

LEGAL STATEMENT

The Information contained within the Service is either licensed from third party information providers or is the intellectual property of EMIS. This information –including the document to be made available to you- is therefore protected by copyright laws, database rights, trademarks and/or patents owned by the relevant party.

Except as otherwise permitted in the agreement (if any) between the Subscriber and EMIS, or as otherwise expressly approved in writing by EMIS, any reproduction, publishing, redistribution, sell, broadcast or circulation of the Information to any third party is strictly prohibited. No rights are granted to the Subscriber except the limited use rights. The Subscriber may not store in electronic form any shared library or archive of Information which could be used as a research application nor remove, conceal or alter any copyright notices contained in the Service or in this document.

郑重声明

本报告的著作权归赛迪顾问股份有限公司(简称为“赛迪顾问”)所有。

本报告是赛迪顾问的研究与统计成果，其性质是供客户内部参考的业务资料，其数据和结论仅代表本公司的观点。

本报告有偿提供给购买本报告的客户使用，并仅限于该客户内部使用。购买本报告的客户如果希望公开引用本报告的数据和观点，在事先向赛迪顾问提出书面要求后，必须经过赛迪顾问的审核、确认，并得到赛迪顾问的书面授权。未经赛迪顾问的审核、确认及书面授权，购买本报告的客户不得以任何方式在任何媒体上(包括互联网)公开引用本报告的数据和观点，不得以任何方式将本报告的内容提供给其他单位或个人。否则引起的一切法律后果由该客户自行承担，同时赛迪顾问亦认为其行为侵犯了赛迪顾问的著作权，赛迪顾问有权依法追究其法律责任。

赛迪顾问股份有限公司

目录

研究对象.....	1
一、2015年中国汽车电子市场概况.....	2
(一) 市场规模与增长.....	2
(二) 基本特点.....	2
1、汽车电子重要性空前突显.....	2
2、本土汽车电子企业竞争劣势加剧.....	3
3、新能源汽车为汽车电子产业发展注入新活力.....	4
(三) 市场结构分析.....	5
1、应用结构.....	5
2、产品结构.....	6
3、品牌结构.....	8
二、2015年中国汽车电子市场竞争分析.....	9
(一) 竞争态势.....	9
(二) 重点厂商竞争策略分析.....	10
1、博世.....	10
2、现代莫比斯.....	11
3、大陆集团.....	13
4、电装.....	14
5、德尔福.....	17
6、法雷奥.....	19
7、伟世通电子.....	21
8、航盛.....	23

图目录

图 1	2013—2015年中国汽车电子市场规模与增长	2
图 2	2015年中国汽车电子市场应用结构	6
图 3	2015年中国汽车电子市场产品结构	7
图 4	2015年中国汽车电子市场十大企业销售额及市场占比	8

表目录

表 1	中国汽车电子产品应用领域划分	5
表 2	2015年中国汽车电子市场产品结构	7
表 3	2015年中国汽车电子市场竞争态势矩阵(CPM)分析	9
表 4	中国汽车电子市场重点厂商评价——博世	10
表 5	博世在华主要独资/合资企业及其主要产品	11
表 6	中国汽车电子市场重点厂商评价——现代莫比斯	11
表 7	现代莫比斯在华主要独资/合资企业及其主要产品	12
表 8	中国汽车电子市场重点厂商评价——大陆集团	13
表 9	大陆集团在华主要独资/合资企业及其主要产品	14
表 10	中国汽车电子市场重点厂商评价——电装	14
表 11	电装在华主要独资/合资企业及其主要产品	16
表 12	中国汽车电子市场重点厂商评价——德尔福	17
表 13	德尔福在华主要独资/合资企业及其主要产品	18
表 14	中国汽车电子市场重点厂商评价——法雷奥	19
表 15	法雷奥在华主要独资/合资企业及其主要产品	20
表 16	中国汽车电子市场重点厂商评价——伟世通	21
表 17	伟世通在华主要独资/合资企业及其主要产品	22
表 18	中国汽车电子市场重点厂商评价——航盛	23

研究对象

1、本报告所研究的数据为在中国境内生产的汽车所采用的汽车电子产品，包括后装、改装和维修等零配市场中所采用的汽车电子产品。

本报告将汽车电子产品按功能和用途分为汽车动力系统、汽车底盘控制和安全系统、车身电子和车载电子四类。其中：汽车动力系统指与动力控制有关的汽车电子产品，包括汽油发动机电子控制系统、柴油发动机电子控制系统、CCS(定速巡航系统)、变速箱控制等。底盘控制系统可以理解为是主动安全系统，包括ABS(防抱死系统)、EBA(电子辅助制动)、EBD(电子制动力分配)、ESC(电子稳定控制系统，包括ESP/VSA/VDA/DSC/VSC等)、ASR/TCS/TRC(牵引力控制系统)、CBC(转弯制动控制)等；汽车安全系统可以理解为被动安全系统，包括安全气囊、安全带检测系统等。汽车车身电子包括汽车车身的辅助/舒适控制系统和防盗系统，其中车身辅助/舒适控制系统包括电动车窗/天窗、车门控制、雨刷器控制、座椅控制、电动后视镜、车灯控制、汽车仪器仪表等；汽车防盗系统包括中控锁、防盗器等。车载电子包括车载娱乐系统、车载信息系统以及车载网络和通信系统，其中车载娱乐系统包括车载音响、车载电视等；车载信息系统包括GPS导航系统、CarPC、倒车雷达、TPMS(Tire Pressure Monitoring System)、倒车影像等；车载网络和通信系统包括蓝牙、WLAN、WiFi等。

