

Sermaye Stratejisi Serisi

Otomotiv Yan Sanayinde Rekabet Yeniden Kuruluyor

Çinli tedarikçilerin Avrupa'da yerelleşmesi
Türk şirketleri için ne anlama geliyor?

Ekim 2026

Çinli rakip artık komşu: Türk otomotiv yan sanayi için karar zamanı



Ana tez

Çinli tedarikçiler Avrupa'da yerelleştikçe, Türk otomotiv yan sanayisi için hem rekabet sertleşiyor hem de yeni iş birliği ve büyüme fırsatları ortaya çıkıyor.

Asıl farkı, şirketin sermaye ve işlem hazırlığına ne kadar erken başladığı yaratacak.

01

Rekabet müşterinin yanına taşınıyor

Çinli tedarikçiler artık yalnız Çin'den ihracat yapmıyor. Fabrika, ortak girişim ve satın almalarla Avrupa'da üretim kapasitesi kuruyor.



02

Türkiye bu değişimin tam içinde

Avrupa'ya entegre üretim yapısı ve güçlü tedarikçi tabanı Türkiye'yi yeni yatırımlar için cazip kılarken, Türk şirketlerini daha yakın rekabetle karşı karşıya bırakıyor.



03

Yakınlık ve maliyet avantajı tek başına yetmeyebilir

Coğrafya ve maliyet avantajı zayıfladıkça kalıcı farkı mühendislik kabiliyeti, proses bilgisi, müşteri ilişkileri ve yatırım kapasitesi yaratacak.



04

Yeni rekabet yeni fırsatlar da açıyor

Şirketler verimlilik ve Ar-Ge yatırımlarıyla mevcut konumunu güçlendirebilir, stratejik ortaklık kurabilir veya Avrupa'da satın alma yaparak büyüyebilir.



05

Hazırlığın zamanı şirket güçlüyken

Sermaye ihtiyacı belirginleşmeden halka arz, özel sermaye, stratejik ortaklık, borç ve satın alma seçeneklerine hazırlanmak şirketin hareket alanını genişletir.



Çinli tedarikçi artık uzak rakip değil

Çinli tedarikçiler Avrupa'da üretim kapasitesi kurdukça, Türk şirketleriyle aynı müşteriye aynı coğrafyadan erişiyor.

Dün — ihracat modeli



Türk tedarikçinin kozu: mesafe ve maliyet.

Bugün — yerelleşme modeli



Aynı müşteri, aynı coğrafya, daha büyük ölçek.



Sıfırdan Yatırım
Ortak Girişim
Satın Alma

AF Görüşü

Yerelleşen Çinli tedarikçi, Türk şirketinin mesafe ve teslimat avantajını azaltırken OEM'in alternatiflerini çoğaltıyor. Fark yaratmak artık daha çok mühendislik kabiliyeti, proses yetkinliği ve müşteri ilişkilerine bağlı.

Yerelleşme dört kanaldan ilerliyor

Çin sermayesi Avrupa otomotiv tedarik zincirine hem mevcut şirketleri alarak hem yeni kapasite kurarak giriyor.



Kaynak: Financial Times, Ağustos 2026. Örnekler seçilmiş işlemlerdir.



Satın Alma

Mevcut şirketi devral; müşteri ve tesis birlikte gelir

- 1 APALT → ALUnited**
Fransa-Danimarka · Alüminyum parçalar
- 2 BHAP → Inalfa**
Hollanda · Sunroof ve tavan sistemleri
- 3 CITIC Dicastal → KSM Castings**
Almanya · Şasi, powertrain, döküm
- 4 DSBJ → GMD**
Fransa · Plastik, metal parça, trim
- 5 Keboda → IMI**
Çekya · Otomotiv elektroniği



Sıfırdan yatırım

Kendi tesisini müşterinin yanına kur

- 8 CATL Debrecen**
Macaristan · Batarya hücresi
- 9 Xingyu**
Sırbistan · Otomotiv aydınlatma



Üretim ortaklığı

Yerel üreticinin kapasitesini kullan

- 10 XPeng + Magna Graz**
Avusturya · Lokal araç üretimi



Ortak girişim

Yerel ortakla risk ve pazarı paylaş

- 6 Bohai + TRIMET**
Almanya · Alüminyum döküm
- 7 CATL + Stellantis**
İspanya, Zaragoza · LFP batarya

Türkiye, yerelleşme dalgasının tam ortasında

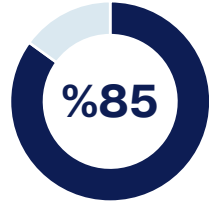
Avrupa'ya entegre üretim yapısı ve geniş tedarikçi tabanı, Türkiye'yi Çinli üreticilerin Avrupa'ya yakın yeni üretim yatırımları için güçlü bir aday haline getiriyor.

