

2025

电子产业四十年：变革与 创新的轨迹

邵乐峰





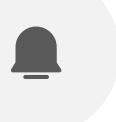
目录



中国电子元器件分销的黄金40年



全球电子元器件分销行业的变革



**深圳“搞钱军团” VS 上海
“科技新贵”**



01

中国电子元器件分销的 黄金40年



“

起步期(1985-2000年)



| 市场萌芽与初步发展

- 1985年，中国集成电路进口量约为1.3亿块，产量约5,000万块。同年，中兴通讯成立。
- 1986年，北京集成电路设计中心成立，标志着集成电路设计业起步。
- 1987年，华为成立。
- 1988年，赛格集团设立电子产品交易市场，成为中国第一家专门销售国内外电子元器件的电子市场。
- 2000年，互联网普及，电子商务兴起，微型计算机、数字程控交换机、移动电话流行，带动了电容器、电阻电位器等元器件的分销行情。

“世界工厂期(2001-2010年)



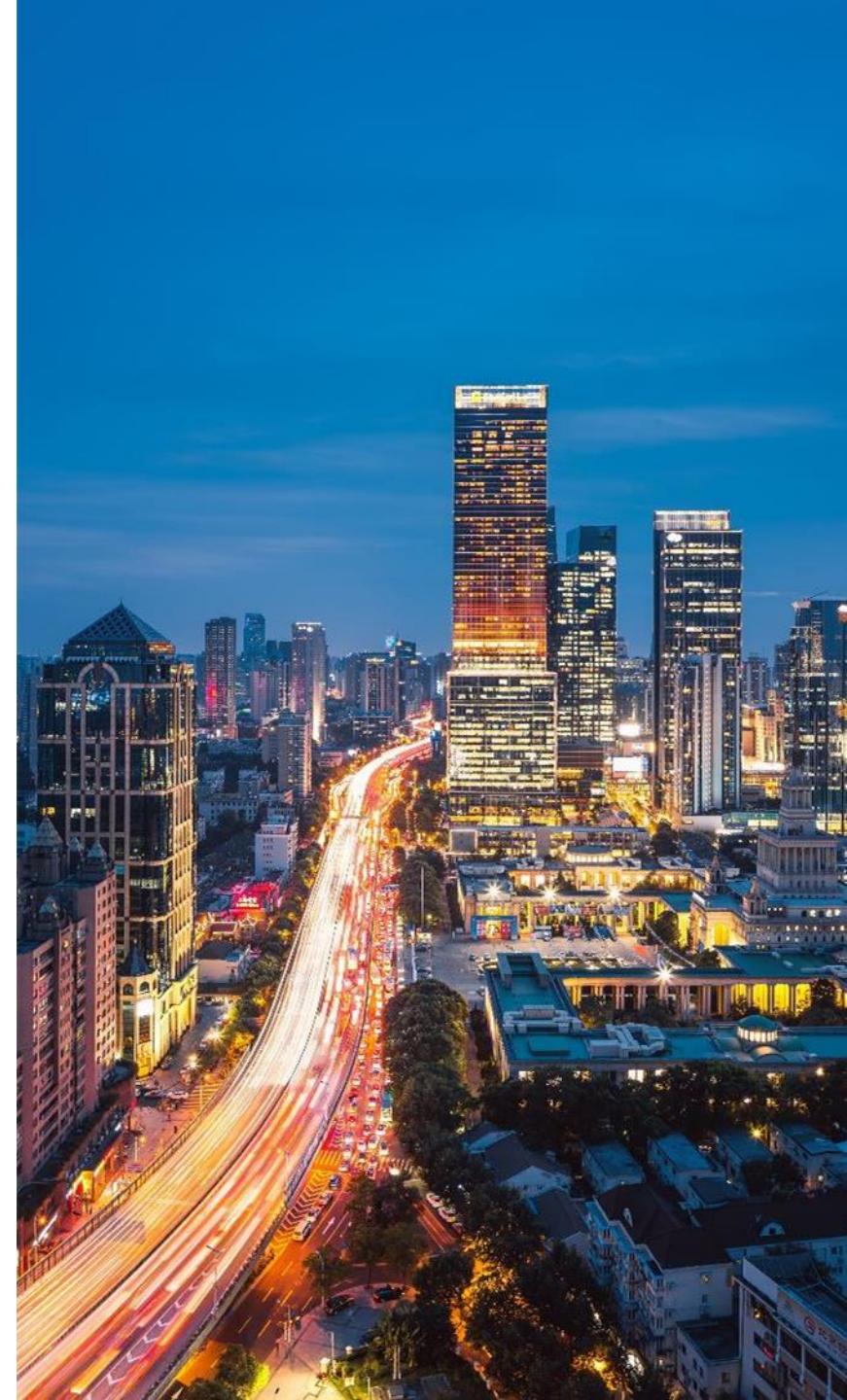
加入WTO后快速发展

- 2001年，中国加入WTO，中国制造企业积极参与全球价值链分工，制造能力和国际竞争力迅速提升。
- 2010年，中国制造业增加值首次超过美国，成为全球制造业领头羊。
- 移动通信设备、光网络设备等电子产品需求增长，中国逐步成为全球最大的电子产品制造基地和集成电路器件采购国。



