

证券研究报告

2024年04月18日

行业报告 | 行业专题研究

汽车零部件渗透率数据跟踪——24M3

高端化和低价化并举，建议关注空气悬架和车载显示

作者：

分析师 孙谦 SAC执业证书编号：S1110521050004



天风证券

[综合金融服务专家]

行业评级：强于大市（维持评级）

上次评级：强于大市

请务必阅读正文之后的信息披露和免责声明

摘要

2024年3月，中国新能源乘用车市场零售70.99万辆，同比增加31%，环比增加82%，春节节后消费恢复和价格战升温下同比环比齐升。价格战下销量呈现两级分化，20万元以下和50万元以上车型占比提升，高端化和中低端车型销量提升并行，建议关注更具韧性的车载显示和高端渗透的空气悬架赛道。

智能驾驶：价格战下销量结构变化，智能驾驶及其零部件渗透放缓

20万+车型为智驾主力，销量价格结构变化下，L2+标配渗透率回落至42.74%，同比+3.74pct，环比-1.83pct，带动相关零部件及智驾功能渗透率同比增环比降。1) 感知层：车外摄像头(≥ 10 个)渗透率为14.75%，同比+6.54pct，环比-5.17pct。超声波雷达(≥ 10 个)渗透率为18.21%，同比-3.54pct，环比-11.20pct。毫米波雷达渗透率39.93%，同比+7.40pct，环比-4.43pct。激光雷达渗透率为7.87%，同比+5.68pct，环比-2.06pct。高精地图渗透率为8.98%，同比+0.47pct，环比-2.33pct。2) 决策层：英伟达/地平线/Mobileye渗透率分别为4.62%/3.94%/1.33%。3) 智驾功能：并线辅助/车道保持辅助/车道居中辅助/自适应巡航/自动变道辅助/自动泊车入位/记忆泊车渗透率分别为35.07%/43.77%/42.04%/43.37%/15.90%/17.63%/3.10%，同比上涨环比下滑。

智能座舱：车载显示维持高渗透率持续增长，价格敏感度低或更具韧性

液晶仪表/中控屏/智能语音高渗透率下需求稳，同比环比齐升，当前车市环境下价格敏感度低或更具韧性。1) 车载显示：大尺寸液晶仪表/中控屏/副驾屏/后排液晶屏/HUD渗透率分别为40.37%/93.60%/8.21%/4.79%/12.95%，同比+5.13/+6.39/+2.00/-0.82/+7.25pct，环比+0.41/+4.39/-0.82/+0.23/-5.24pct。2) 智能语音：已实现高位渗透达88.62%，同比+7.17pct，环比+5.50pct，高位渗透率下，仍保持同比环比增长。3) 座舱芯片：高通芯片渗透率为20.24%，同比+7.31pct，环比-1.52pct，市场份额占比56.20%。4) 热泵管理系统渗透率为32.13%，同比-4.97pct，环比+5.52pct，5) 全景天窗渗透率达到16.72%，同比-5.91pct，环比-1.86pct。

底盘及车身：空气悬架向20万元渗透，高端车型向标配升级

空气悬架目前主要搭载于30万元以上高端车型中，正在向20-30万元价位渗透（20-30万元中渗透率达2.36%，环比+1.48pct）。随理想L7/8入门款车型中空气悬架升级为标配，以及理想MEGA上市，空气悬架渗透率稳步增长至6.76%，同比+3.35pct，环比+1.80pct。2) 无框车门渗透率为19.88%，同比-2.23pct，环比+0.09pct。3) 电吸门/电尾门渗透率分别为12.14%/40.91%，同比+4.93/-2.85pct，环比-3.79/-2.36pct。

风险提示：数据可靠性风险，数据统计风险，报告仅为市场监控，不构成投资建议

目录

01 智能驾驶

- 摄像头/毫米波雷达/超声波雷达/激光雷达/高精地图
- 智能驾驶芯片
- 智能驾驶功能

02 智能座舱

- 液晶仪表/HUD/中控屏/副驾屏/后排娱乐屏
- 座舱芯片
- 智能语音
- 热泵管理系统
- 全景天窗

03 底盘及车身

- 空气悬架
- 无框车门
- 电吸门/电尾门

04 车灯

- 自适应远近光灯
- 大灯随动转向
- 车内氛围灯

05 智能网联

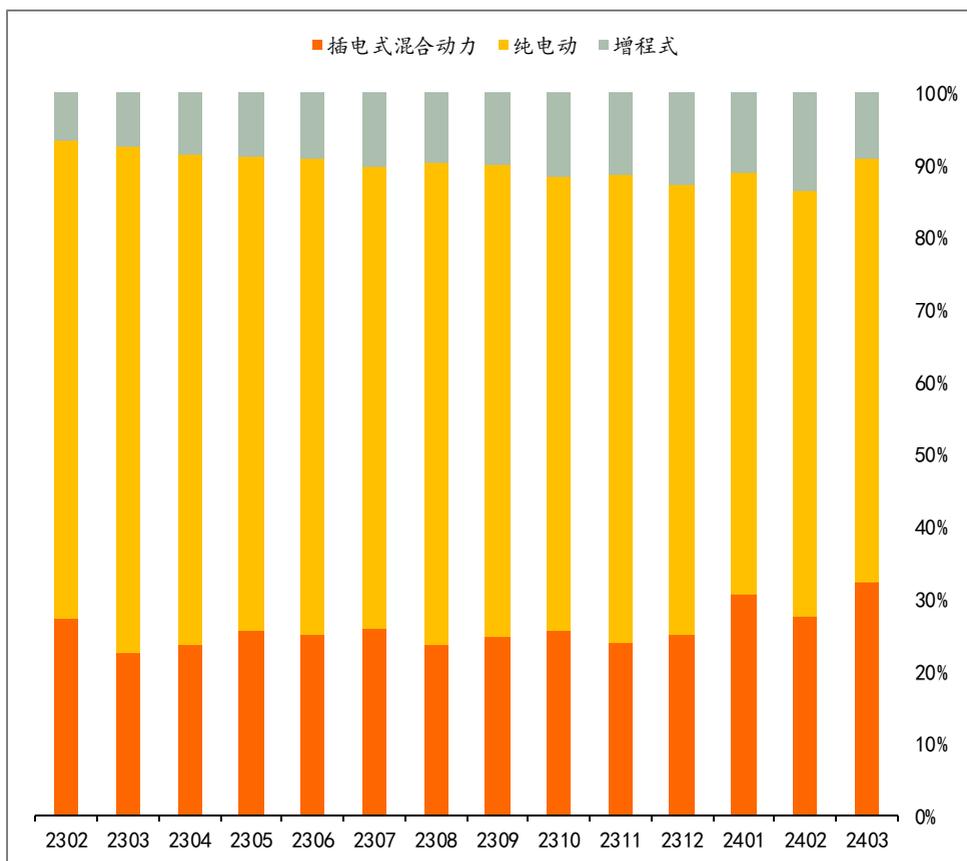
- 4G/5G
- V2X

06 风险提示

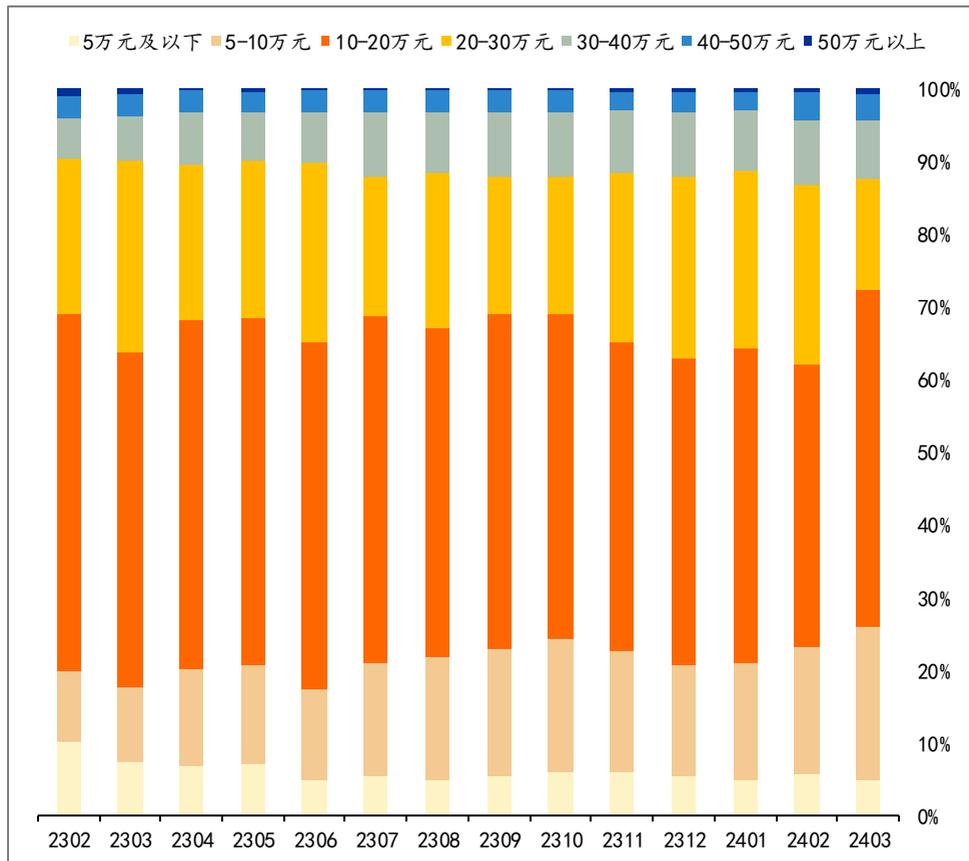
销量结构：24M3新能源车零售70.99万辆，同比+31%，环比+82%

我们根据懂车帝官网来源整理统计，2024年3月新能源车市场零售 70.99万辆，同比增加 31%，环比增加 82%，春节节后消费恢复和价格战升温下同比环比齐升。其中，2024年3月份纯电动/插电式混合动力/增程式占比分别为58.74%/32.15%/9.11%；价格区间上，5-20万元和50万元以上车型占比提升。

图：23M2-24M3新能源乘用车销量-分动力类型



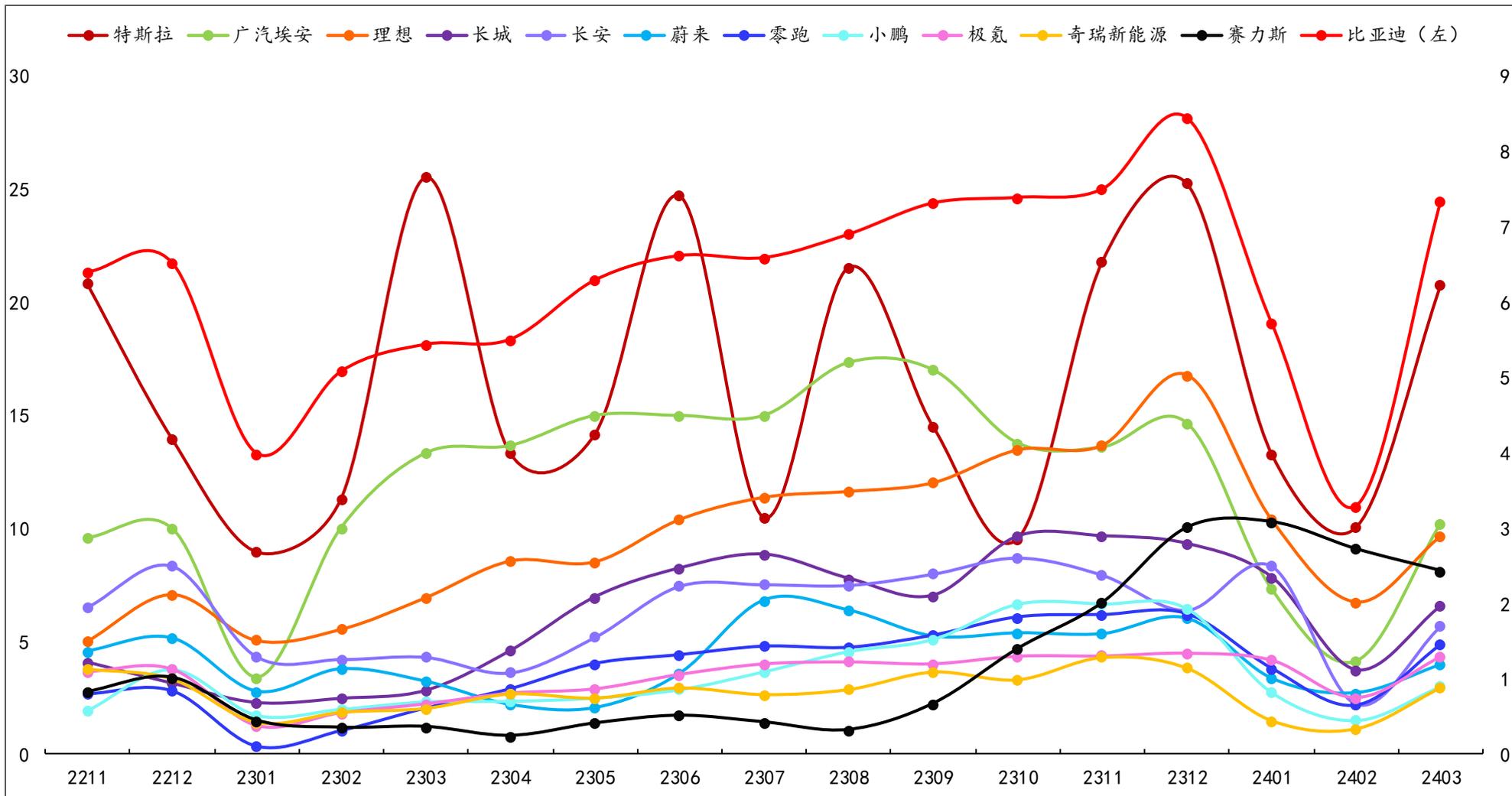
图：23M2-24M3新能源乘用车销量-分价格段



车企销量

图：22M11-24M3部分车企月度销量趋势（千辆）

注：除比亚迪外其余车企销量参考右轴



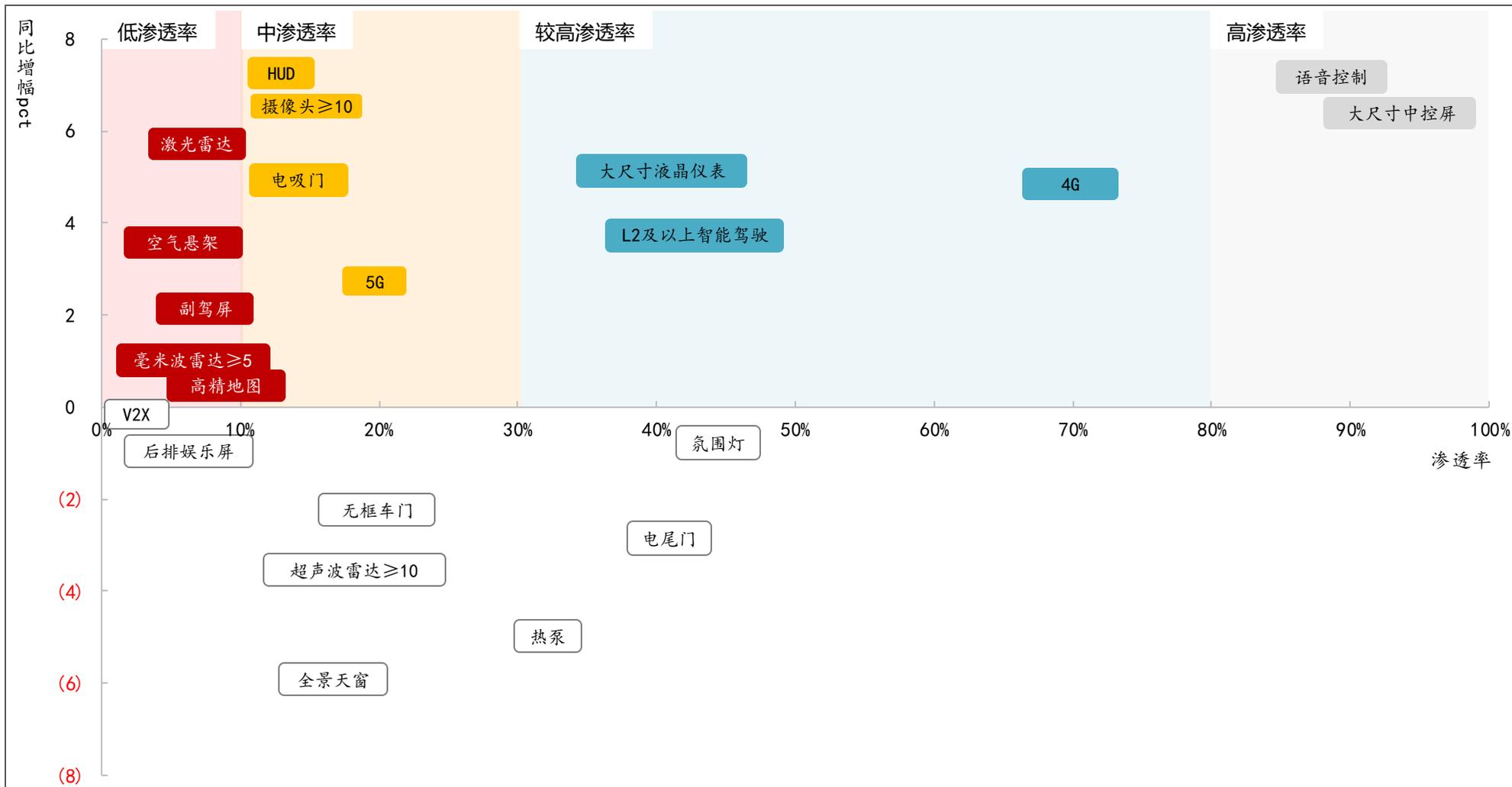
Top20车型销量及排名变动

图：车型销量及排名变动（辆）

车型	厂商	2303	2304	2305	2306	2307	2308	2309	2310	2311	2312	2401	2402	2403	排名变动
Model Y	特斯拉	54937	26760	31054	51471	23632	51117	41428	26353	49877	60055	29912	22537	47917	0
秦PLUS DM-i	比亚迪	31310	31734	32071	26413	25674	28154	27990	25972	26050	27956	20318	21268	31016	0
海鸥	比亚迪	0	0	8427	16560	24989	34841	35011	37836	40594	41012	28050	14403	27866	1
宋Pro DM-i	比亚迪	10026	8427	13501	21096	18800	19000	20798	21350	20317	27812	19952	9386	27446	2
宋PLUS DM-i	比亚迪	24038	20645	21048	22389	21650	23100	26861	23849	23854	30525	23787	9279	23910	2
元PLUS	比亚迪	27907	28931	26072	23546	23594	24272	28727	30615	30751	30799	16831	8210	21951	4
秦PLUS EV	比亚迪	8905	8217	10816	11784	11455	11654	11914	11930	12004	13186	8926	6583	19378	7
驱逐舰 05	比亚迪	4136	5133	9840	7943	8996	9218	7950	7966	6706	8302	6400	6953	18803	5
问界M7	AITO	1333	828	626	432	769	988	5248	12193	17039	25545	29997	21083	18512	-6
五菱宏光MINIEV	五菱汽车	23159	18086	20346	13763	15499	15844	16146	20337	22985	25015	15520	12649	16046	-5
AION S	埃安	26392	19569	25233	22487	22437	22648	21546	11730	11728	15216	9534	5462	14758	7
Model 3	特斯拉	21726	13196	11454	22741	7791	13577	2079	2273	15627	15750	9969	7604	14481	0
AION Y	埃安	13267	21065	19306	20583	17861	26713	26969	27132	22355	22678	10079	5794	13007	3
海豚	比亚迪	27687	29961	29081	26408	21800	22096	24282	24735	26580	26814	16386	9213	12672	-6
长安Lumin	长安	10217	7643	8491	10714	14103	13446	13650	15533	16671	12480	16041	3845	12226	15
唐DM	比亚迪	11132	12030	11866	12658	12443	9820	9884	10166	8951	11381	7914	3607	11914	16
汉DM	比亚迪	6179	7152	10150	13222	13603	12355	12382	10977	11035	11522	7049	3599	11516	16
五菱缤果	五菱汽车	3311	15011	14164	12176	14378	13892	19606	23744	24024	27458	11746	8087	11319	-7
宋PLUS EV	比亚迪	6050	3935	1031	4652	8341	9750	9912	10950	11050	13845	8480	3414	11266	16
理想L7	理想汽车	7702	10486	11119	13107	13389	12752	12982	15525	16599	20428	13343	8459	10768	-11

