

## 汽车

2024年03月26日

## 车市2月有所承压，以旧换新政策刺激下回暖可期

——行业点评报告

投资评级：看好（维持）

任浪（分析师）

徐剑峰（联系人）

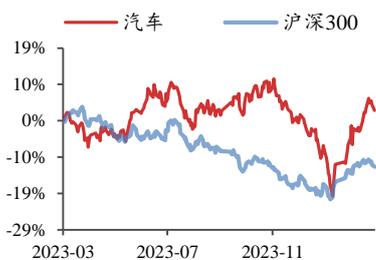
renlang@kysec.cn

xujianfeng@kysec.cn

证书编号：S0790519100001

证书编号：S0790123070014

### 行业走势图



数据来源：聚源

### 相关研究报告

《乘用车行业迎来开门红，比亚迪引领龙年首场降价潮—行业点评报告》

-2024.3.2

《车企年末销量总冲刺，12月新能源车渗透率破40%—行业点评报告》

-2024.1.31

《“金九银十”增长态势延续，L3级智驾试点政策出台—行业点评报告》

-2023.12.25

### ● 3月观察：车企降价潮延续，以旧换新政策等刺激下车市回暖可期

3月以来，车企继续推出多种形式优惠，尤其是新能源车综合促销幅度有扩大趋势。例如，比亚迪推出元 PLUS、宋 Pro DM-i、海鸥等车型荣耀版，小鹏全系降价。降价主要受新能源车原材料降本、抢占燃油车市场份额等因素驱动。短期来看，由于降价潮2023年以来持续存在，消费者存在观望情绪，对销量的刺激作用有限。但长期来看，待价格相对企稳后，切实的优惠有望提振终端销量。

销量方面，3月上半月乘用车销量受低基数影响环比高增，下旬冲刺季度总销量增长可期。展望未来，以旧换新政策出台、新车型持续发布、车展等线下活动举办、降价潮有望企稳等多重因素催化下，乘用车市场后续销量增长可期。

此外，我国汽车市场已进入“增量与存量并存”的时代，报废、换购需求空间广阔。在此背景下，以旧换新政策出台，目标2027年报废汽车回收量较2023年增长约1倍。中央财政将安排节能减排补助资金以支持符合条件的汽车以旧换新，预计将投入至少200亿元，而地方财政的以旧换新投入力度预计将会更大，并且车企及经销商也将提供相应支持。于消费者而言，以旧换新能够为二手车出售提供便利、有购车补贴，吸引力较强，国产新能源车需求有望得到进一步刺激。

### ● 行业：2月受春节长假影响乘用车销量承压，新能源乘用车渗透率环比提升

在2月属传统汽车消费淡季、春节长假购车需求提前释放、消费者存在一定观望情绪等影响下，2月乘用车批发销量同比-19.4%，环比-37.8%。车企方面，除五菱外车企批发销量环比普遍下滑，奇瑞、问界夺得乘用车行业、新势力销冠。

新能源方面，2月新能源乘用车批发销量渗透率为34.30%，同比+3.63pct，环比+1.77pct，预计与新能源车企通过推出优惠政策抢占燃油车市场份额有关。插电混动车批发销量占新能源车的比重为39.82%，同比+9.78pct，维持相对高位。

出口方面，2月乘用车出口同比增长态势延续，新能源乘用车出口量小幅下滑。

### ● 智能化：政府工作报告：提振智能网联汽车等消费，特斯拉推送FSD 12.3 Beta

2月政策端继续加码智驾行业，政府工作报告提出要巩固扩大智能网联新能源汽车等产业领先优势，提振智能网联新能源汽车等消费。而受问界新M7等销量相对稳健、乘用车市场销量环比大幅下滑影响，2月乘用车市场城市NOA渗透率升至约2.7%。此外，2月以来车企端智能化进展迅速：（1）特斯拉FSD 12.3 Beta推送、马斯克称其为“重大发布”；（2）问界M9 3月将新增无图城区NCA功能；

（3）小鹏汽车推送无限XNGP功能；（4）大疆车载发布“成行平台”高算力配置，“7V+100TOPS”方案有望让15万级乘用车标配全国都能开的城市领航功能。

### ● 新车前瞻：享界S9受华为智选模式深度赋能，理想L6传承家族式设计基因

享界S9将基于全方位升级的BE22平台打造，受华为智选模式深度赋能，有望冲击“56E”长期占领的C级轿车市场；理想L6传承家族式设计基因，将首次进军30万以下市场，继续抢占家庭SUV市场，有望进一步扩大L系列的销量。

● 风险提示：乘用车销量不及预期、电动化不及预期、智驾技术进展不及预期。

### 目 录

1、 3月车企降价潮延续，以旧换新政策等刺激下车市回暖可期.....	4
1.1、 3月以来车企降价潮继续推进，消费者观望情绪削弱降价刺激作用.....	4
1.2、 3月上半月乘用车销量环比高增，下旬冲刺季度总销量增长可期.....	8
1.3、 以旧换新政策出台，有望进一步释放汽车换购需求.....	9
2、 行业景气度：2月受春节长假影响乘用车销量明显承压，新能源乘用车渗透率同环比提升.....	12
2.1、 总览：2月乘用车批发销量同环比分别下降19.4%、37.8%，新能源乘用车批发销量渗透率环比提升1.77pct.....	12
2.2、 新能源：2月新能源车渗透率提升，插电混合车销量占比维持高位.....	16
2.2.1、 本月重要事件：国资委：国有车企新能源汽车发展还不够快，拟单独考核三家央企；蔚来提出长寿命电池解决方案，目标是实现动力电池使用15年，同时保证电池寿命终止健康度不低于85%.....	17
2.3、 出口：2月乘用车出口同比增长态势延续，新能源车出口小幅下滑.....	19
2.3.1、 本月重要事件：欧美车企从未停止电动化；比亚迪2024年将在墨西哥选址建厂，计划到2025年将在欧洲电动汽车市场的市场份额增加两倍.....	20
3、 智能化：政府工作报告：巩固扩大智能网联新能源汽车等产业领先优势，提振智能网联新能源汽车等大宗消费.....	21
3.1、 政策端：政府工作报告：巩固扩大智能网联新能源车等产业领先优势，提振智能网联新能源车等大宗消费.....	21
3.2、 行业端：2月乘用车市场城市NOA渗透率提升至约2.7%，新势力城市NOA渗透率提升至约16.9%.....	22
3.3、 车企端：问界M9将新增无图城区NCA功能；小鹏推送无限XNGP功能；特斯拉FSD 12.3 Beta推送，马斯克称其为“重大发布”.....	23
3.3.1、 本月重要事件：问界M9将新增无图城区NCA功能；小鹏推送无限XNGP功能；特斯拉FSD 12.3 Beta推送，马斯克称其为“重大发布”.....	23
3.3.2、 2月重要OTA：问界系列车型升级全国都能开的城区NCA；极越OCC占用网络“上车”；极氪001 FR、星纪元ES、零跑C11新增高速领航辅助驾驶功能.....	25
4、 享界S9受华为智选模式深度赋能，理想L6传承家族式设计基因.....	26
4.1、 享界S9：定位纯电动C级行政轿车，受华为智选模式深度赋能.....	26
4.2、 理想L6传承家族式设计基因，将首次进军30万以下市场.....	29
5、 风险提示.....	30

### 图表目录

图1： 2月传统乘用车综合促销幅度环比有所收窄，新能源乘用车促销幅度继续扩大.....	6
图2： 10-20万价格带的乘用车销量占据乘用车市场总体销量的重要份额.....	6
图3： 10-20万价格带的乘用车中新能源车渗透率低，为新能源车抢占燃油车市场份额提供空间.....	6
图4： 汽车之家研究院的调查数据显示，69.6%的消费者认为汽车市场竞争激烈、2024年全年都会持续降价.....	7
图5： 消费者对车企降价相对谨慎，调查显示仅有19.4%的消费者认为降价对自身购车决策有刺激作用.....	7
图6： 比亚迪旗下5家弗迪公司将核心零部件环节自主掌握，产业链垂直整合建立成本优势.....	8
图7： 理想精准定位家庭场景出行需求，提供安全、舒适、便捷的产品及服务.....	8
图8： 2024年3月1-17日，主要厂商乘用车日均批发销量4.87万辆，同比增长25%，环比增长121%.....	9
图9： 2024年3月1-17日，主要厂商乘用车日均零售销量4.11万辆，同比增长13%，环比增长27%.....	9
图10： 2011年以来，我国汽车销量增长有所放缓，汽车行业进入“增量与存量并存”的时代.....	10
图11： 根据乘联会秘书长崔东树的测算，2023年我国汽车报废量约达756万辆.....	10
图12： 国家统计局调查数据显示，青岛消费者在汽车以旧换新时约3/4消费者选择国产品牌汽车、约一半消费者选择国产品牌新能源车，约33.6%的消费者在国务院以旧换新政策文件发布后购车意愿提升.....	12
图13： 2月乘用车批发销量130.3万辆，同比下降19.4%，环比下降37.8%.....	13
图14： 2月乘用车零售销量111.7万辆，同比下降21.0%，环比下降45.6%.....	13

图 15: 2 月, 轿车及 SUV 批发销量环比分别下降 32.91、43.99 万辆.....	13
图 16: 2 月 SUV 批发销量占比同比+4.04pct, 环比相对稳定.....	13
图 17: 2 月 10-20 万乘用车零售销量占比受降价潮等因素影响明显下滑, 10 万以下、30 万以上乘用车零售销量占比有所提升.....	14
图 18: 2 月自主品牌乘用车零售销量 61.14 万辆, 同比下降 13.8%, 环比下降 45.4%.....	15
图 19: 2 月日系乘用车零售销量占比环比下降 2.3pct, 而自主品牌、德系车占比环比分别提升 0.4、2.1pct.....	15
图 20: 2 月除五菱外乘用车厂商批发销量环比普遍下滑, 奇瑞夺得乘用车行业销量冠军.....	15
图 21: 2 月新势力乘用车批发销量环比普遍下滑, 问界、理想乘用车销量稳居行业前二.....	15
图 22: 2 月新能源乘用车批发销量为 44.7 万辆, 同比下降 9.9%, 环比下降 34.5%.....	16
图 23: 2 月新能源乘用车批发销量渗透率为 34.30%, 同比提升 3.63pct, 环比提升 1.77pct.....	16
图 24: 2 月纯电车、插电混动车批发销量同比分别下降 22.48%、增长 19.46%, 环比分别下降 33.42%、35.97%.....	17
图 25: 2 月插电混动车批发销量占比 39.82%, 同比增长 9.78pct, 环比下降 0.94pct, 维持相对高位.....	17
图 26: 2 月车企新能源乘用车批发销量环比普遍下滑, 长安、长城、吉利环比下滑较为明显, 赛力斯继续位列第 5.....	17
图 27: 2 月中国乘用车出口 31.5 万辆, 同比增长 16.2%, 环比下降 14.7%.....	19
图 28: 2 月中国新能源乘用车出口 7.9 万辆, 同比下降 4.9%, 环比下降 19.3%.....	19
图 29: 新能源乘用车出口方面, 2 月特斯拉中国、比亚迪较为领先.....	19
图 30: 2 月, 乘用车市场高速 NOA 渗透率约达 6.7%.....	22
图 31: 2 月, 乘用车市场城市 NOA 渗透率约达 2.7%.....	22
图 32: 2 月, 新势力城市 NOA 渗透率约达 16.9%.....	22
图 33: 2 月, 激光雷达渗透率提升至约 4.4%.....	22
图 34: 享界 S9 定位 C 级行政轿车, 整体风格与智界 S7 高度相似.....	27
图 35: 极狐品牌基于 BE21 平台打造, 安全性方面表现突出, 侧面反映北汽在三电领域多年积累的技术实力.....	28
图 36: 享界 S9 搭载激光雷达, 有望实现华为城区 NCA 等功能量产上车.....	28
图 37: 2023 年, 奥迪 A6L、宝马 5 系、奔驰 E 级等合资品牌燃油车销量在 C 级轿车市场领先.....	29
图 38: 2023 年 20-30 万价格带的乘用车零售销量占比为 15.9%, 明显高于 30 万以上的乘用车零售销量占比.....	30
图 39: 问界新 M7 推出后, 赛力斯零售销量快速增长, 2024 年前两月总销量成功超越理想.....	30
表 1: 3 月以来, 车企方面继续推出原有车型直接降价、新车降价、置换补贴、保险补贴等多种形式购车优惠.....	4
表 2: 国家、地方、车企层面持续推出以旧换新补贴政策.....	10
表 3: 2 月 A 级轿车销量下滑明显, B、C 级 SUV 同比增长明显.....	14
表 4: 理想 AD MAX 3.0 智驾系统覆盖全国高速、城市环线 and 超过 110 个城市城区道路; 极越 PPA 已覆盖北京、上海、杭州和深圳 4 个城市, 计划在 2024 年覆盖到 200 个国内城市; 广汽城市 NDA 功能将在 3 月底正式开城.....	23
表 5: 问界系列车型升级全国都能开的城区 NCA; 极越 OCC 占用网络“上车”; 极氪 001 FR、星纪元 ES、零跑 C11 新增高速领航辅助驾驶功能.....	25
表 6: 享界 S9 提供单电机和双电机两种版本.....	27
表 7: 理想 L6 与 L7 高度相似, 只是在尺寸、电芯类型等方面有所减配.....	29

## 1、3月车企降价潮延续，以旧换新政策等刺激下车市回暖可期

### 1.1、3月以来车企降价潮继续推进，消费者观望情绪削弱降价刺激作用

3月以来车企继续推出原有车型直接降价、新车降价、置换补贴、保险补贴等多种形式购车优惠，2月传统燃油车/新能源车综合促销幅度环比有所收窄/扩大。3月以来，车企继续推出原有车型直接降价、新车降价、保险补贴等多种形式购车优惠：(1) 原有车型降价：如2024年3月3日-31日，小鹏G6全系降价2万元，优惠后售价为18.99万元起。小鹏P7i 鹏翼性能版限时优惠5万元，其余版本车型提供2-2.5万元限时优惠幅度；小鹏G9最高优惠1万元，选装折扣至高价值11000元，全系车型售价25.39万元起；(2) 新车降价：如3月11日，阿维塔11千里智驾款上市，限时售价25万元起，与现款在售的2024款阿维塔11的30-39万元的售价相比，入门门槛下调5万元；(3) 置换补贴：如3月11日，名爵官方针对燃油车推出限时置换补贴政策，MG7/MG6 X-LINE/MG5/MG ONE可享至高8000元/20000元/13000元/12000元置换补贴；(4) 保险补贴：如3月1日，特斯拉宣布3月31日(含)前购买Model3/Y后驱版可享受推出8000元限时保险补贴。分类别看，燃油车由于此前已经推出较大的优惠力度，为保利润降价空间明显受限，2月综合促销力度环比收窄0.2pct；受成本下降、行业竞争激烈、着力抢占燃油车市场份额等因素驱动，新能源车企2024年以来主动引领降价潮，2月综合促销幅度环比扩大0.8pct。