来料加工模式盛行

- 来料加工模式在这一时期广泛应用，促进了中国元器件分销领域的快速发展。
- 中国企业通过承接国际订单，利用国内丰富的劳动力资源和逐渐完善的产业配套，实现了电子产品的快速生产和出口。



“

黄金发展期(2011-2017年)



电子产品产量的显著增长

- 2011年，中国彩电、手机、计算机全球市场占有率达到48.8%、70.6%和90.6%，均位居世界第一。
- 2015年，中国以6,000亿元人民币产业规模，成为全球最大的物联网市场。
- 深圳华强北为山寨手机生产提供强大供应链支持，推动了相关元器件的分销。

分销商的崛起与上市潮

这一时期，中国本土分销商逐渐崛起，多家本土分销商选择集中上市。同时，终端市场对高端芯片需求增长，推动分销商向高端市场转型，提升了整个行业的服务水平和竞争力。

“

追趕期(2018-2025年)

中美芯片摩擦

- 2016年，中美在芯片领域产生摩擦，美国对中国企业实施技术限制和出口管制。
- 2018年，中兴通讯受限。
- 2019年，华为被列入“实体清单”。
- 中国在5G通信、人工智能、自动驾驶、柔性显示屏等领域取得显著进展。

疫情与新技术的冲击

- 2020年全球疫情爆发，电子产业面临缺货、倒闭等挑战。
- 2023年以来，生成式人工智能技术集中爆发，引发对AI算力的需求增长。中国人工智能初创公司DeepSeek等在科技界掀起波澜。
- 新形态智能手机、智能家居、可穿戴设备成为市场新宠，推动高端电子元器件分销行情持续火热。
- 中国电子元器件分销市场进入深度调整期，产业集中度提升，规模化、平台化趋势明显。

