头豹 LeadLeo

www.leadleo.com

2019年

中国自主品牌汽车行业概览

概览标签： 技术研发、“一带一路”、高端化



报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

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

©2020 LeadLeo

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

©2020 LeadLeo

概览摘要

自主品牌汽车是指由企业自主研发，拥有自主知识产权的汽车品牌，中国常见的自主品牌汽车包括比亚迪、长城汽车、吉利汽车、奇瑞汽车、上汽、五菱、夏利、红旗等。得益于中国汽车工业的快速发展以及中国宏观经济的持续增长和居民可支配收入的提高，中国自主品牌汽车行业发展迅速，销量呈上升趋势。2014年至2018年，中国自主品牌乘用车销量由754.7万辆增长至998.7万辆，年复合增长率为7.3%，未来，中国自主品牌乘用车销量将保持稳定增长，预计2023年有望突破1,200万辆。

- **自主品牌汽车推出高端车型，打造品牌形象**

自主品牌汽车推出高端车型，提高品牌溢价能力，并获得消费者认可。自主品牌通过高端化路线，实现单车利润的最大化，自主品牌汽车高端化是大势所趋。2007年，奇瑞汽车成立观致汽车，是最早涉入高端市场的先驱。此后，广汽传祺发布首款高端多用途乘用车GM8，奇瑞发布了旗下全新高端系列EXEED TX车型，长城汽车发布WEY高端品牌汽车，吉利汽车打造领克高端车型。其中，领克01上市时取得过“137”秒销售6000辆的表现。

- **自主品牌汽车企业加快布局汽车自动驾驶**

汽车的自动驾驶是未来的发展方向，自主品牌汽车企业加快布局自动驾驶领域。众多自主品牌汽车企业发布计划。2018年，部分自主品牌汽车企业已实现L2级别自动驾驶汽车的量产，代表企业为长安汽车、长城汽车、吉利汽车、上海汽车、小鹏汽车、蔚来汽车等。

- **自主品牌汽车企业布局出行市场**

在汽车共享化的背景下，自主品牌汽车企业向“产品+出行解决方案”方向转型，高度关注出行领域，布局出行市场成为自主品牌汽车企业热门风向。吉利汽车、一汽集团、广汽集团、长安汽车、北汽集团以及新势力造车如小鹏汽车、威马汽车等发布出行战略。

企业推荐：

奇瑞汽车

小鹏汽车

威马汽车

©2019.11 LeadLeo

头豹 LeadLeo 400-072-5588 www.leadleo.com

目录

- 名词解释 06
- 中国自主品牌汽车行业市场概述 07
- 中国自主品牌汽车行业驱动因素 14
- 中国自主品牌汽车行业风险分析 16
- 中国自主品牌汽车行业政策法规 17
- 中国自主品牌汽车行业发展趋势 18
- 中国自主品牌汽车行业竞争格局 21
- 方法论 28

©2019.11 LeadLeo

头豹 LeadLeo 400-072-5588 www.leadleo.com

名词解释

- **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，指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。
- **R&D：**Research and Development，科学研究与试验发展，在科学技术领域，为增加知识总量（包括人类文化和社会知识的总量），并运用这些知识去创造新的应用进行的系统的创造性的活动，包含基础研究、应用研究、试验发展三类活动。

©2019.11 LeadLeo

头豹 LeadLeo 400-072-5588 www.leadleo.com

中国自主品牌汽车行业市场概述——定义及分类

自主品牌汽车定义

自主品牌汽车是指由企业自主研发，拥有自主知识产权的汽车品牌，中国常见的自主品牌汽车包括比亚迪、长城汽车、吉利汽车、奇瑞汽车、上汽、五菱、夏利、红旗等。从狭义角度分析，自主品牌汽车仅包括乘用车，本文中出现的自主品牌汽车指自主品牌汽车企业生产的乘用车。

自主品牌汽车分类

根据自主品牌汽车的使用用途，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，装配货车的越野能力的汽车；（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，既可搭载乘客，也可运载货物。



基本型乘用车（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



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



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



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



交叉乘用车

在功能上，既可搭载乘客，也可运载货物

来源：企业官网，头豹研究院编辑整理

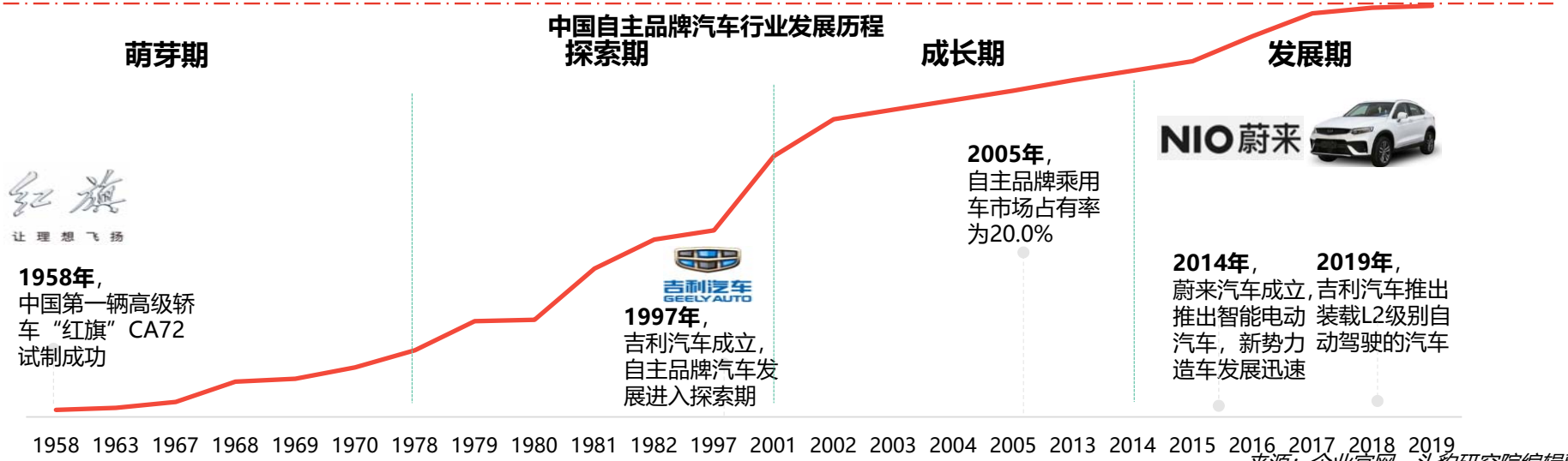
中国自主品牌汽车行业市场概述——发展历程

萌芽期（1958-1977年）： 1958年8月1日，中国第一辆高级轿车“红旗”CA72试制成功，这是中国第一辆属于自己的、具有民族象征性的轿车，标志着中国自主品牌汽车的诞生。1964年，“红旗”被指定为国际礼宾用车。1964年，一汽成立轿车分厂，将中国各分厂的红旗车生产阵地集中起来，加强红旗汽车的生产管理。1975年，一汽轿车厂生产红旗轿车155辆，是当时的最高纪录。“红旗”是这段时期中国唯一的民族品牌轿车。

