

“中国智能
电动汽车”

SmartE/ 系列报告

“CHINA SMART ELECTRIC VEHICLE” SERIES REPORT

2023中国智能电动汽车品牌竞争格局研究报告

亿欧智库 <https://www.iyiou.com/research>

Copyright reserved to EO Intelligence, December 2023

亿欧智库：

更懂中国智能电动汽车的第三方研究机构

目录

CONTENTS

01 中国智能电动汽车发展现状

- 1.1 乘用车市场发展概述
- 1.2 智能电动汽车及市场概述
- 1.3 智能电动汽车发展驱动因素

02 中国智能电动汽车品牌竞争格局和分析模型

- 2.1 智能电动汽车品牌竞争力评价体系
- 2.2 智能电动汽车品牌竞争格局分析
- 2.3 智能电动汽车品牌黄金螺线模型

03 中国智能电动汽车品牌竞争洞察

- 3.1 新策略
- 3.2 新产品
- 3.3 新技术

目录

CONTENTS

01 中国智能电动汽车发展现状

- 1.1 乘用车市场发展概述
- 1.2 智能电动汽车及市场概述
- 1.3 智能电动汽车发展驱动因素

02 中国智能电动汽车品牌竞争格局和分析模型

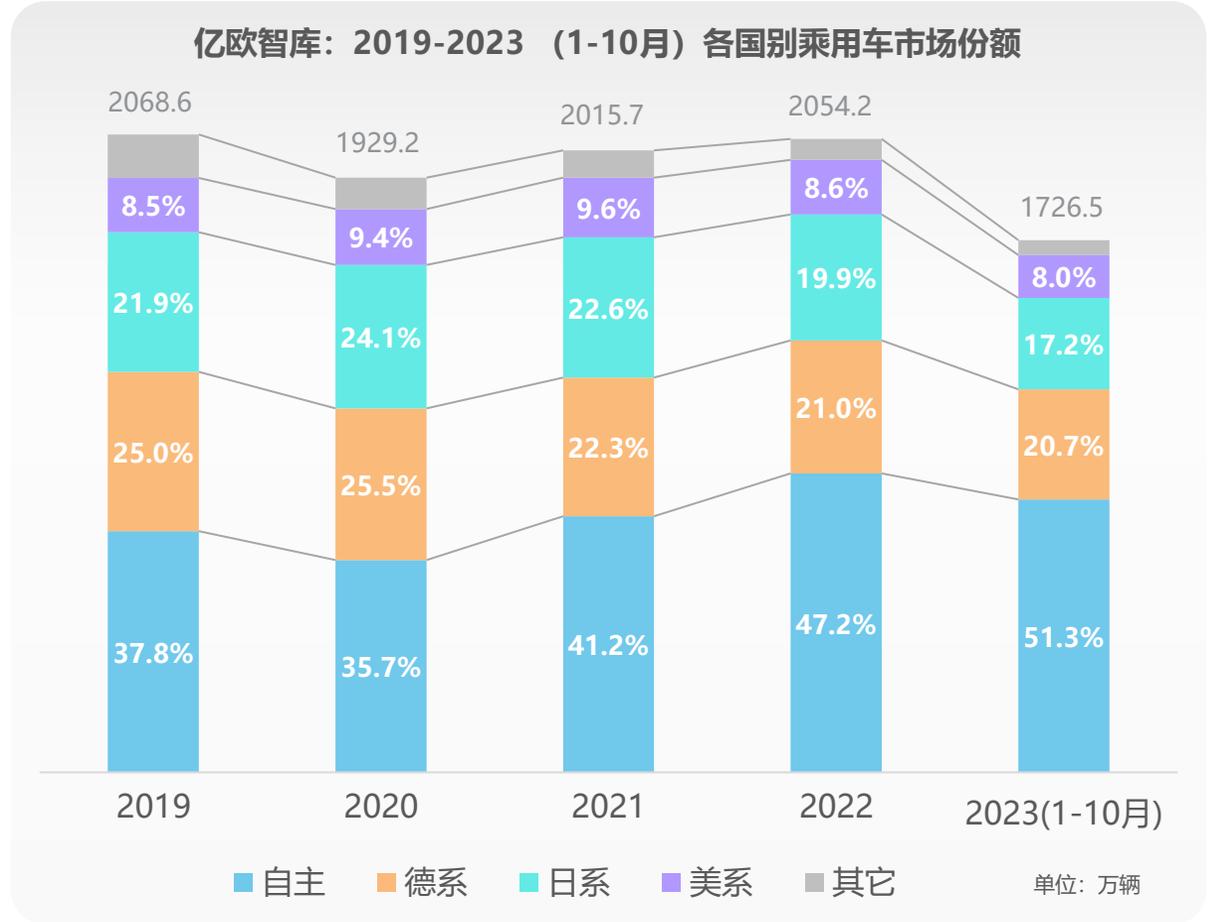
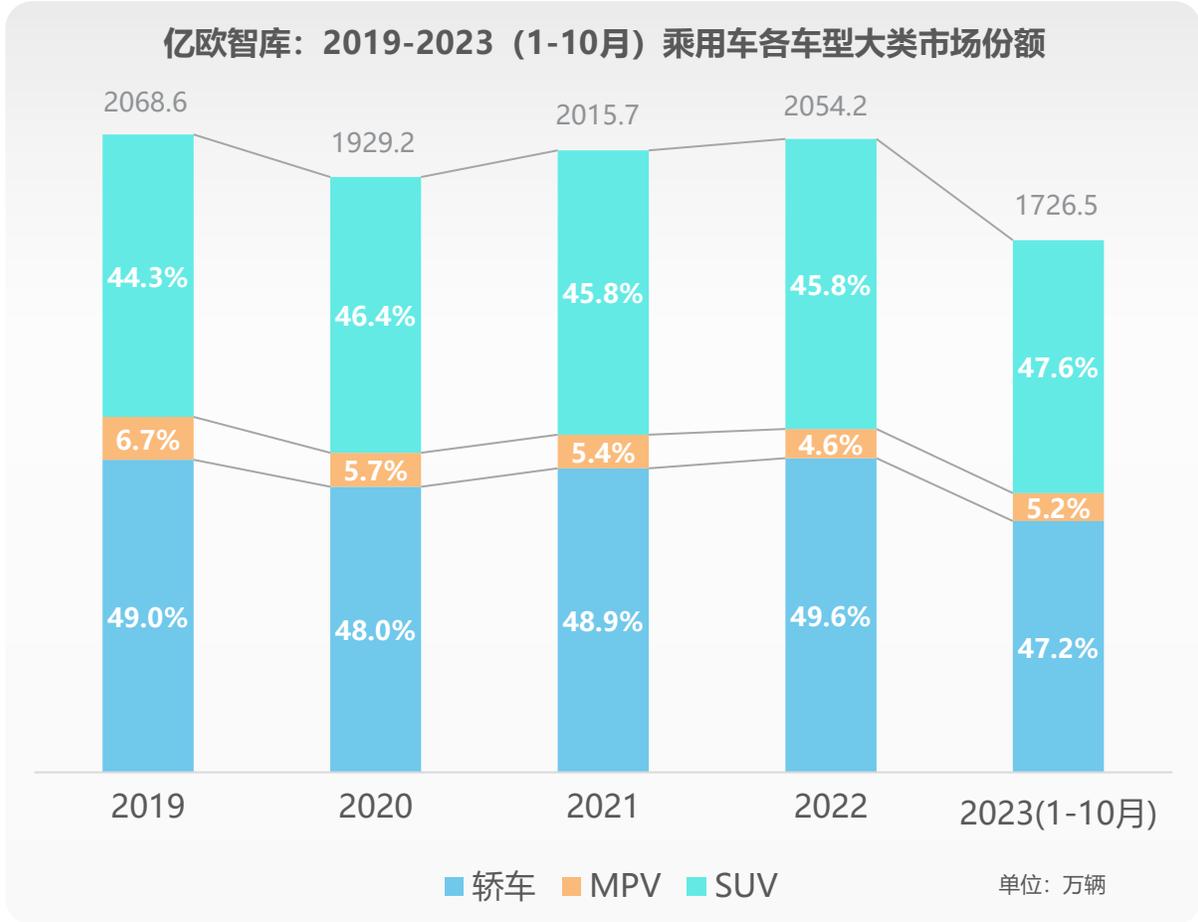
- 2.1 智能电动汽车品牌竞争力评价体系
- 2.2 智能电动汽车品牌竞争格局分析
- 2.3 智能电动汽车品牌黄金螺线模型

03 中国智能电动汽车品牌竞争洞察

- 3.1 新策略
- 3.2 新产品
- 3.3 新技术

1.1 近5年中国乘用车市场份额：大型化、家庭化趋势明显，自主品牌逆转成功

- ◆ 从近5年各车型大类市场来看，2023年1-10月的轿车市场份额有较大幅度的滑坡，SUV和MPV市场份额都有明显的增高。亿欧智库认为，从市场整体来看乘用车**车型的大型化、家庭化**、增换购化、高价值化趋势较为明显，未来以存量市场竞争为主。
- ◆ 从近5年各国别市场来看，自主品牌经历了2020年的谷底后，连续四年份额实现增长，2023年1-10月自主品牌的市场份额已超51%（10月单月已达55.5%）。2023年，德系品牌和日系品牌份额近三年均连续下滑，平均年下滑份额分别为1.6%和2.3%。亿欧智库认为，**借助新能源汽车的产品力，特别是智能化和电动化两条核心赛道**，中国自主品牌已经实现了市场竞争格局的逆转。