2、本报告中的各项市场结构比例，如无特别说明，都是基于销量计算出来的。

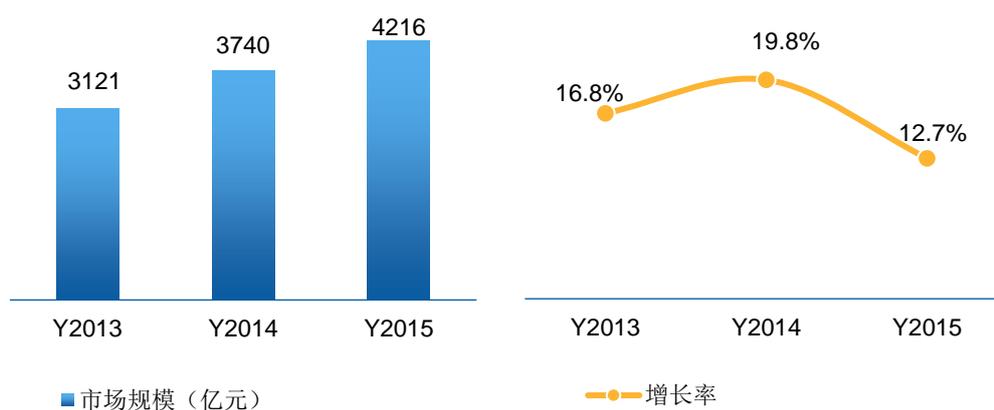
3、本报告中的销量统计是指到达最终用户的销量，而不是厂商的出货量。

一、2015年中国汽车电子市场概况

(一) 市场规模与增长

2015年，虽然中国汽车产销增速进一步放缓，但是中国汽车制造水平和零部件产品配套能力持续提升，受汽车安全、节能、环保、智能的发展趋势进一步显现，全球汽车产业向中国转移趋势持续，新能源汽车应用市场逐步打开的影响，2015年中国汽车电子市场仍然保持较快速度增长，但增速下降明显，2015年中国汽车电子市场规模达到4216亿元，同比增长12.7%。

图 1 2013 - 2015年中国汽车电子市场规模与增长



数据来源：赛迪顾问 2016，02

(二) 基本特点

1、汽车电子重要性空前突显

跨界融合已成为汽车电子发展新的亮点，随着车联网、无人驾驶等新技术新模式的出现以及新能源汽车的广泛应用，汽车电子占整车成本的比例持续提升，汽车电子的重要性不断突显。

目前，从发动机控制到传动系统控制，从行驶、制动、转向系统控制到安全保障系统及仪表报警系统，从电源管理到汽车娱乐，汽车电子系统已经形成了一个复杂的大系统。发动机电喷控制、ABS等传统产品已经广泛应用，其价值的提升主要来自于技术的创新和功能的集成。TPMS、ESP等一些在前装市场中配置较少的电子产品也逐渐从中高端车型向低端扩展。车载电子产品在保持传统的多媒体、导航功能的基础上不断融入新技术，已成为人车交互的重要平台。整体来看，汽车电子占整车成本的比例提升既依赖于产品本身的升级，同时也体现出电子类产品普及应用的趋势。从汽车制造成本的角度分析，汽车电子产品占整车成本的比例逐渐提高。但是在不同等级车型应用过程中，汽车电子所占整车成本的比例差异也十分明显。目前，豪华车型中，汽车电子占总成本的比例平均为45%，中端车型的这一比例相比只有25%左右，而低端车型的该比例更低，仅有10%左右。汽车电子产品由高端车型向中低端车型推广应用的趋势不可逆转。从制造端来看，提升汽车电子前装配备率是整车厂商加快汽车升级换代，提升产品竞争力的重要手段。从消费端来看，中国汽车保有量持续提升，消费者已经逐渐了解并熟悉汽车，其中电子类产品带来的安全性、舒适性和娱乐性提升已经成为选购车型的重要考虑因素。

2、本土汽车电子企业竞争劣势加剧

中国汽车电子生产企业虽然数量众多，超过2000家，但绝大部分企业规模小，实力弱，主要提供与整车性能无关的车载电子产品，难以进入外资及合资整车企业的配套厂商库，2015年，中国汽车电子企业在国际汽车电子巨头的挤压下，竞争劣势加剧，中国汽车电子市场前10大企业全部为外资企业，没有一家国内企业入围。目前国内汽车电子产品市场约72.6%的份额被外资企业及其合资企业所占据。

由于汽车电子产品开发和维护周期较长，所以汽车电子要求甚高，供应链相对稳定，产业上下游各环节之间形成了较为固定的合作模式，导致整体市场竞争格局基本稳定，整车与汽车电子类零部件厂商的合作也较为固定。全球汽车电子供应链主要被欧美日厂家把持，如德尔福、电装等公司初期就是从大型汽车公司中独立出来，跟随整车企业发展壮大。国内整车合资企业的外方牢牢掌握着汽车电子产品配套的决策权，国内自主开发的汽车电子产品难以进入整车企业的配套体系，跨国汽车电子企业凭借与国际汽车整车企业长期形成的合作关系，在国内汽车电子整车配套中占据绝对领先优势。与国内整车品牌如奇瑞、吉利、比亚迪等企业和配套关系来看，中国本土汽车电子企业也处于劣势地位。本土汽车电子企业大多数仍处于外资企业及合资企业的夹缝中，制造一些低附加值的产品，汽车电子控制系统产品市场基本被跨国汽车电子公司所垄断。相比前装市场的严格认证，后装市场进入壁垒相对较低，面对此市场的产品，如车载导航、胎压检测等，国内厂家的机会较多。

