



www.leadleo.com

潮牌电动汽车行业发展白皮书

报告标签：纯电动汽车、潮牌、汽车文化

报告主要作者：张意梵、张继靓
2020/06

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。

报告摘要

自2014年中国新能源汽车行业兴起以来，经过近五年的发展已逐步突破制造生产技术的瓶颈，行业内领先主机厂先后实现了自主研发，同时，在中国政府积极推动基础充电设施建设的背景下，纯电动车型已初步获得消费者认可，推动行业市场规模（按销售收入计）由2015年的6.3亿元人民币增长至2019年的222.2亿元人民币，年均复合增长率达到143.6%。但伴随着新能源汽车补贴力度的下滑，资本市场遇冷，中国潮牌电动汽车行业增速放缓，且由于2020年新冠疫情影响，中国汽车市场整体销量遇冷，增速放缓。未来，中国潮牌电动汽车行业将依靠全新商业模式破局，并通过硬件设备的升级与智慧系统优化逐步提升其车辆产品的核心竞争力。预计未来五年中国潮牌电动汽车市场规模将继续保持增长态势，到2024年有望突破519.1亿元人民币，年均复合增长率达到18.5%。

◆ 电动汽车技术水平进步显著

现阶段，中国汽车行业处于快速发展期，电动汽车研发投入以及汽车平台化搭建等方面均取得了较大突破，电动汽车的发展受益于汽车研发领域的技术进步，具体可体现在整车、电池、电机、电控等四个方面，发展电动汽车是中国由汽车大国走向汽车强国的必经之路。

◆ 新造车势力崛起

自2014年新造车发展至今，经过近五年时间已逐步突破汽车制造生产技术的瓶颈，以蔚来、威马与小鹏为代表的新造车势力先后在2018年顺利完成交付。

◆ 新时代消费者快速增长

随着以90后为代表的新生代消费群体的崛起，汽车消费更加年轻化、品质化、潮流化。新时代消费者（又称“Z时代消费者”，95后）群体规模已达2.5亿，伴随着其快速增长的消费能力，电动汽车企业迎合年轻消费群体的品位，打造潮牌电动汽车。

目录 (1/3)

◆ 名词解释	-----	06
◆ 电动汽车市场现状及趋势分析	-----	09
• 中国电动汽车市场现状	-----	09
• 中国电动汽车产业链分析	-----	11
◆ 中国新能源乘用车销量分析	-----	17
• 分车型分析	-----	17
• 分动力模式分析	-----	18
◆ 电动汽车整车市场进入门槛分析	-----	19
◆ 中国新造车势力竞争格局分析	-----	20
◆ 中国电动汽车市场驱动因素分析	-----	21
• 电动汽车技术水平进步显著	-----	21
• 环境污染问题	-----	23
• 各方需求旺盛	-----	24
• 车企加速电动车战略	-----	25
• 新造车势力崛起	-----	26
◆ 中国电动汽车市场发展趋势分析	-----	27

目录 (2/3)

◆ 中国电动汽车市场政策与监管分析	-----	30
• 产业发展规划和配套产业政策	-----	30
• 财政补贴政策	-----	31
• 税收优惠政策	-----	32
◆ 潮牌电动汽车市场分析	-----	33
• 中国汽车文化现状分析	-----	33
• 潮牌定义及特征	-----	34
• 潮牌电动汽车概念定位及IP定位分析	-----	35
• 潮牌电动汽车用户群体分析	-----	36
◆ 潮牌汽车竞争对手分析	-----	37
• 潮牌汽车案例分析	-----	37
• 领克汽车潮牌定位及品牌打造	-----	39
• 领克汽车潮牌技术体现	-----	40
• 领克汽车销量分析	-----	41
• 摩登汽车潮牌竞争优势分析	-----	42
◆ 潮牌电动汽车商业模式及潮牌IP衍生业务分析	-----	43

目录 (3/3)

◆ 潮牌电动汽车市场驱动因素分析	-----	44
• 用户驱动因素	-----	44
• 技术驱动因素	-----	45
• 政策驱动因素	-----	46
◆ 潮牌电动汽车市场风险因素分析	-----	47
◆ 潮牌电动汽车未来市场规模预测	-----	48
◆ 汽车文化未来发展趋势	-----	49
◆ 汽车潮牌IP未来发展趋势	-----	50
◆ 潮牌电动汽车未来发展趋势	-----	51
• 用户消费变化趋势	-----	51
• 电动汽车技术趋势	-----	52
• 电动汽车品牌发展趋势	-----	53
◆ 方法论	-----	54
◆ 法律声明	-----	55

名词解释 (1/3)

- ◆ **纯电动汽车**：以车载电源为动力，用电机驱动车轮行驶，符合道路交通、安全法规各项要求的车辆。
- ◆ **插电式混合动力汽车**：介于纯电动汽车与燃油汽车两者之间的一种新能源汽车，既有传统汽车的发动机、变速器、传动系统、油路、油箱，也有纯电动汽车的电池、电动机、控制电路，而且电池容量比较大，有充电接口。插电式混合动力汽车综合了纯电动汽车和混合动力汽车的优点，既可实现纯电动、零排放行驶，也能通过混动模式增加车辆的续航里程。
- ◆ **三电**：包括电驱动系统、动力电池与电控系统。
- ◆ **电驱动系统**：包括电动机、电动机控制器及传动机构。电动汽车可直接由电动机驱动车轮，驱动方式基本上可分为电动机中央驱动和电动轮驱动两种。
- ◆ **动力电池**：为汽车提供动力来源的蓄电池。
- ◆ **电控系统**：由传感器、电子控制器（ECU）、驱动器和控制程序软件等部分组成，与车上的机械系统配合使用，并利用电缆或无线电波互相传输讯息。
- ◆ **比热量**：参与电极反应单位质量的电极材料放出电能的大小。
- ◆ **比功率**：衡量汽车动力性能的一个综合指标，具体是汽车发动机最大功率与汽车总质量之比。
- ◆ **能量密度**：衡量电池最单位体积的电池所储存的电量多少。
- ◆ **永磁同步电机**：由永磁体励磁产生同步旋转磁场的同步电机，永磁体作为转子产生旋转磁场，三相定子绕组在旋转磁场作用下通过电枢反应，感应三相对称电流。
- ◆ **钕铁硼**：由钕、铁、硼（Nd₂Fe₁₄B）形成的四方晶系晶体，是目前磁性仅次于绝对零度钕磁铁的永久磁铁，同时是最常使用的稀土磁铁。

名词解释 (2/3)

- ◆ **IGBT模块**：Insulated Gate Bipolar Transistor，绝缘栅双极型晶体管，是由双极型三极管和绝缘栅型场效应管组成的复合全控型电压驱动式功率半导体器件，有高输入阻抗和低导通压降两方面的优点。
- ◆ **逆变器**：将直流电能（电池、蓄电池）转变成定频定压或调频调压交流电（220V，50Hz）的转换器。广泛适用于空调、家庭影院、电动砂轮、电动工具、缝纫机、DVD、VCD、电脑、电视、洗衣机、抽油烟机、冰箱，录像机、按摩器、风扇、照明等部件。在汽车中可用逆变器连接蓄电池带动电器及各种工具工作。
- ◆ **4S店**：集整车销售、零配件、售后服务、信息反馈四位一体的汽车销售企业。
- ◆ **续航里程**：汽车在最大的燃料储备下可连续行驶的总里程。
- ◆ **风阻系数**：通过风洞实验和下滑实验所确定的一个数学参数，可通过其计算出汽车在行驶时的空气阻力。风阻系数的大小取决于汽车的外形。
- ◆ **充电桩**：其功能类似于加油站里面的加油机，可以固定在地面或墙壁，安装于公共建筑和居民小区停车场或充电站内，并根据不同的电压等级为各种型号的电动汽车进行充电。
- ◆ **IP**：Intellectual Property，知识产权，代表智力创造的比如发明、文学和艺术作品这些著作的版权。
- ◆ **新造车势力**：以互联网及信息技术公司、科技型公司为代表的新兴科技公司加入传统的汽车行业，新造车势力行业诞生。
- ◆ **充电桩**：其功能类似于加油站里面的加油机，可以固定在地面或墙壁，安装于公共建筑和居民小区停车场或充电站内，并根据不同的电压等级为各种型号的电动汽车进行充电。
- ◆ **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。

名词解释 (3/3)

- ◆ **“国六标准”**：全称为国家第六阶段机动车污染物排放标准，2016年12月，中国生态环境部和国家市场监督管理总局联合发布《轻型汽车污染物排放限值及测量方法（中国第六阶段）》。
- ◆ **乘用车**：设计目的和功能主要用于运载乘客及其随身行李或临时物品的汽车，其座位不超过九个。根据乘用车的使用用途，可将其分为基本型乘用车（又称轿车）、多用途车（MPV）、运动型多用途车（SUV）、专用乘用车和交叉乘用车。
- ◆ **商用车**：根据ISO3833国际标准，商用车是指设计和实际用途为运送人员和货物的汽车，包括所有的载货汽车以及9座以上的客车。自2005年至今，中国汽车工业协会实行新的车型统计分类，将商用车分为客车、货车、半挂牵引车、客车非完整车辆和货车非完整车辆五类。
- ◆ **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。



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



中国电动汽车市场分析——市场现状（1/2）

在网联化、共享化与智能化的趋势下，电动化成为了全球汽车工业的发展方向，中国汽车行业内主机厂也积极推进旗下电动汽车的生产研发

环保要求愈加严格，电动汽车市场空间巨大

现阶段，据公安部数据显示，中国汽车保有量已达到约2.6亿辆。汽车数量的大规模增长加剧了对化石能源的需求，同时也加大了社会的交通压力与城市秩序压力，并催生了对环境保护的迫切性。在此背景下，电动汽车逐渐成为中国汽车工业的宠儿，由于对环境的影响相对传统内燃机汽车较小，其发展前景被广泛看好，具有广阔的发展空间。

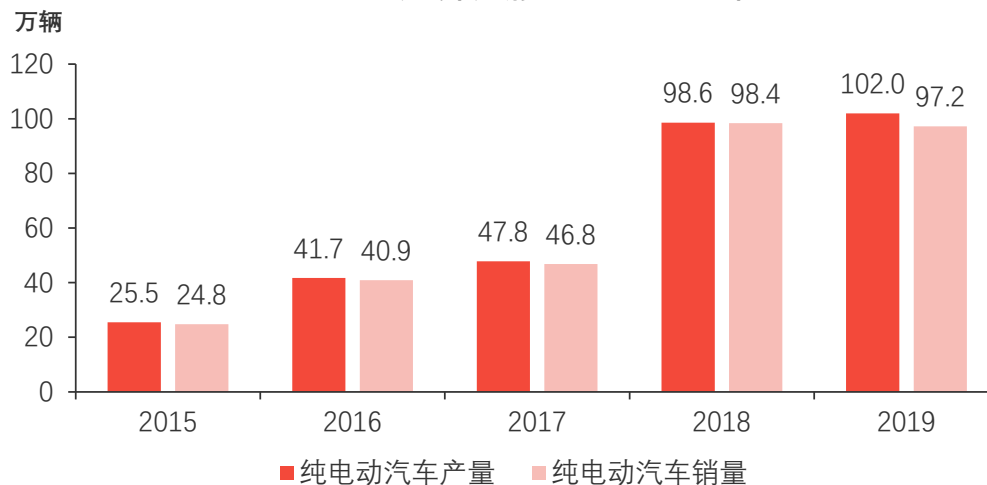
国一至国六排放限值对比

	实施年份	CO (g/km)	THC (g/km)	NMHC (g/km)	NOx (g/km)
国一	2001	2.72	/	/	/
国二	2004	2.2 (19%↓)	/	/	/
国三	2007	2.3 (0.05%↑)	/	/	0.15
国四	2010	1.0 (57%↓)	/	/	0.08 (47%↓)
国五	2017	1.0	0.1	0.068	0.06 (25%↓)
国六a	2020	0.5 (50%↓)	0.1	0.068	0.06
国六b	2023	0.5	0.05 (50%↓)	0.0035 (49%↓)	0.035 (42%↓)

• 2016年，中国“国六”排放标准正式落地，并已于2020年起分布执行。由于中国尾气排放技术升级的准备期、导入期及较为严峻的空气质量形势，“国六”排放标准分a、b两个阶段实施，经过a阶段过渡，最终将统一实施b标准。与“国五”排放标准相比，“国六”将严格控制污染物的排放，在排除工况与测试影响的情况下，“国六b”的一氧化碳（CO）排放量限值下降50%，总碳氢化合物（THC）与非甲烷总烃（NMHC）下降50%，氮氧化物（NOx）下降42%

• 据汽车工业协会数据显示，2019年中国纯电动汽车生产完成102万辆，同比增长3.4%，但由于市场的逐渐成熟与宏观经济的下行，2019年纯电动汽车销量为97.2万辆，同比下降1.2%。此外，从纯电动汽车分类方面分析，自2017年开始，中国纯电动商用车产量增速逐渐放缓，除政策补贴逐渐向乘用车倾斜外，中国纯电动汽车行业的发展阶段已由公共领域为主向私人领域加速演变

中国纯电动汽车产销量，2015-2019年



来源：中国公安部，中国汽车工业协会，中国环保部，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

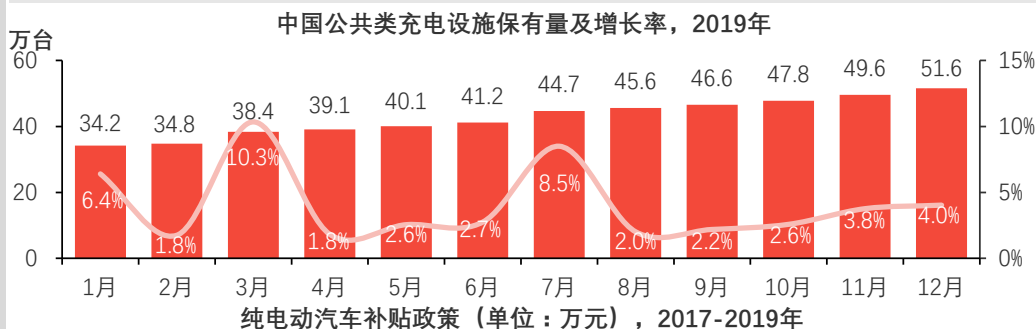
中国电动汽车市场分析——市场现状 (2/2)

在新能源汽车地方购置补贴推动电动汽车销量增长初有成效后，中国政府将资金支持逐渐由购置补贴转变为扶持充电基础设施建设与运营等环节

电动汽车渗透率将进一步提升

经过近五年的发展，电动汽车性能及驾驶表现不断提升，但在中国市场中推广仍存在较大困难，其普及率仍较低，主要原因包括消费者对电动汽车续航里程的考虑。因此，在促进电动汽车发展的过程中，除持续提高“三电”性能外，还需着力加强对充电基础设施的建设，从而为消费者提供便利的出行体验，加快电动汽车在中国市场渗透率提升。

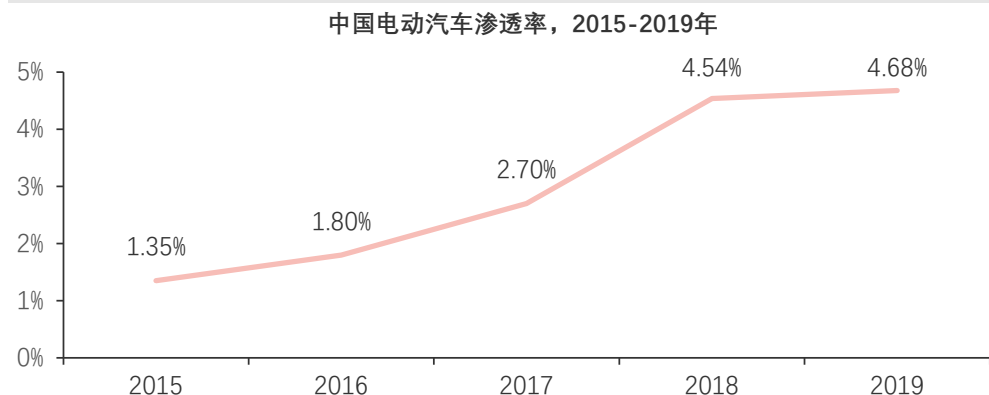
- 根据中国电动充电基础设施促进联盟发布的电动汽车充电基础设施运行情况显示，截至2019年12月，中国公共类充电基础设施保有量达到51.6万台，同比增加18.1%，并呈现稳定增长态势



纯电动汽车补贴政策 (单位: 万元), 2017-2019年

续航里程R (km)	2017年	2018年	2019年
100<R<150	2.0万	0	0
150≤R<200	3.6万	1.5万	0
200≤R<250	3.6万	2.4万	0
250≤R<300	4.4万	3.4万	1.8万
300≤R<400	4.4万	4.5万	1.8万
R>400	4.4万	5.0万	2.5万

- 2019年新能源汽车国家补贴幅度大规模退坡，且地方补贴完全取消，象征着中国新能源汽车行业将迎来全面洗牌，拥有核心技术的主机厂将拥有愈强的竞争优势，而靠补贴生存的主机厂将面临更大挑战



- 随着公共类充电基础设施的增加以及纯电动汽车补贴政策的完善，中国电动汽车渗透率逐渐上升但增速放缓。2019年纯电动汽车渗透率达4.68%，同比提升0.14%。此外，中国工信部于2019年12月3日发布的《新能源汽车产业发展规划(2021-2035年)》中明确了电动车将在2025年渗透率达到25%的目标，虽目前电动汽车在中国市场的普及面临较大的挑战，但汽车的电动化发展已成为未来汽车产业的重要趋势，电动汽车行业的市场空间巨大