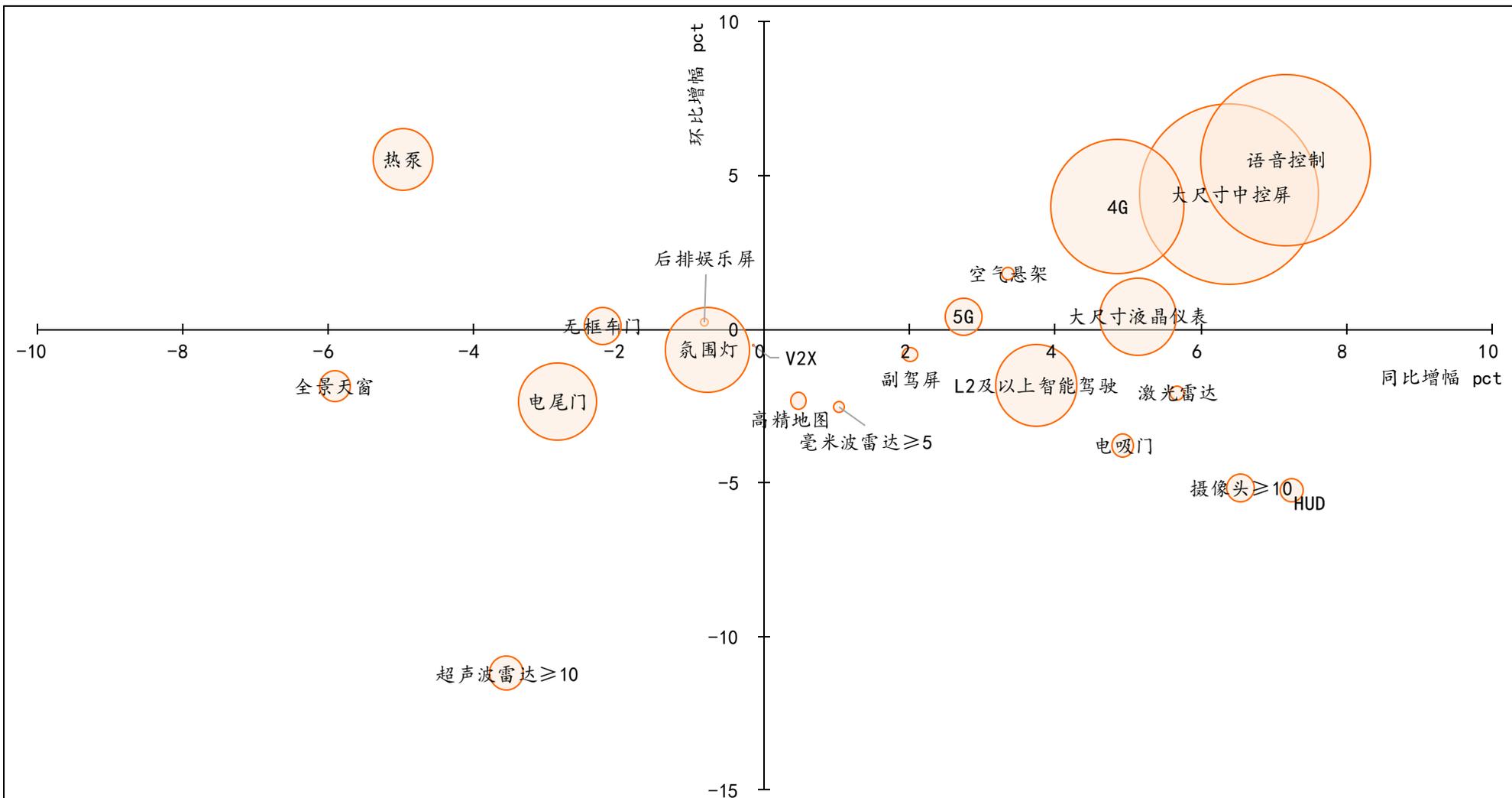
零部件渗透率：2024年3月新能源乘用车

图：新能源乘用车零部件渗透率



零部件渗透率：2024年3月新能源乘用车

图：新能源乘用车零部件渗透率及同环比变化

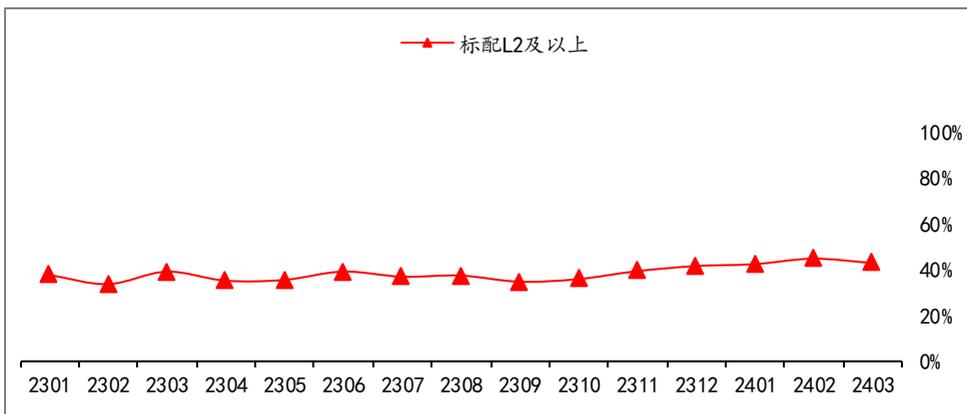


1 智能驾驶

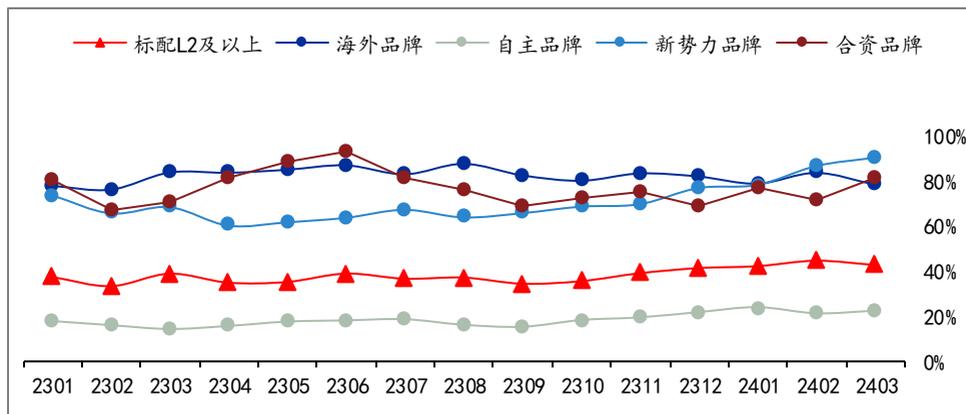
智能驾驶：标配L2及以上渗透率42.74%

2024年3月，标配L2及以上智能驾驶渗透率为42.74%，同比+3.74pct，环比-1.83pct。海外品牌/自主品牌/新势力品牌/合资品牌渗透率分别为78.71%/22.47%/90.13%/81.35%；50万元以上车型渗透率持续提升至99.28%，10-20万价格段车型中渗透率稳步提升；纯电动/插电式混合动力/增程式车型渗透率分别为39.86%/32.43%/100.00%。

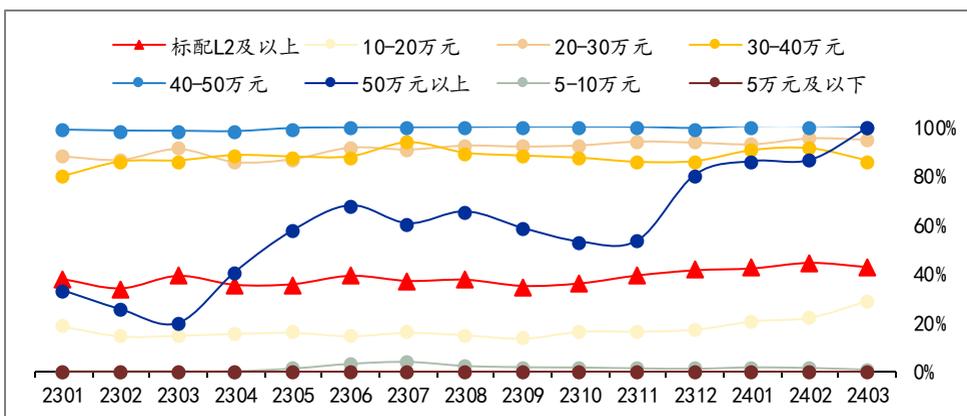
图：新能源乘用车智能驾驶L2级及以上渗透率



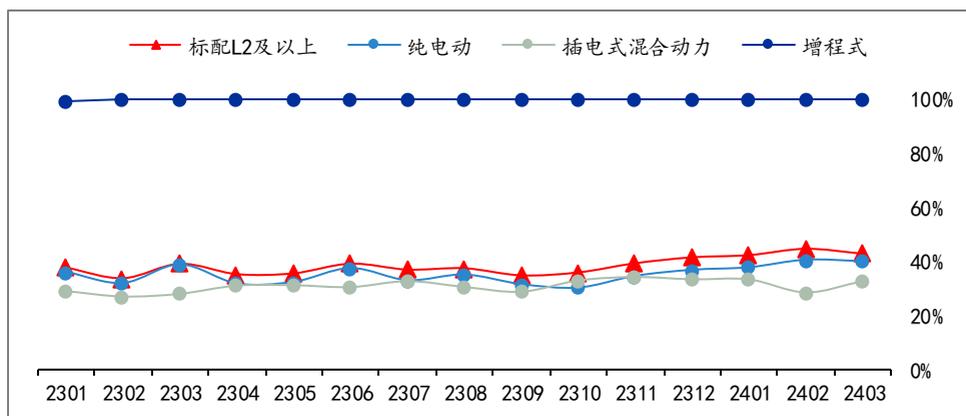
图：新能源乘用车智能驾驶L2级及以上渗透率-分品牌



图：新能源乘用车智能驾驶L2级及以上渗透率-分价格段



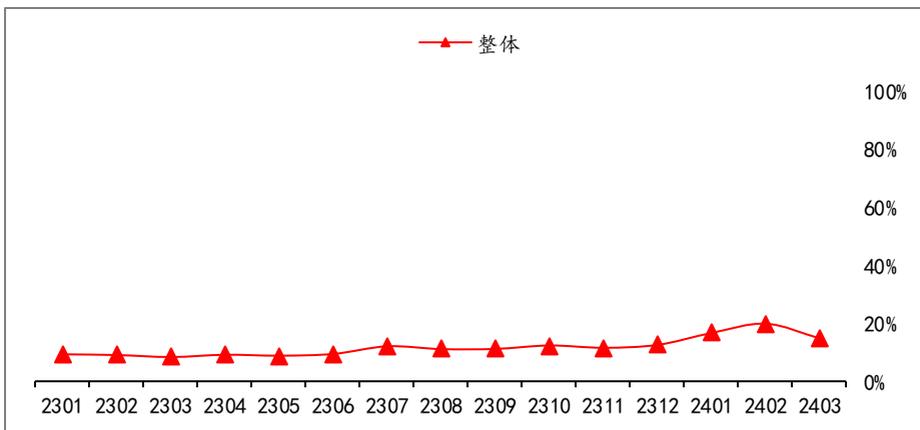
图：新能源乘用车智能驾驶L2级及以上渗透率-分动力类型



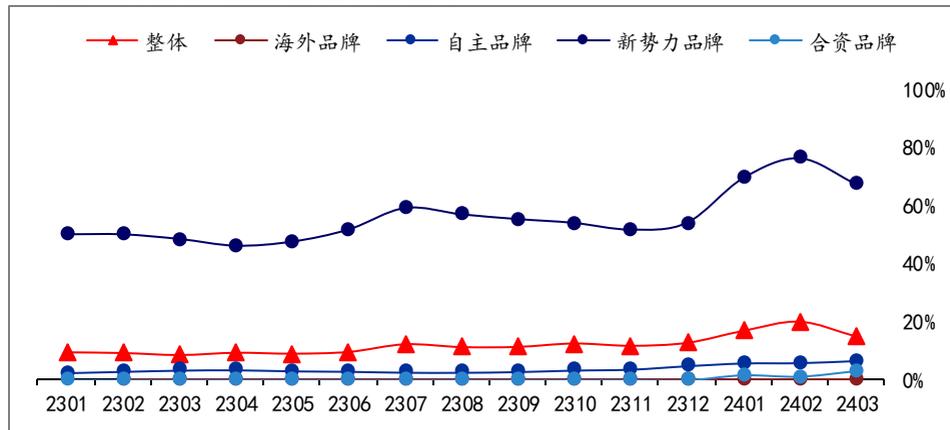
摄像头：≥10个车外摄像头渗透率回落至14.75%

2024年3月，10个及以上车外摄像头渗透率为 14.75%，同比 +6.54pct，环比 -5.17pct。其中，新势力品牌中渗透率为 67.51%；随理想MEGA的上市，50万以上车型中渗透率达到91.31%。

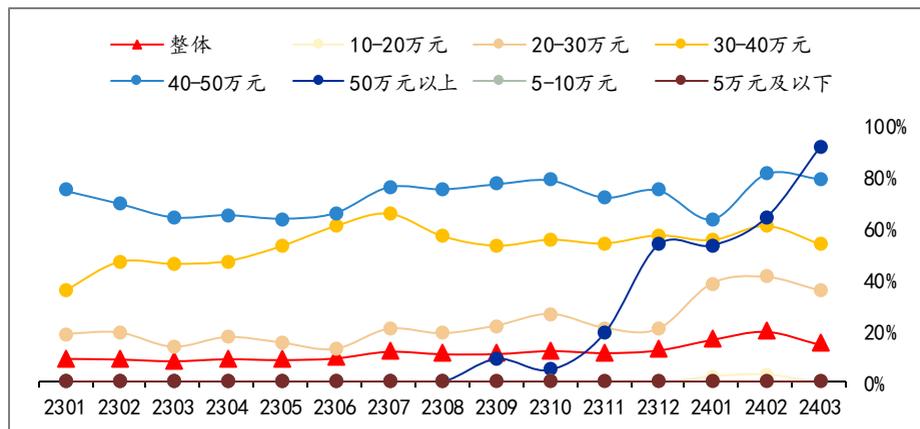
图：10个及以上摄像头渗透率



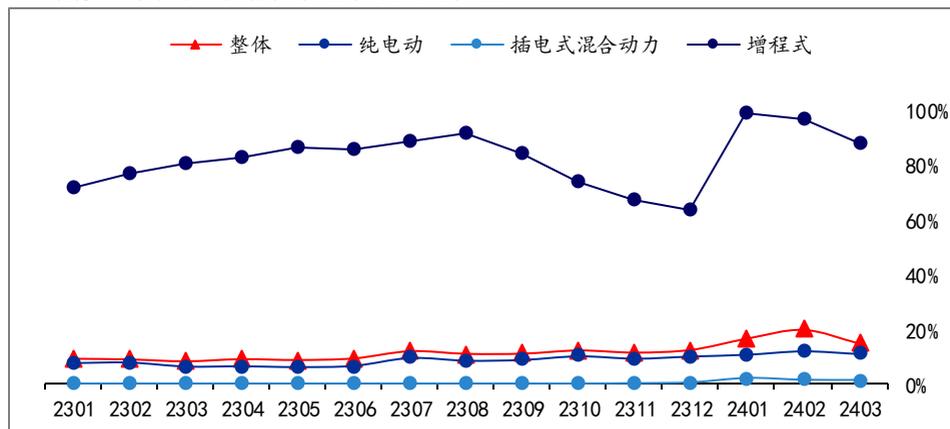
图：10个及以上摄像头渗透率-分品牌



图：10个及以上摄像头渗透率-分价格段



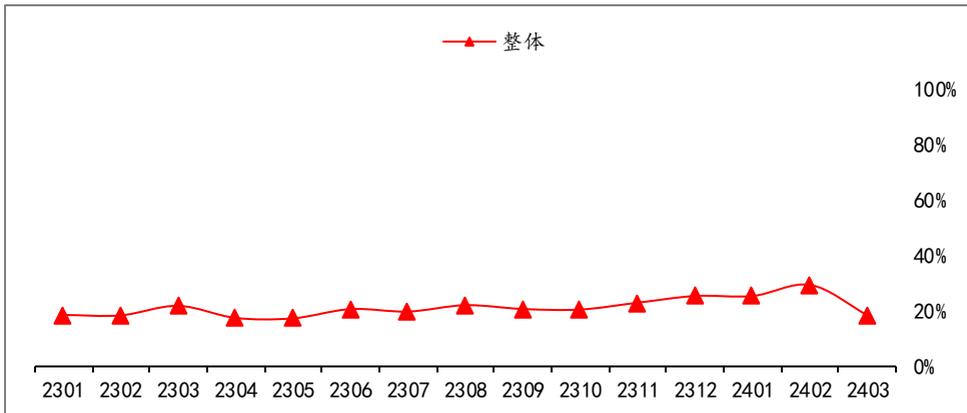
图：10个及以上摄像头渗透率-分动力类型



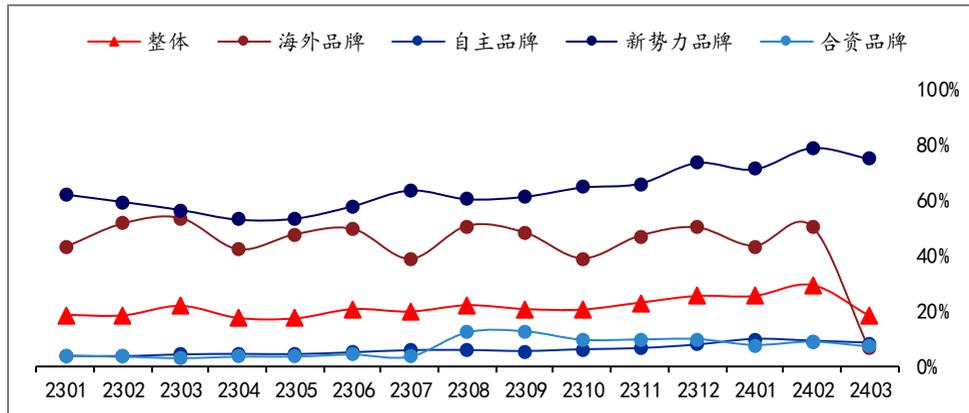
超声波雷达：≥10个渗透率为18.21%，特斯拉取消超声波雷达

2024年3月，10个及以上超声波雷达渗透率为18.21%，同比-3.54pct，环比-11.20pct。其中，新势力品牌中渗透率高于整体达74.88%，特斯拉Model Y取消超声波雷达，带来海外品牌渗透率下滑；从价格段来看，10个及以上超声波雷达主要搭载于20万以上车型；从动力类型看，增程式车型中渗透率达89.70%。

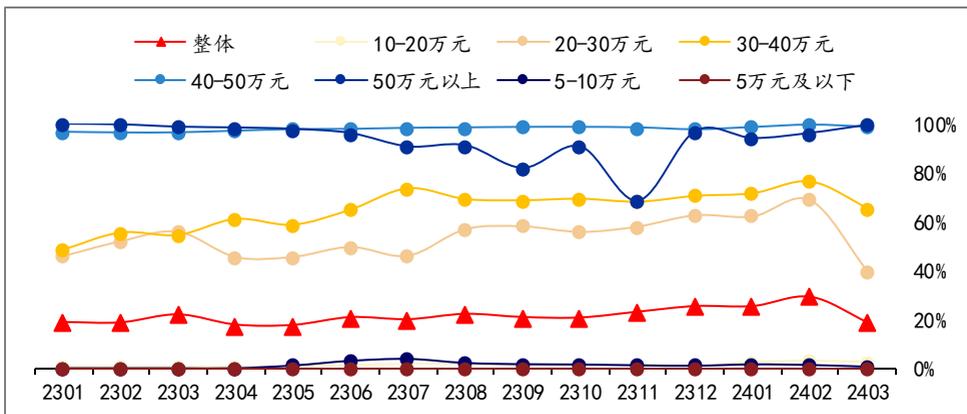
图：10个及以上超声波雷达渗透率



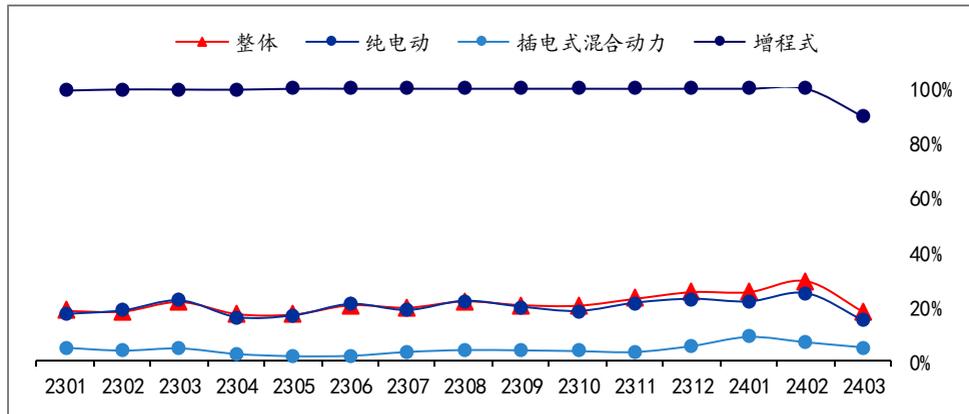
图：10个及以上超声波雷达渗透率-分品牌



图：10个及以上超声波雷达渗透率-分价格段



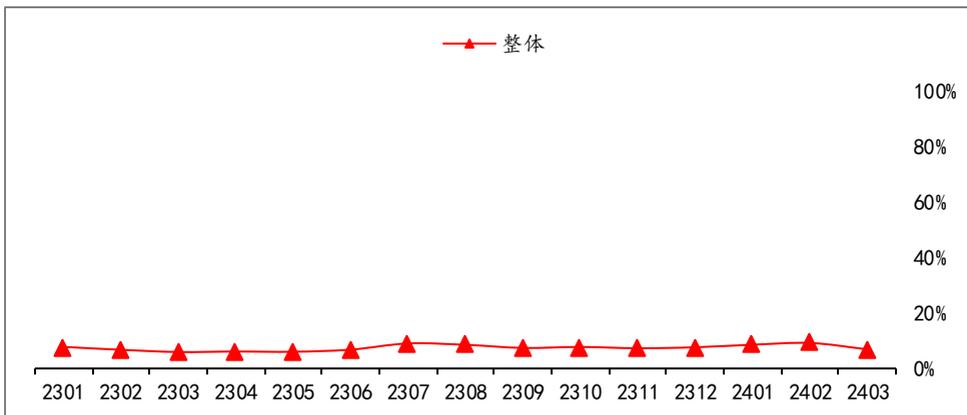
图：10个及以上超声波雷达渗透率-分动力类型



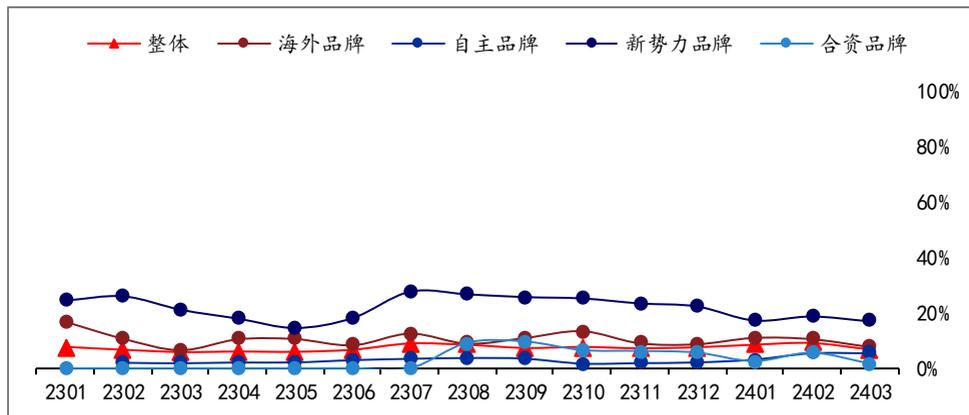
毫米波雷达：整体渗透率34.93%，≥5个渗透率为6.61%

2024年3月，毫米波雷达渗透率34.93%，5个及以上毫米波雷达渗透率为6.61%，同比小幅提升+1.02pct，环比-2.52pct。其中，新势力品牌渗透率高于整体，为17.19%；由于理想MEGA上市（标配1颗毫米波雷达），50万元以上车型中渗透率大幅下降至23.30%。

