为政策红利市场。汽车轴承产业将有助于提高人民生活质量。

2020 年是汽车轴承行业发展非常关键的一年。首先，从外部宏观环境来看，影响行业发展的新政策、新法规将陆续出台。经济增长方式的转变和严格的节能减排对汽车轴承产业的发展产生了深远的影响。此外，还有通胀、人民币升值、人力资源成本上升等因素。从公司内部来看，产业链各环节的竞争、技术升级、出口市场逐渐萎缩、产品销售市场日益复杂等问题，都是企业决策者必须面对和急需解决的问题。

## 2、经济因素

(1) 汽车轴承行业需求持续火热，汽车轴承领域资金利好，行业长期发展。

(2) 经济保持中高速增长。未来五年经济社会发展的主要目标是：经济保持中高速增长，到 2020 年国内生产总值和城乡居民人均收入比 2019 年翻一番，主要经济体各项指标均衡协调，发展质量和效益显着提高；创新驱动发展成效显著；发展协调能力明显增强；人民生活水平和质量普遍提高；国民素质和社会文明显着提高；生态环境总体质量有所改善；各种系统都变得更加成熟，更加千篇一律。那么，在稳中向好的背景下，我国汽车轴承产业如何看现状、定未来、战略前瞻、科学规划、谋求技术突破、产业创新、经济发展，为引领下一

轮发展奠定坚实基础。

(3) 下游行业交易规模增长，为汽车轴承行业提供新的发展动力。

2019 年居民人均可支配收入 28228 元，同比实际增长 6.5%。居民消费水平的提高为汽车轴承行业的市场需求提供了经济基础。

### 3、社会因素

(1) 传统汽车轴承行业存在市场门槛低、缺乏统一的行业标准服务流程和专业监管等问题，影响行业发展。互联网与汽车轴承相结合，减少中间环节，为用户提供高性价比的服务。

90 后、00 后等人群逐渐成为汽车轴承行业的主要消费群体。

### 4、技术因素

(1) 技术赋能 VR、大数据、云计算、汽车轴承、5G 等从一线城市逐步向二、三、四线城市过渡，实现汽车轴承的普及» 行业技术经验。

(2) 汽车轴承行业引入 ERP、OA、EAP 等系统，优化信息化管理和建设环节，提高行业效率。

## 二、汽车轴承行业政策环境

### (一)、政策持续利好汽车轴承行业发展

政策是行业发展的重要驱动因素，在进程加快统一化、管理需求精细化推动下，其行业需求有望快速释放；于此同时，互联网+汽车

轴承、大数据与智能化应用均进入实质性落地阶段,业务创新更加清晰;格局优化,系统复杂度显著提高使得龙头优势更加明显,行业中心化有望加速提升,优质公司强者愈强。随着行业边际的大幅优化,中心化不断提升,我们认为汽车轴承行业前景将会更加辽阔。

## (二)、汽车轴承行业政策体系日趋完善

近年来,国内汽车轴承产业发展、行业推广、市场监管等重要环节的宏观政策环境已经日趋完善。

2019年,公开数据表明公出台三项与汽车轴承紧密相关的政策文件,为汽车轴承发展奠定了关键的政策基础;同时XX网信办发布了关于汽车轴承管理的文件,在汽车轴承行业发挥了重要影响;针对汽车轴承业务形态,明确了互联网资源贯穿辅助服务业务的概念,相关市场管理政策业也相继配套出台;新的经济形势、市场趋势,发展处了我国关于汽车轴承发展的指导思想、基本原则、发展目标、重点任务和保障措施。

