

# 2022年新能源汽车（蔚来、理想、小鹏、哪吒）企业对比系列报告（一）：赛道阻力加剧，谁能脱颖而出

Comparative Reports on The New Forces of Chinese Car Making in 2022  
2022年の中国の新型車建造の勢力対比報告

概览标签：新能源汽车、造车新势力、理想、小鹏、蔚来、哪吒、特斯拉

报告主要作者：吴子坤

2022/07

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。

# 研究目的&摘要

## 研究目的

本报告为新能源汽车（蔚来、理想、小鹏、哪吒）企业对比系列报告第一篇，将梳理中国主流造车新势力的产品定位，对四家企业的竞争策略做出分析。

研究区域范围：中国地区

研究周期：2022年上半年

研究对象：小鹏、蔚来、哪吒、理想

此研究将会回答的关键问题：

- ① 小鹏、蔚来、哪吒、理想的产品矩阵有哪些？未来有什么产品布局计划？
- ② 小鹏、蔚来、哪吒、理想产品在定位方面有何差异与共性？

## 摘要

**中国四大造车新势力拥有清晰的市场定位，进行错位竞争，但很快将进行内部竞争。**

- **小鹏**：2018年，小鹏通过上市首款量产紧凑级SUV G3拓展市场，2年后小鹏P7接力，定位中高端轿跑市场，整体价位覆盖于15-41万元之间，2021年小鹏上市的P5可对中低端进行延续，小鹏销量连续四个季度夺得造车新势力交付冠军，而2022年将上市的G9将对高端市场发起冲击。
- **蔚来**：蔚来成立后以高端超跑渗透至中高端SUV市场，紧接着再扩展至轿车领域，产品矩阵愈发丰富，并且保持每年推出一款新车的产品发布节奏。2022年发布两款新车，更新了三款车型，但目前销量遭遇强阻力。
- **哪吒**：哪吒汽车产品定位自下而上，哪吒U和V以性价比和智能化作为优势，主打7-20万元内的新能源汽车，在2022年的销量也稳定在造车新势力的前三名。2022年推出哪吒S，对中端轿车市场发起冲击，主要市场逐渐从二线城市转移到一线及新一线城市。
- **理想**：理想定位增程式车型，致力于为用户打造没有里程焦虑的智能电动车，独特精准的定位是理想ONE成为造车新势力产品中最先实现交付一万辆的车型的重要原因。2022年又推出高端SUV车型L9，未来将对中低端市场全面覆盖。

**中国造车新势力头部车企即将进入内忧外患的境地。外患，传统车企逐渐转型；内忧，头部四家车企的车型与价格区间逐渐丰富，势必会在其中发生竞争**



# 目录

# CONTENTS

|                 |    |
|-----------------|----|
| ◆ 小鹏汽车产品定位      | 6  |
| • 小鹏汽车品牌发展历程    | 7  |
| • 小鹏汽车产品布局      | 8  |
| • 小鹏汽车竞品参数对比    | 9  |
| ◆ 蔚来汽车产品定位      | 10 |
| • 蔚来汽车品牌发展历程    | 11 |
| • 蔚来汽车产品布局      | 12 |
| • 蔚来汽车竞品参数对比    | 13 |
| ◆ 哪吒汽车产品定位      | 14 |
| • 哪吒汽车品牌发展历程    | 15 |
| • 哪吒汽车产品布局      | 16 |
| • 哪吒汽车竞品参数对比    | 17 |
| ◆ 理想汽车产品定位      | 18 |
| • 理想汽车品牌发展历程    | 19 |
| • 理想汽车产品布局      | 20 |
| • 理想汽车竞品参数对比    | 21 |
| ◆ 总结            | 22 |
| • 造车新势力产品定位对比总结 | 23 |
| ◆ 方法论           | 24 |
| ◆ 法律声明          | 25 |

# 目录

# CONTENTS

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| ◆ Xpeng Motors Product Positioning       | 6  |
| • Brand Development Process              | 6  |
| • Product Layout                         | 7  |
| • Comparison Of Competition Parameters   | 8  |
| ◆ NIO Product Positioning                | 9  |
| • Brand Development Process              | 10 |
| • Product Layout                         | 11 |
| • Comparison Of Competition Parameters   | 12 |
| ◆ Neta Product Positioning               | 13 |
| • Brand Development Process              | 14 |
| • Product Layout                         | 15 |
| • Comparison Of Competition Parameters   | 16 |
| ◆ LI Product Positioning                 | 17 |
| • Brand Development Process              | 18 |
| • Product Layout                         | 19 |
| • Comparison Of Competition Parameters   | 20 |
| ◆ Summary                                | 21 |
| • Product Positioning Comparison Summary | 22 |
| ◆ Methodology                            | 23 |
| ◆ Legal Statement                        | 24 |

图表目录
List of
Figures
and Tables

图表1: 小鹏品牌发展历程及产品推出过程 07
图表2: 小鹏汽车产品矩阵 08
图表3: 小鹏总体销量及主力车型P7、P5销量走势图, 2021年5月-2022年5月 08
图表4: 小鹏与特斯拉、哪吒主力车型部分性能参数对比 09
图表5: 蔚来品牌发展历程及产品推出过程 10
图表6: 蔚来汽车产品矩阵 12
图表7: 中国高端车型销量, 2022年1-5月 12
图表8: 蔚来汽车销量情况, 2020年5月-2022年6月 12
图表9: 蔚来与特斯拉主力车型部分性能参数对比 13
图表10: 哪吒品牌发展历程及产品推出过程 15
图表11: 哪吒汽车产品矩阵 16
图表12: 20万元以下新能源热销车型对比图 16
图表13: 蔚来汽车销量情况, 2021年1月-2022年5月 16
图表14: 哪吒与威马、特斯拉主力车型部分性能参数对比 17
图表15: 理想汽车品牌发展历程及产品推出过程 19
图表16: 理想汽车销量情况, 2021年6月-2022年6月 20
图表17: 中国二胎出生人口及出生人口占比 20
图表18: 中国SUV市场 20
图表19: 理想产品布局计划 20
图表20: 理想ONE、L9与宝马X5和特斯拉Model Y部分性能参数对比 21
图表21: 造车新势力产品定位及未来发展战略对比 23