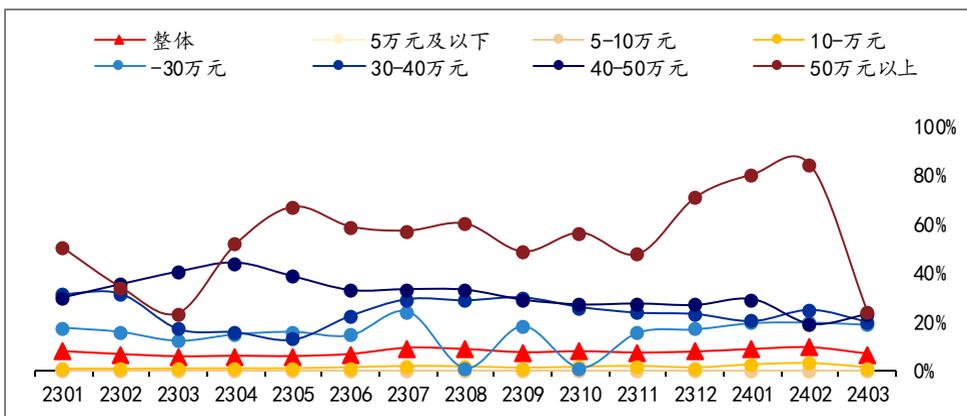
图：5个及以上毫米波雷达渗透率



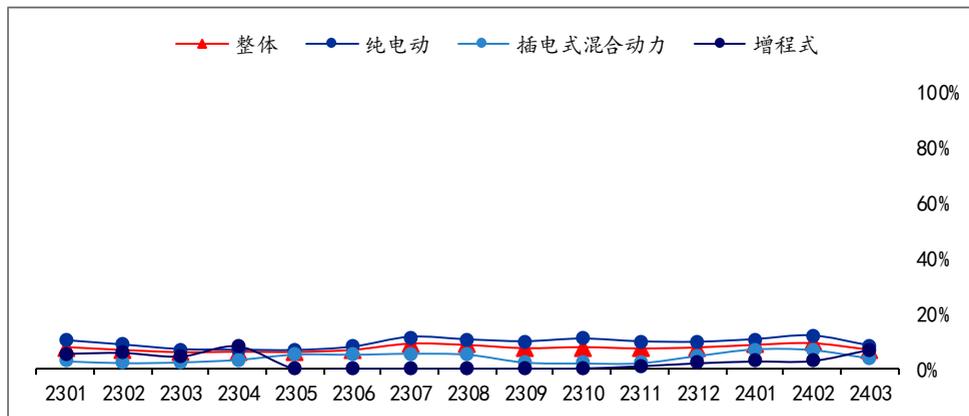
图：5个及以上毫米波雷达渗透率-分品牌



图：5个及以上毫米波雷达渗透率-分价格段



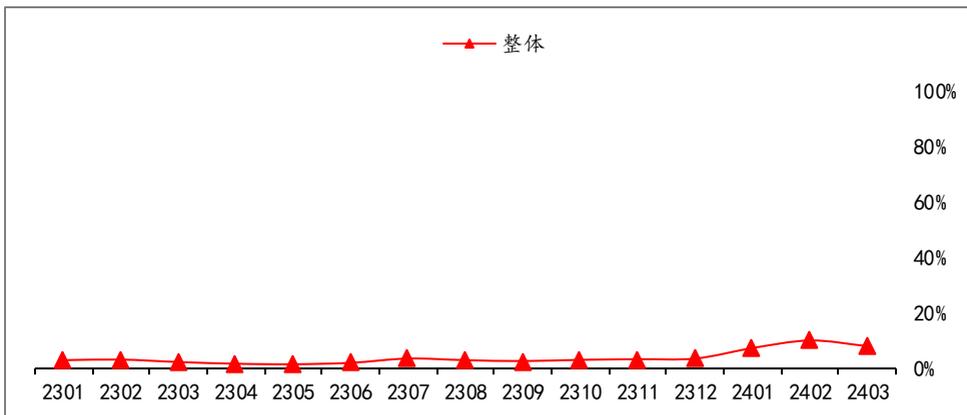
图：5个及以上毫米波雷达渗透率-分动力类型



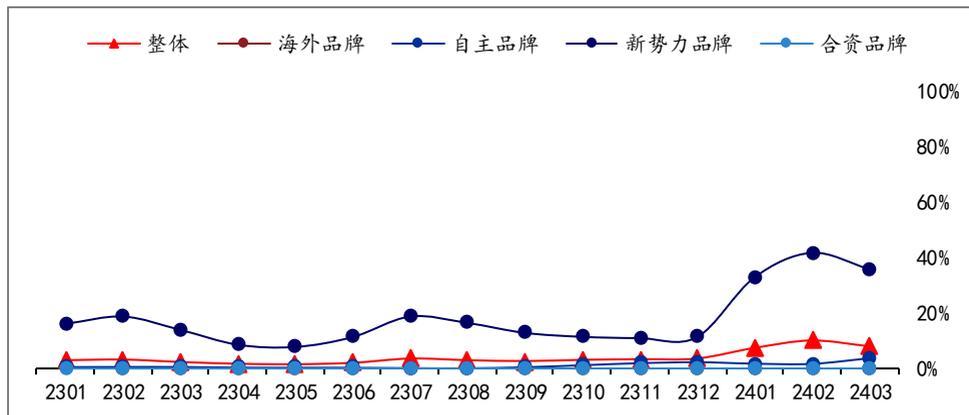
激光雷达：渗透率7.87%，受销量结构影响环比-2.06pct

2024年3月，新能源乘用车激光雷达渗透率为7.87%，同比+5.68pct，环比-2.06pct，主要由于20万元以下价格段车型销量提升，而激光雷达主要搭载于20万元以上车型中。其中，新势力品牌中激光雷达渗透率达到36.01%；3月理想MEGA上市，带动50万元以上车型激光雷达渗透率增长，渗透率达到91.31%。

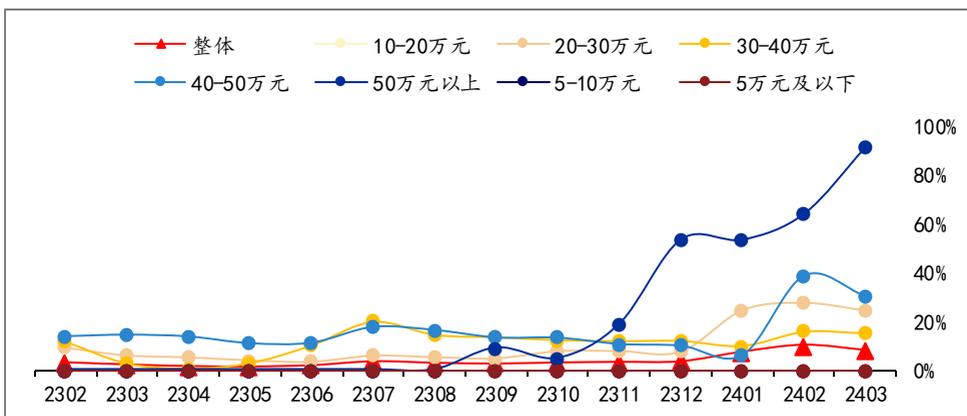
图：激光雷达渗透率



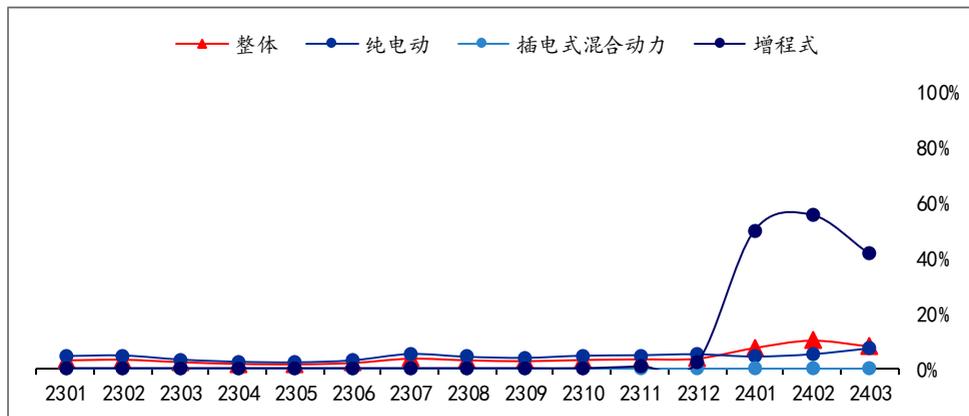
图：激光雷达渗透率-分品牌



图：激光雷达渗透率-分价格段



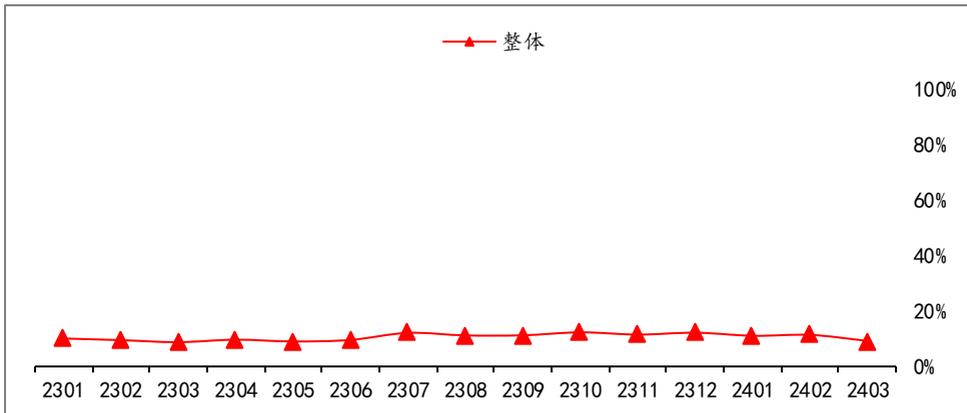
图：激光雷达渗透率-分动力类型



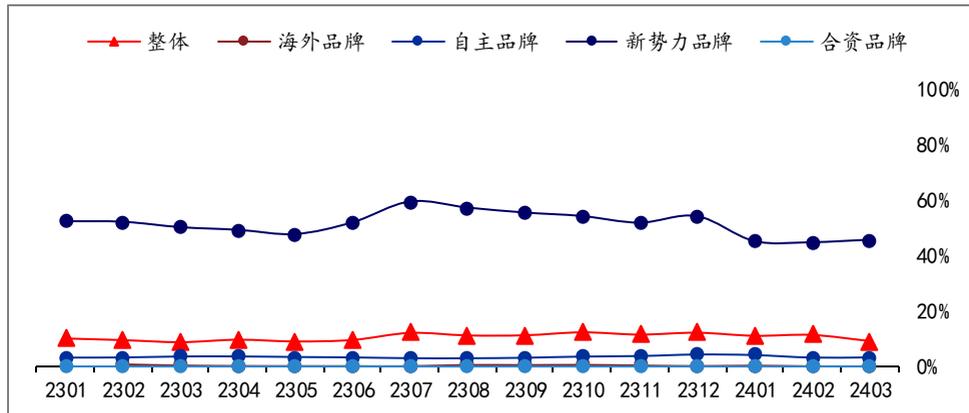
高精地图：渗透率8.98%，环比下降

2024年3月，新能源乘用车高精地图渗透率为8.98%，同比 +0.47pct，环比 -2.33pct。品牌上，主要搭载于新势力品牌车型中，渗透率45.42%；价格上，搭载于30万元以上车型高精地图渗透率更高，且由于理想MEGA的上市，50万元以上车型中高精地图渗透率大幅提高；动力类型上，增程式车型高精地图渗透率高于整体，为42.70%。

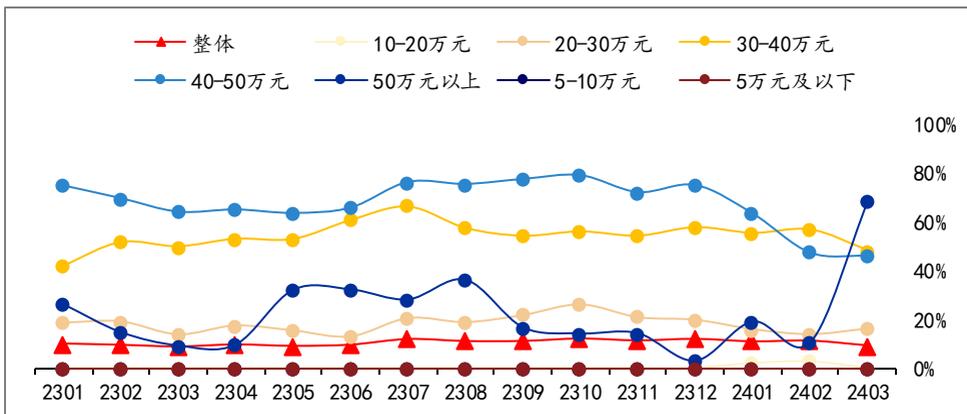
图：高精地图渗透率



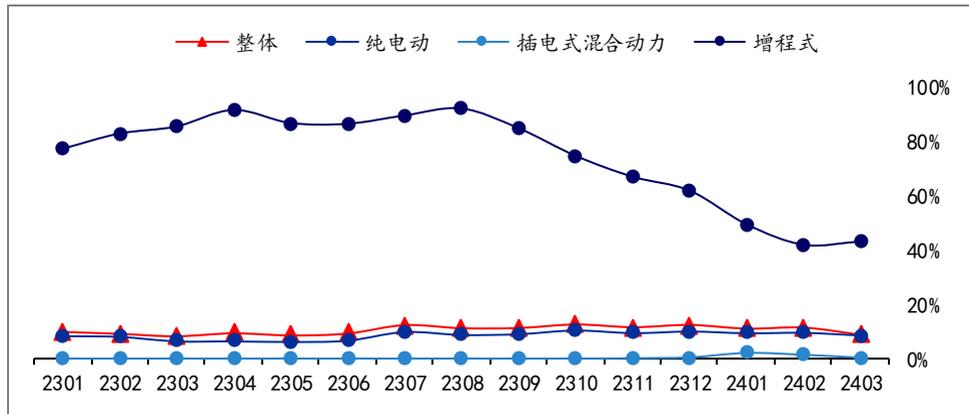
图：激光雷达渗透率-分品牌



图：高精地图渗透率-分价格段



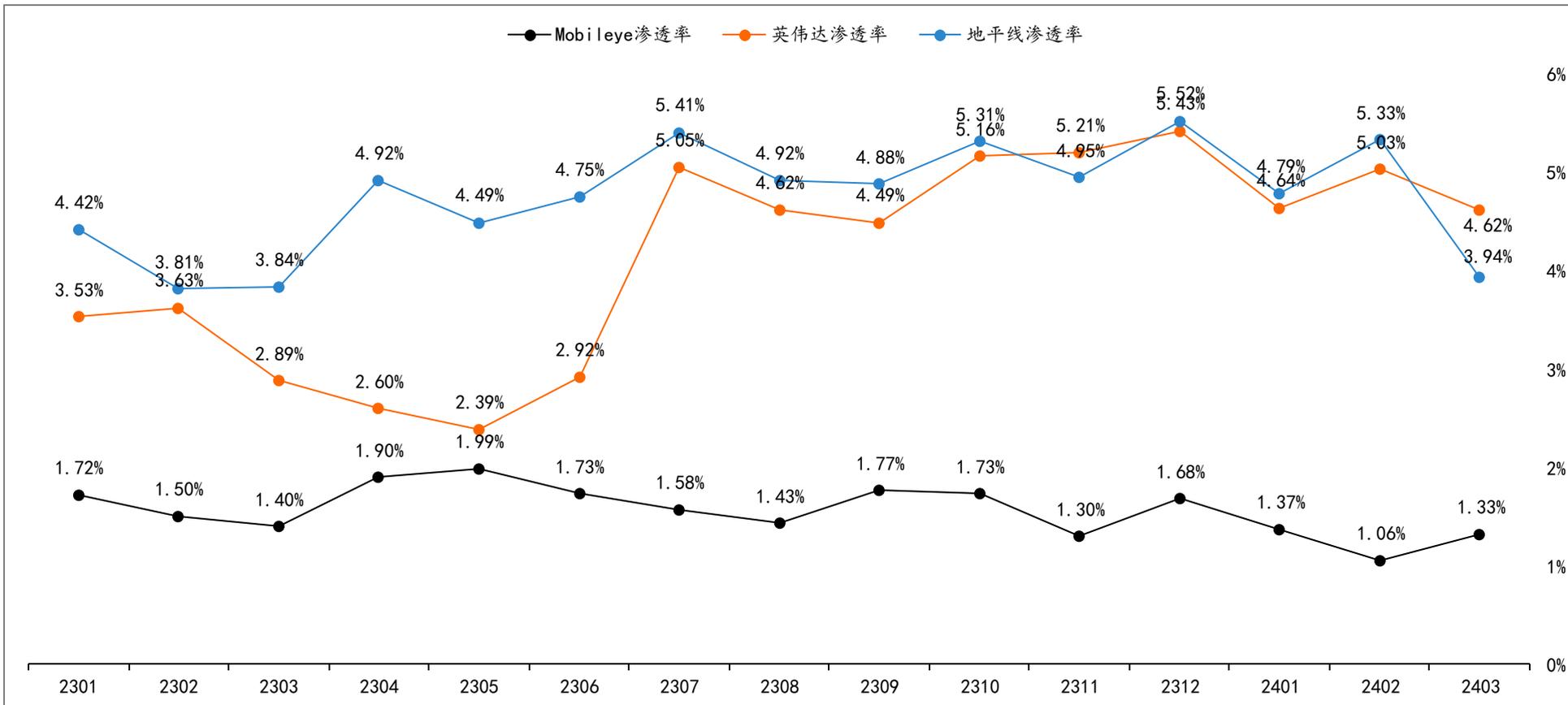
图：高精地图渗透率-分动力类型



智能驾驶芯片：英伟达渗透率略高于地平线

2024年3月智能驾驶芯片中，从渗透率来看，英伟达/地平线/Mobileye分别为 4.62%/3.94%/1.33%，Mobileye有所上升，英伟达渗透率略高于地平线；从市场份额来看，英伟达/地平线/Mobileye分别为 24.00%/20.50%/6.91%。