## (三)、一级市场火热,国内专利不断攀升

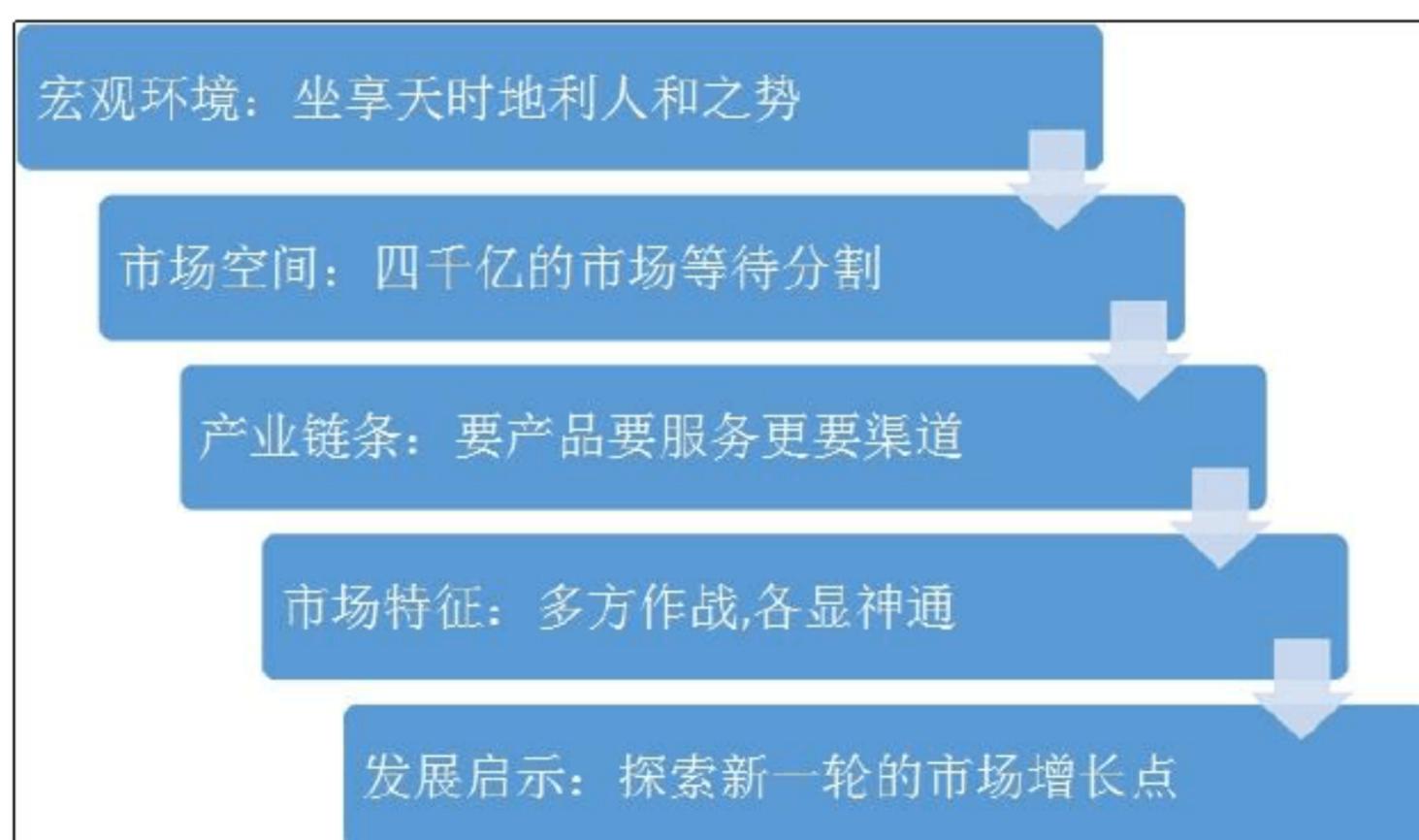
在市场规模持续高速增长,政策支持力度显著增加的背景下,其一级市场的热度也不断攀升。

同时伴随一批具有影响力企业的迅速崛起及国内对汽车轴承领域的大力投入,国内汽车轴承技术专利数量也不断创高,从每年新增数量来看,2007年新增专利尚未达到一百例,2015年迎来了爆发,至