表1：3月以来，车企方面继续推出原有车型直接降价、新车降价、置换补贴、保险补贴等多种形式购车优惠

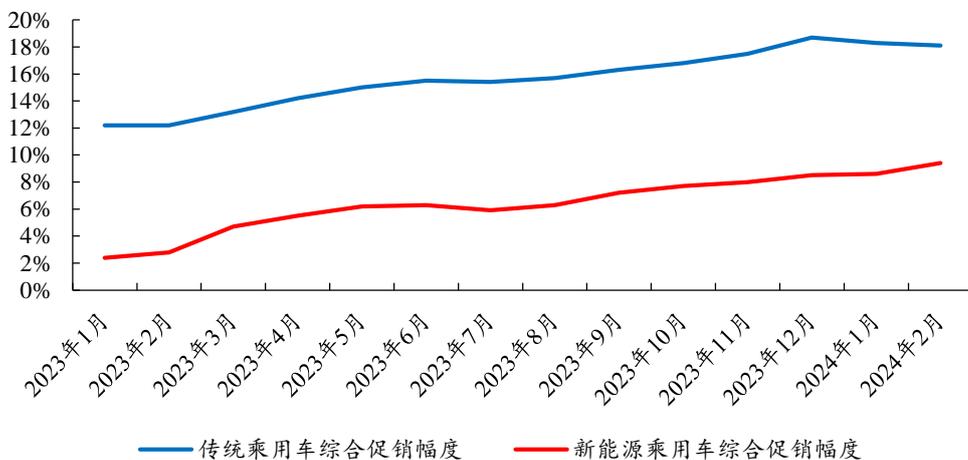
品牌	车型	优惠时间	优惠后售价	优惠政策
比亚迪	元 PLUS 荣耀版	3月4日起	11.98-14.78万元	售价下降1.6万
	宋 Pro DM-i 荣耀版	3月1日起	10.98-13.98万元	售价下降2万元
	海鸥荣耀版	/		入门门槛下调4000元
广汽埃安	AION Y Plus 310 星耀版	3月1日起	9.98万元	售价下降2万元
	昊铂 HT	3月31日		享受5.1万元的能源包
	AION V Plus 80 MAX 版	/	20.99万元	售价下降2.3万元
	AION V Plus 80 科技版和70 科技版	/	/	送价值12400元遥控泊车
	AION S MAX 星瀚版	/	15.69万元	售价下降2.3万元
上汽名爵	MG7	截至3月31日	/	至高8000元置换补贴
	MG6 X-LINE		/	至高20000元置换补贴
	MG5		/	至高13000元置换补贴
	MG ONE		/	至高12000元置换补贴
	MG4EV		11.58万元	24000元现金优惠等
	MG Cyberster		/	至高11000元金融贴息等
领克汽车	2023款领克01、03(不含03++)、05、06、09	3月10日至3月31日	/	官方指导价下调1万元,6000元起的燃油车购车补贴
	09/08/06 EM-P		/	至高10000元的新能源购车补贴
	岚图梦想家、新岚图FREE、岚图追光	3月7日至3月31日	/	全系至高享现金钜惠5万元
小鹏汽车	G6	3月3日起至3月31日	18.99万元起	全系降价2万元
	小鹏P7i 鹏翼性能版		28.99万元	售价下降5万元
	小鹏P7i 其余车型		20.39-26.49万元	售价下降2-2.5万元不等

	2024 款小鹏 G9		25.39-35.49 万元起	最高优惠 1 万元;选装折扣至高价 值 1000 元
特斯拉	Model3 后轮驱动版	3 月 31 日(含)前	23.79 万元	保险补贴 8000 元
	ModelY 后轮驱动版		25.09 万元	保险补贴 8000 元
	ModelY 后轮驱动版		25.89 万起	在 8000 元保险补贴基础上再优惠 7800 元
	ModelY 长续航版	3 月 17 日(含)起	29.99 万起	在 8000 元保险补贴基础上再优惠 9000 元
	ModelY 高性能版		36.39 万起	在 8000 元保险补贴基础上再优惠 10900 元
吉利	星越 L、星越 L 智擎		12.72 万元起	入门车型售价优惠 1 万元
	星瑞、星瑞 L 智擎		10.57 万元起	入门车型售价优惠 3 千元
	博越 COOL、博越 L		8.98 万元起	入门车型售价优惠 1 万元
	第四代帝豪、帝豪 LHiP		5.59 万元起	入门车型售价优惠 1.4 万元
	缤越 COOL、新缤越	3 月 1 日至 3 月 31 日	6.38 万元起	入门车型售价优惠 1.2 万元
	缤瑞 COOL		7.78 万元起	入门车型售价优惠 1.2 万元
	豪越 PRO、豪越 L		8.39 万元起	入门车型售价优惠 3 千元
	ICON 主角、ICON 巧克力 熊猫骑士、熊猫 mini		9.89 万元起 2.99 万元起	入门车型售价优惠 1.1 万元 /
上汽大众	2024 款途昂 380TSI 四驱 尊崇豪华版		27.99 万元	售价优惠 6.51 万元
	2024 款途昂 X380TSI 四 驱尊崇豪华版	3 月 1 日至 3 月 31 日	26.5 万元	售价优惠 4.09 万元
	途昂家族 2.0T		/	享 2000 元现金抵用或 3 年无忧保 养
一汽大众	ID.7 VIZZION	3 月 16 日起	19.77 万元起	售价优惠 3 万元起
长安	启源 Q05125km 长续航版	3 月 1 日至 3 月 31 日	9.69 万元	售价下降 3.5 万元
	Lumin	/	/	最高优惠 1.2 万元及 0 息金融礼
	A07“真香版”	3 月 6 日起	13.59 万起	入门门槛下调 3.1 万
奇瑞	奇瑞、星途、捷途、iCAR、 新能源	/	/	最高享 4 万元置换补贴
飞凡	F7 进阶版		20.49 万元	售价优惠 2.5 万元
	F7 进阶 Pro 版	截至 3 月 31 日前	22.49 万元	售价优惠 2.5 万元
	F7 长续 Pro 版		23.99 万元	售价优惠 3 万元
	F7 性能 Pro 版		27.99 万元	售价优惠 3 万元
智己	LS6		3 月 1 日至 3 月 31 日	最高价值 5.78 万元的购车好礼
东风纳米	纳米 01	3 月 1 日至 4 月 30 日	6.98 万元起	至高 7000 元补贴
东风风神	奕炫	3 月 1 日至 4 月 30 日	7.79 万元起	售价优惠 1.2 万元
阿维塔	阿维塔 11 千里智驾款	/	25 万元起	入门门槛下调 5 万
理想汽车	2024 款 L7	3 月 31 日前	30.18 万元起	入门门槛下调 1.8 万
	2024 款 L8	3 月 31 日前	32.18 万元起	入门门槛下调 1.8 万
零跑汽车	全新 T03	/	4.99 万-6.99 万元	较老款车型降了 1 万元
	23 款零跑 C01 全系	3 月 1 日到 2024 年 4	139800 元起	现金至高优惠 3.2 万元
	23 款零跑 C11 全系	月 30 日	151800 元起	现金直降 1.9 万元

创维	创维 EV6	3月6日起	138800元起	入门门槛下调14000元
腾势	腾势 D9	3月6日起	339800元起	入门门槛下调10000元

资料来源：盖世汽车官网、IT之家官网等、开源证券研究所

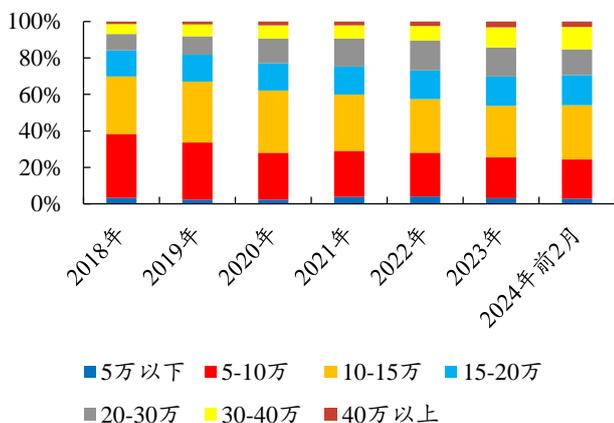
**图1：2月传统乘用车综合促销幅度环比有所收窄，新能源乘用车促销幅度继续扩大**



数据来源：崔东树公众号、开源证券研究所

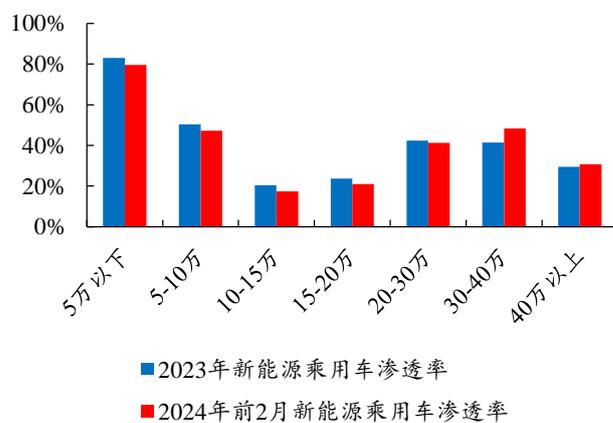
降价潮受乘用车市场产能相对过剩、碳酸锂等新能源车原材料降本、新能源车抢占燃油车市场份额、头部车企巩固市场地位等多重因素驱动。降价潮的本质是新能源车在抢占燃油车市场份额的过程中新能源车与传统车企激烈博弈的过程。具体来看，车企当前发起的降价潮受多重因素驱动：(1) 1、2月份属于传统的汽车消费淡季，乘用车市场产能相对过剩，因此降价是车企应对需求低迷、主动去库存的重要举措之一；(2) 随着动力电池技术进步以及碳酸锂等原材料价格下降，新能源车生产成本大幅下降，足以与燃油车进行竞争。同时，10-20万价格带的乘用车主流市场当前新能源车渗透率还相对较低，新能源车发展空间广阔。因此，在成本端下探的背景下，2024年以来新能源车企业主动发起降价，希望从燃油车手中抢占更多的市场份额；(3) 头部车企通过规模化生产、产业链资源掌控等，在成本端具备一定的优势。头部车企发起降价，其他车企跟随降价时利润会进一步压缩、面临被淘汰的风险，因此降价是头部车企巩固市场地位、提高产能利用率的重要手段。

**图2：10-20万价格带的乘用车销量占据乘用车市场总体销量的重要份额**



数据来源：崔东树公众号、开源证券研究所

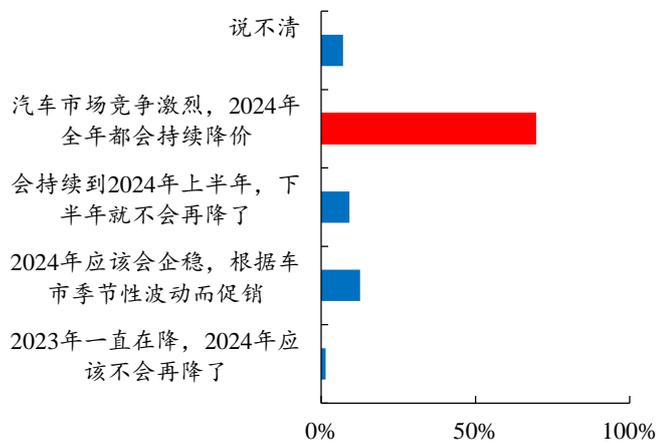
**图3：10-20万价格带的乘用车中新能源车渗透率低，为新能源车抢占燃油车市场份额提供空间**



数据来源：崔东树公众号、开源证券研究所

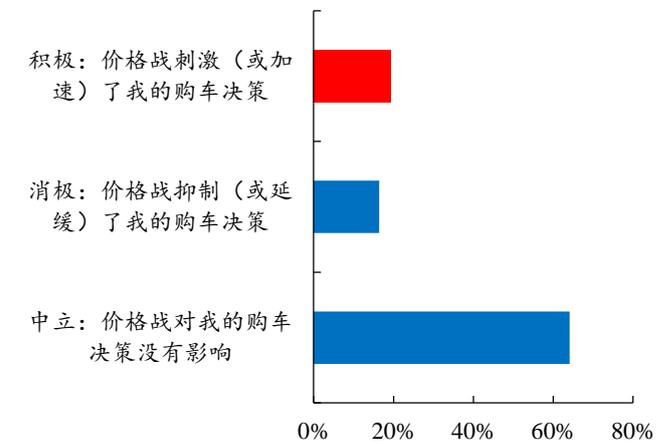
短期受消费者观望情绪影响，降价潮对销量的刺激作用有限，但长期来看，待价格相对企稳后，切实的优惠有望提振乘用车市场销量。2023年以来，车企方面持续发起降价，使得消费者有着较强的持续降价预期。汽车之家研究院的调查数据显示，69.6%的消费者认为汽车市场竞争激烈、2024年全年都会持续降价，因此消费者具备一定的短期观望态度。在此背景下，乘用车市场的降价潮对短期销量的提振作用相对有限。假如部分车型降价，其他车型若没有足够的产品力，大概率会跟随降价，由此造成集体降价的恶性循环，但对整体的销量刺激作用不大。不过，长期来看，等降价潮相对企稳，切实的优惠确实有望明显提振车市销量。乘联会秘书长崔东树表示，2023年也是由于价格相对企稳，车市才迎来逐步回暖的局面，直至2023年底销量创近期的新高。而在价格企稳之前，也确实可能存在部分造车新势力出现经营困难、被迫出清。

**图4：汽车之家研究院的调查数据显示，69.6%的消费者认为汽车市场竞争激烈、2024年全年都会持续降价**



数据来源：汽车之家研究院、全国工商联汽车经销商商会公众号、开源证券研究所（注：调查时间：2024年1-2月）

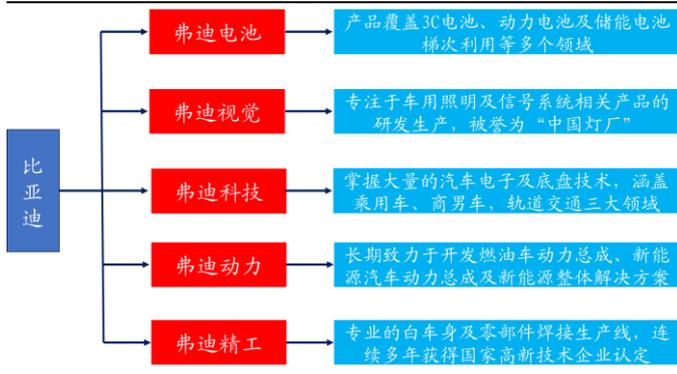
**图5：消费者对车企降价相对谨慎，调查显示仅有19.4%的消费者认为降价对自身购车决策有刺激作用**



数据来源：崔东树公众号、开源证券研究所（注：调查时间：2023年第四季度）

**产业链垂直整合建立成本优势、提升产品力是车企应对降价潮冲击的重要手段。**面临降价潮的冲击，拥有成本、产品力优势的车企能够更加从容地应对。一方面，通过产业链垂直整合建立成本优势，车企能够赢得市场的定价权。以比亚迪为例，接连推出定价更低的荣耀版车型，背后依赖的是其全产业链整合的能力及规模优势。例如，比亚迪通过投资磷酸铁锂生产企业等降低原材料成本，旗下5家弗迪公司实现核心零部件环节自主掌握，并通过子公司承接、覆盖汽车销售及金融等领域，从而在成本方面建立一定的优势。另一方面，提升产品力是避免被迫的降价的重要手段，而产品迭代慢、智能化方面存在劣势等是当前传统乘用车推出比新能源车更高的价格优惠的重要原因。以理想为例，凭借对家庭场景出行需求的精准定位，形成一定的产品力，在新势力中销量表现较好，某种程度上也更能应对降价潮的冲击。

**图6：比亚迪旗下 5 家弗迪公司将核心零部件环节自主掌握，产业链垂直整合建立成本优势**



资料来源：汽车之家研究院公众号、开源证券研究所

**图7：理想精准定位家庭场景出行需求，提供安全、舒适、便捷的产品及服务**



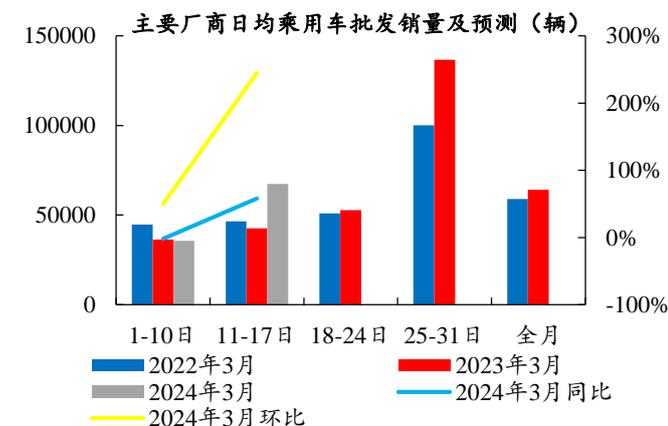
资料来源：理想汽车官网

## 1.2、3 月上半月乘用车销量环比高增，下旬冲刺季度总销量增长可期

**3 月上半月乘用车销量受低基数影响环比大幅增长，下旬冲刺季度总销量增长可期。**从历年表现来看，3 月为传统的消费旺季，各大车企为冲刺季度总销量往往定下较高的月度销量目标。根据乘联会的数据，2024 年 3 月 1-10 日的首周，乘用车市场较为低迷，日均零售销量同比小幅增长 4%，环比下滑 4%，预计与 2 月首周为春节前最后一周、返乡人群有着较高的购车需求带来的高基数有关。3 月 11-17 日的第二周，乘用车市场逐步开始复苏，日均零售销量同比增长 24%，环比增长 92%，预计与 2 月第 2 周适逢春节长假的低基数有关。3 月 18-24 日的第三周，与往年表现类似，乘用车市场为完成销量目标，恢复进程进一步加快，预计日均零售销量同比增长 32%，环比增长 51%。3 月 25-31 日的最后一周，季度销量总冲刺有望迎来最高峰，冲刺力度高于季度内一般月份的月末冲刺，因此预计 3 月最后一周乘用车日均零售销量环比增长 37%。但鉴于目前乘用车市场降价潮还未迎来终点，导致消费者仍有一定的观望情绪，叠加消费者对后续有望出台的以旧换新补贴政策有着较强的预期，因此预计 2024 年 3 月最后一周的乘用车销量不及往年，乘联会预计日均销量同比下滑 18%。同时，新能源方面，随着众多新能源乘用车价格下探、增配降价新车持续推出，新能源车销量有望继续迎来增长。根据乘联会的预测，3 月新能源乘用车零售销量预计约 75 万辆，同比增长 37%，环比增长 93%，新能源车渗透率预计提升至约 45.5%。

