

内容目录

第一章 前言	4
第二章 2023-2028 年涡轮增压器市场前景及趋势预测	4
第一节 涡轮增压器行业监管情况及主要政策法规	4
一、所属行业及确定所属行业的依据	4
二、行业主管部门和监管体制	5
三、行业主要法律法规及产业政策	5
四、行业主要政策的影响	7
第二节 我国涡轮增压器行业主要发展特征	7
一、行业进入壁垒	7
（一）高效研发能力壁垒	7
（二）客户及品牌壁垒	7
（三）柔性运营管理模式壁垒	8
（四）规模及资金壁垒	8
二、行业技术水平及特点	8
三、行业的周期性、季节性和区域性特征	8
（1）周期性特征	8
（2）季节性特征	9
（3）区域性特征	9
四、与上下游行业之间的关联性	9
第三节 2022-2023 年中国涡轮增压器行业发展情况分析	9
一、涡轮增压器前装市场发展情况	9
（1）涡轮增压器行业发展情况	10
（2）混动汽车涡轮增压器发展情况	10
二、涡轮增压器后市场发展情况	11
（1）汽车后市场产业链情况	11
（2）涡轮增压器后市场行业分析	11
（3）涡轮增压器后市场未来发展趋势	14
第四节 2022-2023 年我国涡轮增压器行业竞争格局分析	15
一、行业竞争	15
（1）涡轮增压器前装市场竞争格局	15
（2）涡轮增压器后市场竞争格局	15
二、行业内主要企业情况	15
（1）涡轮增压器前装市场	15
（2）涡轮增压器后市场	17
第五节 企业案例分析：江苏毅合捷汽车科技股份有限公司	18
一、公司的行业地位	18
二、公司的竞争优势	18
三、公司的竞争劣势	20
四、与同行业可比公司的比较情况	21
五、公司创新和新旧产业融合情况	26

第六节 2023-2028 年下游汽车行业发展前景及趋势预测.....	29
一、汽车行业整体发展情况.....	29
二、汽车动力总成技术发展情况.....	30
第七节 2023-2028 年我国涡轮增压器行业面临的机遇与挑战.....	31
一、行业面临的机遇.....	31
(1) 涡轮增压器后市场进入快速增长期.....	31
(2) 中国汽车零配件的供应链优势.....	31
(3) 混动汽车、燃料电池汽车等新能源汽车的发展带来新的市场机会.....	31
二、行业面临的挑战.....	32
(1) 全球部分国家和地区出台禁售燃油车政策及纯电动汽车快速发展.....	32
(2) 与境外领先企业相比，国内品牌竞争力有待提升.....	32
第三章 涡轮增压器企业成本控制存在的问题及对策建议.....	32
第一节 涡轮增压器企业成本控制管理中存在的问题.....	32
一、缺乏正确的科学的成本控制意识.....	33
二、全面预算管理不科学.....	33
三、原材料采购管理意识缺乏.....	33
四、缺乏有效的监督机制.....	33
五、管理者专业能力有限.....	33
六、原材料浪费严重，消耗太大.....	34
七、工作人员流动频繁，人工成本难以控制.....	34
第二节 涡轮增压器企业成本控制中存在问题的主要方面.....	34
一、原材料成本不断增加.....	34
二、采购成本控制不到位.....	34
三、制作过程存在浪费.....	35
四、工人工资费用压力大.....	35
五、其他费用管理不严格.....	35
第三节 加强成本控制管理建议.....	36
一、建立正确的成本控制体系.....	36
二、建立并完善内部的监督机制.....	36
三、建立奖惩制度，培养员工成本控制意识.....	36
四、做好价格的预算及分析.....	37
五、提高管理人员与企业创新性.....	37
第四节 涡轮增压器企业成本控制建议.....	37
一、加强采购环节管理，降低原材料成本费用.....	37
二、发展长期员工，引进激励机制.....	37
三、发展多渠道宣传，重视财务核算的重要性.....	38
第五节 生产制造企业成本及费用控制策略.....	38
一、生产制造企业成本及费用控制存在的问题.....	38
二、生产制造企业成本及费用控制的内容.....	39
(1) 研发环节.....	39
(2) 采购环节.....	39
(3) 生产制造环节.....	39
(4) 营销环节.....	39
(5) 资金运营环节.....	40