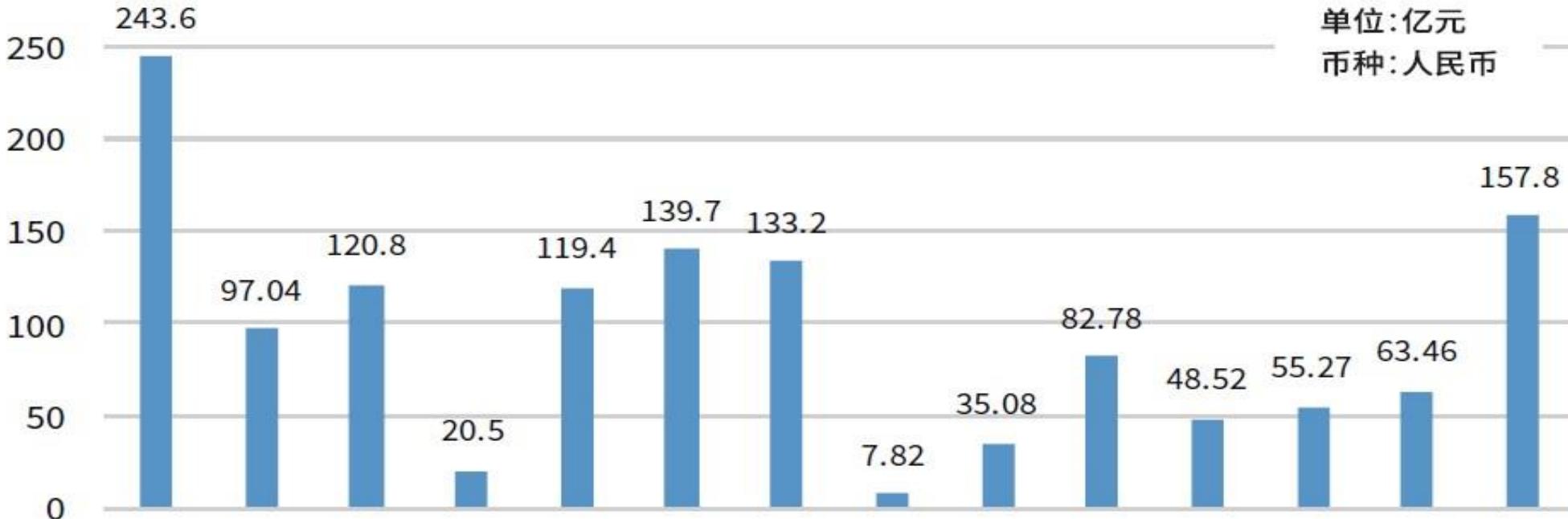
2016-2023年中国本土分销商排名TOP25总营收



2016-2023年中国本土分销商TOP25中营收超百亿的企业

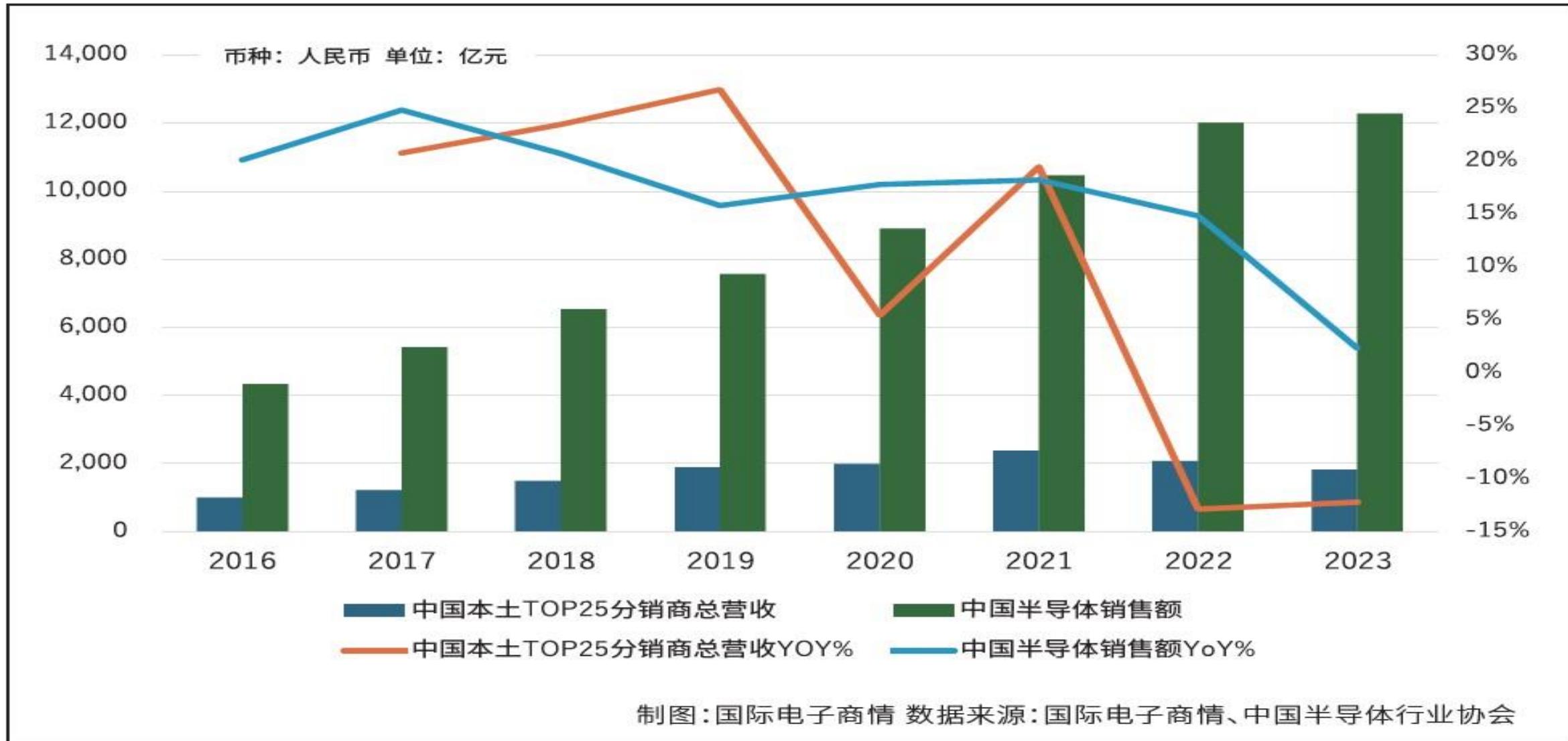


中国本土元器件上市分销商的总市值统计



*数据截至2025年2月19日收盘, 制图/来源:国际电子商情

2016至2023年，中国本土TOP25分销商总营收及YoY%





02

全球电子元器件分销行业的变革



“

产业链转移与分销行业调整



全球半导体产业链转移历程

- 第一次：20世纪80年代，美国将存储产业转移到日本。
- 第二次：20世纪90年代，从日本迁移到韩国与中国台湾。
- 第三次：2000年至2020年，半导体产业链劳动密集型环节向中国大陆转移。



