

# 洞见

罗兰贝格

08.2021  
上海 / 中国



## 2021年汽车零部件企业 双百强解读白皮书

Roland  
Berger



中国汽车社会舆论领袖  
**中国汽车报**  
CHINA AUTOMOTIVE NEWS

# 引言

2020年受全球疫情影响,全球汽车产业经历了充满挑战的一年,叠加经济增长持续放缓、贸易摩擦升级等宏观因素,目前仍处于转型阵痛期。中国汽车零部件企业在2019年整体营收规模逆势增长之后,在2020年再接再厉,实现营收和利润双增长,实属不易。其中不乏亮点企业,在产业转型期锐意进取,为整体行业打造转型标杆。

自2018年起,罗兰贝格对历年双百强榜单进行解读并编撰白皮书,2021年已为《中国汽车报》与罗兰贝格正式合作的第四个年度。

本次白皮书主要分为两大部分。第一部分将分析全球与中国汽车及零部件行业发展现状及趋势,并基于2020和2021两年双百强企业营收、盈利及研发等数据信息,描绘并分析中外零部件百强企业的核心发展趋势。第二部分则结合行业发展大势,提出企业未来发展的核心驱动力,并解读领先实践案例,进一步提出致胜未来的关键举措及战略思辨方向。

## 联合编委



**辛宁**

中国能源汽车传播集团党委副书记、副董事长/总经理  
《中国汽车报》社社长



**方寅亮**

罗兰贝格全球高级合伙人

# 目录

1/ 2020年汽车零部件行业 整体发展概述	— 04
2/ 2021年汽车零部件行业 发展驱动力展望	— 11



# 1/ 2020年汽车零部件行业 整体发展概述

## 1.1/ 中国汽车行业发展趋势

疫情下中国汽车市场销量稳固,其他地区受疫情影响严重

在中国疫情得到有效控制后,汽车行业迎来下半年销售反弹,全年销量仅下降约5%,较为稳固。相比之下,全球其他地区受疫情影响严重,销量平均下降超过7%。2020年全球商用车及乘用车整车市场受疫情影响

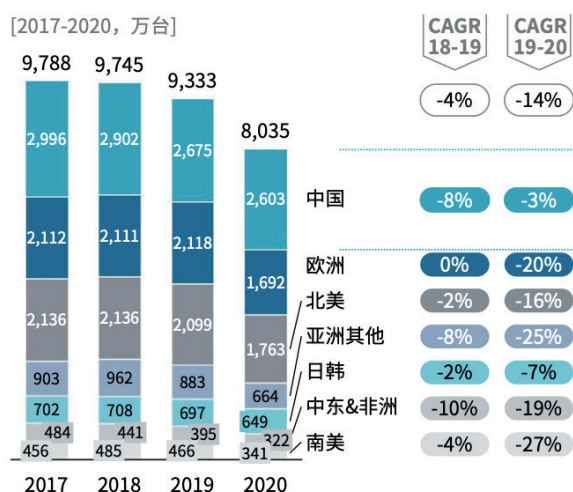
明显,全年销量8035<sup>1</sup>万辆,较2019年下降14%,其中中东及非洲地区下降尤为明显。

2020年中国商用车及乘用车整车销量2603<sup>2</sup>万辆,同比下降3%。其中乘用车销量2020万辆,跌幅达6%,带动零部件产业整体持续低迷。而中重型商用车销量增势突出,为189万辆,较2019年增长达29%。2020年为商用车市场爆发之年,政策升级及下游需求增长推动中国中重型商用车销量稳中有增,不失为部分零部件企业的增长机遇。→ 01