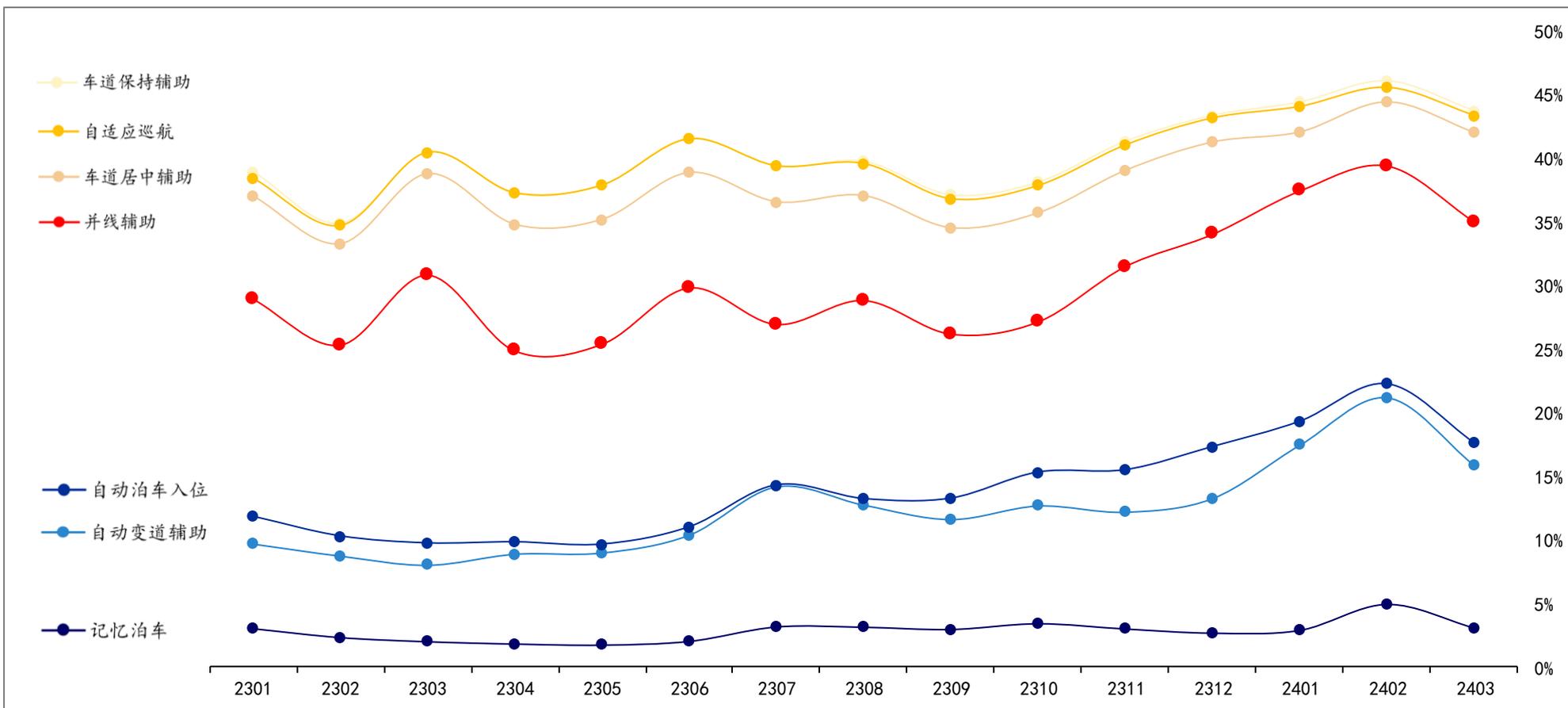
图：智能驾驶芯片渗透率：英伟达 vs 地平线 vs Mobileye



智能驾驶功能：行车泊车智驾功能渗透率环比上月略有下滑

2024年3月，主流智能驾驶辅助功能中，并线辅助/车道保持辅助/车道居中辅助/自适应巡航/自动变道辅助/自动泊车入位/记忆泊车渗透率分别为 35.07%/43.77%/42.04%/43.37%/15.90%/17.63%/3.10%，环比上月均有所下滑。

图：部分智能驾驶功能渗透率



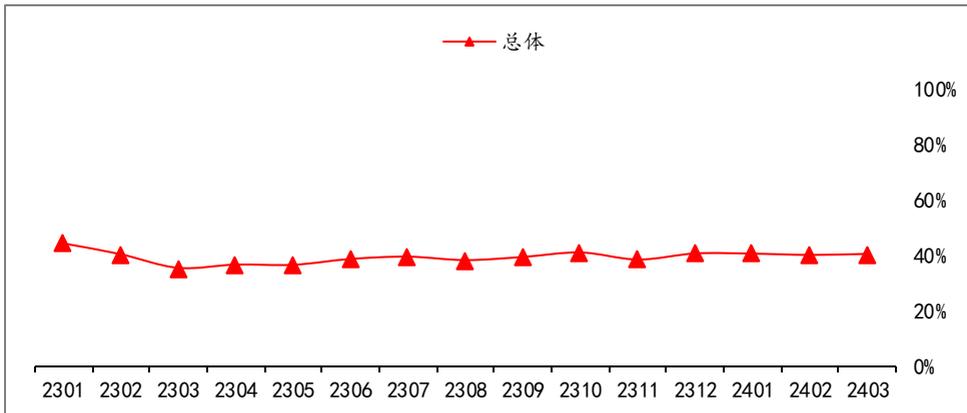
2

智能座舱

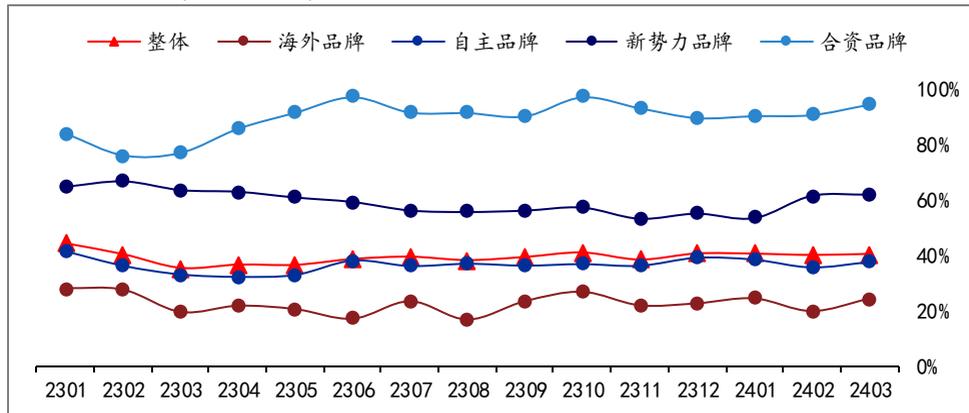
液晶仪表：渗透率40.37%，同比环比上涨

2024年3月，大尺寸（≥10英寸）液晶仪表渗透率为40.37%，同比 +5.13pct，环比 +0.41pct。品牌上，合资品牌和新势力品牌中渗透率高于整体，分别为94.55%/61.90%。由于理想MEGA上市（未配备传统液晶仪表，将其集成在方向盘交互屏上），50万元以上车型中渗透率大幅降低。

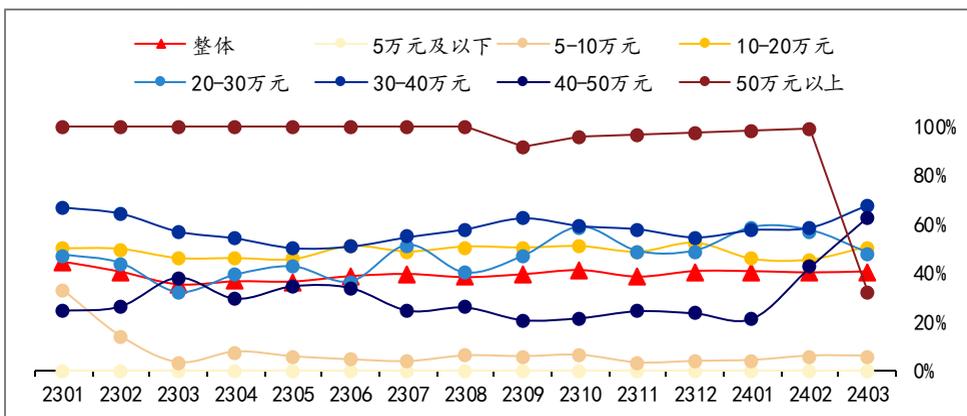
图：大尺寸(≥10英寸)液晶仪表渗透率



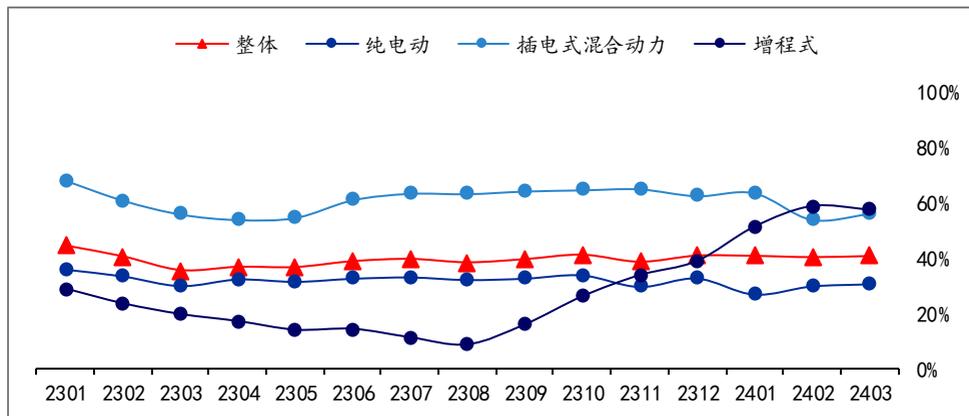
图：大尺寸(≥10英寸)液晶仪表渗透率-分品牌



图：大尺寸(≥10英寸)液晶仪表渗透率-分价格段



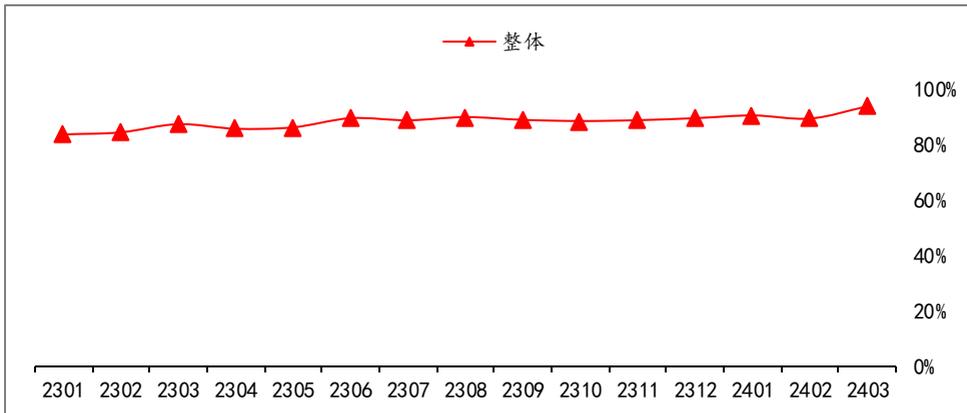
图：大尺寸(≥10英寸)液晶仪表渗透率-分动力类型



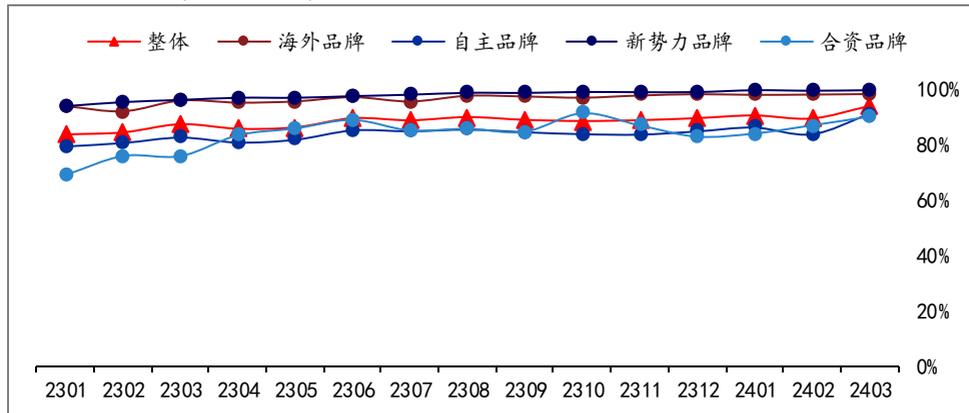
中控屏：大尺寸中控屏渗透率93.60%，同比环比上涨

2024年3月，大尺寸（≥10英寸）中控屏渗透率为 93.60%，同比 +6.39pct，环比+4.39pct。相比上月，5万元以下及50万元以上价格段车型渗透率大幅提升。

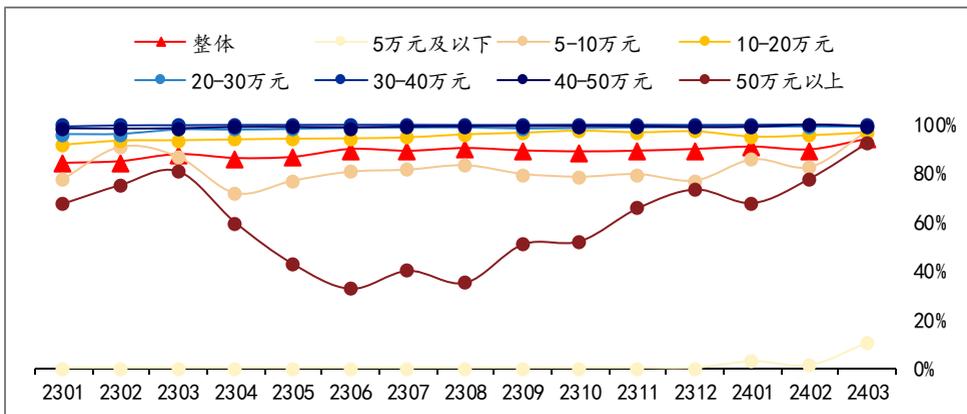
图：大尺寸(≥10英寸)中控屏渗透率



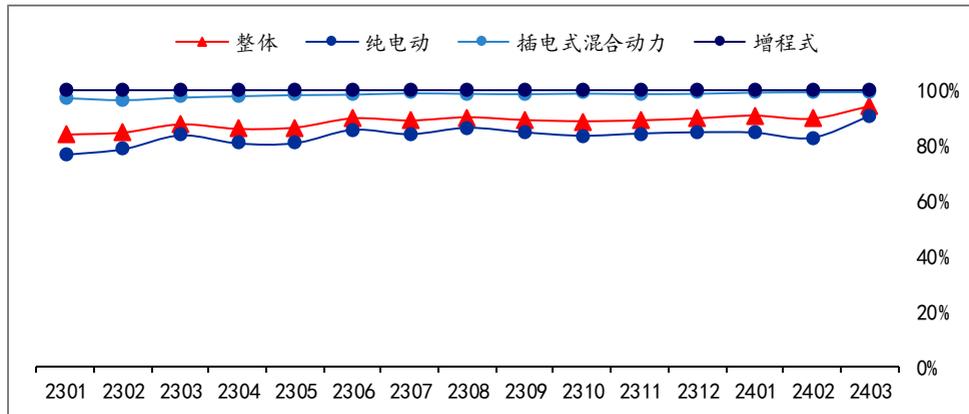
图：大尺寸(≥10英寸)中控屏渗透率-分品牌



图：大尺寸(≥10英寸)中控屏渗透率-分价格段



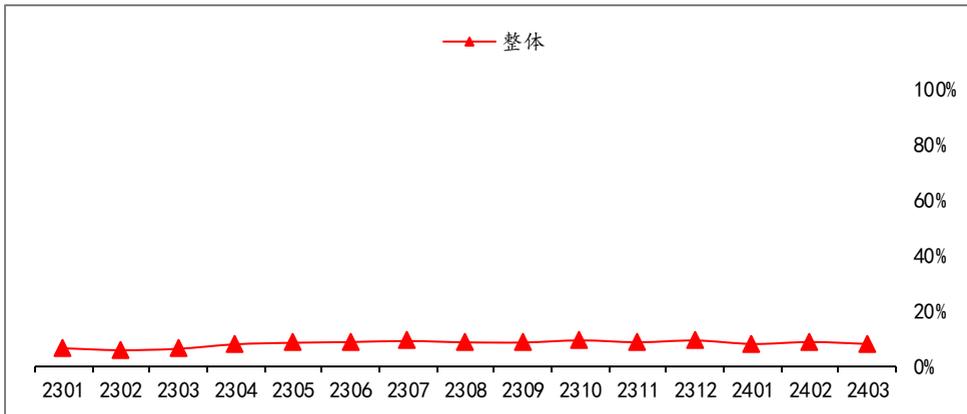
图：大尺寸(≥10英寸)中控屏渗透率-分动力类型



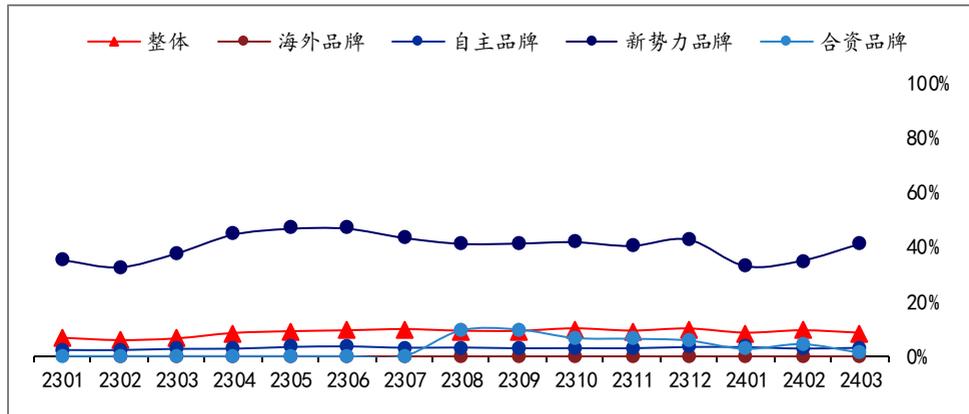
副驾屏：渗透率为8.21%，同比 +2.00pct，环比 -0.82pct

2024年3月，副驾屏渗透率为8.21%，同比 +2.00pct，环比 -0.82pct。其中，新势力为副驾屏主要搭载品牌，渗透率达41.05%；价格上，主要搭载于30万元以上车型，50万元以上车型渗透率提升系理想MEGA上市带动；动力类型上，增程式车型渗透率为60.58%。

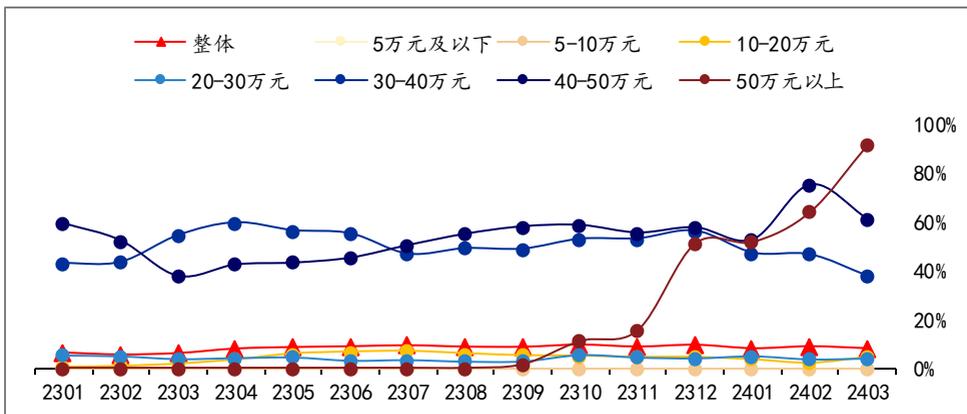
图：副驾屏渗透率



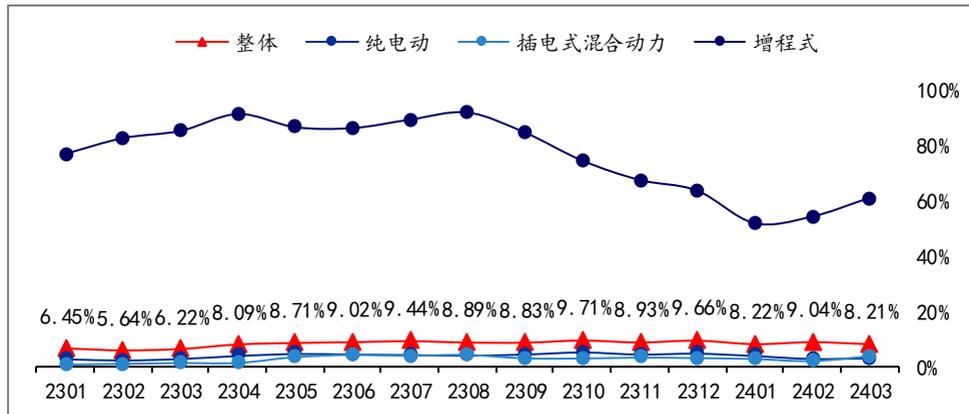
图：副驾屏渗透率-分品牌



图：副驾屏渗透率-分价格段



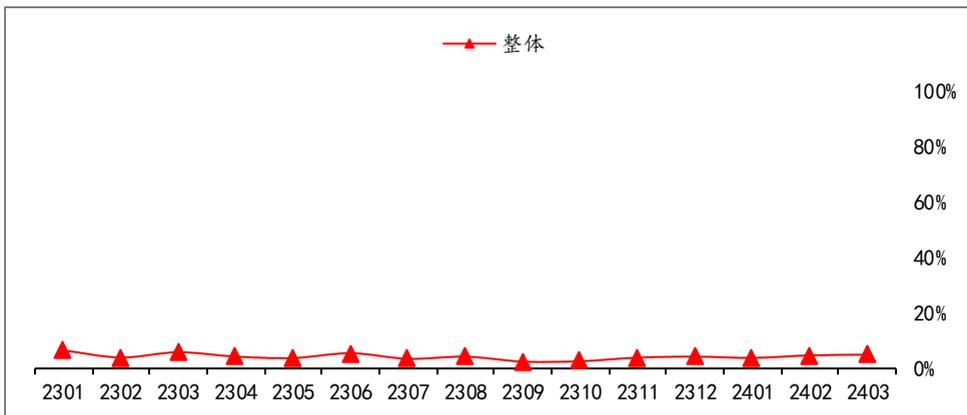
图：副驾屏渗透率-分动力类型



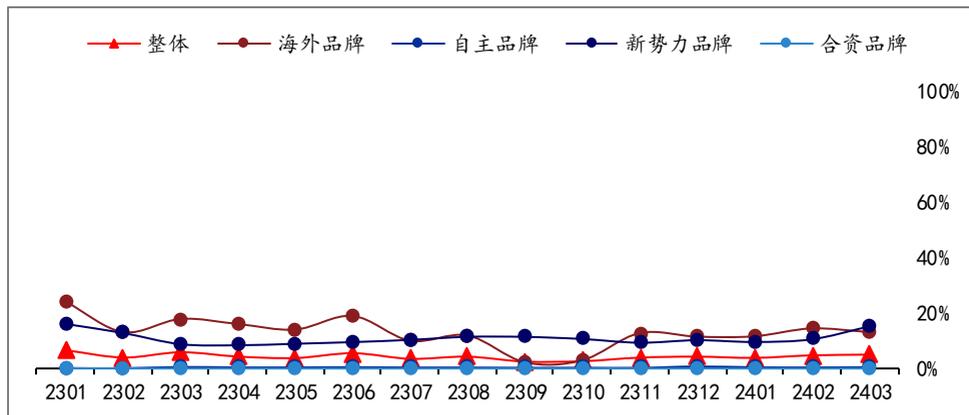
后排娱乐屏：渗透率为4.79%，环比小幅提升

2024年3月，后排娱乐屏渗透率为4.79%，同比-0.82pct，环比+0.23pct。品牌上，后排娱乐屏主要搭载于海外品牌和新势力品牌，渗透率分别为13.06%/15.06%。价格上，50万以上车型位渗透率大幅提升至91.31%。