3、新能源汽车为汽车电子产业发展注入新活力

从2009年起，中国新能源汽车发展先后经历十城千辆、私人购车领域补贴试点等政策推动，销量逐年递增。2014年被认为是新能源汽车进家庭的元年，2015年无论是市场、技术、政策等角度，新能源汽车都迎来爆发式增长的一年。2015年，传统燃油汽车市场增长出现疲软，而新能源汽车却独善其身市场一片大好。据统计，2015年新能源汽车生产34万辆，销售33.1万辆，同比分别增长3.3倍和3.4倍。2015年中国新能源汽车销量升至世界第一。新能源汽车和传统燃油汽车相比结构相对简单，全车主体由电池、电机、电控三大核心部件组成。汽车电子产品对新能源汽车的意义要远大于传统燃油汽车，根据英飞凌提供数据，2015年全球平均每辆车的半导体元件成本，混合插电和纯电动汽车接近700美元，是普通车的两倍多。新能源汽车中电池管

理系统(BMS)等设备对于汽车整体性能的影响远大于传统汽车。2015年,在整体汽车行业不景气的背景下,新能源汽车的爆发式增长为汽车电子行业的发展注入了新的活力。

(三) 市场结构分析

1、应用结构

中国汽车电子产品应用领域按功能属性分别包括四个类别:动力控制产品、底盘控制与安全产品、车身电子产品和车载电子产品。各类别中包含的主要产品见下表:

表 1 中国汽车电子产品应用领域划分

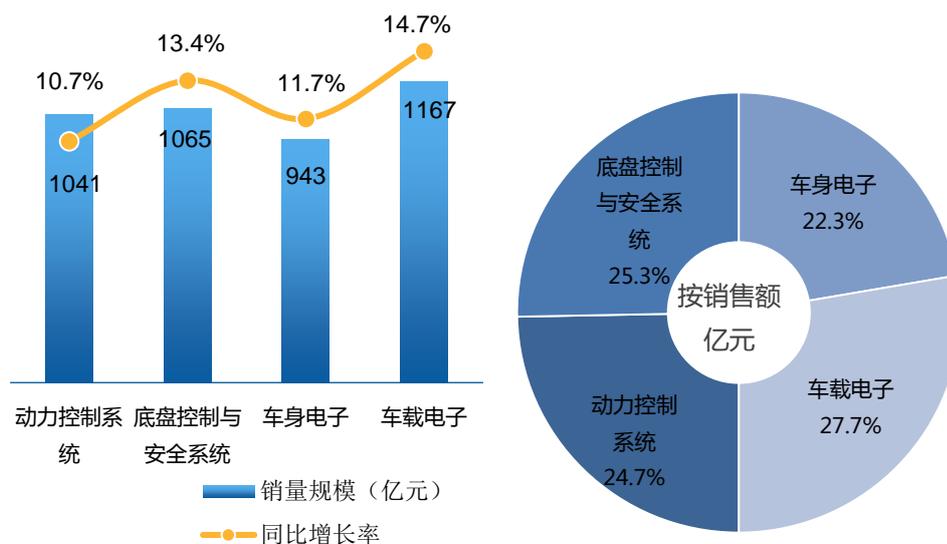
分类	主要产品
动力控制产品	动力管理系统(EMS,包括可变气门、排放控制、喷油控制、涡轮增压控制、高压共轨控制)、故障自诊断(OBD)等
底盘控制与安全产品	ABS(防抱死系统)、ESP(电子稳定程序)、ASR(加速防滑系统)、TCS(牵引力控制系统)、CBC(转弯防滑系统)、DSC(动态稳定控制系统)、ACC(巡航控制)、ECT(电子自动控制变速箱)、ECS(电子悬架系统)、智能泊车、安全气囊、安全带检测系统等
车身电子产品	雨刷器控制、电动车窗、电动后视镜、车门控制、车灯控制、座椅控制、汽车仪表、无钥启动、中控锁、防盗器等
车载电子产品	车载音响、车载视频、GPS导航系统、车载通信系统、倒车雷达、胎压监测系统(TPMS)、倒车影像等

数据来源:赛迪顾问 2016, 02

2015年,在汽车电子产品中,车载电子产品已经成为中国汽车电子市场的一个亮点,2015年市场规模达1167亿元,同比增长14.7%,占比达27.7%,增速和占比均位列各类汽车电子产品之首。2015年,车载娱乐系统、车载导航、行车记录仪、车载空气净化器等车载电子产品市场的潜力逐步释放,车载电子产品成长的推动力主要来自于后装市场,得益于消费者对于行驶中娱

乐和交通信息获取的需求不断发展，以及对行车安全、车内环境要求的不断提高。车载电子产品的高速增长为本土企业创造了更多的发展机会。

图 2 2015年中国汽车电子市场应用结构



数据来源：赛迪顾问 2016, 02

2、产品结构

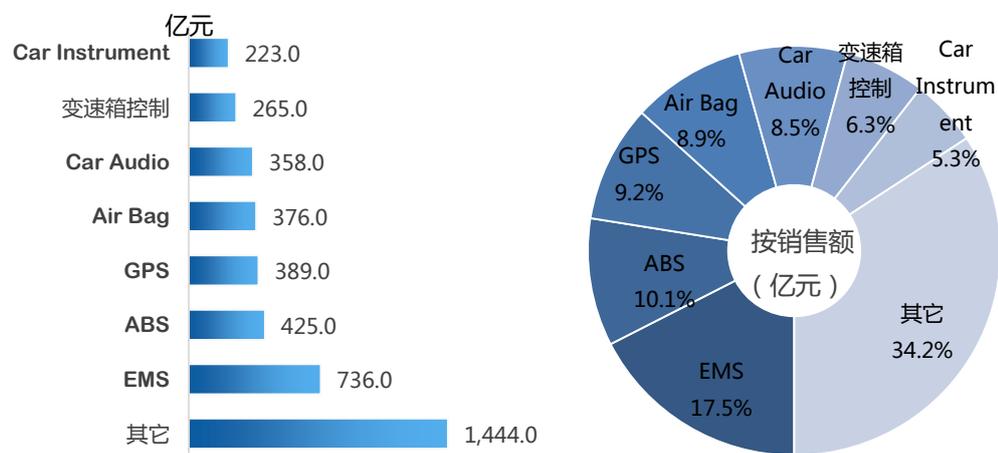
从汽车电子具体产品来看，汽车电子产品市场份额见表2。2015年，EMS以736亿元的销售额位居第一，销售额占比达到17.5%。

