400-072-5588

2019 年
中国乘用车行业概览

行业走势图



汽车研究团队

张继靓 分析师

邮箱：cs@leadleo.com

相关热点报告

- 汽车系列行业概览——2019年中国汽车发动机行业概览
- 汽车系列行业概览——2019年中国汽车安全气囊行业概览
- 汽车系列行业概览——2019年中国汽车油箱行业概览

报告摘要

乘用车是设计目的和功能主要用于运载乘客及其随身行李或临时物品的汽车，其座位不超过九个。根据乘用车的使用用途，可将其分为基本型乘用车（又称轿车）、多用途车（MPV）、运动型多用途车（SUV）、专用乘用车和交叉乘用车。得益于中国宏观经济的持续增长和居民可支配收入的提高，中国乘用车行业发展迅速，销量呈上升趋势。2014 年至 2018 年，中国乘用车销量由 2,349.2 万辆增长至 2,371.0 万辆，年复合增长率为 0.2%，销量呈现波动增长的趋势。

热点一：宏观经济快速发展，居民可支配收入提高

中国经济实力的增强为乘用车消费者奠定良好的物质基础。在影响乘用车需求的众多因素中，居民收入因素起主导性作用，随着居民收入的提高，中国城乡居民消费结构不断升级，对乘用车等非必需品的需求量也相对应地提高，推动乘用车销量提高，促进乘用车行业持续发展。

热点二：中国汽车保有量低，发展潜力大

伴随着中国城镇化加速发展和居民可支配收入增长，中国汽车千人保有量仍有增长空间。未来，随着中国经济稳定发展，中国人均可支配收入将进一步提高，城市人口比重增加，中国乘用车需求量大，居民对汽车有更新换代需求。

热点三：新能源乘用车表现亮眼，展现转型升级良好

中国新能源汽车保持快速发展，显示出巨大的发展空间，汽车电动化是未来发展的趋势。中国新能源汽车的快速发展和巨大潜力，显著推动中国乘用车的发展。

目录

1 方法论 5

1.1 研究方法 5

1.2 名词解释 6

2 中国乘用车行业市场综述 8

2.1 中国乘用车行业定义及分类 8

2.2 中国乘用车行业发展历程 8

2.3 中国乘用车行业产业链 10

2.3.1 上游分析 11

2.3.2 下游分析 12

2.4 中国乘用车行业市场规模 13

3 中国乘用车行业驱动因素 14

3.1 宏观经济快速发展，居民可支配收入提高 14

3.2 中国汽车保有量低，发展潜力大 15

3.3 新能源乘用车表现亮眼，展现转型升级良好势头 15

4 中国乘用车行业制约因素 16

4.1 乘用车销量下滑，市场需求低迷 16

4.2 核心技术不足，创新能力差 17

5 中国乘用车行业政策分析 18

6 中国乘用车行业市场趋势 20

6.1 确立电动化方向，新能源汽车竞争加剧 20

6.2 乘用车智能化程度逐步提高 21

6.3 自主车企产品高端化步伐加速.....21
7 中国乘用车行业竞争格局分析.....22
7.1 中国乘用车行业竞争格局概述.....22
7.2 中国乘用车行业典型公司分析.....23
7.2.1 奇瑞汽车股份有限公司.....23
7.2.2 威马汽车科技集团有限公司.....24
7.2.3 浙江零跑科技有限公司.....26

图表目录

图 2-1 中国乘用车行业发展历程.....8
图 2-2 中国乘用车行业产业链.....10
图 2-3 外资零部件公司在中国产品结构.....11
图 2-4 中国乘用车销量，2014-2023 年预测.....13
图 3-1 中国国民生产总值和中国居民可支配收入，2014-2018 年.....14
图 3-2 中国新能源汽车销量，2014-2018 年.....15
图 4-1 中国乘用车销量及同比增长率，2018 年.....16
图 4-2 中国乘用车销量，2014-2018 年.....17
图 5-1 中国乘用车行业政策.....19

1 方法论

1.1 研究方法

头豹研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，从汽车、电子、人工智能等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。

- ✓ 头豹研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。

- ✓ 头豹研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。

- ✓ 头豹研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

- ✓ 头豹研究院本次研究于 2019 年 8 月完成。

1.2 名词解释

- **汽车保有量：**一个地区拥有车辆的数量，通常指在当地登记的车辆。
- **ADAS：**Advanced Driver Assistance Systems，高级驾驶辅助系统，是利用安装于车上的各式各样的传感器，在第一时间收集车内外环境数据，进行静、动态物体辨识、侦测与追踪等技术上的处理，从而使驾驶者在最短的时间内察觉可能发生的危险，以引起注意和提高安全性的主动安全技术。
- **自动驾驶分级：**由美国汽车工程协会和美国高速公路安全管理局推出的分类标准，将自动驾驶按照自动化程度水平分为 6 个等级：（1）无自动化（L0），指由人类驾驶者全权操控汽车，在行驶过程中可得到警告和保护系统的辅助；（2）驾驶支援（L1），通过驾驶环境对方向盘和加减速中的一项操作提供驾驶支援，其他的驾驶动作都由人类驾驶者进行操作；（3）部分自动化（L2），通过驾驶环境对方向盘和加减速中的多项操作提供驾驶支援，其他的驾驶动作都由人类驾驶者进行操作；（4）有条件自动化（L3），由无人驾驶系统完成所有的驾驶操作，根据系统要求，人类驾驶员提供适当的应答；（5）高度自动化（L4），由无人驾驶系统在限定道路和环境条件下，完成所有的驾驶操作，根据系统请求，人类驾驶者不一定需要对所有的系统请求做出应达；(6)完全自动化(L5)，由无人驾驶系统完成所有的驾驶操作，人类驾驶者在可能的情况下接管，在所有的道路和环境条件下行驶。
- **智能汽车：**根据《中国制造 2025》的定义，智能汽车是搭载先进的车载传感器、控制器、执行器等装置，融合现代通信与网络技术，实现车内网、车外网、车际网的无缝链接，具备信息共享、复杂环境感知、智能化决策、自动化协同等控制功能，可实现“高效、安全、舒适、节能”行驶的新一代汽车。
- **永磁电机：**由永磁体励磁产生同步旋转磁场的同步电机，永磁体作为转子产生旋转磁场，

