



www.leadleo.com

2020年 中国豪华车行业概览

概览标签：豪华车、国产化、网联化、电动化

报告主要作者：张继靓
2020/03

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。

概览摘要

目前，豪华车的定义尚未有统一的标准，本报告中涉及的豪华车为传统豪华车品牌旗下车型、新生代豪华车品牌旗下车型和普通品牌旗舰车型。2015年至今，得益于中国宏观经济的发展和消费升级的趋势，豪华车行业逆势而上，在乘用车销量2018年和2019年不及预期的情况下，豪华车的销量仍保持上升趋势。豪华车行业市场规模（按销售收入计）由2015年的9,565.0亿元人民币增长至2019年的15,150.0亿元人民币。智能驾驶的快速发展以及豪华车供给端的改革将会进一步刺激豪华车行业。此外，中国自主品牌为提高汽车产品利润，持续加码豪华车领域，豪华车行业竞争激烈的同时，其销量将迎来上涨。预计未来五年中国豪华车行业市场规模将呈现增长态势。

◆ 消费升级趋势助力豪华车市场高增长

豪华车销量与地区经济发展水平呈现正相关关系，豪华车消费人群拓展，集中换车高峰期将近，成为豪华车消费重大利好。在整个乘用车市场尚能稳步发展，国民收入持续增加，消费升级不断深入的背景下，中国豪华车市场显示出优于其他细分市场的发展潜力，成为各大汽车品牌争相进入和发掘的目标。

◆ 豪华车发布国产生产计划，产品不断丰富

豪华车本土化有助于产品销量提升，国产化成为豪华车企布局中国的重要举措。奥迪、奔驰、宝马、捷豹路虎、凯迪拉克、特斯拉发布国产计划，建立中国研发中心，针对中国市场和中国消费者的需求，从设计和研发方面做出产品调整，使豪华车更适应中国消费者的使用情况。

◆ 自主品牌加速高端化进程

中国自主品牌拥有坚实的本土市场基础，致力于提高品牌溢价能力，打造产品高端形象，获得消费者认可。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。

企业推荐：

蔚来汽车、长城WEY、领克汽车

目录

◆ 名词解释	-----	04
◆ 中国豪华车行业市场综述	-----	06
• 定义及分类	-----	06
• 发展历程	-----	07
• 产业链分析	-----	08
• 市场规模	-----	12
◆ 中国豪华车行业核心优势分析	-----	13
◆ 中国豪华车行业驱动因素	-----	14
• 消费升级趋势助力豪华车市场高增长	-----	14
• 豪华车本土化加速	-----	15
◆ 中国豪华车行业风险分析	-----	16
◆ 中国豪华车行业相关政策	-----	17
◆ 中国豪华车行业发展趋势	-----	18
• 自主品牌加速高端化进程	-----	18
• “新四化”是豪华车主要发展方向	-----	19
◆ 中国豪华车行业竞争格局	-----	20
◆ 中国豪华车行业投资企业推荐	-----	21
◆ 方法论	-----	24
◆ 法律声明	-----	25

名词解释 (1/2)

- ◆ **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答；（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。
- ◆ **自主品牌汽车**：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。
- ◆ **SUV**：运动型多用途车，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。
- ◆ **新能源汽车**：使用非常规车用燃料（汽油、柴油等）作为动力来源的汽车，根据《电动汽车术语》GB/T 19596-2017的定义，新能源汽车可分为纯电动汽车、插电式混合动力汽车及燃料电池汽车三类，采用非常规的车用燃料作为动力来源（或使用常规的车用燃料、采用新型车载动力装置），综合车辆的动力控制和驱动方面的先进技术，形成的技术原理先进、具有新技术、新结构的汽车。
- ◆ **汽车动力总成**：Motor Powertrain，是指将发动机、变速箱、离合器、驱动轴等零部件集合在一起的系统，起到将动力传导至新能源汽车车轮的作用。
- ◆ **汽车发动机**：通过将其他形式的能转化为机械能，进而为汽车提供动力的装置，是汽车的“心脏”。现代发动机融合电子技术、控制技术、化工技术和新型材料等诸多技术，成为高技术含量的产品。

名词解释 (2/2)

- ◆ **智能汽车**：通过搭载先进传感器、控制器、执行器等装置，运用信息通信、互联网、大数据、云计算、人工智能等新技术，具有部分或完全自动驾驶功能，由单纯交通工具逐步向智能移动空间转变的新一代汽车。智能汽车通常也被称为智能网联汽车、自动驾驶汽车、无人驾驶汽车等。
- ◆ **Tier1**：是制造业中使用的名词，在汽车领域，Tier1厂家和汽车主机厂的联系密切，是汽车零部件产品到达汽车主机厂的最后一步。
- ◆ **车载娱乐系统**：采用车载专用中央处理器，基于车身总线系统和互联网服务，形成的车载综合信息处理系统。
- ◆ **汽车液晶仪表**：至少由一块显示屏构成、通过信息显示和报警等方式向驾驶者综合反映车辆状况的仪表总成。
- ◆ **汽车发动机**：通过将其他形式的能转化为机械能，进而为汽车提供动力的装置，是汽车的“心脏”。现代发动机融合电子技术、控制技术、化工技术和新型材料等诸多技术，成为高技术含量的产品。
- ◆ **D级车**：长车身的豪华奢侈轿车，轴距在3.1米以上，车身在5米以上，车内空间宽敞，配置豪华。

中国豪华车行业市场综述——定义及分类

结合消费者认知和豪华车的特点，豪华车可大致分为传统豪华车、新生代豪华车和品牌旗舰车

豪华车定义及分类

目前，豪华车的定义尚未有统一的标准，通常，豪华车指D级车，轴距在3,000mm以上，发动机排量大于3.0升，较为常见的豪华车有宝马7系、奔驰S级等。中国豪华车可大致分为三种类型：

- (1) 传统豪华车品牌旗下车型：奔驰、奥迪、捷豹、宝马等豪华车品牌旗下车型，均属于豪华车范畴；
- (2) 新生代豪华车品牌旗下车型，以领克、蔚来、特斯拉为代表的品牌旗下车型，这类汽车企业以打造豪华车，抢占高端用户市场，以创新的理念进入豪华车市场，注重汽车品质与创新。领克、WEY等品牌旗下汽车是自主品牌高端化的重要车型，以科技和技术创新为亮点，这是豪华车的特点之一；
- (3) 普通品牌旗舰车型，如大众辉昂、途锐等，售价普遍在80万-100万之间。

