



2022 年汽车行业策略报告：供需端催化零部件成长 智能化引领发展趋势



2021 年新能车销量有望超过 320 万辆，渗透率达到 15%。低端 A00 和高端 B/C 车型成为新能车爆发增长点。看好明年新能车市场继续保持较高增长。新能车市场底层驱动力已经转向由政策、供给端、需求端多因素驱动。供给端，新能源车型推出速度不断加快，造车新势力、自主品牌、合资/外资车企全方面发力。需求端，随着市场培育程度不断加深，技术进步及续航里程不断提高等因素，消费者对新能源汽车的认知不断改善。此外，芯片短缺问题有望在明年 Q1 得到缓解，压制的产能和需求将得到释放。

零部件领域，重点关注空气悬架和智能玻璃。空气悬挂迎来行业拐点，主要是供需两方面催化造成的。供给方面，国产方案帮助空气悬架实现价格下探。需求端，新能源车车企对空气悬挂提供了重要助推作用。保隆科技和中鼎股份分别为乘用车空气弹簧和空气供给单元的国内龙头。

新能源车推动汽玻市场扩容，福耀站在新一轮成长周期的起点。天幕玻璃颠覆了传统设计，更契合新能源车对科技感和未来感的需求。目前天幕玻璃正在快速渗透，2021 年 1-10 月全景天幕在新能源车中渗透率约 23.2%，预计 2025 年达到 55%。从价值增量看，汽车玻璃实现量价齐升，天幕玻璃普遍 1.5-2 平米，而集成镀膜隔热、智能调光等功能的天幕单片价值最高可达 5000 元，而 HUD 前挡风显示玻璃单片价值最高可达 1000 元。随着天幕玻璃、HUD 渗透率快速提升，未来 5 年，国内汽玻 OEM 市场规模复合增长率能达到 20%以上。我们重点关注福耀玻璃，公司市占率

有望不断向上。

智能化是汽车发展的确定趋势，新能源汽车中关注小鹏汽车在智能化方面的布局。小鹏汽车为自身打造的第一个标签是“全栈式自研”，这是小鹏汽车智能化的根基。小鹏汽车凭借在智能驾驶领域的人才储备和技术积累，有望持续迭代优势。第二个标签是“做更懂中国的智能汽车”，主要是在技术路线、算法风格、中国路况特色等多方面有更适合中国路况的选择。第三个标签是“软件盈利模式”。小鹏汽车是率先实现了全栈自研的自动辅助驾驶软件单独收费的汽车制造商，也是国内首家确认软件营收的新能源汽车厂商。

风险提示：产品开发不及预期；下游汽车需求不及预期；芯片短缺

关键词：新能源 新能源汽车 芯片

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_30897

