

在小米花影下：后期大众阶段竞争策略

推荐 | 维持

报告要点：

● 月度渗透率越过 50%，电动智能车迈入向后期大众转型的阶段

2024年4月上半月乘用车市场零售 51.6 万辆，其中新能源车市场零售 26 万辆。这意味着中国新能源汽车市场渗透率首次突破 50%，市场占比首次超过燃油车。虽然只是短期数据，但对市场结构变化有指示性意义。根据我们在《2024 年汽车行业投资策略报告：骑乘产业周期曲线，需求与技术两手抓》中提到的“技术采用曲线”模型，市场进入 50% 渗透率阶段后，将迎来创新型产品从“早期大众阶段”向“后期大众阶段”的过渡。由于创新型产品不同渗透率阶段，消费者结构不同，在阶段转型期，市场参与者将面对跨越“鸿沟”的考验。市场挑战者将利用这一机会获得优势，原有市场的参与者将面临消费者偏好转变带来的转型压力。“后期大众阶段”消费者偏好的典型特征包括：技术端，对新技术不敏感，但对适合自己需求的技术敏感；产品端，关注产品对满足需求的完备性和超预期，期待“开箱即用”、“傻瓜式”模式产品；渠道端，倾向于简洁与尊重；价格端，倾向物美价廉；而品牌端，则对信赖的产品具有较高忠诚度。事实上，由于可选消费品购买场景具有偏感性的特征，品牌本身就是最大的“傻瓜式”一揽子满足需求方案的背书，对提升消费者对技术、产品、渠道的认可度效果显著。因此这一阶段，品牌以及品牌营销对消费者心智的占领与塑造，作用也更加重大。

● 小米模式对后期大众阶段及消费群体的印证

3月28日小米汽车正式发布，第一款产品 SU7 正式登场，并创造了 4 分钟大定破万，7 分钟大定破 2 万，24 小时订单 9 万的傲人成绩。从后续的大定用户调研看，小米汽车的模式和产品高度符合后期大众消费特征。在客群端，小米汽车消费者以“首购族”为主，符合新技术产品进入过半渗透率之后才考虑购买的后期大众客群特征。品牌端，调研显示小米手机和其他产品用户在大定用户中占比较高。且多数调研用户表示，同样是 SU7 产品，但如果品牌不是小米则不会购买。在技术产品端，切中消费者痛点的防晒功能得到高度认可。品牌的“一揽子”式背书效果和符合后期大众特征的产品与服务特征，使小米汽车成功启动，同时也开启了智能电动车新消费阶段。

● 为什么令人困惑的流量内卷模式其实是后期大众阶段的典型招数

由小米汽车巨量流量基础所带动的现象级关注所引导，自小米发布会以来，车圈开启流量时代，各主机厂一把手亲自下场，营销自身产品，争夺网络流量。关于车圈流量的焦虑与分歧，以及对流量模式的可持续性质疑也由此产生。消费品创业投资（VC）领域，对于十年前国内网红电商的崛起有一个经典观点，认为网红电商本质上是消费者旺盛的品牌背书需求，与消费品企业本身品牌不能代表消费者价值观之间矛盾的产物。正是上述矛盾的存在，使得网红自身的品牌成为为消费品代言的替代品，并预言随着消费升级，十年后中国将有一批世界级品牌涌现。我们认为，电动智能汽车作为国内技术领先的消费领域，同时也是消费品中高价值

过去一年市场行情



资料来源：Wind

相关研究报告

《国元证券行业研究-2024 年汽车行业投资策略报告：骑乘产业周期曲线，需求与技术两手抓》

报告作者

分析师 杨为敦
执业证书编号 S0020521060001
电话 021-51097188
邮箱 yangweixue@gyzq.com.cn
联系人 刘乐
电话 021-51097188
邮箱 liule@gyzq.com.cn

量的产品，正在步入“后期大众”消费群体的当下，迎来品牌化的阶段。这一品牌化的构建，过去由产品、KOL 和明星代言来体现，当前正逐步向企业本身及其领导者的价值观传递来构建转变。主机厂一把手下场做营销，正是这一品牌构建方式的体现。但正如前边提到的，品牌本身是向消费者传递企业价值观，形成和消费者的同频共振，而非单纯在流量方面量的争夺。小米汽车此次系列品牌营销过程中，消费者对雷军本人所传递的价值观和成长能量认可也体现了这一点。因此，找准自身市场核心定位，围绕核心定位传递价值观，与消费者共振，在此基础上生发有效流量，构建品牌，并不断形成品牌黏性的车企，未来胜率更大。