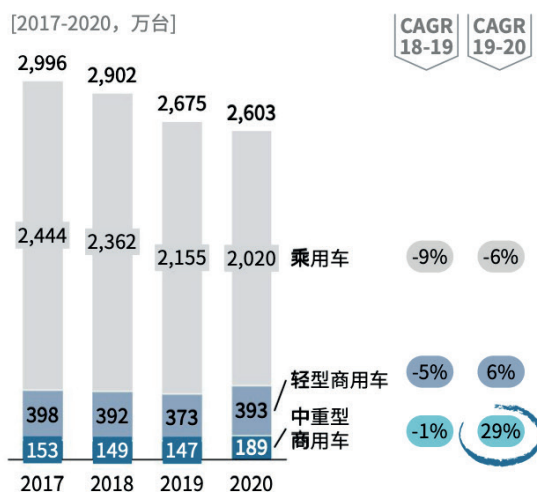
1 新能源车型包含纯电动及插电混动车型

## 01 全球及中国整车市场环境

### 全球市场商乘整车销量



### 中国市场商用车及乘用车销量



资料来源:IHS;罗兰贝格

**新能源智能车快速发展, 2021年成为智能车爆发之年**  
政策主导下, 多元因素驱动新能源汽车渗透率持续提升, 从2019年5%增长至2020年6%, 且2021年智能车产品爆发, 成为智能车爆发之年。

乘用车整车领域, 在国家补贴政策与技术发展驱动下, 新能源车迅速崛起, 产品迭出。乘用车新能源车型的渗透率自2017至2020年保持29%<sup>1</sup>的年复合增长率, 相比传统能源7%的跌幅, 值得产业链玩家重点关注与突破。同时, 中高端新能源品牌市占率稳步提升, 特斯拉及部分国内新势力正在充分挖掘中高端纯电动市场潜力, 实现了市占率的快速提升。→ 02

2021年已成为智能车爆发之年, 诸多传统和新品牌均已发布多款智能电动汽车。部分传统品牌如奔驰, 发布了EVA纯电平台首作——奔驰EQS, 奥迪、大众与宝马也分别发布奥迪Q4 e-tron、大众ID.6及宝马iX。新智能车

品牌如极氪, 发布了主打性能的智能车产品极氪001, 同时智己汽车也发布了智己汽车L7作为其首款车型。此外, 极狐与零跑汽车也分别发布了主打不同性能优势的极狐阿尔法S与零跑C11性能版。

**高端品牌逆势增长, 自主品牌高端化趋势明显**

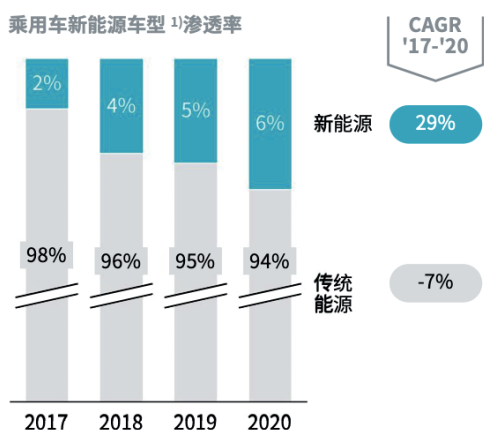
消费升级与豪华车型下探双力合作促使中国豪华型乘用车销量稳步提升, 细分市场机遇不断强化, 市场占比自2017至2020年保持9%<sup>2</sup>的年复合增长率。此外, 自主品牌高端化趋势明显, 纷纷推出了独立高端品牌, 部分领先自主高端品牌销量占比逐年提高。特别是国产品牌红旗突出重围, 自2018年至2020年实现146%的年复合增长率, 到20年销量达到20万辆。→ 03