## XPeng

# 小鹏汽车产品定位

---

小鹏汽车品牌发展历程

小鹏汽车产品布局

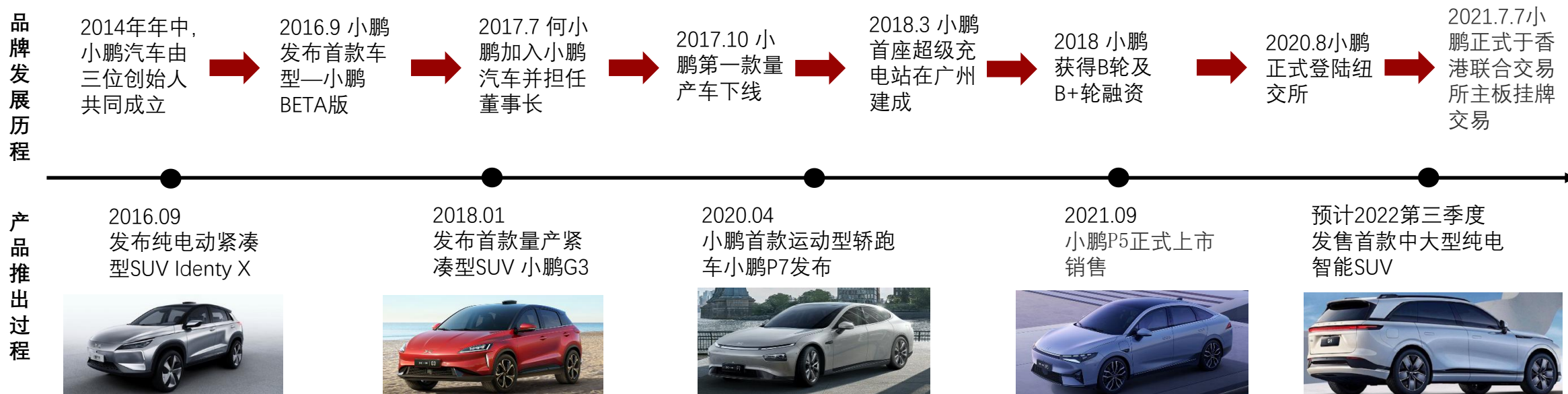
小鹏汽车竞品参数对比

.01

## 小鹏汽车品牌发展历程

- 小鹏汽车在2021年取得造车新势力销量头名后持续发力，在不断提高销量的同时，不仅不断丰富车型，还在中低端和高端市场不断渗透，其品牌影响力进一步提高

### 小鹏品牌发展历程及产品推出过程

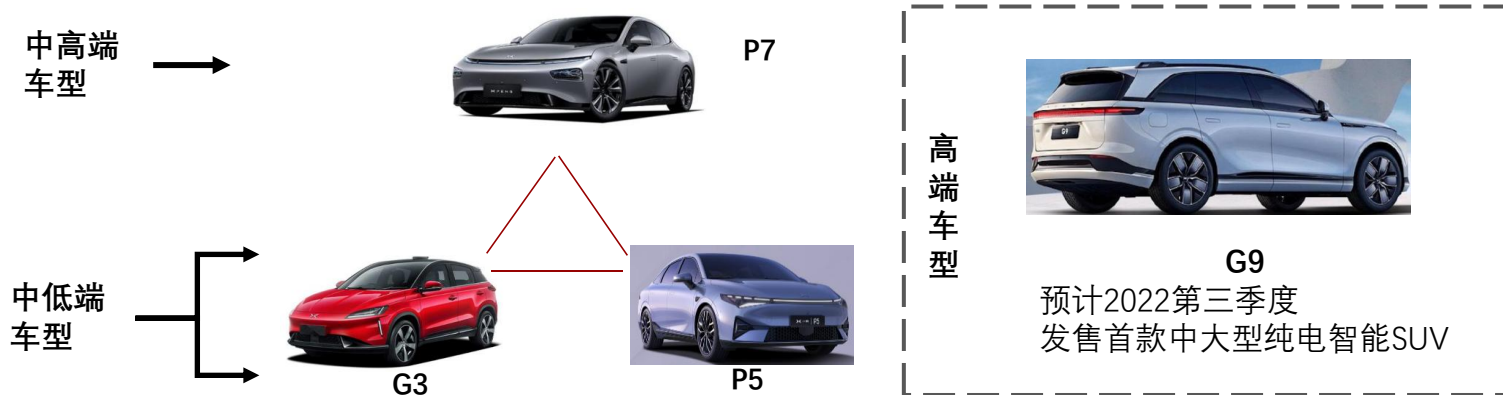


- 小鹏目前有三款车型在售，分别为于2108年12月上市的G3、2020年7月上市的P7及2021年9月上市的P5。其中，G3定位紧凑型SUV，价位在14-20万元人民币之间，起到开拓市场的作用，目前只占小鹏总销量的20%左右；P7定位轿跑，将续航、智能化配置、行驶品质作为卖点，主打高端市场，也是目前小鹏的主力车型，占了小鹏总销量的40%左右；新款P5更像是低配版的P7，主要卖点为车内空间和车内智能化使用时的流畅度，目前基本稳定在小鹏总销量的35%左右，不过预计后期仍有提升空间。
- 小鹏汽车主打简单且实用的科技，价格覆盖在15-41万元人民币之间，其发展逐渐趋向于对各个价位进行全面覆盖，这主要因为目前小鹏已取得一定品牌影响力，在2021年和2022年前6个月累计销量上处于造车新势力的第一顺位，因此小鹏开始逐渐对新能源车的头部公司发起冲击。小鹏通过关注续航里程、做工质量、智能化全面提升的方式打开市场，同时加快各车型布局提高形象力。
- 小鹏汽车的战略格局为立足全球，服务本土。小鹏自成立以来已完成了全球化的布局，研发端通过全球设立研究所，消费端通过app，全球消费者都可简便购买。

## 小鹏汽车产品布局

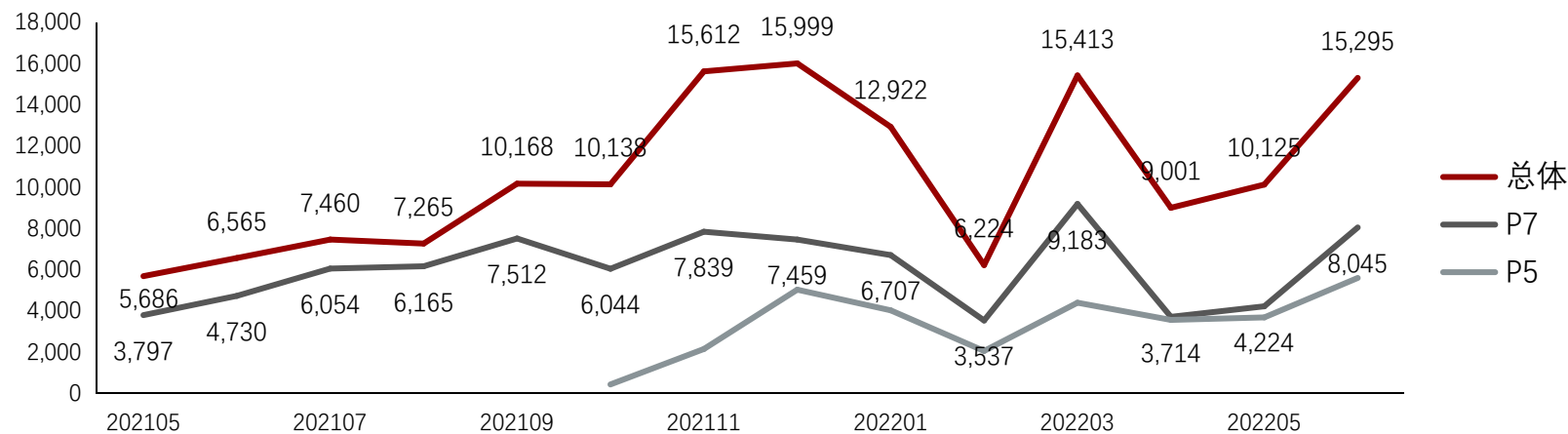
- 2022年第二季度小鹏交付新车34,422辆，其销量连续四个季度夺得造车新势力交付冠军，第三季度G9的上市也将展开“蔚理鹏”第一次正面交锋