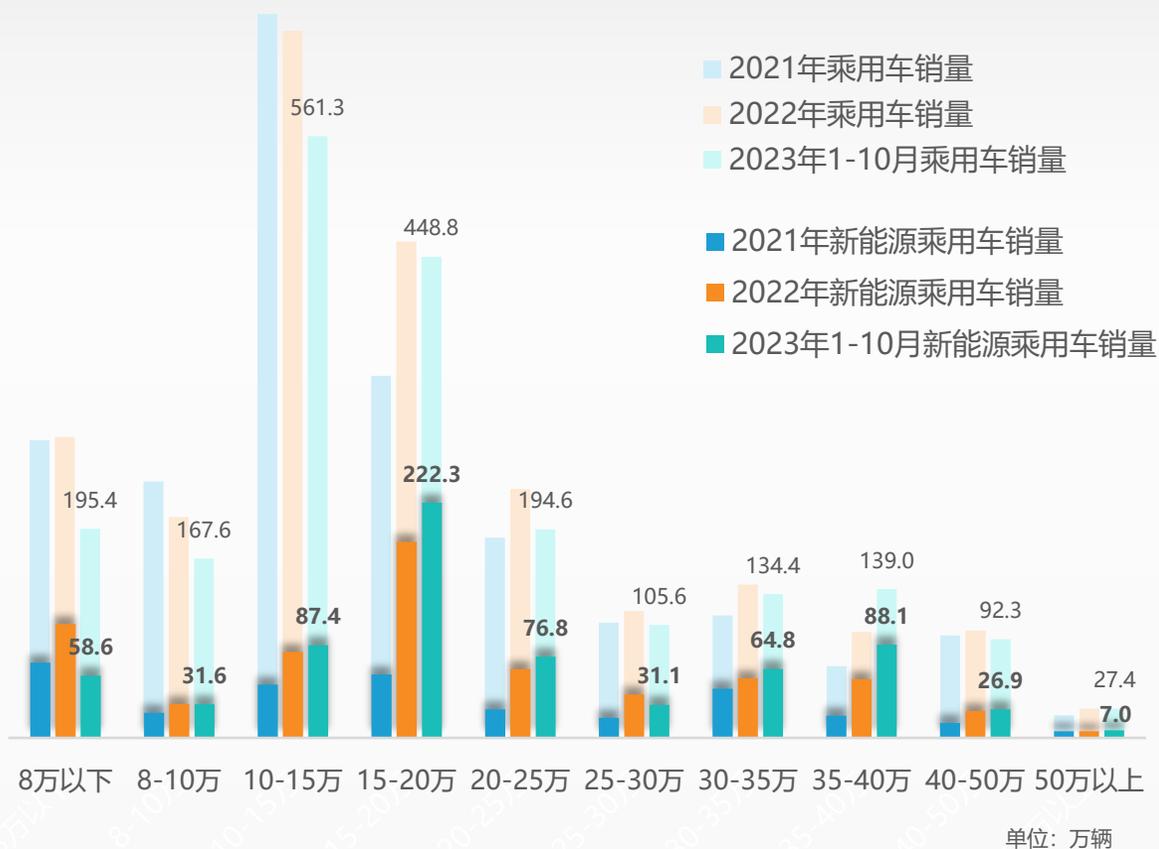


数据来源：乘联会，亿欧智库

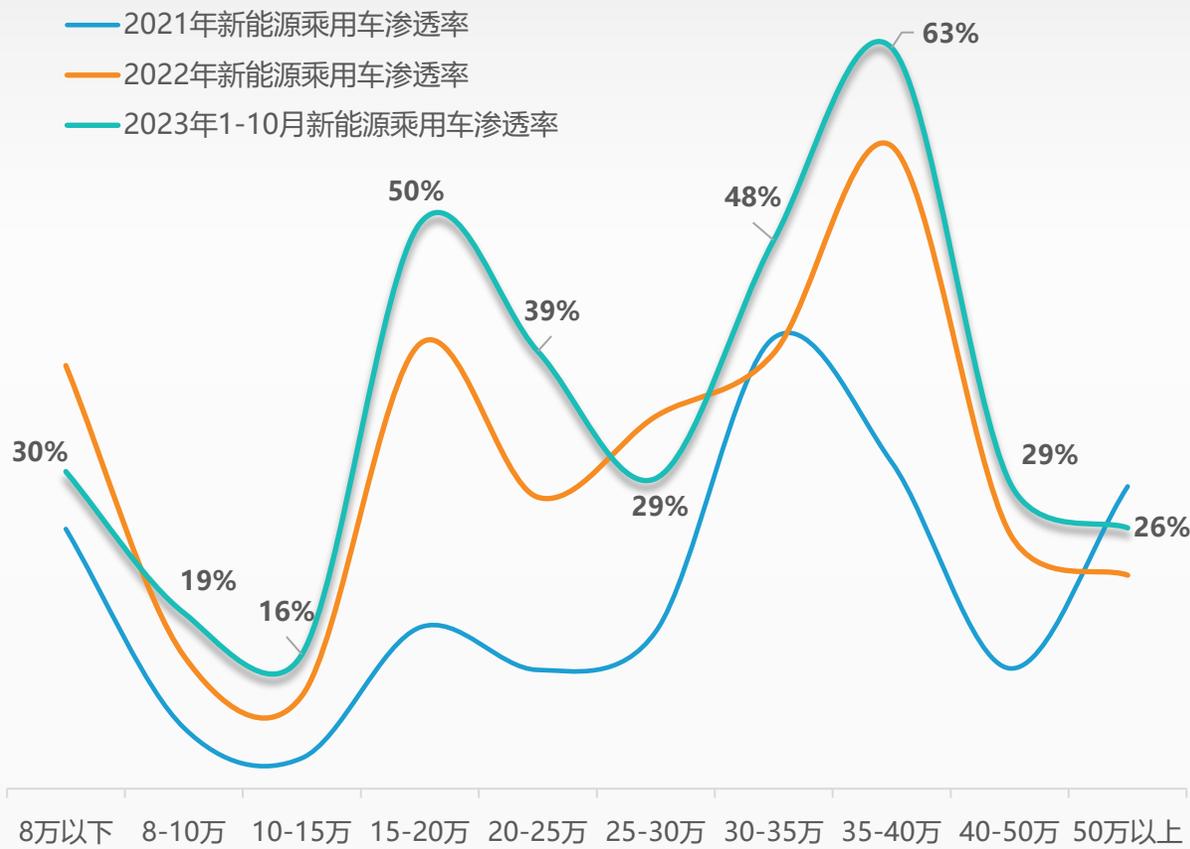
1.1 分价格区间新能源汽车渗透率呈“两峰两谷”，并已建构两条“客户拦截带”

- ◆ 截止到2023年10月，15-20万元价格区间的新能源汽车销量最高，达222.3万辆，第二、三名为35-40万元和10-15万元，销量都约为88万辆。
- ◆ 分价格区间段的占有率方面，新能源汽车市场呈现“两峰两谷”的基本态势。35-40万元段的新能源汽车渗透率已超63%，15-20万元段的渗透率也已达50%，形成两峰。新能源汽车市场已建构了两条“客户拦截带”，不仅抢夺同价位段内燃油汽车市场份额，也虹吸相邻价格段的客户。同时8-15万元段和25-30万元段仍然是燃油汽车产品力的优势区间，新能源汽车渗透率相对较低，形成两谷。

亿欧智库：2021-2023（1-10月）分价格区间乘用车和新能源汽车销量

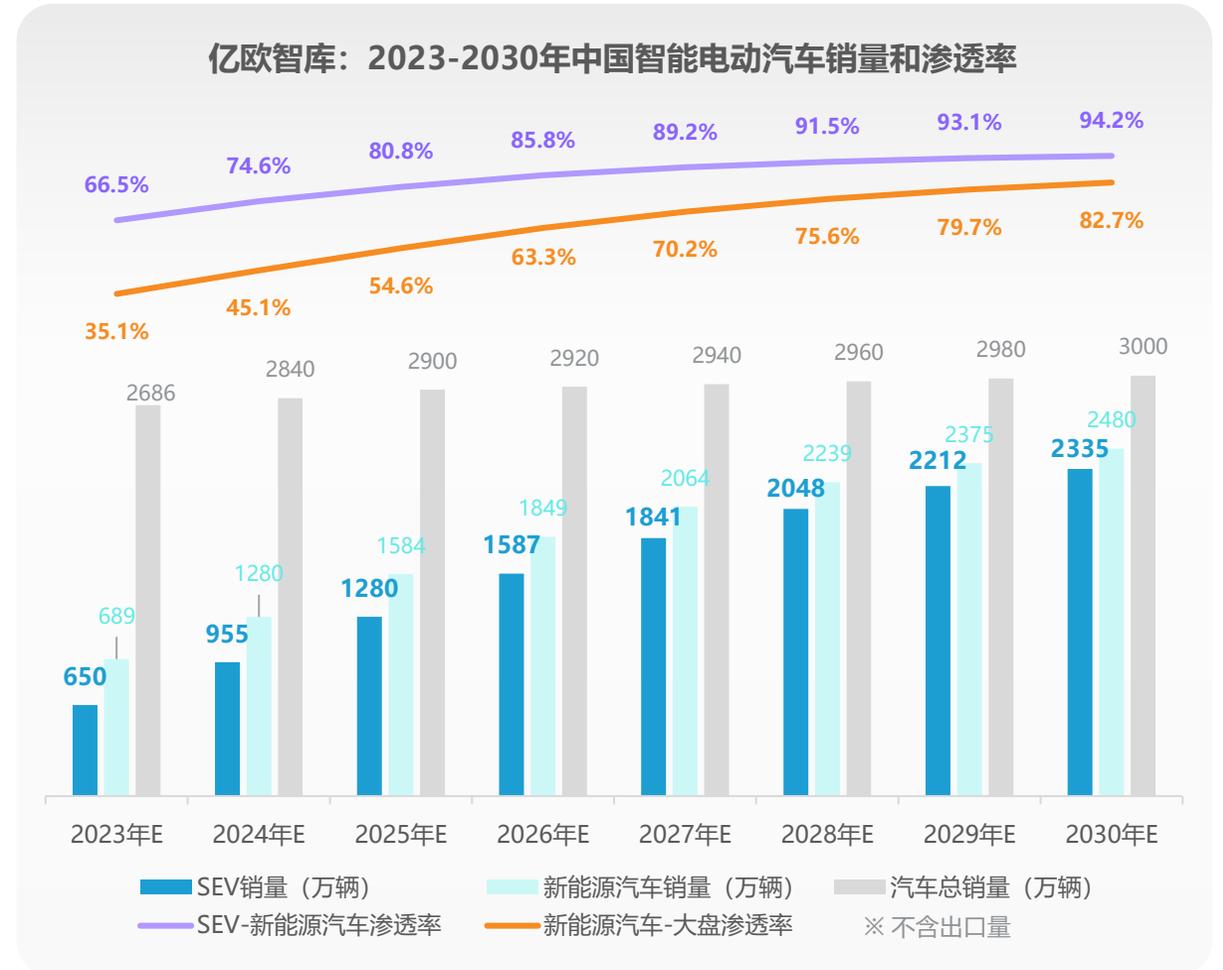
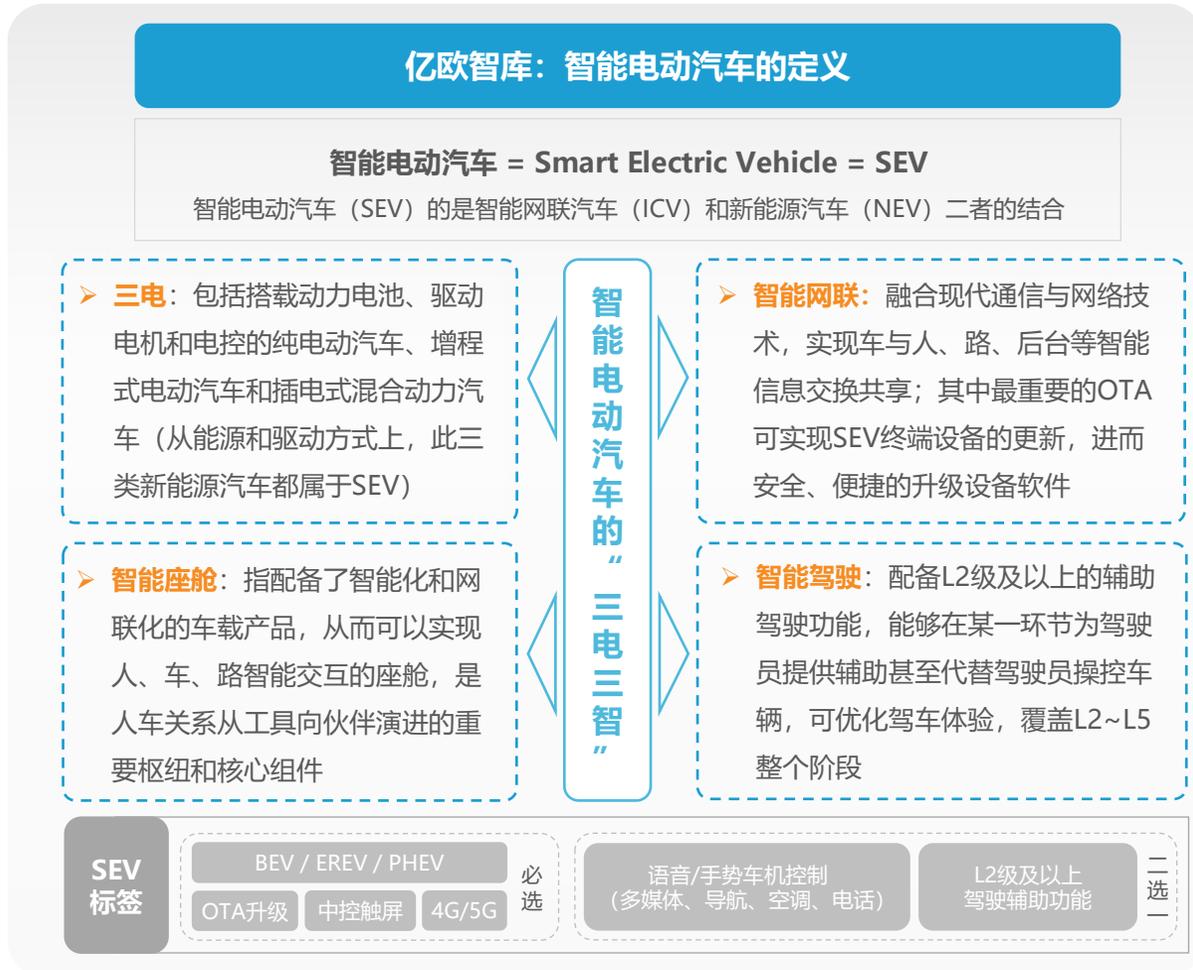


亿欧智库：2021-2023（1-10月）分价格区间新能源汽车渗透率



1.2 智能电动汽车 (SEV) : 是新能源汽车的核心品类, 2025年份额将超80%

- ◆ 智能电动汽车是新能源汽车的细分品类, 也是集成新能源汽车前沿科技和引导发展方向的领航员。亿欧智库将智能电动汽车 (SEV) 定义为搭载动力电池, 能以电能为驱动动力, 拥有OTA升级能力, 并配备人车交互智能座舱或L2级及以上智能驾驶辅助功能的车辆。
- ◆ 亿欧智库预测2025年新能源汽车销量将达1584万辆, 新能源汽车一大盘渗透率54.6%, 智能电动汽车—新能源汽车渗透率80.8%; 2030年新能源汽车销量将达2480万辆, 新能源汽车一大盘渗透率82.7%, 智能电动汽车—新能源汽车渗透率94.2%。



1.2 智能电动汽车品牌图谱

- ◆ 新势力品牌经过激烈的市场竞争，一批引领市场变革的生力军脱颖而出，无论是初创品牌还是传统品牌孵化的智能化、电动化新品牌，都带来了新型的出行和生活方式，以及以客户为中心的运营理念。

主机厂

乘用车

注：以下品牌顺序为英文名称首字母排序。

新势力品牌



传统品牌



1.2 2023年智能电动汽车品牌销量排名：头部稳定，腰部动荡

◆ 2023年1-10月，智能电动汽车SEV累计销量504.3万辆。虽然第一梯队的地位稳固，但是智能电动汽车品牌销量的头部集中度（CR10）在持续地缓慢地下降中（全年76%，10月70%），市场“头部稳定，腰部动荡”的竞争格局更加显著，先进场者未必领先，后入局者未必不能反超。