Avrupa ile entegre sanayi



41,5 mlr \$

2025 otomotiv ihracatı



Otomotiv ihracatında
Avrupa'nın yaklaşık payı

Yerleşik tedarikçi ekosistemi



250+

Türkiye'yi üretim üssü olarak
kullanan global tedarikçi



1.100

OEM üretimini destekleyen
komponent tedarikçisi

Türkiye'de güncel örnekler



- 1 ZS Türkiye / Shanghai Unison**
Büyük ölçekli otomotiv parça yatırımı
- 2 Farasis – Togg / Siro**
Batarya modül ve paket; 20 GWh kapasite hedefi

AF Görüşü

Çinli üreticilerin Avrupa'da yerel üretime yönelmesi, Türk tedarikçiler için yeni müşteri ve ortaklık fırsatları yaratabilir. Aynı süreç, diğer Türk şirketlerini mevcut müşteriler için Çinli oyuncularla daha doğrudan ve sıkı rekabete de sokabilir.

Yakınlık ve maliyet ortaklaşıyor; fark mühendislikte kalıyor

Çinli tedarikçiler Avrupa'da yerelleştikçe Türk şirketlerinin bugünkü avantajları farklı ölçülerde aşınıyor.

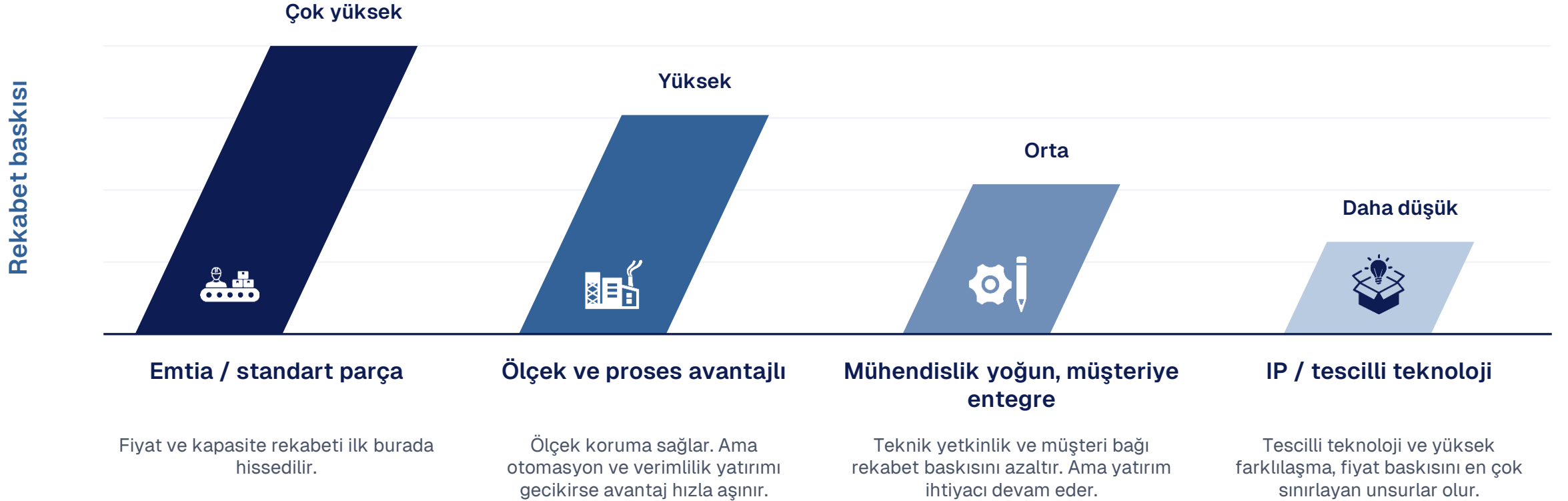
Bugünkü avantaj		Yerelleşme sonrası	Kalıcılık
 Avrupa'ya yakınlık Lojistik ve teslimat hızı	//	 Yakınlık ortaklaşır Çinli rakip de artık Avrupa'da üretiyor; mesafe farkı kapanıyor.	 Düşük
 Düşük ve esnek maliyet İşçilik ve operasyonel esneklik	//	 Fiyat baskısı artar Ölçek ve yerel üretim, Çinli oyuncunun maliyet avantajını büyütüyor.	 Düşük
 OEM ilişkileri Referanslar ve iş geçmişi	//	 OEM'in alternatifi çoğalır İlişki korunur ama pazarlık gücü müşteriye kayar.	 Orta
 Kalite ve mühendislik Proses olgunluğu, teknik yetkinlik	//	 Avantaj korunur, bedeli artar Ar-Ge, otomasyon ve kapasite için sürekli yatırım gerekiyor.	 Yüksek
 Avrupa menşei statüsü Gümrük birliği · Made in Europe	//	 Yeni koz: Türk parçası "AB menşeli" sayılır . Made in Europe sayesinde Türkiye'den üretim daha avantajlı hale gelebilir.	 Koşullu
		Risk Türkiye kapsam dışında bırakılırsa Türk tedarikçilerin aleyhine çalışabilir.	