探索期（1978-2000年）： 改革开放开启了中国引进外资技术的时期，拥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，促进中国汽车工业进入良性发展阶段。1983年5月，第一家中外合资的整车生产企业——北京吉普汽车有限公司成立标志着了中国汽车工业利用外资和引进技术的开始。1987年8月，国务院北戴河会议确定了发展轿车工业的战略，确定一汽、二汽、上海、天津、北京、广州作为中国轿车生产基地，中国汽车工业轿车空白的局面被打破。20世纪90年代，乘用车的需求量进一步扩大，为满足市场需求，汽车企业加大对乘用车的生产力度。1996年，中国乘用车的产销量首次超越了商用车。此外，民营自主品牌汽车开始起步，代表企业为1997年成立的吉利汽车和奇瑞汽车，截至2000年，奇瑞共生产超过2,000辆汽车。

成长期（2001-2013年）： 2001年至今，中国加入WTO，中国自主品牌汽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。在中国政策的积极引导下，中国自主品牌汽车行业迎来突飞猛进的发展，自主品牌汽车市场占有率迅速扩大，出口金额呈上升趋势，2005年，自主品牌乘用车的市场占有率为20.0%。吉利、长安、长城、广汽、比亚迪等自主品牌开始崛起。

发展期（2014年至今）： 在智能驾驶和新能源汽车快速发展的背景下，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品牌汽车行业的发展创造机遇。以蔚来汽车为例，2014年，蔚来汽车推出智能电动汽车，新势力造车发展迅速，助力中国自主品牌汽车行业发展。此外，2019年，吉利汽车推动装载L2级别的自动驾驶汽车，中国自主品牌汽车企业加速发展自动驾驶汽车。



来源：企业官网，头豹研究院编辑整理

©2019.11 LeadLeo

中国自主品牌汽车行业市场概述——产业链

中国自主品牌汽车行业的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自主品牌汽车企业，产业链下游涉及汽车消费者。

上游：汽车零部件

国际及合资汽车零部件供应商

博世 Autoliv AISIN Geared up for the future Continental DENSO ZF LEAR CORPORATION faurecia inspiring mobility

中国汽车零部件供应商

万向集团 天成 TIANCHENG 福耀玻璃 JIN HENG Dicastal Yanfeng Global Automotive Interiors 東方久乐 EAST JOY LONG

中游：自主品牌汽车企业

五菱汽车 品质驱动生活 长安汽车 CHANGAN 吉利汽车 GEELY AUTO VOLVO SINGULATO 奇点汽车 比亚迪汽车 奇瑞汽车 CHERY AUTOMOBILE NIO



HIGER QIANTU 前途 WELTMEISTER 威马汽车 小鹏汽车 YUDO

下游：汽车消费者

- 自主品牌汽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



- 影响消费者对自主品牌汽车购买的因素主要是居民收入水平、汽车价格、汽车性能、汽车安全性、汽车品牌、汽车外观、售后服务等

来源：企业官网，头豹研究院编辑整理

©2019.11 LeadLeo

头豹 LeadLeo 400-072-5588 www.leadleo.com

自主品牌汽车行业产业链上游

中国自主品牌汽车行业产业链上游为汽车零部件，主要参与者为汽车零部件供应商，国际及合资汽车零部件供应商处于优势地位。

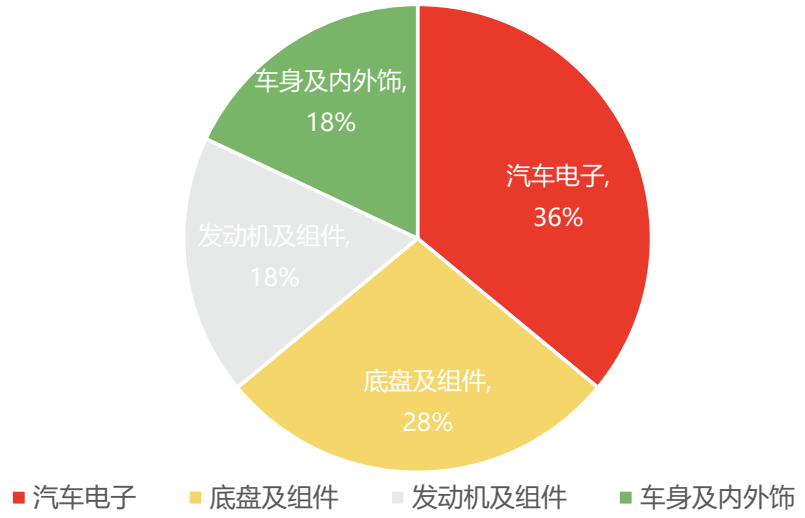
国际及合资汽车零部件供应商：凭借长期发展、技术优势、规模大、产业集中等优势，国际及合资汽车零部件供应商具备强大的研发实力，引领汽车零部件的行业发展。国际零部件市场形成了博世、大陆、江森自控、电装等零部件巨头，伴随着跨国汽车主机厂进入中国，国际汽车零部件企业在中国进行投资设厂，以德尔福为例，其在中国设立13家独资和合资企业，1个技术中心及一家培训中心。通过设立独资公司以及合资公司等方式国际汽车零部件供应商占据大部分市场份额，赚取高额利润。

中国汽车零部件供应商：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。福耀玻璃已成为中国出口量最大的汽车玻璃供应商。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，逐步打破国际及合资汽车零部件供应商在汽车零部件领域的垄断地位。与国际主流汽车零部件供应商相比，中国汽车零部件供应商仍有较大上升空间，根据2018年汽车零部件企业营业总收入排名，中国排名前10位的汽车零部件企业为潍柴动力、华域汽车、均胜电子、福耀玻璃、宁波华翔、一汽富维、众泰汽车、凌云股份、万向钱潮、中鼎股份。中国汽车零部件企业提高自主研发能力，逐步打破国际汽车零部件供应商在汽车零部件领域的垄断地位。