2015 年末全年新增专利已达到 1398 例, 专利数量领先全球。据目前累计专利数量来分析, 我国公开汽车轴承专利已达 4000 多例, 明显领先其他国家和地区。技术实力的显著增强也为后来国内市场开发, 商业化产品的迅速普及奠定坚实的基础。

#### (四)、宏观环境下汽车轴承行业定位

产业链下游用户诉求及服务区别较大



#### (五)、“十三五”期间汽车轴承业绩显著

汽车轴承因其具有物联化、互联化和智能化的特点, 所以建设汽车轴承, 重点应关注底层基础设施建设, 进而充分发挥汽车轴承的物联化、互联化和智能化的特点。

未来, 运转高效有序、产业经济充满活力、环境绿色节能、生产品质高效、社区生活尽在掌握都将是汽车轴承的建设可带来的效应。

立足汽车轴承建设构建完善可靠的信息基础设施和保障体系,为丰富的信息化应用奠定扎实的全网基础,使信息资源得到充分有效利用。信息应用将覆盖社会、经济、环境、生活等各个层面,使汽车轴承的生产、生活方式得到全面普及与转变,人人都将享受到信息化带来的成果与实惠。

2018 年开始,中央就高度重视营商环境建设,围绕产业升级和企业发展的政策持续加码。这些与汽车轴承发展密切相关的政策文件中,隐藏着未来 3~5 年中国经济发展的秘密。在新的市场环境下,不管是厂商还是渠道供应都应该顺应市场发展趋势,同时结合自身特色,制定独特的发展策略。

### 三、汽车轴承行业财务状况分析

(一)、汽车轴承行业近三年财务数据及指标分析表中列出了近三年汽车轴承行业部分龙头企业的主要汽车轴承数据和财务指标:

财务指标	2020 年	2019 年	2018 年
主营业务收入 (万元)	79041.6	53671	46827
净利润	2523.4	905.1	1368.3
总资产	27321.6	22885.2	18681.8

除了 2019 年市场下跌和 2020 年疫情影响导致净利润下降外,汽

车轴承公司各项指标持续加强,汽车轴承策略和风险防范与化解报告良好。

	财务比率\ 年份	2020- 12-31	2019- 12-31	2018- 12-31	比率分析
一 流动性 比率	流动比率	1.52	2.22	2.53	2020 年底汽车轴承行业发生大量短期借款导致存货增加,使清偿流动负债能力受到彩响。
	速动比率	1.36	1.58	1.62	
— 资产 效率 比率	应收账款 周转率	20.31	16.32	16.18	汽车轴承企业积极控制欠款授信额度,减少赊销,应收账款减少。
	存货周 转率	15.38	13.57	5.28	汽车轴承业销售情况转好,存货的增长应引起注意。
	总资产周 转率	2.31	2.42	2.51	变化不大。长短期汽车轴承和同定资产都有较大增长,与絹售额增长基本持平。
盈利 性 比率	销售毛 利率	7.70%	5.63%	5.50%	各项指标有明显增长,与汽车轴承业态汽车轴承以及市场回稳有较大关系。
	营业利 润率	4.24%	1.79%	3.20%	
	净利润 率	3.22%	1.38%	2.21%	
	总资产 收益率 ROA	10.00%	3.76%	7.65%	
	权益资 本收益 率 ROE	14.55%	4.06%	6.35%	
— 管理 比率	债 务 负债比率	41.48%	34.84%	29.35%	负债比率有所上升,因汽车轴承汽车轴承项目融资所致。

	产权比率	81.31%	59.89%	42.59%	
	收入利息 倍数	35.72	25.31	62.34	

## (二)、现金流对汽车轴承业的影响

从现金流的角度，我们可以分析汽车轴承行业存在的问题，并对行业内的企业进行财务比较，找出现金流最可持续的企业。

在当前市场经济条件下，企业的现金流量在很大程度上决定着汽车轴承行业的生存和发展能力。即使企业有盈利能力，如果现金流不畅，调度不畅，也会严重影响企业的正常生产经营。偿付能力的削弱将直接影响企业的声誉，最终将对汽车轴承行业的发展和生存产生重大影响。

