

世界乘用车制造商的MaaS相关的事业动向与合作关系。
力争将MaaS相关事业作为重要收益源，相关合作、事业整合等动向愈发活跃。

- ◇ 合作关系
- ◇ 戴姆勒集团 : 为应对IT系、服务系等其他行业企业进军移动出行服务领域，汽车制造商合纵连横积极试
- ◇ 大众集团 : 致力于使移动出行服务尽早成为重要的收益来
- ◇ 宝马集团 : 力争到2025年移动出行服务的营业收入规模达到10亿欧元，成为重要营收来源
- ◇ 通用集团 : 力争通过使用自动驾驶、电动汽车、智能网联技术确立豪华移动出行服务
- ◇ 福特集团 : 力争开展自动驾驶与电动汽车相结合的车辆分时租赁服务事业
- ◇ 丰田集团 : 在现有汽车事业的基础上，力争确立移动出行服务的影响力
- ◇ 丰田集团 : 向提供移动出行相关服务的移动出行·企业转型

第1章 世界乘用车制造商的竞争情况

1. 世界乘用车制造商的业绩和经营战略比较
 - ◇ 经营战略：积极应对CASE，部分企业将移动出行服务定位为未来的重要收益源。
 - ◇ 组织·人事：为应对CASE，组织重组愈发活跃
 - ◇ 产品：到2025年左右正式推广BEV，同时为增强收益、也出现收缩车辆种类的制造商
 - ◇ 生产：为提高效率推进生产集中的同时，应对USMCA等新贸易体制成为课题
 - ◇ 零部件·采购：为了筹措资金应对CASE，在零部件采购方面降低成本的重要性进一步提升
 - ◇ 研究与开发：针对CASE的研发费用显著增加，同时推进研发基地的扩建
 - ◇ 销售：以欧美系为中心扩大导入订阅服务
 - ◇ 海外事业：以中国为中心的新兴国家，继续强化事业
 - ◇ 合作：除了各主要汽车制造商相互间的合作不断扩大之外，为应对MaaS还出现与其他行业企业的合作
 - ◇ 新兴国家制造商：中国系与印度系当前主要耕耘本国市场
2. 世界汽车制造商的生产、销售排名
3. 世界乘用车制造商的主要资本合作关系

第2章 北美乘用车制造商

- 通用 : 美国第一大汽车制造商：开拓移动出行业务等新收益来源
- 福特 : 美国第二大制造商：中期利润率目标力争超8%，通过合作推动成本缩减
- 特斯拉 : 美国EV制造商：力争扩大量产车型Model 3的产量

第3章 欧洲乘用车制造商

- 大众 : 德国最大的汽车制造商：2025年集团营业利润目标为7~8%
- 奥迪 : 大众集团旗下高级车制造商：努力提升电动汽车和内燃机技术
- 戴姆勒 : 豪华车品牌世界首位：力争以CASE为中心实现增长
- 宝马 : 德国豪华汽车制造商：投资集中于电动汽车和自动驾驶领域
- 保时捷 : 大众集团旗下的高级跑车制造商：致力于加强电动化技术
- 雷诺 : 法国平价车制造商：力争2022年营业利润率达7%、全球销量达500万辆
- 标致雪铁龙 : 将德国欧宝收归旗下的欧洲销量第二大集团：力争进一步改善收益
- FCA : 在意大利与美国设立总部的全球制造商：力争EBIT率实现两位数增长
- 西雅特 : 大众旗下的西班牙制造商：摆脱多年持续的低利润率成为课题
- 斯柯达 : 大众旗下捷克制造商：扩充SUV产品，除中国之外还瞄准印度与俄罗斯市场
- 沃尔沃汽车 : 吉利集团旗下的瑞典制造商：为了应对CASE，在电动化和安全方面强化品牌竞争力
- 捷豹路虎 : 英国豪华车制造商：以ACES为中心强化品牌
- AvtoVAZ : 雷诺旗下俄罗斯最大乘用车制造商：有望摆脱赤字

第4章 日本乘用车制造

- 丰田 : 全球销量巨头：力争转型为移动出行服务公司
- 日产 : EV领域领先的日本制造商：力争2022年度电动汽车年销量达到100万辆
- 本田 : 日本大型摩托车和汽车制造商：与通用在电动化和自动驾驶领域合作
- 铃木 : 日本小型车制造商：与丰田在印度·非洲业务及下一代技术领域开展合作
- 马自达 : 日系中坚乘用车制造商：力争实现年增长5万辆目标。
- 三菱汽车 : 以SUV为主力的日本制造商：推进电动化力争实现营业收入2.5万亿日元目标
- 大发 : 轻小型汽车制造商：力求凭借日本国内轻自动车和新兴国家小型车获得增长
- 斯巴鲁 : 在美国持续增长的日本乘用车制造商：致力于提升产品质量