亿欧智库：2023年1-10月智能电动汽车品牌销量排名Top30（万辆）



亿欧智库：2023年1-10月智能电动汽车品牌单月销量排名Top10

排名	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
1	比亚迪	比亚迪	比亚迪	比亚迪	比亚迪	比亚迪	比亚迪	比亚迪	比亚迪	比亚迪
2	特斯拉	特斯拉	特斯拉	埃安	埃安	特斯拉	埃安	特斯拉	埃安	埃安
3	理想	埃安	埃安	特斯拉	特斯拉	埃安	理想	埃安	特斯拉	理想
4	埃安	理想	理想	理想	理想	理想	特斯拉	理想	理想	特斯拉
5	蔚来	蔚来	腾势	哪吒	零跑	零跑	蔚来	蔚来	零跑	小鹏
6	一汽红旗	哪吒	蔚来	腾势	腾势	哪吒	零跑	深蓝	蔚来	零跑
7	华晨宝马	腾势	深蓝	零跑	哪吒	蔚来	极氪	零跑	小鹏	蔚来
8	腾势	华晨宝马	北汽汽车	极氪	欧拉	腾势	深蓝	小鹏	深蓝	深蓝
9	深蓝	小鹏	华晨宝马	欧拉	极氪	极氪	腾势	极氪	腾势	赛力斯
10	哪吒	极氪	小鹏	华晨宝马	小鹏	吉利银河	小鹏	哪吒	吉利银河	吉利银河

数据来源：亿欧数据，亿欧智库

1.2 2023年智能电动汽车车型销量排名：二、三、四梯队偶出爆款

◆ 对比品牌排名，2023年1-10月的车型销量排名梯度较平缓，说明用户选择空间相对更宽泛。比亚迪凭借动力电池自研自产优势占据了第一梯队和第二梯队的七席，特斯拉凭借Model Y单车型的优异销量占据第二，埃安的S和Y占据第二梯队前两名，还有部分爆款车型因上市时间较晚未上榜。

亿欧智库：2023年1-10月智能电动汽车车型销量排名Top30（万辆）



亿欧智库：2023年1-10月智能电动汽车车型单月销量排名Top10

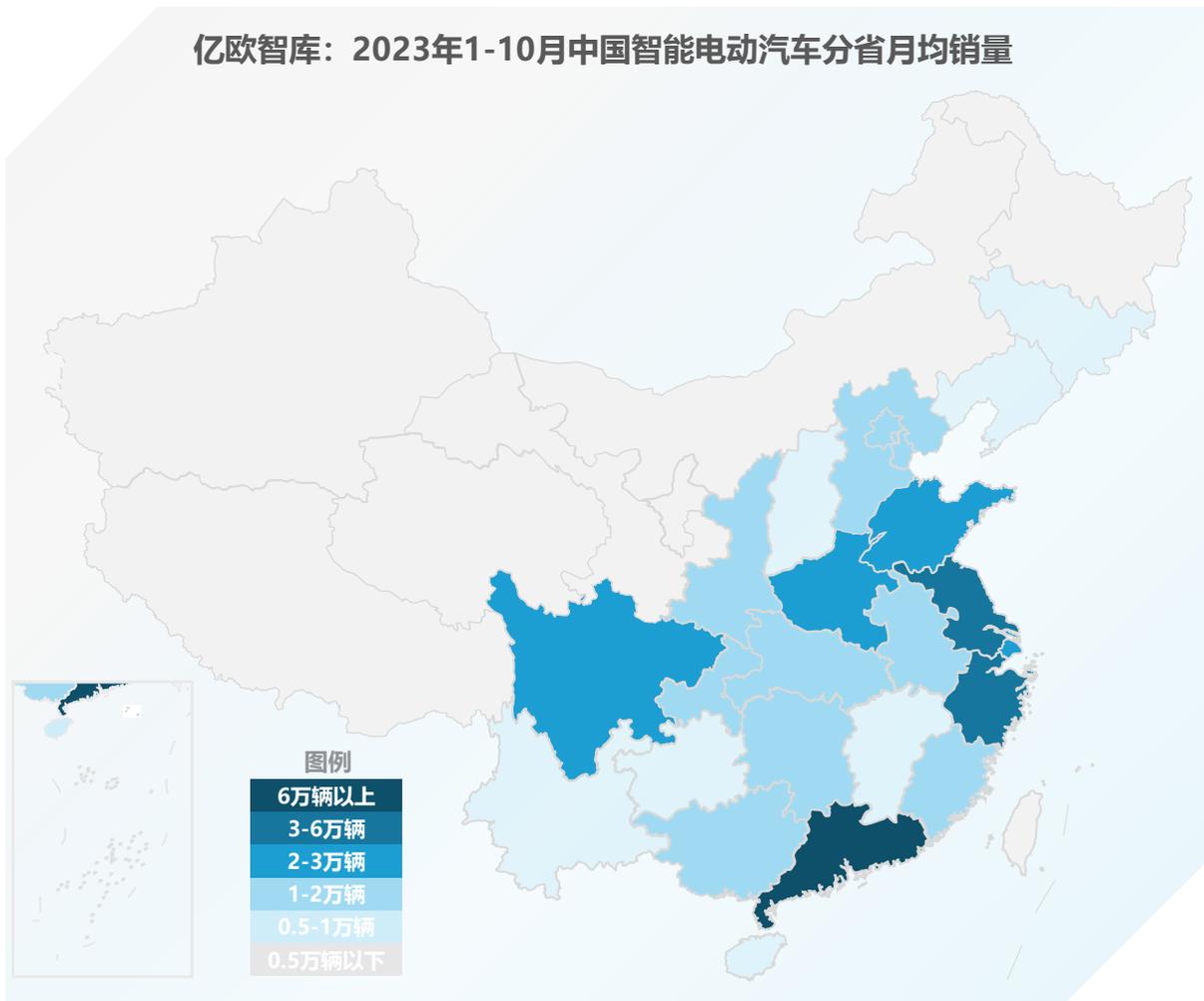
排名	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
1	宋PLUS	宋PLUS	Model Y	秦PLUS	秦PLUS	Model Y	秦PLUS	Model Y	Model Y	秦PLUS
2	海豚	秦PLUS	秦PLUS	海豚	Model Y	秦PLUS	宋PLUS	秦PLUS	秦PLUS	海鸥
3	元PLUS	Model Y	宋PLUS	元PLUS	海豚	宋PLUS	汉	海鸥	宋PLUS	宋PLUS
4	Model Y	海豚	元PLUS	Model Y	元PLUS	海豚	海鸥	宋PLUS	海鸥	元PLUS
5	宋Pro	元PLUS	海豚	宋PLUS	AION S	汉	Model Y	AION Y	元PLUS	AION Y
6	Model 3	AION S	AION S	AION Y	宋PLUS	元PLUS	元PLUS	元PLUS	AION Y	Model Y
7	汉	宋Pro	Model 3	AION S	汉	Model 3	AION S	AION S	海豚	海豚
8	秦PLUS	AION Y	汉	汉	AION Y	AION S	海豚	海豚	汉	宋Pro
9	唐	汉	AION Y	Model 3	宋Pro	宋Pro	宋Pro	汉	AION S	汉
10	理想L9	唐	唐	唐	唐	AION Y	AION Y	宋Pro	宋Pro	理想L7

1.2 2023年智能电动汽车区域分析：广东销量一枝独秀，海南、上海渗透率破40%

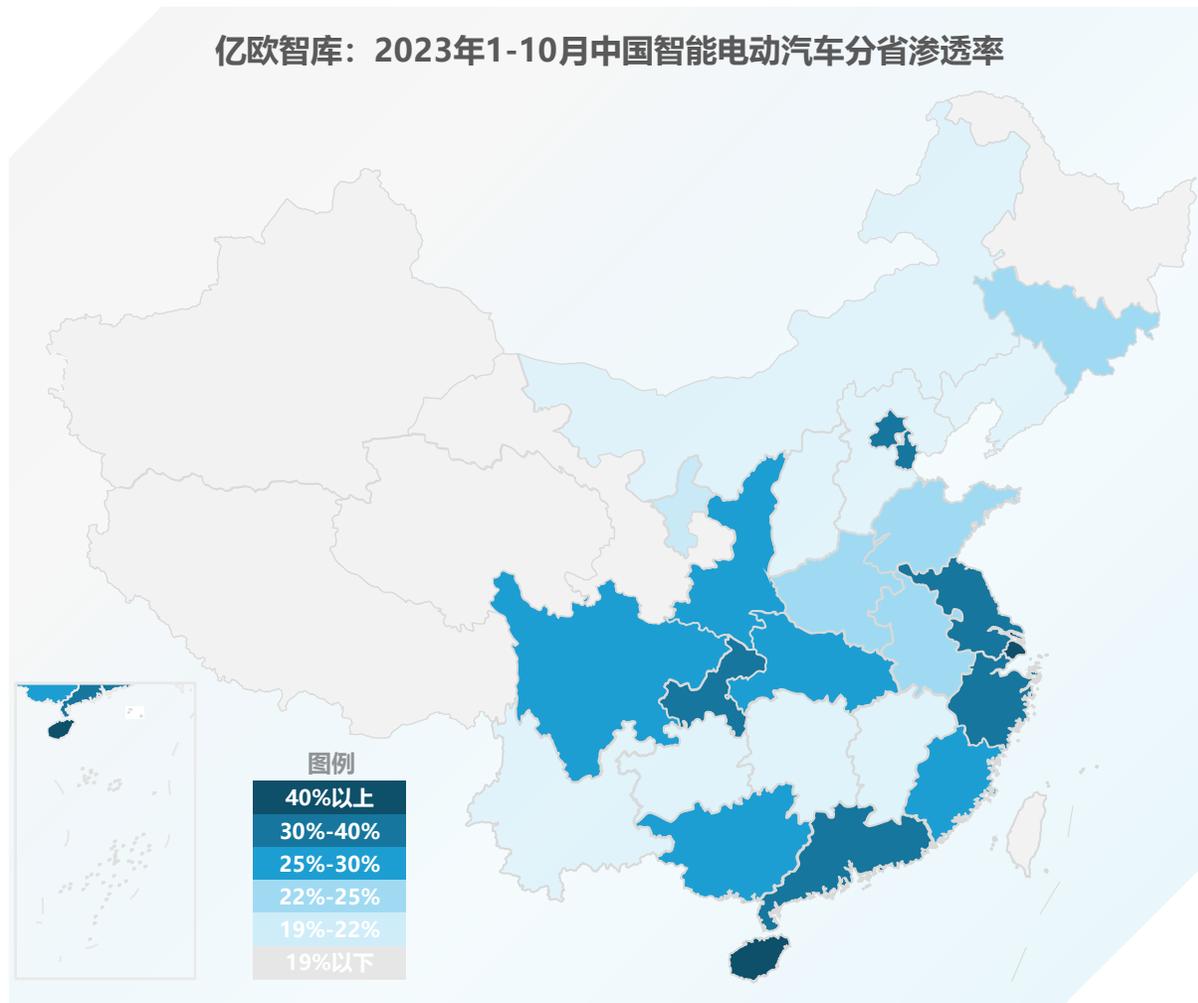
◆ 月均销量方面：广东是唯一破6万辆的省份，其它经济发达地区如浙江和江苏月均销量均超4万辆；人口大省山东、河南和四川分别排名4、6、7位；燃油车限购城市上海和北京位列第五和第十位。高纬、高寒、高原和多山区域销量相对稍少。

◆ 分省渗透率方面：海南、四大直辖市、东南沿海区域和长江经济带较高。在不考虑充电基础设施的前提下，经济发展情况、城市限购和特殊管理政策是影响渗透率的几大因素。海南、上海渗透率破40%，浙江和广东在36%左右。

亿欧智库：2023年1-10月中国智能电动汽车分省月均销量



亿欧智库：2023年1-10月中国智能电动汽车分省渗透率



1.3 智能电动汽车发展驱动因素：技术、产业、产品、市场全面驱动

◆ 经历了十余年国家政策层面的全力支持和电力基础设施的大规模建设，中国智能电动汽车产业在技术积累、产业链发展、产品力提升和市场开拓等多方驱动因素的策动下，取得了长足的进步。这些驱动因素相互作用，相互促进，为中国智能电动汽车行业的快速发展提供了坚实基础。随着技术的不断进步和市场需求的持续扩大，中国智能电动汽车产业将继续保持快速发展态势，与传统燃油汽车产业的豪强们角力全球。



目录

CONTENTS

01 中国智能电动汽车发展现状

- 1.1 乘用车市场发展概述
- 1.2 智能电动汽车及市场概述
- 1.3 智能电动汽车发展驱动因素

02 中国智能电动汽车品牌竞争格局和分析模型

- 2.1 智能电动汽车品牌竞争力评价体系
- 2.2 智能电动汽车品牌竞争格局分析
- 2.3 智能电动汽车品牌黄金螺线模型

03 中国智能电动汽车品牌竞争洞察

- 3.1 新策略
- 3.2 新产品
- 3.3 新技术

2.1 亿欧智库构建筛选维度体系，筛选30个SEV品牌作为研究主体

- ◆ **筛选范围：** 1. 车企打造智能电动汽车品牌形象，或品牌策略向智能电动化方向发展； 2. 车企已在2023年实现智能电动汽车产品的公开发售（至少已经零售3个月及以上）和量产； 3. 品牌所生产或计划生产的智能电动汽车（乘用车产品）在中国公开发售。
- ◆ **研究对象：** 本报告根据智能电动汽车品牌的智能化和电动化技术发展行动力、SEV爆款车型孵化创造力、市场占有率和销量增长爆发力、全生命周期用户服务能力和企业战略规划、行业前瞻判断力等方面筛选出30个优秀的品牌，并进行竞争力指标体系搭建和深度分析。