<sup>2</sup> 豪华细分市场基于IHS分类(基于车型价格及营销定位), 包含premium和luxury两类车型

**02 中国新能源汽车销量**

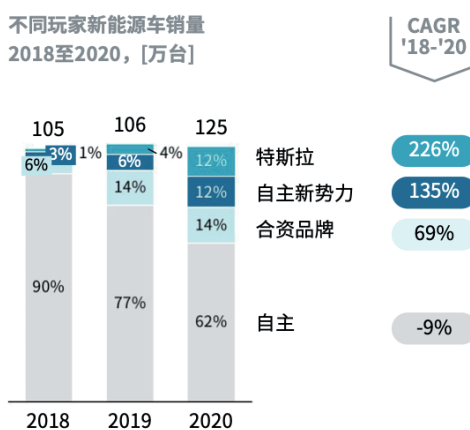
**新能源占比持续提升**

补贴政策和技术发展驱动下新能源车崛起, 产品迭出, 渗透率显著提升



**中高端新能源品牌市占率提升**

特斯拉及国内新势力充分挖掘中高端纯电动市场潜力, 实现市占率快速提升

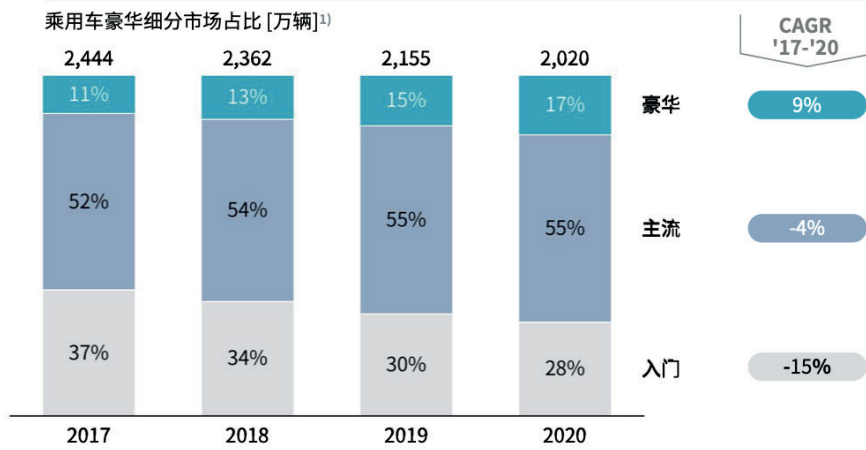


1) 新能源车型包含纯电动及插电混动车型

资料来源: Caam, Marklines, IHS; 罗兰贝格

### 03 中国整车市场高端化趋势

#### 乘用车豪华细分市场机遇强化



1) 豪华细分市场基于IHS分类(基于车型价格及营销定位),包含premium和luxury两类车型

资料来源:Caam, Marklines, IHS;罗兰贝格



## 1.2/ 零部件百强企业核心趋势解读

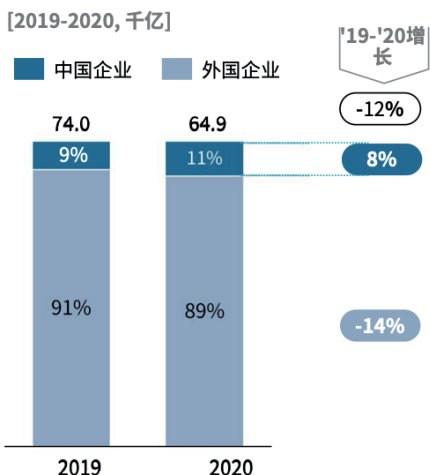
2020年的零部件行业呈现中国企业规模增长、研发投入占比增加、商用车零部件企业收入大幅提升、产品结构调整四大特点。中国百强企业整体营收达1.35万亿，同比增长4%，其中以头部商用车及新能源部件企业为主力，推动中国百强企业营收逆势增长。企业研发投入显著增加，尤其加大新能源领域投入。百强企业构成较为稳定，90家企业连续两年上榜，头部商用车零部件企业营收增长明显。

**趋势一：中国企业在全球市场收入占比增加，商用车、新能源领域增势突出**

全球零部件百强企业2020年营收整体下降12%，但中国企业营收却实现逆势增长，占比全球营收提升至11%。大部分入榜的中国企业排名较去年均有明显上升，但其中跻身全球头部位置的企业仍然较少：中国跻身全球前20的企业仅2家，50名前仅5家。跻身世界百强的中国企业主要凭借传统细分领域（如商用车市场）优势、前沿领域开拓（如新能源）等，营收增速高于外资企业。相比之下，百强榜中88家外国企业中83家营收同比减少，部分企业以收并购方式实现营收增长，如博格华纳2020年完成对德尔福科技的收购。→ 04

## 04 全球零部件百强营收及中国企业全球排名分析

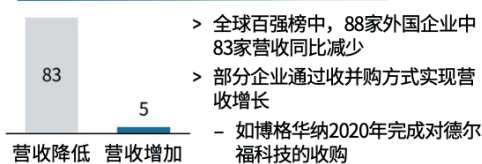
### 中国企业营收全球占比提高



### 中国企业全球排名提升明显

企业	'19排名	'20排名	排名提升
潍柴集团	8	4	↑ 4
华域汽车	12	11	↑ 1
海纳川	33	29	↑ 4
玉柴集团	74	52	↑ 22
广汽零部件	68	56	↑ 12
中策橡胶	79	67	↑ 12
法士特传动	97	70	↑ 27