三相定子绕组在旋转磁场作用下通过电枢反应，感应三相对称电流，可将电机整体地安装在轮轴上，形成整体直驱系统，即一个轮轴就是一个驱动单元，省去了一个齿轮箱

- **驱动电机：**在永磁同步电机额定性能（额定功率和额定扭矩）下可实现新能源汽车长时间连续运行。在新能源汽车加速爬坡、急加速和急减速的工况下，电机需要短时间运行在其峰值工作点（峰值扭矩、峰值转速及峰值功率)。
- **异步电机：**又称感应电动机，由气隙旋转磁场与转子绕组感应电流相互作用产生电磁转矩，从而实现机电能量转换为机械能量的一种交流电机。

2 中国乘用车行业市场综述

2.1 中国乘用车行业定义及分类

乘用车是设计目的和功能主要用于运载乘客及其随身行李或临时物品的汽车，其座位不超过九个。

根据乘用车的使用用途，可将其分为基本型乘用车（又称轿车）、多用途车（MPV）、运动型多用途车（SUV）、专用乘用车和交叉乘用车：

（1）基本型乘用车（又称轿车）：用于载送人员和物品，座位分布于两轴之间，强调舒适性，以乘客为中心；

（2）多用途车（MPV）：由轿车演变而成，通常采用轿车的发动机和底盘，前轮驱动，尺寸比轿车大，内部空间宽敞，可乘坐 5 至 9 人；

（3）运动型多用途车（SUV）：城郊实用汽车，拥有旅行车的空间功能及装配货车的越野能力；

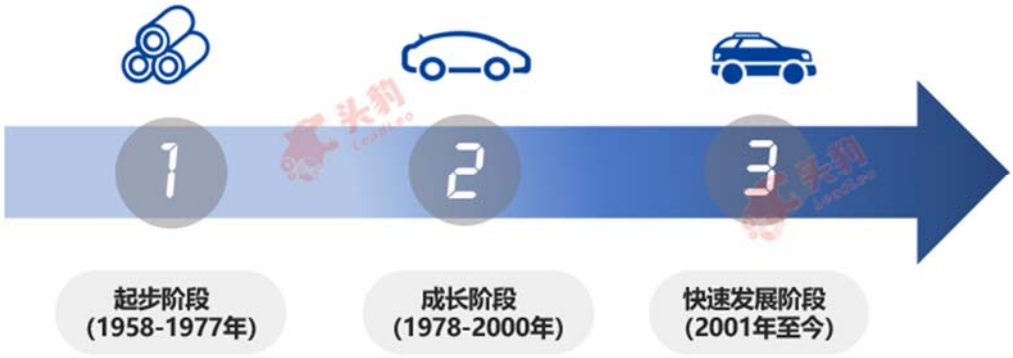
（4）专用乘用车：用于运载物品和乘员并完成特定功能的乘用车，具备完成特定功能所需的装备，如，消防车、救护车、警车等；

（5）交叉乘用车：在功能上，即可搭载乘客，也可运载货物。

2.2 中国乘用车行业发展历程

中国乘用车行业起步于 1958 年，从诞生至今可分为起步阶段、成长阶段和快速发展阶段（见图 2-1）。

图 2-1 中国乘用车行业发展历程



来源：头豹研究院编辑整理

（1）起步阶段（1958 年-1977 年）：

此阶段，中国实现自主生产轿车，奠定了中国乘用车行业发展的基础，中国乘用车行业从无到有。1958 年以前，中国轿车是从苏联引进，还未出现中国自主生产的轿车。1958 年 5 月 12 日，东风牌轿车在长春一汽试制成功，生产标号为“CA-71”，这次试制成功结束了中国无法自主生产轿车的历史，这款汽车并未投入量产。1958 年 8 月，长春一汽以此汽车为基础，成功试制第一台高级轿车“红旗”，并将其定型样车正式编号为“CA72”，这是中国汽车工业的里程碑和开始的标志。1958 年 9 月 28 日，上海汽车装配厂试制成功第一辆凤凰牌小轿车，到 1960 年底，共生产 18 辆凤凰牌小轿车。1964 年，凤凰牌小轿车正式更名为“上海”，上海多家公司合作，经过几轮样车试制，上海牌轿车投入量产，在 1964 年实现小批量量产 50 辆。在 1964 年后长达 30 年的时间中，上海牌轿车是唯一的国产公务用车，同时也是中国当时销量最大的轿车。红旗和上海轿车代表了当时中国最高的汽车生产制造水平，但其成本和售价高昂，主要作为公务用车生产，普通民众无力购买。中国汽车工业处于初步发展期，还需要变革和发展。

（2）成长阶段（1978-2000 年）：

改革开放开启了中国汽车合资合作的发展时期。20 世纪 90 年代，中国政府实施以市场换技术的政策，鼓励具有先进生产技术的跨国公司与本土汽车厂家建立合资公司，中国乘用车行业在合资办厂的模式下迎来了跨越式发展，一大批合资公司相继成立，如北京吉普、

广州标致、上海大众等。这些合资公司生产的汽车极大程度上促使轿车普及，同时由于外国公司掌握着先进的汽车制造技术，生产出的代表车型例如北京吉普切诺基、上海大众桑塔纳、广州标致 505 等，一时间基本垄断了中国的乘用车市场。中国汽车行业迅速发展。尽管中国乘用车的产量大幅增加，国外汽车制造商母公司通过关键零部件转移和核心技术控制施加影响，汽车的核心技术仍被国外汽车制造商垄断，致使本土汽车制造商对国外汽车制造商的过分依赖不利于合资公司的自主创新。在合资公司的监管方面，中国政府规定对外资在整车公司的股份比例不得超过 50%，但对于汽车上游零部件厂商缺乏相关限制，大量汽车关键零部件公司由外资全部控股，加剧外资通过对核心技术的控制获取高额利润，导致汽车价格过高。

（2）快速发展阶段（2001 年至今）：

2001 年至今，中国加入 WTO，中国乘用车工业融入世界汽车工业体系，加入激烈的世界市场竞争中，中国乘用车行业市场规模迅速扩大。中国本土汽车整机厂注重研发，有望强势崛起。吉利、长安、长城、广汽、比亚迪等自主品牌开始崛起。回顾世界汽车的发展史，德国甲壳虫、日本的丰田和日产、韩国的现代汽车，通过生产低成本的汽车进入市场，和强大的竞争对手抢占市场份额，以低端赶超的方式实现崛起。中国自主品牌乘用车同样采取低端赶超的方式。在汽车智能化、电动化和网联化的背景下，互联网与汽车的融合程度不断提高，新兴消费需求不断涌现，汽车行业全方位的变化为中国自主乘用车品牌创造超越机遇。