● 从手机以及油车走过的路，看整车竞争与零部件发展趋势

虽然流量竞争是后期大众阶段品牌构建的典型招数，但单一化内卷流量显然并不是最优化路径。内卷模式存在博弈困境。以“剧院座位”譬喻示例，前排内卷最多只需要站起来，但对于后排而言，则会进入持续比谁站的更高的连续博弈中，最终投入巨大成本，所实现的只是和前排类似的效果，性价比有限。因此品牌流量竞争的核心策略不是陷入和前排比高、比流量多的陷阱。而是重画赛道，找到自己的核心优势，成为自己领域的前排。唯有前排事半功倍。从类似产品——手机走过的路来看，最终剩下的主要企业，均有自己个性鲜明且有对应消费者受众的品牌特征，如技术领先、高性价比、年轻化等品牌标签，预计整车发展有类似趋势。事实上，回看油车时代，韩系、日系、德系豪华每家均有自己明确的品牌标签的时代，电动智能车从成长期的打破油车品牌体系，到成熟期的回归油车品牌体系。历史螺旋上升但最终回到相似的周期。而从零部件角度看，结合后期大众关注一揽子打包满足自身需求以及更关注可靠的微创新的特征，用户高感知的内外饰及座舱部件，提供技术领先的电动化、智能化部件，提高空间柔性的结构件以及提升性价比优势的供应商仍有投资机会。但对于零部件而言，除少量大规模供应商外，部件商涨跌节奏仍然呈现领先车企发展催化带动明显的特点。

投资建议：

电动智能汽车进入后期大众阶段，消费者群体进入喜爱“打包式”、“傻瓜式”一揽子产品服务阶段，品牌是“一揽子”优质产品服务的最凝练体现。品牌竞争理所当然的成为当前核心竞争模式。卷流量、企业一把手下场营销是这一竞争策略的具现。小米显然是这一阶段和模式的引领者。如果说 2021-2022 年理想携“冰箱彩电大沙发”模式大杀四方标志着电动智能车行业从早期采用者阶段进入早期大众阶段；那么 2024 年小米入场汽车产业，开启流量营销模式，则是行业从早期大众阶段开始向后期大众阶段过渡的标志。不同企业的你方唱罢我登台，背后有产业规律流转的必然逻辑。从整车端看，由差异化特征和对应受众形成的品牌标签将成为胜（剩）者的重要支撑。建议关注市场定位优质，围绕自身核心优势，持续构建品牌。零部件端关注用户高感知的内外饰及座舱部件，提供技术领先性的电动化、智能化部件，提高空间柔性的结构件以及提升性价比优势的供应商。并关注领先车企的催化作用。

风险提示：

经济复苏不及预期风险，原材料价格不及预期风险，政策支持力度不及预期风险，行业竞争加剧超预期风险等。

目 录

1. 本周行情回顾(2024. 04. 19-04. 25)	4
2. 本周数据跟踪(2024. 04. 19-2024. 04. 25)	6
2.1 中国乘用车市场零售及批发销量跟踪	6
2.2 中国乘用车市场品牌周销量榜	7
3. 本周行业要闻(2024. 04. 19-04. 25)	7
3.1 国内车市重点新闻	7
3.2 国外车市重点新闻	10
4. 国元汽车主要覆盖标的的公告(2024. 04. 19-04. 25)	12
5. 风险提示	15

图表目录

图 1: 汽车行业周涨跌幅在申万一级行业中位列正数第 11 位	4
图 2: 汽车板块三年内 PE-TTM Bands	5
图 3: 我国乘用车市场周度日均零售量及同环比变化情况	6
图 4: 我国乘用车市场周度日均批发量及同环比变化情况	6