亿欧智库：2023中国智能电动汽车品牌竞争力指标体系筛选结果



筛选维度

- 已公开销售的SEV
- 品牌影响力
- 智能化、电动化行动力
- 爆款车型孵化力
- 市占率和销量爆发力
- 全生命周期用户服务力
- 战略和行业前瞻判断力

2.1 评价指标体系模型搭建：一级指标及权重说明

- ◆ 为实现洞察智能电动汽车品牌竞争格局，此份报告通过搭建中国智能电动汽车品牌竞争力指标体系，重点研究品牌的**核心技术、产品孵化、市场表现、服务生态和产业生态**五个主要维度的核心竞争因素，且将其构建成五项一级指标并给予权重，并向后延伸至三级指标。
- ◆ 此份报告通过公开资料搜集、企业走访、专家访谈等方式将中国智能电动汽车品牌竞争力指数以客观定性及定量的方式进行合理评分。

亿欧智库：2023中国智能电动汽车品牌竞争力评价指标体系模型



2.1 评价指标体系模型搭建：二级指标、三级指标及权重说明

一级指标：



二级指标：



三智技术：衡量品牌智能化技术研发能力及应用情况
三电技术：衡量品牌电气化技术研发能力及应用情况

爆款车型孵化：品牌打造的口碑和销量双领先产品，品牌标签式车型
产品矩阵：品牌推出的SEV车型数量和车款数量

SEV销量：品牌在2023年1-10月的SEV销量
市场突破：新品上市、改款、等品牌运营动作及结果

运营质量：渠道建设和管理能力
补能服务：自营电能补能的设施和效率
用户服务：OTA升级和客户服务

产业链发展：品牌对汽车产业的生态布局
ESG：品牌或背后企业/集团承担的社会、环保责任

三级指标：



智能驾驶、座舱：衡量按智能驾驶系统和智能座舱核心功能搭载量、搭载率、研发及商业进程
智能网联：按照车联网搭载率评分
动力电池：按照自研、自产能力以及装机量评分
电子电气架构：按照品牌旗下车型电子电气架构搭载情况、研发情况及商业进程评分

爆款车型：品牌在售的爆款SEV车型的数量，爆款车型与品牌内部SEV车型的数量之比（成材率）和爆款车型的单品销量
SEV车型和车款数量：品牌在售SEV车型和车款数量，数量多则分值高

销量排名/份额：品牌销量的绝对值和市场占有率
品牌内SEV占比：品牌内部淘汰非智能电动汽车车型
销量增长车型/事件：年内改变市场格局的车型或营销事件

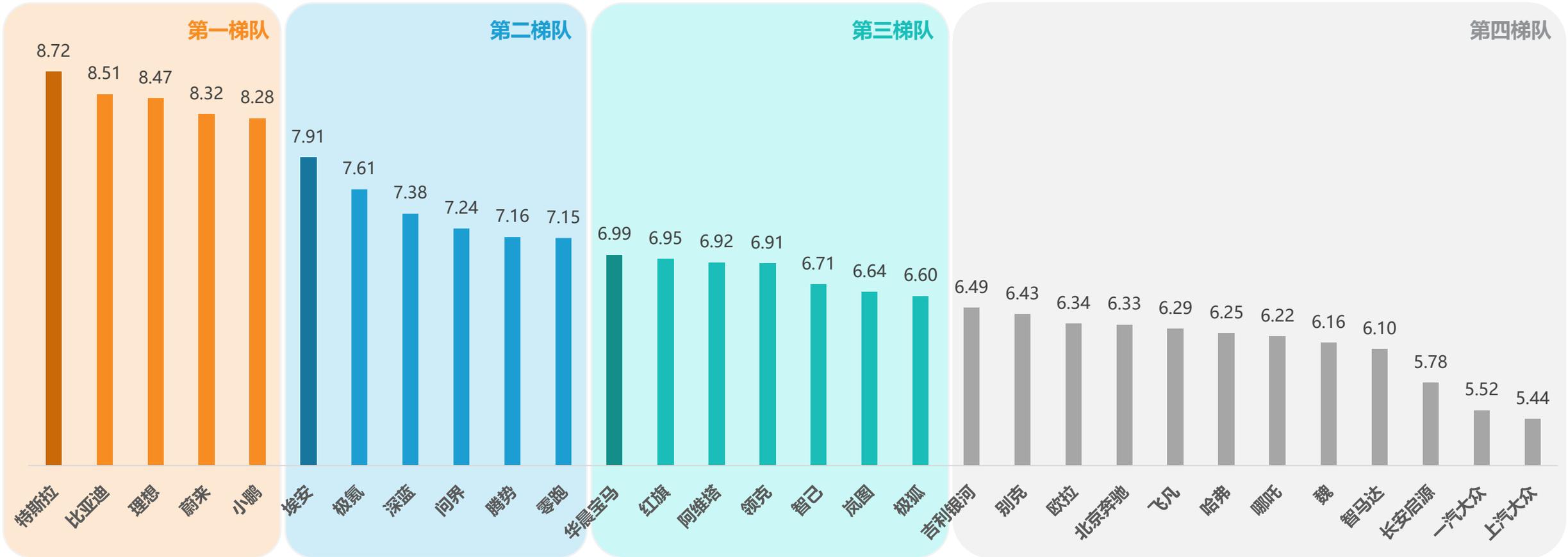
销售运营模式、门店体验：自营、经销商分销、门店服务水平和客户体验
自营桩数量：品牌自营的充电服务网络和高效补电技术和应用
OTA、用户社群：2023年OTA升级的次数和品牌用户社群经营服务

产业链布局：对产业链上游投资或关键部件自研
企业合作布局：与产业链中关联企业的业务合作
ESG报告：2023年最新企业可持续发展报告

2.2 智能电动汽车品牌竞争力榜单（2023版）：龙头强、凤尾长

- ◆ 根据整体竞争力指标体系模型测算，**特斯拉、比亚迪、理想、蔚来和小鹏**在竞争中处于第一梯队的领先地位。埃安、极氪、深蓝、问界、腾势和零跑等品牌紧随其后，处于第二梯队。
- ◆ 2023年中国智能电动汽车市场的竞争愈演愈烈，第一梯队品牌领先幅度加大，但内部竞争激烈；第二梯队品牌各自具备一定的独有特征，从而脱颖而出；第三、四梯队也都在积极寻找破局的关键，争取不掉队。整体市场竞争格局呈现**“龙头强，凤尾长”**的特点。

亿欧智库：2023中国智能电动汽车品牌竞争力指数排行榜（单位：分）

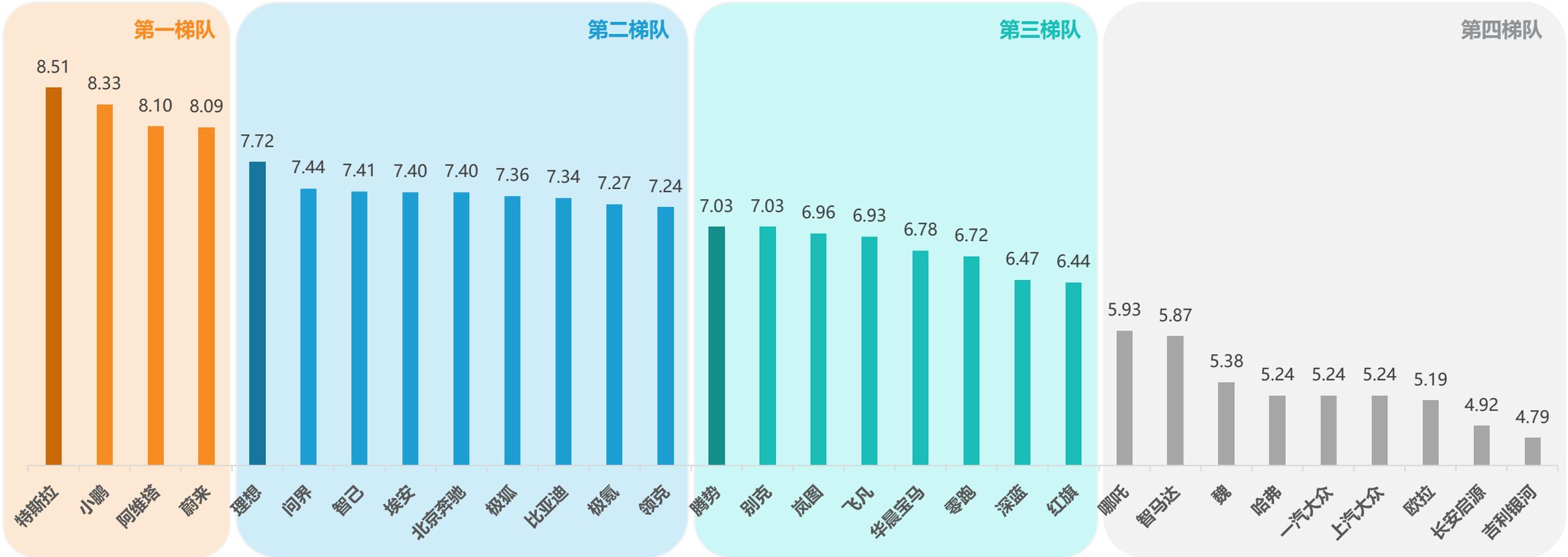


注：通过公开渠道、专家访谈、案头研究等方式进行定量+定性的方式进行研究，竞争力指数根据各品牌在指标体系搭建中所得出的结果，满分为10分。

2.2 智能电动汽车品牌核心技术竞争力分榜：智能驾驶是梯队分水岭

- ◆ 根据品牌核心技术竞争力指标体系模型测算，**特斯拉、小鹏、阿维塔和蔚来**在竞争中处于第一梯队的领先地位。理想、问界、智己、埃安、北京奔驰、极狐、比亚迪、极氪和领克等品牌紧随其后，处于第二梯队。
- ◆ 在动力电池技术和产业已进入相对成熟的阶段时，三智技术特别是“智能驾驶”技术成为了第一梯队拉开与后续追赶者距离的制胜法宝，在此背景下第二、第三梯队实际的差距并不明显。未来在“智能驾驶”技术上投入更大、积累更深的品牌有望在市场上迎来新一轮的爆发。

亿欧智库：2023中国智能电动汽车品牌核心技术竞争力指数排行榜（单位：分）

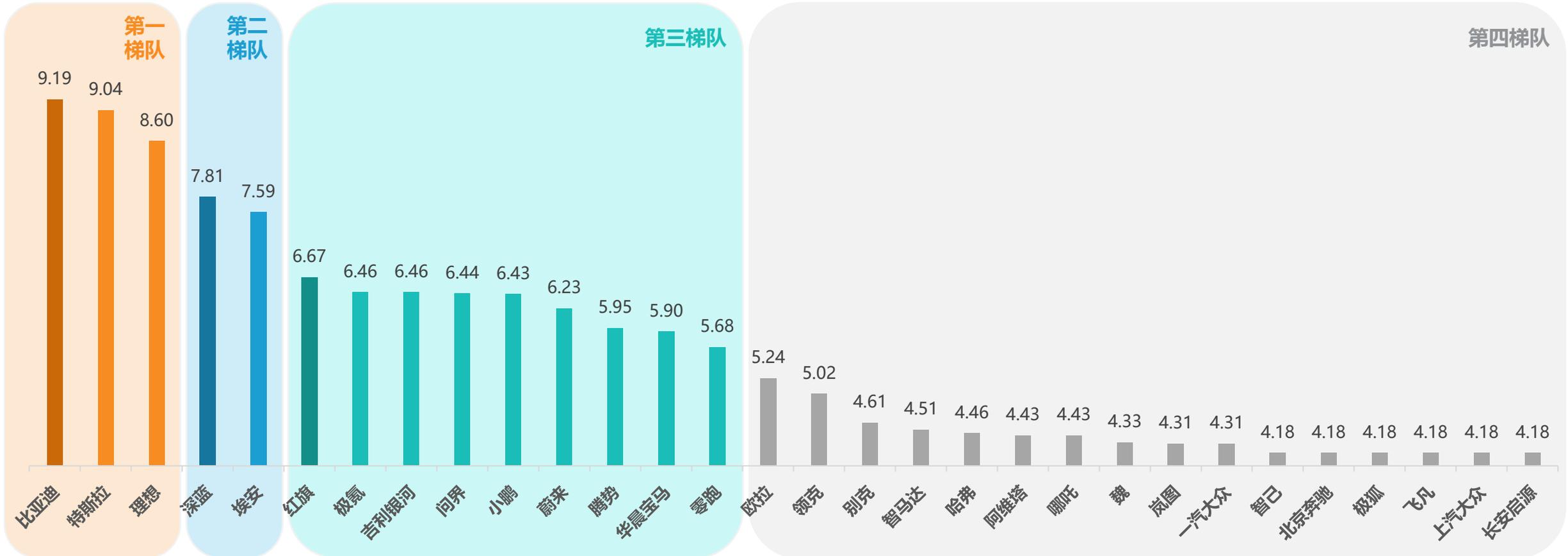


注：通过公开渠道、专家访谈、案头研究等方式进行定量+定性的方式进行研究，竞争力指数根据各品牌在指标体系搭建中所得出的结果，满分为10分。

2.2 智能电动汽车品牌产品孵化竞争力分榜：持续打造爆款是核心竞争力

- ◆ 根据品牌产品孵化竞争力指标体系模型测算，**比亚迪、特斯拉和理想**在竞争中处于第一梯队的领先地位，第二梯队的深蓝和埃安也同样值得关注。第三梯队品牌则有红旗、极氪、吉利银河、小鹏和蔚来等品牌。
- ◆ 第一、二梯队都已经成功打造过口碑和销量双赢的产品，部分车型已经成为品牌的标签，甚至间接代表品牌本身。第三梯队都有各自的“明星”车型，但距离爆款还有较大差距。“一局输赢料不真”，但某些品牌能持续的创造爆款车型，这本身就是一件值得深思的事情（详见3.2）。