表 2 2015年中国汽车电子市场产品结构

汽车电子产品名称	销售额(亿元)	销售额份额	同比增长率
EMS	736	17.5%	6.4%
ABS	425	10.1%	10.4%
GPS	389	9.2%	18.2%
Air Bag	376	8.9%	6.2%
Car Audio	358	8.5%	10.0%
变速箱控制	265	6.3%	5.7%
Car Instrument	223	5.3%	4.6%
其它	1444	34.2%	18.3%
合计	4216	100.0%	12.7%

数据来源：赛迪顾问 2016，02

图 3 2015年中国汽车电子市场产品结构



数据来源：赛迪顾问 2016，02

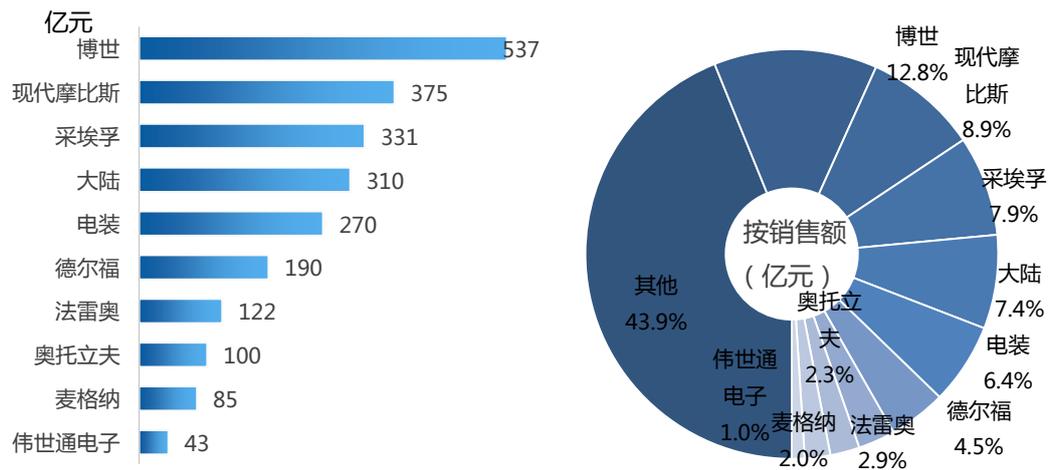
3、品牌结构

目前中国汽车电子市场外资占据绝对优势，本土企业在夹缝中生存。跨国汽车电子企业进入中国市场的时间晚于跨国整车企业，但同样已经占据了明显的优势。跨国汽车电子企业在我国的发展进程不是单纯追求市场扩张，而是与中国汽车节能、环保和安全法规体系的不断完善密切相关。纵观我国汽车工业发展历程，每一次汽车节能、环保、安全强制标准出台都带来新一轮跨国汽车电子企业规模扩张。

由于中国汽车相关强制性标准一直都追随国外发展，使得外资企业进入中国的产品已经相对成熟，开发成本已经被摊薄，从而让外资企业比本土竞争对手能在更长的时间内保持高利润，并在本土企业取得进步时利用价格空间进行打压。

目前，中国汽车电子制造企业近3000家，外资企业占约20%，本土企业约占80%。但外资企业却占据了中国汽车电子市场份额的72.6%，本土企业仅占27.4%。

图 4 2015年中国汽车电子市场十大企业销售额及市场占比



数据来源：赛迪顾问 2016，02

二、2015年中国汽车电子市场竞争分析

(一) 竞争态势

汽车电子厂商之间的竞争包括前装市场的竞争、后装及改装市场的竞争。同时也包括内资、外资企业之间的竞争。由于汽车电子产品属于关键零部件，所以整零企业之间的合作至关重要。国际企业整体掌握行业先进技术、完善的管理服务模式、稳定的品牌影响力、大量专业技术人才，在跨国经营的过程中也积累了丰富的本土化经验。国内企业熟悉中国市场的发展规律，但是这种优势正在逐步减退。中国企业面临更为严峻的市场竞争环境。

表 3 2015年中国汽车电子市场竞争态势矩阵(CPM)分析

	竞争能力	运行机制	品牌信誉	市场份额	财务状况	内部运作有效性	总计
权重	15%	15%	18%	12%	20%	20%	100%
博世	88	85	90	95	85	85	87.6
现代摩比 斯	83	80	84	92	65	80	79.6
采埃孚	85	85	85	90	85	80	84.6
大陆集团	78	75	75	87	70	75	75.9
电装	70	65	70	65	55	70	65.7
德尔福	70	77	65	60	70	80	71.0
法雷奥	75	80	70	55	75	75	72.5
奥托立夫	65	65	65	50	65	65	63.2
麦格纳	65	75	60	45	75	65	65.2
伟世通电 子	70	72	60	35	60	60	60.3

数据来源：赛迪顾问 2016，02

(二) 重点厂商竞争策略分析

1、博世

表 4 中国汽车电子市场重点厂商评价——博世

博世	
市场定位	市场定位于各类整车零配件和汽车电子前装供应商。
主要产品	涵盖动力、底盘、车身和车载各应用领域的产品，其中，博世的动力和底盘产品在市场上有较强的竞争力，市场占有率较高，此外，博世在中国市场上销售的车载电子产品逐渐增多。
渠道	主要是针对汽车厂商的直销，还有通过代理在零配市场上的销售。