分销应对

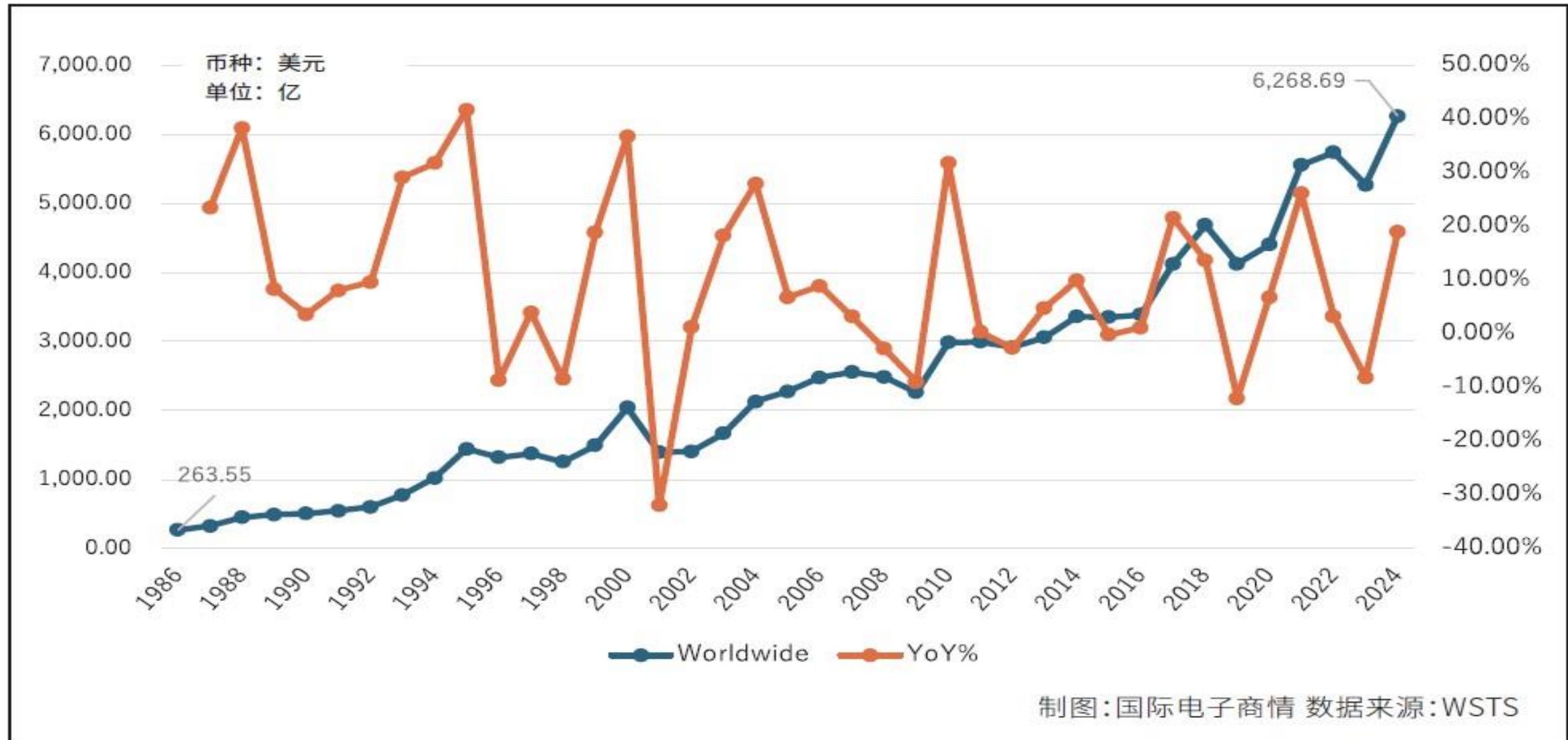
- 全球半导体产业链重构，东南亚因多种优势成为重要目的地，美光、英飞凌等企业在当地投资形成产业集群。
- 美国、日本、欧盟推动产业链本土化，分销商需要在技术、服务和供应链安全方面不断提升竞争力。