亿欧智库：2023中国智能电动汽车品牌产品孵化竞争力指数排行榜（单位：分）

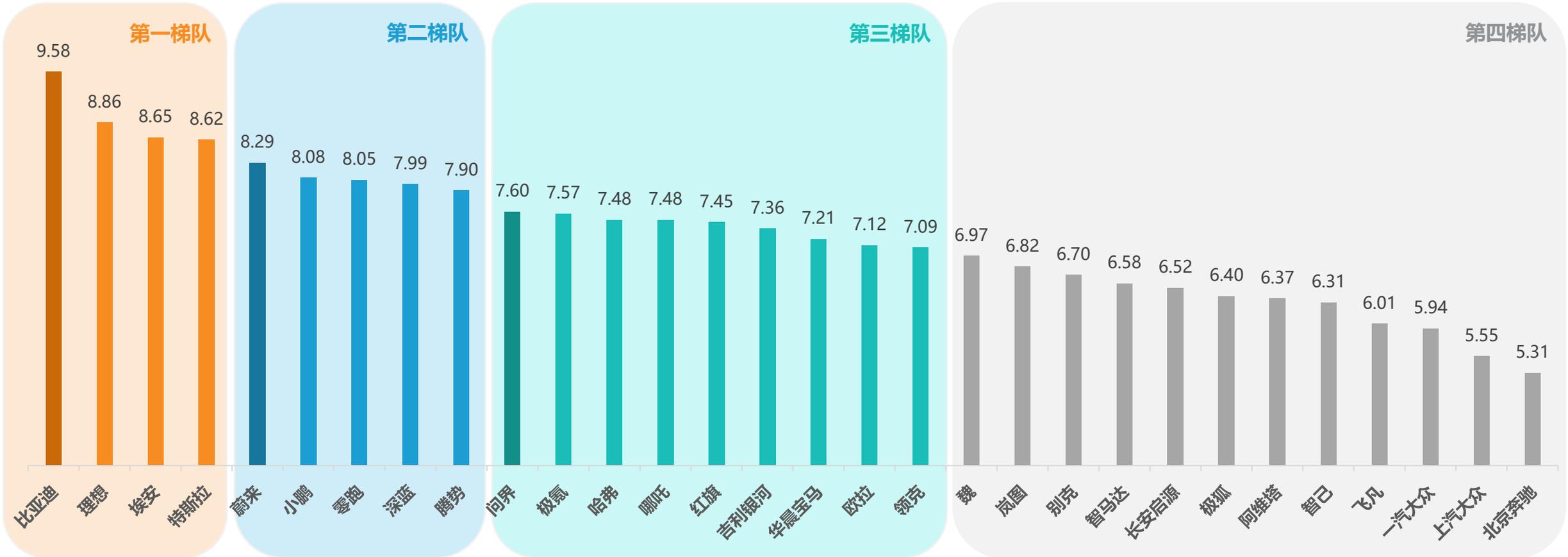


注：通过公开渠道、专家访谈、案头研究等方式进行定量+定性的方式进行研究，竞争力指数根据各品牌在指标体系搭建中所得出的结果，满分为10分。

2.2 智能电动汽车品牌市场表现竞争力分榜：新品上市或改款影响极大

- ◆ 根据品牌市场表现竞争力指标体系模型测算，**比亚迪、理想、埃安和特斯拉**在竞争中处于第一梯队的领先地位，第二梯队的品牌包括蔚来、小鹏、零跑、深蓝和腾势等，第三梯队市场表现差强人意。
- ◆ 抛开销量的影响，新品上市、改款、增配等品牌运营动作也对指标产生较大影响。如比亚迪海鸥上市，海豹推出DM-i款；理想车型新老交替；小鹏G6的上市和G9改款；零跑推出C11和C01的增程版；深蓝的SUV S7上市；问界M7的大改款；吉利银河和长安启源等新品牌入局等。

亿欧智库：2023中国智能电动汽车品牌市场表现竞争力指数排行榜（单位：分）

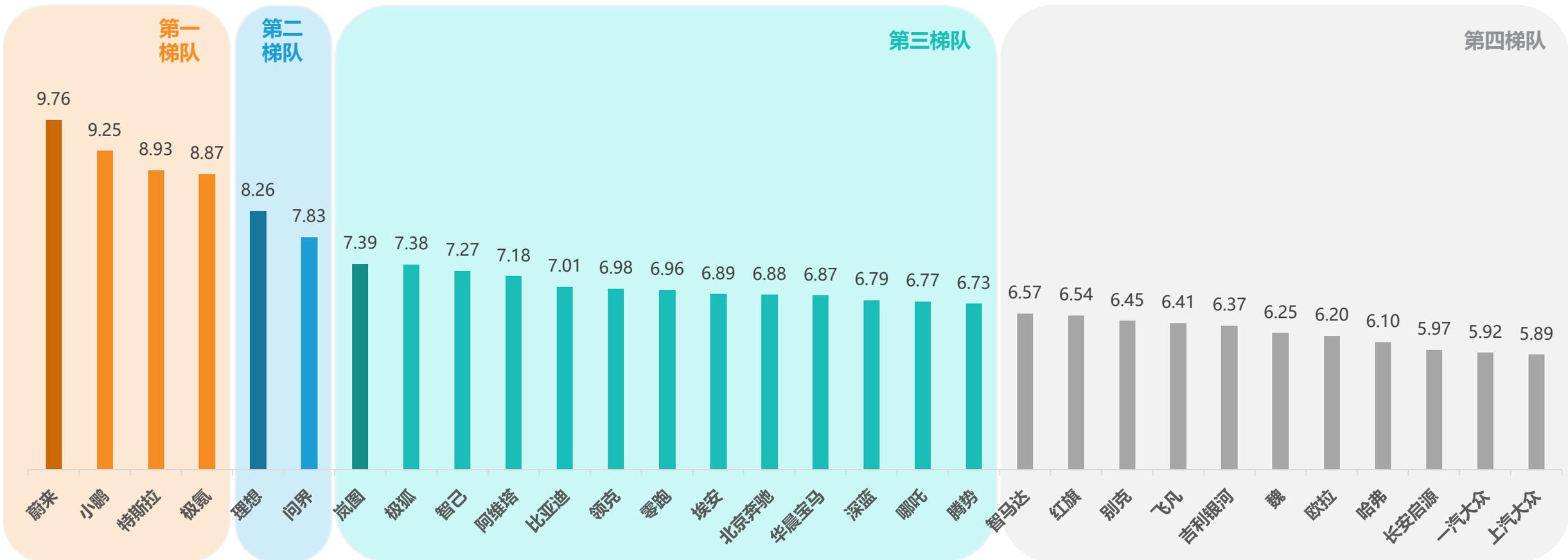


注：通过公开渠道、专家访谈、案头研究等方式进行定量+定性的方式进行研究，竞争力指数根据各品牌在指标体系搭建中所得出的结果，满分为10分。

2.2 智能电动汽车品牌服务生态竞争力分榜：OTA兑现功能升级，充电服务成新赛道

- ◆ 根据品牌服务生态竞争力指标体系模型测算，蔚来、小鹏、特斯拉和极氪在竞争中处于第一梯队的领先地位，第二梯队的理想和问界也同样值得关注。第三梯队品牌则有岚图、极狐、智己、阿维塔、比亚迪和领克等品牌。
- ◆ 除销售/售后模式、门店体验/服务质量和用户社群运营等常规评价项外，重点评价的OTA和充电服务成为拉开分值的关键，OTA升级服务体现了智能电动汽车数字化和网联化的成果，即车辆软件功能升级，同时在PHEV也开始拼“电池容量”的当下，充电补能的便捷性和效率成为新赛道。

亿欧智库：2023中国智能电动汽车品牌服务生态竞争力指数排行榜（单位：分）

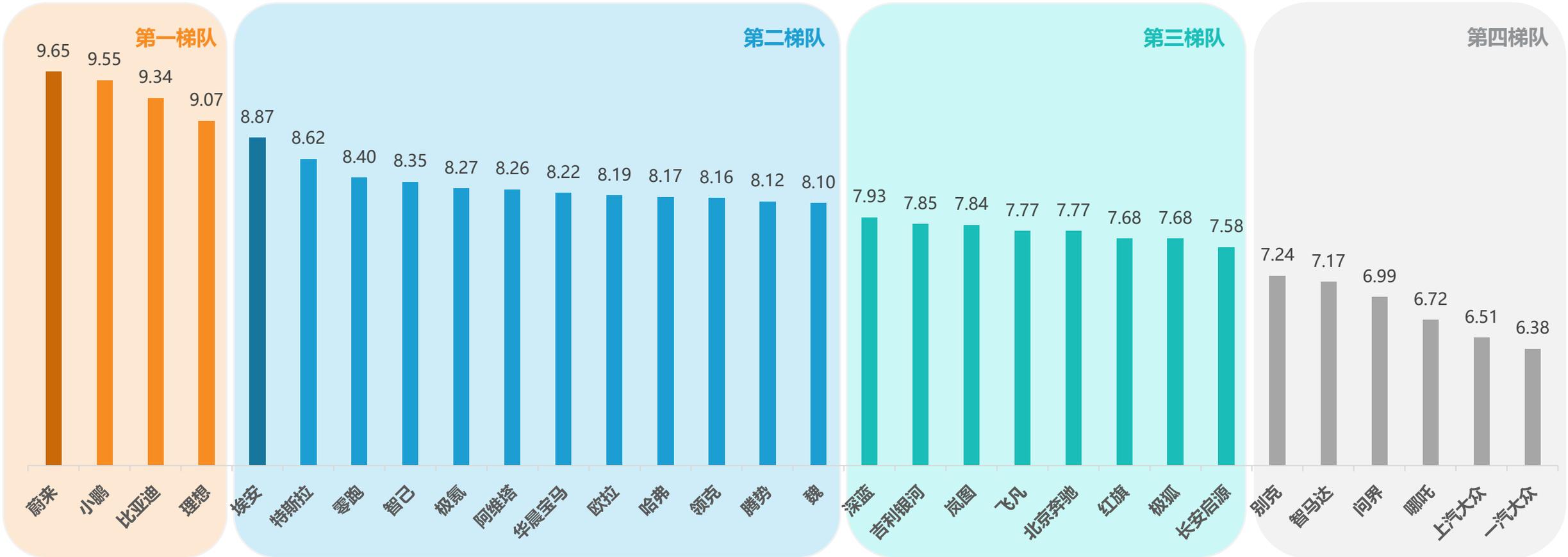


注：通过公开渠道、专家访谈、案头研究等方式进行定量+定性的方式进行研究，竞争力指数根据各品牌在指标体系搭建中所得出的结果，满分为10分。

2.2 智能电动汽车品牌产业生态竞争力分榜：产业群根深，SEV品牌叶茂

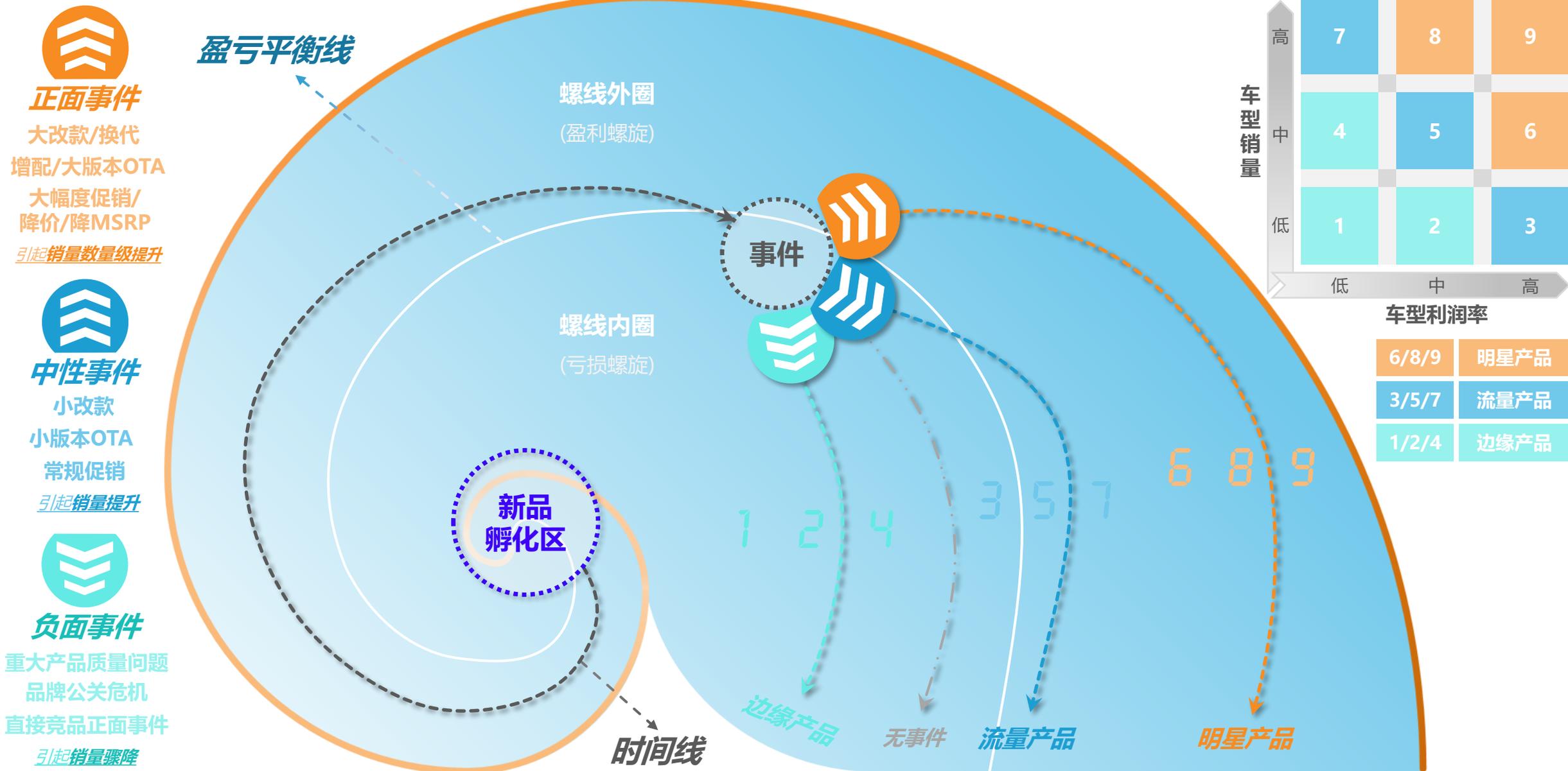
- ◆ 根据品牌产业生态竞争力指标体系模型测算，**蔚来、小鹏、比亚迪和理想**在竞争中处于第一梯队的领先地位，第二梯队品牌众多，包括埃安、特斯拉、零跑、智己、极氪、阿维塔、华晨宝马和欧拉等，其余梯队差距相对较小。
- ◆ 中国智能电动汽车产业链/产业群作为土壤养分十足，已经成为了智能电动汽车品牌的孵化器，因此无论是硬件或者软件层面都较容易搭建品牌调性的差异化，中国甚至全球市场的容量也足以容纳众多品牌。另外，ESG报告间接反映品牌的可持续发展策略和承担的社会责任、环保责任。