数据来源：赛迪顾问 2016，02

博世是目前全球最大的汽车零配件供应商，也是中国汽车电子市场份额最大的厂商。在中国市场，博世在动力控制、底盘控制等领域占据领先地位，其在上海的合资企业——联合汽车电子有限公司是中国最大的EMS供应商，而苏州博世则是一个综合的大型汽车电子产品及零配件企业。在中国，博世有稳定且庞大的客户群，几乎中国所有的汽车厂商都有采购博世的产品，其中上海通用、上海大众、一汽大众等厂商是博世的主要客户。博世除了生产电子整机和提供全系列汽车电子解决方案以外，还拥有IC生产线，可以生产针对汽车领域的IC产品，目前，博世的这些IC已经广泛的应用在博世，以及其它汽车电子厂商生产的ESP、ABS等产品中。

2015年，博世在全球业绩稳步提升，营收首次突破700亿欧元，比上年增长近10%。其中中国销售额占博世全球的市场份额到了一个新高，达到16%，博世中国以111.33亿欧元的销售额成功超越美国的110.18亿欧元，首次成为博世除德国之外最大市场。2015年，博世的汽车与智能交通技术在中国的年销售额达537亿元人民币，占博世中国总体销售额的70%。未来，博世在中国将继续推行“持续投资”的策略，坚持本土化策略，用本土的工厂服

务本土的市场，重点聚焦新能源汽车、自动驾驶汽车以及汽车智能化三个方向，坚持本土的人才策略、研发策略。

表 5 博世在华主要独资/合资企业及其主要产品

企业类型	企业名称	主要产品
合资	联合汽车电子有限公司	汽油发动机管理系统、变速箱控制系统、混合动力及电力驱动等
	博世汽车柴油系统股份有限公司	电控高压柴油直喷系统
	博世汽车部件(长春)有限公司	发动机、发电机、电子驱动产品
	博世汽车多媒体(芜湖)有限公司	汽车仪表组及车载信息娱乐系统
	博世力士乐	电子传动与控制产品及系统
独资	上海采埃孚转向机有限公司	齿轮齿条式动力转向机、机械转向机、阀组和FP4叶片泵
	博世汽车部件(苏州)有限公司	汽车电子、底盘控制系统、汽车多媒体和装备系统及专用设备
	博世汽车部件(长沙)有限公司	汽车稳定系统和刹车防抱死系统用的马达、发电机冷却风扇、举窗电机、座椅电机、蒸发风机、雨刮电机、雨刮系统、雨刮片、起动/停止系统、起动机和发电机
	博世汽车部件(南京)有限公司	火花塞，刹车片与汽车诊断设备
	博世贸易(上海)有限公司	发动机管理系统、安全系统、电气装置、燃油喷射技术及检测设备
	博世底盘系统(大连)有限公司	汽车底盘制动系统产品

数据来源：赛迪顾问 2016，02

2、现代莫比斯

表 6 中国汽车电子市场重点厂商评价——现代莫比斯

莫比斯	
市场定位	市场定位于整车前装配套零配件。
主要产品	产品涵盖动力、底盘、车身和车载各领域。
渠道	主要是针对汽车厂商的直销，现代和起亚是莫比斯最主要客户。

数据来源：赛迪顾问 2016，02

莫比斯是韩国最大的汽车零部件企业，同时也是现代汽车集团的大股东。在中国，莫比斯的主要客户为韩系的北京现代和东风悦达起亚，莫比斯在中国市场上的表现很大程度上取决于这两家汽车厂商的表现。除了两家韩系厂商以外，莫比斯正努力开拓市场，寻求新的合作。2015年，现代摩比斯首次供货标致雪铁龙集团(PSA)，为其供应ICS模块。2016年1月，现代摩比斯与江苏悦达集团合资设立、总投资6000万美元新能源汽车电池项目在盐城正式签约，是双方继汽车零部件贸易之后的又一次重要合作

表 7 现代莫比斯在华主要独资/合资企业及其主要产品

企业类型	企业名称	主要产品
合资	上海现代摩比斯汽车零部件有限公司	安全气囊、HANDSFREE、DVD、CDC、KEYLESS
	北京莫比斯中车汽车零部件有限公司	内外装塑料件的注塑以及涂装
	无锡莫比斯汽车零部件有限公司	驱动桥总成、制动器总成、柴油机燃油泵、等速万向节、减震器、电动助力转向系统
	北京现代莫比斯汽车配件有限公司	汽车售后所需配件及附件提供包装、仓储、采购、销售及配送业务
独资	北京现代摩比斯汽车零部件有限公司	底盘模块、驾驶舱模块、FRONT END模块、IN-PANEL以及前后保险杠
	江苏莫比斯汽车零部件有限公司	发动机模块、驾驶舱模块、底盘模块、汽车仪表台发泡及骨架、汽车水晶大灯
	天津莫比斯汽车零部件有限公司	汽车电子控制系统，安全气囊控制单元及其它汽车电子设备

数据来源：赛迪顾问 2016，02

3、大陆集团

表 8 中国汽车电子市场重点厂商评价——大陆集团

德国大陆	
市场定位	市场定位于整车前装配套零配件。
主要产品	产品涵盖动力、底盘、车身和车载电子产品，大陆的底盘系统技术实力领先，在市场上有稳定的市场份额，大陆在动力控制、车载电子、娱乐通信技术领域有一定幅度提升。
渠道	主要是针对汽车厂商的直销，还有通过代理在零配市场上的销售。

数据来源：赛迪顾问 2016，02

大陆集团是一家欧洲老牌汽车零配件企业，其在汽车底盘系统和安全系统领域具有较强的优势，是全球领先的汽车零部件供应商之一。大陆集团业务包括制动系统、动力总成及底盘的系统和零部件、仪表、信息娱乐系统、汽车电子、轮胎及工业橡胶制品，同时也在汽车网络通信领域具有一定实力。