三、生产制造企业成本及费用控制的理念	40
(1) 战略化的成本管理	40
(2) 多样化的成本动因	40
四、生产制造企业的成本及控制的措施	40
(1) 完善企业内部管理机制	41
(2) 增加成本管理意识	41
(3) 完善成本管理的基础工作	41
(4) 高效率开展成本及费用预测工作	42
(5) 采取科学的成本控制措施	42
(6) 建立健全成本考核体系	42
第六节 基于价值链思维的生产制造企业成本控制体系建设	43
一、价值链与成本管控的基本理论以及作用价值	43
二、生产制造企业成本管控工作存在的主要问题	44
(一) 缺乏价值链成本控制理念	44
(二) 成本驱动因素分析与成本考核不当	44
(三) 成本管控工作不达标	44
三、价值链思维的生产制造业企业成本控制体系建设路径	45
(一) 优化企业战略分析工作	45
(二) 优化成本预算规划	45
(三) 各个阶段成本控制优化策略	45
(四) 提升成本管控人员的业务水平	46
第四章 涡轮增压器企业《成本控制存在的问题及策略》制定手册	46
第一节 动员与组织	47
一、动员	47
二、组织	47
第二节 学习与研究	48
一、学习方案	48
二、研究方案	49
第三节 制定前准备	49
一、制定原则	50
二、注意事项	51
三、有效战略的关键点	52
第四节 战略组成与制定流程	54
一、战略结构组成	54
二、战略制定流程	55
第五节 具体方案制定	56
一、具体方案制定	56
二、配套方案制定	58
第五章 涡轮增压器企业《成本控制存在的问题及策略》实施手册	59
第一节 培训与实施准备	59
第二节 试运行与正式实施	59
一、试运行与正式实施	59
二、实施方案	60
第三节 构建执行与推进体系	60

第四节 增强实施保障能力	61
第五节 动态管理与完善	62
第六节 战略评估、考核与审计	63
第六章 总结：商业自是有胜算	63

第一章 前言

企业经营者都想控制成本、降低成本，然而在成本控制管理上还存在许多问题。如：缺乏正确的科学的成本控制意识、全面预算管理不科学、原材料采购管理意识缺乏、缺乏有效的监督机制等问题。

- 那么，涡轮增压器如何加强成本控制管理？
- 如何在采购环节、用工成本、管理费用等环节做到有效的成本控制？
- 如何建立正确的成本控制体系？
- 如何建立并完善内部的监督机制？
- 等等

下面，我们先从涡轮增压器行业市场进行分析，然后重点分析并解答以上问题。

相信通过本文全面深入的研究和解答，您对这些信息的了解与把控，将上升到一个新的台阶。这将为您的经营管理、战略部署、成功投资提供有力的决策参考价值，也为您抢占市场先机提供有力的保证。

第二章 2023-2028 年涡轮增压器市场前景及趋势预测

第一节 涡轮增压器行业监管情况及主要政策法规

一、所属行业及确定所属行业的依据

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），涡轮增压器所属行业为汽车制造业（C36）中的汽车零部件及配件制造（C3670）。依据中国上市公司协会 2023 年度发布的《中国上市公司协会上市公司行业统计分类指引》，涡轮增压器所属行业为汽车制造业（C36）中的汽车零部件及配件制造（C367）。

二、行业主管部门和监管体制

涡轮增压器所处行业采取政府监督与行业自律相结合的监管机制，行业主管部门为国家发改委和工信部，行业自律组织为中国汽车工业协会等。

国家发改委主要职责包括：负责组织拟定综合性产业政策；推动实施创新驱动发展战略；负责投资综合管理，规划重大建设项目和生产布局，拟订并推动落实鼓励民间投资政策措施等。工信部主要职责包括：拟订实施行业规划、产业政策和标准；监测工业行业日常运行；推动重大技术装备发展和自主创新；管理通信业；指导推进信息化建设；协调维护国家信息安全等。

中国汽车工业协会成立于1987年5月，属于社会团体法人，以贯彻执行国家方针政策、维护行业整体利益、振兴中国汽车工业为己任，主要职能包括政策研究、信息服务、标准制定、贸易协调、行业自律、会展服务、国际交流、行业培训等。

三、行业主要法律法规及产业政策

序号	法律法规或产业政策	发布时间	发布单位	主要内容
1	《财政部 税务总局关于减征部分乘用车车辆购置税的公告》（财政部税务总局公告2022年第20号）	2022年5月	财政部、税务总局	对购置日期在2022年6月1日至2022年12月31日期间内且单车价格（不含增值税）不超过30万元的2.0升及以下排量乘用车，减半征收车辆购置税。
2	《国务院关于印发扎实稳住经济一揽子政策措施的通知》（国发〔2022〕12号）	2022年5月	国务院	稳定增加汽车、家电等大宗消费。各地区不得新增汽车限购措施，已实施限购的地区逐步增加汽车增量指标数量、放宽购车人员资格限制，鼓励实施城区、郊区指标差异化政