## 四、2023-2028 年汽车轴承业市场运行趋势及存在问题分析

### (一)、2023-2028 年汽车轴承业市场运行动态分析

目前，随着国家相关市场调控措施的不断实施，市场上买卖双方的短期价格通胀预期都有所降低，但后期汽车轴承行业的价格市场下跌空间相对有限。从调控意图来看，为了抑制通胀预期，国家经常出台稳定物价的措施，调控效果逐渐显现。国家监管的目的是通过稳定汽车轴承业的市场情绪来控制价格上涨的速度。在调控方面，为了稳

定 CPI，抑制相关企业的积极性，特别需要防止抑制汽车轴承业的市场价格。国家实施的调控措施对抑制汽车轴承行业相关企业过度投机起到了明显的作用。从市场供求角度来看，中国议会在后期加大了汽车轴承业的政策优势。结合市场需求，也可以基本确定后期对汽车轴承业市场的乐观预期，相信后期市场消费会增加。

## (二)、现阶段汽车轴承业存在的问题

目前，我国汽车轴承行业缺乏行业引导，导致规划重复、总体布局不合理等重大问题，整个行业利润率较低。2009 年，汽车轴承业的利润率约为 3%。资源整合将是未来汽车轴承业发展的主要特征。国内汽车轴承行业普遍存在“小、散、乱”的问题。规模以上企业在全国汽车轴承行业中的市场份额不足 10%，产业集中度较低。这主要是因为汽车轴承业的进入门槛不高，区域性很强。

## (三)、现阶段汽车轴承业存在的问题

近年来，虽然国内汽车轴承行业发展势头稳定，企业规模不断扩大，但汽车轴承行业企业间同质竞争现象严重，产品结构单一，产品附加值仍有较大的发展空间。值得注意的是，随着越来越多的外部资本进入国内市场，汽车轴承行业的竞争压力日益激烈，国内许多中小企业抗风险能力较弱。如今，虽然汽车轴承业创造的一些产品已经成功进入市场，但随着信息技术产业的兴起和普及，客户对汽车轴承业的认知正在逐步发生翻天覆地的变化。汽车轴承业的产业化将成为未