上游零部件公司众多，行业竞争激烈，中游汽车企业通过招标的方式，经3-5轮确定最终供应商，提出个性化需求，且订单量大。

借助技术实力，国际及合资汽车零部件供应商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36.0%，这类技术要求高的产品占比最高。

外资零部件公司在中国产品结构，2018年



来源：中国汽车工业协会，头豹研究院编辑整理

©2019.11 LeadLeo

自主品牌汽车行业产业链下游

自主品牌汽车行业产业链下游主要涉及消费者

自主品牌汽车的销售方式主要为特许经营专卖店（又称4S店）、汽车交易市场、汽车超市、网络营销等多种模式。特许经营专卖店建立完善的营销服务体系，贯穿售前、售中和售后的全过程。特许经营专卖店由于成本较低且发展时间长，成为目前主流的销售渠道，这种方式有助于树立特许经营专卖店的品牌形象，培养客户的忠诚度，满足客户的各项需求。此外，新造车势力通过新零售的方式拓展市场，以小鹏汽车为例，其通过“2S(体验/销售)+2S(交付/服务)+超级充电“的方式，线上线下多渠道布局，将直营与授权结合，为消费者提供全新的服务体验。

自主品牌汽车的主要销售渠道



消费者是自主品牌汽车行业产业链的终端，其购买行为将直接影响汽车销量。在中国经济快速发展的背景下，汽车消费已成为拉动内需的重要牵引力。影响消费者对自主品牌汽车购买的因素主要是居民收入水平、汽车价格、汽车性能、汽车安全性、汽车品牌、汽车外观、售后服务等。

影响消费者购买自主品牌汽车的因素

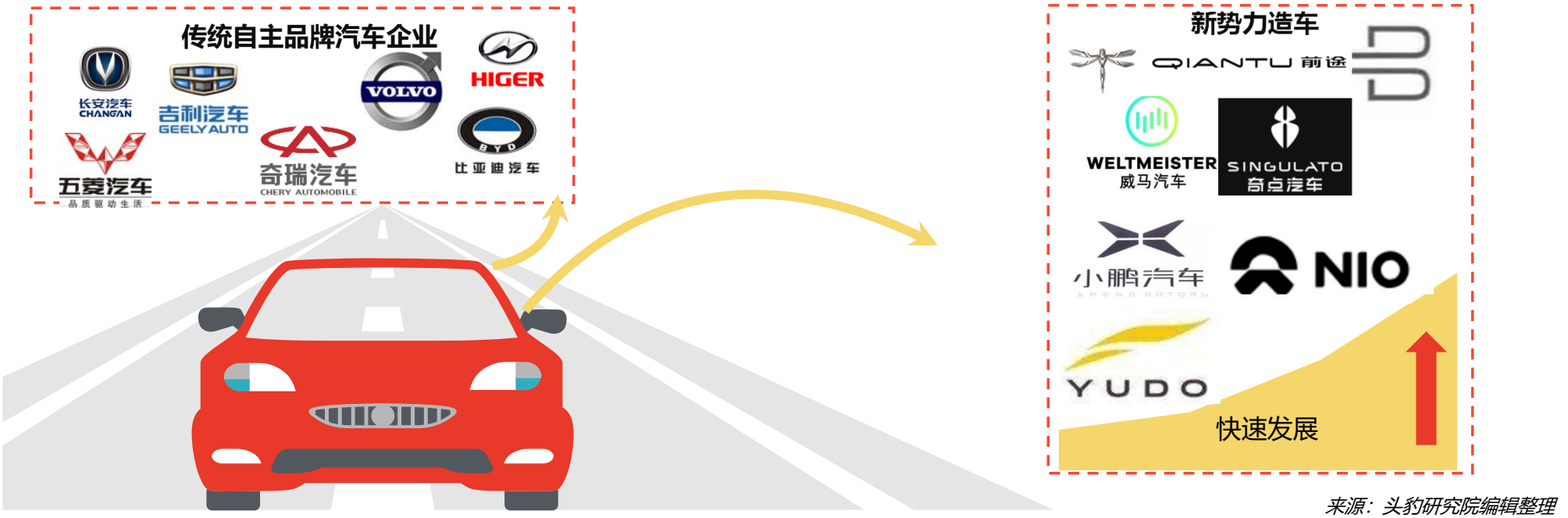


来源：头豹研究院编辑整理

©2019.11 LeadLeo

自主品牌汽车行业现状分析

- 自主品牌汽车行业参与者增多。据乘用车市场信息联席会秘书长崔东树介绍，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，自主汽车品牌的市场份额约占39.0%，新势力造车的市场份额约占1.0%。2014年至今，新势力造车企业陆续成立并宣布实现量产，代表企业为蔚来汽车、小鹏汽车、威马汽车、领跑汽车、合众汽车等，新势力造车企业打造新能源汽车，2018年，中国新能源汽车迎来爆发式增长，销量达到125.6万辆，受益于新能源汽车销量的增长，新造车势力发展迅速。此外，大部分新造车势力采用新零售模式，利用场景化营销，开设品牌体验店。
- 面对新造车势力的快速发展，中国传统自主品牌汽车企业利用自身优势，如完善的产业链体系，技术积累，和生产基地，开发新能源汽车。