### 外国企业整体营收规模下降明显



资料来源：中国汽车报；罗兰贝格



## 趋势二:中国企业研发投入占比加大,实现竞争力提升与前瞻布局

2020年,领先商用车及新能源零部件企业推动百强企业营收逆势增长。从营收规模来看,中国零部件百强企业营收总额1.35万亿<sup>3</sup>,较去年同比增长4%,整体增长规模约550亿,其中商用车增长约600亿、新能源增长约30亿,有效缓解乘用车销量减少带来的行业冲击。2020年百强企业净利润437.8亿,相比2019年增长8%<sup>4</sup>,净利率也从2019年5.6%上涨至2020年5.8%,主要由于疫情导致部分零部件企业工厂相继停产,市场供给减少导致零部件价格上涨,拉动企业净利润上升。

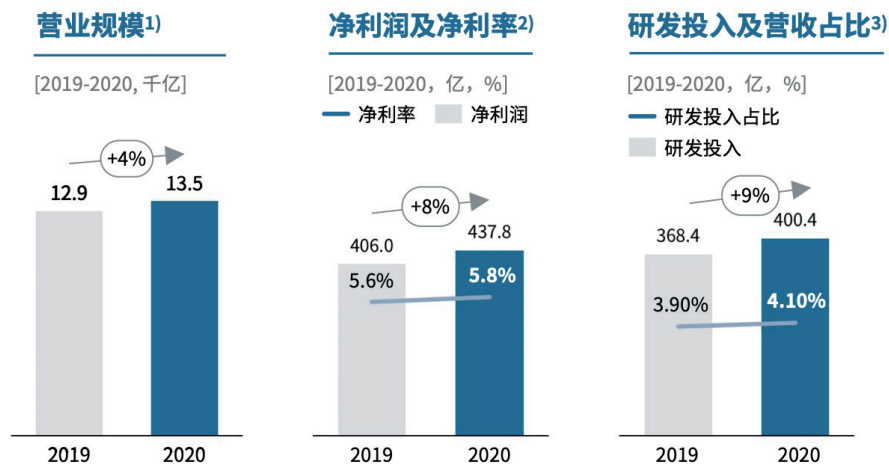
为保障企业生存并实现发展,中国百强企业早已加大对研发创新的投入,尤其对新能源领域开拓。2020年百强企业研发投入400.4亿元,同比增长9%<sup>5</sup>。→ 05

3 营业收入规模考虑连续两年公开相关数据的100家企业

4 仅包含百强企业中亿上市且相关数据公开的74家企业

5 仅包含连续两年公开相关数据77家企业

## 05 中国零部件百强营收、利润及研发投入概览



1) 营业收入规模考虑连续两年公开相关数据的100家企业;

2) 仅包含百强企业中相关数据公开的74家企业;

3) 仅包含连续两年公开相关数据77家企业

资料来源:中国汽车报;罗兰贝格

### 趋势三：百强企业整体稳定，主营商用车零部件的企业营收增长明显

百强企业中90家企业连续两年上榜，整体较为稳定，其中共66家、约70%的企业实现全年总营收正增长。潍柴集团与华域汽车连续四年稳居行业前二，东安动力与国轩高科持续提升其排名。

得益于整体汽车销量下降趋缓，并且对新能源、商用车零部件等高增长业务的布局，2021年榜单中已有约30%的企业增速超过20%。零部件营收规模Top10的企业中，主营商用车零部件的企业营业增速约+17%<sup>6</sup>。主营乘用车零部件的企业营业增速约-7%。[→ 06](#)