### 小鹏汽车产品矩阵



### 小鹏总体销量及主力车型P7、P5销量走势图（辆），2021年5月-2022年6月

单位：[辆]



来源：公司官网，汽车之家，头豹研究院

### 头豹洞察

- 小鹏G3作为小鹏汽车的首款车型，定位于紧凑级SUV市场，瞄准众多家庭第一款新能源车，强调大众化和智能化。P7搭载的辅助驾驶架构XPilot 3.0使用智能双擎，在智能化方面不断升级，仍在新能源车型中具备优势，其历经两年仍是小鹏销量的主力车型。P5更像是P7的低配版，不过在智能化搭载上其能力并不逊色P7。
- 2022年小鹏第二季度交付新车3,4422辆，其销量连续四个季度夺得造车新势力交付冠军，上半年销量同比增长220%，6月份也完成了继蔚来交付破20万辆后，第二个中国造车新势力中累计交付破20万辆的车企。
- 未来产品布局计划：**由于上半年疫情导致新能源汽车整体产业链受挫，原预计上半年就可推出的高端车型G9，将在第三季度开始出售，其代表了小鹏对新能源车型全覆盖的重要一步，也是造车新势力“蔚理鹏”第一次正面交锋。
- 同时小鹏也在积极布局海外市场，在智能化方面其在全球也属于第一梯队，但知名度上略显逊色，目前荷兰和瑞典是其全球布局的第一步。

## 小鹏汽车竞品参数对比

- 小鹏P5的智能化及娱乐性在20万元车型上属于独一档的存在，而P7的主要竞争对手为Model 3，两者在智能化、车内空间和车辆行驶性能上都各有优势，最大的差距就是特斯拉的品牌更有影响力

小鹏与特斯拉、哪吒主力车型部分性能参数对比

| 车型         | 小鹏P5<br>尊享版 | 哪吒S<br>耀世版 | 小鹏P7<br>562E性能版 | 特斯拉Model 3<br>高性能版 |
|------------|-------------|------------|-----------------|--------------------|
| 起售价格（万元）   | 19.98       | 33.88      | 34.94           | 36.79              |
| 车型定位       | 紧凑型         | 中大型车       | 中型车             | 中型车                |
| 百公里加速（s）   | 7.5         | 3.9        | 4.3             | 3.3                |
| 最高时速（km/h） | 170         | 170        | 170             | 261                |
| 最大功率（KW）   | 155         | 340        | 316             | 357                |
| 最大扭矩（Nm）   | 310         | 620        | 655             | 655                |
| 续航里程（km）   | 600         | 650        | 562             | 675                |
| 快充时间（h）    | 0.63        | 0.58       | 0.6             | 1                  |

来源：公司官网，汽车之家，头豹研究院

头豹洞察

- P5的基础数据更像P7的低配版，车型的价格相差大约10万元左右，但P5在智能化方面毫不逊色P7，在辅助驾驶和自动驾驶芯片上和P7保持一致，同时还多添加了2个激光雷达，因此之后的OTA升级上P5甚至可以领先P7。5的另一个亮点就是车内空间，车内空间优于P7，还加入了X-Play娱乐场景、X-Sleep睡眠场景、X-Go户外场景、X-Life生活场景和X-DIY场景这五大场景，目前20万左右车型P5的智能化及娱乐性属于独一档的存在。
- P7作为小鹏汽车目前最热销车型，高智能化是其最大卖点，其搭载的辅助驾驶架构XPilot 3.0使用智能双擎，其中，英伟达Xavier自动驾驶芯片具备L4级自动驾驶计算能力，可实现每秒30万亿次运算，功耗仅为30瓦；而高通骁龙820A车规级芯片为小鹏汽车自主研发的Xmart OS提供强大硬件支持。P7的主要竞争对手为特斯拉的Model 3，两者在智能化、车内空间和车辆行驶性能上都各有优势，最大的差距就是特斯拉的品牌进入新能源行业更早，更有影响力，而哪吒作为2022年的销量黑马，在智能化方面仍逊色于小鹏，加上品牌影响力不足，短时间内难超小鹏的市场地位。

NIO

## 蔚来汽车产品定位

---

蔚来汽车品牌发展历程

蔚来汽车产品布局

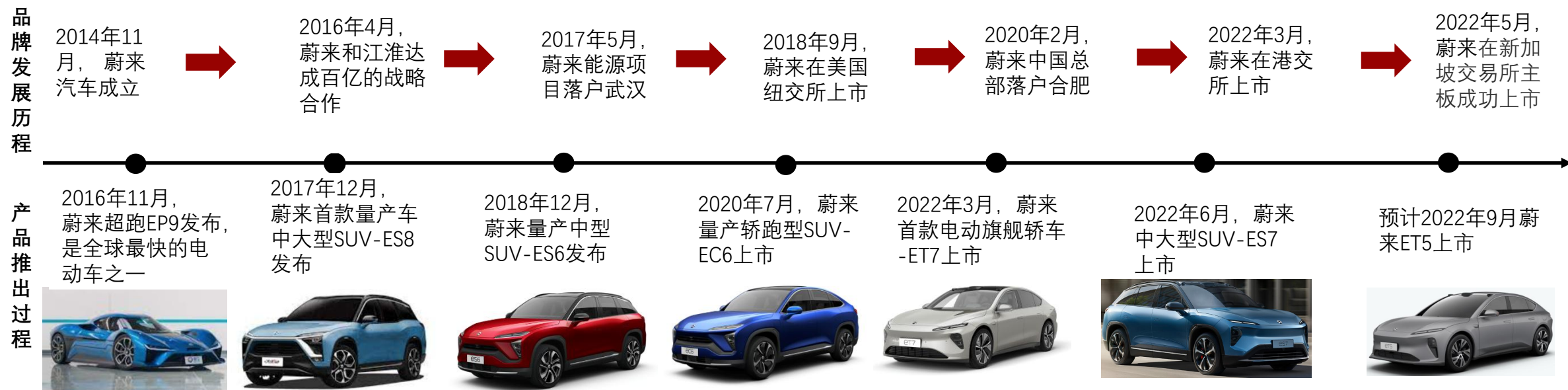
蔚来汽车竞品参数对比

.02

## 蔚来汽车品牌发展历程

- 蔚来成立后以高端超跑渗透至中高端SUV市场，紧接着再扩展至轿车领域，产品矩阵愈发丰富，并且保持每年推出一款新车的产品发布节奏，2022年更是加快了其新车的节奏