2.3 中国乘用车行业产业链

中国乘用车行业产业链可分为三部分，产业链上游涉及汽车零部件，主要参与者为汽车零部件供应商。产业链中游环节涉及乘用车制造商。产业链下游涉及汽车消费者 (见图 2-2)。

图 2-2 中国乘用车行业产业链



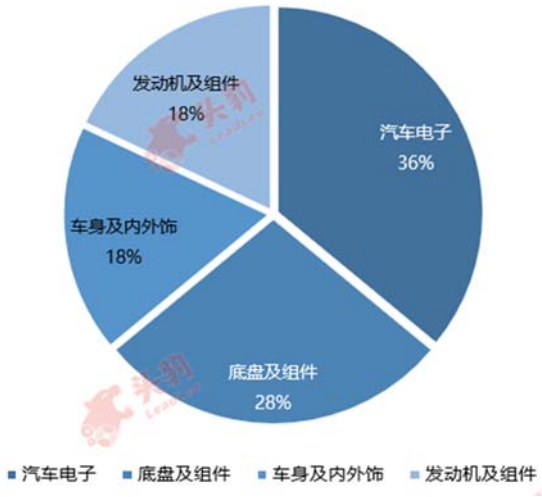
来源：中国汽车工业协会，头豹研究院编辑整理

2.3.1 上游分析

中国乘用车行业产业链上游涉及汽车零部件，主要参与者为乘用车零部件供应商。外资公司在零部件领域处于领先地位。中国零部件供应商主要为汽车集团旗下公司，如华域汽车是上汽集团旗下的零部件供应商，海纳川是北汽集团旗下汽车零部件制造商。

借助技术优势，外资零部件公司占据大部分市场份额，赚取高额利润。以百强外资零部件公司在中国销售的产品结构为例，其基本覆盖了汽车零部件的全系列产品。在外资零部件公司的产品结构中，汽车电子类产品占比约 36%，这类技术要求高的产品占比最高（见图 2-3）。

图 2-3 外资零部件公司在中国产品结构



来源：中国汽车工业协会，头豹研究院编辑整理

中国本土汽车零部件公司在核心技术上相对落后，在技术水平要求较高的高技术附加值产品方面缺乏竞争力。中国汽车零部件公司多为依附整车公司的发展模式。2001 年后，外资公司大举进入中国汽车零部件行业，推动中国本土厂商技术水平的提升。伴随着中国乘用车行业的发展，在中国利好政策的背景下，一大批本土零部件公司迅速发展。一些专注于某一细分领域的公司发展迅猛，已成为行业龙头。中信戴卡已成为中国领先的铝车轮制造商，宁德时代在中国新能源汽车行业的快速发展下已成为全球领先的汽车动力电池供应商。中国汽车零部件公司提高自主研发能力，逐步打破外资公司在汽车零部件领域的垄断地位。

由于上游零部件公司众多，行业竞争激烈，中游汽车整车厂多为来单定制，提出个性化需求，且订单量大，上游零部件供应商议价能力较低。

钢材、锌、玻璃等原材料价格的波动会对零部件供应商带来一定的成本压力。周期性矿产价格波动和供需情况影响矿产资源价格。2014 年至 2018 年，钢铁、玻璃、铝锭、锌锭价格呈现稳定增长态势，增加零配件生产成本。

2.3.2 下游分析

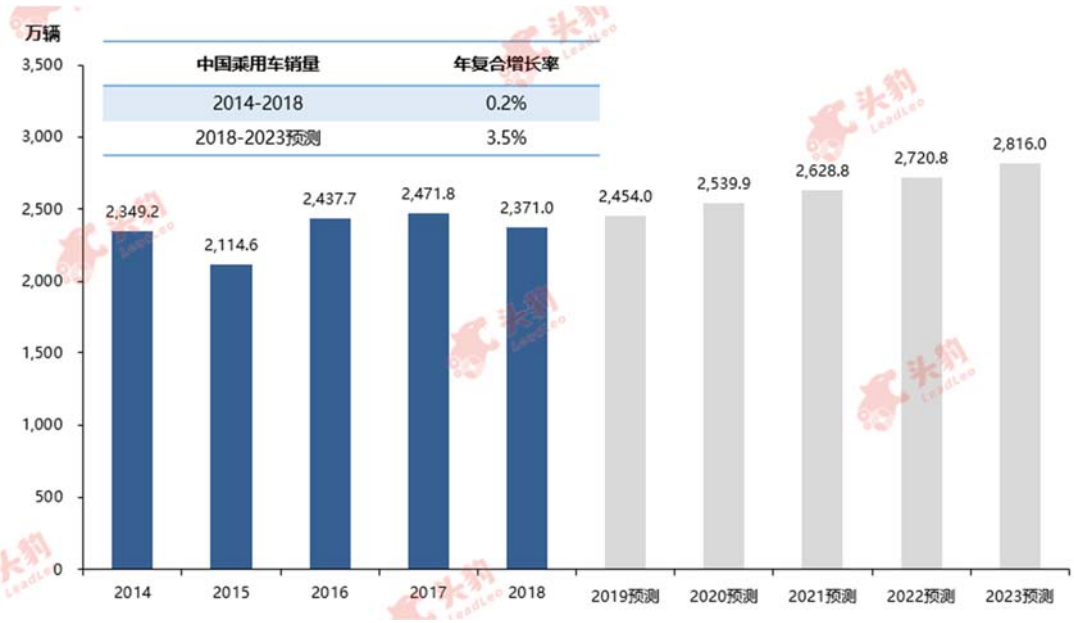
中国乘用车行业的下游参与者为乘用车消费者。乘用车的主要销售渠道为特许经营专卖店（又称 4S 店）、汽车交易市场、汽车超市、网络营销等多种模式，其中，特许经营专卖店由于成本较低成为目前主流的销售渠道。

在汽车普及阶段，人口数量和经济发展情况将会影响乘用车的销量。目前，南方省份居民可支配收入和常驻人口数量总体上高于其他省份。南方经济和人口的繁荣使南方成为乘用车消费的重心。车企发布南方战略，重视南方市场。

2.4 中国乘用车行业市场规模

得益于中国宏观经济的持续增长和居民可支配收入的提高，中国乘用车行业发展迅速，销量呈上升趋势。2014 年至 2018 年，中国乘用车销量由 2,349.2 万辆增长至 2,371.0 万辆，年复合增长率为 0.2%，销量呈现波动增长的趋势（见图 2-4）。