来源：中国汽车工业协会，中国电动充电基础设施促进联盟，头豹研究院编辑整理



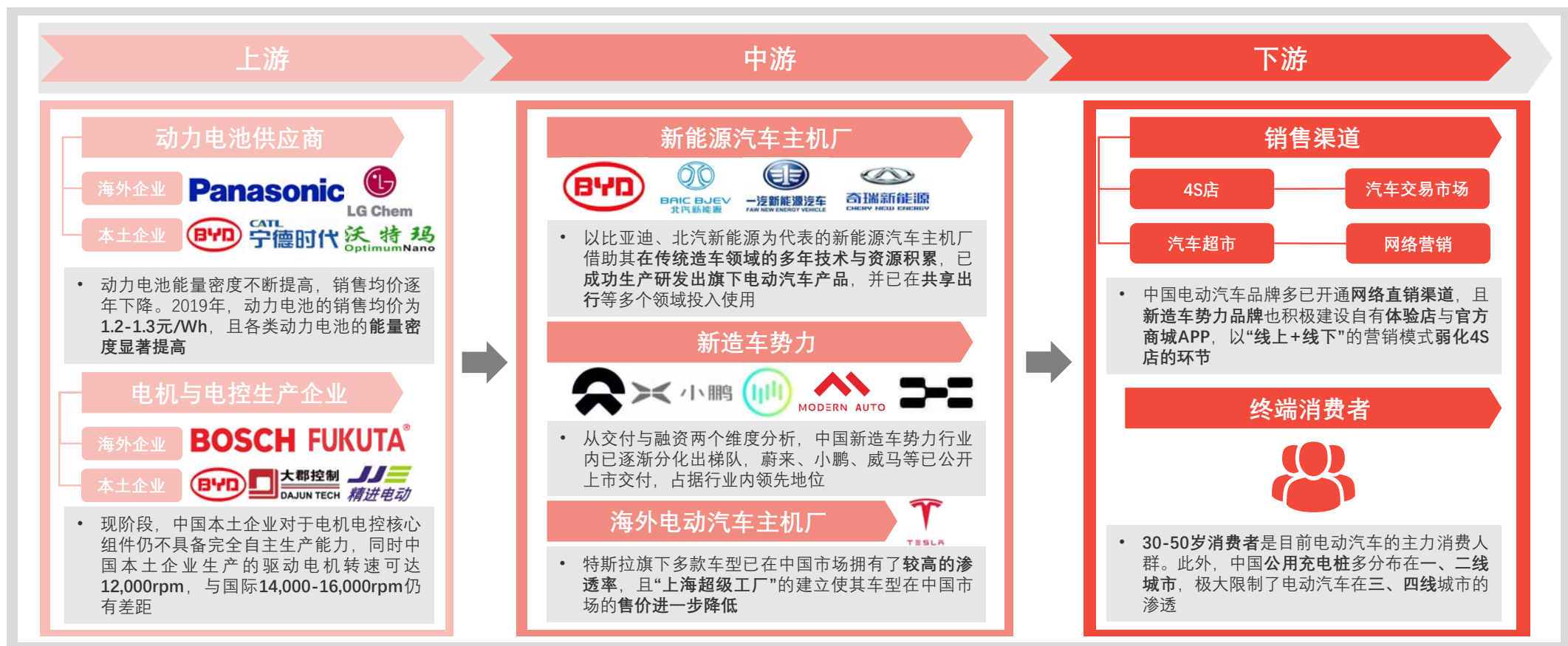
©2020.06 LeadLeo

www.leadleo.com

中国电动汽车市场分析——产业链

电动汽车行业产业链各环节连接紧密，且涉及多个行业的发展，与传统内燃机汽车行业不同，“三电”取代发动机、变速箱与底盘“三大件”成为产业链中的关键零部件

中国电动汽车行业产业链由上游动力电池、电机与电控等零部件供应商，中游电动汽车主机厂及下游销售渠道及消费者组成。



来源：各大公司官网，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

中国电动汽车市场分析——产业链上游分析（1/3）

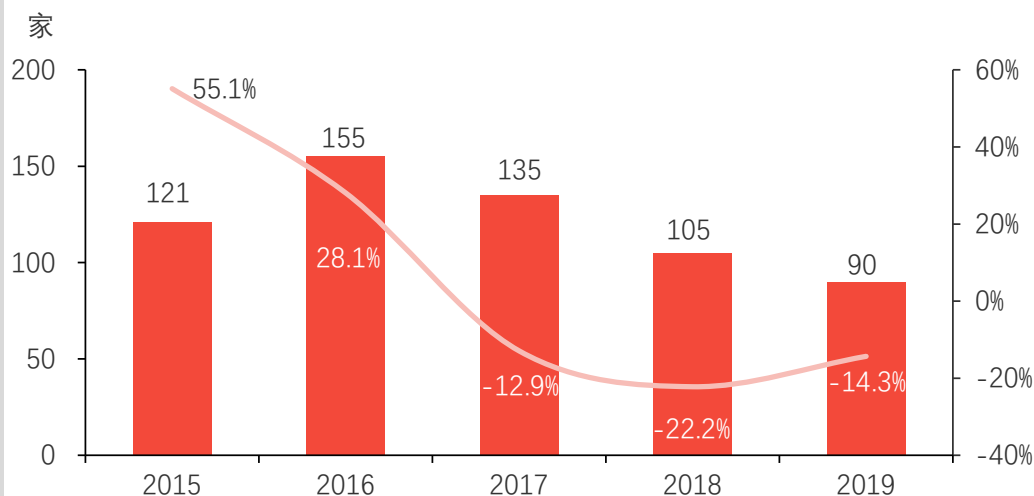
电动汽车行业的高速发展带动动力电池装机量高速增长，且需求的高端化发展加剧了动力电池市场的淘汰速度，使行业集中度进一步提升

动力电池行业井喷式发展

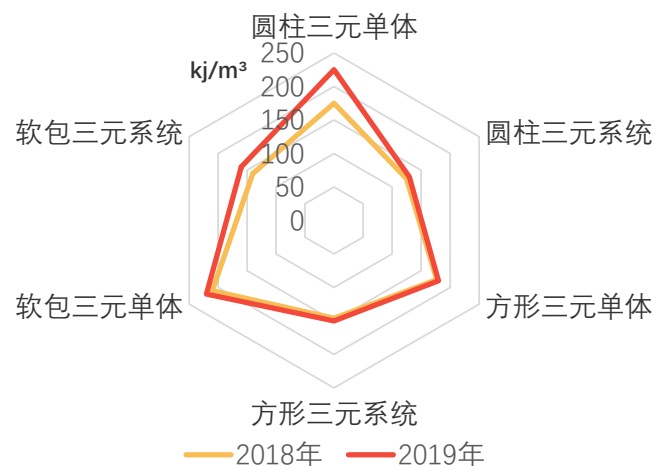
2014年，中国动力电池行业借助新能源汽车的热点出现了井喷式发展，但自2016年中国对于新能源汽车的相关补贴开始缩减，导致动力电池行业内中小型动力电池制造企业无法维持正常经营，从而被市场淘汰，使动力电池行业集中度不断提升。此外，动力电池是电动汽车的动力来源，其技术水平直接关系到电动汽车的续航能力，因此中游电动汽车主机厂对动力电池产品的质量与技术需求不断提升。

- 根据中国化学与物理电源行业协会数据显示，截至2019年底，中国动力电池生产企业数量为90家，同比减少15家。同时，中国动力电池市场份额逐渐向以宁德时代为代表的头部企业聚集

中国动力电池生产企业数量情况及增长率，2015-2019年



中国动力电池能量密度变化，2018-2019年



- 近五年来，随着中国动力电池生产企业持续加大对于产品研发的投入，动力电池的销售均价出现明显降低。2019年，动力电池的销售均价约为1.2-1.3元/Wh，较2015年的2.3元/Wh下降43.5%。同时，市场需求的高端化发展刺激动力电池生产企业对各类型电池能量密度进行了较大改进与提升，从而使其产品的市场竞争力逐步提升，对中游电动汽车主机厂的议价能力随之提高

来源：中国化学与物理电源行业协会，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

中国电动汽车市场分析——产业链上游分析 (2/3)

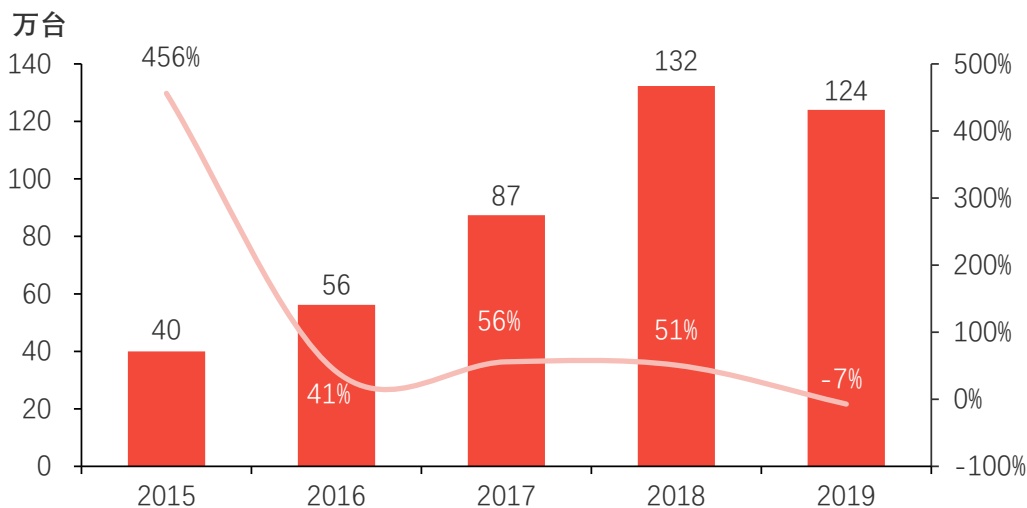
随着中国政府对于新能源汽车相关补贴政策的转变，纯电动汽车配套驱动电机产品将成为未来行业新型增长点

驱动电机已具备自主生产能力

伴随着新能源汽车的迅猛发展，中国汽车驱动电机行业迎来巨大市场空间潜力，吸引了众多企业和资本的进入。现阶段，中国本土制造商在核心技术及制造工艺方面取得了较大进展，已具备自主开发满足各类新能源及电动汽车需求电机产品的能力，且以精进电机为代表领先企业已可生产出达到与国际先进水平相同功率等级的驱动电机产品。

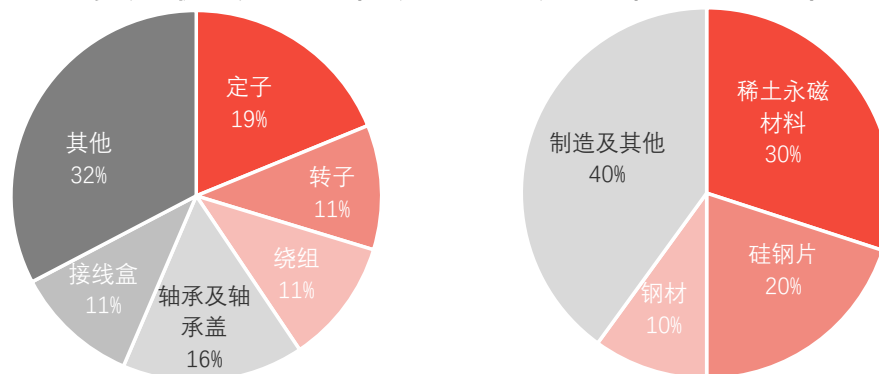
- 根据中国工信部整车出厂合格证数据显示，2019年中国汽车驱动电机装机量超过124万台，但受新能源汽车整体产销量下降的影响，同比2018年下降7%。从装配的电机类型分析，永磁同步电机的主导地位进一步加强，已占据99%的市场份额

中国新能源汽车驱动电机装机量及增长率，2015-2019年



- 中国电动汽车多采用的永磁同步电机原材料成本占比较高，主要包括铁芯叠片、驱动轴体等钢材，钕铁硼等稀土永磁材料，镁铝合金及铜材等基本金属，其中稀土永磁材料的成本约占总成本的30%。根据中国国家统计局数据显示，2019年8月N30-N38UH牌号钕铁硼永磁材料平均价格为126.8-280.0元/千克

驱动电机系统各组成部分产值占比及产品成本占比，2019年



- 现阶段，以采埃孚、大陆、博世为代表的国际汽车零部件供应商巨头在高端电机领域处于主导地位。而中国本土电机生产水平与国际仍存在差距，中国本土生产的电机转速仅可达到12,000rpm，与国际14,000-16,000rpm的标准水平差距较大。因此，电动汽车主机厂多偏向于采用进口的驱动电机产品

来源：中国工信部，国家统计局，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

中国电动汽车市场分析——产业链上游分析 (3/3)

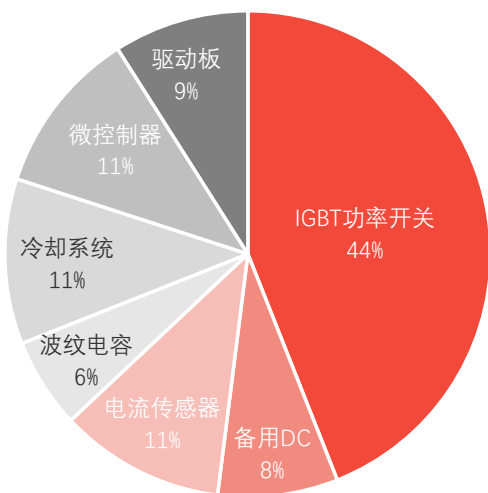
汽车电控系统关键组件IGBT仍依赖进口，且上游供应商具有较高的市场集中度，导致电控系统集成商元器件采购成本较高

电控系统作为变速箱功能的替代，其性能直接决定了电动汽车加速等主要性能指标

汽车电控系统的开发包括软件、硬件设计与集成。核心软件通常由下游整车厂客户进行研发，而硬件与底层驱动软件可由汽车零部件供应商提供。目前，行业竞争者主要由比亚迪、北汽新能源等整车厂与汇川技术、上海电驱动等第三方专业新能源汽车电控系统集成商组成。同时，以比亚迪为代表的整车厂除可实现电控系统的自产自销外，还可满足于其他整车厂的配备需求，且已占据行业约45%的市场份额。

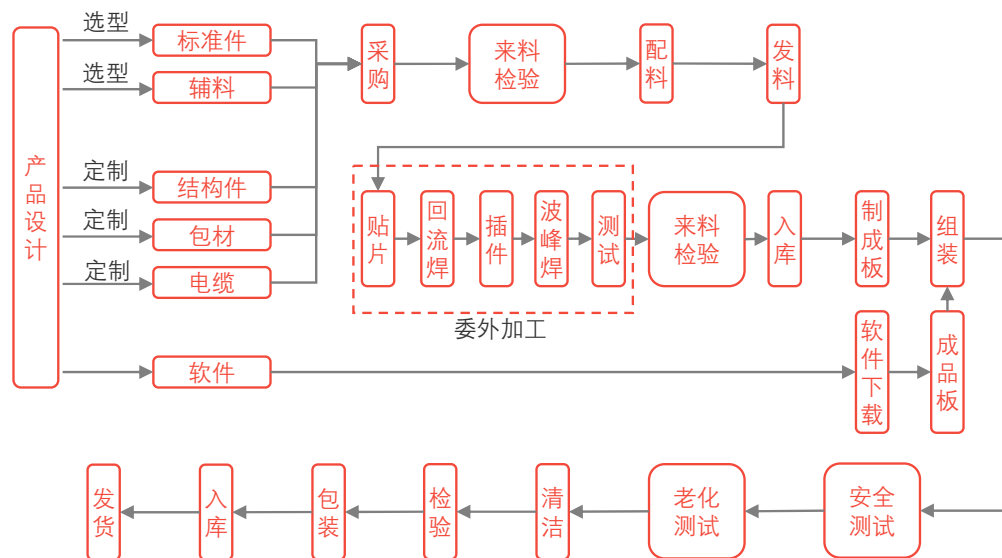
- 目前，中国本土电控企业生产所需的IGBT功率元器件约90%为进口产品，导致其采购成本较高。同时，以三菱电机、富士电机为代表的国际领先企业先后以合资等方式进入中国市场，从而使中国电控系统生产企业对中游电动汽车主机厂的议价能力持续降低

电控系统中各零部件组成，2019年



- 汽车电控系统是通过控制对转矩、转速和转向进行控制，在提高电动汽车的驱动控制水平，保证电动汽车的高效、稳定运行的同时，增加电动汽车的行驶里程的装置。汽车电控系统中的核心模块为IGBT功率开关，应用于车辆逆变器中，占整个控制器成本的40%-50%

- 汽车电控系统产品由众多电子元器件与配件构成，电控系统集成商主要负责生产工序中图纸设计、电路板防护、软件烧录、组装、测试检验等核心环节。而对于贴片、插件等电子加工环节，电控系统集成商多通过委外加工来完成，并以签订委外加工合同、支付加工费用的形式进行



来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

中国电动汽车市场分析——产业链中游分析

目前，中国电动汽车主机厂已陆续完成交付，但由于消费需求的紧缩，愈高性能与性价比车辆的研发生产将成为未来发展的关键

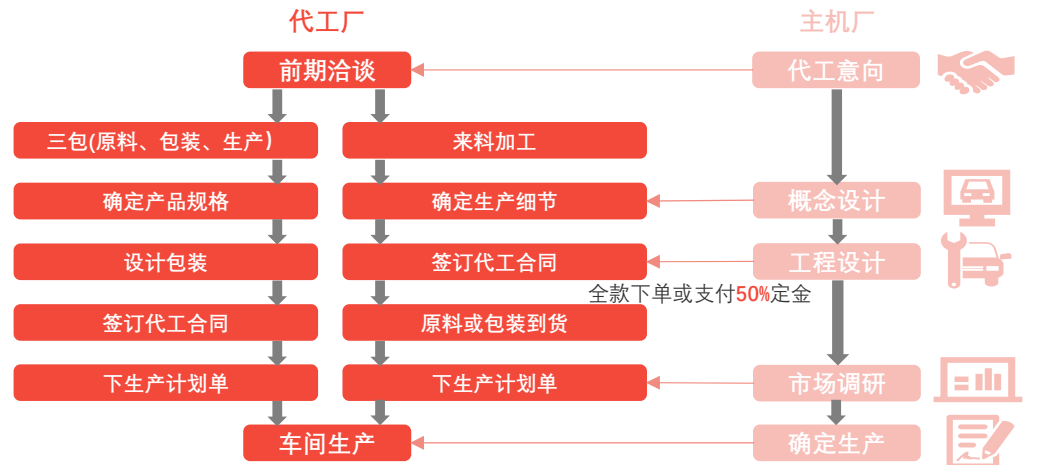
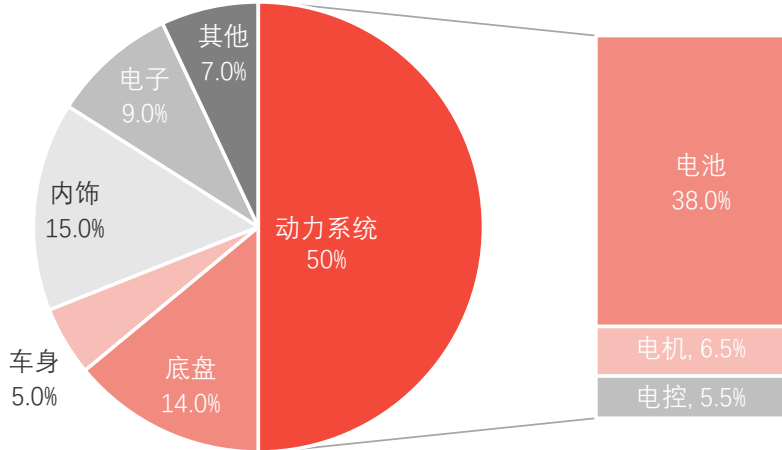
资金问题将成为电动汽车主机厂未来发展的主要因素，行业内竞争或将愈发激烈

中国电动汽车行业主要由以比亚迪、北汽新能源为代表的新能源汽车主机厂、以蔚来汽车、小鹏汽车、摩登汽车为代表的新造车势力及特斯拉等海外电动汽车主机厂组成。在新造车势力形成之前，比亚迪与上汽等传统主机厂已开始涉足电动汽车领域，并借助其在传统造车领域的多年技术积累，领先于新造车势力完成车辆交付。同时，中国新造车势力普遍存在交付困难、销量低迷、补贴减少带来的售价上涨隐患、产品线单一造成的竞争力不足等问题，极大制约了其行业的发展。

- 电动汽车的成本主要由电池、驱动电机、电控系统、电驱动零部件与铝合金、塑料等其他零部件组成。其中，**电池成本达到车辆总成本的42%**，占据主要成本构成。伴随着电池技术的升级与性能的优化，中国电动汽车的续航能力及性能将得到有效提升。同时，电池销售均价正呈现下降态势，将帮助中国电动汽车主机厂**有效减少成本支出**

- 电动汽车主机厂的生产制造模式主要分为**自建整车工厂模式与代工生产模式**两大类。现阶段，行业内新造车势力正处于发展初期，在生产制造领域技术积累较薄弱，因此多以代工生产模式为主。而**新能源汽车主机厂与海外电动汽车主机厂**具有较为深厚的造车技术积累与产业链资源，均通过自有工厂进行生产