虽然中国汽车市场进入低速增长时期，但大陆集团中国客户对于高附加值零部件需求加大，大陆集团旗下公司仍处于产能紧张状态，因此2015—2016年，大陆集团在华实施了产能扩张计划。2015年4月，大陆集团表示，计划未来五年在中国投资约10亿欧元，扩大业务规模，到2020年将亚洲在其全球营收中的份额由目前的20%提升至30%。2015年6月，大陆集团在重庆宣布，将与华域汽车股份有限公司共同出资6亿元，在重庆新建合资工厂，主要生产汽车电子制动系统。2016年，大陆集团宣布计划在重庆新建研发中心，开发汽车电子产品应用、新能源汽车和工业领域应用产品和解决方案。

表 9 大陆集团在华主要独资/合资企业及其主要产品

企业类型	企业名称	主要产品
合资	上海汽车制动系统有限公司	电子制动系统、制动钳、总泵助力器和制动缸
	大陆特威斯股份公司(连云港)	生产轮速传感器
	上海大陆汽车系统公司	电子控制组件、电子制动系统
	大陆汽车系统管理有限公司	总务、工程
	大陆汽车系统(天津)有限公司	发动机控制部件、车内电子、车内通讯和动力传输系统
	大陆汽车系统(常熟)有限公司	汽车液压刹车系统
	大陆汽车电子(芜湖)有限公司	组合仪表、供油系统、节气门体、怠速控制阀、表牌、行驶记录仪
独资	大陆汽车集团升德升(连云港)电子有限公司	轿车用ABS轮速传感器
	大陆泰密克汽车系统(上海)有限公司	EBS电子控制模块、汽车门窗控制模块及网关
	大陆汽车电子(长春)有限公司	发动机控制单元、传感器、燃油导轨、喷油器，整体汽车的发动机管理系统
	大陆汽车电子(济南)有限公司	电子控制单元、传感器、燃油导轨、喷油器、变速箱控制单元、发动机管理系统、安全气囊电子控制单元、ABS电子控制单元和汽车轮速、惯性传感器、车身电子控制单元、防盗器、遥控钥匙、座椅加热、车窗升降防夹电子控制单元

数据来源：赛迪顾问 2016，02

4、电装

表 10 中国汽车电子市场重点厂商评价——电装

电装	
市场定位	市场主要定位在前装零配件和汽车电子产品领域。
主要产品	涵盖动力、底盘、车身和车载各应用领域产品。
渠道	主要是针对汽车厂商的直销，以丰田为首的日系汽车厂商是电装最主要的客户。

数据来源：赛迪顾问 2016，02

电装是日本最大的汽车零配件供应商，产品涵盖了环保、安全、舒适、便利等四大领域——具体包括以发电机和起动机为主的电装产品、汽车空调系统产品、燃料喷射系统产品、热交换技术产品、汽车专用集成电路和汽车电子控制产品等。2003年成立电装(中国)投资有限公司统括中国业务，目前电装在中国设有生产公司、销售公司以及技术中心等共计24家关联企业，建立了销售、售后服务体制和生产供应体制。

就目前电装与国内厂商的配套情况看，虽然仍主要集中于以丰田为代表的日系车，但在8年前，电装即有意识地开始了在中国市场的体系外配套计划。为了巩固中国市场，电装非常重视本土化制造，一般的策略是随着主机厂就地建厂，采取就近原则，目前生产制造的本土化率已达到70%。此外，电装还大力加强面向日系以外欧美和自主品牌厂商的销售力度，并把2018年非日系客户占比提升到50%作为目标，将与更多的中国自主品牌厂商构建战略伙伴关系。未来，电装将更多关注低碳节能技术，一方面在产品性能上持续改进，另一方面在新能源汽车领域加强技术创新和产品研发。

表 11 电装在华主要独资/合资企业及其主要产品

企业类型	企业名称	主要产品
合资	天津电装电机有限公司	交流发电机、起动机
	天津阿斯莫汽车微电机有限公司	雨刮系统、风窗洗涤器系统、冷却风扇电机、摇窗电机、空调电机总成和各种执行电机
	天津富奥电装空调有限公司	小型汽车空调产品
	天津电装空调管路有限公司	车用空调软管、配管
	天津电装空调有限公司	车用空调产品、散热器
	电装(天津)汽车导航系统有限公司	电子导航仪系统
	广州电装有限公司	车用空调产品、散热器
	上海电装燃油喷射有限公司	燃料喷油泵
	烟台首钢电装有限公司	车用空调产品
	天津电装电子有限公司	引擎ECU产品、汽车组合仪表、燃油泵、主车体ECU、A/C ECU、A/C PANEL、继电器、门控ECU、安全气囊ECU、KEYLESS受信机、车载导航系统等
	天津丰星电子有限公司	汽车组合仪表及其相关零部件
	扬州杰信电装空调有限公司	客车空调
	电装(天津)空调部件有限公司	热交换器、散热器
	电装(上海)信息技术有限公司	汽车控制信息系统软件
独资	日联汽车零部件贸易(天津)有限公司	火花塞、雨刮片、机油滤清器、喇叭、燃油泵、回收电机
	天津丰田纺汽车部件有限公司	空气过滤器、机油滤清器
	电装(广州南沙)有限公司	燃料喷射装置
	阿莫斯(广州)微电机有限公司	刮水器系统、小型电机
	重庆电装有限公司	摩托车点火控制单元
	东莞精刻电子有限公司	车用计时器
	无锡电装阪神汽车部件有限公司	车用点火线圈
	佛山丰田纺织汽车零部件有限公司	机油滤清器
	丰田工业电装空调压缩机(昆山)有限公司	汽车空调用压缩机
	电装(常州)燃油喷射系统有限公司	燃油喷射系统

数据来源：赛迪顾问 2016，02

5、德尔福

表 12 中国汽车电子市场重点厂商评价——德尔福

德尔福	
市场定位	市场定位于各类整车零配件和汽车电子前装供应商。
主要产品	涵盖动力、底盘、车身和车载各应用领域的产品，其中动力和底盘是德尔福的主力产品。
渠道	主要是针对汽车厂商的直销，在国内的直供客户几乎涵盖所有汽车厂商。

