

市场简报：小米官宣进军电动车市场，雷军能否赢得最后一战？

Briefing Report : Xiaomi Officially Announced its Entry into the Electric Car Market, can Lei Jun Win the Final Battle?

市場速報：Xiaomiは電気自動車市場への参入を公式に発表しました、レイジユンは最後の戦いに勝つことができます？

报告标签：AIoT、车联网、生态协同、出行流量

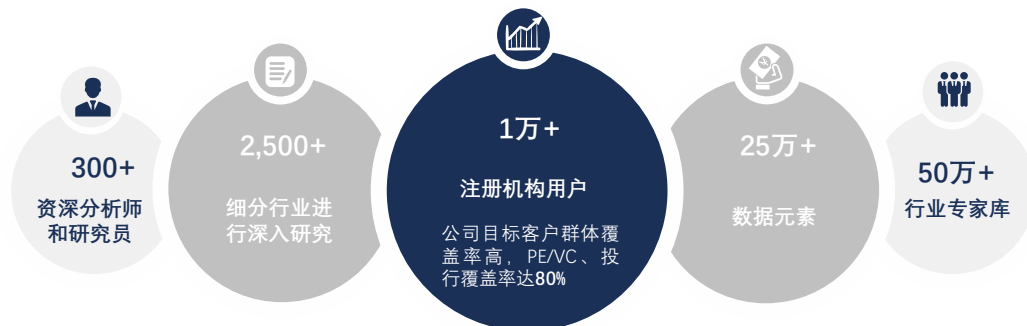
主笔人：赵文博



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。

头豹研究院

- ◆ 头豹研究院是中国大陆地区首家**B2B模式人工智能技术的互联网商业咨询平台**，已形成集**行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议**行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- ◆ 公司致力于以优质商业资源共享为基础，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**，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

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

云研究院服务

提供行业分析师外派驻场服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

园区规划、产业规划

地方产业规划，园区企业孵化服务

报告阅读渠道



图说



表说



专家说



数说

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报

头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫上方二维码阅读研报

添加右侧头豹研究院分析师微信，邀您进入行研报告分享交流微信群



详情咨询



客服电话

400-072-5588



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



深圳

李先生：18916233114

李女士：18049912451

Q1: 雷军不惜赌上声誉，如何看待小米的“百亿造车计划”？

图表1：小米宣布进军汽车领域前的“大事件”时间线



■ 小米高调宣布造车，由集团CEO雷军“亲自带队”

2021年3月30日，小米集团在港交所发布公告，官宣小米智能电动汽车业务正式立项，关键内容包括以下三点：（1）小米将成立一家全资子公司，负责智能电动汽车业务；（2）在投资金额方面，首期投资为100亿元人民币，预计未来10年的投资额为100亿美元；（3）小米集团首席执行官雷军亲自披挂上阵，将兼职担任智能电动汽车业务的首席执行官。

■ 小米造车“早有苗头”，近年来的活动轨迹显现“蛛丝马迹”

早在2013年，雷军在硅谷两次拜会了特斯拉的CEO马斯克，对新能源汽车表现出了浓厚兴趣。2014年至今，小米不断申请汽车相关专利，包括车辆定速巡航、能源补充、车辆操控、辅助驾驶、行车安全、停车信息预测等。除此以外，雷军创立的顺为资本还先后投资了蔚来汽车、小鹏汽车，并以战略投资者身份参与了车载服务系统厂商博泰的B轮融资，以上迹象均表明了小米在为进军汽车圈做准备。

■ 电动汽车市场潜在价值巨大，有望成为小米业务增长的突破口

小米对物联网领域野心极大，若说手机为小米的今天，AIoT（人工智能+物联网）则是小米的未来。市场普遍认为物联网的最佳切入口是车联网，而智能电动汽车则是“杀手级”AIoT产品。小米持续围绕AIoT进行战略布局，现已在智能家居、智能穿戴设备等领域取得了优异的成绩，通过造车可进一步抢占用户在出行方面的流量入口、强化用户粘性，还有望为小米业务体量创造巨大的增长空间，实现企业在AIoT领域的“霸主地位”。