图 2-4 中国乘用车销量，2014-2023 年预测



来源：中国汽车工业协会，头豹研究院编辑整理

未来，中国乘用车销量将保持稳定增长，并于 2023 年突破 2,800 万辆。行业持续发展主要受到以下三点因素驱动：

（1）宏观经济发展，居民可支配收入提高，带动乘用车消费。

（2）中国汽车保有量低，中国汽车千人保有量仍有增长空间，未来销量潜力大。

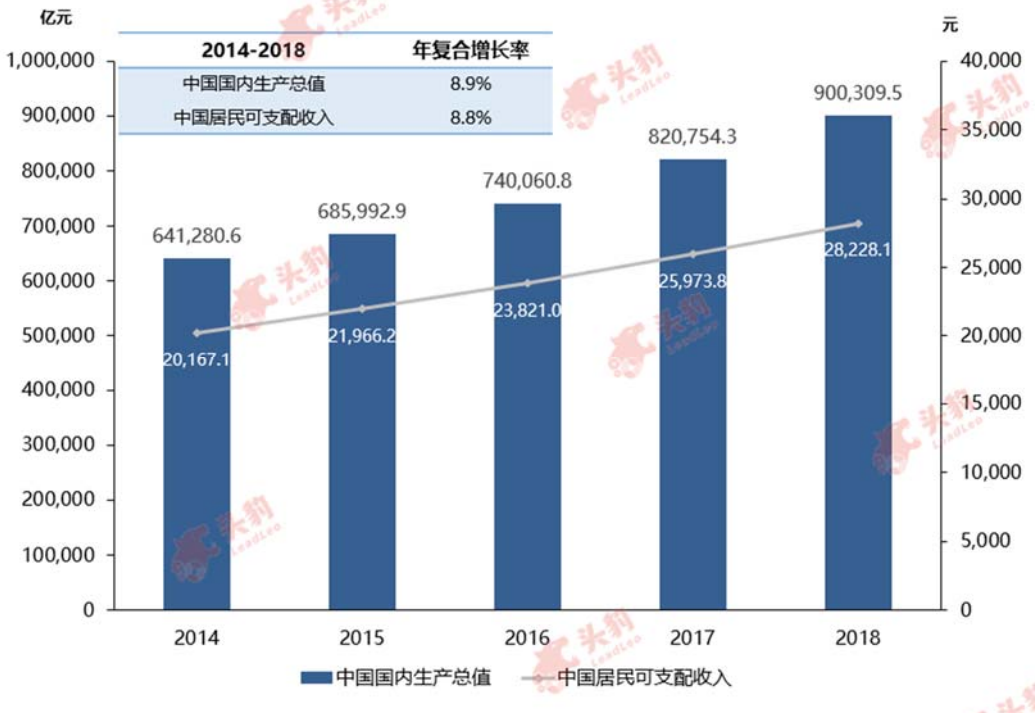
（3）新能源乘用车表现亮眼，展现转型升级良好态势。中国新能源汽车的快速发展和巨大潜力，显著推动中国乘用车的发展。

3 中国乘用车行业驱动因素

3.1 宏观经济快速发展，居民可支配收入提高

2014 年至今，中国经济保持快速增长态势，中国国内生产总值和中国居民可支配收入逐步提高，为中国乘用车行业的快速发展奠定良好的经济基础。2014 年至 2018 年，中国国内生产总值由 641,280.6 亿元上升至 900,309.5 亿元，年复合增长率为 8.9 %，这反映出宏观经济运行良好，中国经济发展蓬勃。此外，2014 年至 2018 年，中国居民人均可支配收入由 2014 年的 20,167.1 元上升至 28,228.1 元，年复合增长率为 8.8%（见图 3-1），收入的上升增加居民购买力。

图 3-1 中国国民生产总值和中国居民可支配收入，2014-2018 年



来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

在影响乘用车需求的众多因素中，居民收入因素起主导性作用，随着居民收入的提高，中国城乡居民消费结构不断升级，对乘用车等非必需品的需求量也相对应地提高，推动乘用车销量提高，促进乘用车行业持续发展。

3.2 中国汽车保有量低，发展潜力大

在中国居民人均收入上升的背景下，汽车的普及程度逐步提高，汽车保有量逐年增加。截至 2018 年底，中国汽车保有量达 2.4 亿辆。2018 年，中国每千人汽车保有量约为 170 辆，远低于发达国家的 500 至 800 辆水平。

伴随着中国城镇化加速发展和居民可支配收入增长，中国汽车千人保有量仍有增长空间。未来，随着中国经济稳定发展，中国人均可支配收入将进一步提高，城市人口比重增加，中国乘用车需求量大，居民对汽车有更新换代需求。

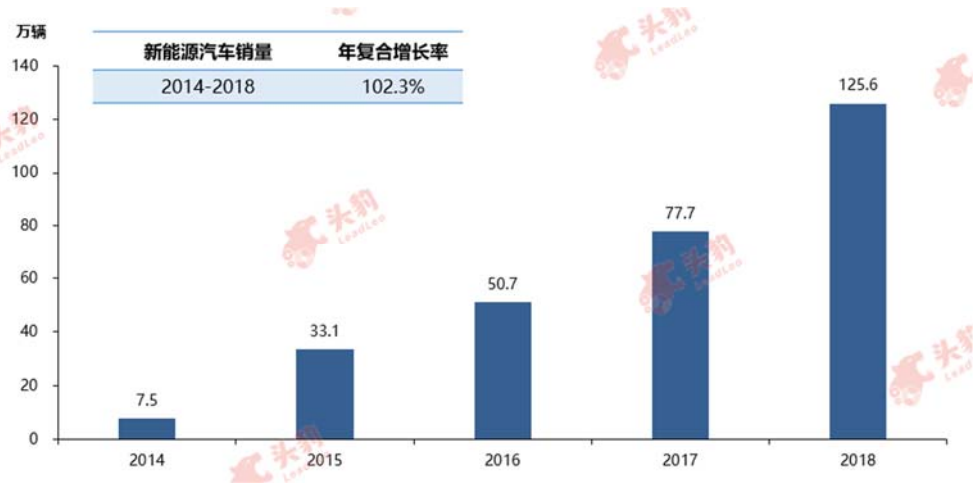
3.3 新能源乘用车表现亮眼，展现转型升级良好势头

中国新能源汽车保持快速发展，显示出巨大的发展空间，汽车电动化是未来发展的趋势。中国新能源汽车的快速发展和巨大潜力，显著推动中国乘用车的发展。

中国新能源乘用车在经历行业初步发展和快速成长后，已经具备了一定的行业规模。中国新能源汽车销量已由 2014 年的 7.5 万辆增长至 2018 年的 125.6 万辆，年复合增长率为 102.3%（见图 3-2）。2017 年 4 月，中国工业和信息化部、国家发展和改革委、科技部联合印发的《汽车产业中长期发展规划》指出，到 2020，新能源汽车产量将达到 200 万辆，2025 年会达 600 万辆，新能源汽车销量占总汽车销量的比例超过 20%的发展目标。未来，新能源汽车销量将保持高速增长，快速增长的新能源汽车销量促进乘用车行业发展。