### 蔚来品牌发展历程及产品推出过程



- 蔚来作为一家全球化的智能电动汽车公司，于2014年11月成立。蔚来致力于以用户为中心，通过提供高性能的智能电动汽车与极致用户体验，为用户创造愉悦的生活方式。
- 蔚来主要阵地虽在中国，但公司自成立以来已在全球多地设有研发中心，致力于用全球性的研发优势打磨产品。目前已在全球设置北京软件开发中心、上海全球总部、伦敦极限性能研发中心、北加州无人驾驶和全球软件开发中心、慕尼黑前瞻技术和整车造型设计中心。
- 2018年9月，蔚来汽车在美国纽交所上市，成为继特斯拉之后第二个在美成功IPO的电动车商，拉开了中国电动车赴美上市的序幕。2020年4月，蔚来与合肥政府达成协议，将总部落户合肥，并收获70亿元的投资，至此蔚来成为了一家拥有地方国资背景的企业。2022年3月、5月分别在港交所和新加坡主板完成上市，成为了首家三地上市的汽车企业，表明了蔚来对于全球化发展的决心。

来源：公司官网，汽车之家，头豹研究院



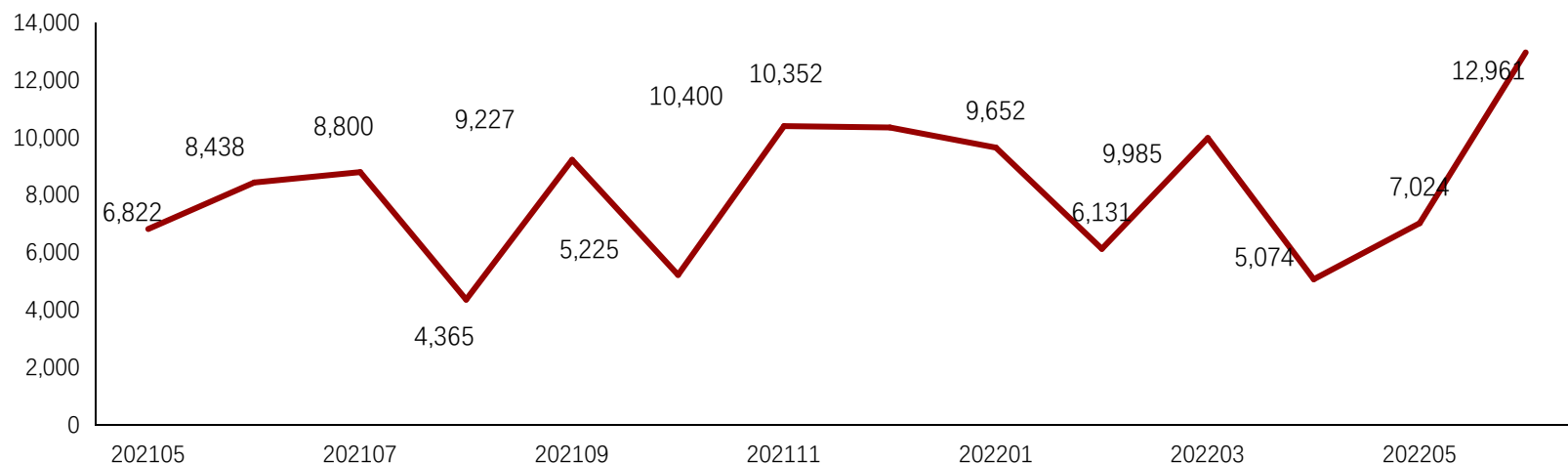
## 蔚来汽车产品布局

- 蔚来初步建立起了高端品牌形象，但自2021年开始蔚来的销量却屡屡受挫，随着ET5的交付和NAD系统的推出，蔚来将完成高端新能源车型的全覆盖，也是目前造车新势力头部企业车型最为全面的车企

### 蔚来汽车产品矩阵

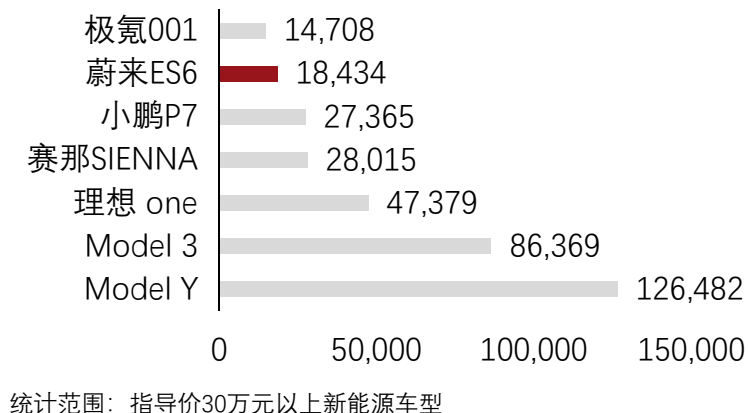


### 蔚来汽车销量情况（辆），2021年5月-2022年6月



来源：公司官网，汽车之家，头豹研究院

### 中国中高端车型销量，2022年1-5月



### 头豹洞察

蔚来主打高端纯电产品，目前上市的5款车型ET7、ES8、ES7、ES6及EC6，分别覆盖中大型SUV、中型SUV及轿车。截至2022年6月，蔚来品牌终端平均售价达45.2万人民币，超过宝马、奥迪等豪华品牌及特斯拉中国的平均售价，初步建立起了高端品牌形象，并且销售净利润保持在造车新势力的头部位次。但自2021年开始蔚来的销量却屡屡受挫，2021年全年销量下滑至造车新势力第二位，供应链薄弱和高端车型极易遭遇瓶颈都是其名次下滑的原因，2022年由于疫情的原因，蔚来先后遭遇了停产，其造车新势力销量排名跌落至第五位等一系列冲击，截止2022年6月，蔚来是造车新势力头部车企（蔚来、理想、小鹏和哪吒）中上半年销量增幅最低的一家（21.1%）。