中国豪华车分类

传统豪华车



宝马7系

奥迪A8

➤ 核心优势：历史悠久，品牌竞争力强

- 品牌成为其核心的竞争力，已形成良好的消费者口碑
- 产品认可度高，产品质量有保证

新生代豪华车



领克

蔚来ES6

➤ 核心优势：注重创新，技术领先

- 科技感、品质佳，对年轻消费者吸引力大
- 满足用户个性化需求，产品和服务可与一线豪华车品牌竞争

品牌旗舰车



大众途锐

大众辉昂

➤ 核心优势：品牌实力强劲，消费者认可度高

- 品牌口碑良好，知名度高，借助旗舰车型，提升品牌形象
- 汽车性能佳，媲美同类型豪华车

来源：头豹研究院编辑整理

©2020.03 LeadLeo



www.leadleo.com

中国豪华车行业市场综述——发展历程

豪华车行业的发展与居民消费水平和消费者经济实力密切相关，随着中国经济的快速发展和消费升级的趋势，中国豪华车行业快速发展

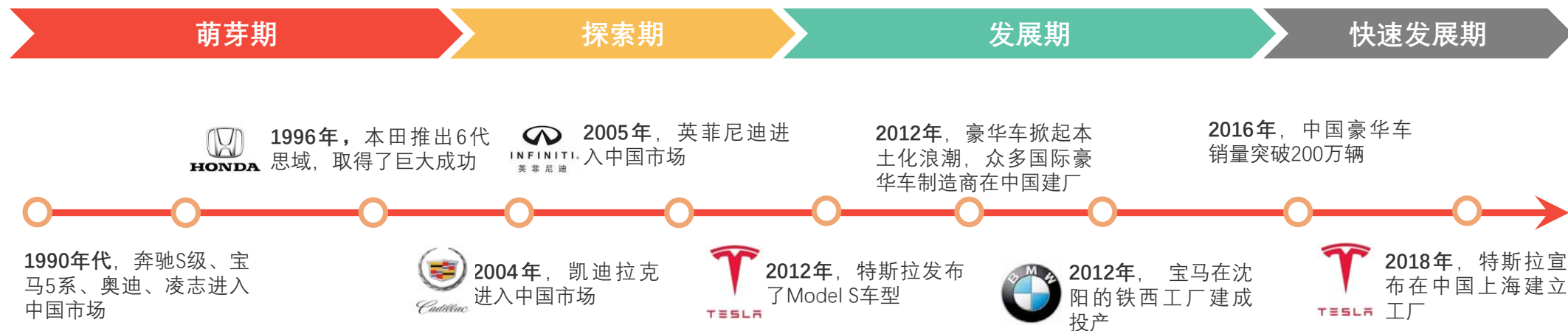
萌芽期（1990年-1999年）：1990年代，进口车进军中国市场，其中，豪华车如奔驰S级、宝马5系、奥迪、凌志进入中国市场，奥迪以政府采购的拉动方式扩大市场，美式豪华车凯迪拉克、林肯在中国市场销售。在日本品牌方面，日产（7代公爵（cedric））在1992年大批量进入中国。1996年，本田推出**6代思域**，取得了巨大成功，很快成为了最畅销的进口紧凑型车之一。

探索期（2000-2009年）：相较于全球豪华车市场萎靡的情况，中国豪华车销量呈现高速增长态势，众多国际汽车品牌进军中国市场，使豪华车行业的竞争愈加激烈。2004，通用将顶级品牌凯迪拉克引入中国市场。日产汽车将愈来愈多的高档品牌引入中国市场，如2004年进入中国的**西玛**和2005年进入中国市场的**英菲尼迪**。欧美系豪华车、德系豪华车与日系豪华车竞争激烈，豪华车品牌以完善的经销网络、**健全的售后服务**、提高的车型配置的手段争夺市场份额。

发展期（2010-2015年）：2012年，IT等信息技术的快速发展，投资市场火爆，居民投资方式多元化，中国汽车行业处于红利期，豪华车销量突破**100万辆**。同年，豪华车掀起本土化浪潮，众多国际豪华车制造商在中国建厂，进行本地开发、采购和市场调研。**2012年**，宝马在沈阳的铁西工厂建成投产。随后，奥迪、沃尔沃、凯迪拉克、路虎捷豹在中国建立工厂并发布产能计划。2012年，特斯拉旗下Model S车型正式向中国消费者交付，促使纯电动豪华车成为中国汽车行业的热点。

快速发展期（2016年至今）：2016年开始，以蔚来为代表的新一批车企先后进入市场，推动中国豪华车行业迅速扩张。同年，中国豪华车销量突破**200万辆**，凯迪拉克、捷豹路虎、雷克萨斯等品牌销量突破10万辆。2018年，中国新造车势力行业进入交付元年，蔚来、威马等行业内领先企业于5月先后完成交付，带动豪华车技术进步与优化，推动行业进入快速发展阶段。同年，特斯拉宣布在中国上海建立工厂，开启国产化进程。尽管2018年和2019年，汽车销量低迷，但豪华车销量呈现增长趋势，未来发展向好。

中国豪华车行业发展历程简图



来源：公司官网，头豹研究院编辑整理

©2020.03 LeadLeo



www.leadleo.com



FROST & SULLIVAN
沙利文

招聘 行业分析师

我们一起“创业”吧，开启一段独特的旅程！

✉ 邮箱：fs.recruitment@frostchina.com

📍 工作地点：北京、上海、深圳、香港、南京、成都



中国豪华车行业市场综述——产业链

中国豪华车行业产业链各环节连接较为紧密，且本行业的发展与上下游行业发展密切相关

中国豪华车行业产业链由上游车身、底盘、动力、中控、内外饰等原材料和零部件供应商，中游豪华车制造商及下游销售渠道及消费者组成。

中国豪华车行业产业链简图



来源：公司官网，头豹研究院编辑整理

©2020.03 LeadLeo



www.leadleo.com

中国豪华车行业市场综述——产业链上游分析

豪华车上游零部件复杂，上游供应商主要由国际零部件供应商组成，豪华车涉及零部件众多且对供应商资质要求严格

产业链上游概述

中国豪华车行业产业链上游主要为原材料和汽车零部件，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。豪华车构成较为复杂，是涉及机械、电子、材料等多个领域的**综合性产品**。中国自主品牌零部件供应商主要供应**内外饰、车身、玻璃**等零部件。随着豪华车的本土化，中国自主品牌零部件供应商有望愈多的进入豪华车的供应体系。在原材料方面，中国是钢铁、铝等金属的生产大国，豪华车零配件对钢铁及铝锭的需求量占比较低，原材料采购可得到充分保障，无需进口。豪华车产业链阵容庞大，可大致分为**车身、底盘、动力系统、中控系统、内饰和外饰、其他构件**等，其中动力总成约占总制造成本的**15%**，占比最高，车身与底盘约占**15%**，变速箱约占总制造成本的**10%**，内饰约占总制造成本的**10%**。