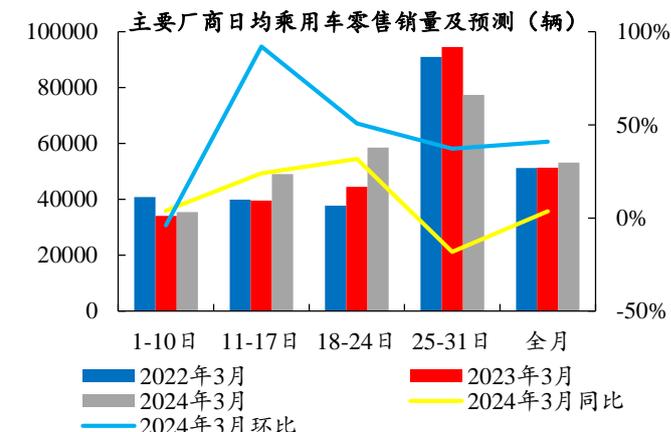
**以旧换新政策、车展、降价潮有望企稳等多重因素催化，乘用车市场后续销量增长可期。**从后续乘用车销量展望来看，降价潮终将迎来拐点，届时相较于以往较大的优惠以及继续降价预期的消失对乘用车销量将起到一定的提振作用。同时，政策层面，以旧换新政策后续将会推出，国家及地方层面提供的补贴政策有望对换购需求起明显的提振作用。此外，车展等的召开、新车型持续推出预计也将吸引消费者对乘用车市场的关注。

图8：2024年3月1-17日，主要厂商乘用车日均批发销量4.87万辆，同比增长25%，环比增长121%



数据来源：乘联会、开源证券研究所

图9：2024年3月1-17日，主要厂商乘用车日均零售销量4.11万辆，同比增长13%，环比增长27%

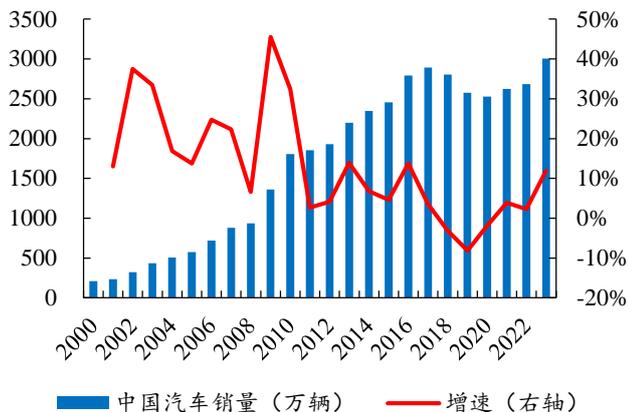


数据来源：乘联会、开源证券研究所（注：2024年3月18-24日、25-31日、全月零售销量数据为预测数据）

### 1.3、以旧换新政策出台，有望进一步释放汽车换购需求

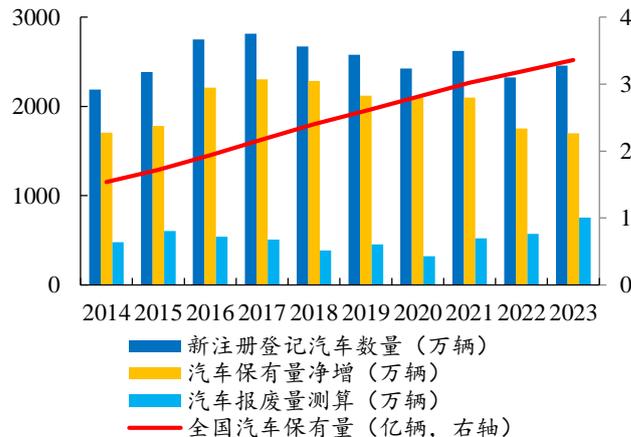
我国汽车市场进入“增量与存量并存”的时代，报废、换购需求空间广阔。2011年以来，我国汽车销量增长有所放缓，汽车行业进入“增量与存量并存”的时代。报废置换、换购成为我国汽车需求的重要组成部分。商务部副部长盛秋平表示，近年来我国乘用车销量中置换新车的数量已经达到600-700万辆，约占乘用车总销量的30%。而中国汽车流通协会副秘书长郎学红表示，中国汽车保有量超3亿，目前传统燃油车的换车周期普遍在6-8年，新能源车的换车周期普遍在3-5年，因此预计2024年以旧换新需求在我国乘用车行业总需求的比重将进一步提升至约40%，即以2023年约2600万辆的乘用车销量计算，2024年约有1000万辆的以旧换新乘用车需求。同时，燃油车置换新能源车的比例也在快速提升，2020年这一比例仅为4%，而2023年前5月这一比例已经提升至22%，3年时间份额提升至4倍以上。此外，目前国内汽车保有量中仍有大量使用年限较长、不符合环保标准的车辆。商务部部长王文涛表示，有超过1600万辆的“国三”及以下排放标准的乘用车仍在在使用，其中有700万辆车龄超过15年。因此，展望未来，报废换购等需求仍有比较大的增长空间。根据乘联会秘书长崔东树的测算，2023年我国汽车报废量约756万辆，而根据国务院印发的《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》，目标2027年报废汽车回收量较2023年增长约1倍，即2027年报废汽车回收量有望超过1500万辆。

图10: 2011年以来,我国汽车销量增长有所放缓,汽车行业进入“增量与存量并存”的时代



数据来源: 中汽协、开源证券研究所

图11: 根据乘联会秘书长崔东树的测算,2023年我国汽车报废量约达756万辆



数据来源: 公安部、崔东树公众号、开源证券研究所 (注: 汽车报废量等部分数据为测算数据)

**国家、地方、企业等多方联动,以旧换新政策资金有保障。**自中央经济工作会议和中央财经委员会第四次会议做出以旧换新部署以来,国家、地方、企业等多方联动,保障汽车以旧换新政策得到有效实施:(1)国家层面,国务院印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》,要求到2027年,报废汽车回收量较2023年增长约1倍,二手车交易量较2023年增长45%。政策明确将组织全国车企开展以旧换新促销活动,并将严格执行机动车强制报废标准规定和车辆安全环保检验标准,对符合强制报废标准的老旧汽车进行淘汰;(2)地方层面,上海、天津、成都等多地推出以旧换新补贴政策;(3)企业层面,据不完全统计,目前已有约40家车企推出以旧换新优惠政策,包括东风、奇瑞、吉利、哈弗、北京现代、比亚迪、五菱等品牌,其中东风预计将提供总共超百亿元的补贴。同时,乘联会秘书长崔东树表示,以旧换新政策资金有保障:中央财政将安排节能减排补助资金以支持符合条件的汽车以旧换新,主要针对符合环保约束标准、使用年限较长的车型,而此前几次中央财政安排的报废更新都是较大额度的报废更新补贴,因此此次中央层面以旧换新补贴力度将更大,预计将投入至少200亿元的报废更新中央补贴。而地方财政的以旧换新投入力度预计将会更大,并且车企及经销商也将提供相应支持。崔东树还表示,实施二手车收购的反向开票有利于经销商将二手车商品化收购和销售,提升增值空间,改善其盈利,因此预计将刺激经销商投入汽车以旧换新工作的意愿。

表2: 国家、地方、车企层面持续推出以旧换新补贴政策

主体	主体	汽车以旧换新政策
	中央财经委员会第四次会议	鼓励引导新一轮大规模设备更新和消费品以旧换新,鼓励汽车、家电等传统消费品以旧换新,推动耐用消费品以旧换新
国家	国务院	印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》,提出加大政策支持力度,畅通流通堵点,促进汽车梯次消费、更新消费,因地制宜优化汽车限购措施,推进汽车使用全生命周期管理信息交互系统建设。 <b>到2027年,报废汽车回收量较2023年增加约一倍,二手车交易量较2023年增长45%</b>
	商务部副部长盛秋平	2024年将深入开展汽车“以旧换新”,加大财政金融支持力度,打好政策组合拳,着力建立去旧更容易、换新更愿意的有效机制,推动汽车换能,进一步提高新能源车、节能型车销量的占比。同时,组织开展全国汽车换新消费季活动,
地方	上海	2024年年内,上海市个人消费者报废或转让(不含变更登记)本人名下在上海市注册登记的“国五”及以下排放标准非营业性燃油小客车,并在上海市市场监督管理部门登记的汽车销售企业购买“国六B”

	燃油小客车新车，注册使用性质为非营运的，可申请一次性 <b>2800元</b> 购车补贴；个人消费者报废或者转让（不含变更登记）本人名下在上海市注册登记的非营业性小客车，并且在上海市市场监督管理部门登记的汽车销售机构购买纯电动小客车新车，注册使用性质为非营运的，可申请一次性 <b>1万元</b> 购车补贴
天津市经开区	发放2024年以旧换新汽车消费券，同一用户消费券可叠加使用，补贴额 <b>最高达7000元</b>
成都	鼓励将传统燃油汽车更换为新能源汽车，每车奖励 <b>7000元-1.3万元</b>
东风汽车	开展以旧换新活动，覆盖旗下超50款车型，预计置换补贴 <b>超百亿元</b> ：（1）岚图推出 <b>10亿元</b> 置换补贴政策，覆盖旗下岚图FREE、新岚图梦想家和岚图追光全系车型，购车至高可享 <b>5万元</b> 现金优惠；（2）风神皓瀚置换补贴 <b>最高2万元</b> ，东风风神皓极 <b>最高4万元</b> ，东风风行车型 <b>最高6万元</b> ，东风日产车型 <b>最高1.4万元</b> ，东风本田车型 <b>最高1.1万元</b>
奇瑞	旗下奇瑞、星途、捷途、iCAR联合官宣百亿补贴置换政策，其中瑞虎8系以旧换新 <b>至高抵4万元</b> ；瑞虎9、瑞虎7系、艾瑞泽8系、探索06以及风云A8以旧换新 <b>至高抵3万元</b> ；星途瑶光、揽月、凌云以旧换新分别 <b>至高享2.5、2.8、3万元</b> 优惠，星纪元ES <b>至高享</b> 置换补贴 <b>4万元</b>
上汽通用五菱	五菱缤果推出包括 <b>2000-3000元</b> 置换补贴在内的一系列优惠
吉利	<b>至高1万元</b> 的置换补贴等福利；旗下领克还提供 <b>本品牌8000元或其他品牌6000元</b> 置换补贴及5年免费NOA订阅服务等
广汽传祺	<b>至高8000元</b> 置换补贴
广汽本田	全新皓影汽油版全系置换补贴 <b>至高可享8000元</b>
比亚迪	推出 <b>最高补贴为8000元</b> 的置换活动
合创	合创V09尊荣版、V09旗舰版可享 <b>6000元</b> 置换补贴
问界、长城等	<b>至高1万元</b> 置换补贴

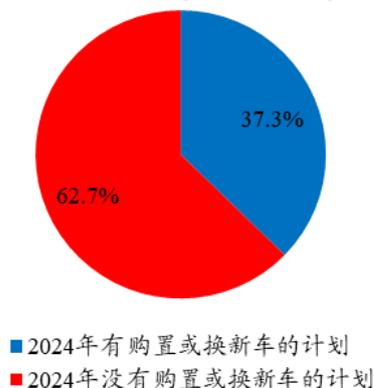
资料来源：全国工商联汽车经销商商会公众号、华夏时报公众号、中国汽车报公众号、开源证券研究所

以旧换新政策使消费者获得切实优惠，国产新能源车需求有望得到进一步刺激。以旧换新政策能够给消费者带来切实的优惠。一方面，消费者在进行以旧换新时，除旧车的折价外，还能获得补贴、减税等优惠，能够有效降低消费者的购车成本。另一方面，以旧换新政策给消费者的二手车出售也提供了较大的便利。假如消费者二手车市场销售车辆，可能会面临估价不合理的问题，但4S店等经销商在旧车估价时有较好的专业保障。同时，二手车过户手续相对较为复杂，如果有手续遗漏可能会面临麻烦，通过以旧换新、将旧车直接出售给经销商能够提升二手车出售的便利性。因此，预计以旧换新政策对消费者而言有较大的刺激作用。根据国家统计局在青岛组织的一项汽车以旧换新专项调查数据，在国务院发布《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》后，约33.6%的消费者购车意愿提升。此外，在国产燃油车技术持续进步以及新能源车电动智能化水平相对领先的背景下，目前消费者在换购新车时选择国产品牌尤其是国产新能源品牌的意愿相对较高。国家统计局在青岛的调查显示，有76.2%的消费者在汽车以旧换新时选择国产品牌，有61.5%的消费者倾向于新能源汽车，有52.6%的消费者选择新车时青睐国产品牌新能源汽车。

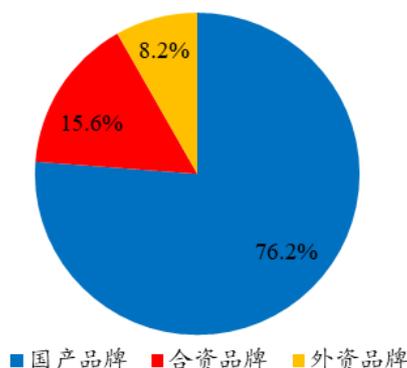
图12：国家统计局调查数据显示，青岛消费者在汽车以旧换新时约 3/4 消费者选择国产品牌汽车、约一半消费者选择国产品牌新能源车，约 33.6%的消费者在国务院以旧换新政策文件发布后购车意愿提升