来源：头豹研究院编辑整理

©2019.11 LeadLeo

中国自主品牌汽车行业市场概述——市场规模

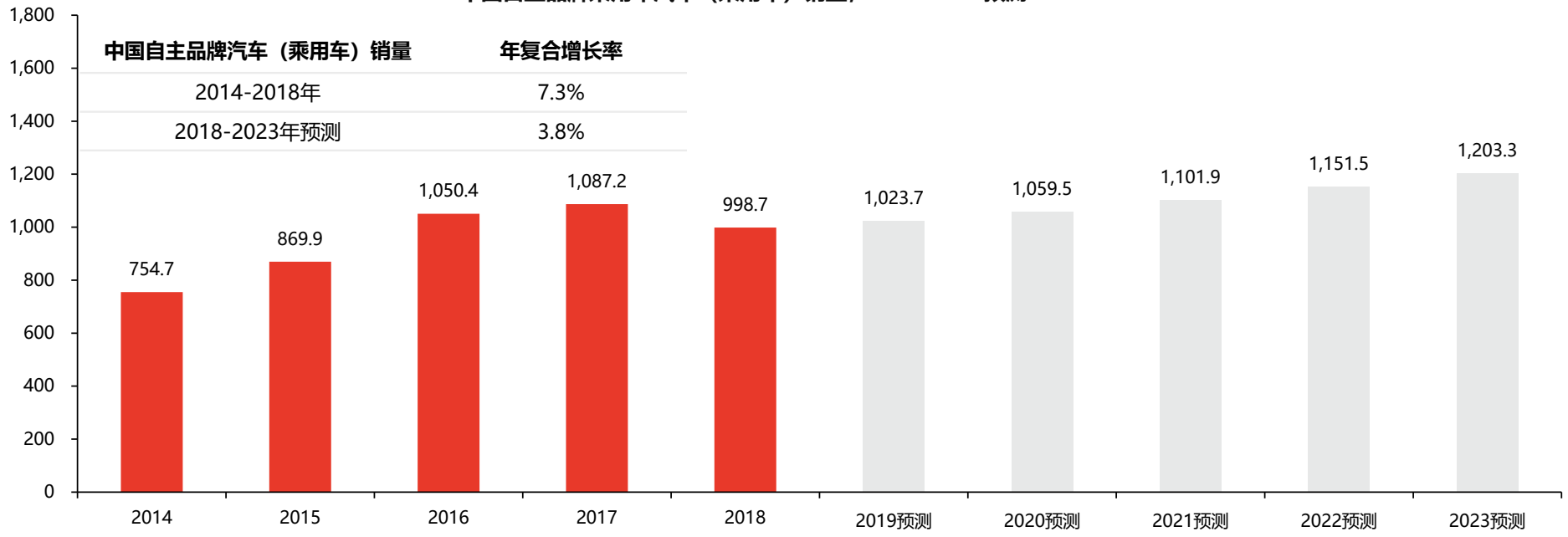
得益于中国汽车工业的快速发展以及中国宏观经济的持续增长和居民可支配收入的提高，中国自主品牌汽车行业发展迅速，新兴造车品牌逐步涌现，如蔚来汽车、威马汽车、小鹏汽车等，这些公司陆续实现量产，推动自主品牌汽车行业发展，行业市场规模逐步扩大，中国自主品牌汽车销量呈上升趋势。2014年至2018年，中国自主品牌乘用车销量由754.7万辆增长至998.7万辆，年复合增长率为7.3%，销量呈现波动增长的趋势 。2018年，受乘用车销量下滑影响，自主品牌乘用车销量迎来下降。未来，中国自主品牌乘用车销量将保持稳定增长，预计2023年有望突破1,200万辆。行业的持续发展主要受到以下两点因素驱动：

（1） “一带一路”倡议，推动自主品牌汽车企业“走出去” ；

（2）自主品牌汽车企业重视自主创新研发。

中国自主品牌乘用车汽车（乘用车）销量，2014-2023预测

中国自主品牌汽车（乘用车）销量	年复合增长率
2014-2018年	7.3%
2018-2023年预测	3.8%



来源：中国汽车工业信息网，头豹研究院编辑整理

©2019.11 LeadLeo

www.leadleo.com
头豹 LeadLeo 400-072-5588

中国自主品牌汽车行业驱动因素——“一带一路”倡议，推动自主品牌汽车企业“走出去”

2013年，中国政府提出“一带一路”倡议，推动中国与沿线国家的交流与合作，为自主品牌汽车“走出去”创造良好的政策环境和外部条件，具体表现在：
（1）在“一带一路”倡议的促进下，中国与沿线国家的合作与沟通推动其汽车市场容量持续增加，促进消费者购买力提升，“一带一路”沿线的国家中，汽车产量超过百万的国家仅有8个，2017年，“一带一路”沿线国家具备汽车生产能力的国家为14个，其中汽车产量超过十万的国家为8个。2017年，“一带一路”沿线的国家中，有48个国家的汽车市场差额数据为正值，表明这些国家的市场供给小于需求，需依赖进口满足市场需求；
（2）“一带一路”倡议推动中国自主品牌汽车企业制定发展战略计划，积极实现汽车出口，比亚迪、广汽、华晨、吉利、奇瑞等车企表现活跃，以比亚迪为例，其纯电动出租车和纯电动巴士已在全球6大洲、超过50个国家和地区以及200个城市销售。

“一带一路”倡议的背景下,自主品牌汽车“走出去”