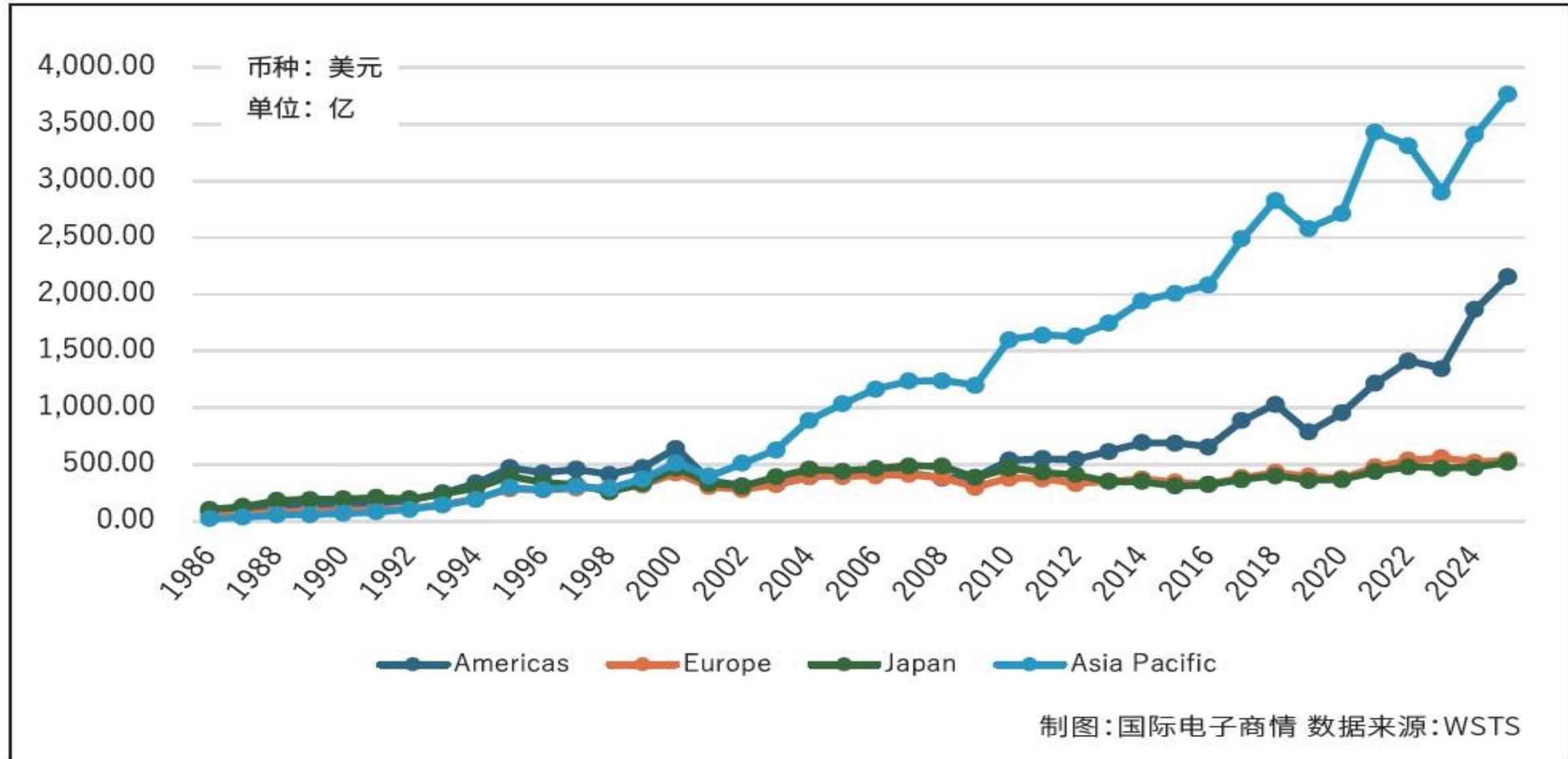
典型分销商应对策略

- 艾睿电子在印度和东南亚地区积极布局，通过战略收购、技术合作和本地化策略，积极拓展业务版图。
- 中国本土分销商，如华强电子、商络电子、科通技术等利用数字化手段打通供应链上下游各环节，提升服务能力。