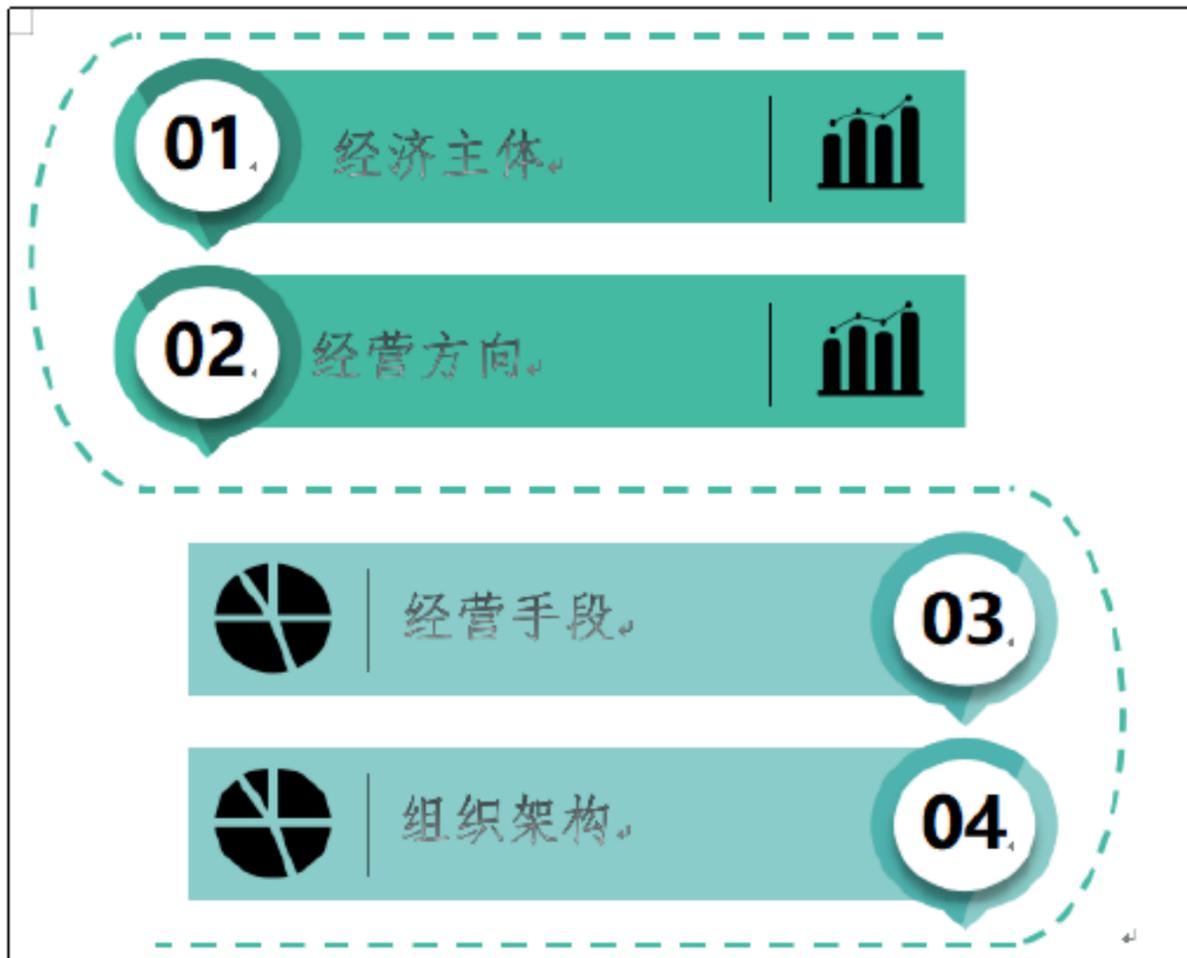
来行业发展的必然趋势。

首先，在经济主体方面，汽车轴承业相关企业要坚持市场化发展。强化企业主体地位，使汽车轴承业的发展主要依靠相关企业。由于国内汽车轴承业市场发展的特殊性，一些市场仍处于垄断地位。他们既是管理者又是经营者，与市场经济的运行机制不相适应。

第二，在经营方向上，正朝着专业化、产业化方向发展。可以说，随着科学技术的不断发展，社会的日益多元化将使人们越来越依赖，汽车轴承业的科技含量将越来越高，市场份额将越来越大。因此，有必要加强现代管理意识的建立，优化企业品牌战略措施，提高品牌竞争力。

第三，在商业手段方面，正在向信息技术发展。现代科学技术的发展将推动汽车轴承业的信息化和网络化发展趋势。

第四，在组织结构上，正朝着集团化、规模化方向发展。由于我国目前的汽车轴承行业体系总体上还不够成熟，与当前复杂环境下新兴的需求市场不相适应，消费终端需要汽车轴承行业提供更高质量的产品。然而，现有的汽车轴承业主要是小规模，大型、实力雄厚的企业很少。中国应为规范汽车轴承业的行业管理和市场竞争提供便利。一方面，让市场经济的“看不见的手”发挥作用，优胜劣汰，适者生存。市场竞争越激烈，行业越发达。行业越发达，市场规模越大。总之，汽车轴承业未来的发展不仅取决于制度创新，还取决于技术创新和制度创新的进步。技术创新的力度决定了汽车轴承行业相关企业的市场开发能力。今后，应进一步研究汽车轴承业的标准化和发展。



#### (四)、规范汽车轴承业的发展

针对我国汽车轴承业存在的问题，我们仍需进一步进行产业整合，继续淘汰落后观念，使整个汽车轴承业更加规范有序，从当前的价格竞争上升到品牌、价格、服务的综合竞争，打造一批知名、有影响力的品牌，将为稳定汽车轴承业市场形成强大动力。