加速发展新能源乘用车是促进汽车产业转型重要方式。在发展节能和新能源已成为国家战略的背景下，中国的乘用车行业正处于重要的转型期。以新能源乘用车产品取代传统燃油车的乘用车变革正在发生。

图 3-2 中国新能源汽车销量，2014-2018 年



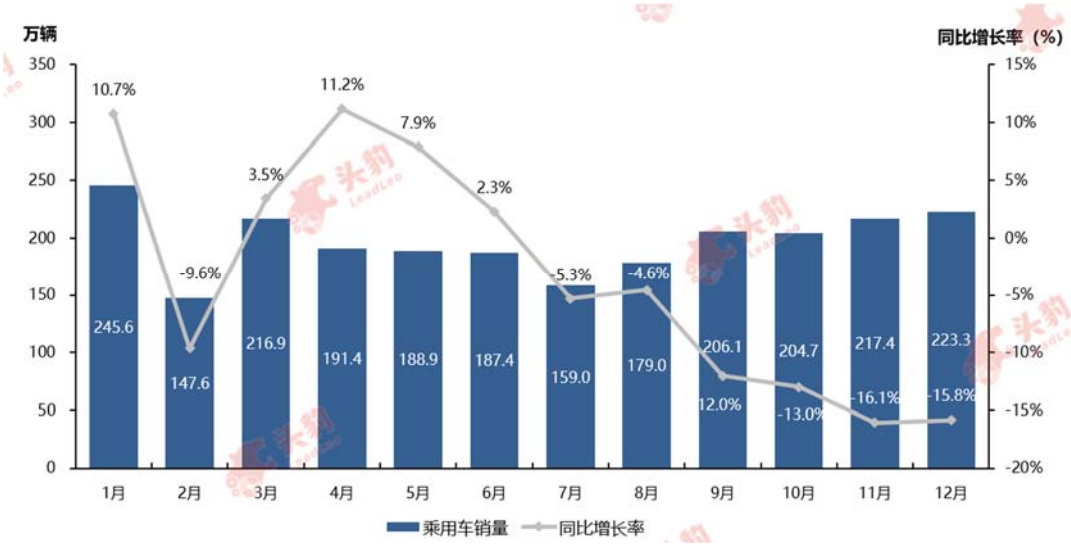
来源：中国汽车工业协会，头豹研究院编辑整理

4 中国乘用车行业制约因素

4.1 乘用车销量下滑，市场需求低迷

受购置税优惠政策变动和居民人均交通和通信消费支出增速逐渐放缓影响，2018 年至今，中国乘用车销量下降，消费者对汽车消费意愿低。乘用车销量降幅明显，同比增长率呈下降趋势（见图 4-1）。

图 4-1 中国乘用车销量及同比增长率，2018 年

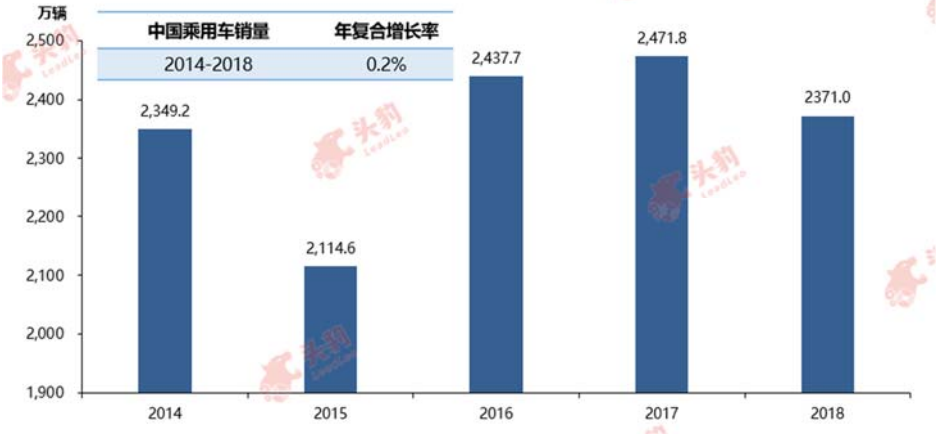


来源：中国汽车工业协会，头豹研究院编辑整理

中国乘用车销量由 2017 年的 2,471.8 万辆下降至 2018 年的 2,371.0 万辆(见图 4-2)。

多种因素叠加导致乘用车市场在 2018 年遭遇寒冬：（1）个人消费者对汽车消费品意愿降低。2014 年到 2018 年，中国居民人均交通和通信消费支出增速变缓，年增长率由 14.9%下降到 7.0%。2018 年，中国居民人均居住支出增长明显，年增长率达到 13.1%。2018 年，中国居民人均居住消费支出为 4,647 元，占中国居民人均消费支出的 23.4%，居住类支出成为中国居民花费第二大的支出内容。2014 年至今，中国一、二线城市房价呈高速增长态势，伴随着房屋的高速增长，其保值增值的投资优势凸显。相比之下，汽车由折旧等因素的弊端突出。居民在有限支出的条件下，选择购房先于购车，购买乘用车的需求被抑制；（2）部分地区限制购车。中国已有北京、上海等 9 个城市实施机动车限购政策，打击汽车市场。中国政府出于改善尾气污染和缓解交通拥堵的目的实施限购政策；(3) 二手车认可度提升，市场增长速度快。根据中国汽车流通协会的数据，2018 年，中国二手车累积交易 1,382.2 万辆，累计同比增长 11.5%，交易金额为 8,603.6 亿元。2012 年至今，二手车交易量逐年递增。二手车交易量的增长影响新车市场的销售。