豪华车产业链上游代表厂商



来源：头豹研究院编辑整理

©2020.03 LeadLeo



www.leadleo.com

中国豪华车行业市场综述——产业链中游分析

中国豪华车行业属于多学科综合运用技术密集型行业，具有较高的技术壁垒，同时下游客户与上游供应商集中度较高，市场竞争激烈

中国豪华车中游行业概述

豪华车制造商将汽车制造顶尖技术于一身，采用多种先进技术，为驾驶员和乘客带来舒适的驾乘体验。普通汽车利润率约为10%，相比于普通汽车，豪华车的单车利润率约为**30%**。

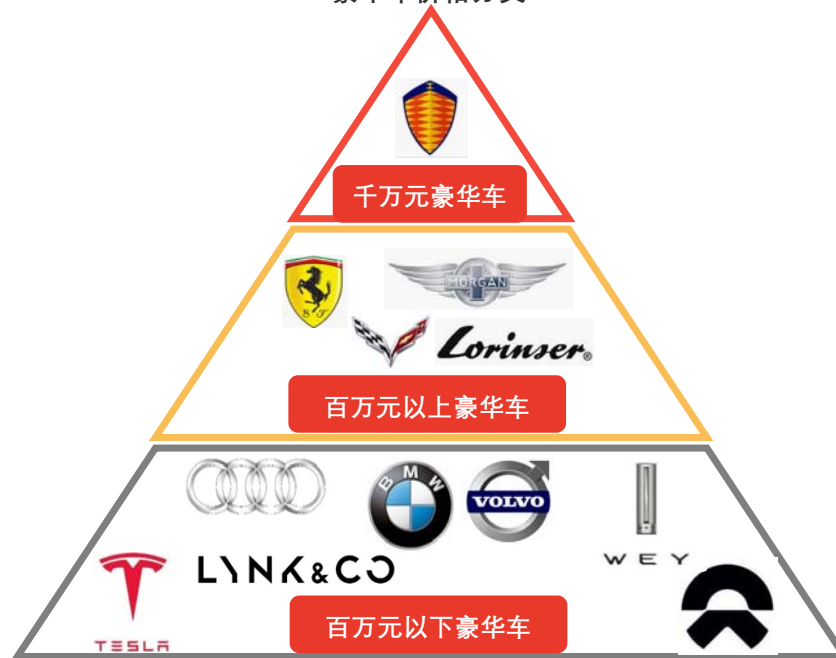
中国豪华车行业未来发展预测

豪车国产化的趋势明显，到2017年，国产奥迪销量占比已经高达**92%**，国产奔驰占比也到到70%，宝马和捷豹路的国产比率也持续提升，分别达到65%、52%；豪车国产化带来了明显的价格优势，各类型豪车的国产价格均大幅低于进口价格，2019年，特斯拉宣布在上海建厂，开启中国造车计划，预计未来豪车将进行持续的国产化。

中国豪华车价格分析

在众多豪华车型中，价格差异较大，从几十万元到上千万元不等，豪华车价格的不同，车型的配置差异较大，品牌的定位存在差异性。普通豪华品牌包括了大多数人熟知的汽车品牌：德国的奥迪、宝马、奔驰；日本的雷克萨斯、英非尼迪、讴歌；其他如沃尔沃、陆虎、捷豹、凯迪拉克等，均售价在人民币**40~100万元**之间。普通豪华品牌占国内豪华车市场超过95%的销量，德国奥迪近年来一直占据着销量领先的地位。

豪华车价格分类



部分豪华车利润情况与普通车利润对比

 华晨宝马 25,000-35,000元	 长城 9800-15,000元
 北京奔驰 35,000-40,000元	 上汽大众 12,840-20,000元
 一汽奥迪 18,000-25,000元	 广汽 6,500-10,000元

来源：头豹研究院编辑整理

©2020.03 LeadLeo



www.leadleo.com

中国豪华车行业市场综述——产业链下游分析

伴随着豪华车本土化的加速，豪华车制造商销售渠道呈现多元化，豪华车消费向二线和三线城市下沉

中国豪华车行业产业链下游概述

豪华车行业下游主要涉及**销售渠道**与**终端消费者**。豪华车的销售渠道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。特许经营专卖店通过“四位一体”的经营模式，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品牌形象，培养客户的忠诚度，满足客户的各项需求。中国新车销售渠道形成以**4S门店**为主，汽车市场、网络营销并行的多元化模式。2005年出台的《汽车品牌销售管理实施办法》要求销售汽车必须获得品牌授权并实行备案管理，确立了4S店作为新车销售的主要平台。2017年商务部公布了《汽车销售管理办法》，新办法允许授权销售和非授权销售两种模式并行，销售汽车不再必需品牌商授权，市场销售渠道将进一步多元化。以特斯拉为例，其采取了**体验店**与**网上预定**或**直销结合**的销售模式，减少了经销商的中间环节，从而为企业创造了较高的盈利空间。

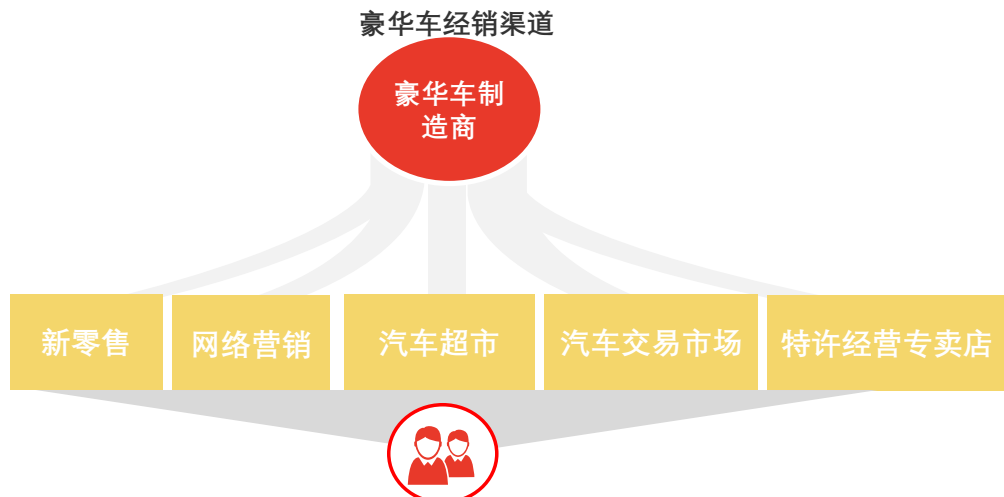
豪华车下游消费者画像

从**消费者年龄分布**分析，现阶段，**30-50岁消费者**是目前豪华车消费主力，占比超过**60%**。但随着愈多传统整机厂与新造车势力品牌进入豪华车市场，供消费者选择的豪华车品牌将日益增加，且车辆性能等品质的不断提升与愈多智能化配置的加持将吸引了**年轻消费群体**的关注。