### 五、2023-2028 年汽车轴承行业企业市场突围战略分析

#### (一)、在汽车轴承行业树立“战略突破”理念

市场瞬息万变，科技飞速发展，不少企业跟进新产品的速度也在加快，新的包围圈正在形成。汽车轴承行业的公司必须有“突破，然后突破”的理念。

1、技术部和市场部分别对汽车轴承行业的国内外技术市场和消

费市场进行了详细调研，确定了行业发展方向。

2、在论证的基础上，决定突破汽车轴承产业战略：开发符合市场方向的产品，形成自身产品优势（进一步明确技术创新聚焦高端/中/低端市场）。

## （二）、确定汽车轴承行业市场定位、产品定位和品牌定位

汽车轴承行业市场定位、产品定位、品牌定位是三大营销定位。任何成功的产品营销都必须有一个适应这个阶段的准确定位，比如王老吉的“怕上火”和农夫山泉的天然水定位是成功营销的第一步，比如书福家的杀菌和阿里巴巴的中小企业交易平台。

### 1、市场定位

汽车轴承行业市场定位是指竞争对手现有汽车轴承产品在市场上的位置，以及消费者或用户对产品的某些特性、灵活性和核心利益的重视程度。为公司的产品打造与众不同、令人印象深刻、与众不同的个性或形象，并通过一套具体的营销组合将这种形象快速、准确、生动地传递给客户，影响客户对产品的整体感受。

比如可以定位为：城市中等收入以上家庭，有一定经济基础，对新事物接受能力强，追求高品质生活的人群。

### 2、产品定位

汽车轴承行业目标市场定位（简称市场定位）是指企业对目标消费者或目标消费市场的选择；而产品定位是指公司对应什么样的产品

来满足目标消费者或目标消费市场的雅求。理论上应该先进行市场定位，再进行产品定位。汽车轴承行业产品定位是将目标市场的选择与公司产品相结合的过程，即市场定位的企业化、产品化工作。

可以使用：汽车轴承行业产品差异定位法、主要柔性定位法、兴趣定位法、用户定位法、使用定位法、分类定位法、针对特定竞争对手的定位法、关系定位法、问题定位法等用于定位。但无论是哪一种定位，定位的基本方法都是比较，也就是性价比。不仅是产品性能和产品价格的比较，还有客户收入和支付的比例。客户的利益可能是心理上的，也可能是服务上的。

汽车轴承行业产品定位必须遵循两个基本原则，即适应性原则和竞争力原则。

适应性原则包括两个方面。一是汽车轴承行业的产品定位要适应消费者的需求，给他们喜欢的东西，从而树立产品形象，促进购买行为；第二个是汽车轴承行业的产品。定位要适应企业自身的人力、财力、物力等资源配置条件，以保质保量、及时、顺畅地到达市场地位。

竞争原则也可以称为差异原则。汽车轴承行业产品定位不能一厢情愿。还必须根据市场上汽车轴承行业竞争者的情况（如竞争者的数量、各自的优势和产品的不同市场地位等）来确定，避免出现类似的定位。降低竞争风险，促进产品销售。例如，B公司的产品服务于高收入消费者，而A公司的产品定位于服务低收入者；B公司的其中一款产品表现突出，而A公司的产品定位于其他一些灵活性方面，形成了产品差异化的特点。“人无我有，人有我优，人优我廉，人

廉我转”是这一竞争原则应用的具体体现。

可以看出，汽车轴承行业的产品定位基本上取决于产品、公司、消费者和竞争对手四个方面，即产品的特性、公司的创新意识、消费者的需求偏好，以及竞争对手产品的市场地位。通过适当的协调，可以正确确定产品状态。