1986-2024年，全球各地区半导体销年销售额数据变化

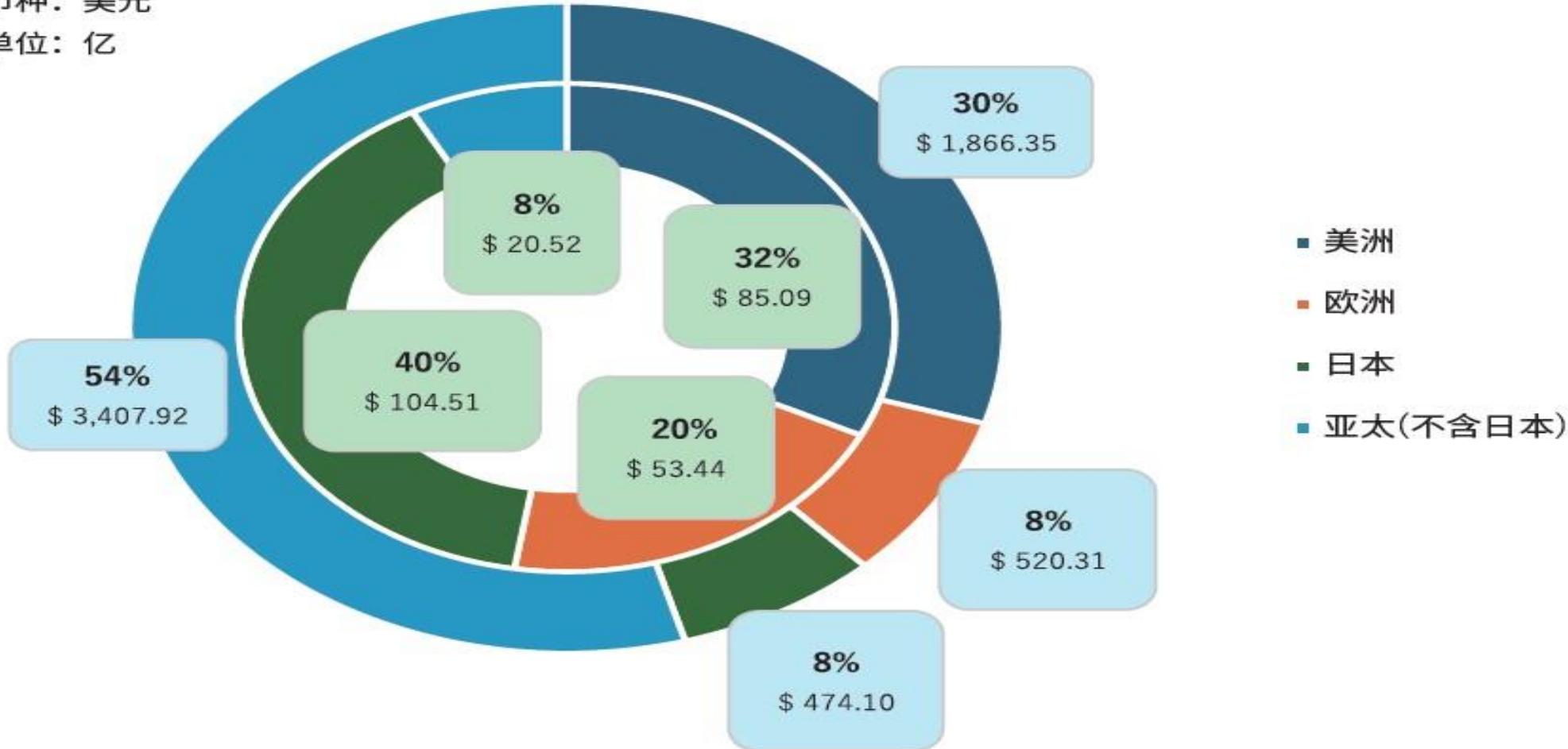


1986-2024年，全球各地区半导体销售额趋势



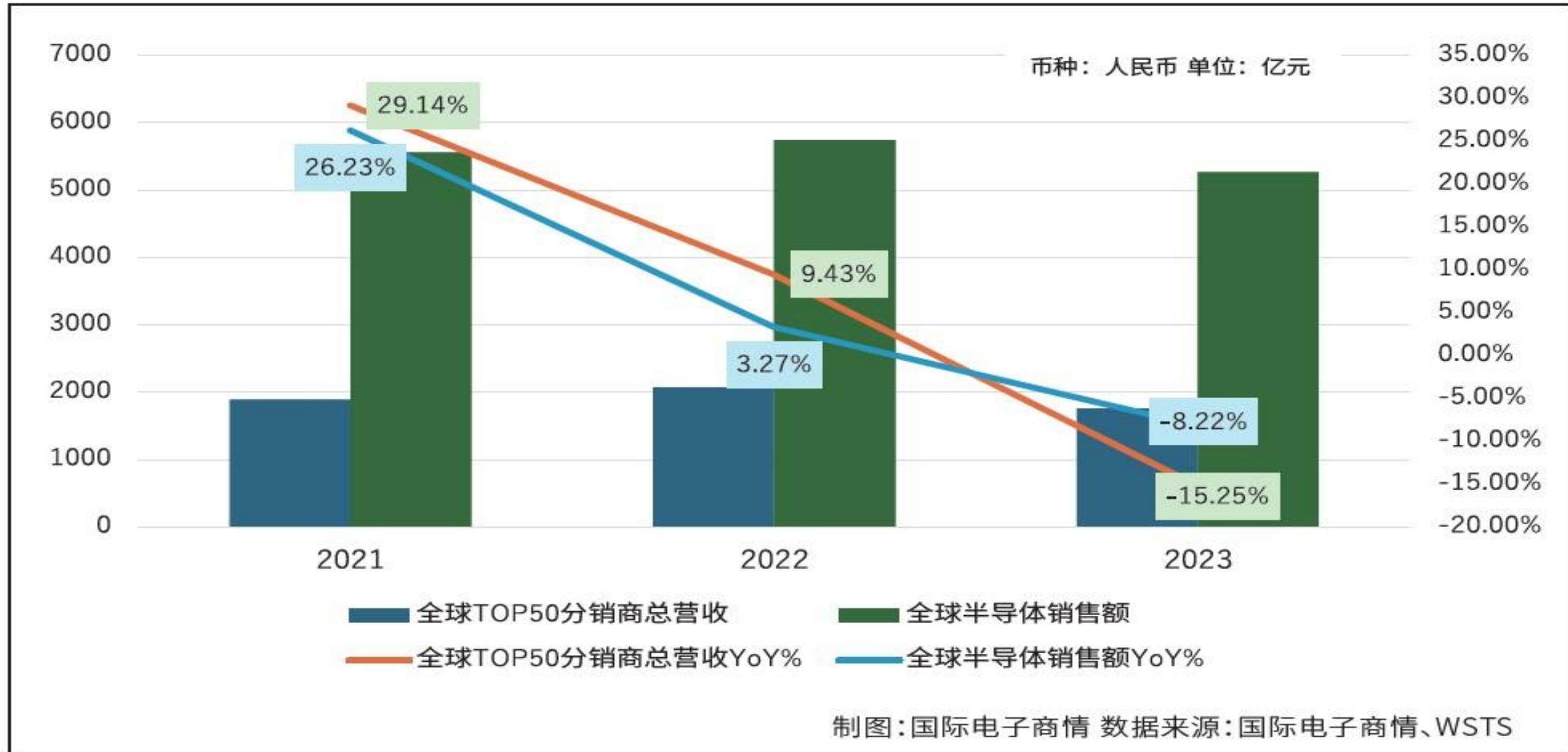
1986年和2024年全球各地半导体销售额占比

币种：美元
单位：亿



制图:国际电子商情 数据来源:WSTS

2021至2023年，全球TOP50分销商总营收及YoY%





03

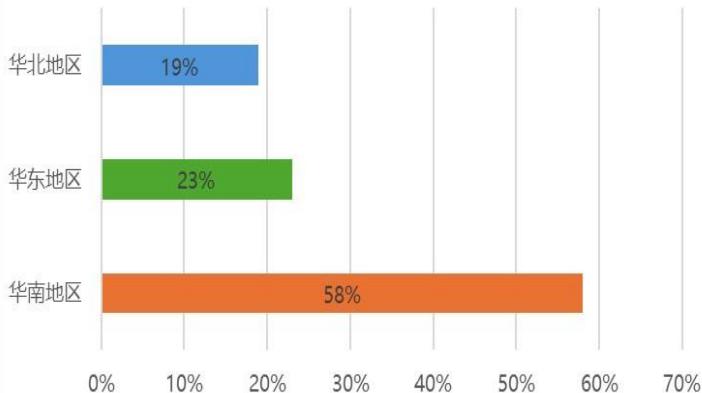
深圳 “搞钱军团”
上海 “科技新贵”