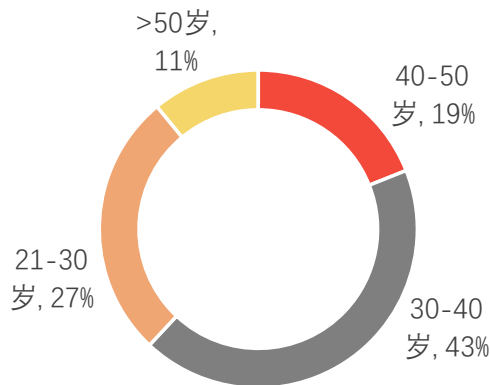
从**消费者城市分布**分析，一线城市和新一线仍为消费主力，豪华车消费向二线和三线城市下沉。

来源：中国汽车工业协会，头豹研究院编辑整理

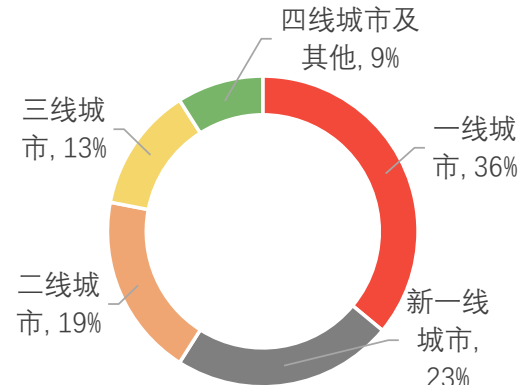
©2020.03 LeadLeo



豪华车车主年龄分布，2019年



豪华车车主城市分布，2019年



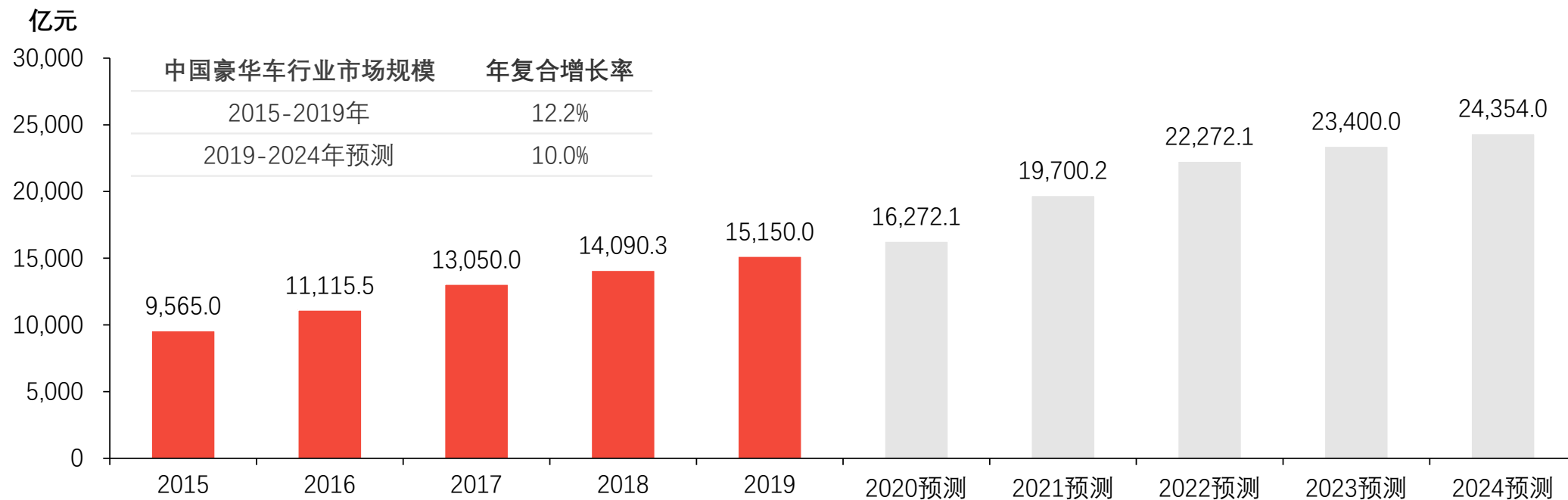
www.leadleo.com

中国豪华车行业市场综述——市场规模

伴随着消费升级和消费群体的扩大，在乘用车销量不及预期的背景下，豪华车逆势而上，销量保持上涨态势

2015年至今，得益于中国宏观经济的发展和消费升级的趋势，豪华车行业逆势而上，在乘用车销量2018年和2019年不及预期的情况下，豪华车的销量仍保持上升趋势。豪华车行业市场规模（按销售收入计）由2015年的**9,565.0**亿元人民币增长至2019年的**15,150.0**亿元人民币，年均复合增长率为**12.2%**。2020年，在疫情影响下，汽车生产厂一季度面临停产，汽车零部件进口受到影响，预计，在政策的进一步刺激下，将保持稳定增长。未来，智能驾驶的快速发展以及豪华车供给端的改革将会进一步刺激豪华车行业。此外，中国自主品牌为提高汽车产品利润，持续加码豪华车领域，豪华车行业竞争激烈的同时，其销量将迎来上涨。预计未来五年中国豪华车行业市场规模将呈现增长态势，到2024年有望突破**24,354亿元人民币**，年均复合增长率达到**10.0%**。

中国豪华车行业市场规模（按销售收入计），2015-2024年预测



来源：头豹研究院编辑整理

©2020.03 LeadLeo



www.leadleo.com

中国豪华车行业市场综述——核心优势

豪华车搭载最先进的技术，以研发和创新驱动品牌成长，为驾驶员和乘客提供高品质的驾乘体验

豪华车制造商注重研发

豪华车制造商注重研发，研发投入高，将**最新的科技**搭载于豪华车。自动驾驶辅助功能、汽车液晶仪表、中控大屏、车载语音控制，智能座舱、侧边安全帘等先进的汽车配置率先应用在豪华车车型。以奥迪汽车为例，2017年，奥迪率先发布L3级别智能驾驶系统的Audi AI，并将其搭载于量产车SAE L3，搭载超声波传感器、摄像头、激光扫描仪等最先进的硬件设施，辅以软件系统，为驾驶员和乘客提供高品质的驾乘体验。

从财务数据角度分析，2018年，奔驰、宝马和奥迪的研发投入占利润的比例分别为**7.5%**、**7.1%**和**7.1%**，比上一年分别增加0.5%、0.9%和0.8%。汽车行业研发投入占利润的比例普遍在5%，而豪华车的研发投入在行业内属于高投入。以宝马为例，2018年，宝马将研发费用用于加速推出新车型，推动自动驾驶和电动出行应用于量产汽车。豪华汽车企业提升研发投入，保持在行业内的创新性，良好地应对汽车行业的技术进步和转型。