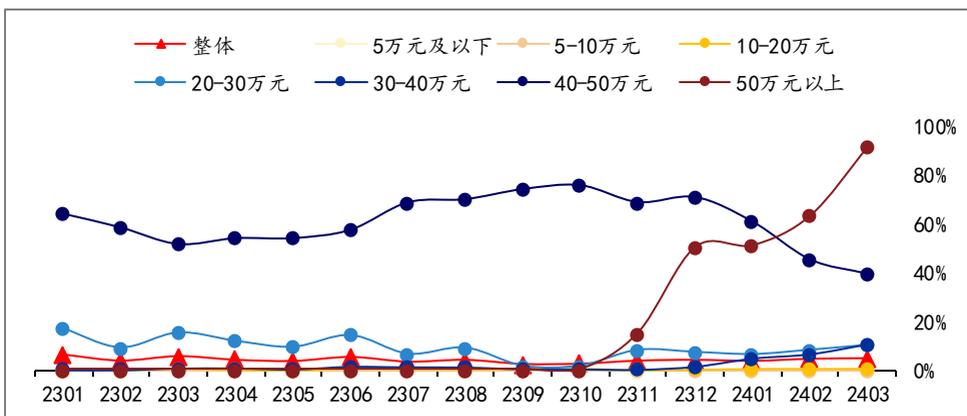
图：后排液晶屏渗透率



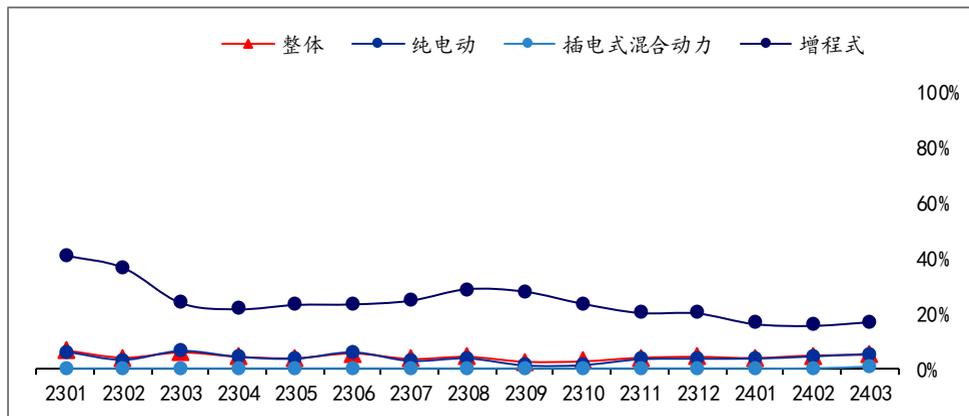
图：后排液晶屏渗透率-分品牌



图：后排液晶屏渗透率-分价格段



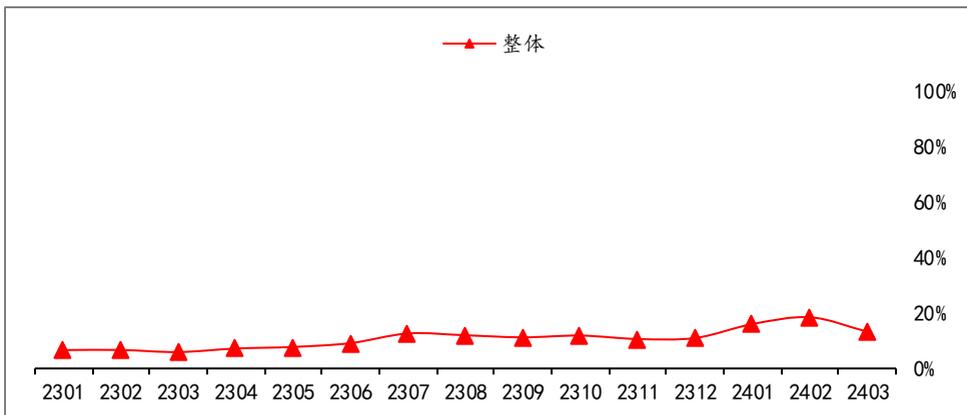
图：后排液晶屏渗透率-分动力类型



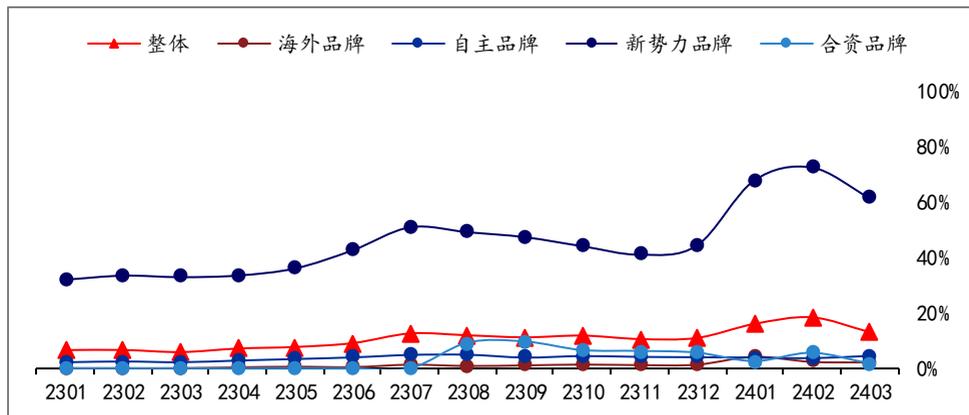
HUD：渗透率为12.95%，同比+7.25pct，环比-5.24pct

2024年3月，HUD渗透率为 12.95%，同比+7.25pct，环比-5.24pct。从品牌来看，新势力品牌中渗透率高于整体，达到61.69%。价格上，HUD主要搭载于30万元车型上，50万元以上价格带渗透率持续提升至91.31%。

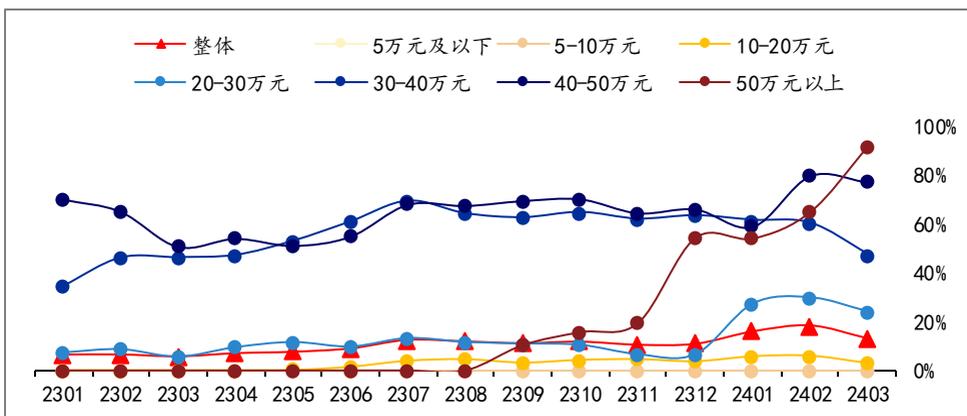
图：HUD渗透率



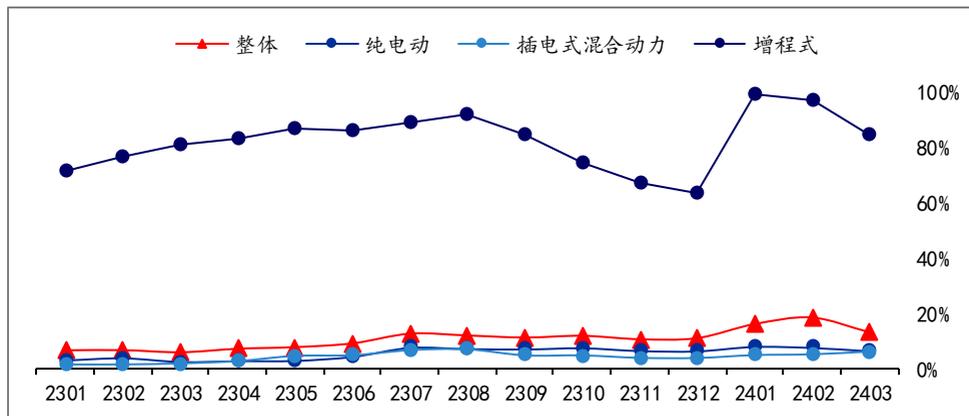
图：HUD渗透率-分品牌



图：HUD渗透率-分价格段



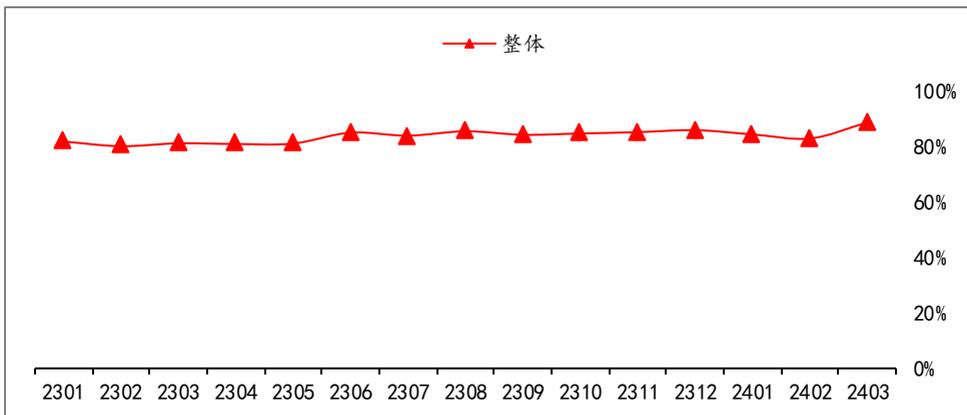
图：HUD渗透率-分动力类型



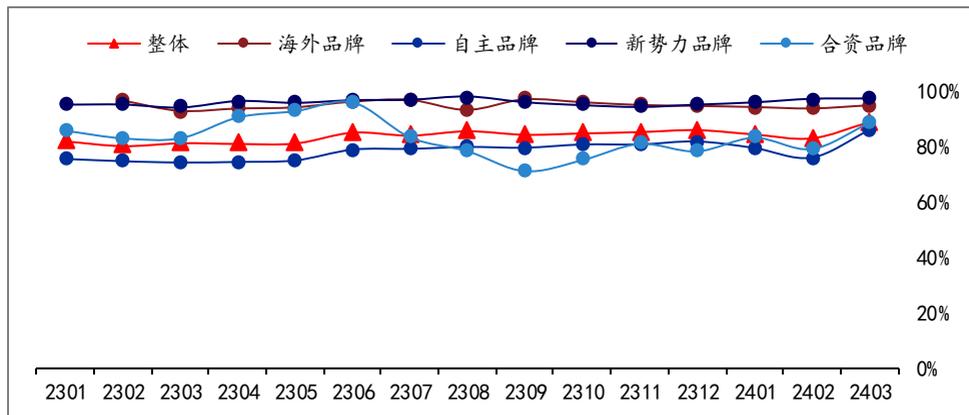
语音控制：渗透率为88.62%，同比+7.17pct，环比+5.50pct

2024年3月，新能源乘用车语音控制渗透率为88.62%，同比+7.17pct，环比+5.50pct。高位渗透率下，仍保持同比环比增长。

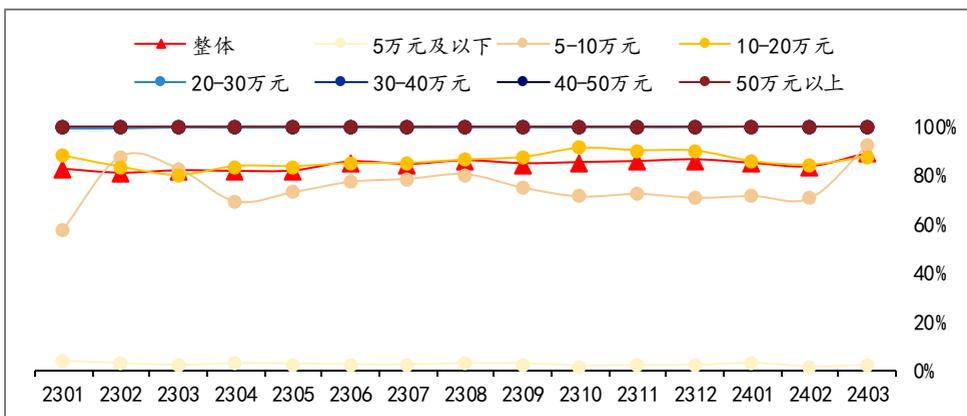
图：语音控制渗透率



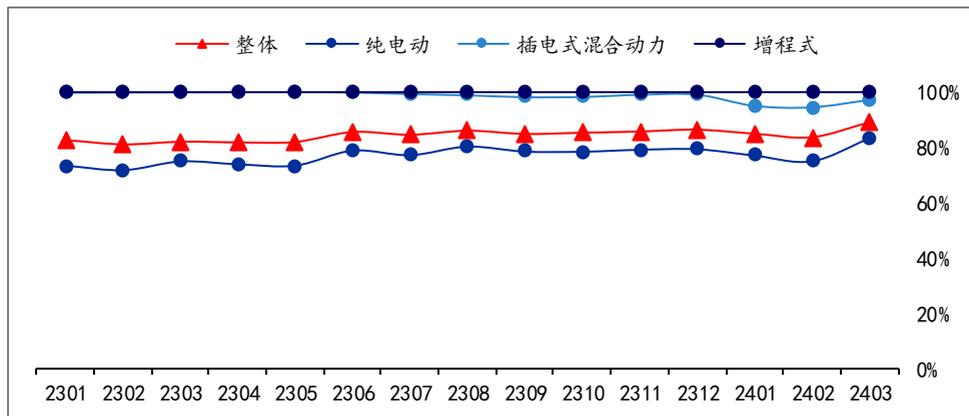
图：语音控制渗透率-分品牌



图：语音控制渗透率-分价格段



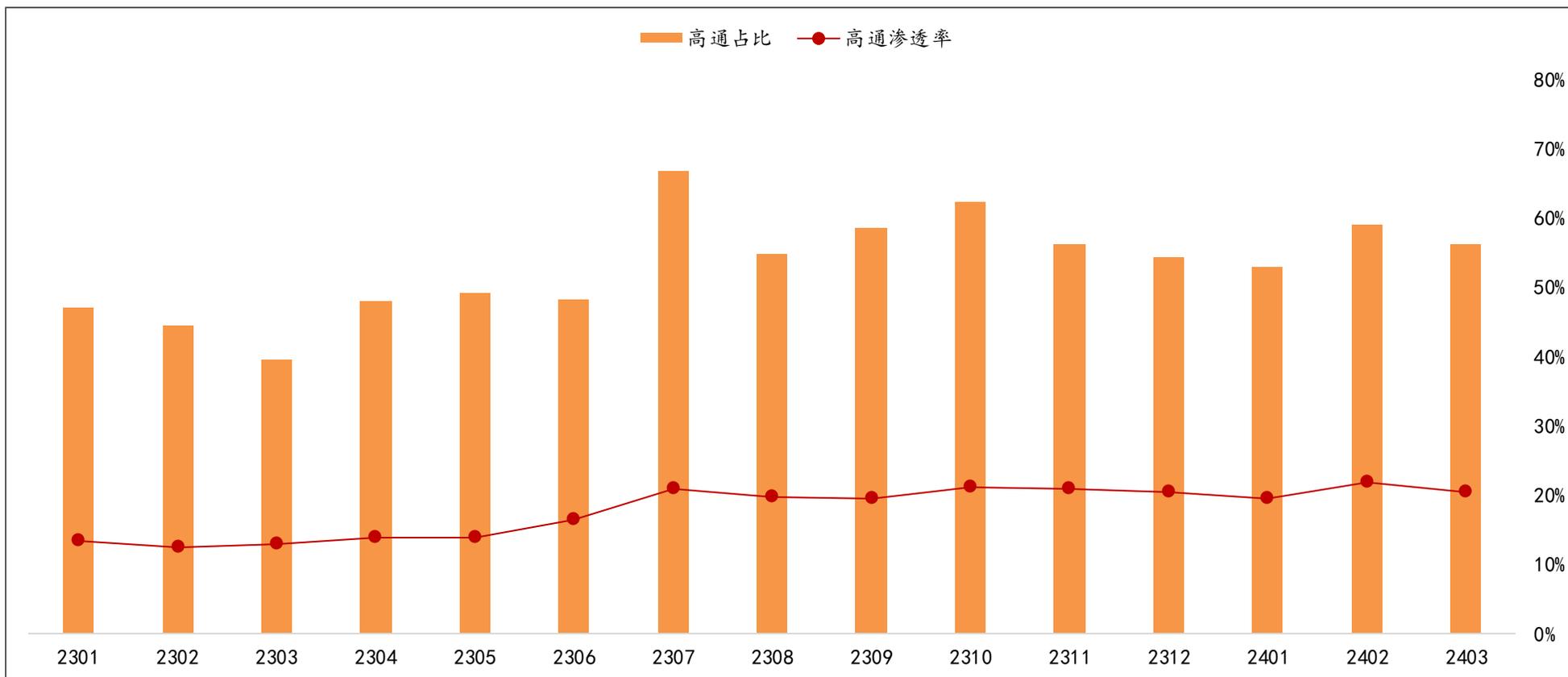
图：语音控制渗透率-分动力类型



座舱芯片：高通市场占比56.20%，渗透率20.24%

2024年3月，座舱芯片中高通芯片渗透率为20.24%，同比+7.31pct，环比-1.52pct，市场份额占比56.20%。其次是AMD，渗透率为8.79%，市场份额占比达到24.41%。

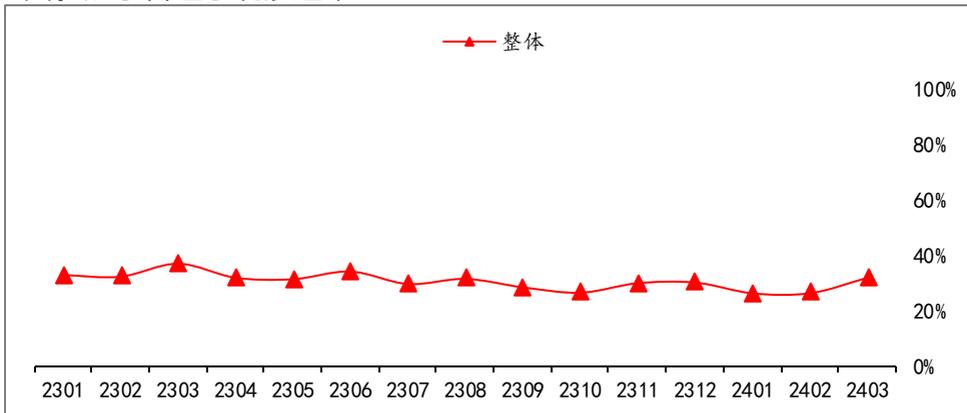
图：座舱芯片渗透率



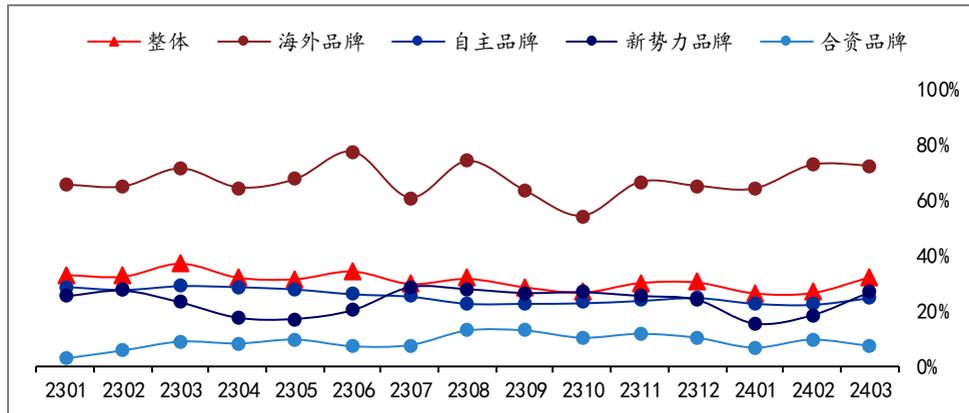
热泵管理系统：渗透率为32.13%，同比下滑，环比提升

2024年3月，新能源乘用车热泵管理系统渗透率达到32.13%，同比-4.97pct，环比+5.52pct。品牌上，海外品牌渗透率更高，主要由特斯拉驱动；价格上，20-30万元和50万元以上车型渗透率更高，分别为 66.79%/91.31%；从动力类型来看，纯电车型渗透率更高，为51.15%。