电动汽车及其动力系统的成本构成，2019年



来源：头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

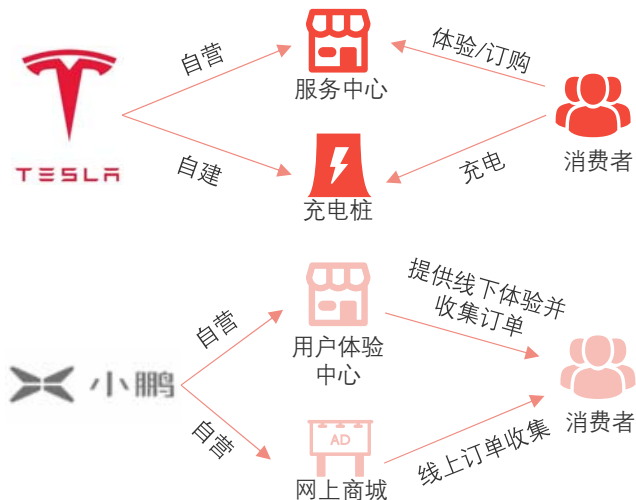
中国电动汽车市场分析——产业链下游分析

伴随着中国电动汽车行业弱化4S店的趋势，企业将直接接触及终端消费者，从而有效促进消费者对于电动汽车品牌满意度的提升

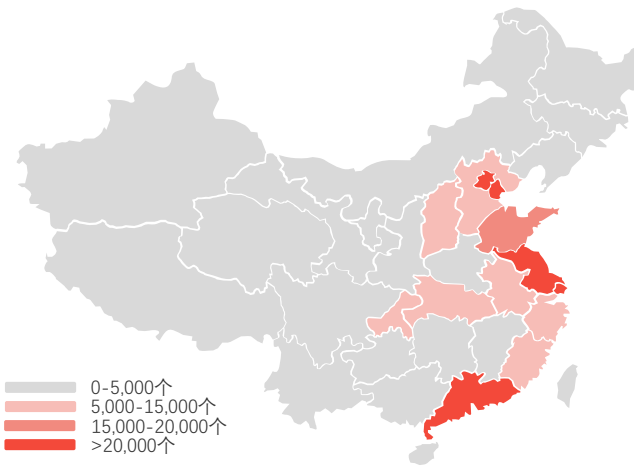
直营与授权结合，以“新零售”拓展市场

中国电动汽车行业下游主要涉及销售渠道与终端消费者，销售渠道主要为特许经销商即4S店、汽车超市、汽车交易市场与网络营销等多种方式。特许经营专卖店的优势在于完善的营销服务体系，其服务贯穿售前、售中和售后的全过程。同时，特许经销商由于成本较低且发展较为成熟，已成为目前主流的销售渠道，但行业内正呈现弱化其作为中间商环节的趋势。

- 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。同时，小鹏汽车将销售、交付、服务与超级充电相结合，在布局线下渠道的同时开通了线上渠道，将直营与授权结合，通过新零售的方式拓展市场



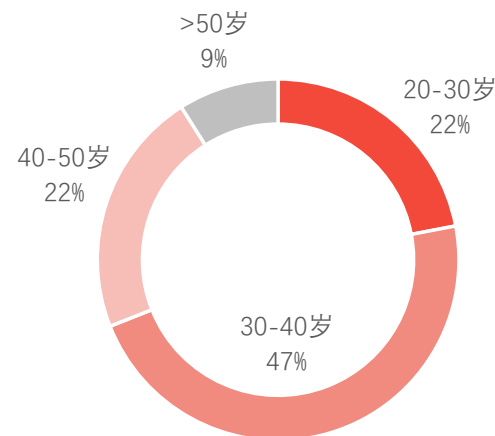
中国充电桩分布，2019年4月



- 据中国国家能源局统计数据，截至2019年4月，中国总计上报公共类充电桩39.1万台，较3月增加7,464台。但充电桩多聚集在一、二线城市，且中国大多数住宅建筑中的电线系统存在限制，无法为纯电动汽车消费者提供足够的便捷性

- 现阶段，30-50岁消费者是目前电动汽车消费主力，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汽车市场，供消费者选择的电动汽车品牌将日益增加，且车辆续航等品质的不断提升与愈多智能化配置的加持吸引了更多的年轻消费群体的关注

电动汽车车主年龄分布，2019年



来源：中国汽车工业协会，国家能源局，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

新能源汽车销量——分车型分析

中国的财政补贴政策是新能源汽车发展的强大推动力，进入2018年后，政府提高了对新能源汽车的各项优惠政策门槛，高能耗低续航的A00级车或将逐步退出市场

紧凑型汽车逐渐成为主力军

经过近五年的发展，新能源汽车技术逐步成熟，且在中国政府的大力推动下，新能源汽车在中国市场中的销量不断提升。但受新能源补贴退坡影响，中国新能源销量于2019年首次出现下滑，而2020年新冠疫情的影响将为中国新能源汽车市场带来更大挑战。新能源汽车市场对政策的依赖度较高，为阻止新一轮销售滑坡的出现，中国国务院于2020年3月31日召开的国务院常务会议中提出“将对新能源汽车购置补贴和免征购置税政策延长2年”，补贴新政的正式落地可有效稳定中国消费者选购新能源汽车的信心，使中国新能源汽车市场迎来拐点。

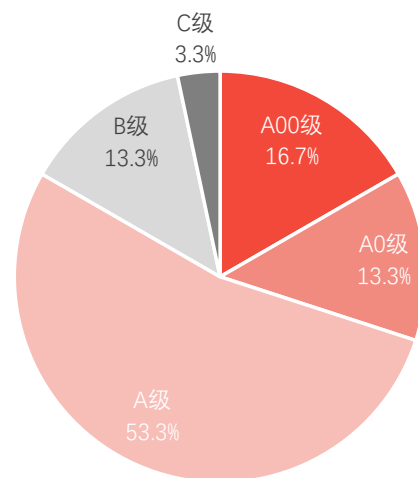
- 据中国汽车工业协会数据显示，2019年中国新能源汽车销量为**120.6万辆**，较2018年同比**下降4.0%**。此前中国汽车行业内多位权威专家曾预测汽车市场将进入“更新换代”阶段，行业将于2020年迎来反弹，但**新冠疫情的爆发**直接对汽车销量造成强烈冲击，但被抑制的消费欲望将于疫情结束后逐步释放，因此预计中国新能源汽车销量将于2021年开始复苏，并持续缓慢增长

中国新能源汽车销量及增长率，2015-2024年



- 据中国乘联会数据显示，2019年累计销量超过10,000辆的车型中，A00级车型5款、A0级车型4款、A级车型16款、B级车型4款和C级车1款。与2018年29款累计销量超过10,000辆的车型相比，**纯电动A00车型的占比大幅下降**。

2019年新能源汽车销量TOP10各级别占比



主流车型

➤ 车型级别方面，A级（紧凑型车）已占据新能源乘用车市场中53.3%的份额，是目前最主流的车型

影响因素

➤ 根据已发布的补贴方案分析，续航里程200公里以下的补贴降幅达72%，但针对高续航车型，补贴微量提升，使A00级（微型车）的优势逐步衰减，产销量同步下滑

来源：中国汽车工业协会，中国乘联会，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



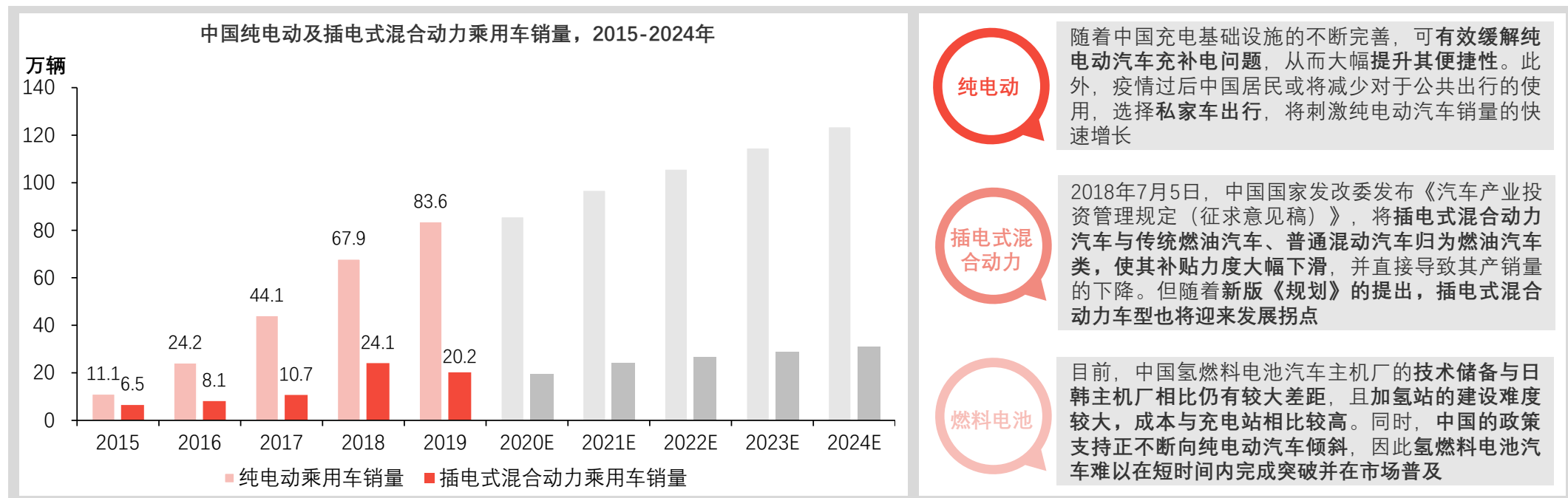
www.leadleo.com

新能源汽车销量——分动力模式分析

电动化是代表汽车未来发展“新四化”趋势的龙头，是智能化、网联化与共享化的基础，随着技术的进步及相关政策的助推，纯电动逐渐成为新能源汽车行业的“宠儿”

三种动力模式共同发展

在新能源汽车发展初期，由于电池技术的限制与行业整体发展的不健全，插电式混合动力汽车成为行业内的主流车型。但随着技术进步带来的电池能量密度的快速提升与产业链上下游的飞速发展，纯电动汽车已成为现阶段新能源汽车的主流。同时，2020年4月7日中国政协副主席、中国科协主席、规划咨询委员会主任万钢在北京主持召开《新能源汽车产业发展规划（2021-2035年）》（以下简称“《规划》”）咨询委员会会议中提出了插电式混合动力是新能源汽车的“三纵”之首，打破插电式混合动力只是纯电动汽车的过渡产品这一错误理解，因此，插电式混合动力汽车也将与纯电动汽车共同发展，销量也将稳步提升。



来源：中国汽车工业协会，中国乘联会，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



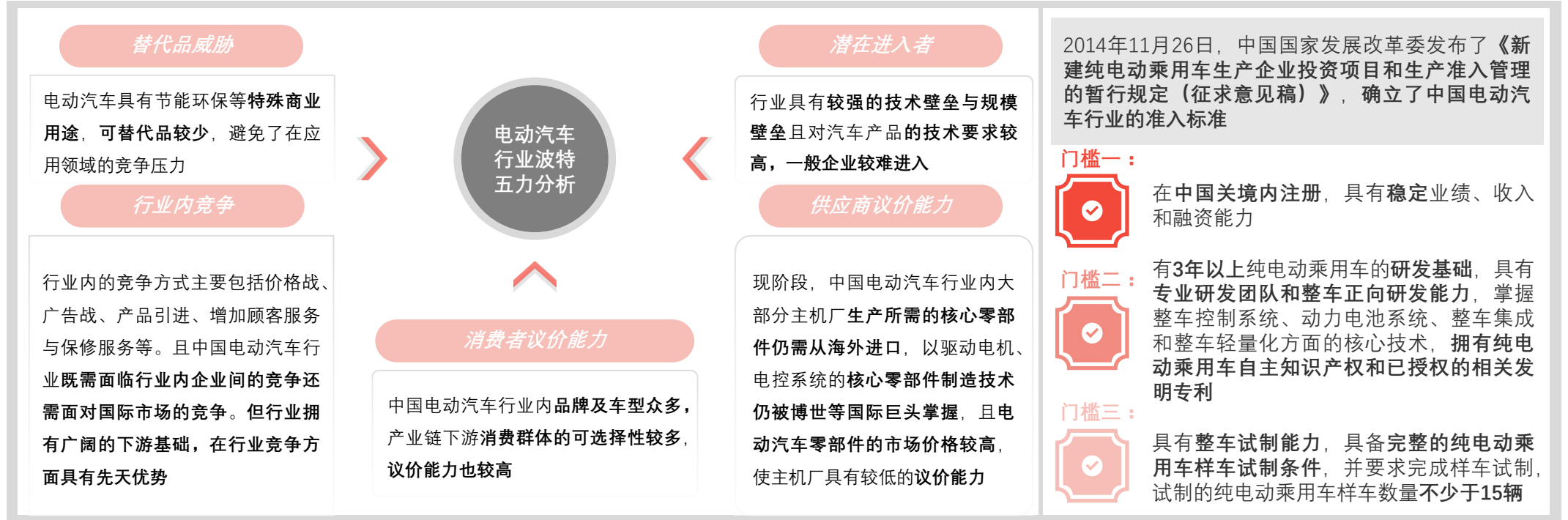
www.leadleo.com

电动汽车整车市场进入门槛分析

中国电动汽车行业具有较高的技术与资源门槛，且对新进入者要求愈高，同时准入标准的制定有效保证了行业的规范化发展

政策门槛不断提升

近五年来，中国的补贴政策促进了新能源汽车行业的快速发展，其产销量大幅增长，制造技术也获得了较大的突破。但中国政府对于新能源汽车行业的补贴具有普惠性质，造成了大量不具备制造实力的企业进入市场，并出现了粗制滥造的现象。2016年8月2日，中国国家发展改革委印发了《新能源汽车碳配额管理办法（征求意见稿）》，同年8月12日，中国工信部发布了《新能源汽车生产企业及产品准入管理规定（修订征求意见稿）》，象征着对于新能源汽车行业的管理政策将趋于科学性，行业政策准入门槛将获得提高。



来源：中国政府网，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



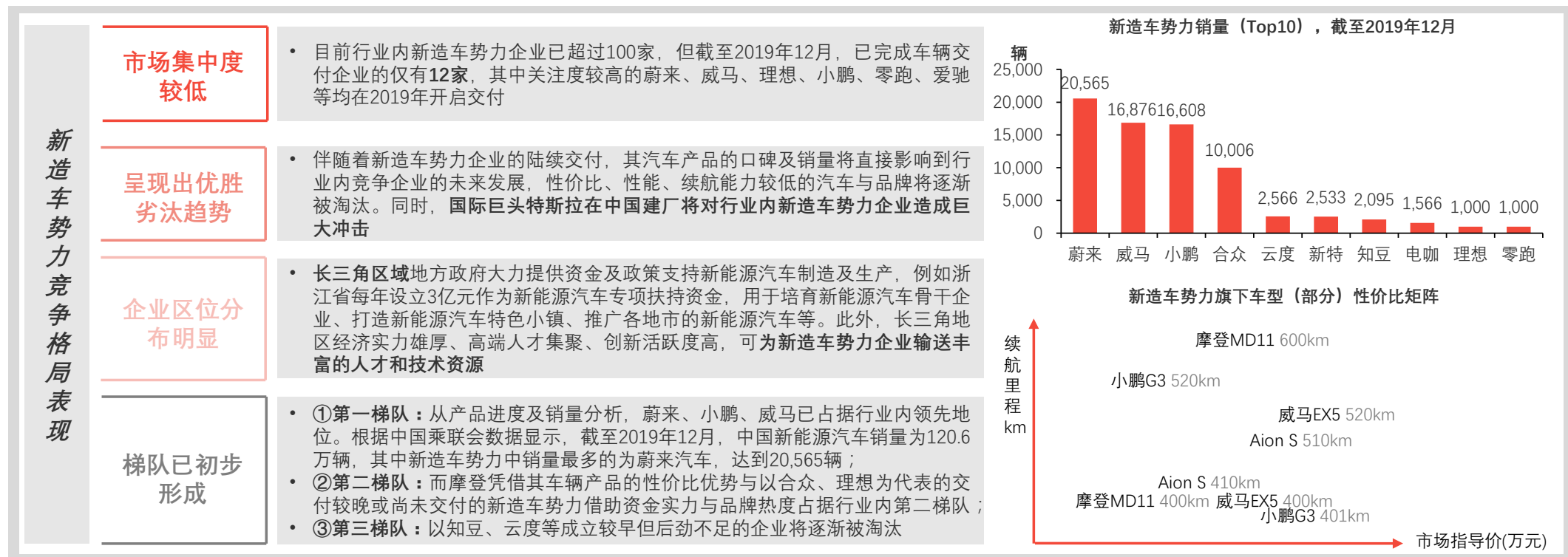
www.leadleo.com

新造车势力竞争格局分析

新造车势力起步较晚，行业内品牌车型于近三年内才完成交付，市场认可度仍不足，但伴随着市场的优胜劣汰，行业集中度将有效提高

市场参与者众多，竞争格局尚未清晰

近五年来，伴随着中国政府对新能源汽车补贴力度的减弱与融资速度的放缓，中国新造车势力行业市场竞争愈加激烈。由于中国新造车势力行业竞争者多为互联网或高科技企业，对汽车制造技术的积累较为薄弱，多寻求代工厂进行合作生产，因此行业内出现延迟交付的情况，从而使新造车势力在资本市场面临信任危机。



来源：中国乘联会，各大公司官网，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

中国电动汽车市场驱动因素分析——电动汽车技术水平进步显著

电动汽车续航里程增加，电池技术处于全球领先水平，电机基本已实现国产替代，电控核心零部件取得突破

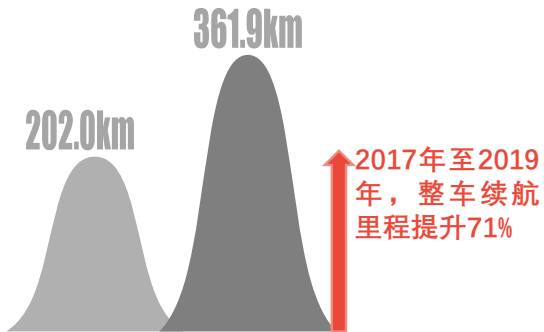
从技术角度分析，中国电动汽车制造技术有明显提升

现阶段，中国汽车行业处于快速发展期，电动汽车研发投入以及汽车平台化搭建等方面均取得了较大突破，电动汽车的发展受益于汽车研发领域的技术进步，具体可体现在整车、电池、电机、电控等四个方面，发展电动汽车是中国由汽车大国走向汽车强国的必经之路。

- (1) 电动汽车电池：整车续航里程增加；
- (2) 电池：能量密度提升，处于全球领先水平；
- (3) 电机：基本实现国产替代；
- (4) 电控：部分核心零部件取得国产突破。

整车

- 整车续航里程增加。
- 2017年第1批推广目录纯电动乘用车平均续航里程仅**202.0km**，到2019年第7批推广目录时增加到**361.9km**，两年半时间续航里程提升71%。



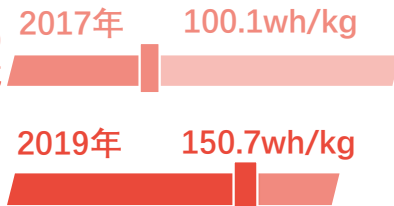
来源：头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo

电池

- 电池能量密度提升，处于全球领先水平。
- 纯电动乘用车动力电池系统能量密度平均值从2017年第1批工信部推广目录的**100.1wh/kg**提高到2019年第7批的**150.7wh/kg**，同比提升50.5%。