根据德国汽车管理中心数据显示，梅赛德斯奔驰、奥迪、宝马在创新力领域排名前三位，特斯拉和沃尔沃分别为第四位和第五位，**长城WEY**和**蔚来汽车**首次登上豪华车创新排行榜前五名。以蔚来汽车为例，由蔚来完全自主研发的**自动辅助驾驶系统NIO Pilot**，其搭载了全球领先Mobileye EyeQ4自动驾驶芯片，并支持超过20项辅助驾驶功能与远程车辆软件升级。

来源：德国汽车管理中心，头豹研究院编辑整理

©2020.03 LeadLeo



豪华车制造商创新力指数排名，2019年

排名	豪华车制造商	创新力指数
1	梅赛德斯奔驰	3,895
2	奥迪	2,516
3	宝马	2,248
4	特斯拉	1,468
5	沃尔沃	928
6	路虎	609
7	捷豹	501
8	保时捷	492
9	雷克萨斯	474
10	蔚来汽车	418
11	凯迪拉克	294
12	宾利	273
13	劳斯莱斯	224
14	长城WEY	204
15	讴歌	170

www.leadleo.com

推广

innovation
创新地图 map

前哨 2020 科技特训营

掌握创新武器 抓住科技红利



扫码报名

咨询微信: innovationmapSM

电话: 157-1284-6605



王煜全

海银资本创始合伙人
Frost&Sullivan, 中国区首席顾问

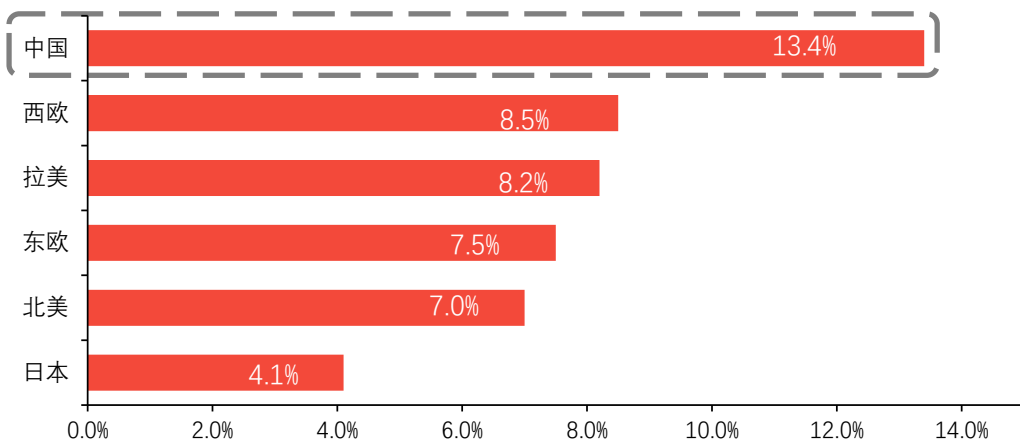
中国豪华车行业驱动因素分析——消费升级趋势助力豪华车市场高增长

国民收入持续增加，消费升级不断深入，豪华车消费人群拓展，集中换车高峰期将近，成为豪华车消费重大利好

豪华车消费群体不断扩容

豪华车销量与地区经济发展水平呈现正相关关系。随着中国经济的高速发展，中国居民可支配收入的提高，中国高端人群数量不断增加，可投资资产大于600万元人民币的家庭数量呈上升趋势，中国高净值家庭数量的增速在2015年至2020年领先全球，高达13.4%，到2020年，中国高净值家庭数量为**388万户**。据《经济学人》预计，到2020年，中国的的中产阶级人口将超过4.7亿，中产阶级及富裕阶层消费将占中国整体消费的**81%**。中国豪华车销量相对于整个乘用车市场的比例较低。在整个乘用车市场尚能稳步发展，国民收入持续增加，消费升级不断深入的背景下，中国豪华车市场显示出优于其他细分市场的发展潜力，成为各大汽车品牌争相进入和发掘的目标。

高净值家庭数量年均复合增长率，2015-2020年



来源：中国私人银行发展报告，头豹研究院编辑整理

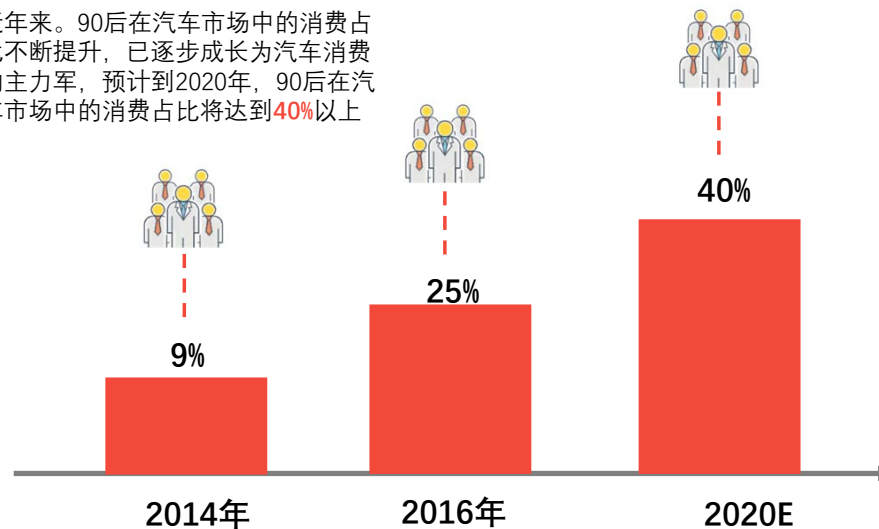
©2020.03 LeadLeo

居民收入增长和消费升级助力豪华车行业

中国汽车行业协会和国家统计局数据显示，人均可支配收入和豪华车的渗透率呈现正相关。中国经济正经历由投资拉动向消费驱动转型，2019年，中国最终消费支出对经济增长的贡献率为**57.8%**，对GDP的拉动为3.5%。豪华车市场受益于消费升级，销量增速跑赢乘用车。豪华车市场仍旧保持高速增长，豪华车需求不断提升的原因为：（1）消费升级导致用户在增购，换购过程中更倾向于购买豪华品牌；（2）**90后**逐渐成为购车主力，90后在购车时更倾向于选择价格更高的车型，有望推动豪华车市场销量增长。