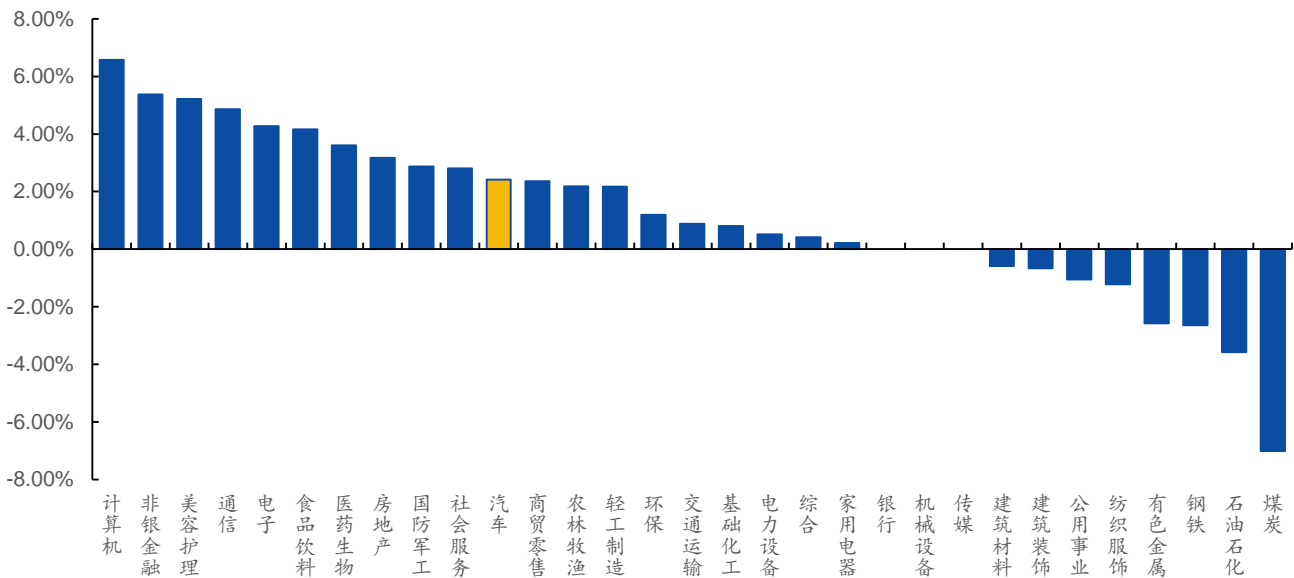
表 1: 本周各板块均上涨, 汽车零部件子板块涨幅较大, 涨幅为 4.01%	4
表 2: 子板块周涨跌幅前列个股(乘用车、商用车、汽车零部件)	5
表 3: 中国乘用车市场品牌周销量 Top 10(2024 年 4 月 15 日-2024 年 4 月 21 日)	7
表 4: 中国新能源乘用车市场品牌周销量 Top 10(2024 年 4 月 15 日-2024 年 4 月 21 日)	7

1. 本周行情回顾(2024. 04. 19-04. 25)

本周汽车板块上涨 2.42%，商用车子板块跌幅较大。本周沪深 300 指数收报 3530.28 点，全周上涨 1.20%。汽车行业指数收报 5541.53 点，全周上涨 2.42%，涨幅高于沪深 300 指数 1.22 个百分点。汽车行业周涨跌幅在申万宏源一级行业中位列正数第 11 位。本周各板块均上涨，汽车零部件子板块涨幅较大，涨幅为 4.01%；

个股方面：乘用车板块海马汽车上涨(+9.0%)，比亚迪上涨(+4.4%)，长城汽车上涨(+2.4%)，长安汽车(-2.7%)、北汽蓝谷(-0.9%)、赛力斯(-0.7%)跌幅靠前；商用车板块金龙汽车(+10.5%)、中通客车(+9.9%)、*ST 汉马(+7.1%)涨幅靠前，江铃汽车(-12.9%)、中国重汽(-6.8%)、中集车辆(-2.7%)跌幅靠前；零部件板块斯菱股份(+23.6%)、文灿股份(+17.3%)、亚太股份(+16.7%)涨幅靠前，*ST 越博(-43.9%)、宏鑫科技(-7.6%)、玲珑轮胎(-7.3%)跌幅靠前。

图 1：汽车行业周涨跌幅在申万一级行业中位列正数第 11 位



资料来源：同花顺 iFind，国元证券研究所

表 1：本周各板块均上涨，汽车零部件子板块涨幅较大，涨幅为 4.01%

板块名称	本周申万二级板块涨跌幅	年初至今申万二级板块涨跌幅
汽车零部件	4.01%	4.72%
汽车服务	2.35%	-16.23%
摩托车及其他	5.62%	21.21%
乘用车	1.89%	9.56%
商用车	0.60%	29.97%