AF görüşü

Yakınlık ve maliyet avantajı ortaklaştıkça, rekabet gücünü korumanın odağı mühendislik kabiliyeti ve yatırım kapasitesine kayıyor.

Baskının şiddetini ürünün farklılaşma düzeyi belirliyor

Standardizasyon arttıkça fiyat ve kapasite rekabeti sertleşiyor. Tescilli teknoloji en güçlü kalkan.



AF görüşü

Rekabet baskısını esas belirleyen, ürünün ne kadar kolay ikame edilebildiğidir. Farklılaşma arttıkça şirketin fiyatlama gücü ve müşteri bağı daha dayanıklı hale gelir.

Üç stratejik cevap: savun, ortaklık kur, satın al

Doğru yol, şirketin rekabet konumuna, sermaye gücüne ve kontrol tercihine bağlıdır. Üç seçeneğin ortak zemini sermaye ve işlem hazırlığıdır.

	 Savun Rol: mevcut konumunu güçlendiren	 Ortaklık kur Rol: ortaklıkla büyüyen	 Satın al Rol: satın alarak büyüyen
Amaç	Rekabet avantajını korumak	Teknoloji, müşteri ve sermayeye erişim	Avrupa'da müşteri, kabiliyet ve yerel üretim platformu kazanmak
Tipik hamleler	– Otomasyon ve verimlilik yatırımı – Ar-Ge ve yeni ürün gamı – Çinli OEM / Tier-1'lere tedarikçi olmak	– Ortak girişim – Teknoloji / üretim ortaklığı – Stratejik azınlık yatırımı ve kısmi satış	– Avrupa'da hedef taraması – Stratejik/zayıflayan varlıkları devralmak – Satın alma finansmanı ve entegrasyon planı kurmak
Öne çıktığı durum	Müşteri ilişkisi ve pazar payı güçlüyse	Ölçek, teknoloji veya müşteri erişimi açığı tek başına kapanmıyorsa	Bilanço güçlüyse ve fırsat penceresi açıksa
Yönetim Kontrolü	Tamamen korunur	Paylaşılr	Genişler
Sermaye ihtiyacı	 Orta–yüksek	 Düşük–orta	 Yüksek

Doğru soru “hangi araç?” değil, “hangi hedefe hangi yapı?”