纯电动乘用车动力电池系统能量密度平均值



电机

- 电机基本实现国产替代。
- 2018年我国驱动电机自主配套比例达到95%以上。
- 以精进电机为代表领先驱动电机制造企业已可生产出达到与国际先进水平相同功率等级的新能源汽车驱动电机。

新能源汽车驱动电机制造商



电控

- 电控部分核心零部件取得国产突破，但对外依存度仍高。
- 新能源汽车电控系统中整车控制器和电池管理系统(BMS)相对成熟，电机控制器相对落后，核心零部件IGBT产品进口依赖率高达90%。



云度汽车旗下**π1**车型搭载了**巨一**自动化电控系统



小鹏汽车旗下**G3**车型搭载了**精进电动**EDM3000F系列电控系统

中国电动汽车市场驱动因素分析——环境污染问题

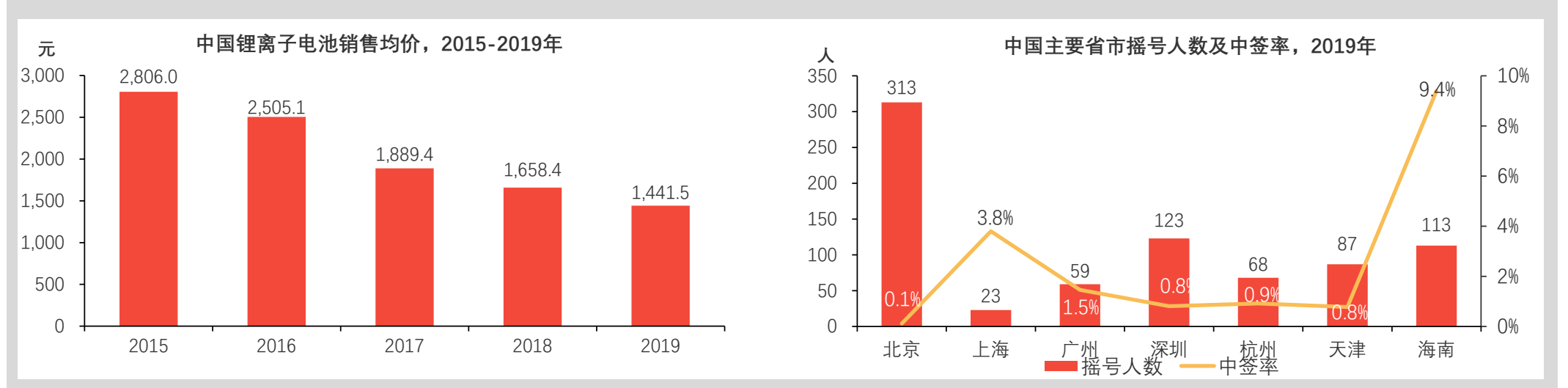
现阶段，环境污染问题导致愈加严格的排放标准出台，使电动汽车受到消费者的青睐从而有效带动电动汽车行业关注度的提升，进一步推动行业发展

环境污染问题倒逼电动汽车快速发展

现阶段，环境污染问题已成为全球汽车工业领域的首要制约因素，全球范围内排放标准愈加严格，同时，中国已于2020年1月起开始实施“国6”排放标准。但由于传统内燃机技术的局限性，内燃机动力总成的成本急剧上升。因此，中国传统整机厂开始将其战略与业务布局转向新能源汽车。此外，中国消费者愈加关注所购买商品对其个人健康及对环境的影响，“零排放”正成为中国汽车工业的主流趋势，有效推动传统整机厂技术积累向电动汽车的补充，从而推动行业进一步发展。

电动汽车用电池技术的进步与电池生产企业的规模化发展有效降低了电池的生产成本。以锂离子电池为例，其平均销售价格从首次开发时的约7,000元/千瓦时降低至2019年的1,441.5元/千瓦时，从而有效减少电动汽车制造商的采购成本支出。

截至2020年2月，中国已有北京、上海、广州、深圳、杭州、海南、天津与石家庄8个地区需通过摇号或拍卖程序向内燃机汽车车主发放车牌，因此，此类城市获得内燃机汽车牌照的概率持续降低。而电动汽车并无上牌限制，因此将吸引大批消费者青睐。



来源：中国国家统计局，环保部，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



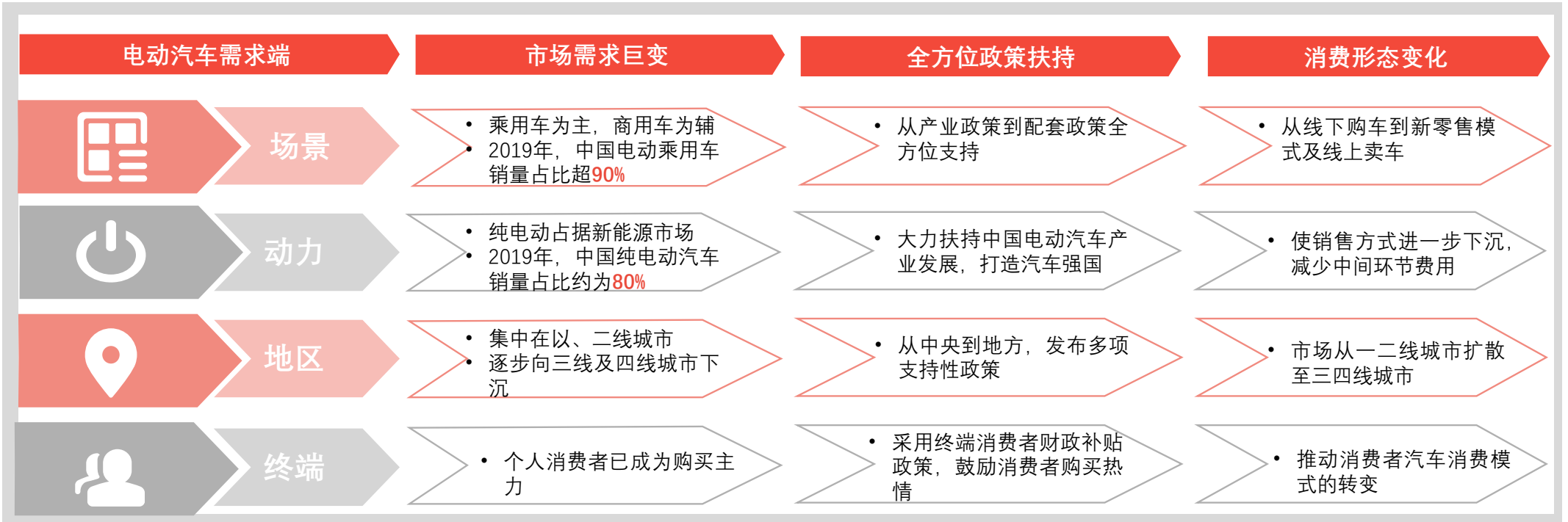
www.leadleo.com

中国电动汽车市场驱动因素分析——各方需求旺盛

电动汽车需求端呈现出以乘用车为主，个人消费者成为购买主力，中央与地方政策并行，销售形式多元化的特点

电动汽车需求旺盛

电动汽车取代燃油车已成为汽车工业发展的必然趋势。中国电动汽车的使用场景愈加广泛，电动汽车动力模式被消费者和市场所认可，在全国范围内实现快速发展，个人消费者需求旺盛，体现了各方对电动汽车的需求，进一步推动电动汽车行业发展。从长远角度分析，随着电动汽车的技术逐步成熟，消费者接受程度的提高，电动汽车总需求有较大成长空间。



来源：乘联会，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

中国电动汽车市场驱动因素分析——车企加速电动车战略

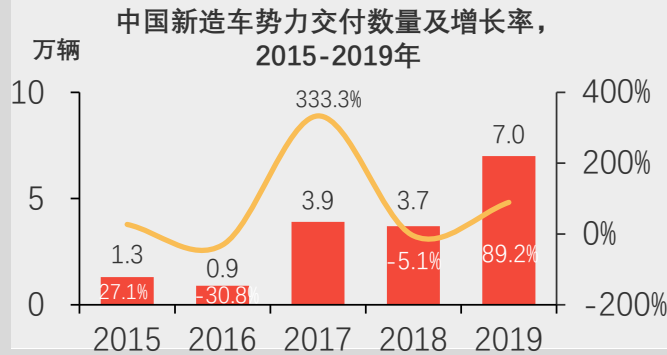
新造车势力、传统自主品牌及合资企业加速研发和制造电动汽车，提升安全性和可靠性，市场竞争激烈

车企发力电动汽车，盘活市场

随着车企进入新能源汽车，提升技术创新和安全性上保证，车企之间的竞争使电动汽车市场盘活。参与电动汽车市场的车企主要为新造车势力，传统自主品牌和合资企业。以蔚来、威马与小鹏为代表的新造车势力先后在2018年顺利完成交付，且新造车势力旗下车型通过硬件设备的升级与智能系统的优化已初步具备市场竞争力。以北汽新能源和比亚迪为代表的汽车自主品牌旗下车型在新能源汽车领域表现突出。合资企业发力电动汽车，市场竞争激烈。

新造车势力

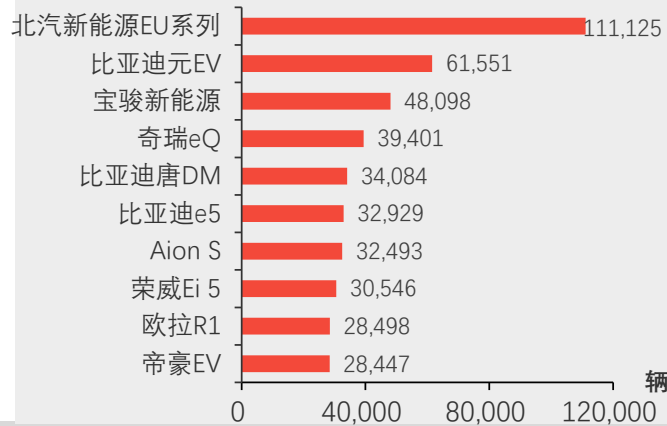
- 以互联网技术公司、科技公司为代表的**新兴公司**加入到传统的汽车行业，被誉为**新造车势力**行业。
- 自2014年新造车发展至今，经过近五年时间已逐步**突破**汽车制造生产技术的瓶颈，以蔚来、威马与小鹏为代表的新造车势力先后在2018年顺利完成**交付**。



传统自主品牌

- 受到新能源政策促进，传统自主品牌竞相制定电动汽车发展战略规划，发布产品计划和销量目标。
- 中国传统自主品牌在销量方面占据前列。

中国新能源车销量Top10，2019年



合资企业

- 合资企业发力电动汽车，市场竞争激烈。
- 乘联会秘书长崔东树表示，根据中国的双积分政策，合资品牌要在中国市场卖燃油车，必须有一定数量的新能源车销量，因此，合资车企选择在燃油车基础上再开发出插电混动、纯电动汽车等车型，以获得双积分配额。

东风
日产

- “绿色2022计划”，到2022年前新能源汽车销量将占总销量的30%，实现中国电动车品牌销量第一的目标

广汽
丰田

- 2030年前在全球电动化汽车的销售达550万辆以上，纯电动车和燃料电池车力争年销售达100万辆以上

一汽
大众

- 围绕电气化战略全面发力产品升级和品牌升级，以丰富的产品布局与用户体验引领豪华车市场持续发展

来源：乘联会，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

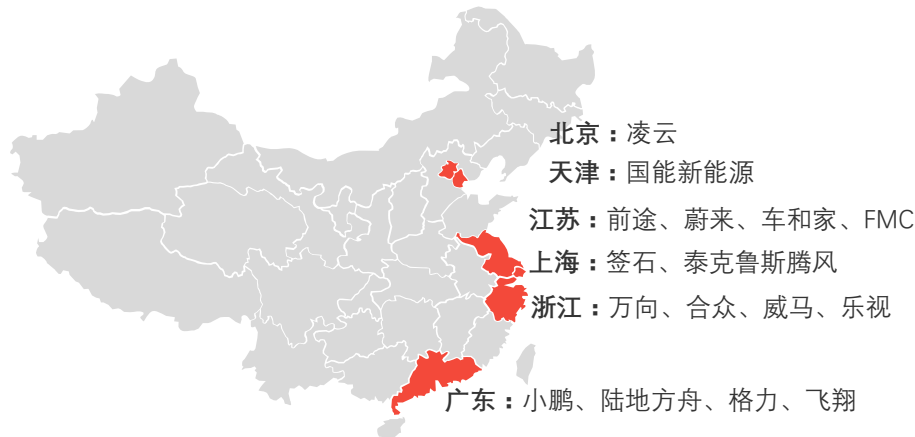
中国电动汽车市场驱动因素分析——新造车势力崛起

行业内领先新造车势力已陆续实现量产，成为中国电动汽车市场的中坚力量，借助全新的销售模式破局，逐渐将发展重心转移至终端消费者体验升级

新造车势力行业发展现状

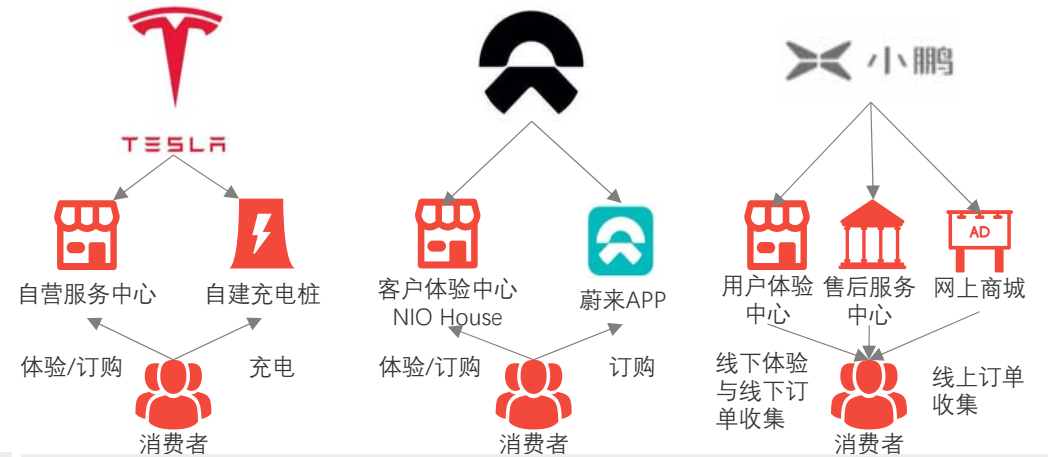
现阶段，行业内新造车势力正处于发展初期，多以代工生产模式为主。新造车势力多在长三角地区建厂，长三角区域地方政府大力提供资金及政策支持新能源汽车制造及生产，例如浙江省每年设立3亿元作为新能源汽车专项扶持资金。新造车势力行业下游主要涉及销售渠道与终端消费者。新造车势力品牌汽车的销售渠道主要为特许经营专卖店即4S店、汽车超市、汽车交易市场与网络营销等多种方式。特许经营专卖店由于成本较低且发展较为成熟，成为目前主流的销售渠道。但新造车势力行业正呈现弱化特许经营专卖店的趋势，通过新零售的方式拓展市场。因此，中国新造车势力行业销售模式的创新对其产业链下游传统经销商造成了巨大冲击，使下游传统经销商议价能力逐步衰减。

新造车势力建厂情况



新造车势力多在长三角地区建厂，长三角区域地方政府大力提供资金及政策支持新能源汽车制造及生产

新造车势力新零售销售模式



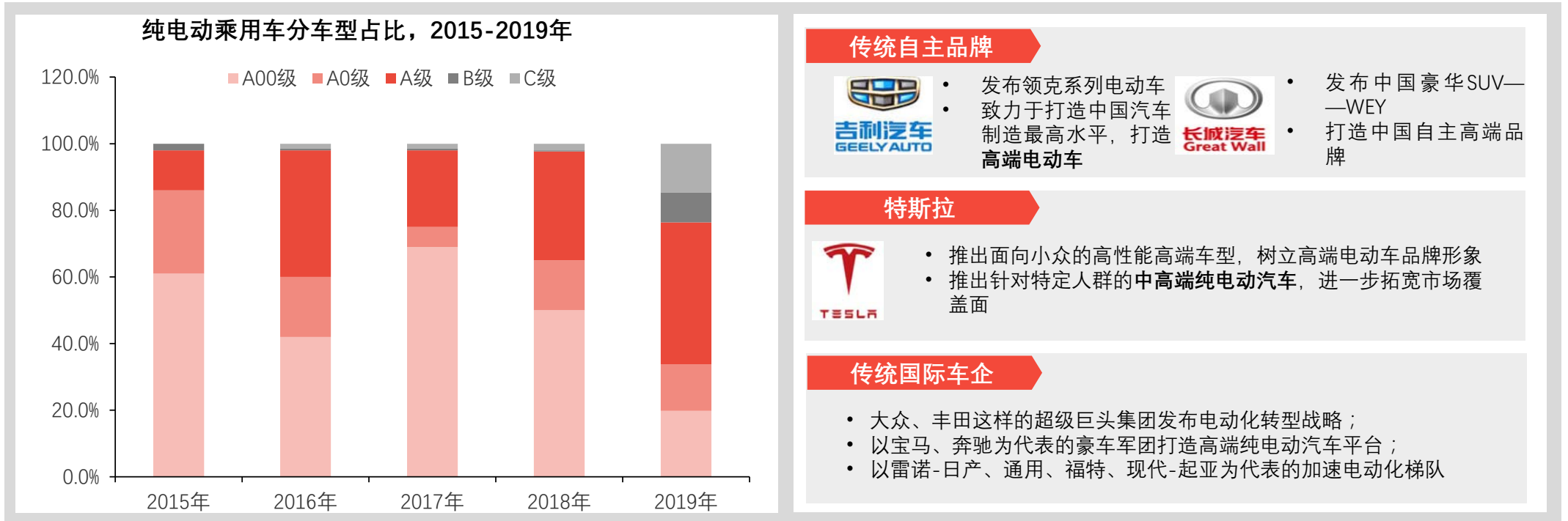
以特斯拉为例，其采取了体验店与网上预定或直销结合的销售模式，减少了经销商的中间环节，从而为企业创造了较高的盈利空间

中国电动汽车市场发展趋势分析——高端化势在必行

电动汽车呈现高端化特征，打造高端化电动汽车成为传统自主品牌、电动汽车巨头和传统国际车企的战略目标

电动汽车品牌高端化之路

纯电动乘用车中，A级车的占比从2015年的10%提升至2019年的51%，电动汽车高端化趋势显著。根据乘联会数据统计，2019年，中国纯电动车市场份额占比前两名的细分市场为A级市场和A00级轿车，市场份额分别为42.6%和19.8%。传统自主品牌、电动汽车巨头和传统国际车企以打造高端化为初衷，提高电动汽车附加值。



来源：乘联会，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

中国电动汽车市场发展趋势分析——换电模式加快发展

换电模式的耗时较短，符合车主的能量补充习惯，通过集中管理可有效延长电动汽车电池的使用寿命

换电模式优势明显，未来有望成为主流模式之一

电动汽车换电模式是指通过集中型充电站对大量电池集中存储、集中充电以及统一配送，并在电池配送站内对电动汽车进行电池更换服务或者集电池的充电、物流调配、以及换电服务于一体。相较于充电模式，换电模式可统一对更换的电池以**慢充的方式充电**，从而有效延长电动汽车电池的**生命周期**。近几年，国家在充换电基础设施建设方面给予了一定的政策支持，随着换电技术的进步，换电标准不断完善、行业稳步发展。在2020年政府工作报告，将“建设充电桩”拓展为“增加充电桩、换电站等设施”。在电动汽车快速发展的背景下，“换电模式”迎来发展风口。截至2019年12月，中国换电站总计306座。