Q2：小米“凭什么”造车？成功的底气从何而来？

■ 资金、品牌与生态协同优势为小米造车提供了底气

雷军甚至不惜赌上声誉，称小米造车为其最后一次创业。作为“门外汉”的小米造车底气究竟是什么？

造车门槛资金约为200亿元，对于近年来的造车新势力（如蔚来、小鹏、理想等）而言，资金压力为企业面临的“老大难”问题。与以上造车新势力不同，小米拥有强大的现金储备，正如雷军在小米春季新品发布会的发言，“我们有什么？我们有钱”。2020年底，小米集团现金余额达1,080亿元，小米称首期将投入100亿元，未来10年将投入100亿美元，在造车方面可实现完全自营、无需融资，雄厚的资金实力为小米造车奠定了基础。

除资金优势外，CEO雷军及品牌的影响力也为小米造车提供了底气。与其他造车新势力的“白手起家”相比，小米自2010年成立至今，积累了良好的市场口碑，品牌形象深入人心，因此收获了大批“米粉”（大陆地区活跃用户数量超1亿人）。加之此次造车行动由CEO雷军“亲自带队”，雷军的市场影响力及号召力极强，上亿“米粉”极有可能成为小米汽车的第一批种子客户。

最后，小米还拥有生态协同优势，即基于小米跨品类的规模化智能软硬件开发实力，有望将生态协同效应延伸至汽车，实现小米手机、平板与汽车的有效连接，加强用户对小米不同产品之间的交互使用体验、增加用户粘性。与其他造车新势力相比，凭借不同小米设备间的相互协作，用户可通过小米生态系统获取更多便利、形成使用习惯，进而选择购买小米汽车。

图表2：小米造车的核心优势



Q3: 小米造车背后的主要原因是什么？未来或将遇到哪些挑战？

■ 小米亟需寻求新的业务增长点，重获资本市场信任

受国际大环境影响，2020年华为手机在全球的出货量被迫萎缩，小米迅速找到突破口，通过发力安卓高端手机市场，获得用户广泛认可，主营手机业务迎来拐点。2020年第四季度，小米手机全球出货量达4.330万台，稳居全球第三。从2020年整年来看，小米手机全球出货量达1.46亿台，实现全年营收2,458.7亿元，同比增长约为19.4%。尽管小米手机业务持续增长，但多项核心业绩数据仍低于市场预期，如全年营收2,458.7亿元低于市场预期2,489.3亿元。此外，小米第二大业务IoT在2020年收入约为674亿元，同比增长约为8.6%，与2019年41.7%的增速形成了鲜明对比，可见IoT业务难以成为拉动小米营收的新动力。

业绩不及预期，直接为小米带来股价下跌的后果，小米股价在财报发布第二日大跌了8%左右。由此可见，为避免企业达到发展极限点，小米亟需寻找新的业务增长点，重获资本市场信任。新的业务增长点即是造车，至于小米为何选择造车可从以下两个方面进行解释：首先，国家战略及政策均高度扶持新能源汽车，借助政策东风，小米更易实现造车项目的落地；其次，汽车可作为AIoT的延伸，小米通过造车，有望实现在硬件终端流量入口的完整布局，进一步加强用户对小米生态的依赖程度。

■ 造车是一项复杂且庞大的工程，对小米产业链资源整合能力要求高

尽管小米已布局多条消费电子业务线，如手机、家电、音箱等，拥有完善的消费电子供应链，但造车与消费电子业务相比，在产品性能要求、产品生命周期、测试复杂度、产业链等方面均存在较大差异，造车的设计、制造复杂程度远高于消费电子业务，因此完善的消费电子供应链对小米造车的帮助较小。现阶段，小米尚未搭建自有汽车供应链，如何快速与汽车产业融合、形成完善的生产及供应链体系为小米当前最大的难题。