第5章 亚洲乘用车制造商

- 现代汽车 : 韩国最大制造商：加快CASE战略，管理层大变动
- 起亚 : 现代旗下韩国排名第二位制造商：基于“Mobility-ACE”战略开发新一代车型
- 上汽集团 : 中国最大乘用车制造商：推进自动驾驶技术的开发
- 中国一汽 : 中国元老级汽车企业：持续推进合作与重组，以期重新确立自主品牌事业
- 东风汽车 : 中国大型汽车制造商：进军汽车共享事业领域
- 中国长安 : 中国乘用车产销第四位：力争2020年实现集团整体销量达440万辆
- 北汽集团 : 总部位于北京的大型车企：EV销量连续5年居中国首位
- 广汽集团 : 中国乘用车中坚企业：与腾讯等合作，加强新能源汽车及自动驾驶事业
- 奇瑞汽车 : 中国中坚乘用车制造商：出口遥遥领先的同时国内销售放缓
- 比亚迪 : 中国民族系制造商：以新能源汽车为中心发展事业
- 吉利汽车 : 中国民族系乘用车制造商：力争2020年中国销售200万辆
- 长城汽车 : 以SUV为主要产品的中国制造商：2018年力争全球销售116万辆
- 塔塔汽车 : 印度大型汽车制造商：JLR业绩不振，但Tata自身回暖
- 马恒达 : 印度多功能车制造商：与福特签订合作协议
- 宝腾 : 马来西亚国民车制造商：推进与吉利全面合作，投放首款SUV

2019

世界乘用车制造商年鉴

各企业的电动化、自动化、网联化、MaaS相关最新动向

■ 发刊时间：2019年5月13日 ■ 规格：A4、346页 ■ 售价：12,000元(含国内邮费)



- ◇ 对戴姆勒与宝马的事业整合、丰田与软银集团的合作等应对MaaS的最新动向进行了综合分析！
- ◇ 详细汇总了通用的Cruise AV、戴姆勒的EQC等各企业应对网联化、自动化、共享化、电动化的动向！
- ◇ 从主要汽车制造商在华合资公司的利税总额角度出发，总结分析了各企业中国事业的收益情况！

在全球环保法规日趋严化、政府推动先进技术产业发展的背景下，各乘用车企业积极推进CASE(网联化、自动化、共享化、电动化)产业发展。在电动化方面，戴姆勒的EQC等主要车企的BEV产品阵容扩充自2019年起开始正式展开。自动驾驶方面，通用的SAE标准Level 4级车辆计划2019年投产，具备高度自动驾驶技术的车辆将开始商业化运营。并且，伴随共享经济的发展，汽车正在由原来的必须持有发展为仅在必要时使用的交通工具，

MaaS(Mobility as a Service)就是其中最主要的利用形式。作为应对这一使用形态的变化，MaaS构成车辆的移动相关服务的提供主体—出行服务正在发展成为仅次于过去的传统的汽车生产·销售业务的收益来源，各主要乘用车企业正在积极探索MaaS发展。另一方面，CASE的发展十分迅速，对该领域的投资已成为压在乘用车企业身上的重负。降低采购、研发方面的成本变得愈发重要，此外，车企、零部件企业、服务企业相互间的合作不断推进，汽车行业的方方面面正在发生变化。

本调查报告收录了发达国家及新兴国家的39家乘用车制造商的事业现状及整体战略，并对每家企业从不同角度出发分析其财务情况及其CASE动向。其中，在第一章的总论中，综合汇总了各企业的业绩、各领域的战略、产销情况比较等信息，并在本调查报告中新增了基于主要企业的中国合资事业的利税总额等资料，整理了其在华业务的收益情况。并且，重点分析了各企业的MaaS相关业务的最新进展。敬请参阅。

世界主要乘用车制造商移动出行服务的事业进展情况

制造商	业务领域				
	分时租赁	网约车	多模式联运	订阅服务	其他
戴姆勒集团	●	●	●	●	车联网保险
大众集团	●	●	●	●	停车场收费(APP)
宝马集团	●	●	—	●	充电/停车支持
雷诺集团	●	●	—	—	—
标致雪铁龙集团	●	—	●	—	—
通用集团	●	●	—	●	结算
福特集团	●	●	—	●	停车场/加油站检索、结算
丰田集团	●	●	●	●	(2019年初～) 车联网保险/自动驾驶EV应用的多种服务(Autono-MaaS)
日产/三菱汽车集团	●	●	—	—	—
本田集团	●	—	—	—	—