涡轮增压器企业成本控制策略研究报告

序号	法律法规或产业政策	发布时间	发布单位	主要内容
				策。加快出台推动汽车由购买管理向使用管理转变的政策文件。
3	《机动车维修管理规定》（2021年第四次修正）	2021年8月	交通运输部	第五条 任何单位和个人不得封锁或者垄断机动车维修市场。 托修方有权自主选择维修经营者进行维修。除汽车生产厂家履行缺陷汽车产品召回、汽车质量“三包”责任外，任何单位和个人不得强制或者变相强制指定维修经营者。 鼓励机动车维修企业实行集约化、专业化、连锁经营，促进机动车维修业的合理分工和协调发展。
4	《家用汽车产品修理更换退货责任规定》（国家市场监督管理总局令第43号）	2021年7月	国家市场监督管理总局	第三十二条经营者不得限制消费者自主选择对家用汽车产品维护、保养的企业，并将其作为拒绝承担三包责任的理由。
5	《“十四五”汽车产业发展建议》	2021年6月	中国汽车工业协会	全面推动产业低碳发展，努力成为实现碳达峰、碳中和的先行行业。 产业链、供应链基本实现安全可控。零部件创新能力建设进一步加强，关键技术取得重大突破，部分关键核心技术具备较强国际竞争优势，国际产能合作持续深化，形成一批具有较强综合国际竞争力的中国企业和产业集群。
6	《关于实施重型柴油车国六排放标准有关事宜的公告》（生态环境部2021年第14号）	2021年4月	生态环境部、工业和信息化部、海关总署	一、自2021年7月1日起，全国范围全面实施重型柴油车国六排放标准，禁止生产、销售不符合国六排放标准的重型柴油车

7	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》	2021年3月	全国人民代表大会	落实2030年应对气候变化国家自主贡献目标，制定2030年前碳排放达峰行动方案。 聚焦新能源汽车等战略性新兴产业，加快关键核心技术创新应用，增强要素保障能力，培育壮大产业发展新动能。
8	《关于稳定和扩大汽车消费若干措施的通知》（发改产业〔2020〕684号）	2020年4月	国家发改委、科技部、工信部、公安部、财政部、生态环境部、交通运输部、商务部、人民银行、税务总局、银保监会	一、调整国六排放标准实施有关要求；二、完善新能源汽车购置相关财税支持政策；三、加快淘汰报废老旧柴油货车；四、畅通二手车流通交易；五、用好汽车消费金融。
9	《产业结构调整指导目录（2019年本）（2021年修订）》	2019年10月 （2021年12月修订）	国家发改委	鼓励类汽车关键零部件：汽油机增压器、电涡流缓速器、高效增压系统（最高综合效率≥55%）.....废气再循环系统；
10	《国务院办公厅关于加快发展流通促进商业消费的意见》（国办发〔2019〕42号）	2019年8月	国务院办公厅	十、释放汽车消费潜力。实施汽车限购的地区要结合实际，探索推行逐步放宽或取消限购的具体措施。有条件的地方对购置新能源汽车给予积极支持。促进二手车流通，进一步落实全面取消二手车限迁政策，大气污染防治重点区域应允许符合在用排放标准二手车在本省（市）内交易流通。

四、行业主要政策的影响

近年来，国家出台多项政策促进汽车产业发展与消费，汽车零部件行业是汽车产业的基础，国家对汽车产业的扶持政策将对汽车零部件行业带来更多的发展机遇。同时，行业相关产业政策更加重视“节能减排”，公司主要产品为涡轮增压器整机和机芯，可有效降低内燃机的污染物排放水平，提升内燃机效率，将受益于国家“节能减排”的产业政策。

第二节 我国涡轮增压器行业主要发展特征

一、行业进入壁垒

（一）高效研发能力壁垒

涡轮增压器后市场产品种类、型号繁多，且单一型号产品市场空间有限，需要市场参与者具备高效研发能力，才能快速低成本的响应客户及市场需求。高效研发能力一方面需要公司具备经验丰富的研发人才，另一方面需要公司的研发基础数据积累，具体如下：