**未来产品布局计划：**随着ET5交付和NAD系统的推出，蔚来将完成高端新能源车型的全覆盖，也是目前造车新势力头部企业车型最为全面的车企。2022年蔚来出海计划仍将继续，其产品与全体系服务，将在德国、荷兰、瑞典、丹麦正式落地。



## 蔚来汽车竞品参数对比

- 蔚来各车型性能上都具备一定优势，但作为高端品牌另一大重要因素品牌影响力上，其却在2022年遭遇了巨大阻力，目前采取的措施就是加速新车发布速度

蔚来与特斯拉主力车型部分性能参数对比

| 车型         | 蔚来ES7<br>2022款<br>100kwh | 蔚来ES6<br>2022款<br>100kwh | 蔚来ET7<br>2022款 100kwh | 特斯拉Model Y<br>高性能版 | 特斯拉Model 3<br>高性能版 |
|------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------|--------------------|--------------------|
| 起售价格（万元）   | 54.8                     | 55.4                     | 53.6                  | 41.79              | 36.79              |
| 车型定位       | 中大型SUV                   | 中型SUV                    | 中大型车                  | 中型SUV              | 中型车                |
| 百公里加速（s）   | 3.9                      | 4.7                      | 3.8                   | 3.7                | 3.3                |
| 最高时速（km/h） | 200                      | 200                      | 200                   | 250                | 261                |
| 最大功率（KW）   | 480                      | 400                      | 480                   | 357                | 357                |
| 最大扭矩（Nm）   | 850                      | 725                      | 850                   | 659                | 655                |
| 续航里程（km）   | 575                      | 610                      | 700                   | 615                | 675                |
| 快充时间（h）    | -                        | 0.8                      | -                     | 1                  | 1                  |

来源：公司官网，汽车之家，头豹研究院

## 头豹洞察

- 蔚来ES7作为蔚来销量低迷时突然发售的一款新车，其在多种性能，如百公里加速、最大功率及车内空间等性能上都不输ES6，并且还比ES6便宜6000元。ES6作为目前蔚来最为畅销款（约占蔚来2022年1-5月总销量的47.6%）在2022年出了最新升级款。同时ET7也弥补了蔚来轿车的空白，在性能上对比Model 3也展现了其在性能和智能化上高端轿车应有的优势。目前蔚来的各车型在新能源高端市场上性能和智能化都处于头部位置。
- 高端新能源车型的购买选择上除了车型的性能外，品牌影响力也十分重要，而蔚来的2022年内外阻力加剧的状况，4月宣布由于疫情停产；7月遭到灰熊做空，公布蔚来财务作假；长期来看蔚来与合肥政府的对赌也只有3年，蔚来的品牌影响力随着销量一路下跌，而蔚来近期的唯一举措就是大量发布新车，试图通过新车的口碑提升其影响力，目前从新车的性能上看蔚来有机会在2022年的最后一季度对造车新势力的销量前三甲重新发起冲击。

Neta

## 哪吒汽车产品定位

---

哪吒汽车品牌发展历程

哪吒汽车产品布局

哪吒汽车竞品参数对比

.03

## 哪吒汽车品牌发展历程

- 哪吒汽车产品定位自下而上，以性价比作为优势，主打8-20万元内的新能源汽车，哪吒自成立之初就致力于将前瞻科技快速应用于这一主流区间的量产产品和服务，因此在低端市场上获得了巨大的销量

### 哪吒品牌发展历程及产品推出过程

品牌发展历程

产品推出过程

2018年6月哪吒汽车成立

2021年5月360集团董事长兼CEO周鸿祎表示将会与哪吒汽车合作参与造车

2021年10月哪吒汽车完成D1轮40亿元融资。此次融资由360集团领投20亿元

2021年11月哪吒汽车宣布与宁德时代正式签署战略合作协议

2021年11月彭博援引知情人士透露，哪吒汽车正在考虑香港首次公开募股（IPO）

2021年12月哪吒汽车发生工商变更，公司注册资本由17.6亿元人民币增加至22.65亿元人民币

2022年6月，哪吒汽车发布公告，哪吒汽车将启动股份制改制，称“360 部分股权转让后仍是重要股东”

2019年8月12日，2020款哪吒N01正式上市



2020年3月哪吒汽车第二款量产车哪吒U上市



2020年11月哪吒汽车旗下第三款量产车型——哪吒V正式上市



2021年3月21日哪吒U Pro发布预售



2021年11月哪吒汽车召开新车V Pro发布会



2022年6月哪吒S推出了全球限量999台的耀世版车型

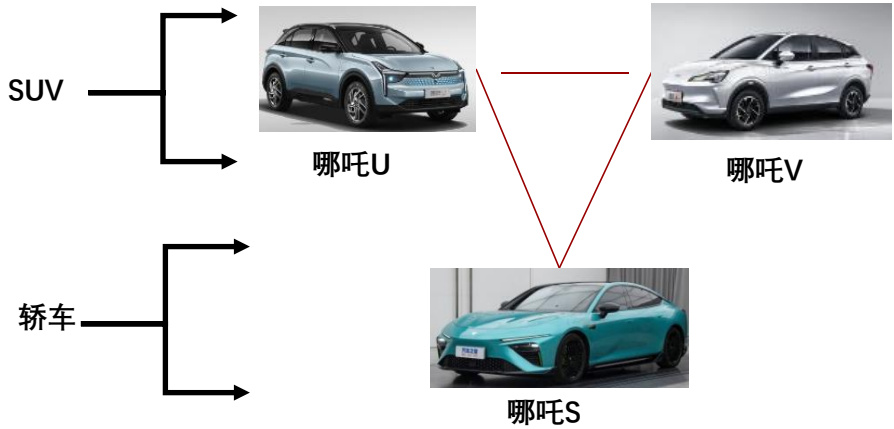


- 哪吒汽车是合众新能源汽车有限公司旗下的汽车品牌，其母公司合众新能源创立于2014年，秉持“电动化、智能化、网联化”的发展理念，让高品价比的智能电动汽车触手可及。因此在2022年之前哪吒的车型基本为20万元以下的低端车型，通过高性价比带动销量，以此迅速提高品牌影响力。
- 哪吒汽车产地在浙江省桐乡市。哪吒汽车是浙江合众新能源汽车有限公司旗下的汽车品牌。合众位于浙江桐乡的新能源智能制造基地智慧工厂，拥有完整的整车制造流程，包括冲压车间、涂装车间、焊接车间、装配车间，配套设施齐全。同时哪吒还与多家行业龙头企业达成合作，如中国最大的汽车电子企业之一赛德西威、互联网巨头360、动力电池龙头宁德时代、智能算法龙头商汤科技等合力造车。
- 2021年销量冲到造车新势力第四名，2022年销量稳定在造车新势力前三名，上半年哪吒汽车累计销量63,131辆，位列造车新势力第二名，同比增长199%。