### 趋势四：板块收入分化，发动机及新能源板块持续增长

2020年零部件企业呈现收入分化趋势。在并购与研发两大驱动下，新能源板块逆势增长，实现营收和利润齐

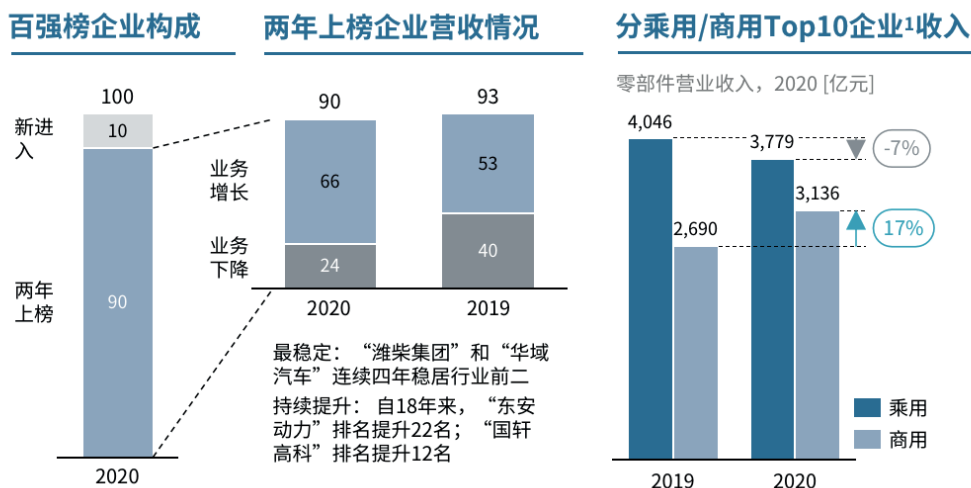
升，较去年增速达6.5%<sup>7</sup>，净利率由19年的10.7%增长至12.5%。同时，受国六标准出台及技术快速迭代升级的影响，发动机替代进程加速，企业营收不断增长，较2019年增速达17.6%。相比之下，电子板块受疫情影响，导致国外上游供应链不稳定，如芯片短缺的现象发生，整体营收以12.1%的跌幅大幅下降。

传统零部件企业遇增速瓶颈，应加大研发投入紧抓新浪潮。研发投入方面，新能源板块研发投入占整体研发投入的14%，占营收比重为8.9%，保持较高水平，部分领先企业的研发投入巨大。[→ 07](#)

6 Top 10 企业中主营商用车企业包括：潍柴集团、玉柴集团、法士特传动；主营乘用车企业包括：华域汽车、海纳川、均胜电子、宁德时代、广汽零部件、中航汽车、中策橡胶

7 仅包含连续两年公开相关数据的69家企业

## 06 中国两年上榜百强企业2019-2020营收变化分析

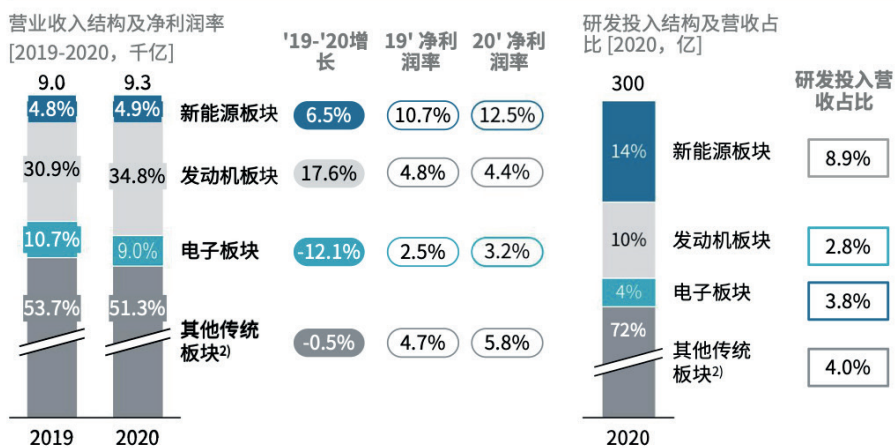


1) Top 10 企业中主营商用车企业包括：潍柴集团、玉柴集团、法士特传动；主营乘用车企业包括：华域汽车、海纳川、均胜电子、宁德时代、广汽零部件、中航汽车、中策橡胶