（1）研发人才壁垒：涡轮增压器的研发设计工作包括空气动力学、转子动力学、高速动平衡、金属材料及工艺、精密加工和制造等多学科专业知识。并且涡轮增压器主要用于汽车，与内燃机配套，面临高温、高转速的恶劣使用环境，对设备的可靠性、耐用性要求较高，因此需要公司拥有相关专业背景及经验丰富的研发设计人员，形成了研发人才壁垒。

（2）产品研发基础数据壁垒：对于汽车后市场，由于存量车型种类较多，

对应的涡轮增压器种类、型号数量较多，且单一型号产品市场空间有限，需要公司高效的研发出适应市场需求的新产品。公司在研发过程中不断积累的产品基础数据，可以有效支持新产品的研发，从而降低新产品研发成本，提高研发效率。产品研发过程中积累的基础数据，形成了新进入者准入的技术壁垒。

（二）客户及品牌壁垒

汽车后市场，对于 ODM 厂商而言，海外知名的 ODM 客户准入门槛较高，选择供应商比较审慎，需要对供应商的研发、技术、生产、品质等方面进行考察，一旦厂商进入其供应商名录，通常会保持比较稳定的合作关系，亦构成了一定的客户准入门槛；对于 OBM 厂商而言，由于涡轮增压器为汽

车发动机系统的重要组件，对产品的可靠性、使用寿命要求较高，品牌是产品品质的集中体现，因此最终用户在选择涡轮增压器时，日益重视产品品牌，而品牌的建立需要长时间的积累，因此品牌构成了本行业的进入壁垒。

（三）柔性运营管理模式壁垒

汽车后市场为“多品种、多批次、小批量”市场，对单一型号产品需求量不大，但是产品型号种类众多。要求汽车零部件制造商能够建立起柔性运营管理体系，从产品的研发设计、供应链管理、生产交付等各个环节高效率的满足市场及客户需求。柔性运营管理模式不仅要求企业从内部组织架构、内部管理制度、IT 软硬件环境等方面基础支持，还需要企业在具体运营过程中不断优化完善，才能高效率、低成本的满足市场客户需求，从而形成行业的准入壁垒。

（四）规模及资金壁垒

涡轮增压器制造行业规模效益显著，当生产规模达到一定程度时，固定资产利用率有所提高，可以有效降低生产单位成本。新进入企业较难在短期内达到规模效益所需要的产销量，从而形成一定的规模壁垒。

对于汽车后市场，涡轮增压器单一型号产品销售规模相对较小，公司如需要扩大收入规模，需要研发生产较多型号产品，在产品的研发设计、供应链开发管理等方面需要投入较多资金，同时，涡轮增压器行业对产品质量要求较高，需要投入较多先进的生产、检测设备，具有较多资金需求。行业内生产规模较大和资金较为充足的企业对行业新进入者形成了一定的规模及资金壁垒。

二、行业技术水平及特点

目前，涡轮增压器行业的技术研发主要围绕高效率，高可靠性、低成本等方面，研发的具体工作主要体现在以下几个方面：

（1）增压器与发动机同步开发尤其是针对混动专用发动机，更加强调发动机特定工况下增压器总效率的提高；

（2）针对因排放升级或替代燃料的应用而造成的增压器工作条件的劣化，研发并验证技术解决方案予保证增压器的可靠性；

（3）新材料和新工艺的开发和快速应用，持续优化产品成本。

三、行业的周期性、季节性和区域性特征

（1）周期性特征

涡轮增压器主要用于汽车后市场的维修与更换，汽车车主消费场景具有一定刚性，受汽车保有量增长、涡轮增压器装配率提升、汽车平均车龄上升影响，总体呈上升趋势，受经济周期和行业周期影响较小。

（2）季节性特征

对于汽车零部件后市场，由于中国是汽车零配件生产重要基地，受春节假期影响，境外客户一般会提前在第四季度订货，一季度销售规模相对较小。

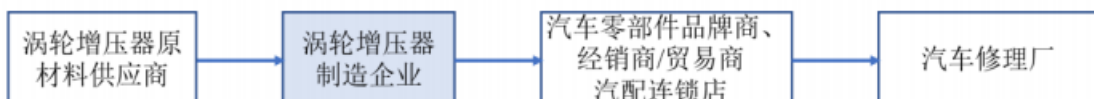
（3）区域性特征

对于汽车后市场，由于北美、欧洲汽车工业发展历史较长、汽车保有量基数大、平均车龄较大，且该等发达国家和地区对汽车尾气排放要求较高，涡轮增压器装配率较高，对涡轮增压器的维修更换需求较大，占全球涡轮增压器后市场主要份额。