此外，尽管小米现金储备量大、看似“不缺钱”，但正值“5G换机潮”，其主营手机业务也需大量资金周转。造车作为重资产的“烧钱项目”，将消耗大量企业资源，易为小米主营手机业务带来较大负担。现阶段，手机市场竞争日趋激烈，小米正面临转型高端市场的压力，推进造车项目，极易分散小米内部对手机业务的精力，可能使小米陷入“双线作战”的局面。

图表3: 小米造车面临的两大挑战

挑战	描述	影响
汽车产业链复杂	小米作为汽车行业的“门外汉”，无汽车相关制造经验，其完善的消费电子供应链对造车项目帮助较小	电动汽车行业技术壁垒较高、供应链长且复杂，对小米产业链资源整合能力要求高，如何与汽车产业快速融合为小米目前最大的挑战
分散主营业务精力	造车作为极其“烧钱”的重资产项目，将消耗大量企业资源，极易分散小米内部对手机业务的精力	尽管小米现金储备量大，但造车厂商多面临数年难盈利的局面。正值小米转型高端市场，推进造车项目，易使小米陷入“双线作战”的局面

来源：头豹研究院编辑整理

Q4：中国电动汽车领域有哪些核心“玩家”？谁能成为“最后赢家”？

■ 新“玩家”不断涌入电动汽车赛道，市场份额逐渐分散

随着中国电动汽车产业技术逐渐成熟，入局电动汽车领域的行业“大佬”不断增多，主要可分为三类玩家：第一类以传统车企为代表，如上汽大众、比亚迪、吉利等自主品牌，深耕于汽车行业多年，拥有丰富的造车经验、成熟的生产线及销售渠道；第二类以造车新势力为代表，如特斯拉、蔚来、理想等，多以“智能化”为卖点，在创新方面具备较大优势；第三类以科技企业为代表，如小米、百度、阿里等，多拥有资金、研发及用户规模优势，以上企业切入电动汽车赛道的定位及方式均有所不同，如小米坚持自主造车计划，百度、阿里则选择与传统车企合作造车，推出新品牌。

■ 能协调产品力与成本的企业或将成为电动汽车领域“最后赢家”

对于电动汽车行业而言，企业的核心竞争力主要在于产品力与成本两方面：

产品力即是电动汽车对消费者的吸引力需够强，涵盖产品端与营销端。产品端可从汽车外观、性能、续航、电容量、动力、配套设施、驾驶舒适性、人机交互性等方面体现。随着电动汽车市场竞争日趋白热化，行业持续涌入新兴参与者，消费者可选择的电动汽车品牌不断增多。若想消费者选择自家电动汽车，企业需注重技术创新，全方位提升产品力，方有望脱颖而出。营销端可从创始人形象、品牌定位、营销模式等方面体现，如造车新势力蔚来率先推出“全球最快电动超跑EP9”，建立高端品牌形象、实现小规模售卖，随后再推出中端电动车、入门级电动车等车型，实现大规模售卖。由此可见，企业需在营销端花“心思”，找准自身品牌定位，再通过一系列营销活动，塑造更强大的传播声量，以吸引消费者关注。

造车成本极高，厂商多处于长期在造车利润与成本间博弈的状态，部分造车新势力在前期多侧重于产品力的提升，因而忽视了成本控制，导致企业至今仍处于“百亿亏损”状态。从长远来看，随着电动汽车产量规模不断上升，企业还需在产品力与成本控制间找准平衡点，实现长期稳定盈利，从而获得持续性发展。