### 国家统计局在青岛就家用汽车以旧换新的专门调查结果

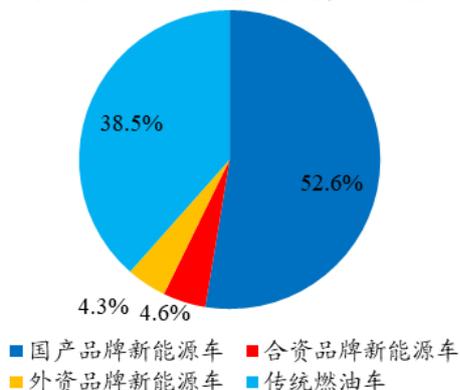
受访者2024年是否有购置或换新车的计划



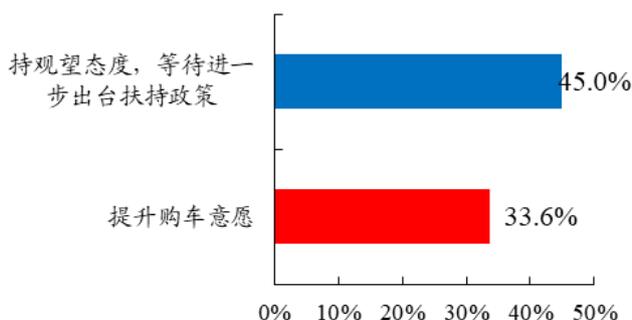
受访者以旧换新时选择的汽车系列



受访者以旧换新时选择的汽车燃料类型



《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》对购置新车的影响



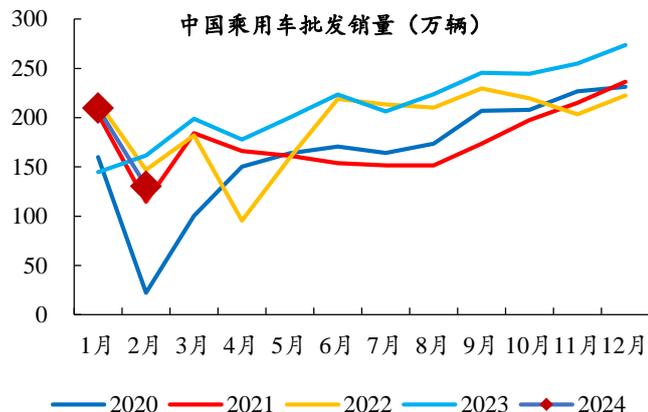
数据来源：国家统计局、中国汽车报公众号、开源证券研究所

## 2、行业景气度：2月受春节长假影响乘用车销量明显承压，新能源乘用车渗透率同环比提升

### 2.1、总览：2月乘用车批发销量同环比分别下降 19.4%、37.8%，新能源乘用车批发销量渗透率环比提升 1.77pct

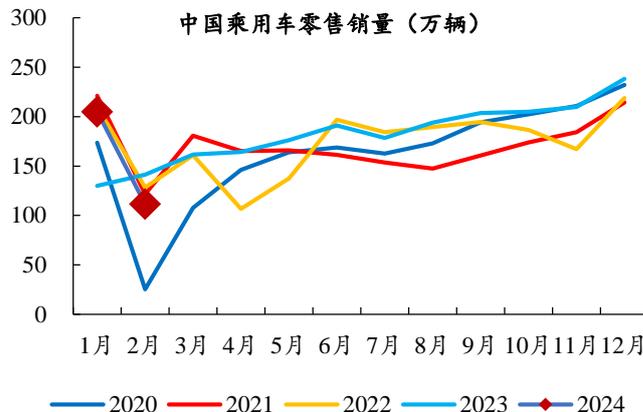
在 2 月属传统汽车消费淡季、春节长假购车需求提前释放、消费者存在一定的观望情绪等因素的影响下，2 月乘用车批发销量同比下降 19.4%，环比下降 37.8%。2 月仍属传统的汽车消费淡季。2024 年 2 月覆盖小年到正月十五，共有 18 个工作日，比 2023 年同期少 2 天（2023 年春节为本世纪最早）。受春节长假的节前消费差异影响，部分购车需求于 1 月提前释放。同时，尽管春节后比亚迪引领的龙年降价潮对部分车型的销量确实起到提振作用，但消费者对本轮降价的持续时长有较大的预期，为避免购车后车型继续降价带来的损失，存在一定的观望情绪，加之对 3 月可能出台进一步的政策优惠有着较强的预期，因此 2 月乘用车同环比下滑较为明显。具体而言，2 月乘用车批发销量 130.3 万辆，同比下降 19.4%，环比下降 37.8%；2 月乘用车零售销量 111.7 万辆，同比下降 21.0%，环比下降 45.6%。

图13: 2月乘用车批发销量130.3万辆,同比下降19.4%,环比下降37.8%



数据来源: 乘联会、开源证券研究所

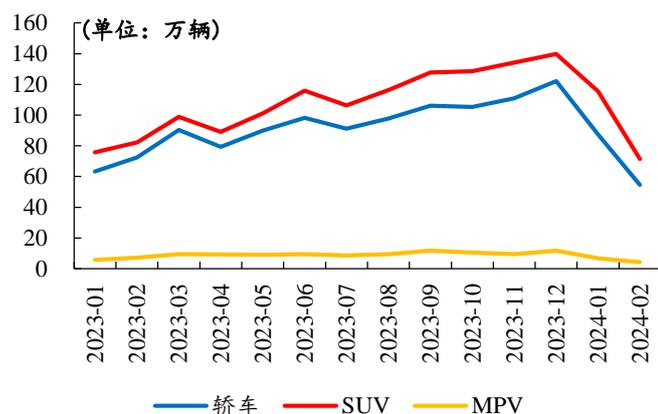
图14: 2月乘用车零售销量111.7万辆,同比下降21.0%,环比下降45.6%



数据来源: 乘联会、开源证券研究所

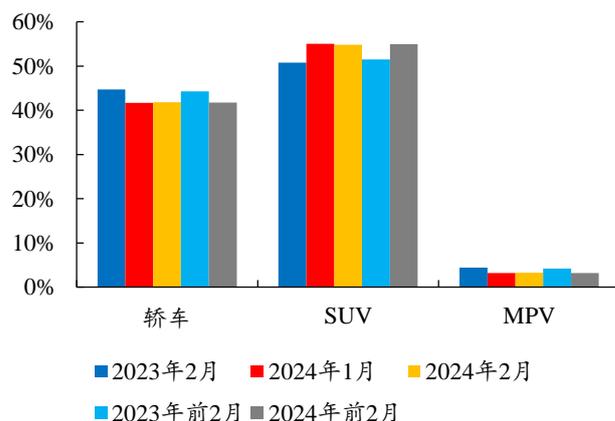
2月轿车及SUV批发销量环比分别下降32.91、43.99万辆,A级轿车销量下滑明显,B、C级SUV同比增长明显。分车型看,2月轿车、SUV批发销量分别为54.53、71.49万辆,同比分别下降17.82、10.69万辆,环比分别下降32.91、43.99万辆。具体来看,2月A00级轿车表现较为亮眼,批发销量同比增长21%,主要受五菱宏光MINI EV销量同比增长62.17%推动;但A级轿车表现较为惨淡,2月批发销量同环比分别下降39%、45%,其中合资车型方面,或受自主新能源车降价影响,日产轩逸、大众速腾、大众凌度、丰田卡罗拉销量同比分别下降51.62%、52.39%、24.25%、37.27%,自主品牌方面,比亚迪秦PLUS DM、长安UNI-V销量同比分别下降36.74%、43.88%,因此部分车型推出较大的限时优惠。SUV方面,高端SUV销售表现较为亮眼,其中B、C级SUV批发销量同比增长分别增长8%、22%。占比方面,2月SUV批发销量占比同比+4.04pct,环比相对稳定。

图15: 2月,轿车及SUV批发销量环比分别下降32.91、43.99万辆



数据来源: 乘联会、开源证券研究所

图16: 2月SUV批发销量占比同比+4.04pct,环比相对稳定



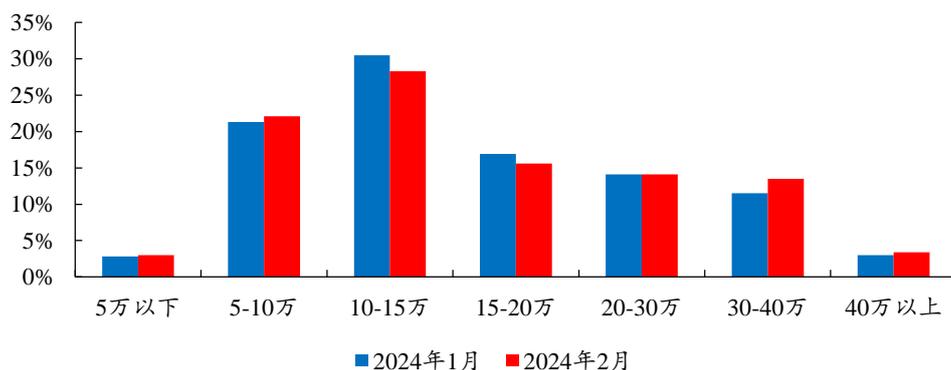
数据来源: Wind、开源证券研究所

**表3：2月A级轿车销量下滑明显，B、C级SUV同比增长明显**

	轿车			SUV			MPV		
	2024年2月批发销量 (万辆)	同比	环比	2024年2月批发销量 (万辆)	同比	环比	2024年2月批发销量 (万辆)	同比	环比
A00	4	21%	-48%	-	-	-	-	-	-
A0	6	-12%	-16%	10	-38%	-38%	-	-	-
A	22	-39%	-45%	38	-14%	-41%	-	-	-
B	18	-16%	-35%	21	8%	-35%	3	-37%	-40%
C	4	-24%	-19%	2.4	22%	-16%	1	-50%	-55%

数据来源：崔东树公众号、开源证券研究所

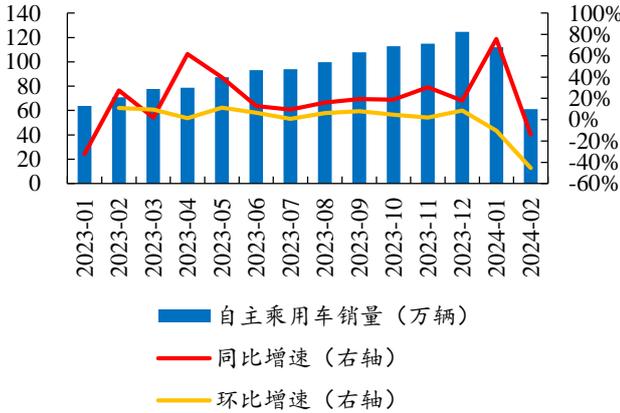
2月10-20万乘用车零售销量占比受降价潮等因素影响明显下滑，10万以下、30万以上乘用车零售销量占比有所提升。2024年2月，10-15万、15-20万乘用车零售销量占比环比分别下降约2.2pct、1.3pct，预计与该价格区间的众多车型2月有较大的价格优惠、且降价后部分车型价格带有所下移有关，而2月5万以下、5-10万乘用车零售销量占比环比分别增长0.2pct、0.8pct。同时，2月30万以上高端车型的零售销量环比下滑较小，推动其零售销量环比分别增长2.0pct、0.4pct。

**图17：2月10-20万乘用车零售销量占比受降价潮等因素影响明显下滑，10万以下、30万以上乘用车零售销量占比有所提升**


数据来源：崔东树公众号、开源证券研究所

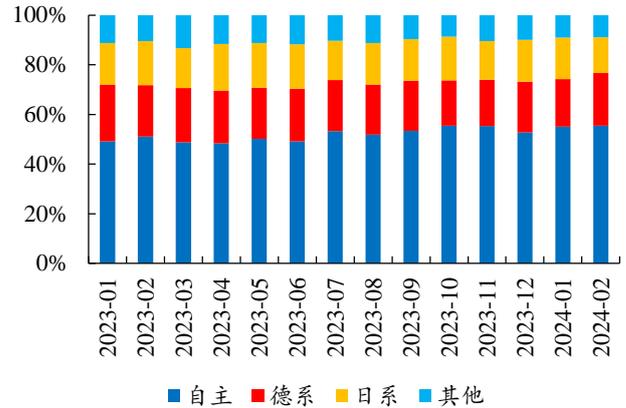
2月各国别乘用车销量普遍下滑，日系车销量下滑尤为明显。分车系看，2月各国别乘用车销量普遍下滑，其中自主品牌、德系乘用车销量表现相对较好。具体来看，2月自主品牌、德系、日系乘用车零售销量分别为61.14、23.46、15.85万辆，同比分别下降13.8%、18.2%、35.7%，环比分别下降45.3%、40.0%、53.4%，进而导致日系车零售销量占比环比下降2.3pct，而自主品牌、德系乘用车零售销量占比环比分别提升0.4、2.1pct。以轩逸为代表，日系车凭借驾乘舒适性、省油等方面的优势，为消费者提供性价比相对较高的选择，长期以来在国内乘用车市场比较受青睐。但随着国内纯电、插混车型在新能源车时代全面崛起，尤其是在技术进步、规模效应等的作用下成本下探，叠加年初以来的自主新能源品牌降价潮，使得日系车性价比优势大幅下滑，轩逸等日系车目前正遭受比亚迪等品牌新能源车的冲击。

图18: 2月自主品牌乘用车零售销量61.14万辆, 同比下降13.8%, 环比下降45.4%



数据来源: 乘联会、开源证券研究所

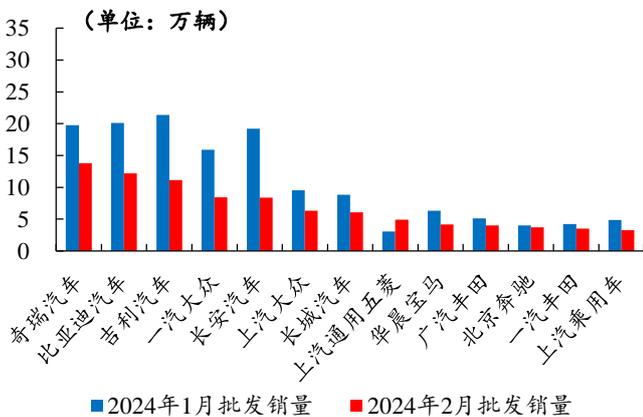
图19: 2月日系乘用车零售销量占比环比下降2.3pct, 而自主品牌、德系车占比环比分别提升0.4、2.1pct



数据来源: 乘联会、开源证券研究所

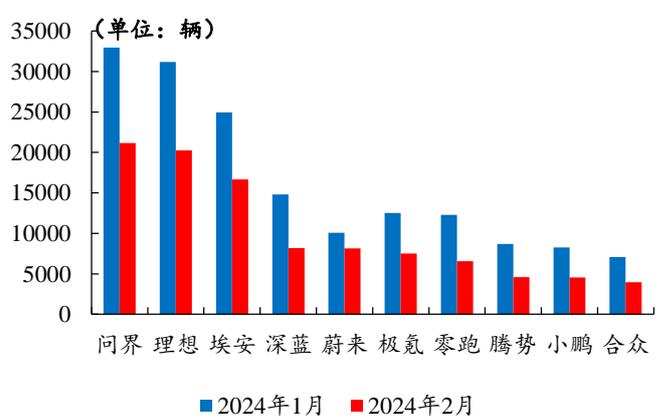
2月除五菱外乘用车厂商批发销量环比普遍下滑, 奇瑞、问界夺得乘用车行业、新势力销量冠军。分车企看, 2月受春节长假等因素影响, 乘用车消费需求提前释放, 除五菱外乘用车厂商批发销量环比普遍下滑, 与1月情况较为相似。具体而言, 受低基数影响, 五菱乘用车销量环比增长62.22%至4.94万辆; 头部车企销量下滑较为明显, 奇瑞、比亚迪、吉利、一汽大众、长安乘用车批发销量位居行业前5, 销量分别为13.78、12.17、11.14、8.41、8.36万辆, 但同时环比分别下滑30.19%、39.43%、47.82%、47.08%、56.49%, 预计与前期销量透支有关, 但随着上述车企推出较为明显的限时优惠, 预计销量有望恢复。同时, 合资车企销量下滑也较为明显, 其中上汽通用、东风本田、东风日产乘用车批发销量环比分别下滑62.50%、60.76%、58.69%, 自主新能源车的崛起及引领的降价潮正对合资燃油车企带来明显的冲击。新势力方面, 2月问界、理想乘用车批发销量分别为2.11、2.02万辆, 稳居行业前二。随着理想L系列2024款、问界M9等新车型的推出, 预计问界、理想在新势力中的销量地位将更加稳固。同时, 排名靠后的零跑、腾势、小鹏、合众2月乘用车批发销量环比分别下滑46.52%、47.03%、44.91%、44.05%, 下滑程度更为明显, 急需提振销量, 比如小鹏拟推出10-15万区间的走量车型品牌, 否则在降价潮的背景下, 缺乏规模效应会导致利润空间进一步受到挤压, 面临被淘汰的风险。