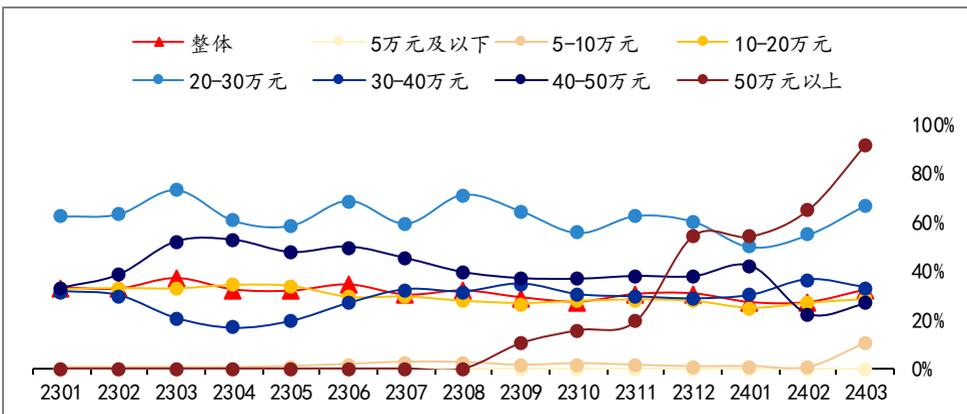
图：热泵管理系统渗透率



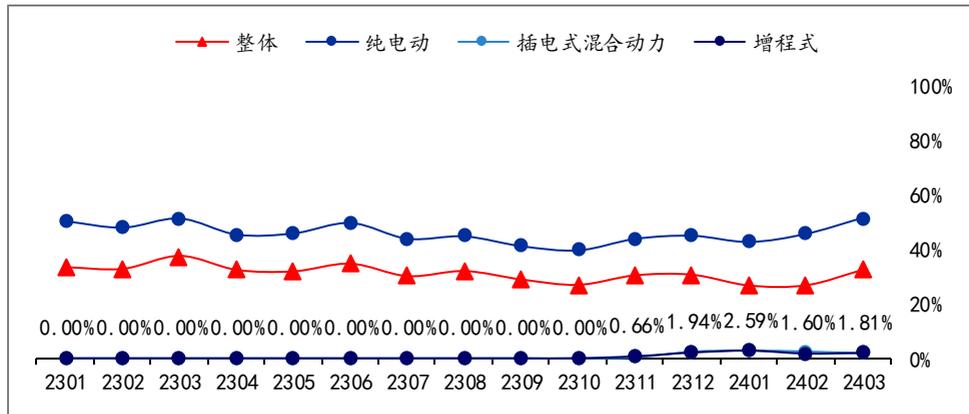
图：热泵管理系统渗透率-分品牌



图：热泵管理系统渗透率-分价格段



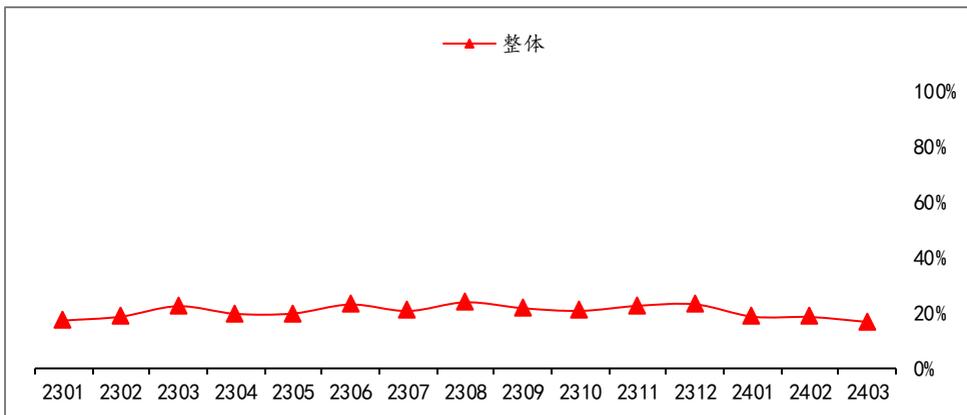
图：热泵管理系统渗透率-分动力类型



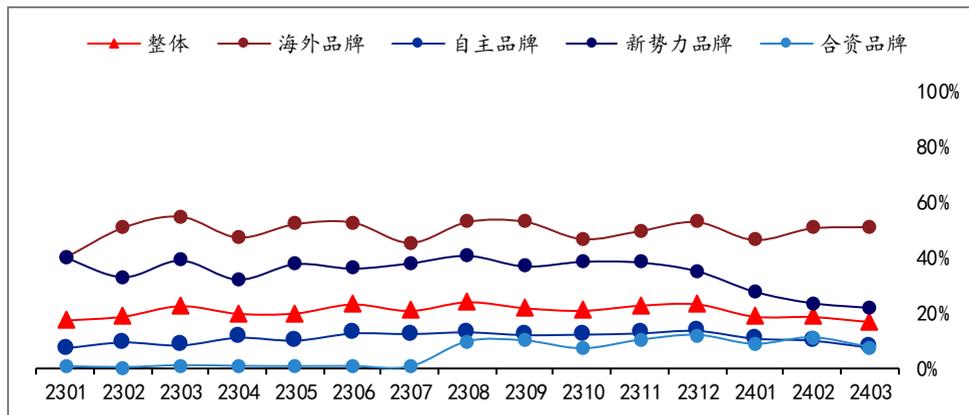
全景天窗：渗透率为16.72%，同比环比下滑

2024年2月，新能源全景天窗渗透率达到16.72%，同比-5.91pct，环比-1.86pct。品牌上，海外品牌中渗透率更高，为51.13%；价格上，20-30万元车型中渗透率更高，为52.85%；从动力类型来看，纯电车型渗透率更高，为26.92%。

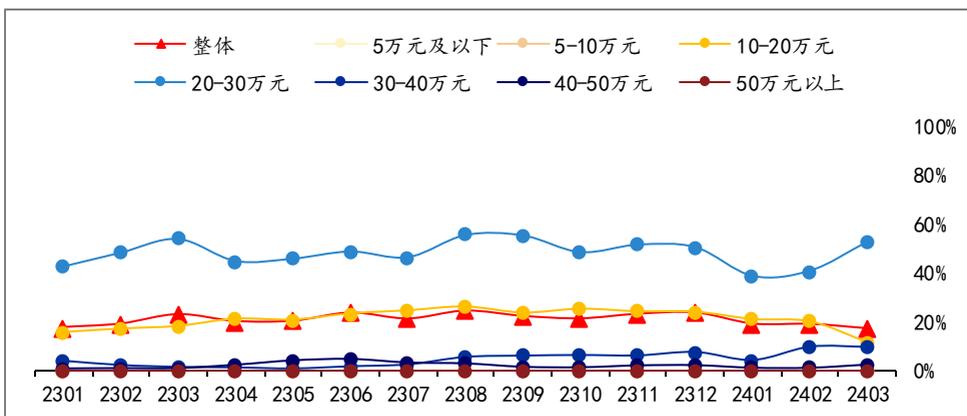
图：全景天窗渗透率



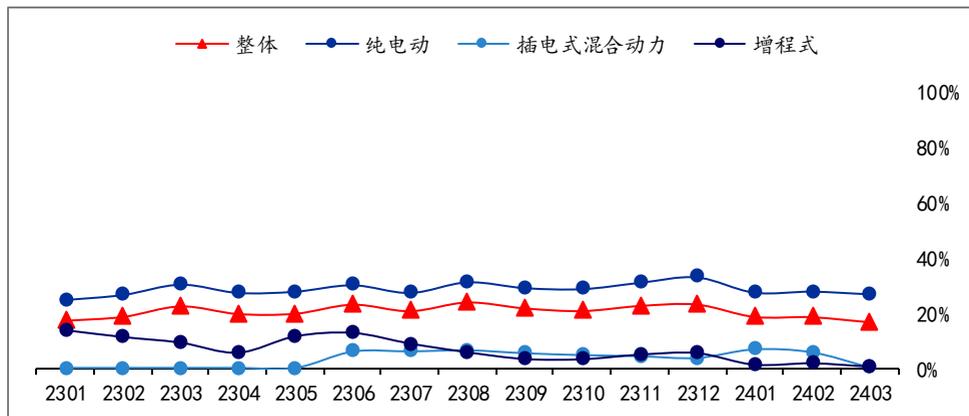
图：全景天窗渗透率-分品牌



图：全景天窗渗透率-分价格段



图：全景天窗渗透率-分动力类型



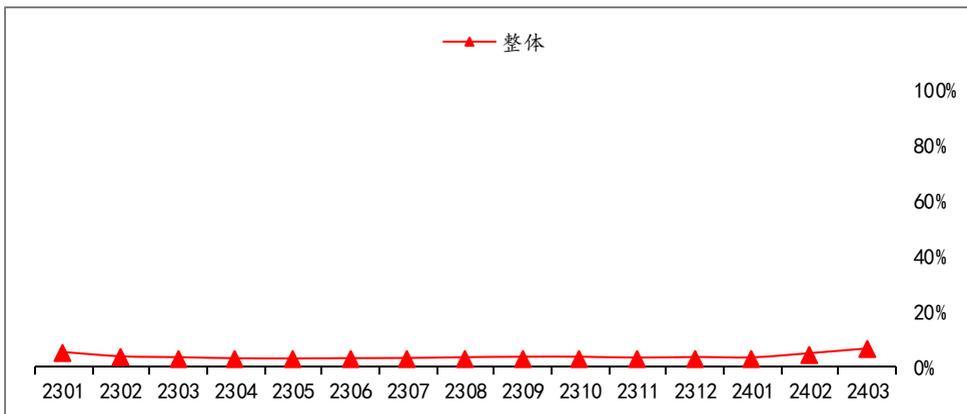
3

底盘及车身

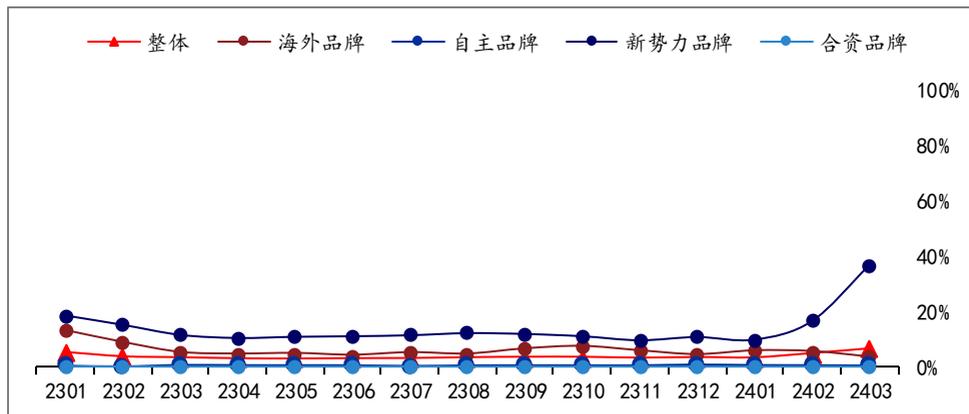
空气悬架：渗透率6.76%，理想带动渗透率继续攀升

2024年3月，空气悬架标配渗透率为6.76%，同比+3.35pct，环比+1.80pct。随理想L7/8入门款车型中空气悬架升级为标配，以及理想MEGA上市，空气悬架渗透率持续提升。

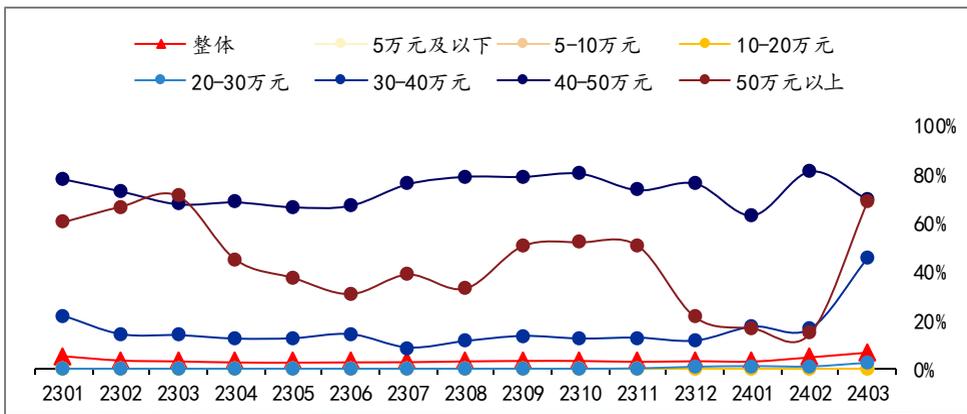
图：空气悬架渗透率



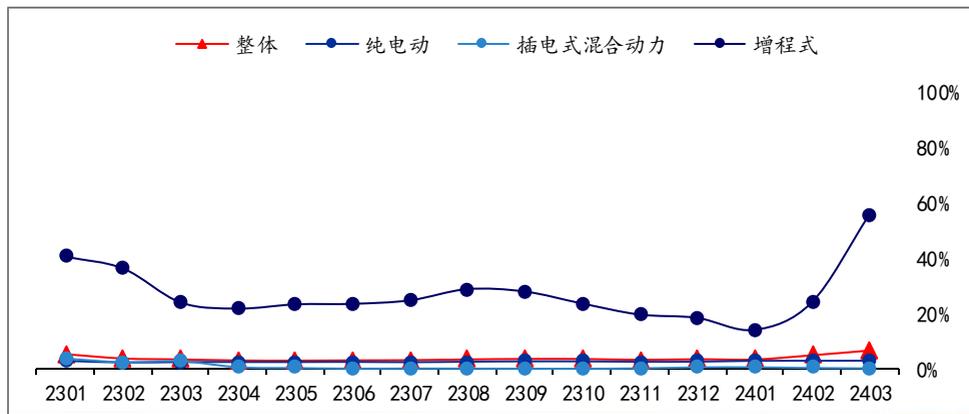
图：空气悬架渗透率-分品牌



图：空气悬架渗透率-分价格段



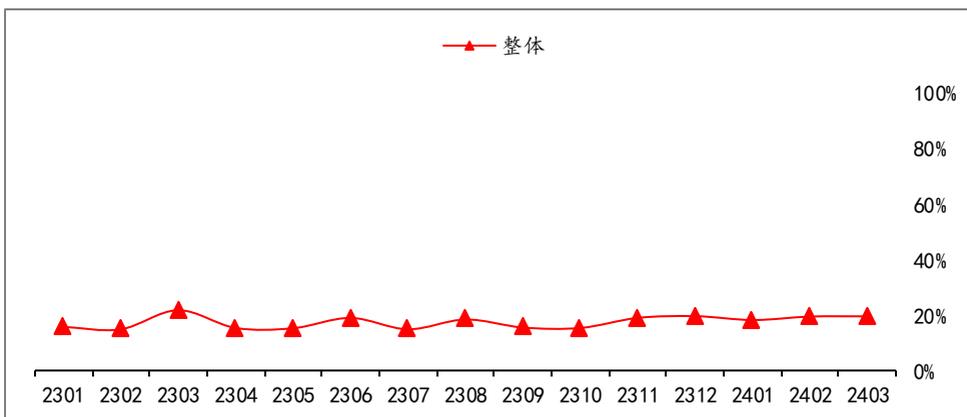
图：空气悬架渗透率-分动力类型



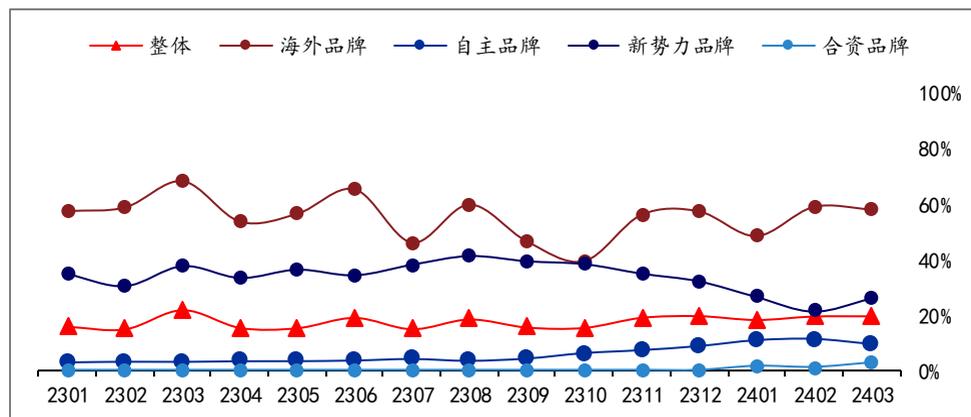
无框车门：渗透率为19.88%，同比-2.23pct，环比+0.09pct

2024年3月，无框车门渗透率为19.88%，同比-2.23pct，环比+0.09pct。品牌类型上，海外品牌、新势力品牌中渗透率更高，分别为58.17%/26.18%；价格段上，20-30万车型为市场主力，渗透率有所回升，达67.71%。动力类型上，主要搭载在纯电动车型上，渗透率为29.09%。

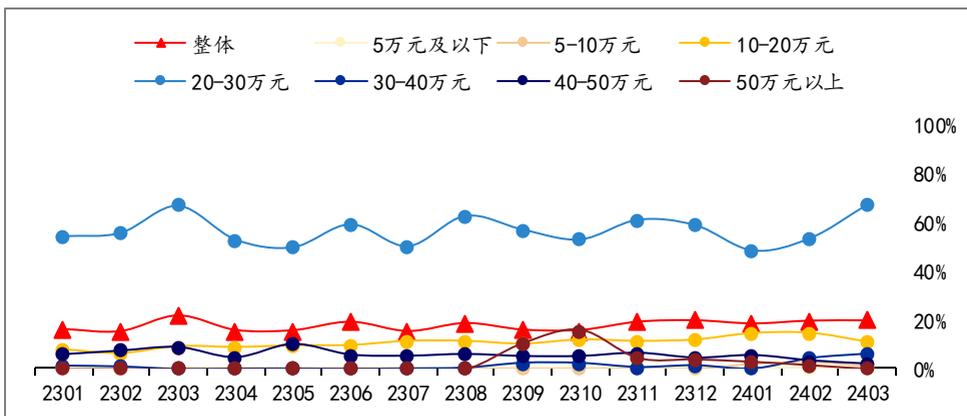
图：无框车门渗透率



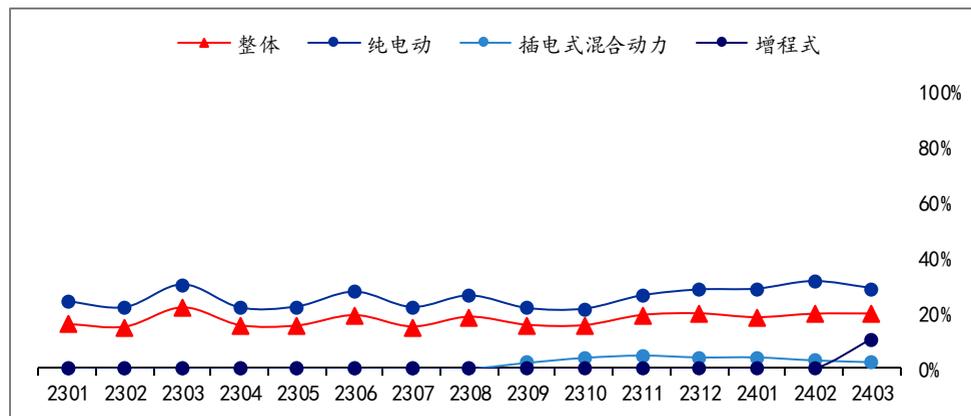
图：无框车门渗透率-分品牌



图：无框车门渗透率-分价格段



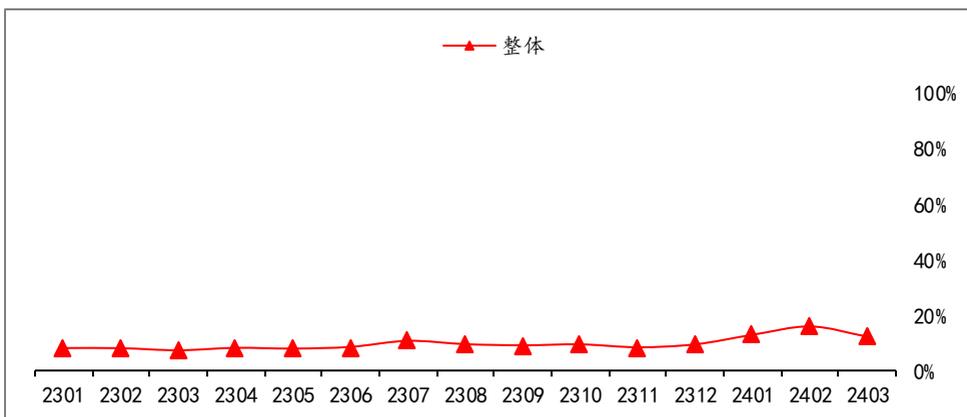
图：无框车门渗透率-分动力类型



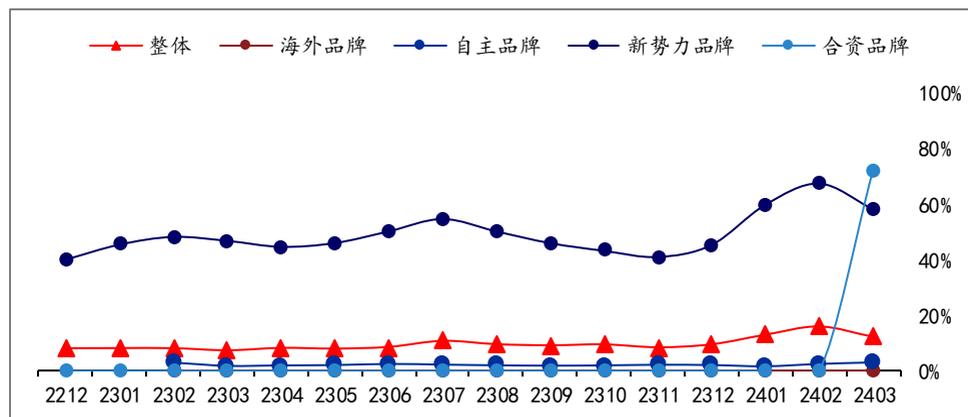
电吸门：渗透率达12.14%，同比+4.93pct，环比-3.79pct

2024年3月，电吸门渗透率为12.14%，同比+4.93pct，环比-3.79pct。其中，新势力品牌中渗透率略下滑至58.25%，合资品牌受腾势D9车型新增电吸门配置，渗透率显著上升至72.41%；价格段上，20-30/30-40/40-50/50万元以上车型中，渗透率分别为24.70%/59.04%/69.48%/23.04%，50万元以上价格段中渗透率下滑系理想MEGA（未标配电吸门）上市影响。