来源：头豹研究院编辑整理

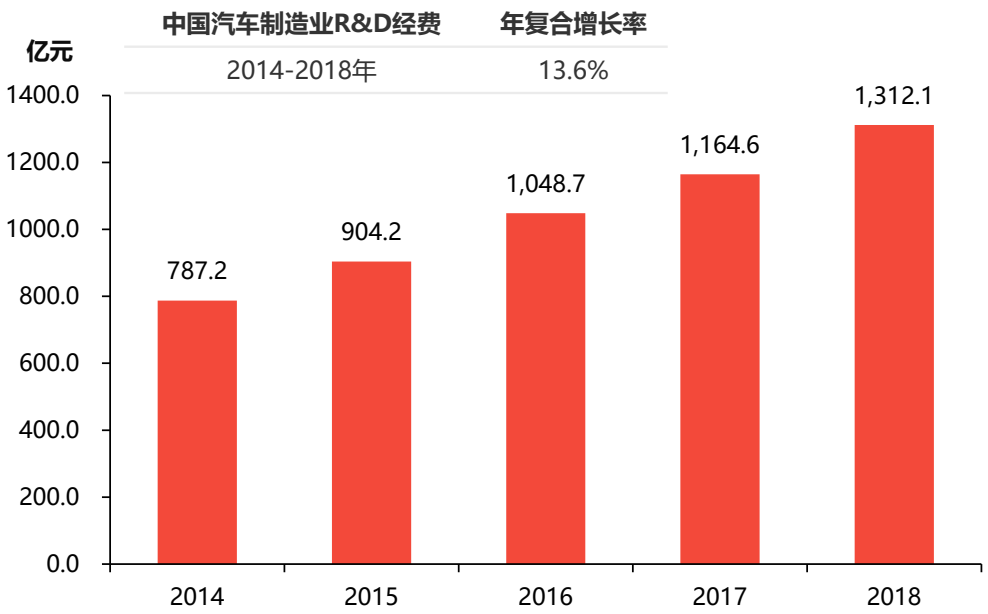
©2019.11 LeadLeo

头豹 LeadLeo 400-072-5588
www.leadleo.com

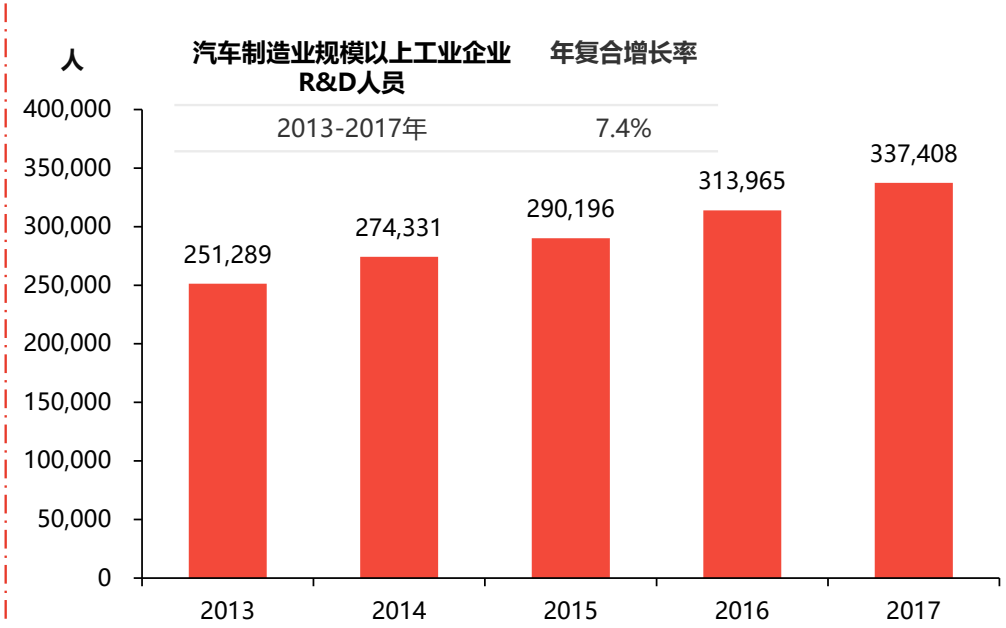
中国自主品牌汽车行业驱动因素——重视自主创新研发

自主品牌汽车的发展与自主创新研发息息相关。一方面，汽车研发投入经费逐年增多，促进全行业整体研发能力的不断提升，研发经费的增加是重视自主创新的重要表现之一，2014年至2018年，中国汽车制造业R&D经费由787.2亿元增长至1,312.1亿元，年复合增长率达到13.6%。另一方面，中国汽车工业自主创新人才队伍逐步壮大，2001年至今，高等院校加强了对汽车专业人才的培养力度，车辆工程专业及其他相近专业的招生规模增加，截至2018年，中国开班车辆工程专业的本科院校数量为252所，满足汽车行业对专门技术人才的需求。此外，自主品牌汽车企业通过与国际公司的联合开发、参与委托开发、引进紧缺人才和派出国外进行短期培训等方式，使汽车人才队伍逐步壮大，2013年至2017年，中国汽车制造业规模以上工业企业R&D人员，由251,289 人增长至337,408 人，年复合增长率达到7.4%。

中国汽车制造业R&D经费，2014-2018年



汽车制造业规模以上工业企业R&D人员，2013-2017年



来源：国家统计局，科技部，头豹研究院编辑整理

©2019.11 LeadLeo

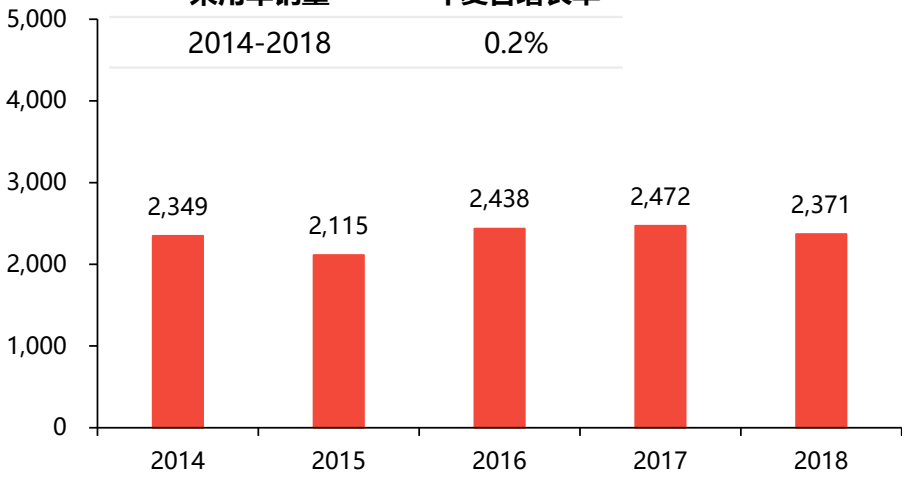
www.leadleo.com
头豹 LeadLeo 400-072-5588

中国自主品牌汽车行业风险分析——乘用车销量下降

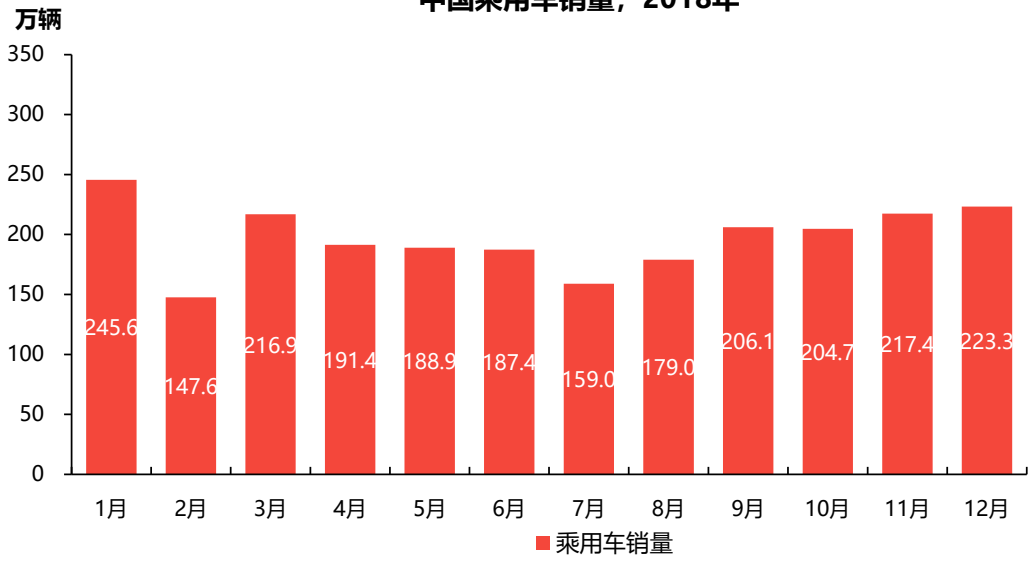
➢ 自主品牌汽车受乘用车销量下降的影响。2018年，乘用车销量为2,371.0万辆，同比下降4.1%，具体销量趋势。销量的下降使汽车行业进入寒冬。中国汽车销量迎来28年来的首次下降。多重原因叠加导致2018年乘用车市场遭遇寒冬：（1）2012年至今，二手车交易量呈现上升趋势，二手车交易量的增长影响新车市场的销量，根据中国汽车流通协会数据，2018年，中国二手车累计交易1,382.2万辆，累计同比增长11.5%，交易金额为8,303.6亿元；（2）消费者对汽车等消费品的消费意愿降低。2014年至2018年，中国居民人均交通和通信支出增速放缓，年增长率由14.9%下降到7.0%。相比之下，中国中国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。