图20: 2月除五菱外乘用车厂商批发销量环比普遍下滑, 奇瑞夺得乘用车行业销量冠军



数据来源: 乘联会、开源证券研究所

图21: 2月新势力乘用车批发销量环比普遍下滑, 问界、理想乘用车销量稳居行业前二

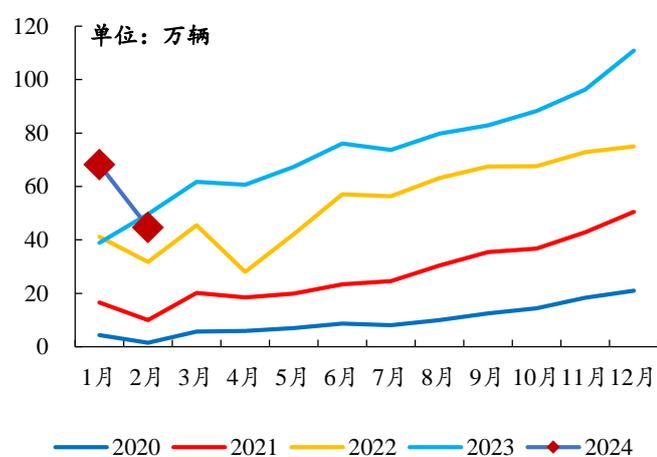


数据来源: Wind、开源证券研究所

## 2.2、新能源：2月新能源车渗透率提升，插电混动车销量占比维持高位

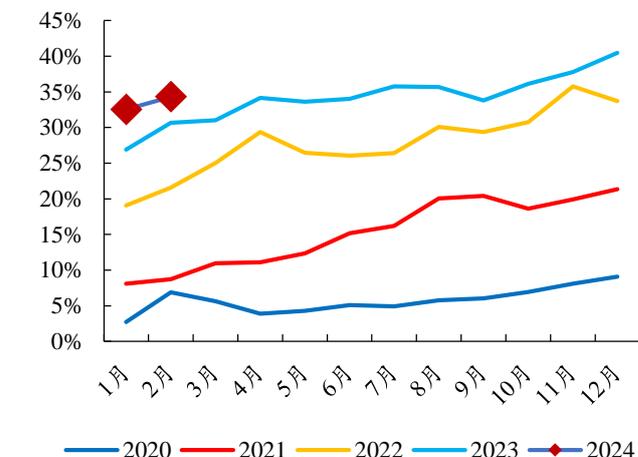
2月新能源乘用车批发销量渗透率为34.30%，同比提升3.63pct，环比提升1.77pct，预计与新能源车企的优惠政策对燃油车市场份额的抢占有关。2月，新能源乘用车批发销量为44.7万辆，同比下降9.9%，环比下降34.5%；渗透率为34.30%，同比提升3.63pct，环比提升1.77pct。2024年以来，受成本下探等因素推动，自主新能源乘用车品牌引领降价潮，2月该趋势得到延续。根据乘联会秘书长崔东树的数据，2月新能源乘用车综合促销幅度为9.4%，环比提升0.8pct，而传统乘用车综合促销幅度为18.1%，环比下降0.2pct。受限于成本因素及前期促销力度较大，目前传统乘用车的价格下探能力大幅下降，预计将受到新能源车的进一步冲击。

图22：2月新能源乘用车批发销量为44.7万辆，同比下降9.9%，环比下降34.5%



数据来源：乘联会、开源证券研究所

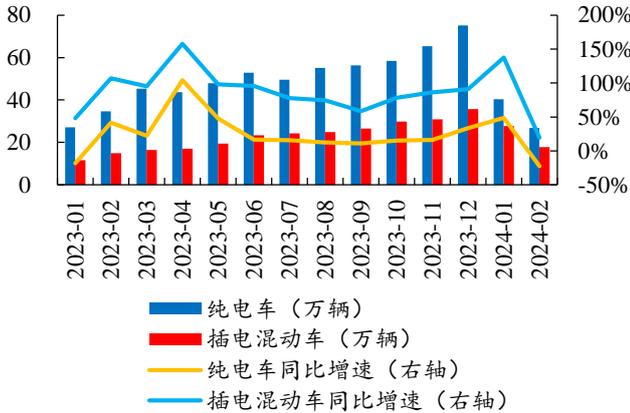
图23：2月新能源乘用车批发销量渗透率为34.30%，同比提升3.63pct，环比提升1.77pct



数据来源：乘联会、开源证券研究所

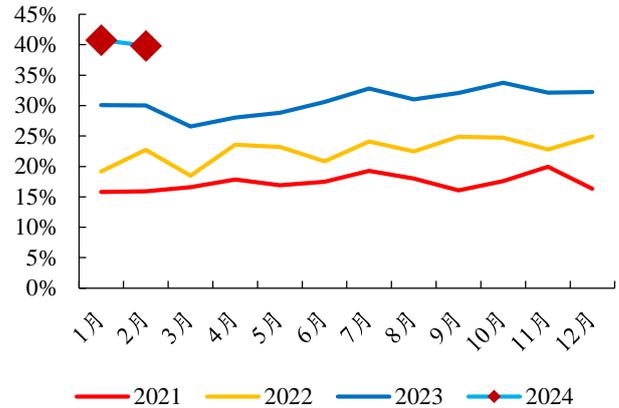
2月纯电车、插电混动车批发销量同比分别下降22.48%、增长19.46%，插电混动车批发销量占新能源车的比重为39.82%，同比增长9.78pct，维持相对高位。分类型看，2月纯电车、插电混动车销量同比分别下降22.48%、增长19.46%，环比分别下降33.42%、35.97%。占比方面，2月插电混动车批发销量占比39.82%，同比增长9.78pct，环比下降0.94pct，虽小有波动，但维持相对高位。目前来看，受续航能力及补能便捷性的影响，纯电车的市场份额正被插电混动车蚕食。反映到车企层面，目前采取“纯电+插混”技术路线的比亚迪、问界、理想等新能源车企业销量表现较为亮眼，车企2024年以来降价的车型中插电混动车(包含增程车型)的占比明显提升，而以蔚来、小鹏为代表的纯电技术路线车企销量表现则较不理想。

图24：2月纯电车、插电混动车批发销量同比分别下降22.48%、增长19.46%，环比分别下降33.42%、35.97%



数据来源：乘联会、开源证券研究所

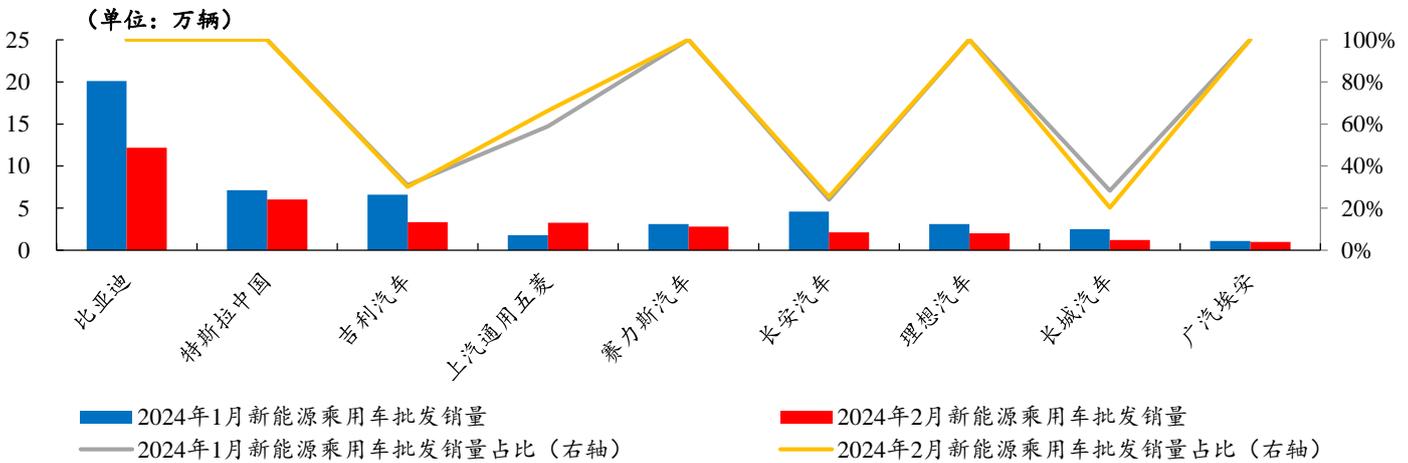
图25：2月插电混动车批发销量占比39.82%，同比增长9.78pct，环比下降0.94pct，维持相对高位



数据来源：乘联会、开源证券研究所

2月车企新能源乘用车批发销量环比普遍下滑，长安、长城、吉利环比下滑较为明显，五菱受低基数影响环比明显增长，赛力斯继续位列第5。分车企看，2月多数车企新能源乘用车销量环比下滑。比亚迪新能源乘用车销量环比下降39.43%至12.17万辆，但仍稳居行业第一；长安、长城、吉利环比下滑较为明显，环比分别下降54.05%、50.96%、49.10%。当然，仍有部分企业表现相对较好，其中受低基数影响，五菱新能源乘用车批发销量环比增长82.95%；赛力斯凭借问界系列的稳定销量继续位列新能源汽车行业第5。

图26：2月车企新能源乘用车批发销量环比普遍下滑，长安、长城、吉利环比下滑较为明显，赛力斯继续位列第5



数据来源：乘联会、公司公告、开源证券研究所

**2.2.1、本月重要事件：国资委：国有车企新能源汽车发展还不够快，拟单独考核三家央企；蔚来提出长寿命电池解决方案，目标是实现动力电池使用15年，同时保证电池寿命终止健康度不低于85%**

**行业新闻 1：国资委：国有车企新能源汽车发展还不够快，拟单独考核三家央企。** IT之家3月5日消息，据财联社报道，国务院国资委主任张玉卓表示，从国资监管来讲，主要是要激励企业大胆创新，破除一些影响高质量发展的体制机制障碍。比如新能源汽车，国有企业在这方面发展还不够快，国资委将会调整政策，对三家中央汽车企业进行新能源汽车业务的单独考核。一汽集团提出的2024年目标为自主品牌

销量必达 90 万辆，力争 100 万辆、自主与合资新能源汽车销量达到 50 万辆；长安汽车表示 2024 年将冲刺 280 万辆的销量目标，并到 2028 年共推出 30 余款新能源产品；东风汽车也提出力争达到 320 万辆的销量目标，通过与华为的合作，双方将推出满足客户“差异化需求”的产品。

**行业新闻 2：加强充电基础设施建设，缓解不能焦虑。**3 月 17 日，在中国电动汽车百人会论坛（2024）上，广汽埃安总经理古惠南表示目前补能基础设施得到高速发展，但补能焦虑依然没有得到缓解，甚至在加重，因为新能源汽车在增加，特别是混合动力车的崛起。插混车型本身续航里程较短，也去抢充电桩，值得注意。华为数字能源智能充电网络业务总裁刘大伟也表示，当前充电问题仍是制约新能源汽车发展的首要因素，如充电不方便、换电成本高、充电时间长等。刘大伟认为，建立以全液冷超快充为代表的高质量充电基础设施，是加速汽车电动化快速发展的关键路径，可有效解决用户购买新能源汽车对充电问题的顾虑，支撑新能源汽车的快速发展。此外，3 月 6 日，总理在汇报政府工作报告时也提出，新一年要加强农村的充电桩建设，此举有利于新能源车在农村地区的渗透。

**行业新闻 3：全国人大代表陈军：要让电动汽车充一次电就能跑 1000 公里以上。**财联社 3 月 8 日消息，全国人大代表、南开大学副校长、中国科学院院士陈军表示，其团队历时 30 多年，持续在电池领域进行科技创新攻关。目前，固态电池是各国竞相研发的重点。未来一到两年，要突破 600 瓦时/每公斤的固态电池研发，让电动汽车充一次电可跑一千公里以上，积极抢占动力电池和电动汽车未来发展的制高点。

**行业新闻 4：中科院院士欧阳明高：预计新能源汽车渗透率 2026 年将超过 50%，占市场主导地位。**财联社 2 月 27 日消息，中国科学院院士、中国电动汽车百人会副理事长欧阳明高表示，国内新能源汽车市场渗透率在 2026 年前将持续保持快速上升，至 2026 年占据市场主导地位。其中，2024 年渗透率 40%，2025 年 50%，2026 年超过 50%。至 2030 年，国内新能源汽车市场渗透率有望达到 70%。

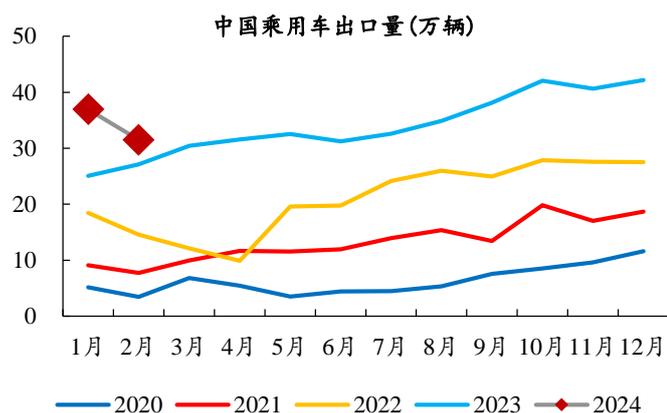
**公司新闻 1：蔚来提出长寿命电池解决方案，目标是实现动力电池使用 15 年，同时保证电池寿命终止健康度不低于 85%。**3 月 14 日，在蔚来长寿命电池战略沟通会上，蔚来提出长寿命电池解决方案，目标是实现动力电池使用 15 年，同时保证电池寿命终止健康度不低于 85%。蔚来与宁德时代现场就蔚来长寿命电池研发项目签署双方合作协议。蔚来此次推出的长寿命动力电池解决方案，是电池本征研发与换电运营创新的充分结合。作为全球最大的智能电动汽车换电网络运营商，蔚来已在全球市场建设和运营超过 2300 座换电站，提供超 4000 万次换电服务，还与长安、吉利、江淮、奇瑞等达成换电合作。据悉，通过换电运营，降低日常恶劣工况的影响是提升动力电池寿命的有效途径。蔚来在行业内首个建立全生命周期电池健康运营系统，实现对温度、强度、频度三大影响电池寿命工况全覆盖，基于对动力电池大数据的运营和调度，进一步提升换电体系动力电池寿命。

**公司新闻 2：为极狐谋长远发展，北汽蓝谷携手宁德时代和小米共建电芯工厂。**盖世汽车新能源公众号 3 月 14 日消息，日前，北汽蓝谷发布公告，拟与北汽产投、北京海纳川共同出资设立平台公司北汽海蓝芯能源科技(北京)有限公司。合资公司成立后，将在北京投资建设电芯智能制造工厂。北汽蓝谷方面表示，本次对外投资有利于保障公司动力电池的稳定供应，推动动力电池新产品、新技术优先在公司的整车产品上搭载应用，有利于提升公司产品的市场竞争力。

## 2.3、出口：2月乘用车出口同比增长态势延续，新能源车出口小幅下滑

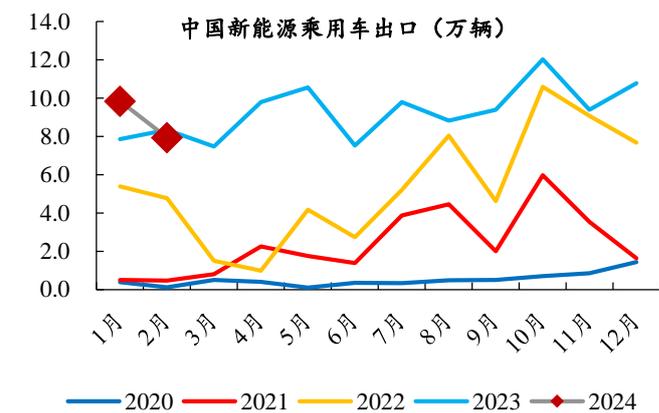
2月我国乘用车出口量31.5万辆，同比增长态势延续，新能源乘用车出口受欧美等电动化进程放缓等短期因素影响小幅下滑，但长期看好。2月中国乘用车出口31.5万辆，同比增长16.2%，延续同比增长态势，环比下降14.7%。新能源车出口方面，受欧美等短期电动化进程放缓等因素影响，2月中国新能源乘用车出口7.9万辆，同比下降4.9%，环比下降19.3%。但欧美短期放缓电动化进程或受其新能源车产品成本相对较高、相对缺乏竞争力等因素影响。长期来看，欧美地区均制定明确的碳中和发展目标，而发展新能源车是其中的关键举措之一，因此欧美地区新能源车渗透率提升仍为大势所趋。而我国新能源车产品由于电动智能化技术水平相对领先，规模效应、供应链优势下生产成本相对较低（2023年我国5万以下、5-10万、10-15万的乘用车中纯电动车零售占比分别为76.6%、28.5%、19.0%，而大众首席执行官Oliver Blume此前曾表示大众在2030年前将无法生产出价格在2万欧元以下的电动汽车），因此在国际市场上仍具备一定的产品力及性价比优势，我国新能源乘用车出口长期依然向好。车企方面，2月特斯拉中国、比亚迪新能源乘用车出口量较为领先。