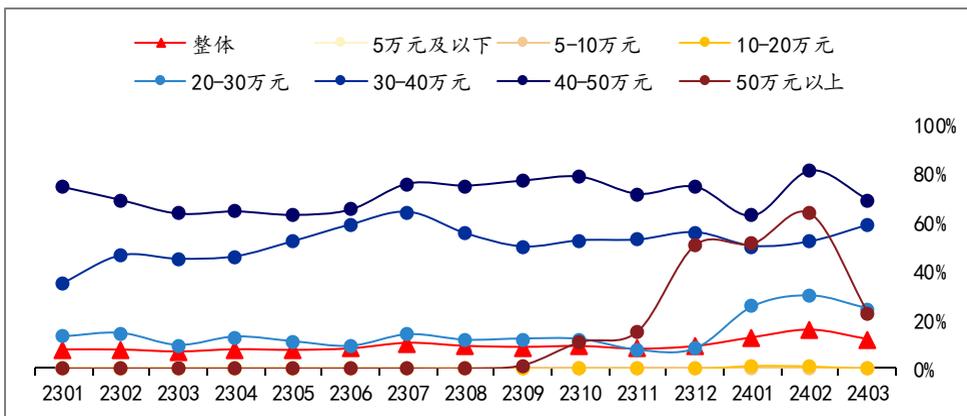
图：电吸门渗透率



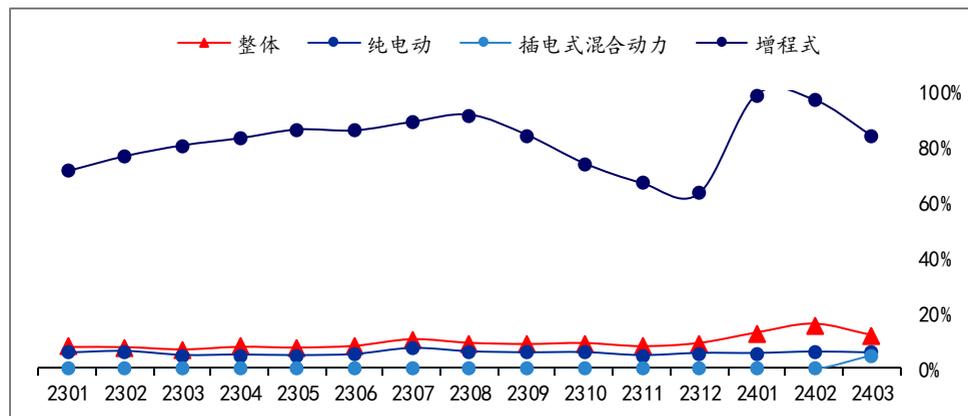
图：电吸门渗透率-分品牌



图：电吸门渗透率-分价格段



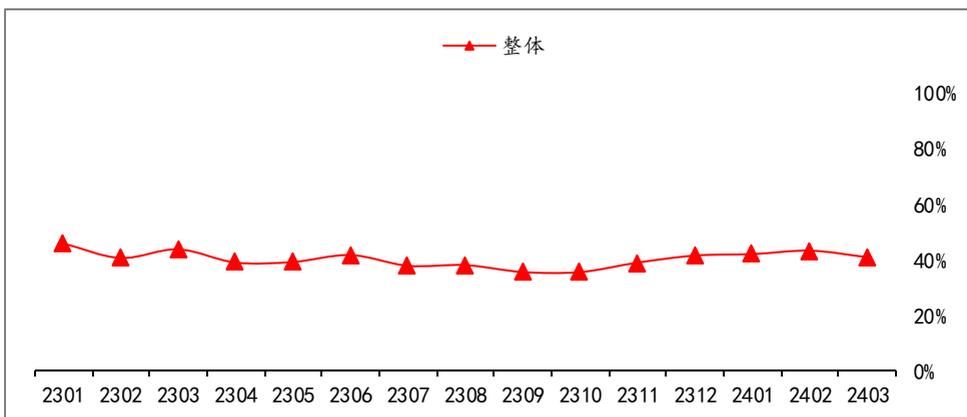
图：电吸门渗透率-分动力类型



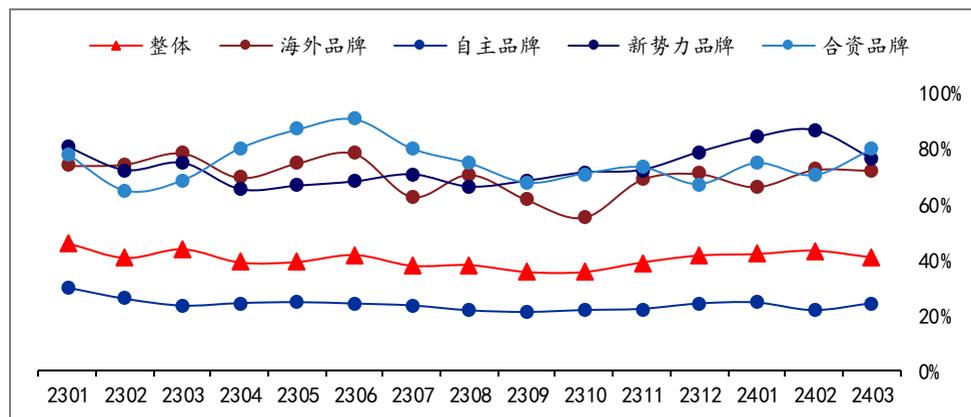
电尾门：渗透率为40.91%，同比-2.85pct，环比-2.36pct

2024年3月，电尾门渗透率为40.91%，同比-2.85pct，环比-2.36pct。品牌上，除自主品牌渗透率24.32%，其他品牌中渗透率均高于整体。从价格区间看，20万元以上车型基本实现80%以上的渗透。动力类型上，增程式车型渗透率较高，为88.76%。

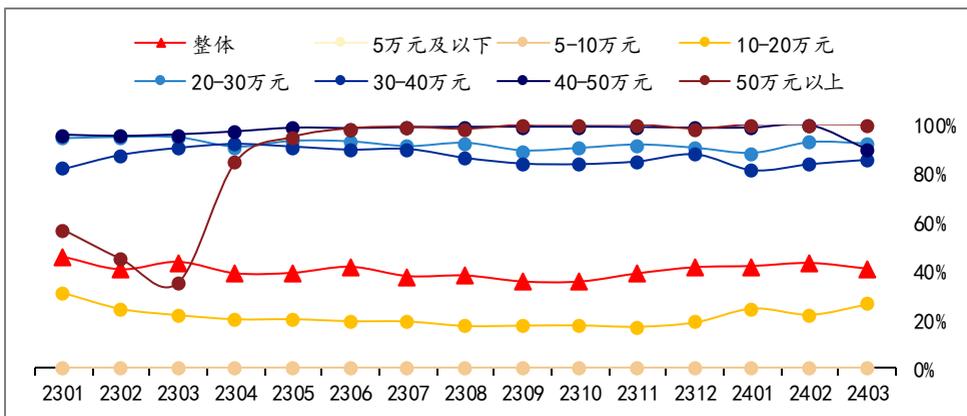
图：电尾门渗透率



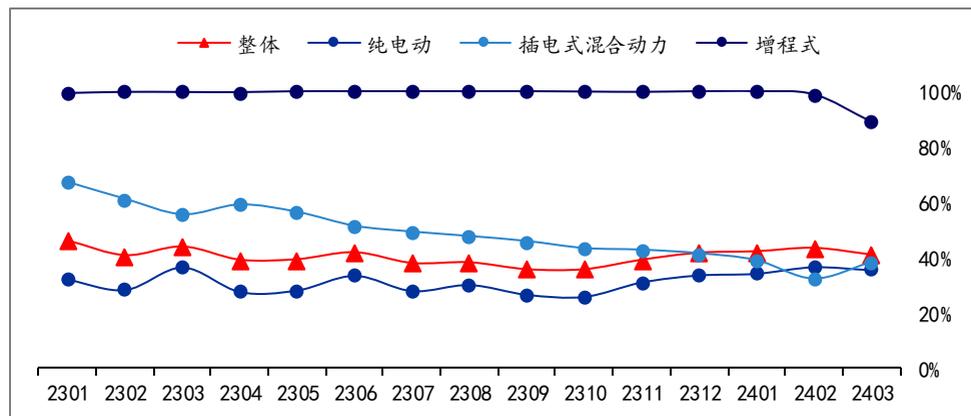
图：电尾门渗透率-分品牌



图：电尾门渗透率-分价格段



图：电尾门渗透率-分动力类型

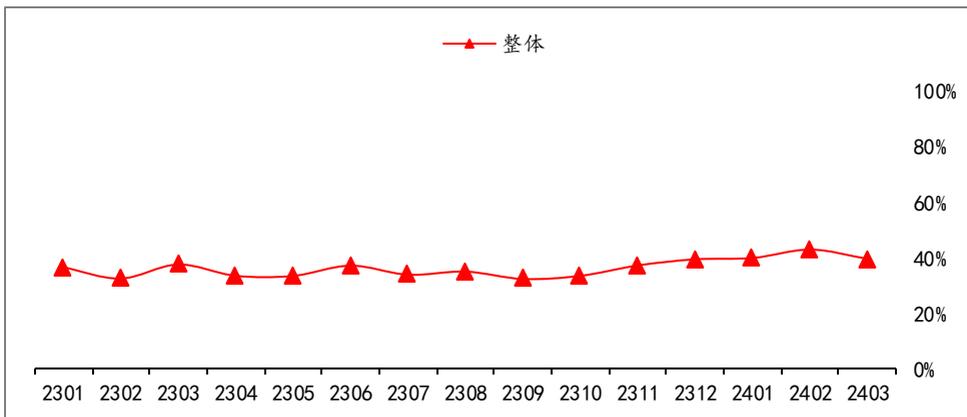


4 车灯

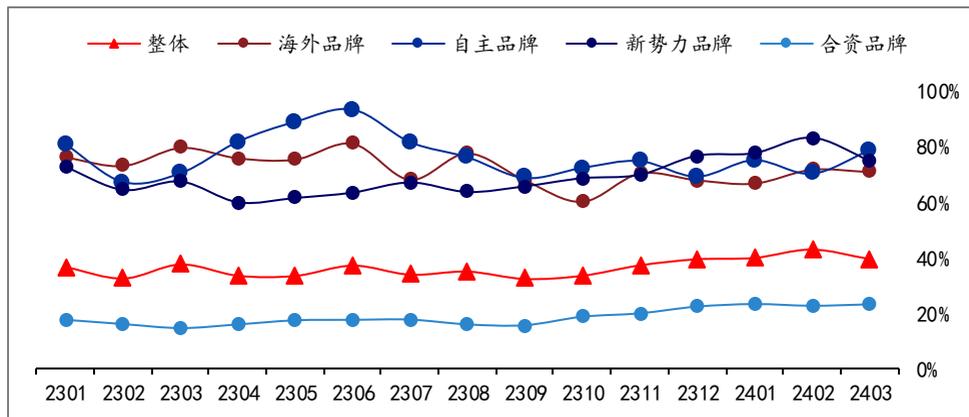
自适应远近光灯：渗透率为39.72%，同比+1.99pct，环比-3.36pct

2024年3月，自适应远近光灯渗透率达到39.72%，同比+1.99pct，环比-3.36pct。品牌上，除合资品牌外其余品牌均处于平均渗透率之上。价格段上，20万以上车型为主要搭载车型，渗透率都在90%左右，40-50万车型渗透率为100%。

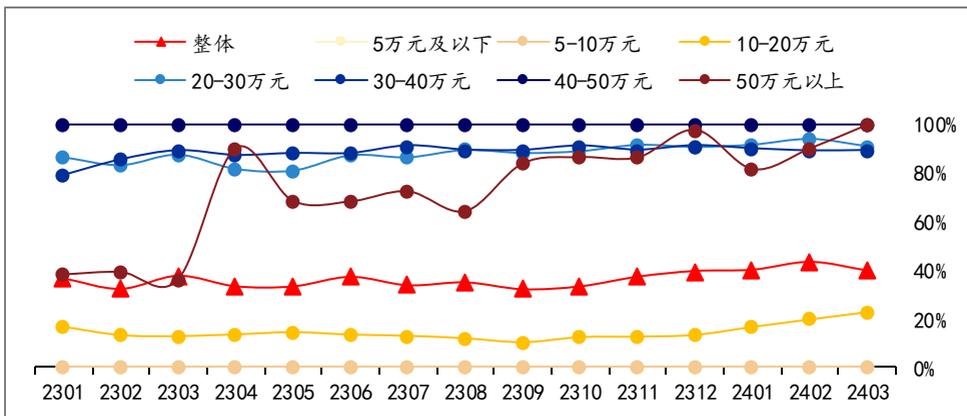
图：自适应远近光灯渗透率



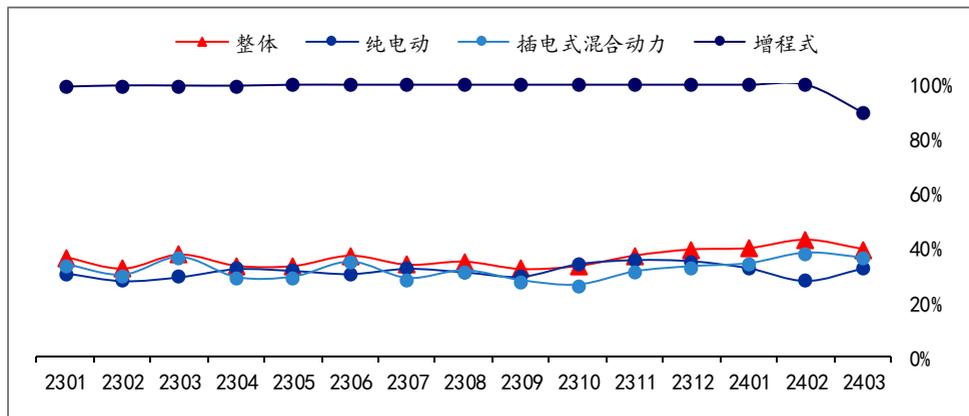
图：自适应远近光灯渗透率-分品牌



图：自适应远近光灯渗透率-分价格段



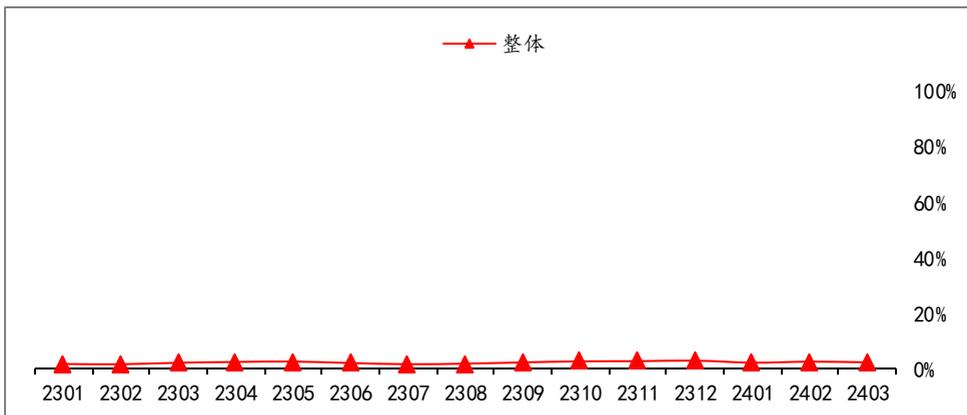
图：自适应远近光灯渗透率-分动力类型



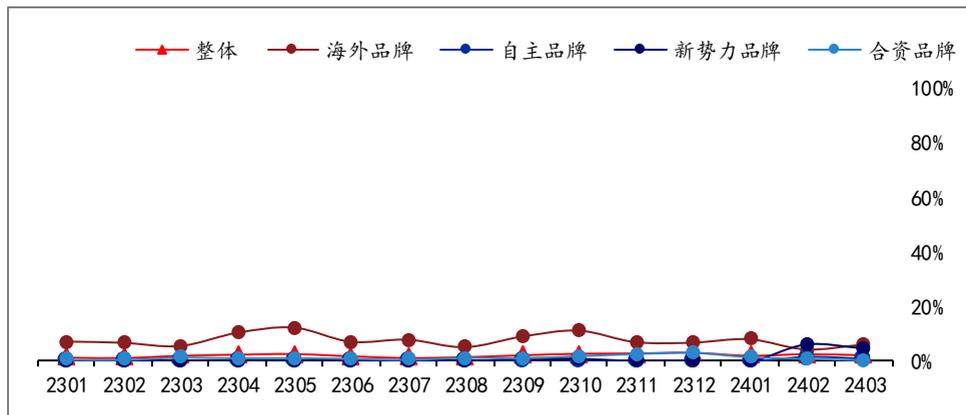
大灯随动转向：渗透率为2.25%，同比环比小幅变动

2024年3月，大灯随动转向渗透率为2.25%，同比+0.17pct，环比-0.32pct。从品牌类型来看，海外品牌/新势力品牌渗透率更高，分别为6.04%/5.02%；动力类型上，主要搭载在增程式车型上，渗透率为9.03%。