图表4：中国电动汽车领域核心“玩家”现状

核心“玩家”分类	代表企业	优势	劣势
传统车企代表	上汽大众、比亚迪、吉利	深耕于汽车行业多年，拥有丰富的造车经验、成熟的生产线及销售渠道	与造车新势力相比，体制固化、智能网联技术较弱
造车新势力代表	特斯拉、蔚来、理想	多以“智能化”为卖点，具备创新优势，创始人号召力强，品牌营销模式新颖	与传统车企相比，造车技术及供应链完善度较弱
科技企业代表	小米、百度、阿里	资金实力强大，拥有庞大的用户基础，自带流量	与造车新势力相似，缺乏造车及供应链管理经验

来源：头豹研究院编辑整理

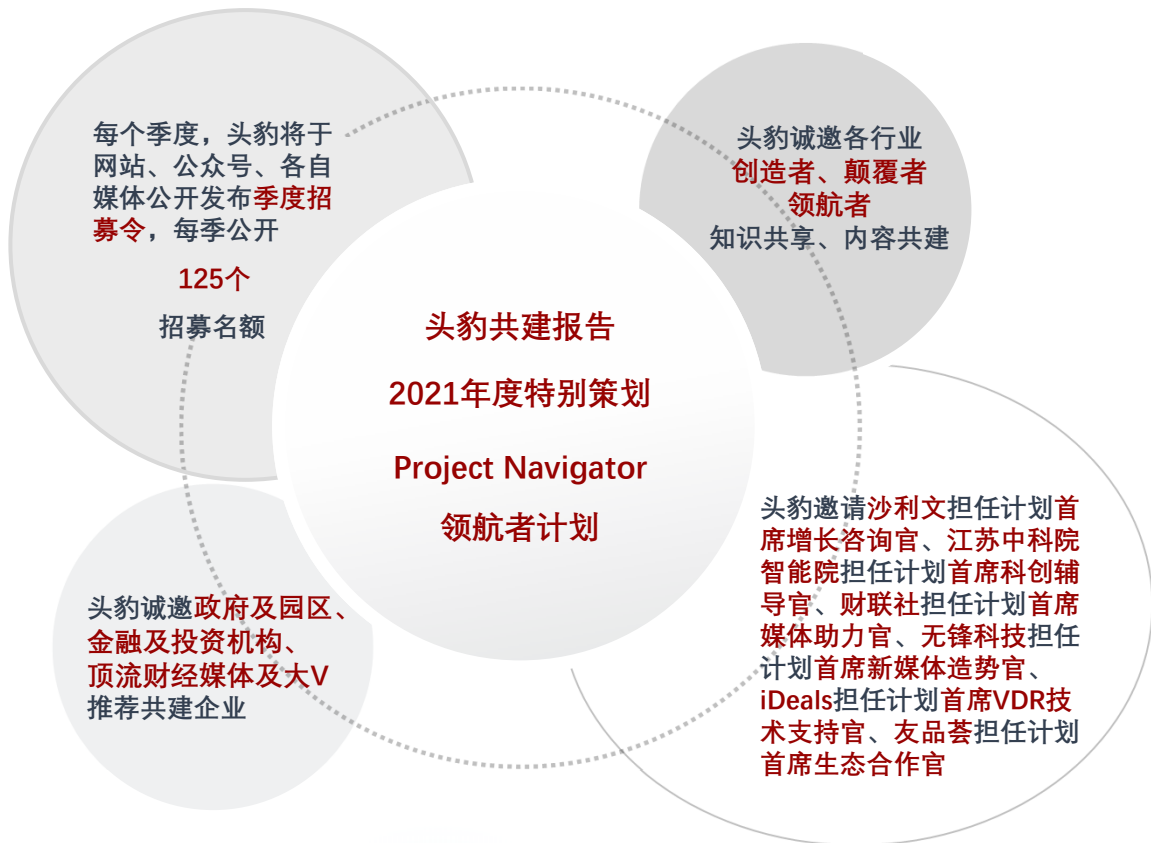
方法论

- ◆ 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，从车联网、物联网、电动汽车等领域着手，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 Project Navigator 领航者计划介绍