图27：2月中国乘用车出口31.5万辆，同比增长16.2%，环比下降14.7%



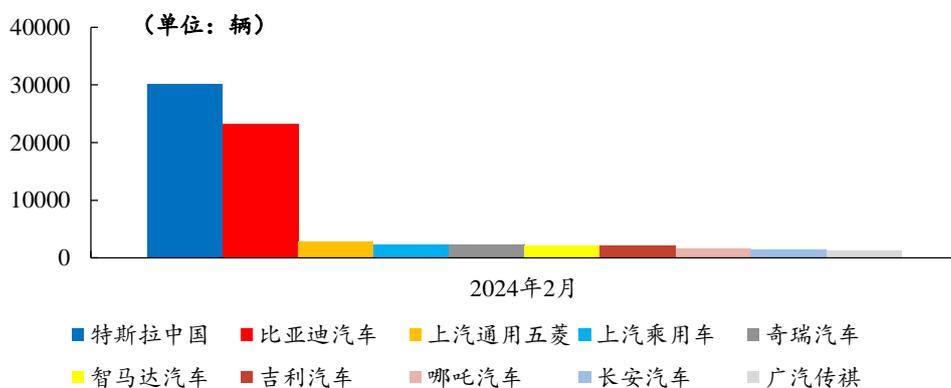
数据来源：中汽协、开源证券研究所

图28：2月中国新能源乘用车出口7.9万辆，同比下降4.9%，环比下降19.3%



数据来源：中汽协、开源证券研究所

图29：新能源乘用车出口方面，2月特斯拉中国、比亚迪较为领先



数据来源：乘联会、开源证券研究所

### 2.3.1、本月重要事件：欧美车企从未停止电动化；比亚迪 2024 年将在墨西哥选址建厂，计划到 2025 年将在欧洲电动汽车市场的市场份额增加两倍

**行业新闻 1：Gartner 预计由于一体化压铸等新的制造技术以及电池成本的降低，到 2027 年电动汽车的制造成本将低于内燃机汽车。**盖世汽车 3 月 13 日消息，电池成本正在下降，但由于一体化压铸等创新技术的出现，电动汽车的生产成本将下降得更快。Gartner 研究副总裁 Pedro Pacheco 表示，仅一体化压铸技术就可以将白车身的成本降低至少 20%，其他降本可以通过使用电池包作为结构元件来实现。因此，Gartner 预计，由于新的制造技术和电池成本的降低，到 2027 年电动汽车的制造成本将低于内燃机汽车。

**行业新闻 2：欧美车企从未停止电动化。**IT 之家 3 月 10 日消息，据央视网报道，宁德时代董事长曾毓群在采访时表示，欧美车企没有回归燃油车，也没有停止电动汽车，可能是因为不赚钱，所以往后延迟一阵。长安汽车党委书记、董事长朱华荣也表示，欧美汽车巨头电动化对于中国车企来说，机遇大于挑战。欧美企业并非不想发展新能源汽车，而是在发展过程中面临成本等因素的挑战，恰好中国汽车业有自己的解决方案，若有需要的话，我们可以输出技术、零部件，这也是机遇。

**行业新闻 3：全国政协委员、吉利控股董事长李书福：建议建立汽车行业统一产品碳足迹管理体系。**财联社 3 月 1 日消息，全国政协委员、吉利控股集团董事长李书福表示，我国已成为全球最大的汽车产品出口国，且现阶段新能源汽车产品优势明显。为进一步扩大汽车产品的出口优势，应对欧美国家的碳贸易壁垒，汽车产品急需成为 2025 年出台碳足迹核算规则和标准的产品之一。基于此，李书福委员在 2024 年全国两会上提出“建立汽车行业统一的产品碳足迹管理体系，并推动汽车产品碳足迹的国际衔接互认。”

**行业新闻 4：中国 ADAS 出海，争夺新市场。**高工智能汽车公众号 3 月 5 日消息，随着新能源汽车尤其是智能汽车的出海加速，也在带动整车供应链中的本土供应商看到新的市场风口。短期内，配套中国自主品牌出海，是当务之急；中长期规划，则是真正进入海外本地市场，并争取配套外资车企供应链。目前，在国内市场，主要有几大阵营供应商正在布局海外市场。其中，（1）知行科技、依斯科技、寅家科技等，属于独立第三方供应商；（2）毫末智行、亿咖通、大卓智能、Momenta 等，属于国内自主品牌车企深度合作或体系内供应商。比如，Momenta 与比亚迪成立合资公司；（3）天瞳威视、Momenta 为代表的供应商，则背靠传统外资 Tier1 的股东支持，在出海赛道具备先天的本地化竞争优势。高工智能汽车研究院表示，目前在中国车企的出海赛道，中国本土和外资供应商都在争夺份额，前者侧重性价比、技术迭代速度，后者则是仰仗海外的研发、制造和产业链资源。

**公司新闻 1：比亚迪 2024 年将在墨西哥选址建厂，计划到 2025 年将在欧洲电动汽车市场的市场份额增加两倍。**IT 之家 2 月 29 日消息，比亚迪正在墨西哥寻找地点设立工厂，预计将在 2024 年年底前选址建设该工厂，产能将达到年产 15 万辆汽车。同时，IT 之家 3 月 13 日消息，比亚迪欧洲区负责人 Michael Shu 表示，比计划到 2025 年将其在欧洲电动汽车市场的份额增加两倍。比亚迪正在了解欧洲人如何看待比亚迪的科技、产品和服务。比亚迪的目标是在匈牙利工厂（2026 年之前开始生产，一期年产能 15 万辆，并最终具备将产量翻一番至 30 万辆的能力）开始生产之前，就将自己在欧洲的电动汽车销量份额提高到 5%。而一旦欧洲工厂开始生产，比亚迪将更接近客户，提供更快的交付速度，人们也会更加信任公司。

**公司新闻 2: 上汽集团: 智己 L7 和 LS7 2024 年进军墨西哥、中东、南美、东南亚市场。**IT 之家 2 月 26 日消息, 智己汽车发布出海战略, 将依托上汽集团强大的海外营销网络、成熟的经营管理模式和良好的国际合作关系, 朝着更广阔的全球市场“扬帆启航”: 2024 年, L7 和 LS7 将进军墨西哥、中东、南美、东南亚市场; 2025 年, LS6 和 L6 将进军全球。

**公司新闻 3: 极氪汽车宣布进入菲律宾市场, 极氪 001/X 预计 2024Q2 开启预售并交付。**IT 之家 3 月 5 日消息, 极氪汽车与 Autohub 集团在杭州正式签署合作协议, 宣布进入菲律宾市场。极氪宣布将携手 Autohub 致力领航当地高端纯电市场, 极氪 001 和极氪 X 预计在 2024Q2 开启预售并实现交付。同时, 极氪 2023 年 12 月宣布在欧洲市场开启交付。按照规划, 2024 年极氪将在欧洲市场增至 6 个国家, 2025 年进入 8 个国家, 2026 年覆盖西欧大部分核心国家。

**公司新闻 4: 哪吒积极布局泰国市场。**3 月 14 日, 哪吒汽车 CEO 张勇表示哪吒将于 2024 年 6 月向泰国市场增加投放 Neta X 车型。而就在 3 月 13 日, 哪吒汽车宣布公司在泰国市场本地化取得关键进展: 哪吒汽车泰国公司获得泰国政府 185 证书认证。由此, 哪吒汽车在泰国的 KD 工厂正式开始规模化生产。哪吒汽车还在泰国成立技术合资公司, 建立研发数据中心, 并在国内和泰国进行数字化同步研发。在人才本地化方面, 哪吒汽车的技术团队和管理团队大多也采用大量泰国本地人才。此外, 哪吒在泰国选择自己直接对接经销商。目前, 哪吒泰国团队有 30 多名成员, 负责销售与营销。泰国前五大经销商, 哪吒已经谈妥 3 家。2023 年 10 月, 哪吒汽车副总裁周江发布出海计划: 计划到 2024 年, 建成 500 家海外销售网点, 覆盖 50 个国家和地区, 实现海外销量 10 万辆。

### 3、智能化: 政府工作报告: 巩固扩大智能网联新能源汽车等产业领先优势, 提振智能网联新能源汽车等大宗消费

#### 3.1、政策端: 政府工作报告: 巩固扩大智能网联新能源车等产业领先优势, 提振智能网联新能源车等大宗消费

**政策新闻 1: 政府工作报告: 巩固扩大智能网联新能源汽车等产业领先优势, 提振智能网联新能源汽车等大宗消费。**3 月 5 日, 国务院总理李强作政府工作报告。在介绍 2024 年重点工作时, 分别在培育新兴产业和未来产业、促进消费稳定增长中 2 次提到汽车: (1) 积极培育新兴产业和未来产业。巩固扩大智能网联新能源汽车等产业领先优势, 加快前沿新兴氢能等产业发展, 积极打造低空经济等新增长引擎; (2) 稳定和扩大传统消费, 鼓励和推动消费品以旧换新, 提振智能网联新能源汽车、电子产品等大宗消费。

**政策新闻 2: 北京经开区王磊: 北京 4.0 版高级别自动驾驶示范区将覆盖四至六环, 地方性智能网联汽车立法或于 2024 年年内发布。**财联社 3 月 15 日消息, 目前, 北京高级别自动驾驶示范区累计为 29 家测试车企发放道路测试的牌照, 自动驾驶测试的里程超过 2500 万公里。至 2024 年 6 月, 示范区覆盖范围将进一步由目前的 160 平方公里拓展至覆盖通州、顺义的 600 平方公里。同时, 北京市已在制定 4.0 阶段规划, 初步考虑覆盖北京四环至六环之间的平原新城大部分面积, 以形成全面商业化落地的基础条件。此外, 北京市也在积极开展地方性智能网联汽车立法的先行探索, 希望 2024 年能够发布。

## 3.2、行业端：2月乘用车市场城市 NOA 渗透率提升至约 2.7%，新势力城市 NOA 渗透率提升至约 16.9%

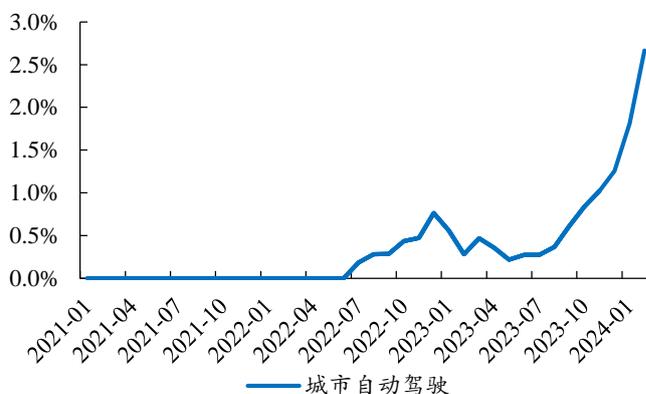
2月乘用车市场城市级自动驾驶渗透率提升至约 2.7%，新势力城市级自动驾驶渗透率提升至约 16.9%，遥遥领先传统车企。2月，问界新 M7 等品牌车型销量稳健，但乘用车市场整体销量环比大幅下滑，导致乘用车市场城市自动驾驶渗透率提升至约 2.7%，其中新势力城市 NOA 功能渗透率提升至约 16.9%，遥遥领先传统车企。2024 年，随着 L3 级智驾试点工作的继续推进以及车企端持续推进城市 NOA 功能技术升级，可用、好用、安全的智能驾驶功能正离我们越来越近。广汽埃安总经理古惠南在 2024 电动汽车百人会上便表示，2024 年预计是 L3 级智驾的重要拐点，不论国家产业政策是否出台，相关的硬件和软件端技术都会去满足 L3 级智能驾驶在 2024 年诞生。此外，鉴于当前华为系、小鹏等车企城市 NOA 方案均搭载激光雷达以提供安全冗余，因此 2 月激光雷达渗透率提升至约 4.4%。

图30：2月，乘用车市场高速 NOA 渗透率约达 6.7%



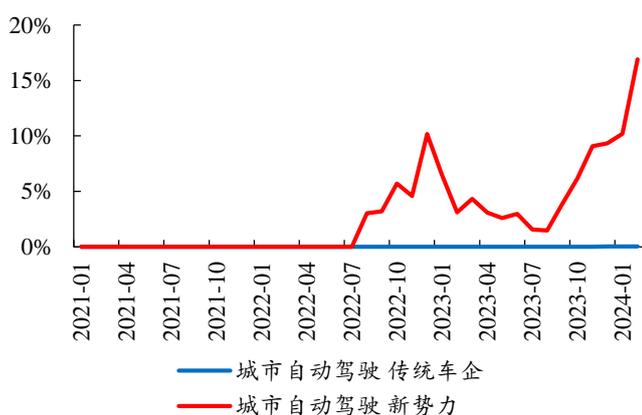
数据来源：乘联会、汽车之家、开源证券研究所

图31：2月，乘用车市场城市 NOA 渗透率约达 2.7%



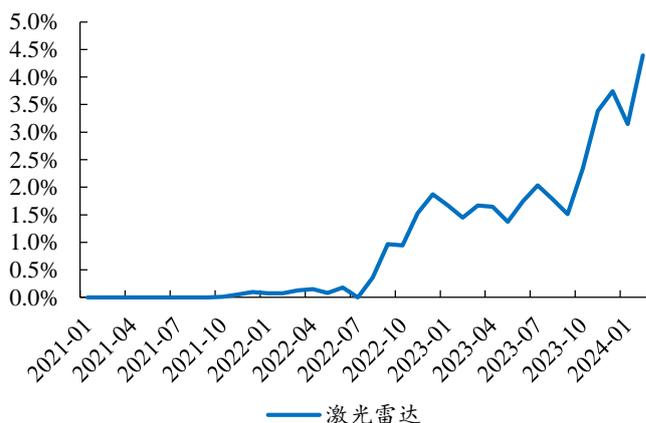
数据来源：乘联会、汽车之家、开源证券研究所

图32：2月，新势力城市 NOA 渗透率约达 16.9%



数据来源：乘联会、汽车之家、开源证券研究所

图33：2月，激光雷达渗透率提升至约 4.4%



数据来源：乘联会、汽车之家、开源证券研究所

### 3.3、车企端：问界 M9 将新增无图城区 NCA 功能；小鹏推送无限 XNGP 功能；特斯拉 FSD 12.3 Beta 推送，马斯克称其为“重大发布”

车企端继续推进城市 NOA 功能开城，2 月理想 AD MAX 3.0 已覆盖全国高速、城市环线和超过 110 个城市城区道路；极越 PPA 已覆盖北京、上海、杭州和深圳 4 个城市，计划在 2024 年覆盖 200 个国内城市；广汽城市 NDA 功能将在 3 月底正式开城。目前，智能驾驶成为消费者买车的重要考量因素，推动车企加速布局智能驾驶相关业务。其中从最新进展来看，理想 AD MAX 3.0 已对所有 AD Max 用户开通“高速+城市”全场景智能驾驶 NOA，覆盖全国高速、城市环线和超过 110 个城市城区道路；极越 PPA 已经对北京、上海、杭州和深圳 4 个城市的城区实现覆盖，计划在 2024 年覆盖到 200 个国内城市；广汽城市 NDA 功能将在 3 月底正式开城，而原计划是在 4 月实现开城，进展相对提前。

**表4：理想 AD MAX 3.0 智驾系统覆盖全国高速、城市环线和超过 110 个城市城区道路；极越 PPA 已覆盖北京、上海、杭州和深圳 4 个城市，计划在 2024 年覆盖到 200 个国内城市；广汽城市 NDA 功能将在 3 月底正式开城**