乘用车销量，2014-2018年

乘用车销量	年复合增长率
2014-2018	0.2%



中国乘用车销量，2018年



来源：中国汽车工业协会，头豹研究院编辑整理

©2019.11 LeadLeo

头豹 LeadLeo 400-072-5588
www.leadleo.com

中国自主品牌汽车行业相关政策法规

在汽车工业的快速发展的背景下，汽车工业成为中国国民经济的重要支柱，中国自主品牌汽车企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 ，进而带动中国自主品牌汽车发展。政策从长期发展规划、投资主体、汽车产业未来发展方向等方面为中国自主品牌企业企业的发展指明方向，推动中国自主品牌汽车企业向智能网联汽车和新能源汽车方向发展。

政策名称	颁布日期	颁布主体	政策要点
《乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法》修正案（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	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
《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	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
《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

来源：头豹研究院编辑整理

©2019.11 LeadLeo

头豹 LeadLeo 400-072-5588
www.leadleo.com

中国自主品牌汽车行业发展趋势——高端化

自主品牌汽车企业推出高端车型，打造品牌形象

自主品牌汽车推出高端车型，提高品牌溢价能力，并获得消费者认可。2007年，奇瑞成立观致汽车，是最早涉入高端市场的先驱。此后，广汽传祺发布首款高端多用途乘用车GM8，长安汽车欲将发布的睿骋CC打造成中国B级车“新标杆”，奇瑞发布了旗下全新高端系列EXEED TX车型，长城汽车发布WEY高端品牌汽车，吉利汽车打造领克高端车型。其中，领克01上市时取得过“137”秒销售6,000辆的表现。此外，新势力造车企业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。一方面，中国汽车市场的快速发展为自主品牌的高端化提供了良好的条件。2009年至今，中国汽车销量稳居世界第一，为自主品牌的高端化创造良好的机遇，自主品牌汽车企业借助汽车市场的较快增长实现自主高端化的快速发展，在消费升级的背景下，高品质和高档次的消费趋势创造了市场需求。另一方面，高端化是自主品牌发展的必然结果。合资品牌和独资品牌在低端市场的竞争，冲击了以性价比为竞争手段的自主品牌的市场份额。集中在中低端市场的自主品牌汽车企业的利润率低，因此，自主品牌通过高端化路线，实现单车利润的最大化，自主品牌汽车高端化是大势所趋。

自主品牌汽车向高端化发展



来源：企业官网，头豹研究院编辑整理

©2019.11 LeadLeo

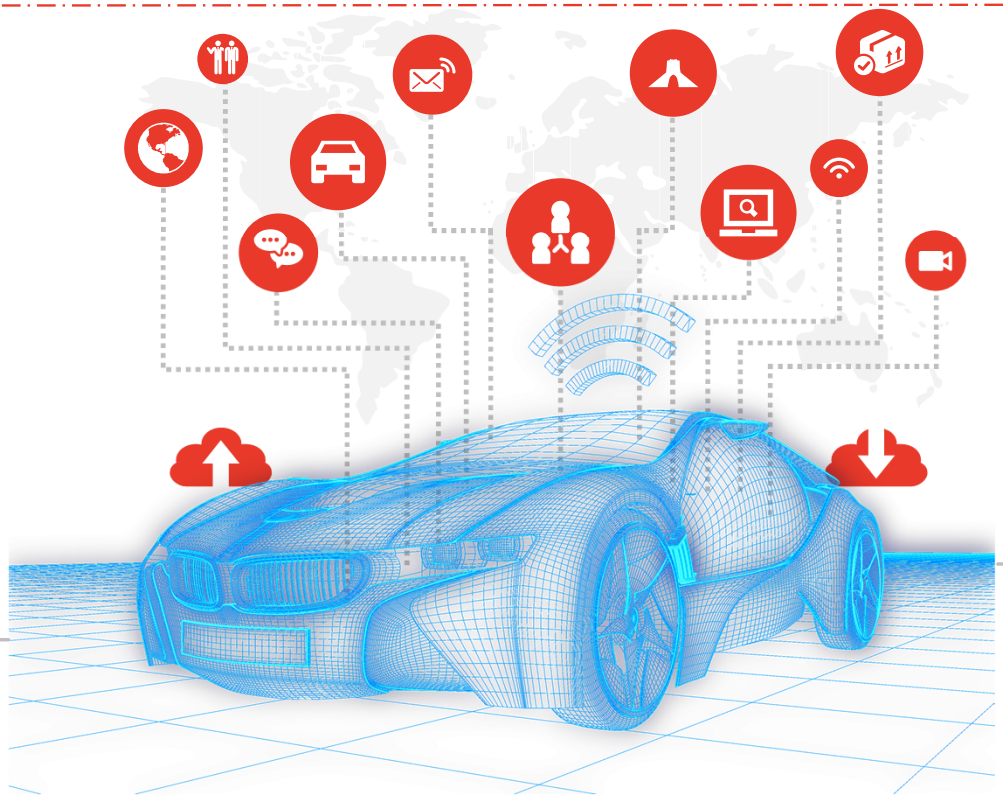
头豹 LeadLeo 400-072-5588
www.leadleo.com

中国自主品牌汽车行业发展趋势——自动驾驶

➢ 加快布局汽车自动驾驶

汽车的自动驾驶是未来的发展方向，自主品牌汽车企业加快布局自动驾驶领域。自动驾驶是技术密集型产业，是涉及计算机高端处理、传感器、通信设备、人工智能等众多高新技术产业。目前，智能汽车从L1级别自动驾驶向更高级别的自动驾驶发展。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。