数据来源：赛迪顾问 2016，02

德尔福公司成立于1890年，总部设在美国俄亥俄州沃伦，是全球最大的汽车线束系统制造厂商，世界500强企业。1999年，德尔福正式与通用汽车公司分离，成为一家完全独立的、公开在纽约证券交易所上市的公司。德尔福在汽车领域有雄厚的技术储备，其产品涵盖汽车电子各应用领域。自1993年进入中国市场以来，德尔福已在中国建立了广泛的本地布局，在北京、上海、重庆、天津、广州、长春、白城、沈阳、烟台、苏州、南通、武汉、芜湖、成都等多个城市设立了包括技术中心、生产基地以及客户服务中心在内的20多个营运基地。

德尔福在中国拥有约30000名员工，致力于为客户提供创新科技与高端服务。作为研发投入的一部分，德尔福已在中国建立了三个全球领先的汽车零配件技术研发中心。目前，德尔福设立在中国的研发中心已有超过2900名工程师，不仅为本地汽车制造商进行零配件项目的研发并提供技术支持，也为海外客户进行零配件技术项目研发。未来，德尔福将聚焦安全、绿色、互联三大方向，继续在中国市场进行投资，进一步提升本地生产、研发实力，力争到2020年在华营业额翻一番达到55亿美元。

表 13 德尔福在华主要独资/合资企业及其主要产品

企业类型	企业名称	主要产品
合资	上海德科电子仪表有限公司	仪表、传感器、空调控制系统
	德尔福派克电气系统有限公司	电子、电气分配设备
	上海德尔福汽车空调系统有限公司	空调组件及热交换器
	上海德尔福汽车门系统有限公司	汽车门锁及防盗产品
	无锡德尔福大星电子有限公司	中央电器盒、温度感应器、微型电动开关和继电器
	武汉申龙空调系统有限公司	空调系统
	北京德尔福万源发动机管理系统有限公司	发动机管理系统与配件
	上海德尔福国际蓄电池有限公司	蓄电池
	德尔福沙基诺凌云驱动轴有限公司	定速连接和半轴
	北京德尔福汽车安全产品有限公司	安全产品
	北京德尔福汽车空调系统有限公司	汽车空调
	上海德尔福排气控制系统有限公司	三元催化转换器
	德尔福德科电子(苏州)有限公司	汽车音响
	独资	德尔福电子(苏州)有限公司
德尔福上海动力与推进系统有限公司		汽车制动和转向系统
德尔福(上海)汽车转向底盘系统有限公司		汽车转向底盘、汽车转向器和制动装置
德尔福苏州压缩机厂		空调压缩机
德尔福(中国)科技研发有限公司		汽油/柴油电喷系统, 汽车安全系统, 汽车电气系统

数据来源：赛迪顾问 2016, 02

6、法雷奥

表 14 中国汽车电子市场重点厂商评价——法雷奥

法雷奥	
市场定位	市场定位于整车前装配套零配件； 轿车及卡车的零件，集成系统和模块，同时供应于主机配套及售后维修市场。
主要产品	产品主要集中在车身电子领域，其中，法雷奥的汽车空调在市场上占有较大市场份额。
渠道	主要是针对汽车厂商的直销。

数据来源：赛迪顾问 2016，02

法雷奥的汽车电子产品主要包括汽车内部控制系统、安全系统、传动系统、发动机汽车电动系统、空调系统、发动机冷却系统、压缩机系统、雨刮系统、照明系统等。法雷奥集团目前在中国设有中国总部、17家制造企业、法雷奥零部件贸易公司，法雷奥集团亚太区采购中心以及三个研发中心，产品基本涵盖其主要产品，其中，汽车照明和汽车空调是法雷奥在中国市场的主力业务。2015年6月，法雷奥深圳二期工厂落成，随着新工厂的落成，法雷奥深圳不但有效扩充了产能，还将同期建成“汽车动力总成系统电子产品全球研发中心”，这为法雷奥向中国进一步引入全球领先的节能减排技术产品，提供了更大的可能。未来法雷奥的发展将基于两大核心战略：致力于二氧化碳减排和开发直觉驾驶技术以及全面深耕亚洲和其他新兴市场，预计2016年中国将成为法雷奥全球最大市场。

表 15 法雷奥在华主要独资/合资企业及其主要产品

企业类型	企业名称	主要产品
合资	法雷奥汽车空调湖北有限公司	汽车空调系统、空调总成(手动, 自动, 单区, 多区等)、蒸发器、冷凝器以及加热器芯、电机总成, 控制面板
	南京法雷奥离合器有限公司	离合器总成系统
	上海法雷奥汽车电机雨刮系统有限公司	雨刮系统、摇窗电机、ABS 电机、暖风电机、各种执行电机
	上海法雷奥汽车电器系统有限公司	轿车、轻卡及柴油机配套的起动机、发电机
	一汽—法雷奥汽车空调有限公司	平行流冷凝器、管带式冷凝器、管带式蒸发器、层叠式蒸发器、制冷系统、暖风系统、空调总成
	华达汽车空调(湖南)有限公司	汽车空调压缩机
	广州耐路志电机有限公司	电力电子器件、光电子器件、新型机电元件、光电开关、摩托车磁电机、起动机、汽车减震器、变速器、感应器、控制器
	市光法雷奥(佛山)汽车照明系统有限公司	卤素前大灯、HID前大灯、尾灯、LED高位刹车灯等
	法雷奥汽车自动传动系统(南京)有限公司	自动变速箱及自动传动的部件和系统, 主要是扭矩转换器
	法雷奥汽车安全系统(无锡)有限公司	无钥匙进入和启动系统、汽车防盗系统、遥控接收器及遥控钥匙、汽车全套锁芯、汽车侧门门锁、尾门门锁、机械及电子转向柱锁
	湖北法雷奥车灯有限公司	前大灯: 包括卤素大灯、氙气大灯、随动转向功能大灯、LED大灯等 尾灯: 包括普通灯泡尾灯以及LED和光导尾灯等
	台州法雷奥温岭汽车零部件有限公司	雨刮系统
	湖北法雷奥车灯有限公司佛山分公司	汽车雾灯
	独资	法雷奥压缩机(长春)有限公司
广州法雷奥发动机冷却有限公司		汽车发动机冷却系统及零部件
沈阳法雷奥车灯有限公司		车灯产品
法雷奥汽车内部控制(深圳)有限公司		汽车超声感应系统、汽车开关系统、相关产品和零部件
法雷奥发动机冷却(佛山)有限公司		发动机冷却系统, 由风扇系统、钎焊散热器、冷凝器、中冷器和机械装配式散热器