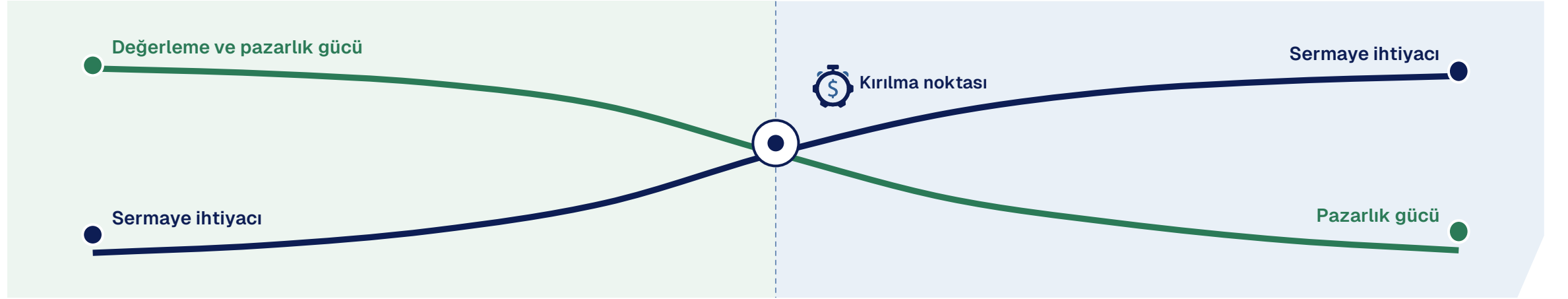
Her sermaye seçeneği farklı bir ihtiyaca cevap verir. Sağladığı imkan, maliyeti ve hazırlık süresi de buna göre değişir.

Araç	Ne sağlar	Neye dikkat edilmeli	Hazırlık süresi				Hangi durumda uygun
			0	6	12	18 ay	
 Halka arz	Kalıcı özkaynak, görünürlük, satın almalarda hisseyle ödeme imkânı	Şeffaflık, sürekli raporlama, halka açık şirket disiplini		9–18 ay			Büyük yatırım, satın alma veya uluslararası ölçeklenme planı
 Özel sermaye	Büyüme sermayesi ve kurumsallaşma desteği, halka arza köprü	Yatırım ufku, çıkış ve getiri beklentisi		6–9 ay			Hızlı büyüme ve aktif yönetim desteği gerekiyorsa
 Stratejik ortak	Sermaye + teknoloji + müşteri ve pazar erişimi	Bağımsızlık ve kontrol dengesi		6–12 ay			Teknoloji veya yeni pazar erişimi kritikse
 Ortak girişim	Risk paylaşımı, yerel üretim ve teknoloji erişimi	Yönetim ve karar yetkisinin paylaşımı		6–12 ay			Belirli ürün / pazar için yerel platform kurulacaksa
 Özel Borç	Kontrol kaybı olmadan hızlı kaynak ve likidite	Kaldıraç, nakit akışı ve geri ödeme kapasitesi		3–6 ay			Nakit yaratımı güçlü ve ödeme planı öngörülebilirse

Hazırlık süreleri tipik aralıklardır; şirketin mevcut kurumsallaşma, raporlama ve yatırımcı ilişkileri altyapısına göre değişir.

Beklemenin maliyeti: sermaye ihtiyacı artarken pazarlık gücü eriyor

Sermaye hazırlığı, ihtiyaç ortaya çıkmadan yapıldığında şirket daha güçlü koşullarda masaya oturur.



Hareket alanı geniş — seçenekleri ve zamanlamayı şirket belirler



01 Bugün Güçlü pozisyon

- Güçlü FAVÖK ve nakit yaratımı
- Düşük borçluluk
- Sermaye ihtiyacı stratejik görünür



02 Sinyal Rekabet görünür olur

- Avrupa'da üretim yapan yeni rakipler
- Müşterinin alternatifleri artar
- Yatırım / modernizasyon ihtiyacı belirir



03 Baskı Karlılık düşer

- Nakit akışı zayıflar, borçluluk artar
- Değerleme görünümü bozulur
- Büyüme için ayrılacak kaynak azalır



04 Geç kalınırsa Seçenekler daralır

- Finansman maliyeti ve risk primi artar
- Pazarlık gücü düşer
- Ortaklık ve finansman seçenekleri azalır

Hareket alanı dar — koşulları karşı taraf belirler

Yönetim kurullarının bugün sorması gereken beş soru

Stratejik seçenekler hâlâ açıkken, finansman ihtiyacı doğmadan önce.