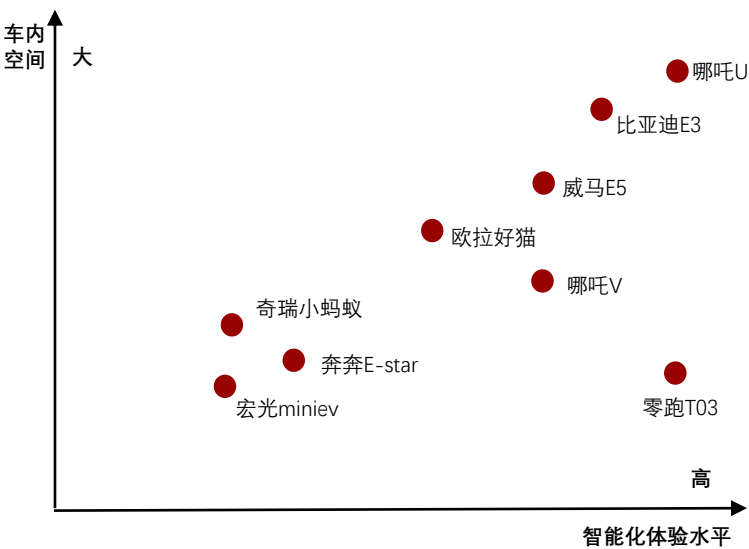
# 哪吒汽车产品布局

- 高智能化和高性价比是哪吒汽车的核心竞争力，整体产品定位偏向大众化。哪吒通过低价、高智能化的、SUV打开市场，并且逐步向中端市场渗透

哪吒汽车产品矩阵



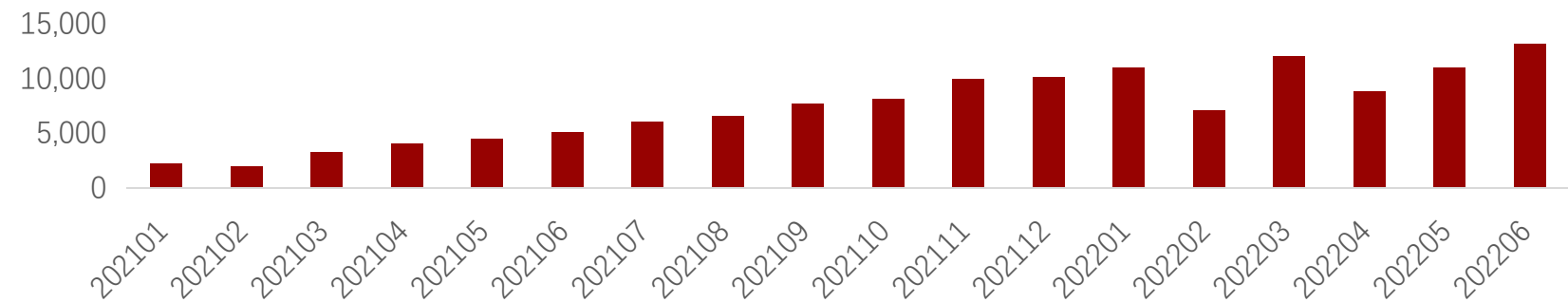
20万元以下新能源热销车型对比图



头豹洞察

- 高智能化和高性价比是哪吒汽车的核心竞争力，整体产品定位偏向大众化。哪吒通过低价，高智能化的SUV打开市场，而中国SUV市场由低价位做主导，2021年20万内的SUV销量占整体销量的60%左右，因此哪吒的产品布局十分符合中国的消费行情。
- 哪吒成立初期通过哪吒N01打开市场，7万左右的起售价，全车并没有太多亮点，直到2020年的哪吒U，相比前一代产品，其在各个方面都进行全新的升级，包括其最重要的智能化系统，也很快帮哪吒打开了市场，哪吒也拿下了2021年造车新势力全年销量第四名，而哪吒V在整车各个性能方面都输于哪吒U，但其智能化方面却没有太大下降，价格却相差7万元左右，在2022年帮助哪吒稳定在造车新势力销量的前三名，哪吒目前销量的成功，很大一部分原因来自同价位车型所不具备的智能化。
- 未来产品布局计划：哪吒目前的主要的消费城市来自二线，而2022年开始哪吒的消费城市逐渐向一线及新一线渗透，同时车型也逐渐向中端市场靠近。

哪吒汽车销量情况（辆），2021年1月-2022年5月



来源：公司官网，汽车之家，头豹研究院

# 哪吒汽车竞品参数对比

- 哪吒在新能源车市场树立“大众化智能电动车”的形象，其通过亲民的价格与其同等价位车型所不具备的智能化成功打开市场，并不断丰富自己的车型

哪吒与威马、特斯拉主力车型部分性能参数对比

| 车型         | 哪吒U<br>PRO 610 | 威马EX5<br>EX5-Z创领版 | 哪吒S<br>耀世版 | 特斯拉Model 3<br>高性能版 |
|------------|----------------|-------------------|------------|--------------------|
| 起售价格（万元）   | 19.98          | 18.98             | 33.88      | 36.79              |
| 车型定位       | 紧凑级SUV         | 紧凑型SUV            | 中大型车       | 中型车                |
| 百公里加速（s）   | 7              | 8.3               | 3.9        | 3.3                |
| 最高时速（km/h） | 155            | -                 | 170        | 261                |
| 最大功率（KW）   | 150            | 160               | 340        | 357                |
| 最大扭矩（Nm）   | 310            | 225               | 620        | 655                |
| 续航里程（km）   | 610            | 403               | 650        | 675                |
| 快充时间（h）    | 0.5            | 0.5               | 0.58       | 1                  |

头豹洞察

- 哪吒U是哪吒真正打开市场的第一款车型，其在车型性能方面完全领先同样19万元左右价位的威马EX5，并且在目前消费者最关心的续航里程上看，哪吒U要比后者多出200km的距离，尽管两者在智能化差距并不大，但哪吒U在车内却多了一块8英寸的中控显示屏，帮助其在智能化使用上效果更佳，因此不管是车内直观感觉上，还是车型具体数据上，哪吒的车型都更具备性价比。
- 哪吒S是哪吒出的第一款轿车车型，也是哪吒对中端市场的一次试水，主要竞争对手就是Model 3，对比两者具体数据上哪吒S不占优势，但其搭载的摄像头数量和毫米波雷达数量都多于Model3，尽管目前的智能化水平两者并没有差距，但之后辅助驾驶等方面的升级中，哪吒S的表现必然强于Model 3，同时哪吒S目前还并未量产，之后仍有改进的可能性。

来源：公司官网，汽车之家，头豹研究院

LI

## 理想汽车产品定位

---

理想汽车品牌发展历程

理想汽车产品布局

理想汽车竞品参数对比

.04

## 理想汽车品牌发展历程

- 理想定位增程式车型，其作为智能电动车品牌中的一员致力于为用户打造没有里程焦虑的智能电动车，加之对家庭使用的独特设计，精准的定位是理想长期保持造车新势力头部位置的重要因素

### 理想汽车品牌发展历程及产品推出过程



### 理想汽车销量情况（辆），2020年6月-2022年6月

单位：[辆]