换电模式的优势具体体现在：

- (1) 符合车主的能量补充习惯，换电模式的效率与时间与燃油车加油时间相似；
- (2) 可缓解城市用电压力，提高电网能源效率，减少可再生能源的浪费；



来源：中国电动汽车充电基础设施促进联盟，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

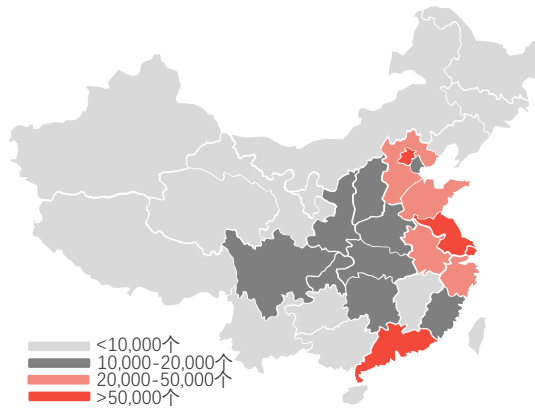
中国电动汽车市场发展趋势分析——加快电动汽车基础设施建设

中国充电基础设施建设的不断完善将显著提升电动汽车的便捷性与实用性，为中国电动汽车行业创造广阔发展空间

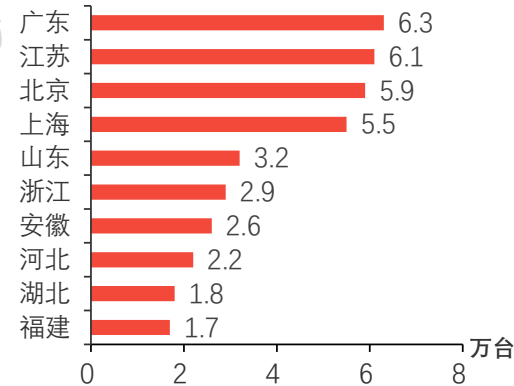
电动汽车基础设施建设加速

此外，截至2019年12月，中国**充电基础设施**数量累计达到**121.9万台**，同比增长**50.8%**，而新能源汽车累计销量达420万辆，**车桩比**为**3.4:1**，且充电桩**功率**大幅提升，已达到**120千瓦**以上。同时，中国广东、江苏、北京、上海等省份及城市充电基础设施发展已较为完善，Top10地区建设充电基础设施占比达**73.9%**。

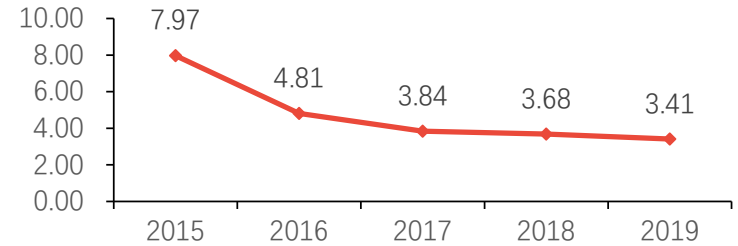
中国公共充电桩分布，2019年



中国地区公共充电桩数量Top10，2019年



车桩比，2015-2019年



“新基建”确定充电桩等七大方向



充电桩建设

新能源汽车正符合于“既促销费惠民生又调结构增后劲”的新业态，将充电桩和5G并行



科技护航

新基建驱动充电桩通过数据和技术驱动桩联网与车联网智能融合，为用户提供更人性化的充电体验、更智能化的充电场景

中国充电基础设施建设的不断完善将显著提升电动汽车的**便捷性与实用性**，从而吸引大批潜在消费者进行换购，促进电动汽车销量的提高，带动车辆配套电控产品市场需求量的增加，为中国电动汽车行业创造广阔发展空间。

来源：乘联会，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



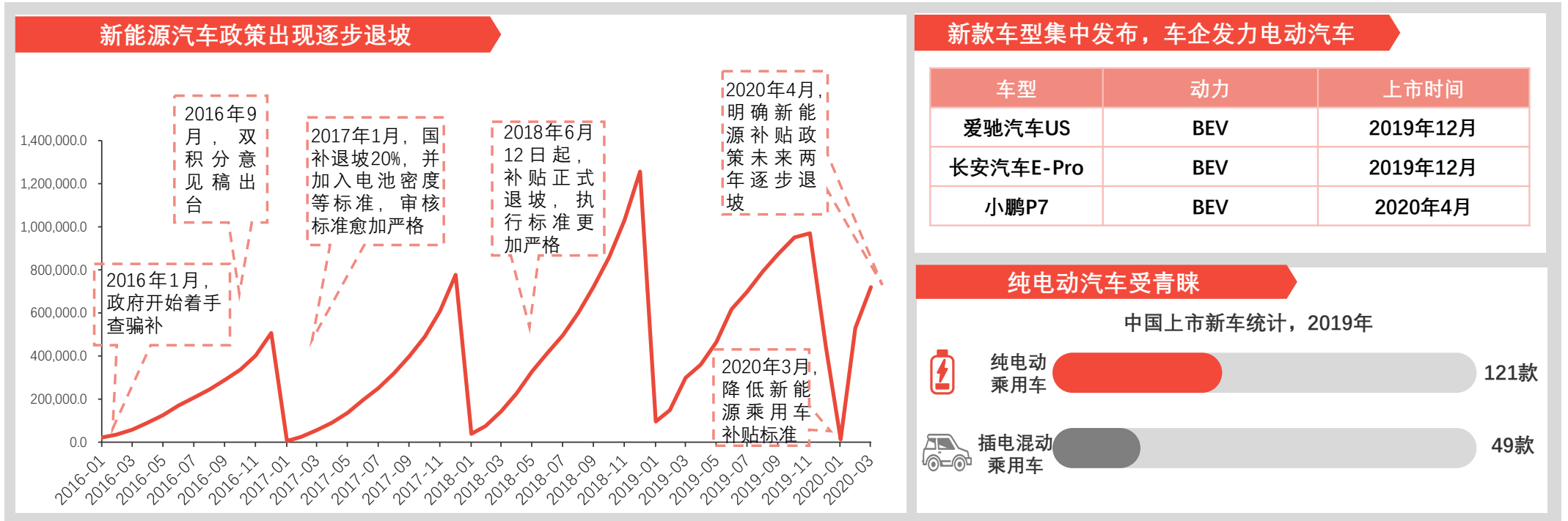
www.leadleo.com

中国电动汽车市场发展趋势分析——由政策导向转变为市场导向

全方位的激励政策逐步退坡使电动汽车技术和产品的发展由政策导向逐步转变为市场导向

新能源汽车补贴退坡

新能源汽车相关政策对电动汽车的发展起到导向性作用，全方位的激励政策，从研发环节的基金补助、生产环节的双积分，到消费环节的财政补贴、税收减免、再到使用环节不限牌不限购，运营侧的充电优惠等，“扶优扶强”的政策导向，通过不断提高技术门槛等措施促进新能源汽车技术明显进步，为电动汽车的快速发展提供有力保障。2017年至今，新能源汽车政策出现退坡，逐步退坡的政策使电动汽车技术和产品的发展由政策导向逐步转变为市场导向。



来源：乘联会，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

中国电动汽车市场政策与监管分析——产业发展规划和配套产业政策

将近10年产业政策进行梳理，可将产业相关政策大致划分为供给侧、配套设施和产业规划

类别	子类别	政策工具	具体政策
供给侧	技术进步支持	科研成果转化奖励、技术更新改造补贴、研发费用加计扣除优惠、研发投资补助、车型开发奖励、整车技术项目补贴、技术带头人奖励、零部件技术项目补贴	《节能与新能源汽车产业发展规划（2012—2020年）》 《关于调整完善新能源汽车补贴政策的通知》 《关于2016-2020年新能源汽车推广应用财政支持政策的通知》
	运营支持	电动汽车企业运营补助、营运指标奖励、销售奖励、公交企业运营维护补贴、电动公交车运营成效与财政补贴挂钩	《关于2016-2020年新能源汽车推广应用财政支持政策的通知》 《关于继续开展新能源汽车推广应用工作的通知》
	投资及金融支持	本地企业贷款优惠及投资补助	《关于继续开展新能源汽车推广应用工作的通知》
配套设施	快充建设奖励	快充投资及运营补贴、快充建设指标要求	《关于进一步完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》
	公交设施鼓励	公交车专用公共充电设施运营补贴	《关于进一步完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》
	建设指标配额	车桩比指标、充电桩建设指标、充电设施建设达标奖励	《关于进一步完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》
	示范鼓励	充电设施示范项目(单位)奖补	《关于进一步完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》
	行政手续便利	基础设施建设直通窗口 / 简化行政审批	《国务院办公厅关于全面开展工程建设项目审批制度改革的实施意见》
	投资及运营支持	充电设施建设服务运营补贴、充电服务网络运营监控系统建设补贴、充电设备投资补贴、充电设施建设运营企业税收或运营补助	《关于进一步完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》
	用地支持	充电基础设施建设用地优先满足特权	《关于继续开展新能源汽车推广应用工作的通知》
	管理支持	公共充电桩在线管理服务系统 / 智能充电服务平台建设支持、充电设施运营管理 / 信息化平台建设支持	《上海市促进电动汽车充（换）电设施互联互通有序发展暂行办法》
电网支持	优化配套电网支持	《关于促进智能电网发展的指导意见》	
产业规划	示范项目建设	示范应用项目建设、示范园区充电站建设(指标)、动力电池专业园区建设、产业化培育发展规划、项目引进支持	《节能与新能源汽车产业发展规划（2012—2020年）》
	产业技术支持	技术创新试点、协同科研创新支持、产业技术平台建设支持、共享服务补贴	《关于继续开展新能源汽车推广应用工作的通知》
	布局优化	新能源公交车线网布局优化	《关于加快推进新能源汽车在交通运输行业推广应用的实施意见》

来源：乘联会，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

中国电动汽车市场政策与监管分析——产业发展规划和配套产业政策

将近10年产业政策进行梳理，可将产业相关政策大致划分为供给侧、配套设施和产业规划

类别	子类别	政策工具	具体政策
供给侧	技术进步支持	科研成果转化奖励、技术更新改造补贴、研发费用加计扣除优惠、研发投资补助、车型开发奖励、整车技术项目补贴、技术带头人奖励、零部件技术项目补贴	《节能与新能源汽车产业发展规划（2012—2020年）》 《关于调整完善新能源汽车补贴政策的通知》 《关于2016-2020年新能源汽车推广应用财政支持政策的通知》
	运营支持	电动汽车企业运营补助、营运指标奖励、销售奖励、公交企业运营维护补贴、电动公交车运营成效与财政补贴挂钩	《关于2016-2020年新能源汽车推广应用财政支持政策的通知》 《关于继续开展新能源汽车推广应用工作的通知》
	投资及金融支持	本地企业贷款优惠及投资补助	《关于继续开展新能源汽车推广应用工作的通知》
配套设施	快充建设奖励	快充投资及运营补贴、快充建设指标要求	《关于进一步完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》
	公交设施鼓励	公交车专用公共充电设施运营补贴	《关于进一步完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》
	建设指标配额	车桩比指标、充电桩建设指标、充电设施建设达标奖励	《关于进一步完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》
	示范鼓励	充电设施示范项目(单位)奖补	《关于进一步完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》
	行政手续便利	基础设施建设直通窗口 / 简化行政审批	《国务院办公厅关于全面开展工程建设项目审批制度改革的实施意见》
	投资及运营支持	充电设施建设服务运营补贴、充电服务网络运营监控系统建设补贴、充电设备投资补贴、充电设施建设运营企业税收或运营补助	《关于进一步完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》
	用地支持	充电基础设施建设用地优先满足特权	《关于继续开展新能源汽车推广应用工作的通知》
	管理支持	公共充电桩在线管理服务系统 / 智能充电服务平台建设支持、充电设施运营管理 / 信息化平台建设支持	《上海市促进电动汽车充（换）电设施互联互通有序发展暂行办法》
电网支持	优化配套电网支持	《关于促进智能电网发展的指导意见》	
产业规划	示范项目建设	示范应用项目建设、示范园区充电站建设(指标)、动力电池专业园区建设、产业化培育发展规划、项目引进支持	《节能与新能源汽车产业发展规划（2012—2020年）》
	产业技术支持	技术创新试点、协同科研创新支持、产业技术平台建设支持、共享服务补贴	《关于继续开展新能源汽车推广应用工作的通知》
	布局优化	新能源公交车线网布局优化	《关于加快推进新能源汽车在交通运输行业推广应用的实施意见》

来源：乘联会，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

中国电动汽车市场政策与监管分析——财政补贴政策

近五年来，中国政府颁布了一系列财政补贴政策支持电动汽车发展并为行业的秩序与公平竞争提供保障

财政补贴政策分阶段分析

中国对财政补贴政策可追溯到2009年新能源汽车在北京、上海、重庆、长春、大连、杭州、济南、武汉、深圳、合肥、长沙、昆明、南昌这13个试点示范推广，并针对使用新能源汽车的单位给予了相关定额补贴。随后，随着中国新能源汽车财政补贴范围不断扩大，新能源汽车逐渐向全国普及。截至2020年4月，据统计，财政政策占中国新能源汽车产业政策的60%。2014年以来中国新能源汽车产销规模急剧增加，其中最主要的原因因为财政补贴范围扩大。中国电动汽车财政补贴政策可大致分为三个阶段：

第一阶段：试行阶段（2009-2012年）

- 中国的电动汽车领域当时正在经历第一阶段的推广发展时期。
- 2009年1月，财政部和科技部发布《关于开展节能与新能源汽车示范推广试点工作的通知》，在13个试点城市对推广使用单位购买节能与新能源汽车给予补助。
- 2010年5月，财政部 科技部 工业和信息化部 国家发展改革委发布的《关于开展个人购买新能源汽车补贴试点运行的通知》针对私人购买电动汽车的情况制定了一次性补助的措施，试点城市为**上海、深圳、杭州、合肥、长春**这5个城市。同时，政府的补贴范围包括新能源汽车的相关基础设施建设。

来源：乘联会，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo

第一阶段：推广阶段（2013年-2018年）

- 中央政府部门在2013年的11月份、2014年的1月份这两个不同的时间段公开发布了两大类新能源汽车推广运用相关城市的具体名单，新能源汽车推广运用的相关城市逐渐扩增至全国范围内的**88个城市**。
- 2015年4月发布的《关于2016—2020年新能源汽车推广运用财政扶持政策的通知》，**进一步明确了补贴的对象、产品和标准**，补贴主要针对消费者，对产品和服务做出了更加确切的要求，加大了监督与核查。

第一阶段：退坡阶段（2019年至今）

- 财政补助采取逐年退坡机制实施，2019年补贴的基准2018年时相比，平均大约退坡了**50%**。
- 2019年3月发布的《关于进一步完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》缩减了政府的补贴金额每年都基本减**4度**，以鼓励消费者消费。中国的新能源汽车财政补贴政策目前处于退坡直至完全退出的势态，补贴基准将会一直持续到**2020年底**才会真正完成退坡。
- 2020年4月印发的《关于调整完善新能源汽车补贴政策的通知》根据产业发展新形势，针对产业发展存在的问题，为促进汽车消费，3月31日国务院常务会议确定，将今年底到期的新能源汽车购置补贴政策**延长2年**。



www.leadleo.com

中国汽车文化现状分析

中国汽车文化历史发展较短，中国汽车文化产业处于初步发展阶段，新产品不断涌现且汽车文化面临日新月异的变化

汽车文化发展面临新变化

中国汽车文化历史发展较短，从相较于欧美国家上百年汽车产业的历史，中国汽车制造才走过近60年的历史，外资汽车品牌长期主导我国乘用车市场，导致中国汽车文化受外来文化影响很大。当前国外汽车的企业文化和品牌文化等已渗透到汽车生活中，对汽车消费者的思想观念产生了冲击。全球汽车产业正在向电动化、智能化、网联化及共享化等方向发展，突出表现在：以新能源和智能网联为特征的新产品形态涌现；大规模定制化的智能制造生产方式开始应用；围绕产业链出现的新形态，在此背景下，汽车作为交通工具的理念将被颠覆，人们对汽车有了新的理解，从而形成新的价值观念，产生新的汽车文化需求，汽车文化将发生日新月异的变化。

中国汽车文化新变化



电动化



智能化



网联化



共享化

- 中国汽车产业正在向电动化、智能化、网联化及共享化等方向发展
- 围绕价值链、创新链和产业链出现的新形态，推动了一批新的参与主体、生产理念和思维模式
- 共享租车、无人驾驶汽车等将为消费者带来更加轻松自在、安全便捷的出行体验

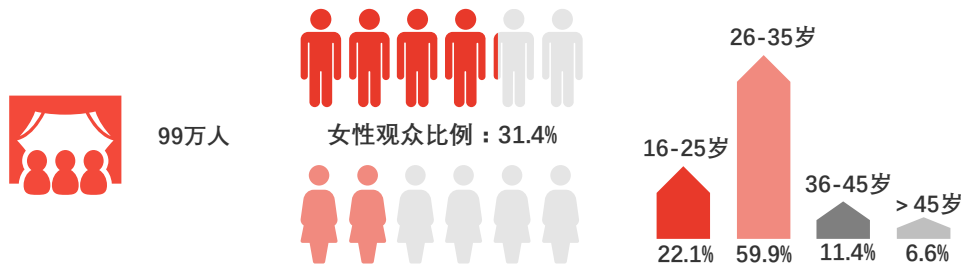
中国汽车文化产业兴起

- 在中国先进汽车文化外延表现形式上，主要是先进的汽车产品文化、使用文化和衍生文化。
- 汽车产品文化主要包括设计文化、生产文化和品牌文化等；汽车使用文化主要包括消费文化、出行文化和服务文化等；
- 汽车衍生文化是汽车与其他文化种类的结合，如汽车会展文化、自驾游文化、汽车俱乐部文化、汽车赛事文化等。

上海国际汽车工业展览会

男性观众比例：68.6%

观众年龄分布



来源：乘联会，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

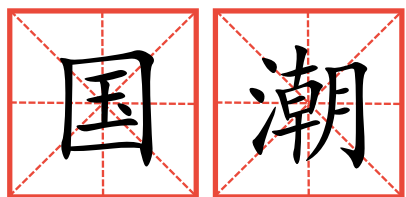
潮牌定义及特征

中国本土潮牌处在快速发展阶段，全方位潮流化趋势渗透至汽车领域，电动汽车的潮牌元素涌现

本土潮牌快速发展

潮牌能传达当下设计师的一种独特的思想或生活态度，具有最重要的理念、要素、设计、品质、品牌感。对比起国外潮牌的成熟发展，中国本土潮牌还处在快速发展阶段。中国潮牌的特征主要包括：

- (1) 国潮成消费宠儿：国产品牌消费趋势逐步扩大，由2016年的72%增加到2018年的76%；
- (2) 潮流电商线下联动：线下与线上结合打造潮流范，代表案例为野兽派潮流店、泡泡玛特线下店等；
- (3) 全方位潮流范：从服装、玩具，扩展到文具与汽车等多个领域。

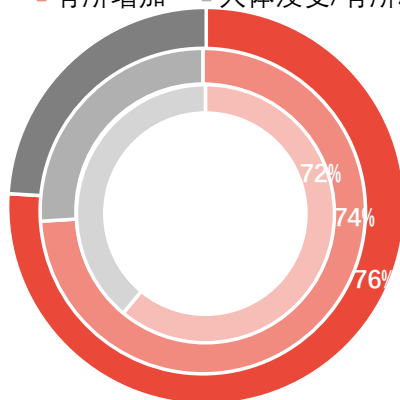


“国潮”多指服装、鞋与配饰品类中的中国原创潮流品牌，代表中国的原创设计与产品，在审美和设计上，与国际接轨或领先于国际

■ 有所增加 ■ 大体没变/有所减少

国产品牌消费趋势，2016-2018年

内圈：2016年
中圈：2017年
外圈：2018年



全方位潮流范——潮流消费种类多样化



来源：《2018年中国消费者对国产品牌好感度调查报告》，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