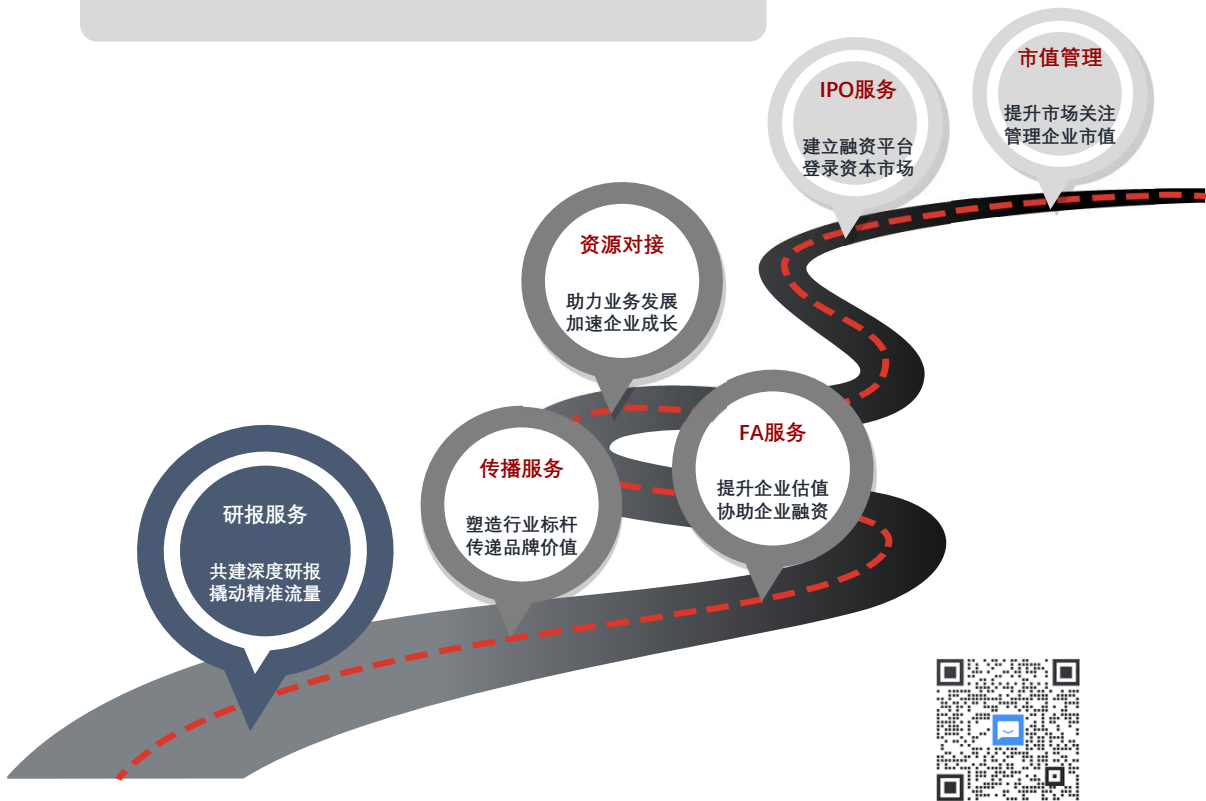


备注：活动解释权均归头豹所有，活动细则将根据实际情况作出调整。



头豹 Project Navigator 领航者计划与商业服务

- 头豹以**研报服务**为切入点，根据企业不同发展阶段的资本价值需求，以**传播服务、FA服务、资源对接、IPO服务、市值管理**为基础，提供适合的**商业管家服务解决方案**



备注：活动解释权均归头豹所有，活动细则将根据实际情况作出调整。

扫描上方二维码
联系客服报名加入



读完报告有问题？

快，问头豹！你的智能随身专家



扫描二维码
即刻联系你的智能随身专家