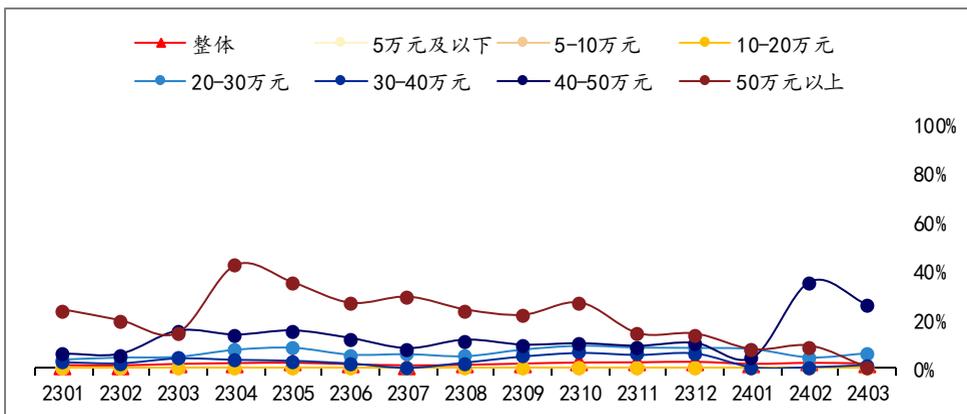
图：大灯随动转向渗透率



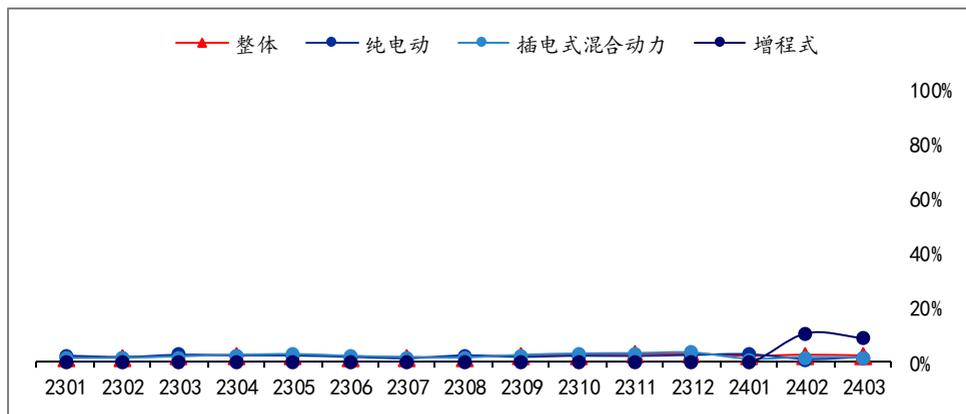
图：大灯随动转向渗透率-分品牌



图：大灯随动转向渗透率-分价格段



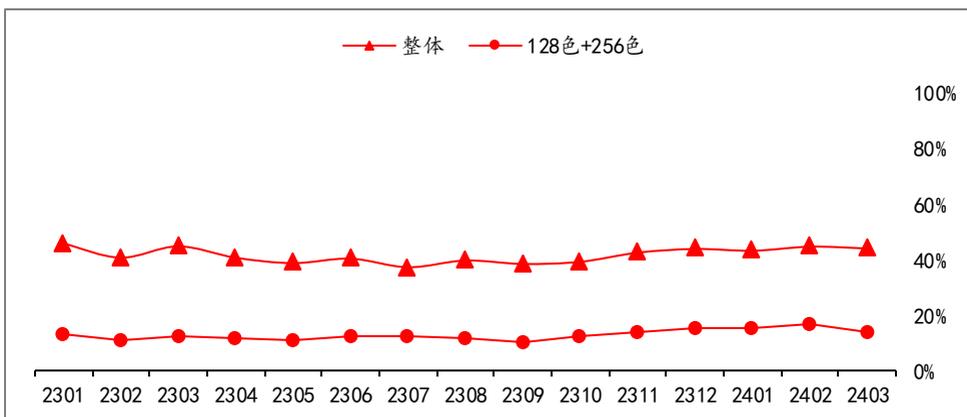
图：大灯随动转向渗透率-分动力类型



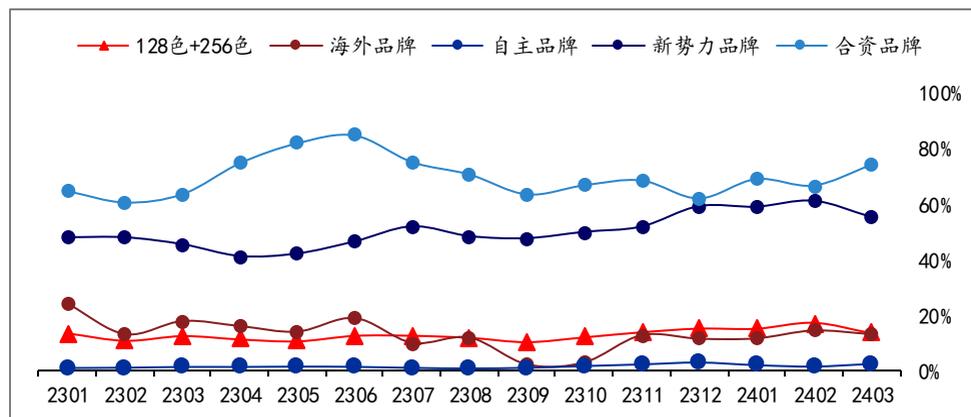
车内氛围灯：渗透率为44.43%，同比环比小幅下滑

2024年3月，车内氛围灯整体渗透率为44.43%，同比-0.78pct，环比-0.66pct，其中128色+256色渗透率为13.58%，同比+1.00pct，环比-3.48pct。128+256色氛围灯中，从品牌来看，合资品牌/新势力品牌渗透率分别为74.16%/55.25%；从价格段来看，由于搭载车内氛围灯理想MEGA上市，50万元以上车型渗透率大幅上升至68.27%；从动力类型看，增程式车型渗透率整体较高，达74.32%。

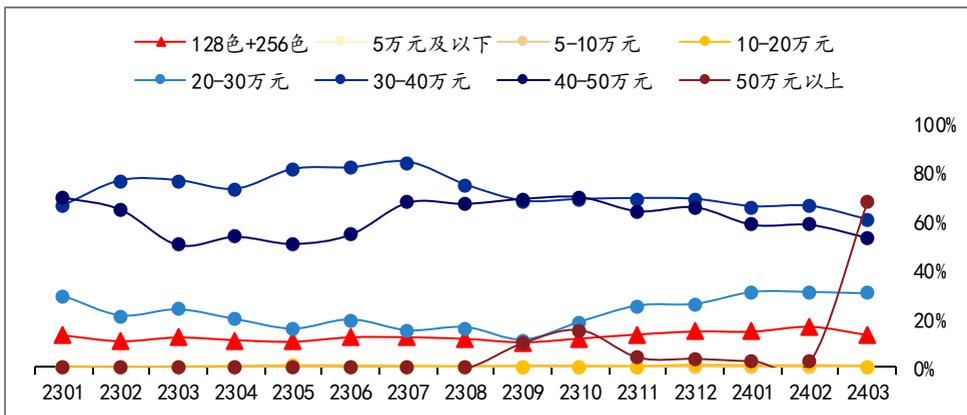
图：车内氛围灯渗透率



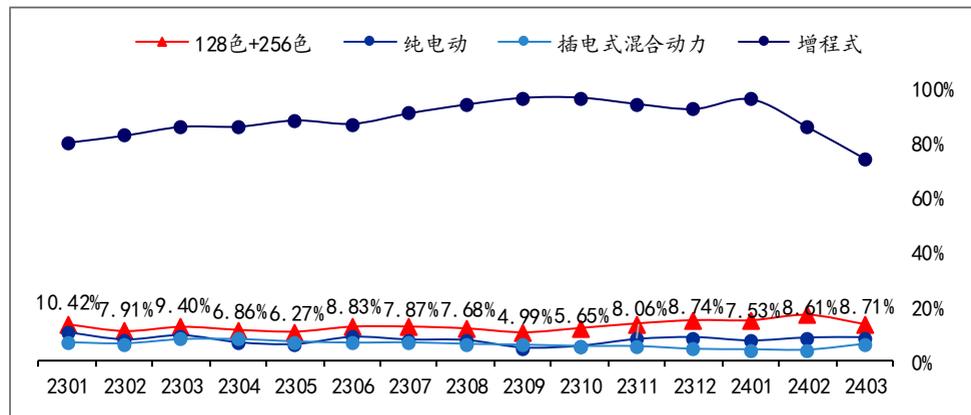
图：车内氛围灯渗透率-分品牌



图：车内氛围灯渗透率-分价格段



图：车内氛围灯渗透率-分动力类型

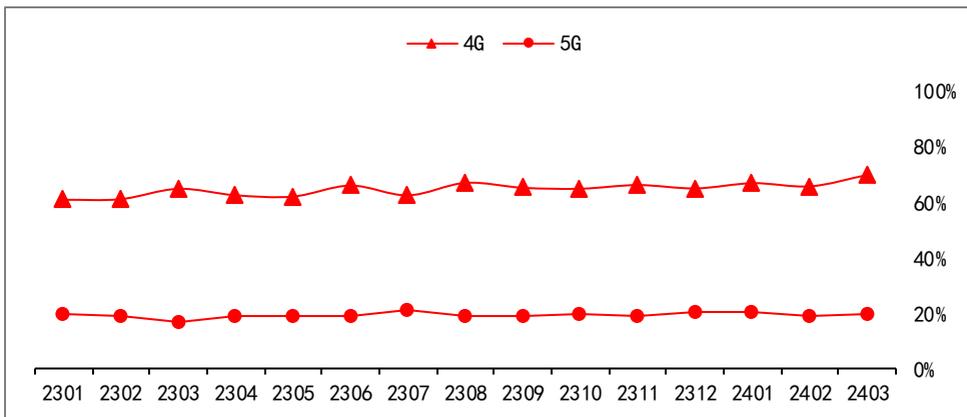


5 智能网联

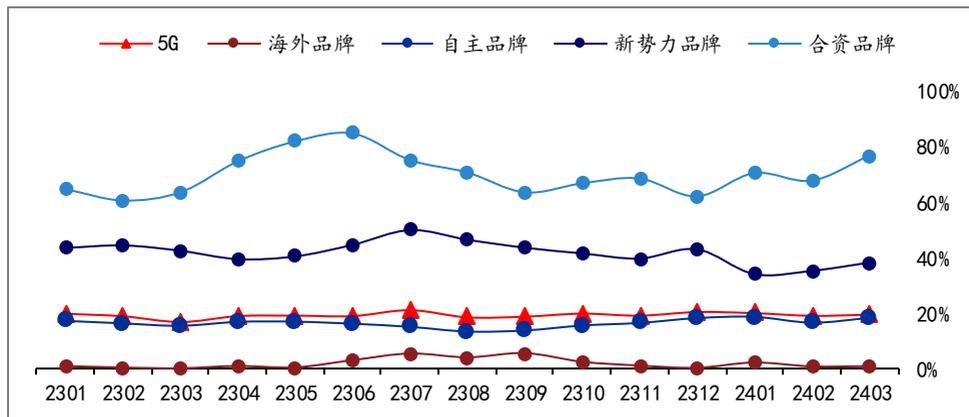
5G：渗透率为19.69%，同比+2.73pct，环比+0.41pct

2024年3月，新能源乘用车中4G/5G渗透率分别为69.81%/19.69%，同比+4.85/+2.73pct，环比+3.98/+0.41pct。品牌上，5G在合资品牌和新势力品牌中渗透率分别为76.83%/38.18%；价格上，5G在20-30万/30-40万/40-50万/50万以上车型中渗透率分别为27.24%/73.03%/45.91%/93.31%。动力类型上，5G主要搭载增程式车型上，为49.32%。

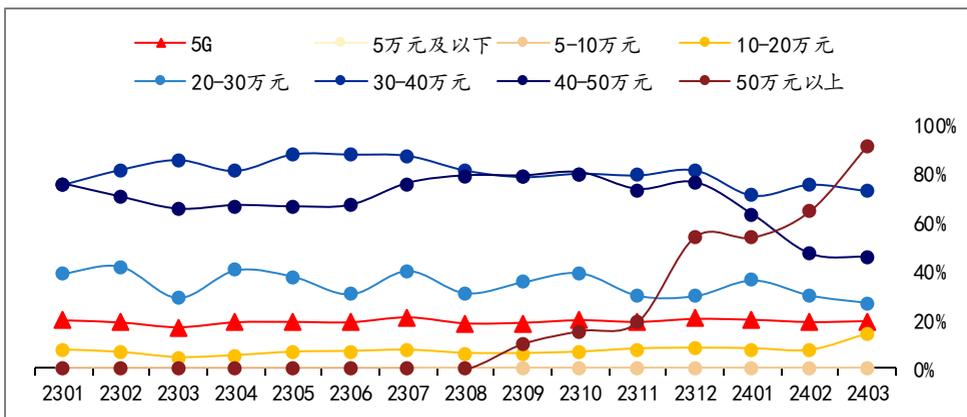
图：4G/5G渗透率



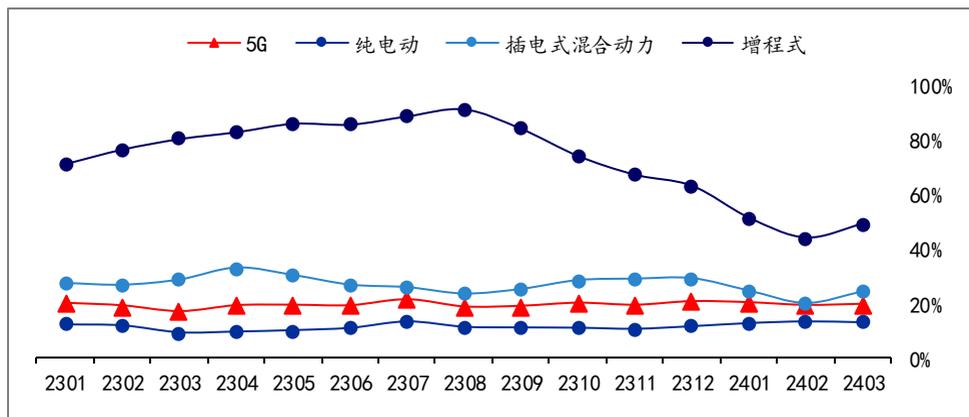
图：5G渗透率-分品牌



图：5G渗透率-分价格段



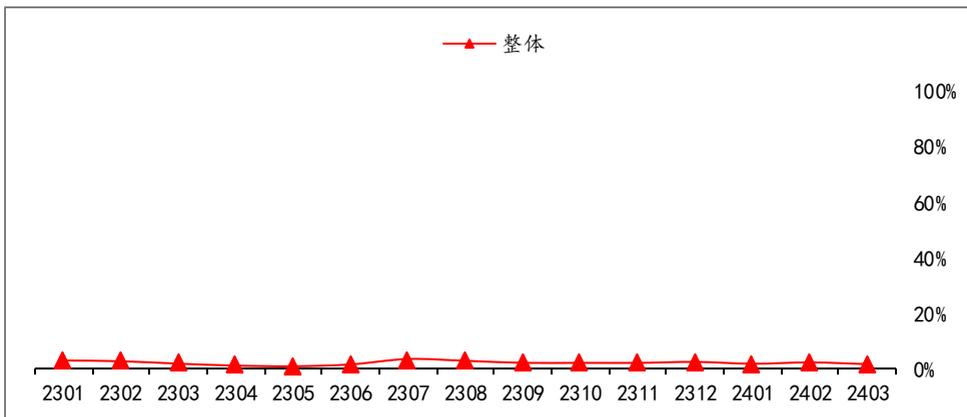
图：5G渗透率-分动力类型



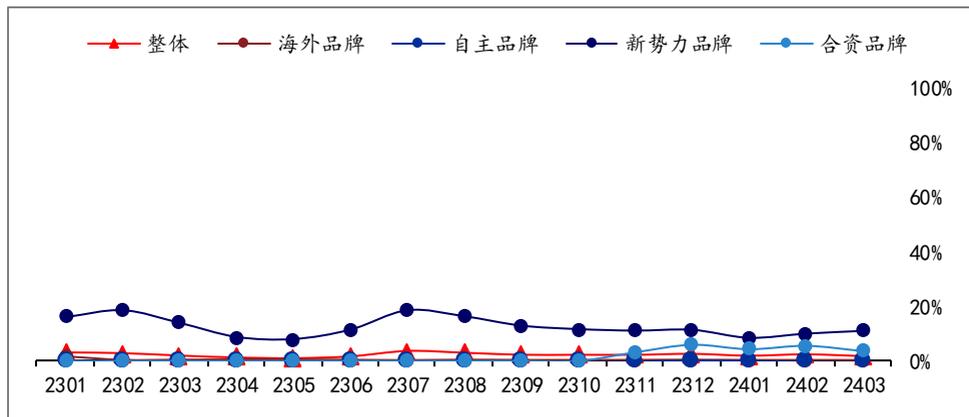
V2X：渗透率为1.77%，同比-0.15pt，环比-0.53pct

2024年3月，新能源乘用车中V2X渗透率分别为1.77%，同比-0.15pct，环比-0.53pct。品牌上，新势力品牌中渗透率为10.94%；价格上，在30-40万/40-50万车型渗透率分别为9.50%/6.59%。动力类型上，V2X主要搭载在纯电动车型上，为2.87%。

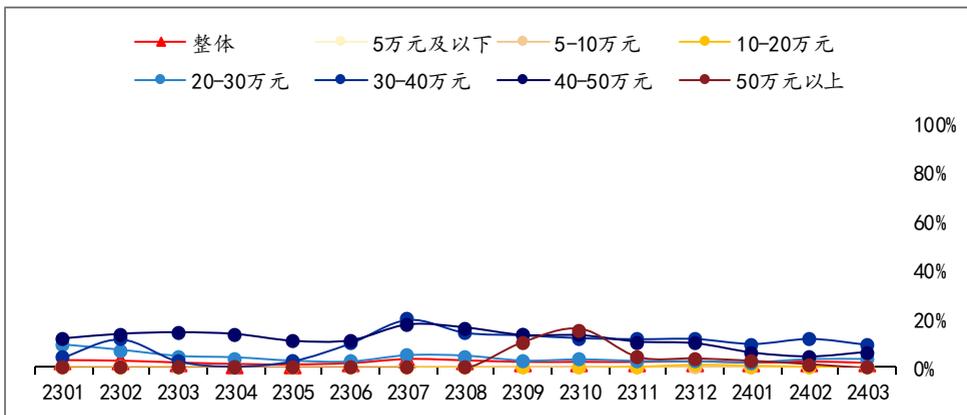
图：V2X渗透率



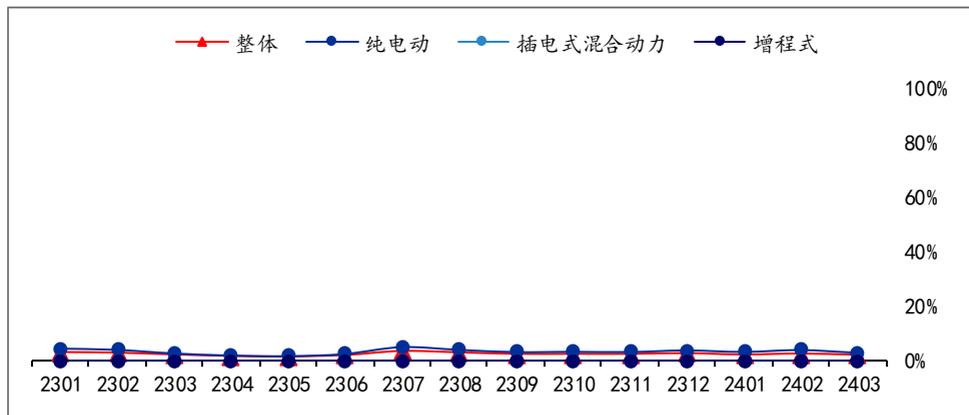
图：V2X渗透率-分品牌



图：V2X渗透率-分价格段



图：V2X渗透率-分动力类型



6 风险提示

风险提示

1. 数据可靠性风险：新能源乘用车的销量与车辆配置来自懂车帝官网，可能存在车型未全部覆盖、配置信息遗漏、配置信息有误等情况。
2. 数据统计风险：渗透率计算选取最新年份最低价格车型配置信息进行计算，而消费者购车可能选择更高配置车型，存在渗透率低估的可能。
3. 报告仅为市场监控，不构成投资建议

数据来源及计算说明

数据来源：懂车帝官网

数据维度：在售新能源乘用车零售销量及零部件配置

时间维度：2022年12月-2024年3月

计算方式说明：由于懂车帝官网销量数据仅对应到车系，未明确对应到车型，但不同车型配置存在差距，还存在标配选配之分，故在谨慎原则下选取最新年份最低价格车型配置进行计算零部件标配渗透率。

以HUD示例：

12月HUD渗透率 = 12月所有标配HUD车型销量总和 / 12月销量总和

12月20-30万元价格区间HUD渗透率 = 12月所有标配HUD的20-30万元车型销量总和 / 12月20-30万元车型销量总和

分析师声明

本报告署名分析师在此声明：我们具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，本报告所表述的所有观点均准确地反映了我们对标的证券和发行人的个人看法。我们所得报酬的任何部分不曾与，不与，也将不会与本报告中的具体投资建议或观点有直接或间接联系。

一般声明

除非另有规定，本报告中的所有材料版权均属天风证券股份有限公司（已获中国证监会许可的证券投资咨询业务资格）及其附属机构（以下统称“天风证券”）。未经天风证券事先书面授权，不得以任何方式修改、发送或者复制本报告及其所包含的材料、内容。所有本报告中使用的商标、服务标识及标记均为天风证券的商标、服务标识及标记。

本报告是机密的，仅供我们的客户使用，天风证券不因收件人收到本报告而视其为天风证券的客户。本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，但天风证券对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。本报告中的信息、意见等均仅供客户参考，不构成所述证券买卖的出价或征价邀请或要约。该等信息、意见并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。客户应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专家的意见。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，天风证券及/或其关联人员均不承担任何法律责任。

本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断。该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。过往的表现亦不应作为日后表现的预示和担保。在不同时期，天风证券可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。

天风证券的销售人员、交易人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点。天风证券没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。天风证券的资产管理部门、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

特别声明

在法律许可的情况下，天风证券可能会持有本报告中提及公司所发行的证券并进行交易，也可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问和金融产品等各种金融服务。因此，投资者应当考虑到天风证券及/或其相关人员可能存在影响本报告观点客观性的潜在利益冲突，投资者请勿将本报告视为投资或其他决定的唯一参考依据。

投资评级声明

类别	说明	评级	体系
股票投资评级	自报告日后的6个月内，相对同期沪深300指数的涨跌幅	买入	预期股价相对收益20%以上
		增持	预期股价相对收益10%-20%
		持有	预期股价相对收益-10%-10%
		卖出	预期股价相对收益-10%以下
行业投资评级	自报告日后的6个月内，相对同期沪深300指数的涨跌幅	强于大市	预期行业指数涨幅5%以上
		中性	预期行业指数涨幅-5%-5%
		弱于大市	预期行业指数涨幅-5%以下

THANKS