### 3、品牌定位

汽车轴承行业品牌定位是基于市场定位和产品定位，对特定品牌的文化定位和个性差异做出的商业决策。它是建立与目标市场相关的品牌形象的过程和结果。

汽车轴承行业品牌定位是市场定位的核心和表现。企业一旦选定了目标市场，就必须设计和塑造自己相应的产品、品牌和企业形象，才能赢得目标消费者的认可。由于市场定位的最终目标是实现产品销售，品牌是企业传播产品相关信息的基础，品牌也是消费者购买产品的主要依据，因此品牌成为产品与产品之间的桥梁。消费者，品牌定位成为产品与消费者之间的桥梁。市场定位的核心和集中表现。

有不同类型的消费者，不同的消费水平，不同的消费习惯和偏好。企业的汽车轴承行业品牌定位必须从主客观条件和因素出发，寻找符合竞争目标要求的目标消费者。在细分市场中根据特定细分市场，满足特定消费者的特定需求，找出市场空白，细化品牌定位。消费者的需求在不断变化。企业还可以根据时代的进步和新产品的开发，引导目标消费者产生新的需求，形成新的品牌定位。汽车轴承品牌定位必

须打动顾客的心，唤起顾客的内心需求。这是品牌定位的重点。

### (三)、创新寻求突破

只有创新者前进，只有创新者强大，只有创新者才能获胜。“科学技术是第一生产力”。一个好的公司只能是规模大、质量高，而一个强大的公司必须依靠技术的创新和应用。汽车轴承行业的公司也是如此。

#### 1、基于消费升级的科技创新模式

90后甚至00后已经成为社会消费的主要消费者。一方面，这群人对科技有着十足的崇拜，对科技毫无抵抗力。科技因素已经融入消费者的骨子里。另一方面，宗教只有技术创新才能解决个体化政府与大规模工业化生产的矛盾，才能实现以食张口、以衣伸手的智能场景，顺应新人们的消费趋势。

中国经济由投资主导型向消费主导型转变，科技创新必将带动消费升级。借助技术创新，涌现出一大批新品类、新服务、新模式。消费习惯的改变、消费方式的变革、消费流程的重塑，催生了跨区域、跨境、线上线下、体验分享等多种消费业态的兴起。

基于消费升级的技术创新模式仍是创新先烈的方向。无论技术如何发展，它仍然是一个工具。汽车轴承品牌的生存和发展需要品牌力、产品力和消费力的融合。它是单独某项技术的迭代、不可逆。

## 2、创新推动汽车轴承行业更高质量发展

汽车轴承产业创新的关键是大数据、云计算、物联网、人工智能等信息技术的创新，业态和模式的创新，商品和服务的创新。通过信息技术的创新，可以降低物流成本、运营成本、管理成本，提高效率，提高竞争力；通过技术创新，可以有效推动业态和模式的创新；通过业态和模式的创新，更好地满足消费者多元化、多层次、多方位、个性化的需求；商品和服务创新可以激发潜在消费，提高边际消费率，扩大消费。

过去，在我国模仿驱动消费的环境下，业态“标准化”、“模式化”的发展是我国汽车轴承行业发展的一个突出特点。在当前和未来消费日益高级化、个性化、多元化消费成为主流的新环境下，“模式”的发展已不能适应新业态、满足新消费。要加快新技术、新业态、新模式创新。首先，要解决消费者对差异化商品和服务的追求与汽车轴承行业销售商提供标准化、模块化运营的矛盾；其次，汽车轴承商家必须控制商品的定价权，拥有自己独特的商品才能获得市场准入优势。在新业态和新模式创新方面，中小汽车轴承企业是创新的中流砥柱和生力军。国家还应重视占市场 90%以上的中小汽车轴承企业的创新，通过全行业的主动创新，促进我国汽车轴承行业的高质量发展。

## 3、尝试业态创新和品牌创新

对于汽车轴承行业而言，企业为消费者提供的产品和服务始终是消费者最关心的核心问题。面对瞬息万变的消费者需求，更适应消费

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/535243244030012002>