亿欧智库：2023中国智能电动汽车品牌产业生态竞争力指数排行榜（单位：分）

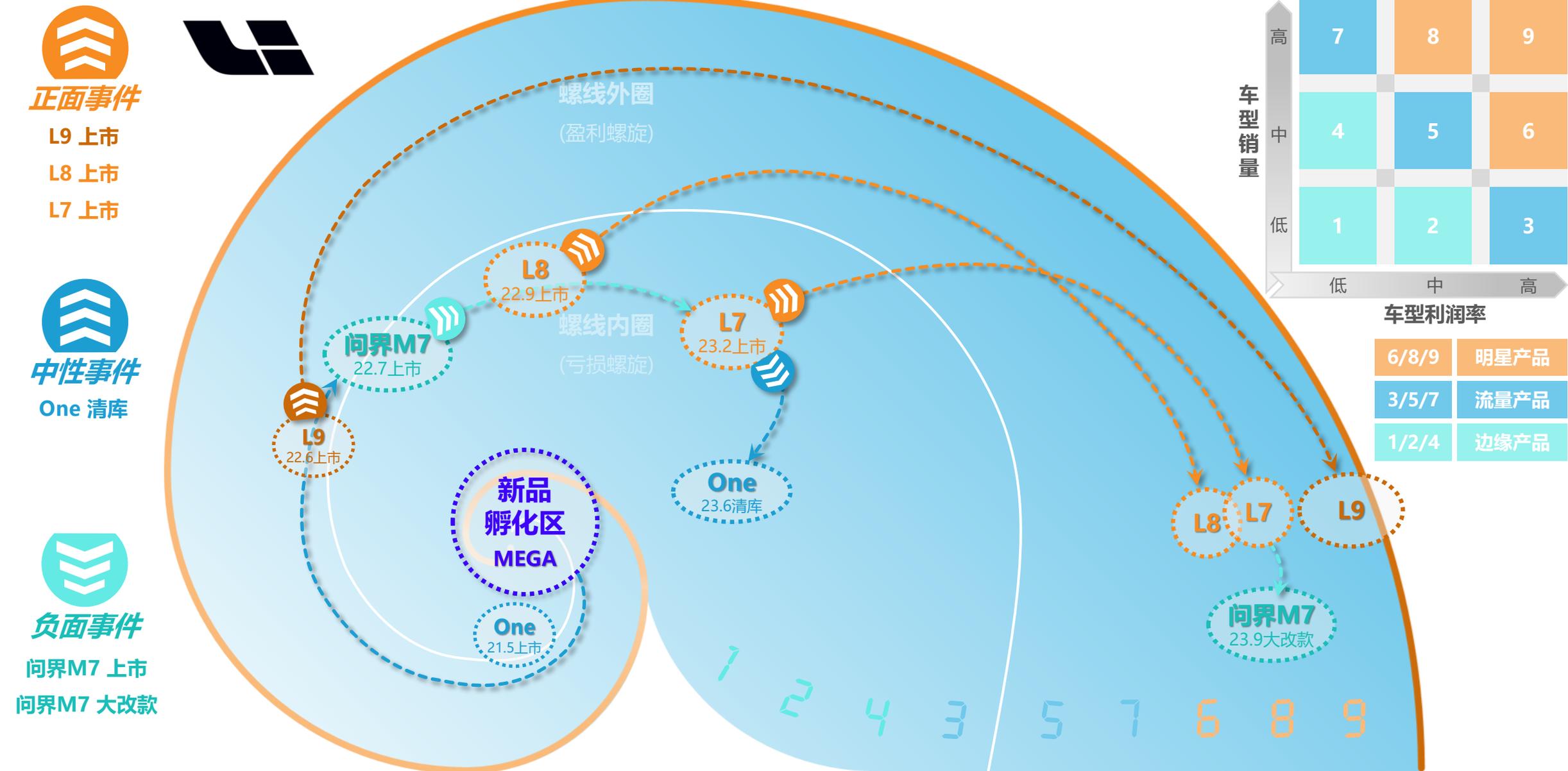


注：通过公开渠道、专家访谈、案头研究等方式进行定量+定性的方式进行研究，竞争力指数根据各品牌在指标体系搭建中所得出的结果，满分为10分。

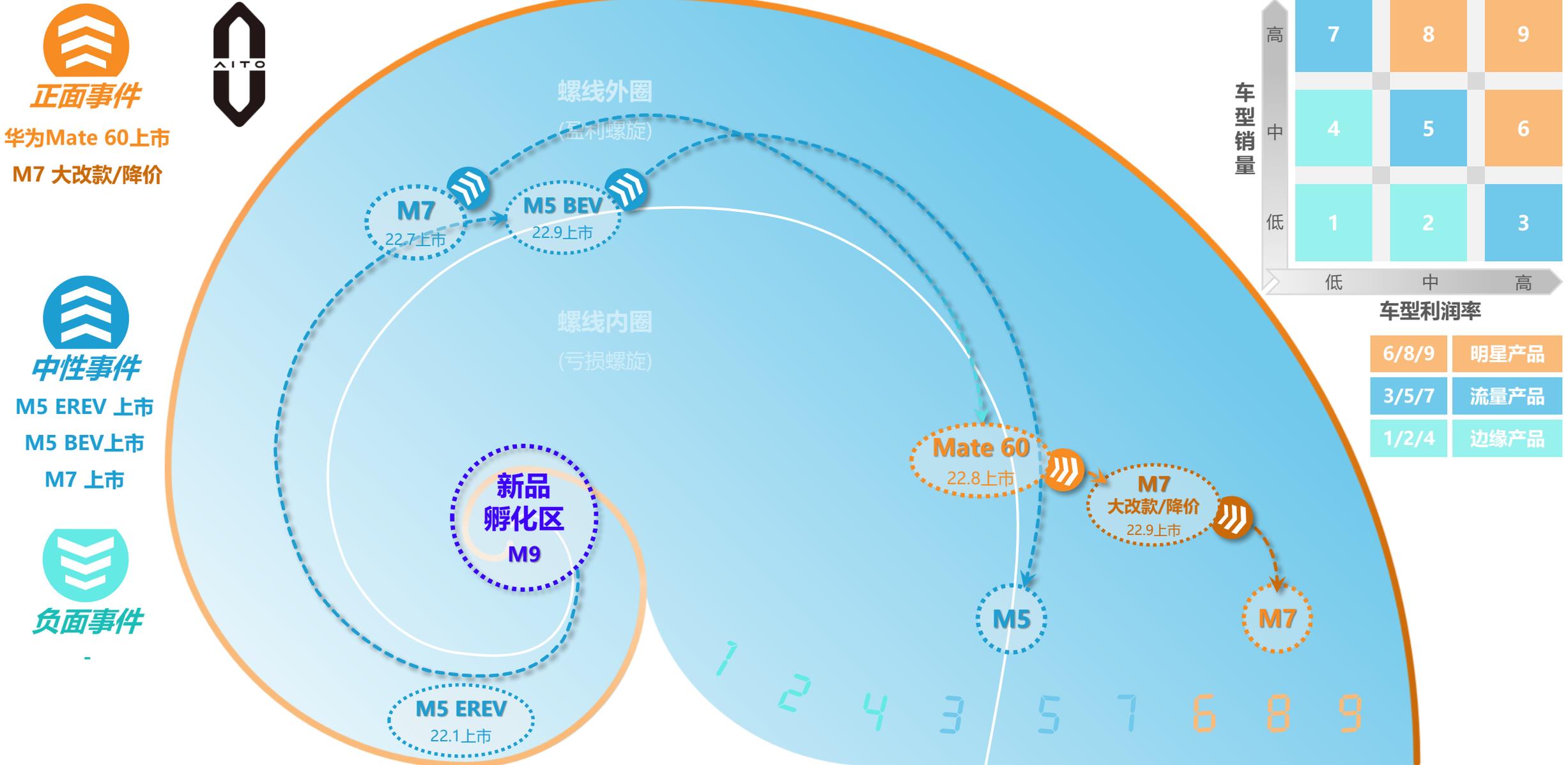
2.3 智能电动汽车品牌发展黄金螺线模型及说明：向外圈发展是品牌第一诉求



2.3 理想 (Li Auto) 黄金螺旋线图：业界模范



2.3 问界 (AITO) 黄金螺线图：他山之石

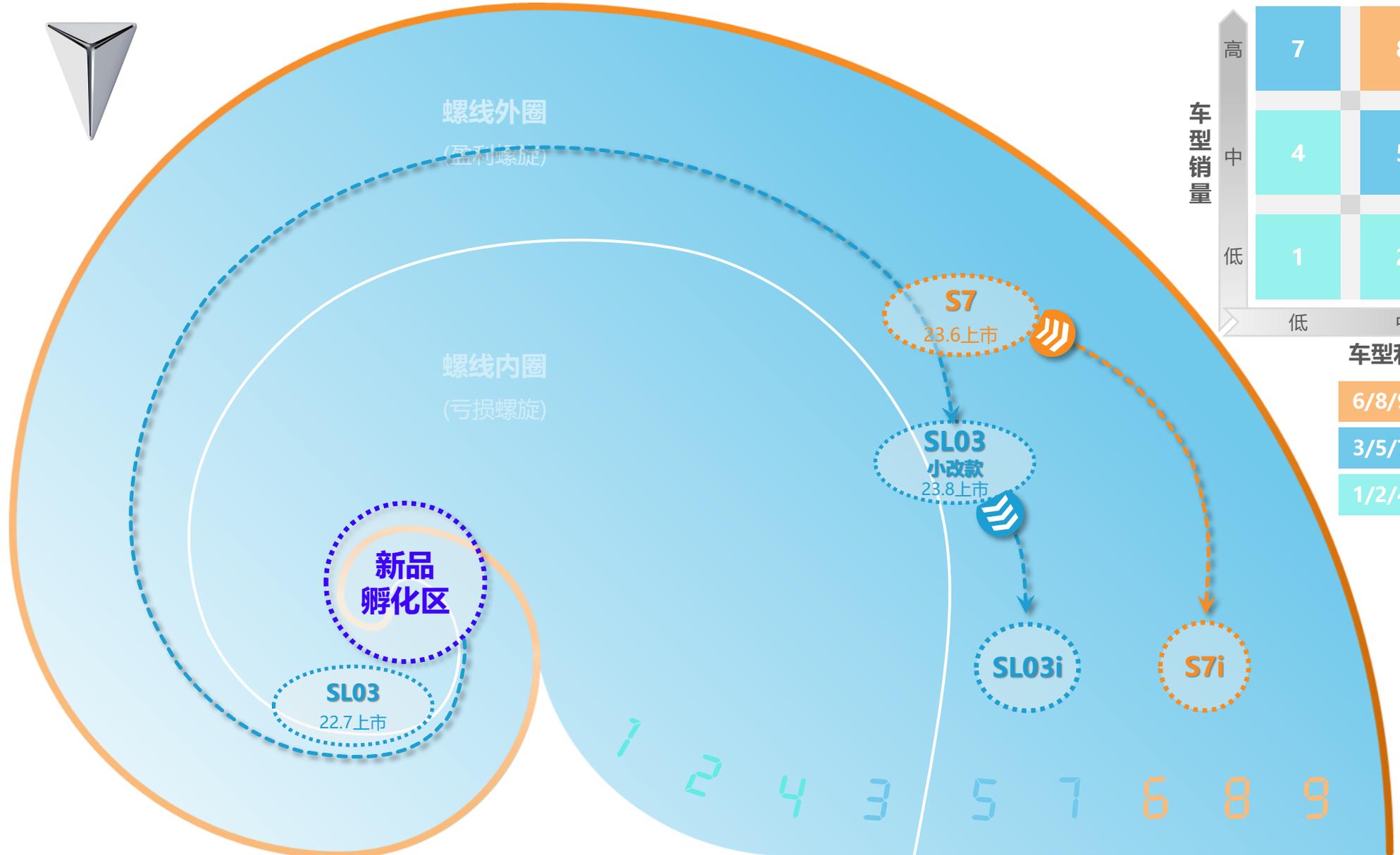


2.3 深蓝 (Deepal) 黄金螺线图：稳中渐进

正面事件
S7 上市

中性事件
SL03 上市
SL03 改款

负面事件
-



高	7	8	9
中	4	5	6
低	1	2	3
	低	中	高

车型利润率

6/8/9	明星产品
3/5/7	流量产品
1/2/4	边缘产品

2.3 小鹏 (Xpeng) 黄金螺线图：自我救赎



正面事件

- P7 上市
- G6上市
- G9改款



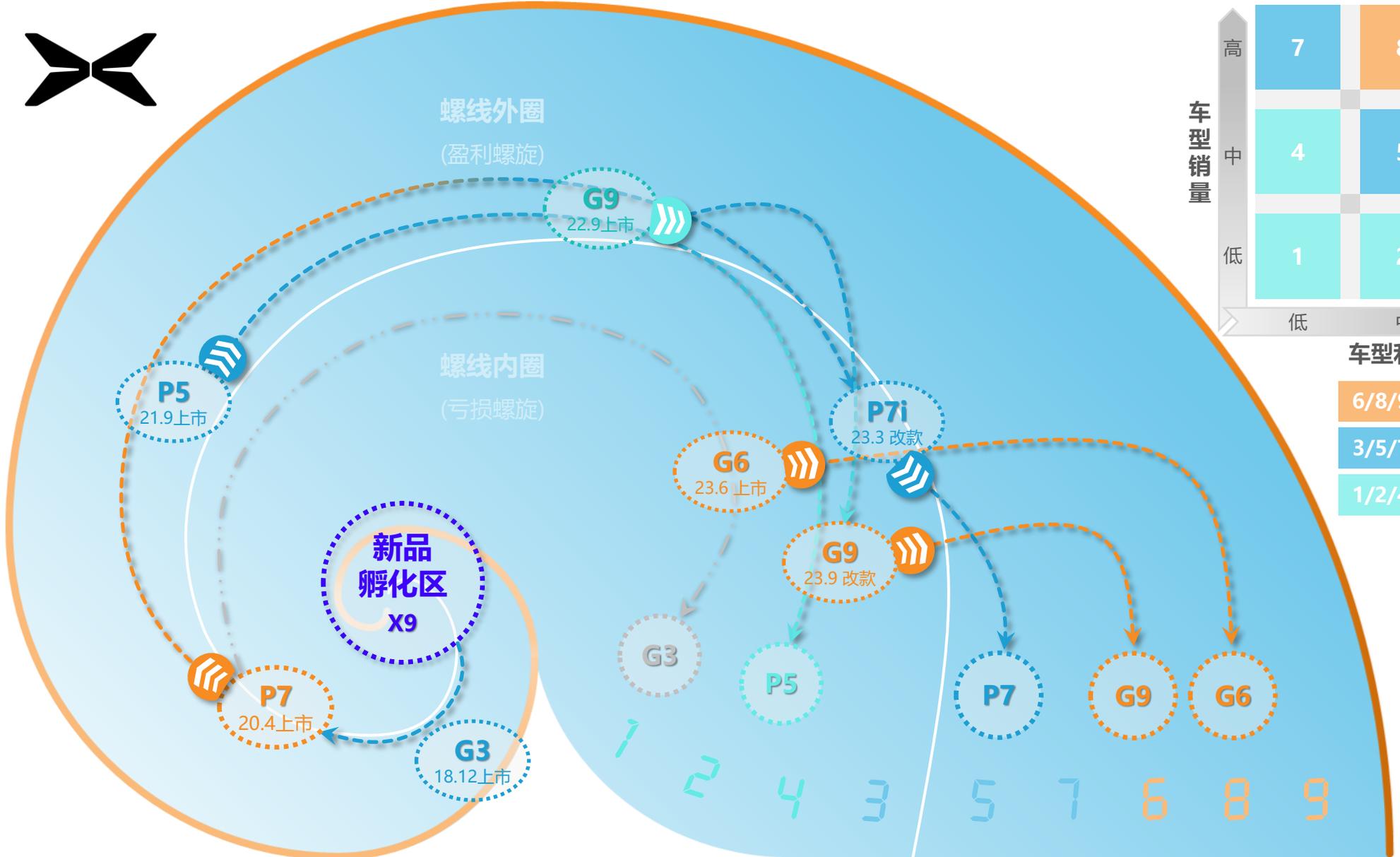
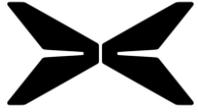
中性事件

- P5上市
- P7i 改款



负面事件

- G9 配置混乱



高	7	8	9
中	4	5	6
低	1	2	3
	低	中	高

车型利润率

6/8/9	明星产品
3/5/7	流量产品
1/2/4	边缘产品

目录

CONTENTS

01 中国智能电动汽车发展现状

- 1.1 乘用车市场发展概述
- 1.2 智能电动汽车及市场概述
- 1.3 智能电动汽车发展驱动因素

02 中国智能电动汽车品牌竞争格局和分析模型

- 2.1 智能电动汽车品牌竞争力评价体系
- 2.2 智能电动汽车品牌竞争格局分析
- 2.3 智能电动汽车品牌黄金螺线模型

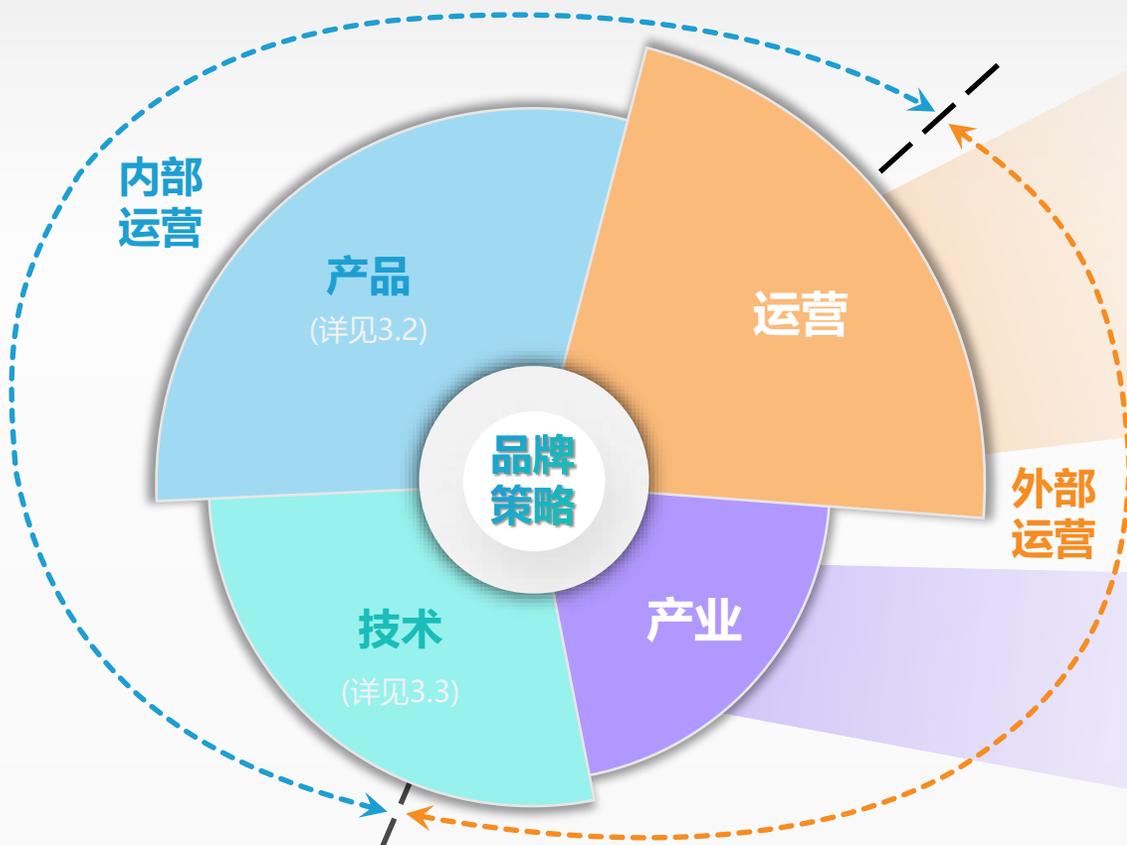
03 中国智能电动汽车品牌竞争洞察

- 3.1 新策略
- 3.2 新产品
- 3.3 新技术