- 理想定位增程式车型（EREV），通过结合电动车和燃油车的优势，将内燃机与发电机组成为发电单元，以最佳油耗（最节能）工况方式，在系统控制下自动间歇性发电，为电动汽车行驶、辅助设备和蓄电池提供电力。
- 理想定位家用车，以“家”理念为用户人性化设计智能座舱。设备信息传输方面，“无感进入”功能颠覆传统，车辆在用户靠近时自动开启，上车即可用，且APP远程控车功能齐全。尽管造车新势力头部车企月销量互有高低，但是理想长期保持三甲位置，同时产品组合长期只有一款精品车理想ONE，而蔚来、小鹏、哪吒的产品组合由三款及以上主力车型组成，因此理想的单车型的销售爆发力明显优于其它车企。

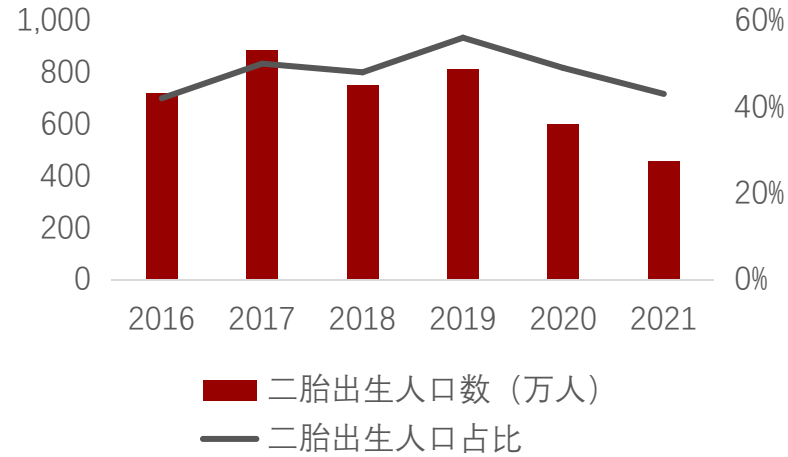
# 理想汽车产品布局

- 尽管理想汽车目前车型单一，但SUV本身市场容量大，叠加受二胎政策影响市场更加广阔；理想将在2023年覆盖所有价位SUV市场，在研发方面也在不断提高

## 理想定位图谱

|                          | 2020   | 2021   |
|--------------------------|--------|--------|
| 30万元以上市场规模（国产 + 进口）单位：万辆 | 295.79 | 308.8  |
| 新能源渗透率                   | 4.04%  | 8.85%  |
| 30-40万元车型销量 单位：万辆        | 144.2  | 162.24 |
| 新能源渗透率                   | 6.32%  | 14.63% |
| 30-40万元车型占豪车市场比例         | 48.78% | 52.54% |
| 40万元以上车型销量 单位：万辆         | 151.6  | 146.55 |
| 新能源渗透率                   | 5.83%  | 9.55%  |

中国二胎出生人口及出生人口占比



- 理想目前定位为中高端SUV，而近几年中高端市场不断扩容，新能源渗透率也不断提高，受益于长期消费升级、高端换购趋势和短期疫情导致的海外消费回流，有效提升理想的市场规模。
- 而SUV家庭用车由于二胎家庭规模扩大，更多年轻消费人群将面临着“两个孩子”的新家庭结构，普通5座轿车已经难以满足用车需求，对于理想的用户定位十分契合这群消费者。

## 理想汽车的产品布局计划



- 未来产品布局计划：2022年理想发布L9车型，覆盖了50万元左右的豪车消费区间，同时在2023年将交付纯电系列产品，并且成功覆盖15万元-30万元的消费区间，尽管理想的车型为单一的SUV，但几乎覆盖了全价位的SUV车型。
- 相对蔚来和小鹏，理想此前在研发投入中稍显落后，目前已加速研发投入。研发费用方面，理想2021年研发费用超30亿元，同比增长约为83.4%，超2,300人的员工从事研发工作，约占总员工数的34%，并且新研发中心将落地上海，人数还将持续增加。

来源：公司官网，汽车之家，头豹研究院

理想汽车竞品参数对比

- 理想车型在同等价位上有着不可替代的优势，在车型基础参数上又完全不输同等价位的车型；娱乐性强、增程式技术、高性价比的特征为其核心竞争优势

理想ONE、L9与宝马X5和特斯拉Model Y部分性能参数对比

| 车型         | 理想ONE 增程7座版         | 特斯拉Model Y 高性能版 | 理想L9 MAX 版          | 宝马X5 尊享型 |
|------------|---------------------|-----------------|---------------------|----------|
| 起售价格（万元）   | 34.98               | 41.79           | 45.98               | 77.5     |
| 车型定位       | 中大型SUV              | 中型SUV           | 大型SUV               | 中大型SUV   |
| 百公里加速（s）   | 6.5                 | 3.7             | 5.3                 | 6        |
| 最高时速（km/h） | 172                 | 250             | 180                 | 238      |
| 最大功率（KW）   | 245                 | 357             | 330                 | 245      |
| 最大扭矩（Nm）   | 455                 | 659             | 620                 | 450      |
| 续航里程（km）   | 纯电188<br>NEDC 1,080 | 615             | 纯电215<br>CLTC1315km | -        |
| 快充时间（h）    | 0.5                 | 1               | 0.5                 | -        |

头豹洞察

- 理想ONE作为理想长期热销款，主要竞争对手为Model Y，从基础性能参数上看，两款车型有所差距，但和30万价位的Model Y车型相比，理想ONE在基础性能方面是强于对手的。同时理想ONE的用户体验要明显好于Model Y，如在车内空间上，车内电子屏尺寸和数量上，以及续航里程上。
- 理想L9作为理想时隔三年才发布的新车，宣传口号为500万以下SUV最强，尽管其中有夸大的成分，但无论是和有一定价格差距的宝马X5相比又或是Model Y都有一定优势，足够大的车内空间，车内配备三块15.7英寸、分辨率为3K的显示屏，并且智能化上面也相较理想ONE有明显的提升。
- 作为家用车，理想车型具备的另一优势就是智能互动体验方面，辅助AI“理想同学”从管家角色往家人角色方向迭代，深化用户粘性，如语音交互独有全车自由对话功能，能够多音区对话锁定，准确识别真正指令，而竞者如特斯拉Model Y仅能用最基本语音指令。

来源：公司官网，汽车之家，头豹研究院

## Summary

### 总结

---

中国四大造车新势力拥有清晰的市场定位，进行错位竞争；  
现阶段，造车新势力车型均以SUV为主，未来向轿车车型拓展；  
现阶段车型覆盖低中高所有价位，其中，蔚来自上而下渗透，小鹏、哪吒则自下而上迈进