5

soru, 5 test:
aşınma, yatırım, alıcılık,
hazırlık, rol



01

Çinli rakip aynı müşteriye aynı coğrafyadan ulaştığında hangi işlerimiz gerçekten risk altında?



Rekabet testi

Ürün grupları · Müşteri bağı · Fiyat avantajı · Mühendislik



02

Bu riski azaltmak için hangi yatırımları yapmalı ve ne kadar sermaye ayırmalıyız?



Yatırım testi

Otomasyon ve kapasite · Ar-Ge · Verimlilik



03

Çinli veya global bir oyuncu kapımızı çalarsa hangi rolde olmak isteriz?



Fırsat Testi

Tedarikçi · Stratejik / sermaye ortağı · İşlem tarafı



04

Avrupa'da bir satın alma fırsatı çıkarsa alıcı olmaya hazır mıyız?



Alıcılık testi

Hedef taraması · Değerleme, Finansman · Entegrasyon



05

Yarın sermaye veya işlem masasına oturmadan önce hangi seçeneklerimiz hazır?



Hazırlık testi

Halka arz · Özel sermaye · Stratejik ortak · Özel Borç · Kurumsal Hazırlık

Kaynaklar ve önemli bilgilendirme

Rapordaki verilerin dayanağı ve değerlendirmelerin kapsamı.

Kaynaklar

01

Financial Times, Ağustos 2026

Avrupa'daki Çin otomotiv yan sanayi yatırımları ve 130+ şirket verisi

02

Avrupa Komisyonu, Mart 2026

Endüstriyel Hızlandırıcı Yasası (Made in Europe) taslağı

03

Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği (OİB)

Türkiye otomotiv ihracat verileri

04

Şirketlerin kamuya açık açıklamaları

Faaliyet raporları, yatırımcı sunumları, basın duyuruları ve borsa bildirimleri

05

TAYSAD, OSD ve diğer sektör kuruluşlarının kamuya açık verileri

Türkiye otomotiv yan sanayi ve tedarikçi yapısına ilişkin veriler

Önemli bilgilendirme

Bu rapor yalnızca bilgilendirme amacıyla hazırlanmıştır. Yatırım danışmanlığı kapsamında değildir ve herhangi bir sermaye piyasası aracının alım, satım veya elde tutulmasına yönelik öneri ya da davet niteliği taşımaz.

Rapordaki bilgiler kamuya açık ve güvenilir olduğuna inanılan kaynaklardan derlenmiştir. AKALIN FINANCE bu bilgilerin doğruluğu, eksiksizliği ve güncelliği konusunda garanti vermez. Değerlendirmeler rapor tarihi itibarıyla mevcut bilgilere dayanır ve sonraki gelişmeler nedeniyle güncelliğini yitirebilir.

Made in Europe başlığı altında yer verilen değerlendirmeler taslak düzenlemeye dayanmaktadır. Düzenlemenin kapsamı ve nihai metni değişebilir.

Raporda yer verilen şirket ve işlemler örnekleme amacı taşımaktadır ve ilgili şirketler hakkında yatırım görüşü veya tavsiye niteliğinde değildir.

AKALIN FINANCE, raporda ele alınan alanlarda şirketlere danışmanlık hizmeti sunmaktadır.

Rapor içeriği kaynak gösterilmek koşuluyla alıntılanabilir.

Sermayeye erişim, ihtiyaç doğmadan önce başlayan stratejik bir hazırlıktır.

Şirket güçlüyken yapılacak hazırlık; yatırım, ortaklık ve satın alma kararlarında şirketin hareket alanını genişletir.

Değerleme / Halka Arz / Satın Alma ve Birleşme / Sermaye ve Borç Danışmanlığı

Raporu hazırlayanlar



Alper Akalın

Kurucu Ortak

alper@akalin.finance



Dilara Özbay Bulut

Direktör

dilara@akalin.finance

+90 212 367 49 73 · info@akalin.finance · www.akalin.finance

Ferko Signature, Büyükdere Cad. No: 175, Kat: B3, 34394 Levent, İstanbul

[in company/akalinfinance](https://www.linkedin.com/company/akalinfinance)



[@akalinfinans](https://twitter.com/akalinfinans)

