



汽车行业专题研究：新能源车开启大众化之路



下沉市场消费潜力释放，差异化需求激发新能源车市场活力 2022 年 1-8 月，我国中小型城市的新能源车渗透率距特大城市仍有 11-17pct 的提升空间。在新能源车下乡等政策激励下，低线城市的消费潜力有望加速释放。而下沉市场消费者对价格敏感，更偏好 10-15 万的高性价比车型。根据我们的假设测算，新能源车和燃油车一年的补能成本差异为 6,500-7,500 元（假设年行驶里程 1.65 万公里、油价 9.04 元/L，电价 0.54 元/kwh 计算），在购置税优惠加持下，即使存在电池衰竭导致预期保值率较低的问题，新能源车的全生命周期成本仍更具优势。这正契合低线城市潜在车主对高性价比的追求，为新能源车在下沉市场的发展奠定了基础。

渠道先行、产品为王，车企密集布局下沉市场

中国新能源乘用车消费结构正在发生改变，中型城市的增量贡献已经从 17 年的 14% 提升至 22 年 1-8 月的 22%，这一上升趋势在今年以来更为明显。国内新能源车企加快了三四线城市的渠道网络布局，以及主销价格区间的新车型开发。在产业链完善、技术快速迭代并持续降本的优势下，相比同价位传统合资品牌燃油车，自主品牌的新能源车能够以更优秀的性能表现、更高级的外观、更智能的配置作为核心竞争力，来突破三、四线城市汽车市场。例如，比亚迪 22 年 7 月超 14 万台的月销量中，二线及以下的城市作出了 55% 以上贡献，今明两年公司还将以 20% 的增速继续扩张。

自主品牌销量份额提升，新能源车替代燃油车实现大众化之路我们挑选了 10 个汽车销售总量较高的省市，比较了其 2020 年和 22 年 1-8 月的

品牌销量份额变化——比亚迪销量份额的提升幅度在各个省份均达到4pct以上，而传统燃油车头部品牌大众、别克在10个省市的份额显著下滑，日系丰田、本田份额表现略好，但也面临下滑、被替代的风险。我们乐观预计未来8年新能源车有望在10-20万元主流市场实现对燃油车较大程度的替代，且从2023年开启快速替代之路。据《路线图2.0》，我们预计到2030年新能源+混动车型国内销量将达到2,125万辆，其中10-20万元车型销量有望达956万辆，较21年的105万辆有8倍以上增长空间。

技术出新、品质领先，中国制造在产业链协同下抢占全球高地 1) 比亚迪作为品牌出海领头羊，通过产业链纵向深度布局，培育出全球领先的技术能力和规模效应，车型的续航表现和智能体验均优于日系车，高性价比将助力自主品牌在东亚、欧洲市场开辟第二成长曲线。2) 投产不足3年，特斯拉上海工厂22年1-8月出口15.9万辆，达到除中、美外总销量的117%。这得益于“中国速度”，其核心在于国内供应链的完整性和产业集群的快速响应能力，95%+的国产化率帮助企业大幅提升生产效率并降低成本。未来中国车企还将立足于此，持续向全球输送“中国制造”。结合车企销量规划 我们推算2025年中国新能源车出口规模有望达370万辆

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_47456