90后汽车市场消费占比

- ✓ 近年来，90后在汽车市场中的消费占比不断提升，已逐步成长为汽车消费的主力军，预计到2020年，90后在汽车市场中的消费占比将达到**40%**以上



www.leadleo.com

中国豪华车行业驱动因素分析——豪华车本土化加速

豪华车国产化率提升，推动豪华车增加产能，拓宽产品生产线，供给端爆发推动行业市场容量增长

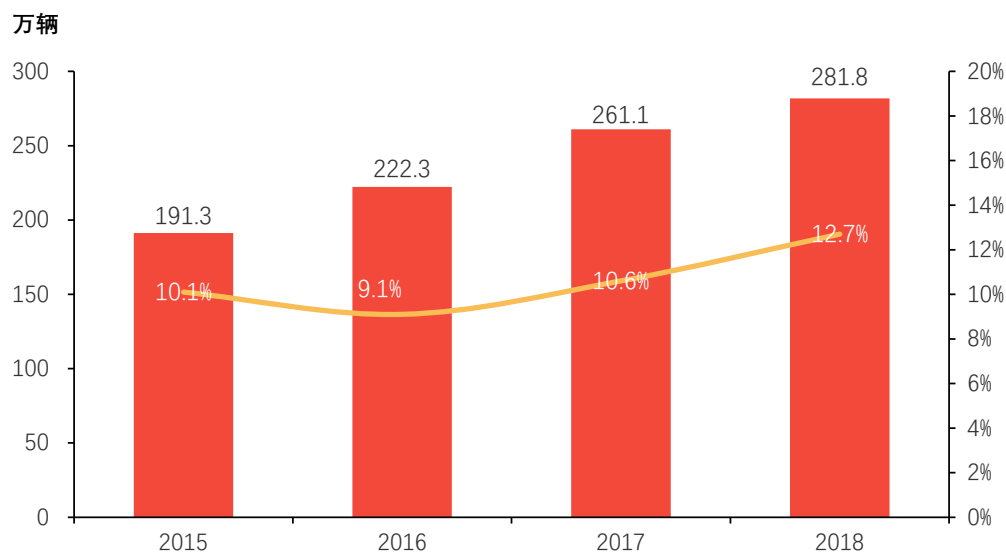
豪华车发布国产生产计划，产品不断丰富

为针对中国市场和中国消费者的需求，奥迪、奔驰、宝马、捷豹路虎、凯迪拉克、讴歌、特斯拉发布国产计划，建立中国研发中心，从设计和研发方面做出产品调整，使豪华车更适应中国消费者的使用情况。豪华车本土化生产具有多种优势，有利于企业降低生产成本，利用中国劳动力成本低廉优势和交通区位优势。此外，豪华车在中国建厂，进行本土生产，减少进口税费。本土化生产的豪华车可快速投放市场，大幅提高品牌市场灵敏度。豪华车**本土化**有助于产品销量提升，国产化成为豪华车企布局中国的重要举措。2015年至2018年，中国豪华车销量由**191.3万辆**增长至**281.8万辆**，中国豪华车销量占比由**10.1%**增长至**12.7%**。

豪华车国产化优势



中国豪华车销量，2015-2018年



来源：中国汽车工业协会，头豹研究院编辑整理

©2020.03 LeadLeo



www.leadleo.com

中国豪华车行业投资风险分析

中国豪华车行业面临市场竞争风险、采购价格变化风险、汽车行业不景气风险、大厂竞争风险、进口关税政策变化风险



市场竞争风险

中国豪华车行业竞争**愈加激烈**，中国自主品牌汽车企业和新势力造车企业进入豪华车领域并开始布局。国际巨头新造车势力特斯拉针对中国市场建立工厂，从而减少运输、关税等费用，激烈的市场竞争使豪华车企业面临被市场淘汰的风险



采购价格变化风险

豪华车行业上游涉及原材料和零配件众多，半导体元器件、汽车电子上涨会对其采购造成较大冲击。此外，零配件中部分高精度、高性能的组件大部分依赖国外进口，发生变化，进口价格波动



汽车行业不景气风险

豪华车行业属汽车零部件行业的细分行业，受到汽车行业发展波动的影响较大。汽车销量的增速减缓，汽车行业总体产销率将有所下降，产能略微过剩，出现**供过于求**的现象



大厂竞争风险

国际头部豪华车企业把持约70%的豪华车行业市场份额，行业呈现寡头竞争格局，中国自主汽车品牌企业在激烈的竞争中抢夺市场份额



进口关税政策变化

进口税收政策的变化，关税的降低和增加对进口豪华车的价格变化影响较大，未来，**进口政策的变化**给豪华车销售带来潜在风险

中国豪华车行业——相关政策法规

豪华车的附加值较高，且是中国汽车智能化、信息化进程的重要组成部分，因此广泛受到政府的多项政策扶持，推动行业健康有序发展

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，中国豪华车行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，促进汽车行业健康、快速发展，进而带动中国豪华汽车发展。政策从长期发展规划、技术发展路线、投资管理规定、汽车产业未来发展方向、智能汽车创新发展战略等方面为中国豪华车企业的发展指明方向，推动中国豪华车企业向智能网联汽车和新能源汽车方向发展。

中国豪华车行业相关政策法规

政策名称	颁布日期	颁布主体	政策要点及影响
《智能汽车创新发展战略》	2020-02	国家发展改革委、中央网信办、科技部、工业和信息化部等11部委	明确智能汽车是全球汽车产业发展的方向，发展智能汽车对中国的战略意义，加速汽车产业转型升级，加快制造强国、科技强国、网络强国、交通强国建设
《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
《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

©2020.03 LeadLeo



www.leadleo.com

中国豪华车行业发展趋势分析——自主品牌加速高端化进程

自主品牌为提高产品利润，提升品牌附加值，拓宽产品线，高端化成为其发展的必经之路

自主品牌迎来高端化发展机遇

中国自主品牌拥有坚实的本土市场基础，致力于提高品牌溢价能力，打造产品高端形象，获得消费者认可。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，奇瑞汽车成立观致汽车，是中国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6,000辆的表现。此外，新势力造车企业以打造高端汽车为目标，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。未来，中国自主品牌将以高端化为发展的重点，提高品牌附加值。

(1) 中国汽车行业的快速发展为自主品牌的高端化提供了基础。2009年至今，中国汽车销量居世界第一，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。

(2) 高端化是自主品牌发展的必然。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。大部分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。

(3) 自主品牌汽车企业重视自主创新研发，其市场份额由2014年的36.0%增长至2018年的41.1%，为自主品牌高端化奠定基础。

中国自主品牌高端化成熟



来源：头豹研究院编辑整理

©2020.03 LeadLeo



www.leadleo.com

中国豪华车行业发展趋势分析——“新四化”是豪华车主要发展方向

豪华车向智能化、电动化、共享化、网联化方向发展，豪华车行业正处于快速变革时期

“新四化”提速，豪华车迎来机遇期

汽车“新四化”在中国实现快速发展，5G技术为汽车智能化和网联化发展奠定基础，北斗卫星导航技术为汽车提供高精度时空服务，为智能汽车的发展提供有力保障。居民的出行方式向共享化和电动化方向发展，这为中国豪华车的发展指明了方向。