众多自主品牌汽车企业发布计划。目前，自主品牌汽车的L2级量产规模将进一步加大，同时加速L3级别的自动驾驶车辆的推出和量产。以吉利汽车为例，吉利汽车宣布与自动驾驶公司 Zenuity 合作，共同为吉利汽车研发和生产第一代 L3（SAE）高级驾驶辅助系统



2018年，部分自主品牌汽车企业已实现L2级别自动驾驶汽车的量产，代表企业为长安汽车、长城汽车、吉利汽车、上海汽车、小鹏汽车、蔚来汽车，车型为小鹏G3、蔚来ES6、长安睿骋、吉利帝豪GS

来源：头豹研究院编辑整理

©2019.11 LeadLeo

头豹 LeadLeo 400-072-5588

www.leadleo.com

中国自主品牌汽车行业发展趋势——布局出行市场

在汽车共享化的背景下，自主品牌汽车企业向“产品+出行解决方案”方向转型，高度关注出行领域，布局出行市场成为自主品牌汽车企业热门风向。吉利汽车、一汽集团、广汽集团、长安汽车、北汽集团以及新势力造车如小鹏汽车、威马汽车等发布出行战略。一方面，移动出行是现在的潮流和趋势，自主品牌汽车企业的加入进一步延长了汽车行业的价值链，对商业模式进行探索。另一方面，自主品牌汽车企业布局出行业务有助于提高汽车销量，自主品牌汽车企业出资开展出行业务时优先选择旗下的汽车，出行业务的发展可以推动汽车销量，拓展市场。自主品牌汽车企业布局出行市场的模式可分为两种，具体分析如下：



自主品牌汽车企业“单干”模式

- 以吉利汽车为代表的“单干”模式。吉利科技集团布局“新能源汽车共享生态”的战略性投资业务，打造中国首个获得网约车牌照的新能源汽车共享出行平台——曹操出行。截至2019年9月20日，曹操出行已拓展到50座城市。曹操出行的发展推动吉利汽车专车商业模式的运营，打造“汽车企业+互联网+新能源汽车”的平台

自主品牌汽车企业“合作”模式

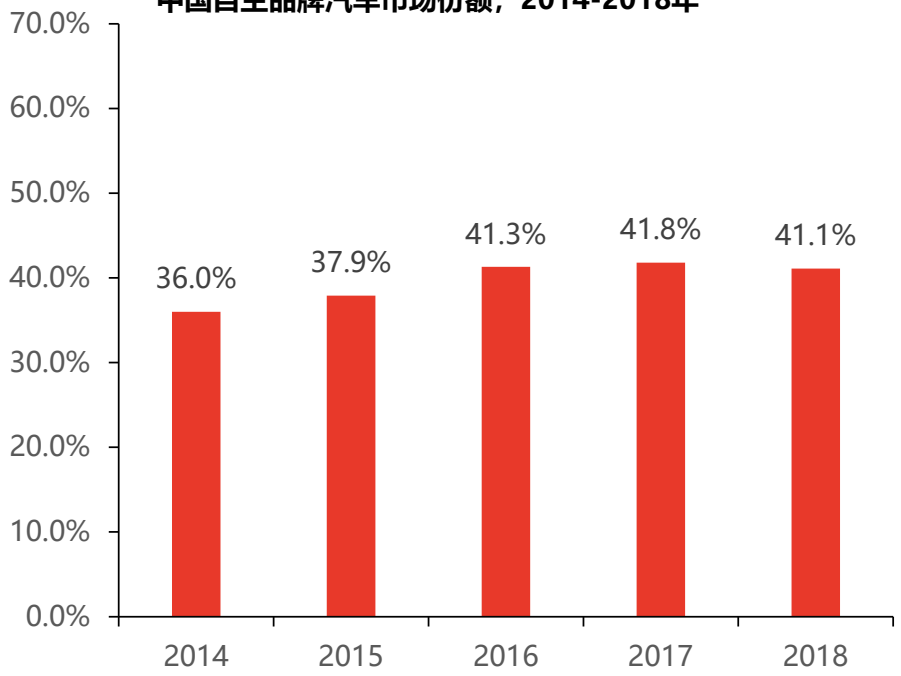
- “合作”模式成为自主品牌汽车企业布局出行市场的主要方式。以“T3出行“为例，一汽集团、东风汽车、长安汽车与苏宁、腾讯、阿里等多家企业合作推出“T3出行“。采用合作模式的企业包括长安汽车、广汽集团等

来源：头豹研究院编辑整理

中国自主品牌汽车行业竞争格局——市场格局概述

从乘用车自主品牌市场份额分析，其呈现逐步上升的趋势。2014年至2018年，中国自主品牌汽车在乘用车市场份额由36.0%，上升至41.1%，这显示自主品牌汽车发展迅猛。2019年，汽车消费疲软，乘用车行业变革加剧。自主汽车品牌在新能源汽车和智能驾驶领域布局，未来，将形成良好的发展态势，发展潜力大。根据来自行业内Top3企业的专家分析，2018年进入乘用车销量排名前10的生产企业中，3家为自主品牌汽车，分别是吉利控股、长城汽车、长安汽车，其中，吉利控股排名第五，销量为150.1万辆。

中国自主品牌汽车市场份额，2014-2018年



乘用车销量排名前10中自主品牌汽车企业，2018年



2018年，吉利控股乘用车销量为150.1万辆

2018年，长城汽车乘用车销量为91.5万辆

2018年，长安汽车乘用车销量为87.4万辆

来源：中国汽车工业协会，头豹研究院编辑整理

©2019.11 LeadLeo

头豹 LeadLeo 400-072-5588 www.leadleo.com

中国自主品牌汽车行业投资企业推荐——奇瑞汽车(1/2)

公司名称：奇瑞汽车股份有限公司　　**成立时间：1997年**　　**中国公司总部：中国安徽省芜湖市**

公司简介

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。截止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。奇瑞汽车获得2016年“中国大陆最佳自主品牌汽车企业”称号。