车企	城市 NOA 进展及规划
小鹏	2024 年 1 月新增覆盖 191 座城市，总覆盖城市数量达到 243 城；小鹏 XNGP 开城最短的只用 1-2 天的时间，在 2024 年完成全国有所区域的城市高阶智驾覆盖
理想	AD MAX 3.0 智驾系统已对所有 AD Max 用户开通“高速+城市”全场景智能驾驶 NOA，覆盖全国高速、城市环线和超过 110 个城市城区道路
蔚来	截止 2 月 1 日零点，蔚来全域领航辅助（NOP+）城区道路累计验证里程达到 651640 公里（不含城市快速路），实现汇路成网城市新增 398 座，总数达到 606 城
零跑	希望 2024 年下半年推出，在积极筹备中
比亚迪	腾势 N7/仰望 U8 将于 2024Q1/2024Q3 分别搭载
智己	2024 年 1 月 23 日，上海地区主城区率先开放；2024Q1 开启城市通勤模式先行版的全国范围公测；2024 年 6 月将推出无图城市 NOA，加速开城；2024 年内，将实现通勤模式百城齐开；
吉利	银河智驾 2.0“城市通勤 NOA”智驾方案将于在 2024 年内陆续开通各项功能
极越	PPA 已经对北京、上海、杭州和深圳 4 个城市的城区实现覆盖，计划在 2024 年覆盖到 200 个国内城市
阿维塔	2024 年 2 月 4 日，阿维塔科技宣布即日起对阿维塔 12 全量用户开启不依赖高精地图的城区 NCA
奇瑞	2023 年 8 月 3 日，捷途城市 NOA 开启媒体公测；2025 年预计推出城区 NOA
智界	搭载华为 ADS 2.0
问界	2024 年 2 月 1 日起，无图城市 NCA 将向所有订阅 ADS 2.0 高阶功能包的问界 M5/M7 智驾版车型陆续推送
极狐	2024Q1，阿尔法 S 先行版面向所有订阅 ADS2.0 高阶功能包的先行版智驾版车型，陆续免费推送 ADS 2.0 版本
长城	2024 Q1 城市 NOH 会先在魏牌蓝山的车型上量产落地；NOH 首批开放的城市包括北京、上海、保定，后续会陆续拓展到其他一线城市；预计在 2024 年将城市 NOH 拓展至百城
哪吒	NETA Pilot4.0 专属的城市领航辅助驾驶预计将于 2024 年上半年推送
广汽	城市 NDA 功能将在 3 月底正式开城

资料来源：小鹏汽车公众号等、开源证券研究所

#### 3.3.1、本月重要事件：问界 M9 将新增无图城区 NCA 功能；小鹏推送无限 XNGP 功能；特斯拉 FSD 12.3 Beta 推送，马斯克称其为“重大发布”

**公司新闻 1：问界全系车型 3 月将迎来 OTA 升级，M9 将新增无图城区智驾领航辅助功能。**IT 之家 3 月 12 日消息，问界官方公布 3 月问界全系车型 OTA 升级预告，在公测结束及版本评估通过后，启动大规模版本推送。新增功能方面，问界 M9 新增不依赖高精地图的城区智驾领航辅助功能、城区 LCC Plus、代客泊车辅助等功能，问界 M5/M7 智驾版新增 NCA 支持自动匹配道路限速、遥控泊车、等功能。

**公司新闻 2: 江淮×华为“智选车”超级工厂项目公示, 抢占国内高端市场。** IT之家3月4日消息, 安徽省生态环境厅日前公示《江淮年产20万辆中高端智能纯电动乘用车建设项目环境影响报告书》。项目规划年产20万辆纯电动(含增程式)乘用车, 产品主要为中大型纯电DE、X6平台产品, 包括C级轿车、B级轿车、A+级SUV、B级SUV及MPV车型。其中X6纯电平台为豪华新能源平台, 覆盖车型级别为中大型MPV车型, 通过华为智能技术赋能, 积极抢占国内高端市场, 规划年产能3.5万辆。IT之家此前报道, 江淮汽车曾宣布, 已于2023年与华为开展全面战略合作, 着力打造豪华智能网联电动汽车, 预计2025年上市。

**公司新闻 3: 阿维塔 11 开启不依赖高精地图高阶智驾尝鲜招募。** IT之家3月1日消息, 阿维塔官方宣布面向阿维塔 11 车主开放不依赖高精地图的高阶智驾测试招募, 全国公路都能开, 全城道路都能开, 此次招募仅限200人。

**公司新闻 4: 小鹏汽车推送无限 XNGP 智能辅助驾驶功能。** 2月29日, 小鹏汽车宣布将面向智驾经验用户即刻推送“无限 XNGP 智能辅助驾驶”功能, 不限城市、不限路线, 有导航的地方就能使用。同时, 小鹏官方表示, 除了向熟悉智驾边界的智驾经验用户推送无限 XNGP 外, 基于四次以上官方安全测试的全量开放路线和城市也在持续增加中。此外, 小鹏 XNGP 在没有高精地图的区域, 通过“导航地图+XNet 感知能力+行驶策略”, 使无图区域的功能表现无限接近有高精地图区域。

**公司新闻 5: 何小鹏: 将推出全新品牌进军 10-15 万元级全球市场, 打造年轻人第一台 AI 智驾汽车。** 3月16日, 小鹏汽车宣布正式进军10-15万元A级车全球市场, 并将很快推出全新品牌。据了解, 该新品牌致力于打造“年轻人的第一台 AI 智驾汽车”, 未来将陆续推出多款具备不同等级智驾能力的新车型, 包括将高阶智驾能力带到10-15万元A级车市场。何小鹏表示, 新能源汽车的下一个十年将是智能化的十年。目前智能驾驶平均每百公里需要人为接管10次, 未来应该降低至少于1次, 高阶智驾的拐点预计未来18个月内将会到来。2024年, 小鹏将开展“以智驾为核心的 AI 技术”升级, 计划年度智能研发投入达35亿元, 并新招募4000人。此外, 2024Q2 小鹏还将兑现2023年“1024科技日”提出的让“AI大模型上车”的承诺。

**公司新闻 6: 蔚来“全国都能开”智能驾驶开启先锋领航用户招募。** IT之家3月1日消息, 蔚来汽车宣布正式开启无限模式的先锋领航用户招募, 首批100人。蔚来智能驾驶产品与体验负责人 Harry 介绍称, 激活无限模式后, 全域领航辅助可以在全国范围几乎所有道路使用(有特殊管控措施的极个别道路例外)。

**公司新闻 7: 极氪 001 车型高速 NXP 辅助驾驶新开通长沙、沈阳等 6 座城市, 3 月底覆盖 60 城。** IT之家3月1日消息, 极氪日前宣布, 3月1日起, 长沙、沈阳、武汉、西安、郑州、厦门6城将解锁极氪高速NXP服务。3月底, 极氪001高速NXP将覆盖60座城市; 2024Q2内, 覆盖全国90%以上的地级市。IT之家3月6日消息, 极氪009新老车主可0元升级ZEEKR AD完全智能驾驶辅助系统, 终身免费使用, 此前该服务的价格为35000元。目前, 极氪009已开通NXP高速自主领航辅助功能。同时, IT之家3月7日消息, 3月31日前下定全新极氪001的用户可0元开通ZAD完全智能辅助驾驶系统, 包含高速NXP、城市NXP, 所有智驾功能终身免费。

**公司新闻 8: 极越汽车获得 L3 自动驾驶测试牌照, 纯视觉方案上车。** IT之家3月9日消息, 极越汽车日前宣布获得L3自动驾驶测试牌照, 提供“纯视觉”高阶智驾方案, 据称即将“全国都能开”。根据官方规划, 2024年极越城区PPA智驾“全国都能开”高速高架100%覆盖。其中, 2023年已覆盖全国超400000公里道路, 已开通

上海、北京、深圳、杭州四城城区 PPA 智驾，已覆盖全国 90% 高速高架。

**公司新闻 9：大疆车载发布“成行平台”高算力配置：无高精地图依赖、无激光雷达依赖。** IT 之家 3 月 17 日消息，大疆车载在已大量量产的“7V+32TOPS”基础版配置上，推出“7V+100TOPS”及“10V+100TOPS”两个配置，可以实现“无高精地图依赖、无激光雷达依赖”的城市领航等功能。以上三个配置 2024 年均有新款量产车落地，为“成行平台”全面覆盖市面主流 8-25 万多种动力车型提供支撑。其中

- (1) “7V+32TOPS”配置从 2024 年开始将慢慢实现 8~15 万级别、最低 8 万元车型即可具备好用的高阶智能驾驶功能；
- (2) “7V+100TOPS”，有望让 15 万元级别的乘用车全面标配全国都能开的城市领航功能；
- (3) 大疆还首次曝光在更高级智能驾驶层面的探索成果“惯导三目及激光雷达总成”。随着大疆车载“激目”系统的成熟，将在 2025 年开始上车，2026 年左右与 L3 异构域控制器组合配置，有望把 L3 等级自动驾驶能力下放至 25 万左右级别的车型上。

**公司新闻 10：消息称特斯拉 FSD Beta 辅助驾驶功能 2025 年登陆欧洲，FSD12.3Beta 推送、马斯克称其为“重大发布”。** IT 之家 3 月 7 日消息，欧盟已经在刚刚举行的世界车辆法规协调论坛（WP.29）上通过新规，确认特斯拉 FSD 欧洲版将于 2025 年登陆欧洲市场。特斯拉 FSD Beta 测试版可能会从 2024 年 10 月开始在欧盟部分地区进行测试。目前 FSD 仅在北美地区有 Beta 版，美国售价为 1.5 万美元。同时，IT 之家 3 月 13 日消息，特斯拉已经开始推送最新的 FSD V12 测试版软件更新（V12.3）。马斯克称其是“重大发布”。FSD V12 引入端到端神经网络，这意味着汽车操控逻辑现在已经交由神经网络处理，而不是由程序员编写的代码。马斯克称 FSD Beta 的发展非常迅速，未来其安全性将远远超过人类驾驶员，达到 10 倍的安全性水平。

### 3.3.2、2 月重要 OTA：问界系列车型升级全国都能开的城区 NCA；极越 OCC 占用网络“上车”；极氪 001 FR、星纪元 ES、零跑 C11 新增高速领航辅助驾驶功能

**2 月问界系列车型升级全国都能开的城区 NCA；极越 OCC 占用网络“上车”；极氪 001 FR、星纪元 ES、零跑 C11 新增高速领航辅助驾驶功能。** 2 月，问界、极越、极氪、星途、零跑等品牌发布重要功能 OTA 升级，主要包括：(1) 问界系列车型升级全国都能开的城区 NCA 功能；(2) 极越 01 OCC 占用网络“上车”，是国内第一个实现“纯视觉”技术方案量产的智能汽车，且极越城市 PPA 已跑通上海、北京、深圳、杭州 4 个城市的主要城市道路；(3) 极氪 001 FR 莱科宁模式提供 NZP 高速自主领航辅助、APA 自动泊车辅助功能；(4) 星纪元 ES OTA 升级，提供 NEP 高速领航辅助驾驶、APA 自动泊车辅助功能，其中 NEP 上线即可实现全国高速道路全覆盖；(5) 零跑 C11 新增高精地图覆盖的部分路段内的 NAP 高速智能领航功能。

**表5：问界系列车型升级全国都能开的城区 NCA；极越 OCC 占用网络“上车”；极氪 001 FR、星纪元 ES、零跑 C11 新增高速领航辅助驾驶功能**

品牌	OTA 时间	OTA 版本	OTA 重要功能
仰望	2 月 1 日	V1.3.0	仰望 U8 OTA 近距代客泊车功能：(1)下车落锁即走：下车后 U8 全程自主驾驶寻径，直至完成泊车入位；(2)随时中断取物：开启泊车后如有车内取物等需求，可通过解锁车辆暂停泊车
理想	2 月 3 日	V5.0.4	理想 L 系列车型 AEB 再升级，AD Max 3.0 AEB 误触发率大于 30 万公里/次
腾势	2 月 4 日	Denza-2024.2.4	腾势 D9(1)AEB 自动紧急制动性能优化，触发更精准；(2)开启交互式变道辅助 LCA 功能时 ICC 智能领航功能同步开启，操作步骤优化一步；(3)IPA 智能泊车辅助报警距离显示优化，优化智能泊车报警触发频次，减少无效报警提示
问界	2 月 2 日	V3.3.8.5&V3.3.8.9	AITO 系列车型 OTA 升级：(1)升级全国都能开的城区 NCA；(2)前向、侧向主动安全再升级；(3)升级车道巡航辅助增强(LCC Plus),车道巡航能力再进化；(4)智能匹配车流速度行驶，调整

品牌	OTA 时间	OTA 版本	OTA 重要功能
			限速“不掉队”；(5)升级 ADS 3D 视图，特种车辆轻松认；(6)新增智驾状态岛，轻松了解智驾意图；(7)新增通行能力增强功能,智能避障效率更高；(8)升级代客泊车辅助(AVP),停得好更省心；(9)升级智能泊车辅助(APA)，泊车效率提升 10%+；(10)新增华为智驾 App,智驾/人驾导航路线合并显示；(11)小艺智慧加油，免下车更便捷；(12)更多语音控制指令听音乐
极越	2 月 23 日	V1.3.1	极越 01 OCC 占用网络“上车”，是国内第一个实现“纯视觉”技术方案量产的智能汽车。极越纯视觉高阶智驾可用范围行业领先，PPA 智驾已覆盖全国超 40 万公里道路，全国 90% 的高速高架都可使用高速 PPA,城市 PPA 已跑通上海、北京、深圳、杭州 4 个城市的主要城市道路
吉利	2 月 24 日	Geely-2024.2.24	银河 L7 OTA 升级：(1)APA 全自动泊车辅助系统：支持全自动泊出/泊入多种车位；(2)RPA 遥控泊车辅助系统：下车后远程一键遥控泊出/泊入车位
极氪	2 月 27 日	ZEEKR 001 FR OS 6.0	极氪 001 FR 莱科宁模式重磅上线，提供 NXP 高速自主领航辅助、APA 自动泊车辅助、LCC+ 增强版车道居中辅助功能
	2 月 28 日	ZEEKR OS 5.1	极氪 X OS 5.1 将于正式开启推送：(1)新增 RSPA 遥控直入直出泊车；(2)新增越野模式(四驱专属)：可智能提供更好的扭矩分配和限滑方案，提升爬坡与脱困能力
星途	2 月 24 日	EXEED OS 1.1.0	星纪元 ES 首次大规模 OTA 升级，重点是高阶智能驾驶功能，包括 NEP 高速领航辅助驾驶、APA 自动泊车辅助（针对 MAX 长续航选装 NEP 高速领航智驾包车型、Ultra 车型）。其中 NEP 高速领航辅助驾驶上线即可实现全国高速公路全覆盖
	2 月 29 日	EXEED-2024.2.29	揽月 NOC 自动领航（城快路+高速公路）新增车道保持、ACC 自适应巡航、自主变道功能
零跑	2 月 29 日	LeapOs 1.23.89	零跑 C11 新增 NAP 高速智能领航功能，在高精地图覆盖的部分路段内，系统支持车辆根据导航路径规划自动调整车速、智能变换车道、进出匝道及合入主路等

资料来源：仰望汽车公众号等、开源证券研究所

## 4、享界 S9 受华为智选模式深度赋能，理想 L6 传承家族式设计基因

### 4.1、享界 S9：定位纯电动 C 级行政轿车，受华为智选模式深度赋能

享界 S9 定位 C 级行政轿车，整体风格延续华为家族式设计。3 月 13 日，享界 S9 亮相工信部新车申报目录，定位为纯电动 C 级行政轿车。新车长、宽、高分别为 5160、1987、1486/1498mm，轴距为 2651/3050mm，尺寸上比华为合作的首款轿车智界 S7（长、宽、高分别为 4971、1963、1461-1477mm）略大。外观方面，享界 S9 与智界 S7 高度相似，拥有一致的流线型轮廓造型，沿用经典的贯穿式前脸大灯设计，搭载 Xpixel 智能大灯，同时为追求更大的空间、彰显行政级轿车更高的定位，享界 S9 对相同的设计元素进行放大版处理。

**图34：享界 S9 定位 C 级行政轿车，整体风格与智界 S7 高度相似**


资料来源：工信部

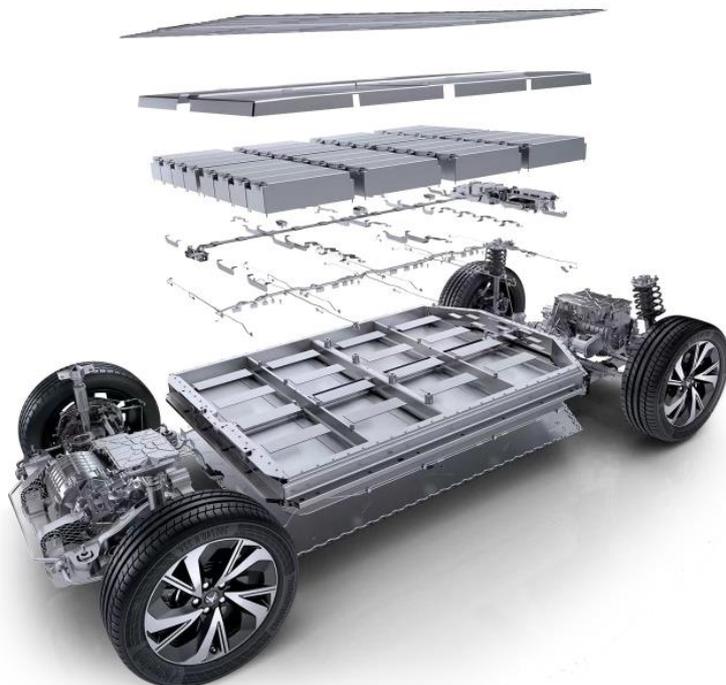
享界 S9 将基于全方位升级的 BE22 平台打造，成立电芯智能制造工厂有望保障动力电池供应稳定。享界 S9 搭载江苏时代生产的动力电池，采用华为提供的电机，提供单电机和双电机两种版本：（1）单电机版本最大功率为 227 千瓦；（2）双电机版本最大功率分别为 158 千瓦和 227 千瓦。享界 S9 将会基于全冗余平台 BE22 架构打造，并且北汽方面已经对其进行全方位升级。参照基于 BE21 平台打造的极狐品牌，安全性方面表现突出，侧面反映北汽在三电领域多年积累的技术实力。此外，北汽还与宁德时代、京能科技及小米汽车共同投资建设电芯智能制造工厂，有利于保障其动力电池的稳定供应，推动动力电池新产品、新技术优先在享界 S9 等产品上搭载应用。