潮牌电动汽车概念定位及IP定位分析

电动汽车厂商打造汽车潮牌，形成品牌概念和生活方式，代表特定的风格和形象，有利于厂商争取定价权，进一步下沉市场，引领消费潮流

潮牌电动汽车成热点

电动汽车厂商紧跟市场潮流，打造潮牌，形成品牌概念和生活方式，代表特定的风格和形象，潮牌的打造有利于厂商争取定价权，进一步下沉市场，引领消费潮流。潮流电动汽车的概念定位可从四个角度分析：（1）品牌形象：根据汽车品牌定位结合当下年轻人潮流新需求，打造全新的，符合年轻一代需求的潮牌汽车形象（2）销售渠道：线上+线下全面发力销售服务领域（3）品牌定位：围绕潮牌电动汽车的品牌定位进行设计开发、造型设计、品牌营销等活动（4）品牌用户群体定位：明确品牌的用户群体多为年轻一代或个性开放的都市人群。潮牌电动汽车IP是指车企将旗下车型与知名品牌进行跨界联名，打造属于自己的潮流IP。通过与知名品牌合体营销打造IP，车企可获得与知名品牌消费群体的关注，增加汽车的曝光度。

潮牌电动汽车概念定位



品牌形象

根据汽车品牌定位结合当下年轻人潮流新需求，打造全新的，符合年轻一代需求的潮牌汽车形象



销售渠道

线上+线下全面发力销售服务领域



品牌定位

围绕潮牌电动汽车的品牌定位进行设计开发、造型设计



品牌用户群体定位

明确品牌的用户群体多为年轻一代或个性开放的都市人群



汽车X潮牌



汽车X游戏



汽车X文化IP



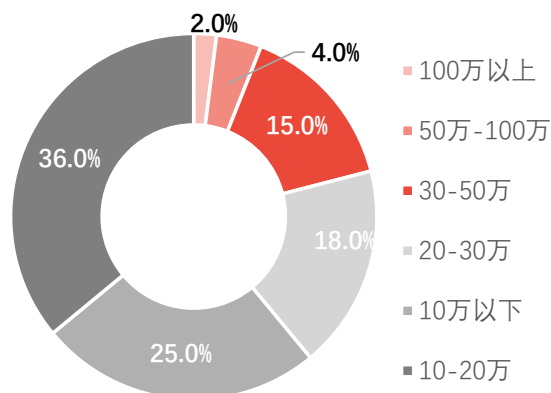
汽车X动漫IP

潮牌电动汽车用户群体分析

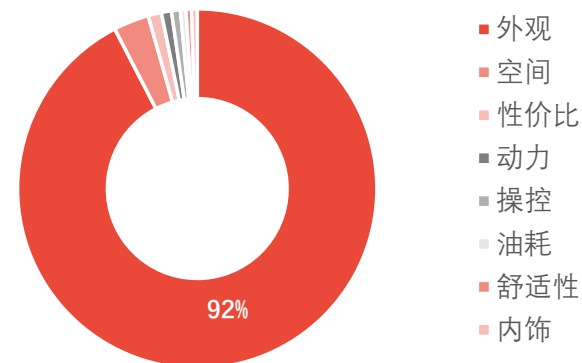
潮牌电动汽车用户群体特点鲜明，对汽车的外观较为看重，了解潮牌电动汽车的渠道多样

- 潮牌电动汽车用户群体购车预算在10-20万之间的人群占多数
- 在潮牌电动车时，消费者主要关注汽车外观，对外观的偏好度高达92%
- 消费者主要集中在二三线城市，经济发达地区潮牌电动汽车需求旺盛
- 汽车专业网站和搜索引擎成为潮牌电动汽车用户了解汽车资讯的主要渠道

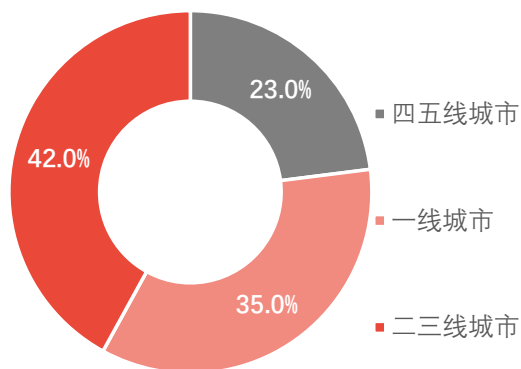
购车预算



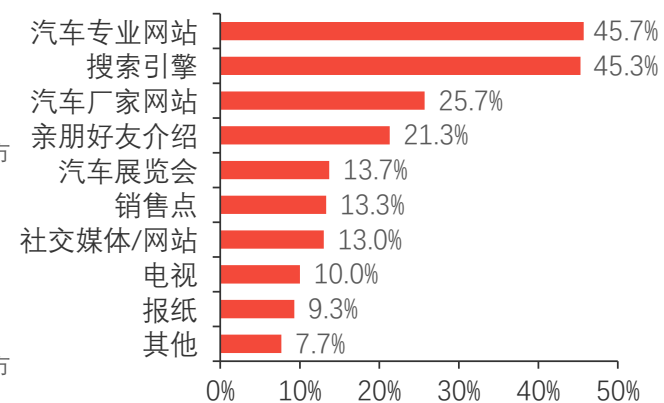
汽车功能偏好



地域分布



了解潮牌电动汽车的渠道



来源：汽车之家，新浪汽车，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



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

潮牌汽车案例分析 (1/2)

现阶段，消费逐步趋向于年轻化发展，90、00后已成为消费主力，中国电动汽车行业顺应趋势，开始迎合年轻人消费习惯进行跨界营销、打造“国潮”品牌

 品牌：摩登汽车  成立时间：2019年  位置：常州市

品牌定位：MODERN AUTO

摩登汽车致力于打造汽车潮牌，将90、00后群体作为核心消费者群体，为“人、车、生活”提供核心价值。

市场定位：



- ▶ 年轻人的第一台车
- 潮流
- 路权



- ▶ 家庭的第二辆车
- 低成本
- 路权



- ▶ 政府机关用车
- 新能源
- 性价比



- ▶ 共享出行用车
- 低成本
- 便于维护

营销模式：



跨界合作开展品牌营销



以摩登汽车为依托



建立“摩嘶啦”形象化IP

 品牌：一汽红旗  成立时间：2017年  位置：长春市

品牌定位：红旗

在维持已有高端豪华形象的同时，借助创新营销与较低的产品定价，有效拉近了红旗品牌与消费者间的距离。

设计理念：

一汽红旗在庄重、大气的品牌设计理念基础上，也在年轻化、科技化方面不断深化，从设计与氛围营销方面让其产品愈加贴合年轻消费群体。同时，在内饰用料、科技舒适配置方面极具诚意，给予消费者豪华体验。

营销理念：



经销商抖音账号

500个

播放量

12.2亿次

截至2020年3月，一汽红旗已开通500家经销商抖音账号，累计播放量突破12.2亿次。此外，一汽红旗联合巨量引擎，开启“星火燎原-在线看车不打烊”计划，吸引了超过310万观众观看。一汽红旗通过“短视频+直播”的创新营销有效提高了触达用户效率。



联合巨量引擎



巨量引擎

打造“1+N+X”媒体矩阵



来源：摩登汽车官网，一汽红旗官网，各大品牌官网，头豹研究院编辑整理



©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

潮牌汽车案例分析 (2/2)

年轻消费群体追求时代前沿的精神内核促使中国纯电动汽车行业主机厂开始赋予汽车超前的科技感与个性化设计

 品牌：领克汽车  成立时间：2017年  位置：宁波市

品牌定位：LYNK&CO

领克汽车以个性化、北欧风格、全球化车型等特点发布即拥有领先于中国本土品牌的较高定位，并面向全世界范围销售。

产品定位：



➤ 高颜值
符合当下人群审美与潮流高端生活态度



➤ 高价值
采用超高端制造标准与零部件水准



➤ 高科技
可实现手机APP远程控制、三屏互动等多项功能



➤ 高性能
基于沃尔沃与吉利联合开发的CMA基础模块架构打造

三位一体的渠道模式：






领克中心
注入了社交与分享理念



领克空间
位于市内的品牌商店



领克商城
全程透明的线上销售

 品牌：名爵汽车  成立时间：2007年  位置：上海市

品牌定位：MG

名爵汽车提出了互联网汽车概念，并推出运用了全新设计语言的互联网汽车车型，瞄准年轻市场，将时尚与运动结合，愈加贴合现代年轻人的消费需求。

品牌战略——基于上汽集团“新四化”发展，达成国际品牌战略



智能网联化

上汽与阿里巴巴合作，推出了世界范围内的第一款互联网车。同时，上汽已拥有50,000km的封闭路线测试经验



电动化

上汽集团坚持纯电动、插电式混合动力、燃料电池三种新能源技术同步发展



共享化

上汽集团创建了世界范围内最大的新能源汽车分时租赁公司“环球车享”，其网点已覆盖中国60个城市



国际化

上汽集团已在泰国、印尼与印度建立了生产基地，并在英国、美国与以色列设立了研发创新中心

营销理念——注重品牌传播



MG Carffe

打造了年轻人专属的自带话题性的汽车跨界咖啡，将品牌、产品与生活融为一体



MGCC

打造了全球范围内最大单一品牌车主俱乐部，为车主提供生活化与场景化体验

来源：领克汽车官网，名爵汽车官网，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

领克汽车潮牌定位及品牌打造

领克汽车在持续拓展和深化销售网络、提升服务品质的同时，新的出行服务模式正向纵深发展，进一步落实领克6s服务模式中的社交和分享理念

用户联结，创新破局

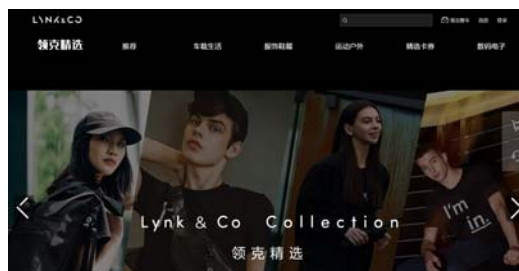
自领克第一款车型“领克01”发布之初，其每款车型的上市发布均具有较高的个性，包括新潮的宣传文案、赛事参与、领克中心设立、工厂落地等活动均具有独特的品牌影响力。在领克汽车正式研发上市之前，吉利集团联合沃尔沃通过3年时间携手打造了CMA基础模块架构，并在2017年末在此模块基础上推出了首款量产车型，将目标用户群体定为“都市年轻人”，搭载Drive-E系列VEP4 2.0TD涡轮增压发动机，同时也是全球范围内首款搭载博世最新ESP 9.3版本的乘用车。除领克汽车优质的产品外，众多新颖独特的与用户联结的方式也是其得到消费者认可的原因之一，包括“Co：Club”、“Co乐”与“Co商城”。



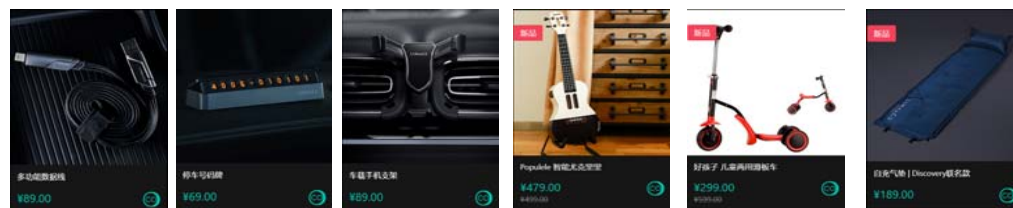
- Co：Club是领克汽车唯一的、官方的车主俱乐部。2018年6月29日，Co：Club领克车主俱乐部正式上线。基于领克“不止于车”的品牌理念，Co：Club以构建**共创共享用户生态体系**为目标，成为简单化、移动化、游戏化、社交化、共享共创化的**创新体验社区**。同时，领克汽车为用户打造了**全方位生态体系**，每个领克中心都将建立领克客户俱乐部——“Co客领地”与Co客共创，是集分享、体验于一体的**品牌专属社交平台**。目前，各地车友会**Co客领地**数量已达**70个**，覆盖人数达**1.5万**，Co：Club的粉丝数量达到**40万**



- Co：Club中，**Co乐**作为官方发布车主活动的平台，吸引了众多车主的关注。Co乐为车主提供了**拳击、真人CS、滑翔伞与帆船派对等多种新颖的生活方式**。领克车主可与其他车主一起参与活动，获得**超过用车的社交与娱乐体验**



- **Co商城**作为领克发布其它除汽车之外产品的平台，吸引了许多消费者的关注。同时，领克汽车在Co：Club中推出了唯一电子社交货币——**Co币**，而用户获得的Co币在领克商城兑换领克精选品牌衍生品、活动、服务及拥车权益等



- **Co商城**内的商品品类众多，包括车载用品、日常使用的水壶雨伞、潮流时尚的联名服饰等，可满足消费者多样的兴趣与喜好

来源：领克汽车官网，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

领克汽车潮牌技术体现

领克汽车通过一系列优质且高度传播的内容与线上活动，有效增加其与车主的互动及黏性，提高车主参与度，并吸引潜在消费者，从而提升品牌知名度

技术实力是领克02粉丝效应背后的核心驱动力

2018年4月，领克02与知名时尚设计师品牌JINNNN合作，将领克标志性设计语言融入服装、配件等生活产品中，并以此举办了一场“时装走秀”发布会。通过此次合作，双方联手推出的一系列限定版潮流单品在2018上海时装周期间倍受瞩目，领克02也成功将潮流品牌属性传递至年轻消费群体。同年12月，领克02针对2.0TD+7DCT AWD劲Pro版推出2019个限量高定席位，通过官方提供的原厂喷涂工艺与车漆，车主可以根据自我喜好对车身颜色进行自定义创作，进一步将粉丝效应放大，吸引年轻消费者的关注。领克02定位高能轿跑SUV，通过与沃尔沃的平台共享、技术共享以及核心供应链共享，领克02具备了领先标准的高端品质，同时搭载了完善的智能驾驶辅助技术与互联娱乐系统，以超前的科技感迎合了当下年轻人的需求。



- 领克02基于CMA基础模块架构打造，主打动力与操控，搭载了沃尔沃Drive-E系列的2.0TD发动机，及吉利汽车与沃尔沃汽车联合开发的Drive-E系列1.5TD高效小排量发动机。两种不同的动力组合在满足了年轻人对极致操控的激情需求同时，有效发挥了车辆的实用性。而在智能驾控上，领克02搭载了包括ACCQA带自动排队功能的自适应巡航系统、AEB带行人识别功能的主动式紧急刹车系统等17项先进智能驾驶辅助技术，融合科技与实用性，进一步提高了其性价比与竞争力



- 的CMA基础模块架构具有较高的灵活性与延展性，可为领克02的智能驾控提供全方位技术支持



- ACCQA带自动排队功能的自适应巡航系统等17项先进智能驾驶辅助技术可灵活、敏锐适应不同驾驶场景



Eye-Max三屏互动

车主可将手机与中控屏、液晶仪表互联，实现信息交互与远程控制等功能



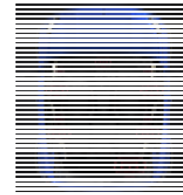
智能语音识别

配备了科大讯飞智能语音识别系统，语音识别准确，满足全方位需求



高德云导航

领克02全系标配高德地图导航，可提供实时路况等多项人性化功能



豪华音响

采用哈曼infinity10扬声器豪华音响，为消费者呈现Hi-Fi级别享受



无线充电

领克02的无线充电功能具有较强的实用性与便捷性



个性化云账户

支持1+4个账户设置，且均可独立进行座椅位置、后视镜等设置

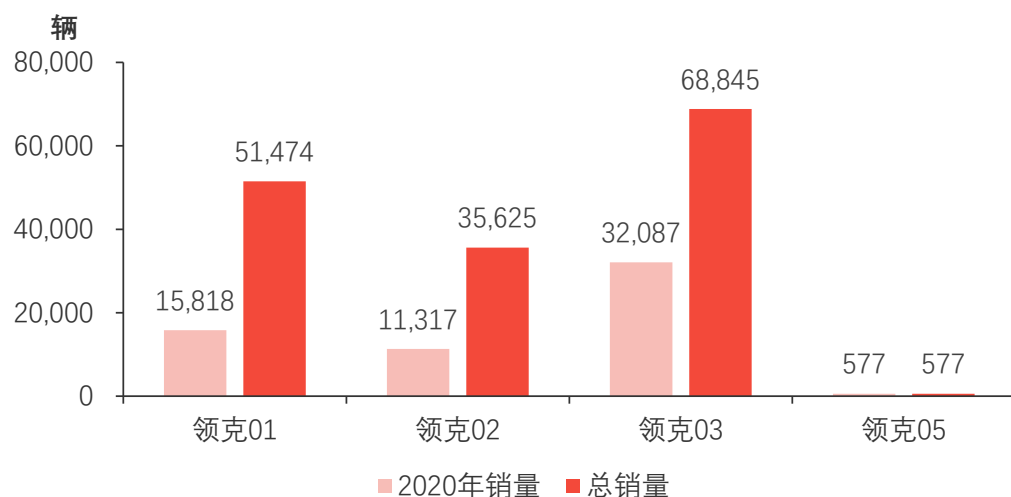
领克汽车销量分析

领克01上市后，伴随着迅速成长的粉丝群体，逐渐发展出了其独特的文化，并凭借粉丝效益在汽车市场冰霜期实现了逆势生长

首款车型上市即巅峰

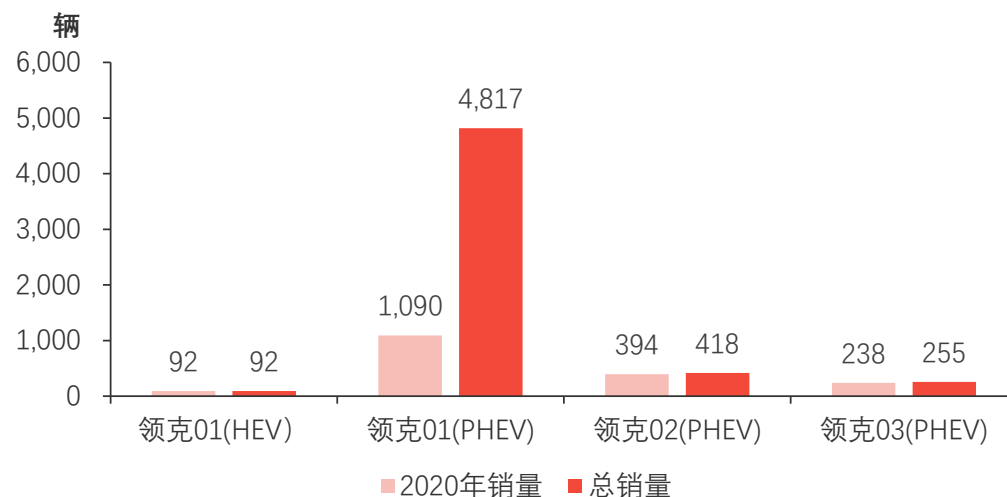
2018年下半年开始，由于中国政府对汽车市场供给侧的调节，中国汽车市场逐渐进入“冰霜期”，而领克汽车作为新晋品牌却实现了逆势生长。截至2018年10月，领克品牌销量达到15,207台，前十个月累计交付102,308台，凭借新时代互联网品牌内核颠覆了传统汽车品牌的造车及销售理念，帮助其品牌车型销量持续提升。