深圳的先发优势——产业集群与供应链效率

企业数量与集群化发展

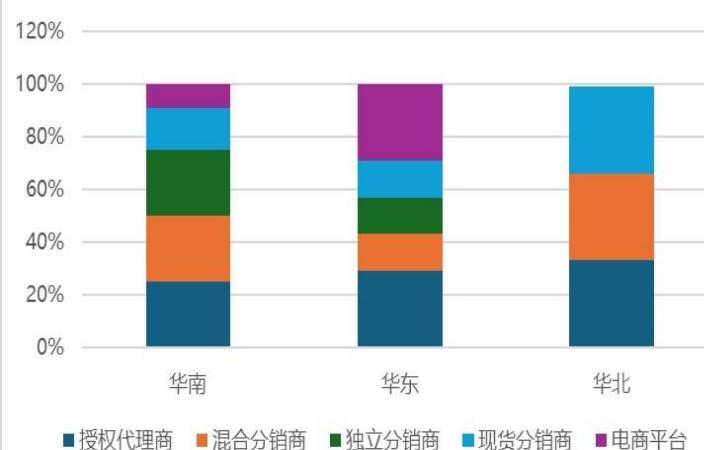
图1、华北/华东/华南三个地区里分销企业的数量占比
(不完全统计)



华南地区分销商数量众多，是华东、华北地区的两倍以上，形成了强大的产业集群效应，为区域经济发展提供了坚实基础。

分销商类型与市场覆盖

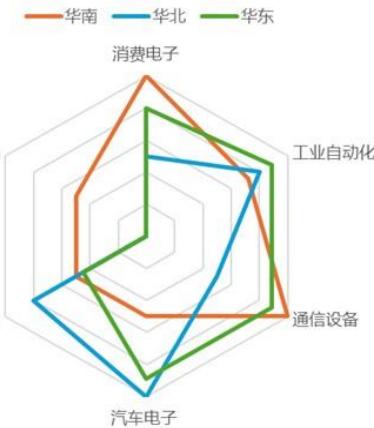
图2、华北/华东/华南地区分销商的类型对比



华南地区分销商类型齐全，授权、混合、独立等传统模式占主导，实现了市场的全面覆盖。

供应链效率与创新速度

图3、华北/华东/华南地区的终端市场
发展指数对比



以深圳为中心，90%的零部件可在1小时车程内完成采购，1周内可实现从产品原型到小批量生产，供应链效率和创新速度极高。

深圳的先发优势——终端市场与产业优势

01

终端市场多元化

华南地区的终端市场多元，涵盖消费电子、工业自动化、汽车电子、通信设备、新能源、医疗设备等多个细分领域，为分销商提供了广阔的市场空间。

02

通信设备产业优势突出

华南地区的通信设备产业占比突出，与华为、中兴等头部企业扎根深圳/东莞直接相关，形成了典型的产业链虹吸效应。

03

挑战与机遇

国际分销商是华南地区分销商的一大竞争对手。此外，区域竞争激烈、拓展海外市场、国际贸易不确定性、技术迭代压力、国产替代推广难等也是挑战。

上海的后发机会——地理位置与全球供应链地位



贸易口岸优势

上海是世界最大贸易口岸城市，
2024年口岸进出口总额11万亿元，
上海港集装箱吞吐量5150万标准箱，
连续15年位居全球第一，是中国在全
球供应链上的“关键卡位”。



长三角经济圈区域协同

以上海为中心，以江、浙为腹地的长
江三角洲经济圈的区域一体化发展程
度最高，带动了长三角地区终端市场
的蓬勃发展，为华东地区的分销商提
供了广阔的市场空间和发展机遇。



全球供应链战略枢纽

上海作为服务长三角、服务全国的战
略枢纽和链接，具有强大的资源集聚
和辐射能力，能够吸引全球的优质资
源，推动区域内的产业协同发展和供
应链优化升级。

上海的后发机会——华东地区OEM制造商的需求



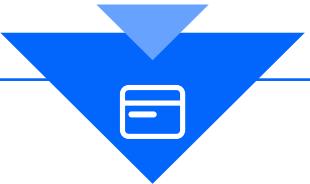
技术驱动升级

集中在第三代半导体应用，例如华润微布局碳化硅(SiC)器件，抢占新能源汽车和光伏逆变器市场，对分销商提出了更高的技术要求。



绿色智造与柔性生产

环保机械、可回收材料需求上升，推动OEM企业采用绿色工艺。同时，数字化工厂提升定制化响应速度，满足小批量、多品类订单需求。



全球化与反代工策略

布局东南亚产能是大势所趋，以降低劳动力成本。另外，通过收购国际品牌实现反向代工，提升品牌溢价。

区域优势对比



华南地区优势

先发优势明显，产业集群化程度高，供应链效率高，市场反应速度快，综合实力更强。

华东地区优势

以政策支持+产业链完善+市场需求旺盛为驱动，不断以新技术赋能供应链。

区域互补性强

两大区域在产业优势、市场特点、人才资源等方面存在互补性，未来可以通过区域间的合作与协同发展，实现优势互补。



谢谢!