资料来源：中国汽车报；罗兰贝格

## 07 百强企业分板块营收、净利润率及研发投入分析

### 零部件板块营收占比、净利润率及研发投入占比<sup>1)</sup>



1) 仅包含连续两年公开相关数据的69家企业；

2) 其他传统板块包括底盘, 发动机, 内外饰, 通用件等

资料来源: 中国汽车报; 罗兰贝格



## 2/ 2021年汽车零部件行业 发展驱动力展望

罗兰贝格认为,未来零部件企业应重点着力于四大应对之道:价值链定位转变、业务数字化提升、合作模式变革及全球协同拓展。

面对整体市场下行趋势,中国零部件企业应准确识别企业发展驱动力,在智能化与新能源化趋势下,与AI等领先平台型技术企业合作以借助平台优势,同时深耕垂直行业场景技术;通过企业内部变革,加强业务软件能力建设以实现组织数字化能力的全面提升;面对智能化汽车快速迭代的趋势,零部件企业应加强与OEM深入绑定开发,共同拓展汽车新生态;同时,零部件企业可与主机厂携手建立共赢机制,共同拓展海外市场,加速实现全球布局。

### 发展之道一:价值链定位转变

面对智能化和新能源化新趋势,企业应尝试利用自身垂直行业经验,与领先平台性技术企业开展合作,以实现应用场景深耕和技术提升。如,为顺应智能化趋势,福瑞泰克借助地平线的算法与人工智能芯片优势,以开发更适用于中国市场的,且可量产的ADAS产品。同样,大陆集团近期凭借其成熟的产品与供应链,并结合地平线芯片和算法优势,推出了本地化ADAS产品。为应对新能源化趋势,深澜动力选择与宁德时代合作,以提供可适配不同场景的电池系统。博世同样携手宁德时代,与其达成电芯领域长期战略合作,确保其48伏混动产品的电芯优异性能。

因此,罗兰贝格建议垂直行业企业可借助于平台性企业满足核心组件的供给,加之自身所在行业的经验与优势,在成本更高效的情况下提供更适用于不同场景的产品和应用。此外,垂直行业企业通过与掌握关键技术的平台型企业合作提升其产品的关键性能。

### 发展之道二:业务数字化提升

企业应围绕“软件定义汽车”这一趋势,构建软件+硬件的产品组合,以此探索新的业务盈利机会点。通过整合

企业内部已有的软件开发能力,实现跨域协同开发以满足未来汽车集中化电子架构需求。此外,企业可通过构建企业内统一软件开发平台,提升跨部门、跨企业软件开发协作效率,来实现软件开发的加速迭代。

博世近期通过整合原分散在汽车多媒体、动总、底盘控制等多个事业部中的密集型软件开发和跨域电子系统开发组织,成立了约1.7万人的智能驾驶与控制事业部,并于先期将从博世的驾驶辅助、自动驾驶、车身电子系统等事业部抽调员工以强化自身跨域软件开发能力。

为加速数字化变革的步伐,采埃孚成立了全球软件中心以构建统一软件开发系统。该中心负责构建采埃孚集团范围未来统一的开发软件系统架构,并将其应用于整个公司的应用软件开发过程。

### 发展之道三:合作模式进化

为顺应智能化汽车快速迭代趋势,零部件企业应围绕技术、产品、渠道及用户等方面,与OEM进行深入绑定开发,缩短原有合作链条,并充分共享渠道、用户资源及产品数据,共同应对市场快速需求变化和技术变化并拓展汽车新生态。

华为目前正积极与主机厂商塞力斯展开深度合作。首先二者在技术与产品层面共建了联合技术开发中心。华为将其整体智能技术,如DriveONE三合一电驱动系统、HUAWEI HiCar全场景智能互联系统及立体环绕系统HUAWEI SOUND等引入该中心,加之塞力斯提供单点基础技术,如自主研发SEP200电机与自主研发增程技术,使双方可以更稳健的合作模式共同研发新一代智能车产品。

为提升售后服务质量与销售体验性,塞力斯与华为建立了渠道、用户及数据的共享机制。赛力斯可借力华为销售体系,打通线上线下渠道,并获取其庞大的用户资源以开拓潜在消费者。此外,通过华为汽车智能生态终端打通终端用户数据,实现数据共通共享,以更准确的定位并满足售后需求。