图 4-2 中国乘用车销量，2014-2018 年



来源：中国汽车工业协会，头豹研究院编辑整理

4.2 核心技术不足，创新能力差

中国自主品牌车企在乘用车核心技术上落后于世界发达水平。中国乘用车行业起步晚，

制造公司多为合资公司，核心技术大多为发达国家所控制，尽管经过二十年的快速发展，整体上，中国乘用车技术仍落后于国际水平，主要体现在两个方面：

（1）核心零部件技术落后，中国与发达国家汽车公司合资建立汽车公司，但在技术引进过程中，中国并未获得技术开发的控制权，在零部件选用上被外方控制，中国零部件公司缺少话语权，技术创新的动力低。以驱动电机技术为例，驱动电机是新能源汽车重要零部件之一，目前，中国驱动电机技术仍处于研发阶段尚未进入产业化。伴随着汽车电动化的发展，汽车电控化和电气化技术迅速变革。市场上常见的驱动电机为永磁电机和异步电机，乘用车公司与研究单位合作开展研发，并在永磁材料和绝缘材料上取得进步。中国驱动电机的产业化进程慢，部分有样机的公司未能实现批量供货，从而影响乘用车的自主发展。

（2）汽车公司自主创新能力有限。1984 年上海大众合资公司的建立标志着汽车公司合资的开始，中国开始实施“以市场换技术”，但政策对汽车厂家自主研发并未出台鼓励政策，导致公司对研究开发投入小，缺乏自主开发的积极性，忽视对引进技术的利用和再创新，对技术发展缺乏规划，导致公司自主创新能力缺乏，乘用车行业技术落后。

5 中国乘用车行业政策分析

随着汽车工业的快速发展，汽车工业成为中国国民经济的重要支柱，中国乘用车行业是汽车工业的重要组成部分。中国政府发布一系列利好政策，促进乘用车行业健康、快速发展（见图 5-1）。

2015 年 5 月，中国国务院发布的《〈中国制造 2025 〉规划系列解读之推动节能与新能源汽车发展》指出，预计到 2020 年，掌握智能驾驶关键技术和总体技术，明确支持电动汽车、汽车低碳化、智能化核心技术发展，形成从汽车关键零部件到整车制造的完成工业体系和创新体系。2016 年 7 月，中国工业和信息化部发布的《智能网联汽车发展技术路线图》，

对智能网联汽车发展需要的核心技术和发展路径做出规划，明确智能网联汽车的分级，到2025 年实现高度及完全自动驾驶。2017 年 4 月，中国工业和信息化部、发改委、科技部联合发布的《汽车产业中长期发展规划》指出通过十年的努力，进入世界汽车强国行列，重点任务是完善创新体系、攻关核心技术、推进行业支撑平台建设，加快发展新能源汽车、智能网联汽车、节能汽车等关键领域，引领产业转型升级。2018 年 6 月，中国工业和信息化部联合国家标准化管理委员会印发的《国家车联网产业标准体系建设指南（总体要求)》提出建设车联网产业的整体标准体系，对环境感知、决策预警、信息交互、执行系统等产品和应用制定通用规范方向，对信息通信技术、网络和设备建设信息通信标准体系。2018 年 7 月，中国国务院发布《汽车产业投资管理规定（征求意见稿)》指出要规范汽车市场主体的投资行为，对社会资本加以引导，防范无序发展和盲目建设，科学规划新能源汽车行业格局，鼓励现有自主车企加大对新能源汽车的投入，调整产品结构，发展新能源汽车。2018 年 12 月，中国工业和信息化部发布的《车联网（智能网联汽车）产业发展行动计划》，预计到 2030 年，实现智能汽车跨行业融合，利用 5G 通信技术等新技术，构建支持 L3 及以上智能驾驶汽车的技术体系。2019 年 7 月，中国工业和信息化部发布《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车几份并行管理办法》修正案（征求意见稿)，鼓励发展更加节能的车型，支持以三元锂电池为代表的高能量密度的电池发展，这项政策有助于中国新能源乘用车产销量保持稳定增长。

图 5-1 中国乘用车行业政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车几份并行管理办法》（征求意见稿）	2019-07	工业和信息化部	鼓励发展更加节能的车型，支持以三元锂电池为代表的高能量密度的电池发展，这项政策有助于中国新能源乘用车产销量保持稳定增长
《车联网（智能网联汽车）产业发展行动计划》	2018-12	工业和信息化部	预计到2030年，实现智能汽车跨行业融合，利用5G通信技术等新技术，构建支持L3及以上智能驾驶汽车的技术体系
《汽车产业投资管理规定（征求意见稿）》	2018-07	国务院	规范汽车市场主体的投资行为，对社会资本加以引导，防范无序发展和盲目建设，科学规划新能源汽车行业格局，鼓励现有自主车企加大对新能源汽车的投入，调整产品结构，发展新能源汽车
《国家车联网产业标准体系建设指南（总体要求）》	2018-06	工业和信息化部、国家标准化管理委员会	建设车联网产业的整体标准体系，对环境感知、决策预警、信息交互、执行系统等产品和应用制定通用规范方向，对信息通信技术、网络和设备建设信息通信标准体系
《汽车产业中长期发展规划》	2017-04	工业和信息化部、发改委、科技部	通过十年的努力，进入世界汽车强国行列，重点任务是完善创新体系、攻关核心技术、推进行业支撑平台建设，加快发展新能源汽车、智能网联汽车、节能汽车等关键领域，引领产业转型升级
《智能网联汽车发展技术路线图》	2016-07	工业和信息化部	对智能网联汽车发展需要的核心技术和发展路径做出规划，明确智能网联汽车的分级，到2025年实现高度及完全自动驾驶
《〈中国制造2025〉规划系列解读之推动节能与新能源汽车发展》	2015-05	国务院	预计到2020年，掌握智能驾驶关键技术和总体技术，明确支持电动汽车、汽车低碳化、智能化核心技术发展，形成从汽车关键零部件到整车制造的完成工业体系和创新体系

来源：头豹研究院编辑整理

6 中国乘用车行业市场趋势

6.1 确立电动化方向，新能源汽车竞争加剧

乘用车公司确立汽车电动化的发展战略，未来，新能源汽车的市场竞争将加剧。能源枯竭和环境污染为中国乘用车发展带来挑战，新能源乘用车已成为未来重要的发展方向。在新能源汽车上升到国家层面战略的背景下，众多汽车厂商宣布大力投资和发展新能源乘用车。新能源乘用车的快速发展展现了其市场的巨大潜力，全球汽车制造商均关注到这一领域，外资汽车公司、合资汽车公司、自主车企和造车新势力均出台电动化发展战略。奔驰推出“CASE”电动化战略，提出 2022 年将所有车型电气化。奥迪提出“全球电气化”战略，将于 2025 年推出超过 20 辆新能源汽车。大众宣布“Roadmap E”战略，提出在 2030 年全系产品实现电动化。自主车企吉利提出“蓝色吉利行动”，将在 2020 年实现新能源汽车销量占吉利整体销量的 90%。造车新势力的代表蔚来汽车宣布将在 2022 年实现汽车智能电动化的终