数据来源: 赛迪顾问 2016, 02

7、伟世通电子

表 16 中国汽车电子市场重点厂商评价——伟世通

伟世通	
市场定位	市场定位于整车前装配套零配件。
主要产品	产品主要涵盖安全系统、车身和车载电子,其中伟世通的车身电子产品种类相对齐全,通过并购天宝,伟世通的汽车音响产量大幅度提升。
渠道	以针对汽车厂商的直销为主。

数据来源：赛迪顾问 2016, 02

伟世通是全球十大汽车零配件供应商之一,自2000年从福特剥离出来后,已经完成了非核心业务的剥离,并转型成为一家专注于汽车座舱电子业务、业务遍布全球且客户多元化的公司。伟世通主要有六大产品,包括仪表盘、信息显示屏、抬头显示屏、信息娱乐系统、音响和远程信息处理系统。自2014年完成对江森自控旗下汽车电子业务收购之后,伟世通未来将更加专注汽车座舱电子产品业务,跻身世界三大汽车座舱电子供应商之列。

在中国市场,伟世通先后和延峰和东风建立合资公司,销售额已占其全球销售额的30%。未来几年,伟世通将进一步加大在中国市场的投入,除了必要的资金投入以升级现有制造体系外,更多的投入还将放在人力资本上,3个研发中心的工程师数量将从现在的1000名上升到2000名。

表 17 伟世通在华主要独资/合资企业及其主要产品

企业类型	企业名称	主要产品
	延锋伟世通汽车饰件系统有限公司	电子系统、安全系统、内饰系统、外饰系统、座椅系统、模具装备
	上海延锋江森座椅有限公司	汽车座椅总成及零部件、座椅面套、座椅零件、顶蓬、遮阳板、顶饰系统
	伟世通电子(上海)有限公司	中高档汽车用收音机、功率放大器、遥控门锁、车载VCD/DVD、空调控制面板总成、汽车仪表、车身/动力控制模块、模拟钟、车用液晶显示屏
	延锋伟世通(重庆)汽车饰件系统有限公司	汽车座舱系统、内饰系统、外饰系统
合资	延锋伟世通(北京)汽车饰件系统有限公司	仪表板、门内板、顶饰、地毯、后搁物板、行李箱内饰件
	东风伟世通汽车饰件系统控股有限公司	汽车保险杠、仪表板、门内饰板
	江苏天宝汽车电子有限公司	汽车音响及机芯、电子变换器、电子点火器、电子门锁、防盗装置、电子雨刮、视听设备
	延锋伟世通怡东汽车仪表有限公司	汽车仪表、汽车电器
	伟世通TYC车灯有限公司	汽车照明系统
	延锋百利得(上海)汽车安全系统有限公司	安全气囊模块、安全带、方向盘、换挡手柄及汽车安全系统整体集成
	重庆长安伟世通发动机控制系统有限公司	电子控制单元、进气系统、进气管及其他动力系统零部件
独资	富奥伟世通热交换系统有限公司	全铝钎焊式和装配式散热器、空调系统(HVAC)以及用于增压发动机的空冷中冷器和水冷中冷器

数据来源：赛迪顾问 2016, 02

8、航盛

表 18 中国汽车电子市场重点厂商评价——航盛

航盛	
市场定位	产品包括OEM产品，自主品牌产品。
主要产品	产品集中在车载电子领域，其中车载音响是其最主要产品，占领企业绝大部分收入，航盛的GPS到场产品成功进入前装市场。
渠道	渠道包括代工、针对汽车厂商的直销，以及在零配的销售。

数据来源：赛迪顾问 2016，02

航盛几年来一直保持快速的发展势头，目前航盛在全国拥有10余家子公司，是一家集研发、生产、销售、售后服务、物流配送于一体的国家级高新技术企业，主要产品包括智能网联汽车信息系统、智能驾驶辅助系统、新能源汽车控制系统等产品等。经过多年的发展，航盛已经形成了年产汽车电子产品近600万台套，经营收入40亿元的规模，国内销售额前20位车厂中有18家为公司的客户，国内市场覆盖率达90%，市场占有率达25%，并进入北美、南亚、中东、俄罗斯、日本等国际市场，航盛产品也逐步进入了国际知名车厂全球采购体系。

当前，航盛正在努力实现车载智能网联信息系统、新能源汽车控制系统以及智能驾驶辅助系统三大新业务的创新转型。航盛在2010年就启动了智能驾驶系统项目的开发，目前主要通过和国内知名雷达企业合作，聘请外国资深专家等方式加强技术研发工作。在ADAS系统方面，航盛主攻系统算法，基于此延伸研发以高级驾驶辅助系统、全景泊车系统、红外夜视系统、胎压监测系统为代表的智能驾驶产品，并根据整车企业的不同要求进行组合并提供整体解决方案。