#### 发展之道四：海外协同拓展

罗兰贝格认为中国零部件企业可依托其在国内积累的技术和经验优势，协同中国主机厂共同拓展海外市场，实现产品和服务本地化共享全球客户资源。

近期长城汽车与蜂巢能源合作，将在德国萨尔州设立新的生产基地，配套长城汽车新能源工厂可助力长城汽车拓展海外市场。该基地可进一步供应给德国本土主机厂，满足欧洲企业系电池需求。

华域旗下的延锋座椅也开启了自主与协同双路并行拓展海外的路径。其在墨西哥、塞尔维亚、泰国等地区均自建了生产基地，并与通用五菱在印尼共建产业园区。通过在泰国、塞尔维亚、墨西哥等地区设立生产基地，使延锋能为宝马、马自达等众多国内外整车客户提供

优质的本土化研发和供货服务，与五菱在印尼共建的产业园区可使延锋更好的服务于国内主机厂的海外业务，同时拓展其海外销售渠道和品牌客户。

我们认为建议零部件企业应基于四大核心举措方向，更加积极地思考四大核心发展议题：1.模式创新，垂直合作：如何充分挖掘自身垂直行业优势，在新的产业价值链中精准定位，与平台型企业协同合作，创造新价值？2.组织变革，数字转型：如何通过内部组织变革，提升产品数字化能力，加强对核心产品的持续迭代和创新，以加强议价和盈利能力？3.共建共创，生态共赢：如何加强与主机厂在新生态中合作深度和广度，构建适合自身企业的生态系统，并共同拓展新汽车生态？4.协同出海，全球布局：如何把握中国主机厂出海趋势，主动协同主机厂共同出海，布局全球市场？

# 版权声明

## 作者

### 方寅亮

罗兰贝格全球高级合伙人  
+86 21 52986677-823  
thomas.fang@rolandberger.com

### 袁文博

罗兰贝格合伙人  
+86 21 52986677-826  
wenbo.yuan@rolandberger.com

同时感谢中国汽车报社零部件部王松、秦竞坤、童丽娟及罗兰贝格周梦茜、江澎、钟灿杰对文章编撰的贡献。

## 联系人

### 郑赞

罗兰贝格全球高级合伙人  
+86 21 52986677-163  
ron.zheng@rolandberger.com

### 王松

中国汽车报社零部件事业部总监  
+86 10 56002717  
13910962887@163.com

### 方寅亮

罗兰贝格全球高级合伙人  
+86 21 52986677-823  
thomas.fang@rolandberger.com

### 童丽娟

中国汽车报社零部件事业部高级经理  
+86 10 56002716  
tonglijuan415@163.com

### 袁文博

罗兰贝格合伙人  
+86 21 52986677-826  
wenbo.yuan@rolandberger.com

### 秦竞坤

中国汽车报社零部件事业部高级经理  
+86 10 56002716  
elfjingkun@163.com

### 吴钊

罗兰贝格合伙人  
+86 21 52986677-108  
neil.wu@rolandberger.com

### 时帅

罗兰贝格合伙人  
+86 21 52986677-203  
shuai.shi@rolandberger.com

### 徐虎雄

罗兰贝格合伙人  
+86 21 52986677-124  
huxiong.xu@rolandberger.com

本报告仅为一般性建议参考。  
读者不应在缺乏具体的专业建议的情况下，擅自根据报告中的任何信息采取行动。  
罗兰贝格管理咨询公司将对任何因采用报告信息而导致的损失负责。

© 2021 罗兰贝格管理咨询公司、中国汽车报版权所有

---

# 关于我们

罗兰贝格成立于1967年，是全球顶级咨询公司中唯一一家始于德国、源自欧洲的公司。我们拥有来自34个国家的2400名员工，并成功运作于国际各大主要市场。我们的50家分支机构位于全球主要商业中心。罗兰贝格管理咨询公司是一家由近250名合伙人共有的独立咨询机构。

## 以简驭繁

过去50年中，罗兰贝格携手全球客户成功把握变革；展望未来50年，我们致力于支持更多客户再攀新高。通过提供灵活高效、先人一步的战略咨询，罗兰贝格将以简驭繁，助客户实现基业长青。

## 出版方

罗兰贝格亚太总部

## 地址：

中国上海市南京西路1515号  
静安嘉里中心办公楼一座23楼, 200040  
+86 21 5298-6677

[www.rolandberger.com](http://www.rolandberger.com)