





## 二、数据说明及核心观点

### 2.1 数据说明

- 1、已上市车型数据分别选取懂车帝 2023 年 2 月轿车销量前 30 和 SUV 销量前 30 车型，作为对比基础。车长、轴距、入门价数据均来自懂车帝。
- 2、车展新上市车型选取新能源上市车型，车型基础数据来自 NE 时代《2023 上海车展展前报告——新能源汽车》，部分有误车型数据进行了修正。对于代表销量大小的气泡面积，由于新上市车型没有销量，我们统一假设为月销 5000 台，使其气泡点能够呈现出图形，便于比较。对于没有售价等车型数据的新上市车型，暂未放入图表。比亚迪仰望等百万级别以上豪车，由于不具备对比意义，也未放入图表。

### 2.2 图表分析

#### 1、主流车市车型市场燃油仍然为主，新能源车供给有待提高，未来替代空间仍大

从销量排名看，轿车 10 万左右，SUV 15 万左右为主流消费区间。相应市场聚集车型仍以油车为主。新能源车在主流中端市场的优质车型供应仍然不足。未来替代空间仍大。

#### 2、主流车市竞争仍然注重“又大又便宜”，核心新车型瞄准关键因素发力，增加市场供给

从主流市场竞争优势看，销量领先品牌基本仍然是“又大又便宜”系列，或是同等价位车长、轴距更大，或是同等车长、轴距，价格更便宜，尤其在混动市场这一特征更加明显。本次车展主要竞争产品，如 WEY 派蓝山、哈弗骁龙、银河 L7、领克 08 等均针对这一核心问题打造竞争优势，尤其蓝山以 5 米以上车长，不足 30 万售价，在相应市场一骑绝尘，后续竞争力值得关注。

#### 3、轿车市场仍向高端差异化领域竞争，SUV 市场抢滩 15 万-25 万主流空间，尤其混动车型更为明显。

中国自主品牌市场兴起于 SUV 机遇，当前以自主品牌为主的新能源车市场，SUV 集中化竞争的趋势仍然较为明显。大量新能源车型向 15 万左右主流市场聚集，尤其混动品牌更是呈现集中趋势。这与主流市场主动功能性与经济性的特征，

与混动这一技术路线有高度契合性相关。预计未来随着主要传统车企加入，混动 SUV 中端市场将进一步繁荣。在纯电方面，除比亚迪和部分 A00 品牌外，轿车市场仍然呈现明显的向 20 万元以上高端化市场布局的趋势。比亚迪在中端纯电轿车市场仍然保持绝对优势地位。纯电 SUV 市场则中端和高端齐发力，持续推动新能源车替代。

**免责声明：**本报告是为特定客户和其他专业人士提供的参考资料。文中所有内容均代表个人观点。本公司力求报告内容的准确可靠，但并不对报告内容及所引用资料的准确性和完整性作出任何承诺和保证。本公司不会承担因使用学术报告而产生的法律责任。本报告版权归国元证券所有，未经授权不得复印、转发或向特定读者群以外的人士传阅，如需引用或转载本报告，务必与本公司研究所联系。网

址：[www.gyzq.com.cn](http://www.gyzq.com.cn)

---

欢迎关注公众号：