(1) 特斯拉的诞生开启豪华车电动化的潮流。2014年，特斯拉旗下Model S车型正式向中国消费者交付，促使纯电动汽车成为中国汽车行业的热点。奔驰、奥迪、捷豹等豪华车品牌销售电动车型。

(2) 豪华车企业持续推进汽车共享化服务。2019年初，宝马与戴姆勒成立汽车豪华车YOUR NOW合资企业，截至2019年12月，已在全球超过1,300个城市提供服务。

(3) 豪华车制造商率先发力汽车智能驾驶，2019年，宝马提出“三步走”构想，将宝马打造成自动化、互联网化、电动化、共享化的大型硬件生态系统。

未来，中国豪华车行业的汽车企业将在“新四化”方面不断创新，形成自身的发展优势。

豪华车向“新四化”方向发展

智能化 × 豪华车



豪华车的智能化使豪华车集成更多的信息和功能，提升驾驶和乘车体验。智能驾驶舱使“人-车-路-云”之间的交互内容丰富，形式和过程便利，给予驾驶人和乘车人良好的体验。

电动车 × 豪华车



随着世界范围内环保事业的推进，汽车的能源消耗成为解决的重点，汽车从消耗高尾气排放的燃油到低排放的电能已成为必然趋势，汽车的电池、电机、电控技术发生变革

网联化 × 豪华车

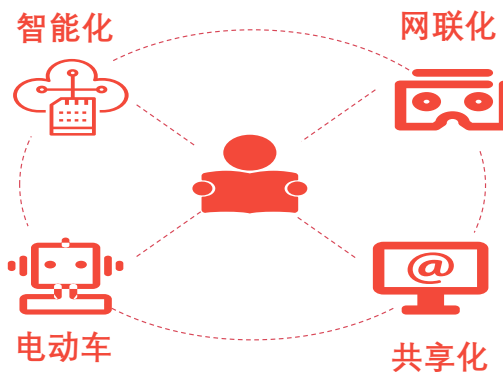


借助互联网技术使人与车、车与路、车与车连接的更加紧密，在车内提供工作、娱乐、通信等功能，从传统豪华车制造商向网联汽车和自动驾驶汽车制造商转换

共享化 × 电动车



汽车共享化使汽车制造商成为豪华车服务商，拓宽盈利方式，利用自身的车源优势、丰富的当地资源以及庞大的存量客户快速切入市场。



来源：宝马官网，头豹研究院编辑整理

©2020.03 LeadLeo



www.leadleo.com

中国豪华车行业——竞争格局

中国豪华车行业进入门槛与市场集中度较高，伴随着新型豪华车品牌进入市场，行业市场竞争将愈加激烈

中国豪华车行业竞争格局分析

2018年至今，伴随着中国乘用车销量不及预期，豪华车逆势而上，中国豪华车行业市场竞争愈加激烈。自1990年代至2015年，中国豪华车行业长期由外资和合资豪华车企业主导，2016年，豪华车行业竞争格局出现变化。一方面，中国自主品牌积极寻求高端化，以吉利汽车、长城汽车、奇瑞汽车为代表的企业成立高端品牌，加入到豪华车竞争的阵营中；另一方面，新势力造车企业以制造豪华车为目标，如发展迅速的蔚来汽车于2016年推出量产豪华车型ES6，且销量表现良好。

现阶段，中国豪华车行业竞争格局表现为：

(1) 市场集中度较高：

目前，中国豪华车行业市场集中度较高，头部效应明显，呈现“3+N”的格局，宝马、奔驰、奥迪长期占据豪华车行业销量前三名，销量显著高于其他豪华车企业，其他豪华车品牌竞争其余市场。2019年，宝马销量高达**723,680辆**，占据豪华车企业销量排名第一位；

(2) 新生代豪华车企业面临优胜劣汰趋势：

伴随着行业内竞争日趋白热化，豪华车企业加快车型的市场投放和布局其汽车产品的口碑及销量将直接影响到行业内竞争企业的未来发展，自主品牌的高端化之路仍处于**起步阶段**，性价比、性能较低的汽车与品牌将逐渐被淘汰。同时，特斯拉在中国建厂将进一步加剧行业竞争；

(3) 行业梯队已初步形成：

- ①从产品销量分析，宝马、奔驰、奥迪为第一阵营，占据行业内领先地位，这三家企业的销量在豪华车中处于**领先地位**。
- ②以凯迪拉克、雷克萨斯、沃尔沃等为代表的豪华车销量排名处于前10的企业，借助**产品性能和品牌用户认可度**，受到消费者青睐。

中国豪华车企业销量排名，2019年

排名	豪华车企业	2019年销量 (辆)
1	宝马	723,680
2	奔驰	702,088
3	奥迪	688,888
4	凯迪拉克	212,570
5	雷克萨斯	200,521
6	沃尔沃	154,559
7	捷豹路虎	99,282
8	林肯	46,629
9	英菲尼迪	35,035
10	蔚来	20,565

中国豪华车行业投资企业推荐——蔚来汽车

蔚来汽车以打造智能高端电动汽车为目标，为车主提供优质的出行服务和售后服务，其品牌口碑和地位实现快速提升

企业概况



上海蔚来汽车有限公司（以下简称为“蔚来汽车”）于2014年11月成立于上海，是一家全球化的智能电动汽车企业。蔚来汽车获得资本青睐，得到来自获得淡马锡、百度资本、红杉、厚朴、联想集团、华平愉悦资本等数十家知名机构投资。

蔚来汽车开拓**全新销售方式**，采用官方自营的“蔚来中心”减少了销售的中间环节，直接接触终端消费者，从而可及时获取消费者需求并进行调整，有效促进品牌口碑与车主黏性的提升。

投资亮点

A

产品性能佳。蔚来汽车在汽车性能、安全、品质方面做到卓越，搭载最先进的自动辅助驾驶系统**NOMI车载人工智能系统**，这是首个采用车内全圆AMOLED屏幕，基于强大车载计算能力和云计算平台的语音交互系统与智能情感引擎，为蔚来汽车车主创造了全新的人车交互方式

B

智能化车型。蔚来汽车为旗下量产车型配备了NOMI人工智能系统及增强的2级自动驾驶功能**NIO Pilot**，可实现高速行驶情况下、交通拥堵情况下车辆自动紧急制动，从而有效保证司乘人员安全。