对于涡轮增压器的生产制造，其作为汽车配套产业，容易形成产业集群以降低生产成本、物流成本和交易成本。经过多年发展，我国形成了长三角、东北两大涡轮增压器生产基地。

四、与上下游行业之间的关联性

涡轮增压器所属行业产业链如下图所示：



产业链上游为涡轮增压器原材料供应商，主要为公司供应涡轮增压器的中间体、涡壳、涡轮毛坯、喷嘴环和阀体等原材料。该类零部件市场供应充足，为铁、铝、镍等金属制品，采购价格受相关金属价格变动的影响。

下游行业主要为汽车零部件品牌商、经销商和贸易商、汽配连锁店，属于产品流通环节，该环节主要将公司产品销售给汽车修理厂，为车主提供汽车维修服务时使用。下游行业的发展主要受装配涡轮增压器的汽车保有量、车龄的影响，装配涡轮增压器的汽车保有量越大、车龄越长，对本行业产品需求就越大。

第三节 2022-2023 年中国涡轮增压器行业发展情况分析

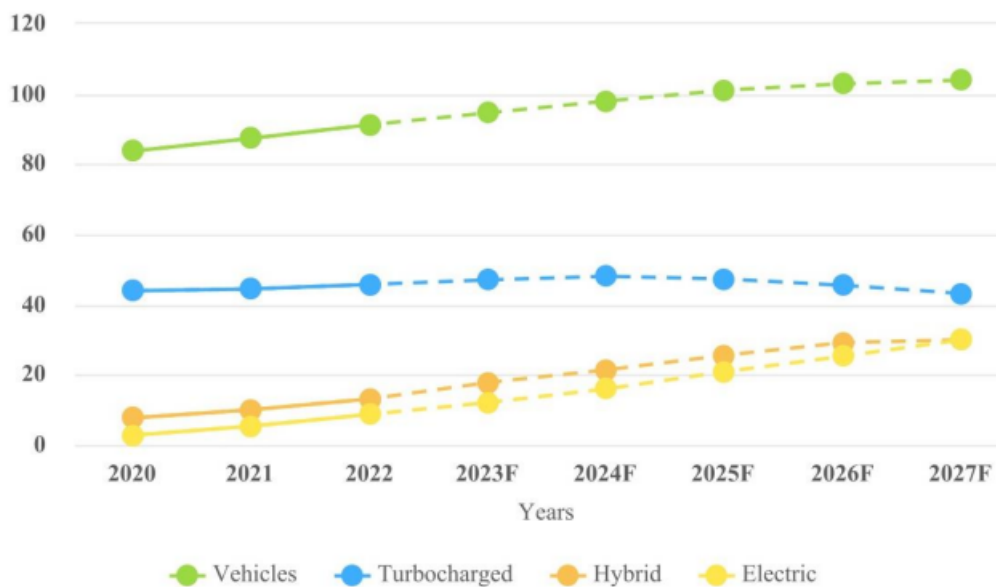
一、涡轮增压器前装市场发展情况

(1) 涡轮增压器行业发展情况

涡轮增压器是提高燃油车以及混动汽车燃油效率的最具成本效益的产品之一。受益于日趋严格的“减排”政策，预计涡轮增压器装配率会持续提升。依据盖瑞特数据，预计 2022 年至 2025 年，全球轻型车涡轮增压器的装配率将由 54% 提升至 58%。

依据标普、KGP 和 PSR 数据，2020 年，全球涡轮增压器产量约为 4,400 万台，预计到 2024 年，全球涡轮增压器产量将增长至 4,800 万台，之后受纯电动汽车发展等因素的影响，全球涡轮增压器产量有所下滑，预计 2026 年产量与 2022 年相当。

全球汽车及涡轮增压器产量预测（单位：百万台）



数据来源：盖瑞特 2022 年年度报告，标普、KGP、PSR

注：Vehicles 车辆，Turbocharged 涡轮增压器，Hybrid 混动车辆，Electric 电动车

(2) 混动汽车涡轮增压器发展情况

混动汽车兼有燃油车和电动汽车的优点，如低排放、高效率和续航里程长，是车辆发展的长期重要路线之一。依据 LMCAutomotive2023 年 1 月数据，各式混动汽车销量占全球乘用车销量的比例，预计 2030 年约为 25% 左右。标普预计，全球混动汽车产量将从 2023 年约 1,740 万辆增长至 2026 年 2,860 万辆，复合增长率为 17%。

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/895332242201011213>