3.1 新策略趋势洞察：生存是品牌第一需要，品牌成长服从“明-暗森林法则”

- ◆ 在当前乃至未来的出行市场中，品牌之间的竞争残酷程度堪比战场，所以生存是所有SEV品牌的第一需要。想要在如此“内卷”的竞争格局之中突围，品牌需要在运营、产业、技术和产品四个维度做到没有短板且优势突出，非常考验品牌及背后企业、集团的内、外部经营策略和执行能力。
- ◆ 针对运营策略，亿欧智库提出智能电动汽车“明-暗森林法则”概念，即在“生存是品牌的第一需要”的总则下，SEV品牌应对内严守“黑暗森林”法则，通过孕育孵化新产品，在公开透明的“光明森林”法则中对外采取敏捷的攻、防运营策略，进而实现黄金螺线向外圈发展的战略目标。

亿欧智库：2024年SEV品牌策略趋势洞察



明-暗森林法则

“生存是品牌的第一需要”

- SEV品牌不断增长和扩张，且市场中的客户总量也处在增长阶段。
- 因有零售数据、产品参数等客观存在，原本“黑暗森林”中的品牌市场表现在公众视野中一览无余，外加品牌对外公关运营和产业链整合运作，品牌的外部运营行动、结果处在“强光”之下。
- “黑暗森林”法则依然对品牌内部运营有效，品牌之间保持高度警觉性，严密保护自身知识产权，且互相监视、互相博弈，筹谋争夺市场份额和生存空间，对竞对品牌策略采取反制措施。
- SEV品牌对内严守“黑暗森林”法则，通过孕育孵化新产品，在公开透明的“光明森林”法则中对外采取敏捷的攻、防运营策略。

紧抱区位优势

南北产业链重心的现状不容忽视，因地制宜合理利用：

SEV生产制造：

长江三角洲、大湾区、长江经济带、京津冀都市圈等

智能化研发、软件开发：

北京、深圳、上海、苏州、武汉、杭州等



3.2 新产品趋势洞察：擅长品类发明与爆款孵化的品牌将开创并占领新市场

- ◆ 近年部分SEV品牌推出的新车型“凭空”创造出了一系列新的利基市场，又凭借强大的产品力将该市场扩大为主流市场。亿欧智库认为2024年将有两组明确的利基市场，一是以硬件功能创新为主的越野车市场，二是以互联互通、软件迭代为主的智能车市场，都可沿用**品类发明策略**。
- ◆ 根据2023年SEV市场竞争规律，**爆款孵化策略**在2024年更适用于大多数品牌：一、车型方面必推多价位SUV；二、纯电产品的高压平台和充电设施缺一不可；三、大电池容量插混或增程技术二选一，必推；四、根据品牌自身定位锚定低渗透率市场，配合定价打造“客户拦截带”式爆款。