造车新势力产品定位对比总结

- 中国造车新势力头部车企即将进入内忧外患的境地。外患，传统车企逐渐转型；内忧，头部四家车企的车型与价格区间逐渐丰富，势必会在其中发生竞争

造车新势力产品定位及未来发展战略对比

| 品牌   | 成立时间    | 差异化品牌定位 | 产品矩阵                            | 车型定位                   | 定价区间 (万元)   | 车型级别            | 车型上市时间                                              | 造车资质      | 2022年上半年累计销量 (万辆) | 未来发展战略                               |
|------|---------|---------|---------------------------------|------------------------|-------------|-----------------|-----------------------------------------------------|-----------|-------------------|--------------------------------------|
| 小鹏汽车 | 2014/08 | 智能化布局   | G3<br>P7<br>P5                  | G3开拓市场，P7定位中高端，P5覆盖中低端 | 14.68-40.99 | 紧凑型SUV/中型车      | 2018/01<br>2020/04<br>2021/09                       | 海马代工+肇庆工厂 | 6.9               | 2022年下半年将推出豪车SUV+品牌出海，提高影响力          |
| 蔚来汽车 | 2014/11 | 用户社交生态  | ES8<br>ES6<br>EC6<br>ET7<br>SE7 | 中高端                    | 35.8-62.4   | 中大型SUV/中型SUV/轿车 | 2017/12<br>2018/12<br>2020/07<br>2022/03<br>2022/06 | 江淮代工      | 5.1               | 将补齐轿车细分领域的产品+新车或将于年底推出，品牌定位将依然延续高端路线 |
| 哪吒汽车 | 2018/06 | 性价比     | U<br>V<br>S                     | U、V打开低端市场，S开拓中高端       | 8-33        | 紧凑型SUV/轿车       | 2018/08<br>2020/01<br>2022/06                       | 桐乡全生态智慧工厂 | 6.3               | 继续夯实在8-20万元区间的销量优势+开启对中高端市场的渗透       |
| 理想汽车 | 2015/06 | 里程无忧大空间 | ONE<br>L9                       | 增程式汽车（插电式混合动力）         | 30-50       | 中大型SUV          | 2015/06<br>2022/06                                  | 常州制造工厂    | 6                 | 在2023年交付纯电系列产品+将价格区间拓展至15-50万元       |

头豹洞察

- 中国四大造车新势力拥有清晰的市场定位，进行错位竞争。在品牌定位方面，小鹏布局智能化，蔚来重服务体验即用户社交生态，哪吒则主打性价比，理想注重实用，即大空间、里程无忧。
- 造车新势力很快就要进入内忧外患的境地。外患，传统车企逐渐转型，造车新势力市场份额不断被压缩，动力电池持续涨价，传统车企的产业链在压缩成本方面更优于造车新势力。内忧，头部四家车企的车型与价格区间逐渐丰富，势必会在其中发生竞争，目前小鹏在销量竞争中保持着一定优势，而理想和哪吒紧随其后，尽管理想车型单一，但积淀的品牌影响力是目前最有机会冲击小鹏位置的车企，而哪吒因为发展趋势为自下而上，因此目前更需要夯实当前市场影响力，蔚来目前危机较大，主要机会就是今年发布的两款新车是否能挽回口碑。

来源：头豹研究院

# 方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万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，研究内容覆盖整个行业发展周期，伴随着行业内企业的创立，发展，扩张，到企业上市及上市后的成熟期，头豹各行业研究员积极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论，采用自主研发算法，结合行业交叉大数据，通过多元化调研方法，挖掘定量数据背后根因，剖析定性内容背后的逻辑，客观真实地阐述行业现状，前瞻性地预测行业未来发展趋势，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，以战略发展的视角分析行业，从执行落地的层面阐述观点，为每一位读者提供有深度有价值的研究报告。



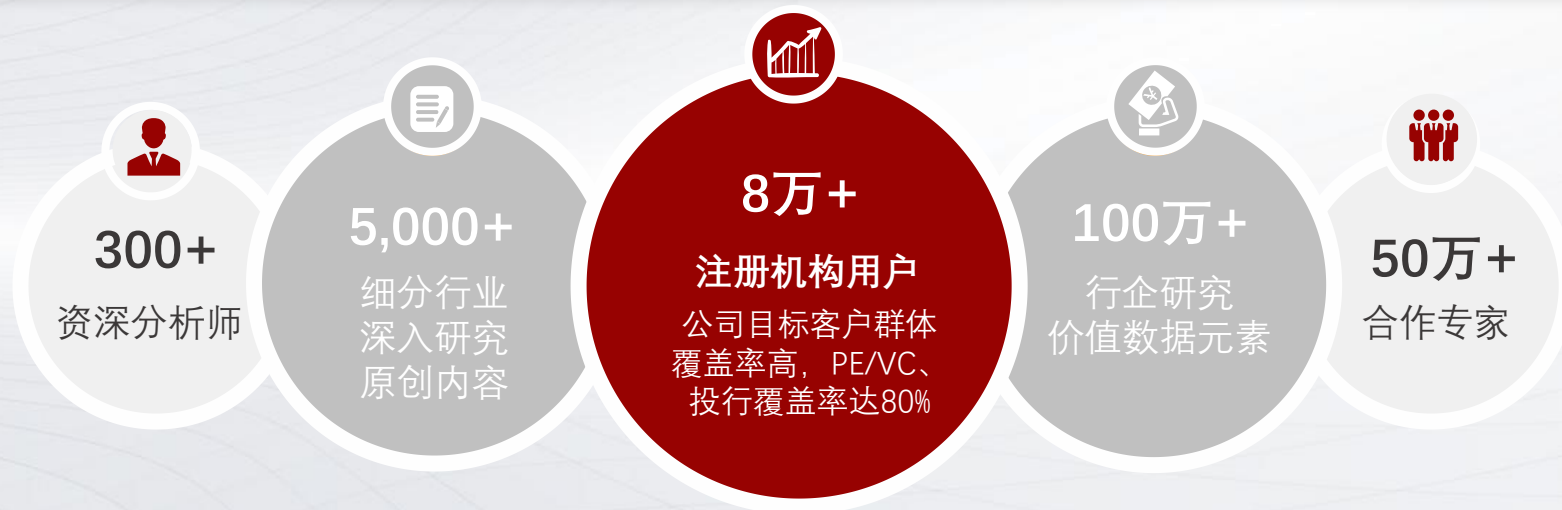
# 法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。



# 头豹研究院简介

- ◆ 头豹是中国领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商。围绕“协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：**报告/数据库服务、行企研报服务、微估值及微尽调自动化产品、财务顾问服务、PR及IR服务**，以及其他以企业为基础，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，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



备注：数据截止2022.6

## 四大核心服务

### 研究咨询服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

### 企业价值增长服务

为处于不同发展阶段的企业，提供与之推广需求相对应的“内容+渠道投放”一站式服务

### 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



# 研报阅读渠道

◆ 头豹官网：请登录 [www.leadleo.com](http://www.leadleo.com) 阅读更多研报

◆ 头豹APP/微信小程序：搜索“头豹”手机可便捷阅读研报

◆ 头豹交流群：可添加企业微信13080197867，身份认证后邀您进群

## 详情咨询



### 客服电话

400-072-5588



### 上海

王先生： 13611634866

李女士： 13061967127



### 深圳

李先生： 13080197867

李女士： 18049912451



### 南京

杨先生： 13120628075

唐先生： 18014813521