领克汽车旗下传统内燃车型销量，2018-2020年



- 领克汽车在旗下领克01推出后，紧密推出了领克02，但其销量与领克01相比仍有较大差距，且销量的不及预期直接导致了大量库存积压。同时，由于领克02的市场定位较低、尺寸较小，导致市场用户反差较大

领克汽车旗下插电式混合动力及混合动力车型销量，2018-2020年



- 与领克汽车旗下的传统内燃车型相比，其新能源车型销量较低。同时，领克汽车针对旗下新能源车型给出了8.5折的折扣，但仍未刺激其销量的增长

来源：领克汽车官网，DaaS-Auto，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

摩登汽车潮牌竞争优势分析

摩登汽车依托自主研发实力与明确的国潮品牌定位，准确切入纯电动乘用车市场，并借助对“三电”核心技术的掌握，已具备成本优势与规模效应

整车平台技术为自主研发奠定基础

由于此次新冠疫情影响，中国纯电动汽车产业链国产化进程加快，且经过近五年的发展，中国自主研发的纯电动汽车产品逐步完善，消费者认知度随之逐渐提升。摩登汽车除自建工厂进行整车研发生产外，还同时成立了零部件研发及销售公司、出行公司，将其业务范围对纯电动汽车产业链上下游进行了全方位布局，从而有效降低采购、生产、推广等各项成本。

OMEGA整车平台技术

整车平台

- 正向自主研发整车电动化平台，平台模块化率高达68%
- 平台车型超过5种，覆盖A0-B级
- 面向中国及欧洲碰撞双五星开发，安全性较高

核心技术

- 采用最新“SiC”电机驱动控制技术
- 控制器功率密度达22kw/kg
- 动力域控制器降本超30%
- 基于Mobileye打造L2+高级辅助驾驶

造型设计

- 开放、运动、自由的设计理念，打造持续进化的摩登家族化设计语言
- 面向90/00后年轻一代审美，精准触及消费者



三电技术掌握

- 摩登汽车整车动力域控制器集成BMS、VCU等多个控制单元，基于AUTOSAR架构开发，可实现硬件资源共享
- 电控物料成本降低约30%，整体减重超过10%，间接线束及安装成本降低约10%

整车动力域控制器

- 无模组集成技术实现了高电池包能量密度及轻量化
- 可实现在紧急情况下在1ms内断电，确保高压安全

无模组电池包系统

- 实现了电机、减速器与电机控制器的“三合一”总成的高效集成
- 采用最新一代高功率电驱逆变器

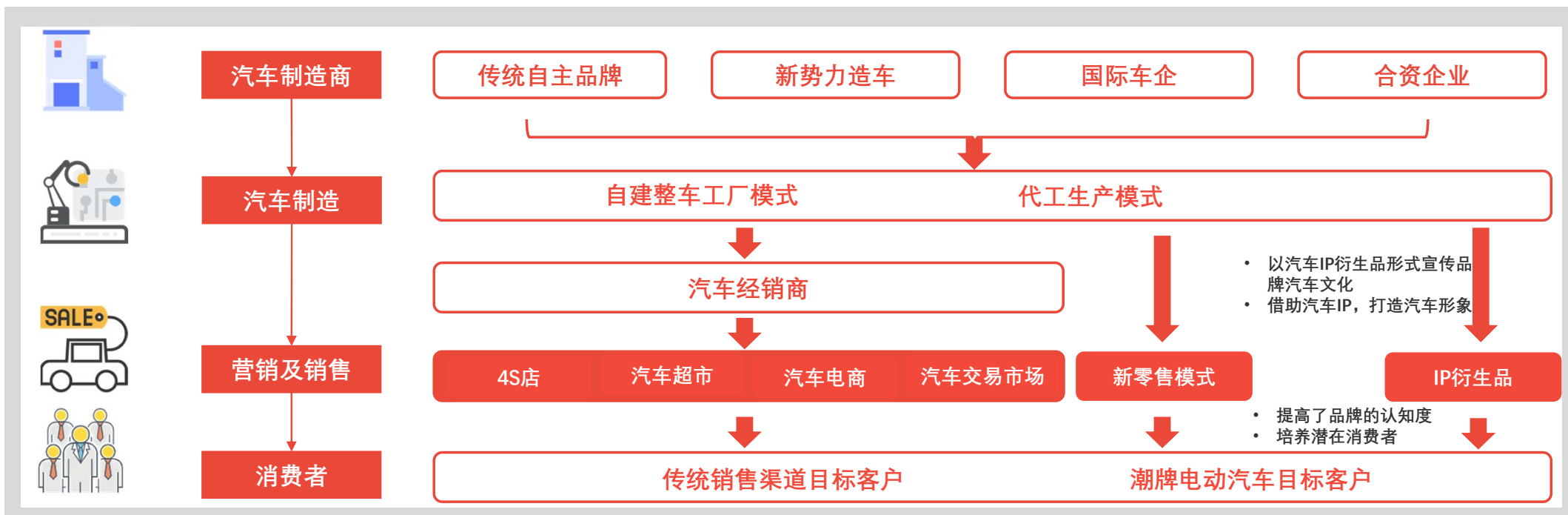
高度集成的三合一驱动系统

潮牌电动汽车商业模式及潮牌IP衍生品业务分析

潮牌电动汽车借助新零售的商业模式和IP衍生品业务，将销售渠道下沉，与消费者建立较为直接的联系

借助新零售模式和IP衍生品，培养潜在消费者

伴随着汽车电气化水平愈加增高，汽车产业进入快速转型阶段，以互联网及信息技术公司、科技公司为代表的新兴科技公司加入传统的汽车行业。随着电动汽车行业的快速发展，市场竞争日趋激烈，电动汽车的汽车文化兴起，潮牌电动汽车成为企业开发车型的重点之一，但伴随着新能源汽车补贴力度的下滑，资本市场遇冷，中国电动行业增速放缓。未来，电动汽车行业有望依靠全新商业模式破局，并通过IP衍生品业务宣传品牌汽车文化，打造汽车形象，提高品牌的认知度。



来源：汽车之家，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

潮牌电动汽车市场驱动因素分析——用户驱动

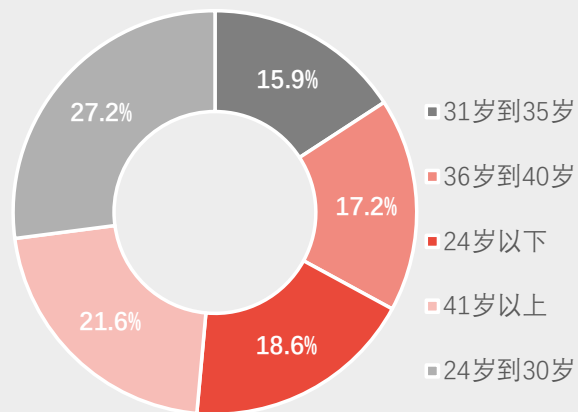
新生代消费群体具有其独特的消费理念和消费喜好，潮牌电动车随着崛起新生代消费群体走向快速发展

用户驱动电动汽车潮牌化

随着以90后为代表的新生代消费群体的崛起，汽车消费更加年轻化、品质化、潮流化。新时代消费者（又称“Z时代消费者”，95后）群体规模已达2.5亿，伴随着其快速增长的消费能力，电动汽车企业迎合年轻消费群体的品位，打造潮牌电动汽车。潮牌电动汽车以将车卖给年轻人为核心，更关注年轻人，打造更具个性化车型。蔚来、小鹏、威马、WEY、领克等在车型设计、宣传时，加大外观、科技等成分的宣传，期望打入年轻人的市场。

新生代消费群体崛起

互联网用户年龄分布，2019年



- 90后的成长伴随着互联网的飞速发展，线上购物、在线娱乐、移动支付，这些生活方式塑造着90后年轻人的消费习惯。90后成为新式消费的主力

新生代消费群体消费展望

 小众圈层 多元化的消费需求	 IP跨界 探索多元文化	 文化出圈 从小众走向大众	 内创共创 打破次元壁
	 穿越火线 X 上汽集团  穿越火线 X 别克英朗	 毛戈平 X 故宫  小度 X 故宫	 虎牙火锅节 X 线下美食  虎牙 X 狼人杀

来源：头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

潮牌电动汽车市场驱动因素分析——政策驱动

中国潮牌电动汽车顺应了节能环保的发展趋势，因此广泛受到中国政府的多项政策扶持，推动行业健康有序发展

政策驱动潮牌电动车发展

政策对推动电动汽车的发展起到了至关重要的作用。2009—2018 年间出台的 334 份电动汽车激励政策文件，涉及补贴、基础设施、通行路权、安全管理、技术研发、智能网联等多个方面。潮牌电动汽车属于电动汽车，电动汽车相关产业政策推动行业发展。

政策名称	颁布日期	颁布主体	政策要点及影响
《关于调整完善新能源汽车补贴政策的 通知》	2020-04	财政部、工业和信息化部、科 技部 发展改革委	根据产业发展新形势，针对产业发展存在的问题，为促进汽车消费，3月31日国务院常务会议确定，将今年底到期的新能源汽车购置补贴政策延长 2年
《关于进一步完善新能源汽车推广应 用财政补贴政策的通知》	2019-03	财政部、工业和信息化部、科 技部、国家发展和改革委员会	明确2019年新能源车国家补贴方案。根据该《通知》，2019年3月26日至2019年6月25日为过渡期。过渡期间，符合2019年技术指标要求的销售上牌车辆按2018年对应标准的 0.6倍 补贴
《汽车产业投资管理规定》	2018-12	国家发展和改革委员会	加大简政放权力度。经国务院同意，取消汽车投资项目核准事项，全面改为地方备案管理，其中整车类投资项目由省级发展改革部门备案。严格控制新增传统燃油汽车产能，进一步提高新建纯电动企业项目条件，积极引导新能源汽车健康有序发展
《打赢蓝天保卫战三年行动计划》	2018-07	国务院	加快车船结构升级，推广使用新能源汽车。2020年新能源汽车产销量达到 200万 辆左右。加快推进城市建成区新增和更新的公交、环卫、邮政、出租、通勤、轻型物流配送车辆使用新能源或清洁能源汽车， 重点区域 使用比例达到 80%
《促进道路货运行业健康稳定发展行 动计划(2017- 2020年)》	2017-09	交通运输部、国家发展和改革委员会等14部委	持续推进货运车辆技术升级，深化车辆运输车治理工作， 2018年6月 全面完成治理目标。推进低水平非标车型车辆更新改造，加快淘汰落后运能，并鼓励各地持续创新政策措施，推广标准化、厢式化、轻量化、清洁能源货运车辆
《关于加快推进新能源汽车在交通运 输行业推广应用的实施意见》	2015-03	交通运输部	完善和落实对新能源汽车推广应用的扶持政策，营造有利于新能源汽车在交通运输行业推广应用的政策环境，引导交通运输企业主动、更多选择新能源汽车。至 2020年 ，新能源汽车在交通运输行业的应用初具规模，在城市公交、出租汽车和城市物流配送等领域的总量达到30万辆

第一阶段（示范推广）

第二阶段（推广应用）

第三阶段（全面推广）

补贴范围

2009-2012年

2013-2015年

2016-2020年

25个节能与新能源汽车示范推广试点城市

88个节能与新能源汽车示范推广试点城市

全国范围内

来源：头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

潮牌电动汽车市场驱动因素分析——技术驱动

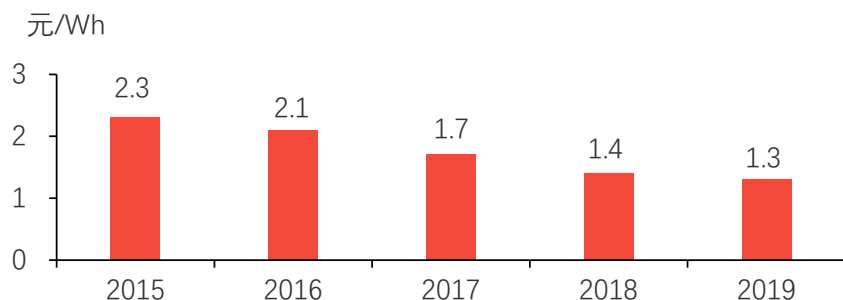
动力电池作为电动汽车的核心，其快速发展将成为提高潮牌电动汽车市场竞争力的关键

中国动力电池行业发展概述

电动汽车的核心技术为**电池技术**。**电池**作为电动汽车的**动力来源**，是影响中国潮牌电动汽车行业的重要因素，而比热量高、比功率大、使用寿命长的高效电池的研发与应用是提高纯电动汽车渗透率的关键。现阶段，电动汽车中广泛应用的是**铅酸蓄电池**，但随着电动汽车技术的发展，铅酸蓄电池由于能量低，充电速度慢，寿命短等缺点，将逐渐被**锂电池、燃料电池**等新型蓄电池替代。

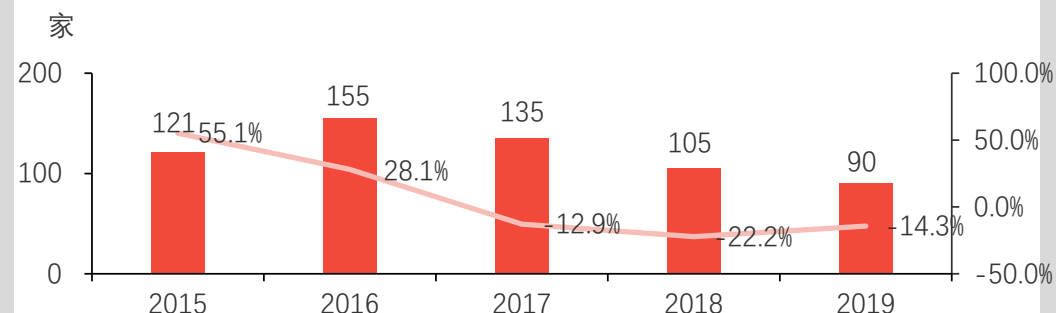
(1) 锂电池：锂电池是直流供电电池，可重复超过**500次**的充放电，**使用寿命较长**，且锂电池容量密度较高、体积较小、重量较轻、充电效率较高，是现阶段纯电动汽车广泛装配的供电电池；**(2) 燃料电池**：燃料电池在电动汽车中的应用多以**氢**为燃料，通过与**氧气**发生**氧化还原**化学反应，将氢和氧分别供给阳极和阴极，氢通过阳极向外扩散和电解质发生反应后，放出电子通过外部的负载到达阴极从而产生出电能来带动汽车电动机工作。氢燃料电池**无污染且运行安静**，噪声约为**55dB**，同时，氢燃料电池的发电效率超过**50%**。与传统汽车相比，搭载氢燃料电池汽车的**能量转化效率**可达到**60%-80%**，为内燃机的**2-3倍**。

中国动力电池销售均价变化，2015-2019年



- 近五年来，随着中国动力电池生产企业持续加大对于产品研发的投入，动力电池的销售均价出现明显降低。2019年，动力电池的销售均价约为1.2-1.3元/Wh，较2015年的2.3元/Wh下降43.5%

中国动力电池生产企业数量情况及增长率，2015-2019年



- 新能源汽车与新造车势力行业的高速发展带动动力电池装机量高速增长，需求的高端化发展加剧了动力电池市场的淘汰速度，使行业集中度进一步提升
- 截至2019年底，中国动力电池生产企业数量为90家，同比减少15家。

潮牌电动汽车市场风险因素分析

与传统内燃机汽车相比，纯电动汽车起步较晚，技术与资源积累较为薄弱，且潮流动向转换迅速，若品牌产品与理念更新速度迟缓，或将无法满足年轻消费者预期需求

潮牌电动汽车技术风险

研发技术瓶颈风险

中国电动汽车的整车与核心零部件能力仍需提高，同时，**技术研发与产业化过程也存在较高风险**，高水平且稳定的零部件供应体系是潮牌电动汽车市场化的关键因素。此外，现阶段“三电”技术的瓶颈直接影响到潮牌电动汽车成本并成为制约其商业化的重要因素之一

电池相关风险

电池技术是电动汽车研发的核心瓶颈，其所应配备的功能指标与经济指标包括安全性、比能量、比功率、寿命、循环价格与能量转换效率等。若电池的寿命或安全性等性能不达标，将使电动汽车主机厂面临召回相关车型更换电池的成本支出风险

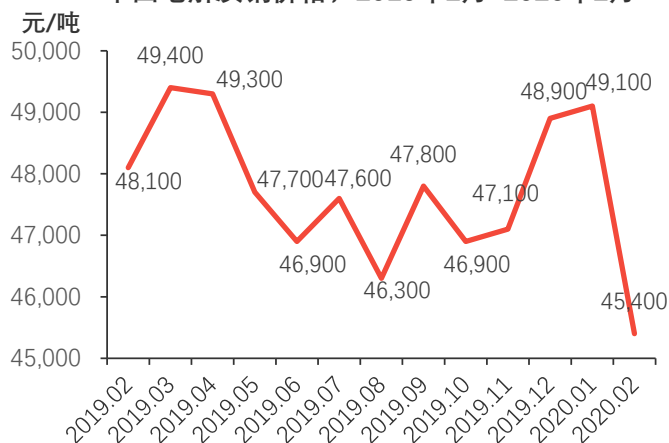
安全性风险

与传统内燃机汽车相比，电动汽车具有较高的安全性风险。传统内燃机汽车出现爆炸与着火情况的可能性较低，但由于电动汽车电池的化学成分稳定性不一致，有几率发生较为严重的爆炸起火等事故。同时，电动汽车的高压回路或将在车辆发生碰撞时造成安全隐患

潮牌电动汽车原材料价格风险

- 电动汽车驱动电机生产所需铜包线的原材料电解质铜成本占材料采购成本约28%。而据中国国家统计局数据显示，2020年2月中国电解质铜价格为**45,400元/吨**，较2019年同比下降**5.6%**，且期间价格呈现**波动态势**。现阶段，中国电动汽车驱动电机的铝制化发展仍不完善，对铜材需求量较高，若未来铜材价格出现上涨，将使电动汽车主机厂面临采购价格上涨的风险

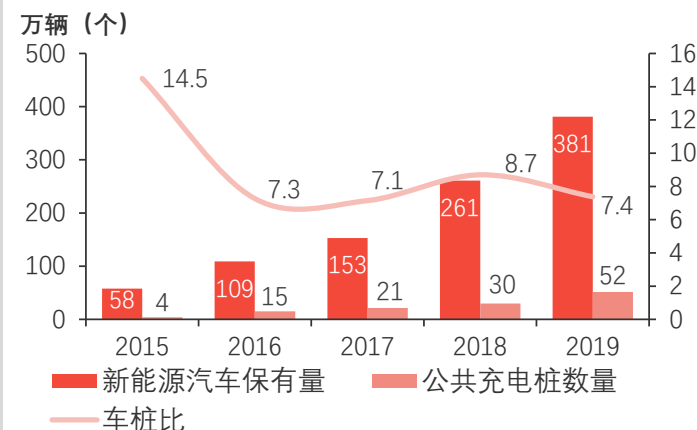
中国电解质铜价格，2019年2月-2020年2月



潮牌电动汽车市场接受度风险

- 现阶段，中国范围内的车桩比为**7.4:1**，覆盖率仍较低，纯电动汽车车主进行充补电的便捷性仍难以保障。因此，潮牌电动汽车在市场中推广需面临由于便捷性不足导致消费者对于其车型接受度较低的风险
- 同时，潮流动向转换迅速，若品牌产品与理念更新速度迟缓，或将无法满足年轻消费者预期需求