亿欧智库：2024年SEV品牌产品策略趋势洞察

① 品类发明策略：两组明确的利基市场

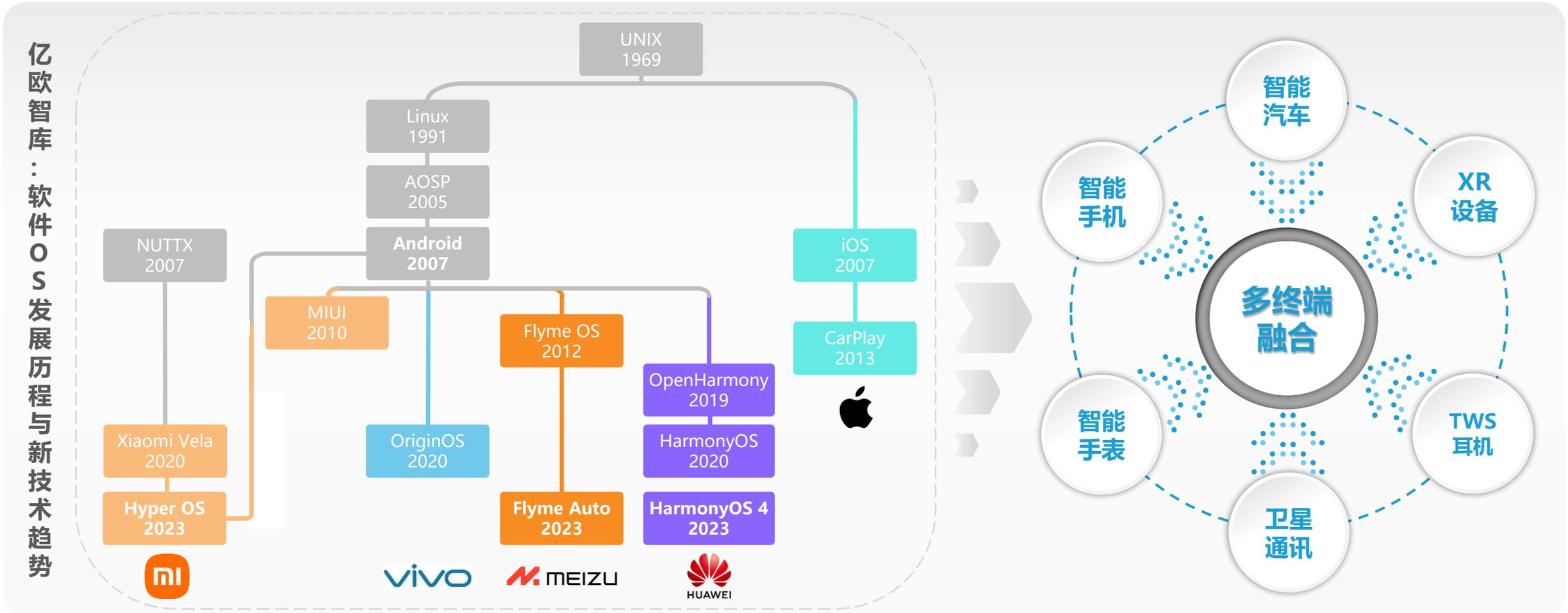


② 爆款孵化策略：先做选择题，再做好题



3.3 新技术趋势洞察：OS统一后多终端融合技术赛道将迎来蓬勃发展

- ◆ 多家企业正在围绕智能手机OS和智能车机OS的统一展开全方位的竞赛，2023年发布的小米Hyper OS、魅族Flyme Auto和华为HarmonyOS 4等都具备打通多终端设备的能力。软件生态的底层核心是操作系统的统一，也意味着用户信息的协同与贯通，未来头部OS品牌或将小于5家。
- ◆ OS统一或部分统一后，多终端融合技术赛道将迎来爆发式发展契机，智能电动汽车凭借大体积、高能量、移动密闭空间等特征成为更多硬件、软件和应用的优质载体。在智能手机、智能手表、XR、TWS甚至卫星通信等终端技术的加持下，汽车与消费电子产业融合的“新物种”即将诞生。



- ◆ 黄金螺线犹如树木的年轮，记载着智能电动汽车品牌的历史沿革，并且我们期待着从新品孵化区中能生发出更多惊艳消费者的产品。对曾经拥有成功孵化经验的品牌来说，客户的期待是有充足理由的——曾经拥有，未来仍有！SEV品牌信任和用户粘性的定义在此刻重新书写。
- ◆ 新品孵化区是品牌DNA，也是最容易被忽略的部分，许多SEV品牌没有意识到优化内部DNA比改进外部市场运营操作更有意义，所以才需要从根本上调整品牌发展生命线重心的问题。结合黄金螺线来看，内卷意味着品牌的衰败或者消亡，再优秀的外科大夫也矫正不了先天的畸形。真正饱含竞争力的品牌只有通过品牌和产品的概念重塑，才有可能在市场中占据一席之地，从而后续的“大事件”才能顺理成章的将品牌带入向黄金螺线外圈良性发展的曲线之中，最终建立属于自己的“高墙铁壁”。
- ◆ 再强调一下本报告关于产品定位和定价策略的观点：设置价格拦截器（硬质），而非价格拦截带（软质），后者配置过于分散且非用户视角。
- ◆ 由于时间与精力所限，本报告对于2023年中国智能电动汽车品牌竞争格局的研究与讨论难免存在疏漏与偏差，敬请谅解。在此特别感谢蔚来、领克、理想、阿维塔、智己、岚图、极越、极星、极氪、零跑、华晨宝马、创维、比亚迪、高合、小鹏、长城、深蓝、埃安、特斯拉等企业/品牌2023年对亿欧智能汽车行业研究业务给予的支持，并为报告撰写输出了宝贵的专业观点与建议。
- ◆ 未来，亿欧智库将持续密切关注智能电动汽车产业发展，通过对行业的深度洞察，持续输出更多有价值的研究成果。欢迎读者与我们交流联系，共同助力中国智能电动汽车产业的持续创新发展。

■ 亿欧智库已发布智能电动汽车相关报告



持续关注
敬请期待

科技出行产业核心业务：汽车产业研究及创新咨询 | 汽车科技内容平台 | 汽车产业会议及企业创新服务

提供
**高效流通的
信息内容服务**
及
**极具价值创新的
研究咨询解决方案**



- ✓ **使命愿景**：致力于为汽车出行产业的持续发展与创新，提供高效流通的信息内容及多维度价值服务
- ✓ **关注方向**：聚焦新科技、新政策、新资本、新理念“四新商业变量”，对汽车出行产业的影响与推动
- ✓ **关注领域**：涵盖智能电动汽车、自动驾驶、出行科技、新能源、汽车服务及流通数字化等产业上下游



智能电动汽车

- 智能驾驶
- 智能座舱
- 智能网联
- 智能车云
- 车载基础软件及部件



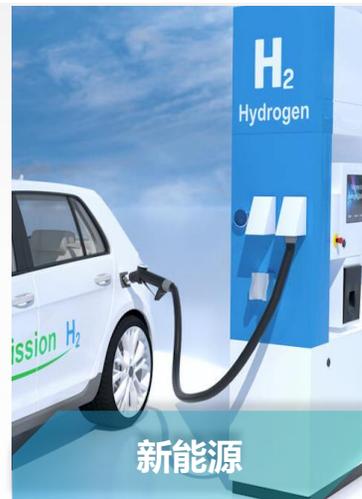
自动驾驶

- 自动驾驶场景解决方案
- 自动驾驶核心部件
- 自动驾驶关键技术服务



出行科技

- 车路协同
- 新型出行服务
- 飞行汽车/eVTOL



新能源

- 动力电池
- 氢燃料电池
- 储能系统



汽车服务及流通

- 汽车流通及数字化
- 新型汽车服务
- 充电补能服务
- 汽车后市场

持续寻找
关注并服务最具
价值与潜力的企业



- 国内外领先主机厂
- 新兴汽车科技公司
- 产业投融资机构



- 国内外优秀供应商
- 科技互联网公司
- 政府/示范区/协会



面向智能电动汽车
产业生态伙伴
与客户群体

解决企业内部战略决策问题

基于专业方法论，依托对汽车出行产业创新升级的持续研究洞察与分析，帮助企业解决内部战略决策问题：

- ◆ 了解产业环境、市场竞争格局
- ◆ 理解竞品产品/技术/规划/实施路径
- ◆ 探索细分市场进入/现状/趋势，分析赛道价值，制定企业规划、执行方案等

	Step1 认知输入	Step2 解读定性	Step3 战略方案
宏观： 产业维度	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 产业扫描 ✓ 行业洞察 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 产研分析 ✓ 投研分析 	
中观： 市场维度	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 市场调研 ✓ 竞争格局分析 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 细分市场研究 ✓ 用户调研 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 可行性分析 ✓ 战略规划构建
微观： 企业维度		<ul style="list-style-type: none"> ✓ 对标研究 ✓ 内部咨询 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 竞争策略制定 ✓ 业务能力提升

战略决策



企业传播

解决企业外部认知与品牌传播问题

通过兼具研究与媒体视角的汽车科技内容平台，以及汽车产业会议及企业创新服务，帮助企业解决外部认知与品牌宣传问题：

- ◆ 品牌定位，品牌强化及推广
- ◆ 企业价值解读、企业核心优势提炼及呈现、企业传播影响力提升
- ◆ 内容传播策划及会议资源对接等

	Step1 看到与发现	Step2 读懂与传播	Step3 对接与服务
面向 B端客户	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 产业图谱绘制 ✓ 产业峰会参与 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 产研分析及企业案例植入 ✓ 投研分析及企业价值解读 ✓ 白/蓝皮书编制及联合发布 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 榜单评选及发布 ✓ 会议资源共享及盘活
面向 C端用户	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 专题内容融入 ✓ 热点事件资讯 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 话题文章植入 ✓ 深度文章解读 ✓ 企业人物专访 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 企业专项会议策划 ✓ 企业创新发展赋能

◆ 团队介绍:

亿欧智库 (EO Intelligence) 是亿欧旗下的研究与咨询机构。为全球企业和政府决策者提供行业研究、投资分析和创新咨询服务。亿欧智库对前沿领域保持着敏锐的洞察，具有独创的方法论和模型，服务能力和质量获得客户的广泛认可。

亿欧智库长期深耕新科技、消费、大健康、汽车出行、产业/工业、金融、碳中和等领域，旗下近100名分析师均毕业于名校，绝大多数具有丰富的从业经验；亿欧智库是中国极少数能同时生产中英文深度分析和专业报告的机构，分析师的研究成果和洞察经常被全球顶级媒体采访和引用。

以专业为本，借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势，亿欧智库的研究成果在影响力上往往数倍于同行。同时，亿欧内部拥有一个由数万名科技和产业高端专家构成的资源库，使亿欧智库的研究和咨询有强大支撑，更具洞察性和落地性。

◆ 报告作者:



彭程

亿欧 高级研究经理

Email: pengcheng@iyiou.com

◆ 报告审核:



武东

亿欧 研究总监

Email: wudong@iyiou.com



杨永平

亿欧 执行总经理、亿欧汽车总裁

Email: yangyongping@iyiou.com

◆ 版权声明:

本报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于智库的专业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点。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。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。本报告的信息来源于已公开的资料，亿欧智库对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽可能的追求但不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映亿欧智库于发布本报告当日之前的判断，在不同时期，亿欧智库可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。亿欧智库不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，亿欧智库对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者可自行关注相应的更新或修改。

本报告版权归属于亿欧智库，欢迎因研究需要引用本报告内容，引用时需注明出处为“亿欧智库”。对于未注明来源的引用、盗用、篡改以及其他侵犯亿欧智库著作权的商业行为，亿欧智库将保留追究其法律责任的权利。

◆ 关于我们:

亿欧是一家专注科技+产业+投资的信息平台和智库；成立于2014年2月，总部位于北京，在上海、深圳、南京、纽约设有分公司。亿欧立足中国、影响全球，用户/客户覆盖超过50个国家或地区。

亿欧旗下的产品和服务包括：信息平台亿欧网 (iyiou.com)、亿欧国际站 (EqualOcean.com)、研究和咨询服务亿欧智库 (EO Intelligence)，产业和投融资数据产品亿欧数据 (EO Data)；行业垂直子公司亿欧大健康 (EO Healthcare) 和亿欧汽车 (EO Auto) 等。

◆ 基于自身的研究和咨询能力，同时借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势；亿欧为创业公司、大型企业、政府机构、机构投资者等客户类型提供有针对性的服务。

◆ 创业公司

亿欧旗下的亿欧网和亿欧国际站是创业创新领域的知名信息平台，是各类VC机构、产业基金、创业者和政府产业部门重点关注的平台。创业公司被亿欧网和亿欧国际站报道后，能获得巨大的品牌曝光，有利于降低融资过程中的解释成本；同时，对于吸引上下游合作伙伴及招募人才有积极作用。对于优质的创业公司，还可以作为案例纳入亿欧智库的相关报告，树立权威的行业地位。

◆ 大型企业

凭借对科技+产业+投资的深刻理解，亿欧除了为一些大型企业提供品牌服务外，更多地基于自身的研究能力和第三方视角，为大型企业提供行业研究、用户研究、投资分析和创新咨询等服务。同时，亿欧有实时更新的产业数据库和广泛的链接能力，能为大型企业进行产品落地和布局生态提供支持。

◆ 政府机构

针对政府类客户，亿欧提供四类服务：一是针对政府重点关注的领域提供产业情报，梳理特定产业在国内外的动态和前沿趋势，为相关政府领导提供智库外脑。二是根据政府的要求，组织相关产业的代表性企业和政府机构沟通交流，探讨合作机会；三是针对政府机构和旗下的产业园区，提供有针对性的产业培训，提升行业认知、提高招商和服务域内企业的水平；四是辅助政府机构做产业规划。

◆ 机构投资者

亿欧除了有强大的分析师团队外，另外有一个超过15000名专家的资源库；能为机构投资者提供专家咨询、和标的调研服务，减少投资过程中的信息不对称，做出正确的投资决策。

◆ 欢迎合作需求方联系我们，一起携手进步；电话 010-53321289，邮箱 hezuo@iyiou.com



扫码关注亿欧智库
查看更多研究报告



扫码添加小助手
加入行业交流群

亿欧智库

网址: <https://www.iyiou.com/research>

邮箱: hezuo@iyiou.com

电话: 010-53321289

北京: 北京市朝阳区关庄路2号院中关村科技服务大厦C座4层 | 上海: 上海市闵行区申昆路1999号4幢806

深圳: 广东省深圳市南山区华润置地大厦 C 座 6 层 | 纽约: 4 World Trade Center, 29th Floor-Office 67, 150 Greenwich St, New York, NY 10006