奇瑞汽车股份有限公司

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

90万辆	40万套	75.2万辆
自主品牌汽车产能	变速箱产能	2018年销量

来源：奇瑞汽车股份有限公司官网，头豹研究院编辑整理

中国自主品牌汽车行业投资企业推荐——奇瑞汽车(2/2)

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2018款瑞虎3、瑞虎3x、瑞虎8、瑞虎5x HERO、瑞虎8、瑞虎5x 1.5L、瑞虎7。艾瑞泽系列旗下拥有4款车型，包括艾瑞泽GX、全新艾瑞泽5、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。

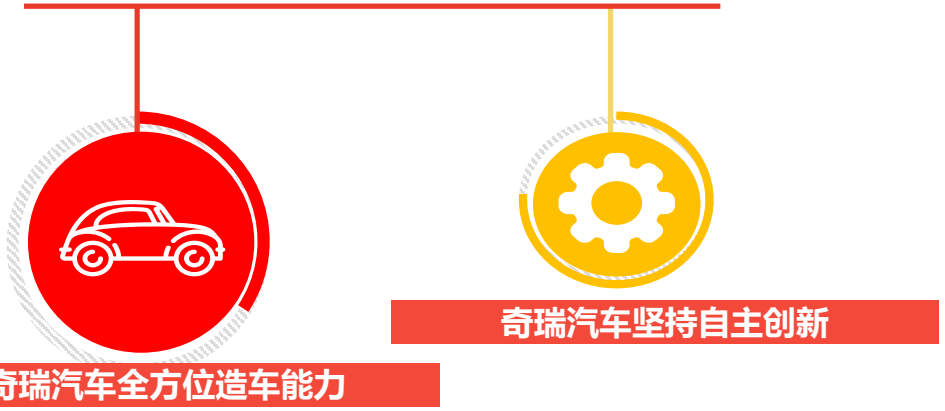
奇瑞汽车主要产品



投资亮点

（1）坚持自主创新：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，进行整车关键技术的研发，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。



来源：奇瑞汽车股份有限公司官网，头豹研究院编辑整理

©2019.11 LeadLeo

头豹 LeadLeo 400-072-5588
www.leadleo.com

中国自主品牌汽车行业投资企业推荐——小鹏汽车（1/2）

公司名称： 广州橙行智动汽车科技有限公司　　**成立时间：2015年**　　**中国公司总部：广东省广州市**

公司简介

广州橙行智动汽车科技有限公司（以下简称：小鹏汽车）成立于2015年，总部位于广东省广州市，是一家电动汽车生产制造商，应用新的技术、工艺和商业模式，打造年轻人喜爱的智能化新能源电动汽车。2018年1月，小鹏汽车交付39辆新车，成为首家进入乘联会新能源销量榜的互联网造车企业。



小鹏汽车计划于2020年底前，在中国布局超过1000座充电站、一万个专用充电桩以及10万个第三方合作接入充电桩



来源：广州橙行智动汽车科技有限公司官网，头豹研究院编辑整理

©2019.11 LeadLeo

中国自主品牌汽车行业投资企业推荐——小鹏汽车（2/2）

主要产品：

小鹏汽车拥有G3 2019款、P7款和G3 2020款。小鹏P7是小鹏汽车打造的拥有互联网思维的智能超跑。小鹏G3 2020款搭载L2.5级自动驾驶辅助系统，装载12个超声波雷达、3个毫米波雷达、4个车身摄像头和1个前向摄像头。





投资亮点：

➢ **打造智能化平台**

用户可下载小鹏汽车APP，远程查看车辆状态，实现智能互联，为用户带来智能化用车体验

➢ **获得资本青睐**

小鹏汽车获得多轮融资，受资本关注度高。2015年至今，小鹏汽车已获得8轮融资，2019年11月，小鹏汽车获得来自小米科技、天使投资人何小鹏、经纬中国、晨兴资本的4亿美元C轮融资

小鹏汽车融资情况（截至2019年11月）

时间	投资方	投资轮次	投资金额
2019-11	小米科技等	C轮	4亿美元
2018-08	春华资本、晨兴资本等	B+轮	40亿人民币
2018-02	鸿海精密	战略融资	3亿人民币
2018-01	阿里巴巴、富士康等	B轮	22亿人民币
2017-12	阿里巴巴等	A+轮	未披露
2017-06	优车产业基金、大钲资本	A轮	22亿人民币
2016-03	未披露	Pre-A轮	4200万美元
2015-04	微光创投、紫牛基金	天使轮	金额未知

来源：广州橙行智动汽车科技有限公司，头豹研究院编辑整理

©2019.11 LeadLeo

头豹 LeadLeo 400-072-5588 www.leadleo.com

中国自主品牌汽车行业投资企业推荐——威马汽车（1/2）

威马汽车科技集团有限公司

企业简介：

威马汽车科技集团有限公司（以下简称：威马汽车），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。威马汽车在德国、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。



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。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。

威马汽车主要产品


威马EX6 Plus


威马EX5

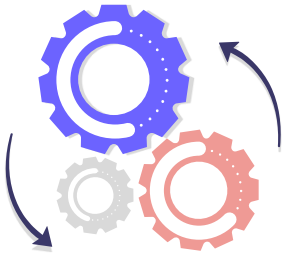
来源：威马汽车科技集团有限公司官网，头豹研究院编辑整理

中国自主品牌汽车行业投资企业推荐——威马汽车(2/2)

投资亮点：

（1）重视汽车质量：威马汽车自建工厂，把控汽车质量。2016年11月23日，威马汽车工厂在温州奠基，2018年3月实现了生产线贯通，该工厂占地面积近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，威马汽车获得来自远景能源和七海资本的战略融资，随后，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



威马汽车重视汽车质量
威马汽车受资本关注度高

威马汽车融资情况（截至2019年11月）

时间	投资方	投资轮次	投资金额
2018-10	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	C+轮	30亿人民币
2018-04	远景资本、新鼎资本	C轮	未披露
2017-12	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	B+轮	未披露
2017-12	SIG海纳亚洲创投基金、百度资本、阿米巴资本	B轮	10亿美元
2017-11	远景能源、七海资本	战略融资	未披露
2016-08	跃马资本	A轮	10亿美元

来源：威马汽车科技集团有限公司官网，头豹研究院编辑整理

©2019.11 LeadLeo

头豹 LeadLeo 400-072-5588
www.leadleo.com

方法论

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。

- 研究院依托中国活跃的经济环境，从汽车、人工智能、新能源等领域着手，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。
- 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。
- 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。
- 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11月完成。

©2019.11 LeadLeo