**表6：享界 S9 提供单电机和双电机两种版本**

产品型号	BJ7000K714BEV	BJ7000K713BEV	BJ7000K715BEV
长（mm）	5160	5160	5160
宽（mm）	1987	1987	1987
高（mm）	1486	1498	1486
轴距（mm）	3050	3050	3050
燃料类型	纯电动	纯电动	纯电动
电池类型	江苏时代三元锂离子	江苏时代三元锂离子+磷酸铁锰锂	江苏时代三元锂离子
电机型号	华为 TZ210XYA03	华为 TZ210XYA03	华为 YS210XYA03/TZ210XYA03
电机峰值功率（kw）	227	227	158/227
最高车速（km/h）	214	214	214
电子外后视镜	选装	选装	选装

资料来源：工信部、开源证券研究所

图35: 极狐品牌基于 BE21 平台打造, 安全性方面表现突出, 侧面反映北汽在三电领域多年积累的技术实力



资料来源: 北汽蓝谷公司官网

华为智选模式深度赋能, 享界 S9 有望受益华为智能化技术、品牌力等。2023 年 8 月, 北汽蓝谷正式宣布与华为开展智选模式合作, 有望受益华为在智能化方面的技术优势和品牌影响力。例如, 享界 S9 搭载激光雷达, 参照华为 ADS 的硬件配置, 有望实现华为城区 NCA 等功能量产上车。同时, 享界 S9 可选装电子外后视镜, 提供更加智能化的驾驶体验。此外, 在智选模式的引领下, 华为在产品定义、渠道、品牌影响力等方面的优势将全方位赋能享界 S9, 有利于进一步提升北汽蓝谷的品牌形象。北汽蓝谷董秘赵冀此前就表示, 与华为智选合作的品牌定价将高于极狐品牌。

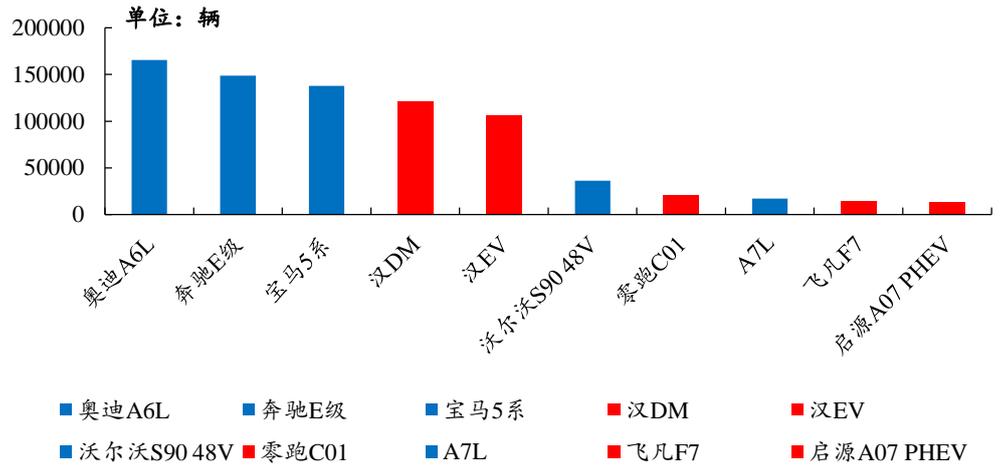
图36: 享界 S9 搭载激光雷达, 有望实现华为城区 NCA 等功能量产上车



资料来源: 工信部

享界 S9 有望冲击“56E”长期占领的 C 级轿车市场，并且还将积极进军海外市场。奥迪 A6L、宝马 5 系、奔驰 E 级等合资品牌燃油车长期以来占据 C 级轿车市场，是中大型豪华车的重要代表，而比亚迪汉作为自主新能源车型销量也较为领先。与“56E”相比，享界 S9 与其长轴版相当，并且获得华为智能化技术以及北汽三电技术实力赋能，有望在 C 级轿车市场获得成功。此外，北汽蓝谷表示，计划在 2024 年于亚洲和欧洲市场建立分销和服务网络，将享界 S9 推至海外市场，有望获得更广阔的空间。

**图37：2023 年，奥迪 A6L、宝马 5 系、奔驰 E 级等合资品牌燃油车销量在 C 级轿车市场领先**



数据来源：盖世汽车、开源证券研究所

#### 4.2、理想 L6 传承家族式设计基因，将首次进军 30 万以下市场

理想 L6 传承家族式设计基因，与 L7 高度相似，但在尺寸、电芯类型等方面有所减配。作为理想打造的全新中大型 SUV，理想 L6 传承家族设计基因，前脸造型与 L7/8/9 基本保持一致，上方是家族标志性的星环大灯，下方是远近光一体式大灯。尺寸方面，理想 L6 长、宽、高分别为 4925、1960、1735mm，轴距为 2920mm，相比理想 L7（长、宽、高分别为 5050、1995、1750mm，轴距为 3005mm）明显更小。动力方面，理想 L6 搭载 1.5T 四缸发动机作为增程系统，最大功率为 113 千瓦，搭载的是宁德时代/欣旺达的磷酸铁锂电池，而理想 L 系列其他车型搭载的均为三元锂电池。尺寸、电芯等方面的减配有利于降低整车的制造成本，从而为理想 L6 的价格下探奠定坚实的基础。座舱方面，理想标志性的冰箱、彩电、大沙发组合预计也将在理想 L6 上搭载，并且 2024 款理想 L 系列车型均已搭载 8295 座舱芯片，若理想 L6 搭载 8295 芯片，预计也将有非常好的座舱智能化体验。此外，理想 L 系列 Max、Ultra 车型均已搭载 AD Max 智驾系统，因此理想 L6 也有望实现城市 NOA 功能量产上车。

**表7：理想 L6 与 L7 高度相似，只是在尺寸、电芯类型等方面有所减配**

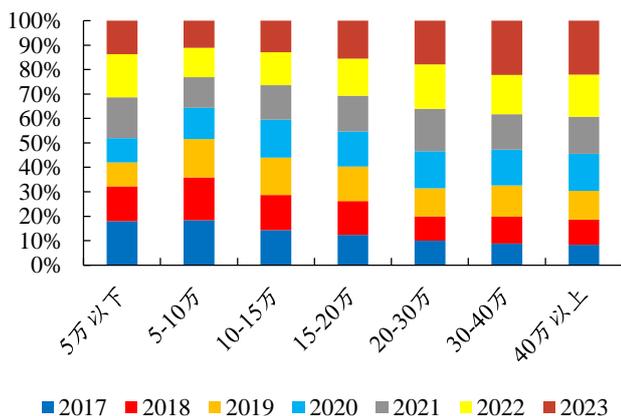
	理想 L6 2024 款 高配	理想 L7 2024 款 Ultra	理想 L8 2024 款 Ultra	理想 L9 2024 款 Ultra
售价	预计 30 万元以内	37.98 万	39.98 万	45.98 万
级别	中大型 SUV	中大型 SUV	中大型 SUV	大型 SUV
能源类型	增程式	增程式	增程式	增程式
长 (mm)	4925	5050	5080	5218
宽 (mm)	1960	1995	1995	1998
高 (mm)	1735	1750	1800	1800

	理想 L6 2024 款 高配	理想 L7 2024 款 Ultra	理想 L8 2024 款 Ultra	理想 L9 2024 款 Ultra
轴距 (mm)	2920	3005	3005	3105
最高车速 (km/h)	180	180	180	180
座位数	5	5	6	6
电池类型	磷酸铁锂电池	三元锂电池	三元锂电池	三元锂电池
电芯品牌	宁德时代	宁德时代	宁德时代	宁德时代

资料来源：汽车之家、IT之家官网、开源证券研究所

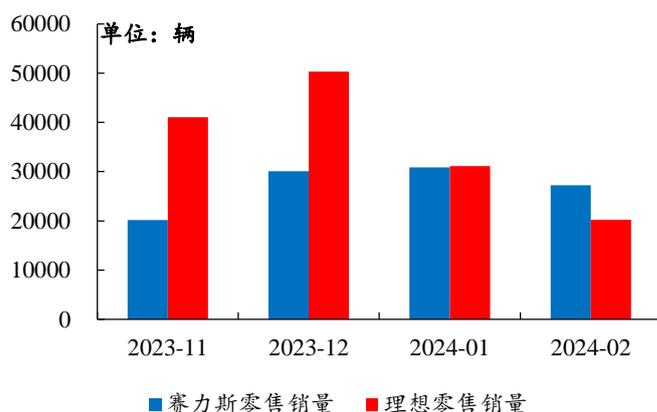
向 20-30 万价格带的更广阔乘用车市场进军，来自问界新 M7 的竞争压力或加速理想 L6 的推出。理想汽车高级副总裁邹良军表示，L6 将于 4 月正式上市，将是理想首款 30 万以下的车型。20-30 万价格带的乘用车市场相比 30 万以上的乘用车市场空间更为广阔，为理想 L6 奠定坚实的销量基础。根据乘联会秘书长崔东树的数据，2023 年 20-30 万/30-40 万/40 万以上乘用车零售销量的占比分别为 15.9%、11.0%、3.2%。因此，邹良军表示理想的目标是使 L6 月销量达到 3 万辆，成为 L 系列新的重要增长点。同时，问界新 M7 发布以来销售表现突出，2024 年前 2 月更是超越理想成为新势力销量冠军。面对来自问界的竞争，除原有的 L 系列车型保价增配外，推出价位更低的 L6 车型或许也是理想应对竞争的重要手段。

图38：2023 年 20-30 万价格带的乘用车零售销量占比为 15.9%，明显高于 30 万以上的乘用车零售销量占比



数据来源：乘联会、开源证券研究所

图39：问界新 M7 推出后，赛力斯零售销量快速增长，2024 年前两月总销量成功超越理想



数据来源：乘联会、开源证券研究所

## 5、风险提示

乘用车销量不及预期、新能源车渗透率不及预期、智能驾驶技术发展进度不及预期。

## 特别声明

《证券期货投资者适当性管理办法》、《证券经营机构投资者适当性管理实施指引（试行）》已于2017年7月1日起正式实施。根据上述规定，开源证券评定此研报的风险等级为R3（中风险），因此通过公共平台推送的研报其适用的投资者类别仅限定为专业投资者及风险承受能力为C3、C4、C5的普通投资者。若您并非专业投资者及风险承受能力为C3、C4、C5的普通投资者，请取消阅读，请勿收藏、接收或使用本研报中的任何信息。因此受限于访问权限的设置，若给您造成不便，烦请见谅！感谢您给予的理解与配合。

## 分析师承诺

负责准备本报告以及撰写本报告的所有研究分析师或工作人员在此保证，本研究报告中关于任何发行商或证券所发表的观点均如实反映分析人员的个人观点。负责准备本报告的分析师获取报酬的评判因素包括研究的质量和准确性、客户的反馈、竞争性因素以及开源证券股份有限公司的整体收益。所有研究分析师或工作人员保证他们报酬的任何一部分不曾与，不与，也将不会与本报告中具体的推荐意见或观点有直接或间接的联系。

## 股票投资评级说明

	评级	说明
证券评级	买入（Buy）	预计相对强于市场表现 20% 以上；
	增持（outperform）	预计相对强于市场表现 5%~20%；
	中性（Neutral）	预计相对市场表现在 -5%~+5% 之间波动；
	减持（underperform）	预计相对弱于市场表现 5% 以下。
行业评级	看好（overweight）	预计行业超越整体市场表现；
	中性（Neutral）	预计行业与整体市场表现基本持平；
	看淡（underperform）	预计行业弱于整体市场表现。

备注：评级标准为以报告日后的 6~12 个月内，证券相对于市场基准指数的涨跌幅表现，其中 A 股基准指数为沪深 300 指数、港股基准指数为恒生指数、新三板基准指数为三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）、美股基准指数为标普 500 或纳斯达克综合指数。我们在此提醒您，不同证券研究机构采用不同的评级术语及评级标准。我们采用的是相对评级体系，表示投资的相对比重建议；投资者买入或者卖出证券的决定取决于个人的实际情况，比如当前的持仓结构以及其他需要考虑的因素。投资者应阅读整篇报告，以获取比较完整的观点与信息，不应仅仅依靠投资评级来推断结论。

## 分析、估值方法的局限性说明

本报告所包含的分析基于各种假设，不同假设可能导致分析结果出现重大不同。本报告采用的各种估值方法及模型均有其局限性，估值结果不保证所涉及证券能够在该价格交易。

## 法律声明

开源证券股份有限公司是经中国证监会批准设立的证券经营机构，已具备证券投资咨询业务资格。

本报告仅供开源证券股份有限公司（以下简称“本公司”）的机构或个人客户（以下简称“客户”）使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。本报告是发送给开源证券客户的，属于商业秘密材料，只有开源证券客户才能参考或使用，如接收人并非开源证券客户，请及时退回并删除。

本报告是基于本公司认为可靠的已公开信息，但本公司不保证该等信息的准确性或完整性。本报告所载的资料、工具、意见及推测只提供给客户作参考之用，并非作为或被视为出售或购买证券或其他金融工具的邀请或向人做出邀请。本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会波动。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。客户应当考虑到本公司可能存在可能影响本报告客观性的利益冲突，不应视本报告为做出投资决策的唯一因素。本报告中所指的投资及服务可能不适合个别客户，不构成客户私人咨询建议。本公司未确保本报告充分考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需要。本公司建议客户应考虑本报告的任何意见或建议是否符合其特定状况，以及（若有必要）咨询独立投资顾问。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议。在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。若本报告的接收人非本公司的客户，应在基于本报告做出任何投资决定或就本报告要求任何解释前咨询独立投资顾问。

本报告可能附带其它网站的地址或超级链接，对于可能涉及的开源证券网站以外的地址或超级链接，开源证券不对其内容负责。本报告提供这些地址或超级链接的目的纯粹是为了客户使用方便，链接网站的内容不构成本报告的任何部分，客户需自行承担浏览这些网站的费用或风险。

开源证券在法律允许的情况下可参与、投资或持有本报告涉及的证券或进行证券交易，或向本报告涉及的公司提供或争取提供包括投资银行业务在内的服务或业务支持。开源证券可能与本报告涉及的公司之间存在业务关系，并无需事先或在获得业务关系后通知客户。

本报告的版权归本公司所有。本公司对本报告保留一切权利。除非另有书面显示，否则本报告中的所有材料的版权均属本公司。未经本公司事先书面授权，本报告的任何部分均不得以任何方式制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或再次分发给任何其他人，或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。所有本报告中使用的商标、服务标记及标记均为本公司的商标、服务标记及标记。

## 开源证券研究所

### 上海

地址：上海市浦东新区世纪大道1788号陆家嘴金控广场1号楼10层  
邮编：200120  
邮箱：research@kysec.cn

### 北京

地址：北京市西城区西直门外大街18号金贸大厦C2座9层  
邮编：100044  
邮箱：research@kysec.cn

### 深圳

地址：深圳市福田区金田路2030号卓越世纪中心1号楼45层  
邮编：518000  
邮箱：research@kysec.cn

### 西安

地址：西安市高新区锦业路1号都市之门B座5层  
邮编：710065  
邮箱：research@kysec.cn