C

全面的**充电服务体系**。蔚来汽车可为车主提供的充电服务包括充电桩、换电站及充电车，从而有效满足蔚来车主即时的充电需求。

主要产品

ES8

首款量产电动汽车ES8，综合工况续航里程最长可达**580公里**，搭载NIO Pilot自动辅助驾驶系统和NOMI车载人工智能系统

ES6

旗下第二款量产的电动汽车ES6，于2019年6月完成交付，是一款智能电动全能SUV，0至100公里加速4.7秒，综合工况续航里程最长可达**610公里**

EC6

蔚来汽车旗下首款轿跑车风格车型，风阻系数降低至0.27cd，综合工况续航里程最长可达**610公里**，并搭载100kWh电池包

战略定位



完善的服务

蔚来汽车主要为任何情境下的用户提供在线或离线用车体验服务，并为用户提供了一套具有便捷性与创新性的**充电方案解决套件**，包括家庭充电解决方案、创新电池更换服务、由充电卡车提供的移动充电服务及24小时按需接送服务。



先进的经销体系

蔚来汽车采用官方自营的销售方式，开设“**蔚来中心**”在为消费者提供看车、选车、购车服务的同时，还可为消费者提供剧场、图书馆与咖啡馆等休闲场地

来源：上海蔚来汽车有限公司官网，头豹研究院编辑整理

©2020.03 LeadLeo



www.leadleo.com

23

中国豪华车行业投资企业推荐——长城WEY

长城WEY凭借多年的技术积累和强大的研发投入，打造中国品牌豪华SUV，为消费者提供良好的驾乘体验

企业简介



长城WEY成立于2016年，是中国长城汽车旗下品牌，长城汽车聚集国际研发团队，打造豪华汽车品牌，其品牌定位为豪华SUV，“让更多的人把豪华握在手里”为品牌使命，打造中国豪华SUV，使中国人拥有豪华车驾乘体验，是中国第一款以创始人姓氏命名的中国汽车品牌，树立“中国豪华SUV领导者”的品牌标杆。

主营产品

长城WEY主要产品为SUV车型，包括VV5、VV6、VV7、VV7 GT、VV7 PHEV、VV7 GT PHEV。长城WEY拥有传统豪华汽车品牌出身的研发团队，完善的**智能安全配置**，外观设计简约大气，拥有高品质的内饰与体验，健全的售后服务体系。



战略定位

长城WEY以打造中国SUV为战略目标。长城WEY采用智能安全系统保障豪华车的智能安全，采用360度主动安全保护，最大限度的保障驾乘人员的安全，采用22项主动安全技术，为驾驶提供全面无死角的保护。此外，WEY打造自主品牌豪华车，与阿里、腾讯、百度、中国电信、中国联通、中国移动，升级其**智能网联战略**，并将其搭载于量产汽车车型。长城WEY推行海外研发和销售，在日本、美国、印度、奥地利、韩国等地建立**海外研发中心**。

投资亮点



研发实力强

长城WEY拥有一流的**研发团队**，核心研发人员大多来自于欧美一流主机厂与一级供应商，具有丰富的造车经验与影响力。



品牌形象佳

长城WEY符合中国新生代消费者对于豪华车的追求，在个性、设计、科技等多方面马努消费者呢预期，在价格方面，使**年轻消费者**可以负担。



市场口碑佳

长城WEY**优异的外观**、极佳的内饰功能设计、360度全景监控功能、充足的车内空间等特点，赢得了消费者良好的口碑。



核心竞争力

高颜值、智能化和性能佳车成为长城WEY的**核心竞争力**，在激烈的豪华车SUV市场的竞争中，占据一席之地，未来发展状况良好。

来源：长城WEY官网，头豹研究院编辑整理

©2020.03 LeadLeo



www.leadleo.com

中国豪华车行业投资企业推荐——领克汽车

领克汽车得益于吉利与沃尔沃在研发、采购、制造等方面的全球协同效应和丰富的造车经验，发展迅速

企业概况

LYNK&CO (以下简称：领克汽车) 是由吉利集团和沃尔沃汽车于2016年10月在德国柏林发布的新品牌，由吉利控股集团、吉利汽车集团与沃尔沃汽车合资成立的新时代高端品牌，欧洲技术、欧洲设计、全球制造、全球销售的**新时代高端品牌**，坚持“生而全球，开放互联”的品牌理念，将互联网思维与传统制造汽车工业相融合，实现出行方式向个性、开放、互联的趋势变革。

战略定位

“互联”+“造车”，以“生活方式营销”来传递品牌理念，获取共鸣，最终获得品牌增值效应。

领克将成为汽车工业发展史上一个划时代的、能真正代表当前汽车工业发展的一个里程碑的产品品牌，为用户和行业带来了无穷的想象空间。领克汽车正不断加速其全球化战略布局。2020年，领克正式进军欧洲市场，迈出了**全球战略推进**的关键步伐。未来，领克将代表中国制造，成为在国际市场真正有竞争力与地位的汽车品牌。

投资亮点



技术：立足于吉利汽车研发中心

- 领克工程和设计团队总部所在地位于欧洲研发中心，具备全球的研发专家团队，充分发挥吉利和沃尔沃的优势和资源，有来自20多个国家的**2,000余名**优秀汽车工程师。



产品：产品性能佳，赢得消费者认可

- 领克汽车提供终身免费质保，使消费者售后无忧，提供终身免费数据流量，满足用户接入互联网的需求，提供终身免费道路救援，保障驾乘人员出行安全。



经验：多年产品量产经验

- 领克汽车借助吉利汽车和沃尔沃汽车**丰富的造车经验**，拥有丰富的汽车制造产业链经验。

主要产品

- 领克汽车全系车型为01、02、03、05，得益于吉利与沃尔沃在研发、采购、制造等方面的全球协同效应，领克快速填充了**产品序列**，“SUV+轿车”、“燃油+新能源”及性能车的产品矩阵迅速成型，领克01、领克02领克03和领克05将以差异化定位覆盖不同目标人群，瞄准**不同细分市场**，带来1+1>2的市场效应，为领克品牌在激烈竞争中增添双重活力。

领克旗下主要车型



来源：领克汽车官网，头豹研究院编辑整理

©2020.03 LeadLeo



www.leadleo.com

方法论

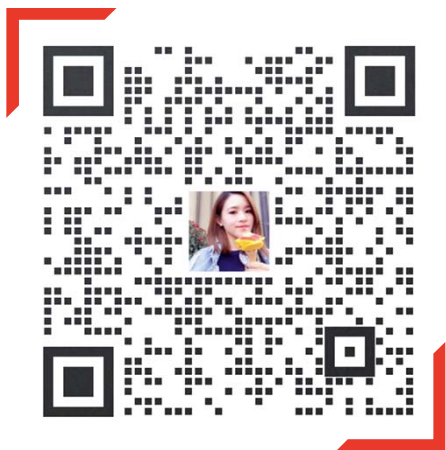
- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，从乘用车、智能驾驶等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，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。

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。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。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 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。本文所载的资料、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，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹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。

读完报告有问题？

快，问头豹！你的智能随身专家



扫码二维码
即刻联系你的智能随身专家