极形态。2020、2025 和 2030 年将成为新能源乘用车发展的重要节点。新能源乘用车竞争公司数量众多，未来，新能源乘用车市场竞争将加剧。

6.2 乘用车智能化程度逐步提高

未来，汽车智能化程度将提高，ADAS 系统将成为乘用车的标准配置。这主要体现在两个方面：（1）乘用车智能化水平将提高，从 L1 级别自动驾驶向更高级别的自动驾驶发展。目前，实现量产的乘用车配置的智能驾驶辅助功能普遍在 L2 至 L2.5 级别。众多汽车公司发布计划，宣布实现智能驾驶时间表。2020 年成为智能汽车发展的重要节点。宝马宣布于 2019 年量产配备 L3 级别自动驾驶的乘用车，奥迪、宝马、福特宣布在 2020 年实现装载 L4 级别自动驾驶的乘用车；（2）乘用车智能化的渗透率将增加，ADAS 系统将从豪华车的标准配置变为中低端车的标准配置。2014 年以前，智能驾驶辅助功能主要配备在豪华汽车上，如丰田皇冠、通用凯迪拉克、奥迪等车型。伴随着电子器件成本的下降和消费者对安全性需求的提高，多款中低端车型开始配备智能驾驶辅助功能，装载 ADAS 系统，如一汽大众迈腾、长安福特锐界等车型。未来，随着传感器等核心硬件成本的下降，智能汽车的渗透率将逐步提高，乘用车智能化趋势凸显。

6.3 自主车企产品高端化步伐加速

中国乘用车企推出高端化车型产品，自主品牌汽车步入快速成长。中国自主品牌汽车公司经过多年的发展，从开发低成本的汽车起步，从强大的竞争对手手中抢夺市场份额，自主品牌汽车的成长令人瞩目。伴随着中国 GDP 和居民人均可支配收入的增长，中国民众消费能力的提升和消费者需求的升级推动自主品牌制定高端化发展战略。为赢得竞争优势，提升产品含金量，迈向价值链中高端，自主品牌车企积极向高端化转型。近两年，自

主品牌汽车公司推出高端车型，并获得市场认可。吉利汽车、长城汽车、奇瑞汽车分别推出领克品牌、WEY 品牌和捷途品牌等高端汽车，其中，领克 01 上市时取得过“137”秒销售 6,000 辆的表现。此外，新造车势力均以打造高端汽车为起点，绿驰汽车、小鹏汽车、蔚来汽车等新造车势力发布高端汽车产品，如蔚来发布的量产汽车售价均在 40 万元以上。打造高端汽车成为自主品牌车企的重要战略。自主品牌车企的高端化面临巨大挑战，早期这些车企大多以低价策略进入市场，但在消费者心中留下“低端”的印象。为打破“低端”的烙印，自品牌主车企将旗下普通品牌和高端品牌分隔，打造高端品牌形象。当前，乘用车智能化、网联化和电动化的趋势为自主品牌车企带来机遇，新兴的消费需求和商业模式不断涌现，全方位的变化为自主品牌汽车的高端化发展创造机遇。

7 中国乘用车行业竞争格局分析

7.1 中国乘用车行业竞争格局概述

据乘用车市场信息联席会秘书长介绍，目前，乘用车行业参与者数量众多，有约 80 家公司参与市场竞争，公司的分布以合资公司为主，外资公司自主汽车品牌和新造车势力。合资公司的市场份额约为 60%，自主汽车品牌的市场份额约占 39%，新造车势力的市场份额约占 1%。其中，生产超豪华、豪华和高端乘用车的为外资公司，如宝马、奔驰、奥迪等，生产中端车的为合资主流公司如丰田、本田，生产低端车的代表公司为奇瑞、吉利、比亚迪、长城等自主汽车品牌。

中国乘用车市场集中度高，有进一步提高的趋势。从乘用车行业的整体销量分析，2018 年，中国乘用车销量超过 100 万辆的有 6 家，2018 年，中国乘用车销量排名前 10 的公司共销售 1,386.4 万辆，占总销售量的 58.5%，比上一年增长 2.5%。2018 年，中国乘用车

销量排名前 10 的公司的市场占有率比 2017 年略有提升，行业集中度较高且呈现进一步提高的趋势。此外，中国销量前 10 的乘用车公司排名基本稳定，行业内强者更强的趋势凸显。

乘用车自主品牌呈现逐步上升的趋势。2014 年至 2018 年，中国自主品牌在乘用车市场份额由 36.0%，上升至 41.1%。2019 年，汽车消费疲软，乘用车行业变革加剧。未来，合资公司的竞争力逐步增强，自主汽车品牌将形成良好的发展态势，发展潜力大。

7.2 中国乘用车行业典型公司分析

7.2.1 奇瑞汽车股份有限公司

7.2.1.1 公司概况

奇瑞汽车股份有限公司（以下简称：奇瑞汽车）成立于 1997 年，是中国自主汽车品牌之一，是中国最大的汽车整车、动力总成和关键零部件研发、试制、成产及销售为一体的自主品牌汽车制造公司之一。1999 年 12 月，第一辆奇瑞生产的轿车下线，2007 年 8 月，奇瑞汽车第 100 万辆汽车下线。2013 年，奇瑞汽车累计销量突破 400 万辆，产品销往 80 余个国家和地区，充分参与世界乘用车竞争。截至 2018 年底，奇瑞汽车已保持近 20 年中国自主汽车品牌出口份额第一的位置。奇瑞汽车经历了快速的发展，获得 2016 年“中国大陆最佳自主品牌汽车企业”称号。

7.2.1.2 主要产品

奇瑞汽车拥有瑞虎系列和艾瑞泽系列两种车系。瑞虎系列旗下拥有 7 款车型，包括全新一代瑞虎 8、瑞虎 5x HERO、瑞虎 8、瑞虎 5x 1.5L、瑞虎 7、瑞虎 3x、2018 款瑞虎 3。艾瑞泽系列旗下拥有 4 款车型，包括全新艾瑞泽 5、艾瑞泽 GX、艾瑞泽 7e、新艾瑞泽 7。