新能源汽车保有量及公共充电桩数量，2015-2019年



来源：中国电动充电基础设施促进联盟，国家统计局，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo

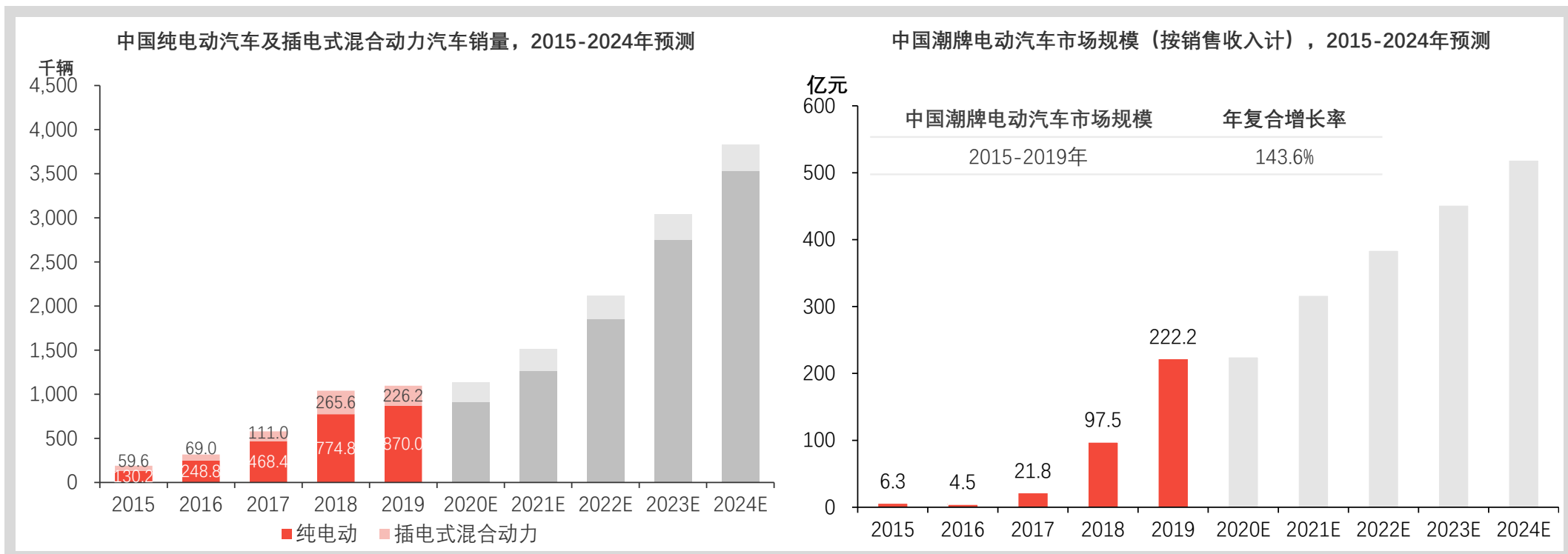


www.leadleo.com

潮牌电动汽车市场规模

目前，在政府补贴力度下滑与资本遇冷的环境下，中国潮牌电动汽车品牌借助全新的销售模式破局，逐渐将发展重心转移至终端消费者体验升级，促使行业热度迅速提升

自2014年中国新能源汽车行业兴起以来，经过近五年的发展已逐步突破制造生产技术的瓶颈，行业内领先主机厂先后实现了自主研发，同时，在中国政府积极推动基础充电设施建设的背景下，纯电动车型已初步获得消费者认可，推动行业市场规模（按销售收入计）由2015年的6.3亿元人民币增长至2019年的222.2亿元人民币，年均复合增长率达到143.6%。但随着新能源汽车补贴力度的下滑，资本市场遇冷，中国潮牌电动汽车行业增速放缓，且由于2020年新冠疫情影响，中国汽车市场整体销量遇冷，增速放缓。未来，中国潮牌电动汽车行业将依靠全新商业模式破局，并通过硬件设备的升级与智慧系统优化逐步提升其车辆产品的核心竞争力。预计未来五年中国潮牌电动汽车市场规模将继续保持增长态势，到2024年有望突破519.1亿元人民币，年均复合增长率达到18.5%。



来源：中国汽车工业协会，车主之家网，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



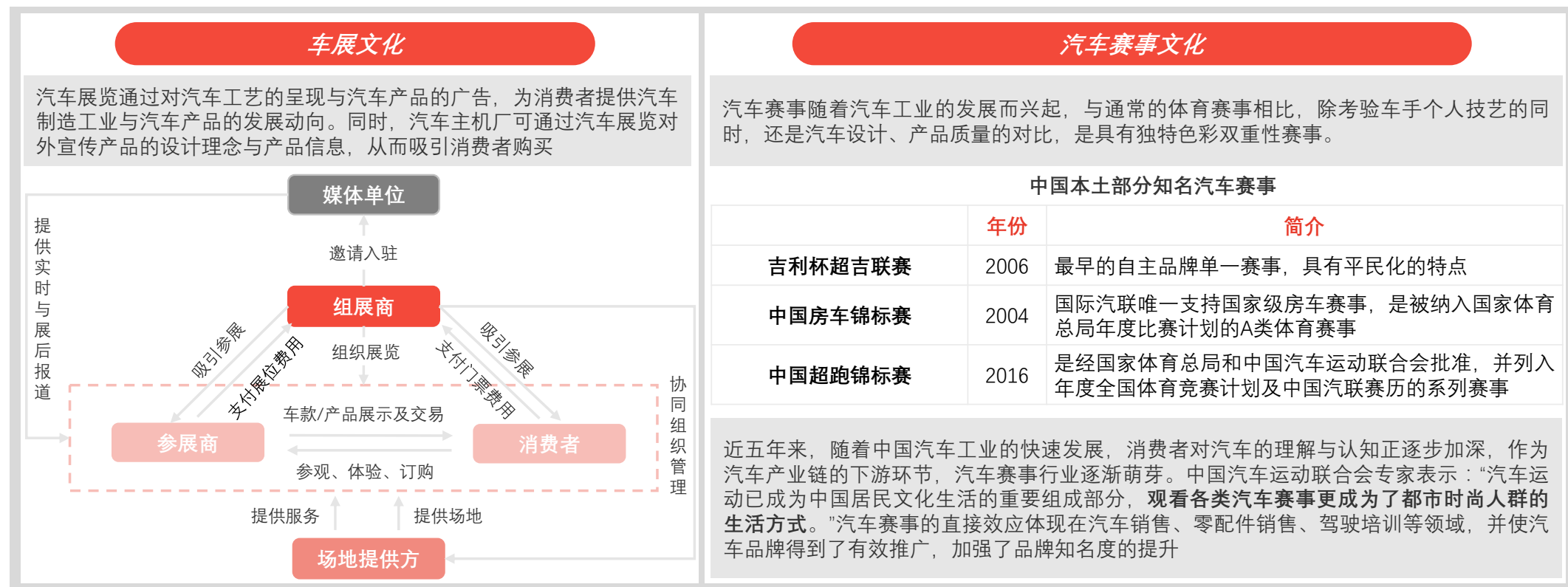
www.leadleo.com

汽车文化未来发展趋势

随着汽车工业的快速发展，目前中国已逐步形成了独具特色的汽车文化，同时，在共享经济的发展浪潮下，汽车拥有了更高的技术含量，并让年轻人触手可及

当机器拥有了故事与传承，汽车文化逐渐形成

汽车的出现改变了人类的出行方式与生活方式，1889年，路易斯·雷纳·潘哈德首次在汽车上使用了商标，提升了汽车品牌的知名度，促进了汽车工业的发展。汽车商标包含文字标志与图案标志两部分，其构成了汽车文化功能性与精神性内涵，并让汽车融合了自然科学、社会科学与艺术文化。



来源：中国中华全国工商业联合会汽车经销商商会，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

汽车潮牌IP未来发展趋势

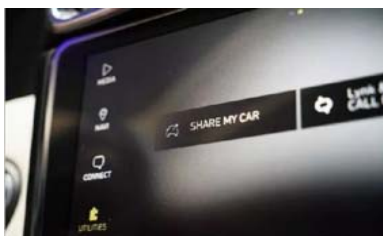
品牌向上的背后，是正向研发体系的建立、产品设计和品质的提升、新能源汽车和智能互联的弯道超车，IP则为其注入“灵魂”

打造汽车的同时，培养与之相伴的生活方式，推动主机厂向“出行体验运营商”进化

“IP”是基于智力的创造性活动所产生的权利。目前，中国纯电动汽车行业内品牌众多，除汽车产品本身外，其品牌影响力与知名度是在激烈的市场竞争中取胜的关键性因素。因此，打造强力IP并依靠IP进行深度运营可有效帮助汽车品牌进行文化与理念渗透。

LYNK&CO

2017年，吉利集团在柏林发布全新品牌领克时，其品牌高级副总裁魏思澜表示“这个世界可能不需要一款新车，但是一定需要对汽车新的理解”



领克的产品设计与商业模式始终遵循其品牌内核，在互联互通、用户体验、分享经济等方面进行创新。在车辆闲置时，用户可以将汽车分享给其他拥有领克账户和数字密匙的人，由此打造“全球第一款能实现汽车分享功能的座驾”，进一步放大着品牌理念

潮流品牌
IP



2008年，第一部《钢铁侠》上映，开启了奥迪与漫威电影长达10年的跨界IP合作

奥迪汽车借助漫威电影的超高的人气与话题度为其品牌车型进行了高效推广与传播。以“钢铁侠专属座驾”为IP，将“钢铁侠”的科技感与奥迪汽车有机融合，吸引了广大年轻消费群体青睐



蔚来汽车举办了“最强思想盛宴”——10场seeds分享会，由3位诺贝尔奖得主领衔，俞敏洪、李斌等10位大咖现场进行创业经济、人工智能、时尚艺术等知识分享



2014年，全球首家Mercedes me体验店在汉堡开业。2016年，全球第6家、中国第1家，也是全球最大的Mercedes me体验店在北京三里屯开业，除卖车外，还包括餐厅、酒吧、娱乐设施等，将Mercedes me打造为脱离汽车，但具有奔驰基因的跨界时尚品牌

来源：各大品牌官网，头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

潮牌电动汽车未来发展趋势——用户消费变化趋势

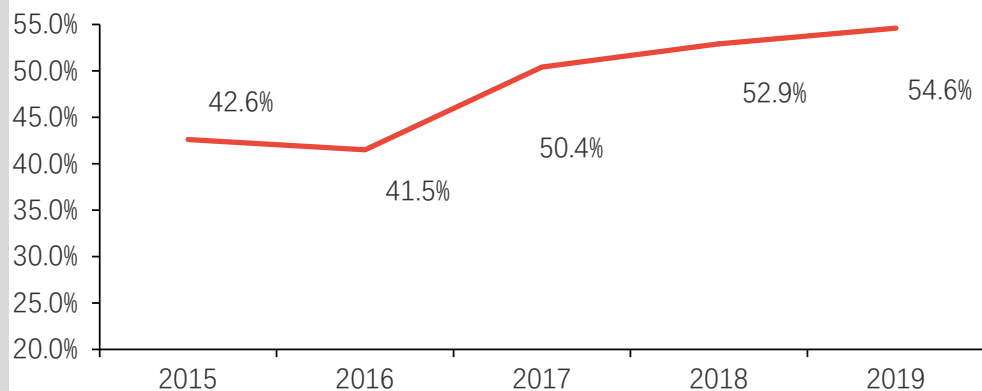
把握消费者需求，满足消费者期望，降低消费者购物疑虑成为影响潮牌电动汽车市场竞争力的关键

由政策驱动转变为消费者需求驱动

随着补贴的退坡，意识到消费者的真正需求变得愈来愈重要。及时把握消费者需求，成为影响潮牌电动汽车市场竞争力的关键。

目前，用户对电动汽车消费主要存在三点顾虑：（1）安全顾虑：消费者对电动车存在“辐射大”等疑虑，新能源汽车厂商表示，如果因电池包封闭性等技术问题，确实存在辐射超标的可能；（2）里程焦虑：消费者对里程的关注决定了现阶段纯电动汽车、插电混合动力汽车、普通油电混合动力三种类型并存的合理性；（3）充电难：新能源汽车充电站网络化配置仍处于建设阶段，充电基础设施水平与产业发展需求不匹配。

私人消费占比逐步提高



- 新能源乘用车私人用户购买比例逐步提高，新能源乘用车市场由单位用户占主导转变为以私人用户为主

用户消费关键词



购买价格



外观设计

- 新世代消费者在买车时看重产品外观设计和购买价格



安全顾虑

- 消费者对电动车存在“辐射大”等疑虑，新能源汽车厂商表示，如果因电池包封闭性等技术问题，确实存在辐射超标的可能



里程焦虑

- 消费者对里程的关注决定了现阶段纯电动汽车、插电混合动力汽车、普通油电混合动力三种类型并存的合理性



充电难

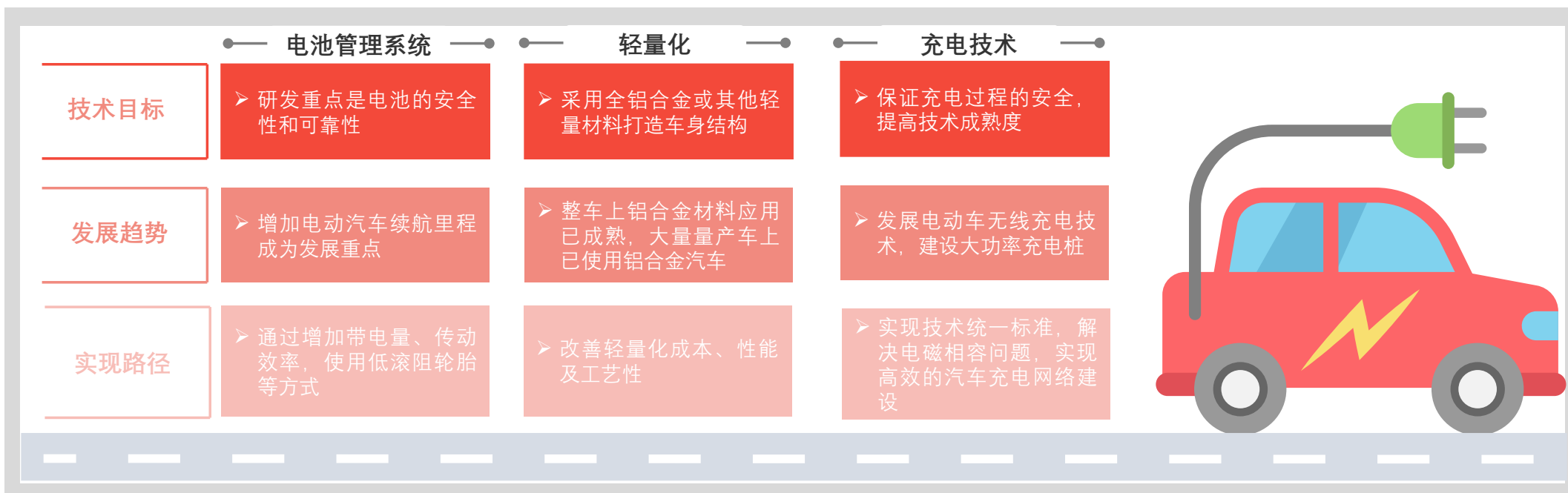
- 新能源汽车充电站网络化配置仍处于建设阶段，充电基础设施水平与产业发展需求不匹配

潮牌电动汽车未来发展趋势——电动汽车技术趋势

未来，随着对电动汽车核心技术的研发，电动汽车技术将愈加成熟，电动汽车达到传统汽车的各项机能

电动汽车技术逐步提升

由于电动汽车的污染物排放和噪声低，且能源利用率较高，因此中国支持和鼓励电动汽车的发展。随着电动汽车的发展及其应用量的增加，出现了车与充电桩不匹配、充电排队时间长、充电桩利用率不高、充电运营商盈利难、重复建设等一系列问题。从技术发展角度来看，随着电池技术的进步，充电效率提升和充电桩普及，目前消费者所关心的电池安全、续航里程、充电便利性等问题都将会得到切实解决，电动汽车所具备的环保性优势和使用费用低的优势将得到更大程度的提升。电动汽车将成为先进造车理念、先进设计思路和先进技术的载体。



来源：头豹研究院编辑整理

©2020.06 LeadLeo



www.leadleo.com

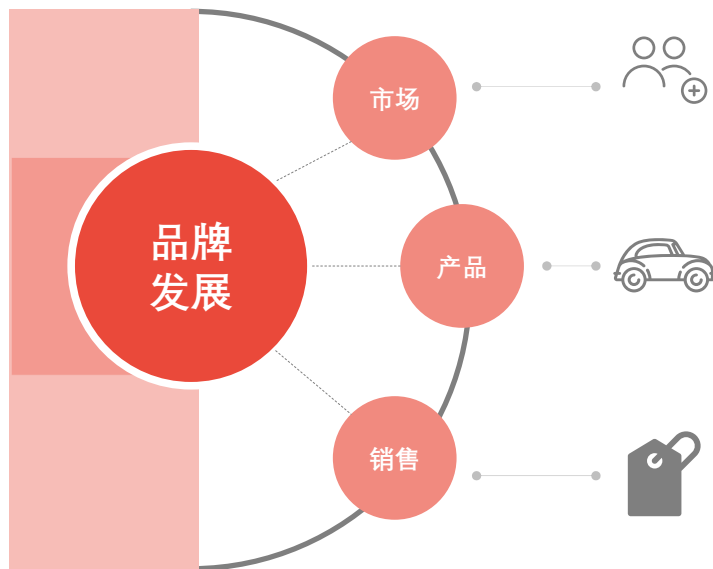
潮牌电动汽车未来发展趋势——电动汽车品牌发展趋势

品牌市场定位愈加明确，产品定位细分化，销售政策创新，将品牌形象直接地呈现给消费者

在品牌、技术和营销之间建立良好的互动关系

中国自主品牌汽车的发展速度令人瞩目，伴随着国际汽车巨头加入潮牌电动汽车市场，市场竞争激烈程度不断加剧，品牌建设成为车企发力的重点。此外，自主品牌由低端汽车起家，节能补贴金额在低廉的汽车价格占据一定比例，提高补贴门槛为自主品牌带来了一定的冲击。品牌可以在消费者心目中形成共同的特征，并可以有效地促进消费者购买。电动汽车，包括潮牌电动汽车的品牌建设有必要不断提高产品和服务的质量和生产率，并通过有效营销不断提高产品的形象。中国电动汽车技术显著，应注意增加对汽车技术研发的投资，以使品牌更具重要性和依赖性，增加品牌的风险承受能力，增加品牌价值，并在品牌、技术和营销之间建立良好的互动关系。

从市场、产品和销售入手，注重品牌发展



细分市场，明确定位和发展战略

对市场进行细分，根据不同地域、不同环境、不同消费心理和消费习惯的人群，如新世代消费者制定出整体和局部的市场策略

明确研发方向和产品定位，推出细分车型

车企需调整产品策略，全力向纯电动汽车转移外，还须对旗下的新能源汽车产品进行细分，一方面最大份额满足市场需求，另一方面可以增加品牌曝光度，推广品牌影响力

创新销售政策，打消客户顾虑，提升品牌形象

在营销体系的优化过程中，需要从整体产业链的角度出发，从消费者的消费心理出发，将产品和市场的需求紧密结合在一起，刺激消费者的购买行为，将销售渠道下沉

来源：头豹研究院编辑整理

©2020.06 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，从新能源汽车、纯电动汽车、潮牌等领域着手，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。