瑞虎系列车型价格在 5.0 万至 15.6 万之间，艾瑞泽系列车型价格在 6.0 万至 21.3 万之间。

7.2.1.3 竞争优势

（1）自主创新能力强：2008 年，奇瑞汽车成为中国首批“创新型”公司，“节能环保汽车技术平台建设”项目获得国家科技进步一等奖，“轿车整车自主开发系统的关键技术研究及其工程应用”项目获得国家科技进步奖二等奖。此外，奇瑞汽车拥有全面的自主开发体系，拥有大量的技术专家和核心骨干，整合中国和世界的技术和人力资源，将国外技术引进并在此基础上进行二次创新。

（2）全方位造车能力：奇瑞汽车是中国自主品牌汽车中国竞争力最强的公司之一，奇瑞汽车拥有发动机、变速箱、底盘技术等全方位造车能力，在整车制造上具备优势。

7.2.2 威马汽车科技集团有限公司

7.2.2.1 公司概况

威马汽车科技集团有限公司（以下简称：威马汽车）2015 年成立于上海市，是一家从事新能源智能汽车涉及和开发、销售及售后服务、技术咨询和技术服务的公司。截至 2018 年 8 月，威马汽车总人数已超过 2,500 人，在德国、中国上海、北京、成都、温州等地设有分公司。威马汽车制定了“三步走”的发展战略：第一步，成为智能电动汽车的普及者；第二步，做数据驱动的智能硬件公司；第三步，成为智能出行的服务商，为中国消费者提供便携、安全的出行体验。威马汽车已成功实现汽车量产，在新造车势力中发展迅猛。

7.2.2.2 主要产品

2018 年 4 月，威马汽车发布首款量产汽车 EX 5。威马汽车拥有两款在售车型，威马

EX5 Pro 和智行 2.0 版威马 EX5。威马汽车将电机、电控和电池组成的三电系统高度集成化，将电机控制器、DCDC 转换和高压配电 PDU 结合到一起，极大地缩小了三电系统的占地面积。在电池系统上，威马汽车开发 Pack 系统，实现高系统能量密度、高安全性、高可靠性、高环境适应性的系列化，并一次性通过国家强检试验。

7.2.2.3 竞争优势

（1）重视汽车质量：威马汽车坚持自建工厂，严控汽车质量。2016 年 11 月 23 日，威马汽车工厂在温州奠基，历经 16 个月于 2018 年 3 月实现了生产线贯通，改工厂占地面积近 1,000 亩，一期工程规划总投资 67 亿元，规划年产能 10 万台。该工厂拥有传统的汽车生产的冲压、焊装、涂装和总装四大车间，此外还拥有电池包和塑料件生产车间，可实现自动化焊接等先进生产工艺。

（2）受资本关注度高：威马汽车获得多轮投资。2016 年 8 月 2 日，威马汽车宣布获得来自跃马资本的 10 亿美元 A 轮融资，2017 年 11 月 22 日，威马汽车披露获得来自远景能源和七海资本的战略融资，2017 年 12 月 6 日，威马汽车宣布获得来自 SIG 海纳亚洲创投基金、百度资本、阿米巴资本的 10 亿美元 B 轮融资，2017 年 12 月 33 日，威马汽车披露获得来自红杉资本中国、中国国有企业结构调整基金、五矿资本、腾讯产业共赢基金、光源创投的 B+轮融资，2018 年 4 月 3 日，威马汽车宣布获得来自远景资本、新鼎资本的 C 轮融资，2018 年 10 月 26 日，威马汽车披露获得来自红杉资本中国、百度投资并购部、钜派投资、太行基金、中国诚通腾讯控股、线性资本的 30 亿人民币 C+轮融资。

7.2.3 浙江零跑科技有限公司

7.2.3.1 公司概况

浙江零跑科技有限公司（以下简称：零跑汽车）2015 年成立于浙江，是一家电动汽车研发商，零跑汽车主要业务涉及三电系统开发、电动整车及配套零部件研发与生产，并且提供基于云计算的车联网解决方案。

7.2.3.2 主要产品

2018 年 8 月，零跑汽车发布零跑 S 01 车型并于 2019 年初上市销售，改车型为纯电动乘用车。该车搭载手指静脉识别技术和人脸识别 ID 技术，装载 11 项 Leap Pilot 智能驾驶系统，实现远程智能泊车，驾驶员可通过智能语音及手机 APP 便捷交互，可实现高速过弯驾控及 6.9 秒百公里加速。在智能驾驶方面，零跑 S 01 车型安装 22 个高精度传感器，搭载 Leap Pilot 智能驾驶系统，能够提供自适应巡航、低速跟随、车道偏离预警、车道保持、疲劳驾驶预警、限速标志识别、防碰撞预警、自动紧急制动、车辆盲区查看、360°全景环视影像、全自动智能泊车 11 项智能驾驶辅助功能。

7.2.3.3 潜在风险

（1）技术创新优势：零跑汽车拥有研发团队，动力总成、智能驾驶系统、智能互联系统等核心零部件都可实现自主开发，拥有核心竞争力。此外，零跑汽车与浙江大华技术股份有限公司合作开发汽车平台级人工智能计算芯片，有望打破外资公司在汽车用芯片领域的垄断。

（2）受到资本青睐：零跑汽车获得多轮融资，资金实力雄厚。2016 年 1 月 1 日。零

跑汽车披露获得来自大华股份和娱乐工厂的天使轮投资。2018 年 1 月 29 日，零跑汽车透露获得来自红杉资本中国、个人投资者、岳佑投资的 4 亿元人民币 Pre-A 轮融资，2018 年 11 月 19 日，零跑汽车宣布获得来自上海电气、红杉资本中国、兴证投资的 25 亿元人民币 A 轮融资。2019 年 8 月 3 日，零跑汽车透露获得来自金华中车基金的 3.6 亿元人民币 A+ 轮融资。

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家 B2B 模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享

- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告**服务、**管理咨询**、**战略**调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场**服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项**评选、行业**白皮书**等服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区**企业孵化服务

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报


图说


表说


专家说


数说

详情请咨询

客服电话

400-072-5588

上海

王先生： 13611634866
李女士： 13061967127

南京

杨先生： 13120628075
唐先生： 18014813521

深圳

李先生： 18916233114
李女士： 18049912451