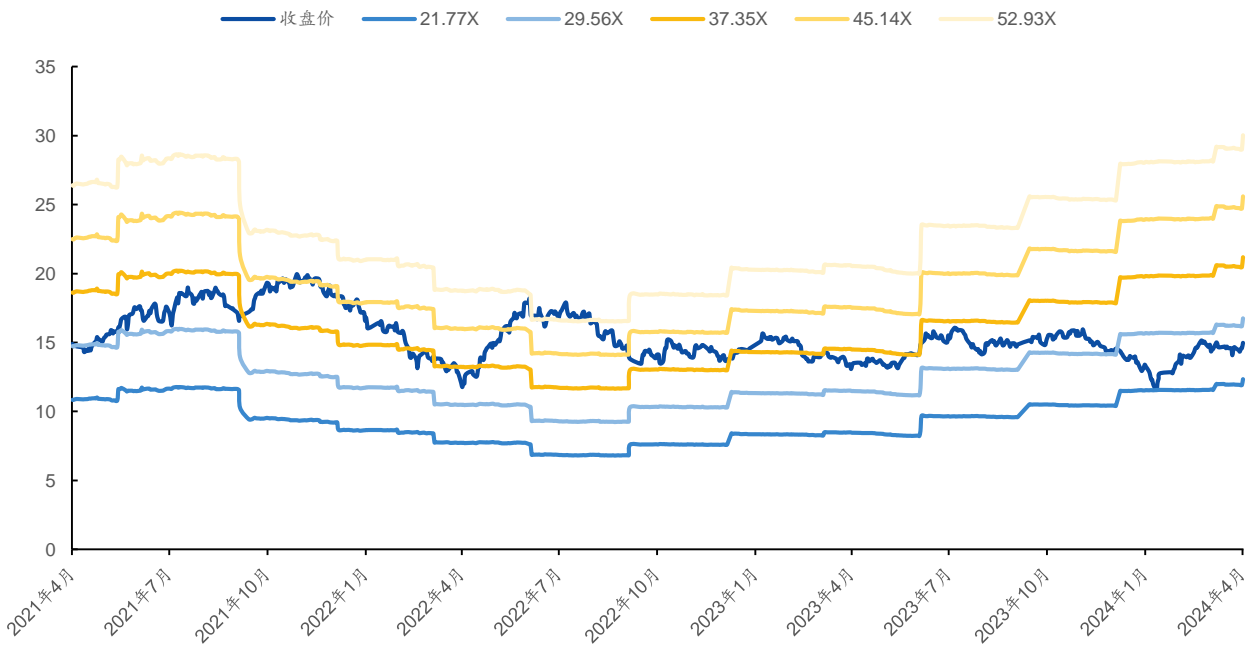
资料来源：同花顺 iFind，国元证券研究所

表 2：子板块周涨跌幅前列个股(乘用车、商用车、汽车零部件)

子板块	证券代码	证券简称	周涨跌幅前三	子板块	证券代码	证券简称	周涨跌幅前六
乘用车	000572.SZ	海马汽车	9.0%	汽车零部件	301550.SZ	斯菱股份	23.6%
	002594.SZ	比亚迪	4.4%		603348.SH	文灿股份	17.3%
	601633.SH	长城汽车	2.4%		002284.SZ	亚太股份	16.7%
商用车	600686.SH	金龙汽车	10.5%		603786.SH	科博达	16.6%
	000957.SZ	中通客车	9.9%		002590.SZ	万安科技	16.3%
	600375.SH	*ST 汉马	7.1%		605018.SH	长华集团	16.2%
子板块	证券代码	证券简称	周涨跌幅后三	子板块	证券代码	证券简称	周涨跌幅后六
乘用车	000625.SZ	长安汽车	-2.7%	汽车零部件	300742.SZ	*ST 越博	-43.9%
	600733.SH	北汽蓝谷	-0.9%		301539.SZ	宏鑫科技	-7.6%
	601127.SH	赛力斯	-0.7%		601966.SH	玲珑轮胎	-7.3%
商用车	000550.SZ	江铃客车	-12.9%		833454.BJ	同心传动	-6.7%
	000951.SZ	中国重汽	-6.8%		002283.SZ	天润工业	-6.5%
	301039.SZ	中集车辆	-2.7%		000589.SZ	贵州轮胎	-6.1%

资料来源：同花顺 iFinD，国元证券研究所

图 2：汽车板块三年内 PE-TTM Bands



资料来源：同花顺 iFinD，国元证券研究所

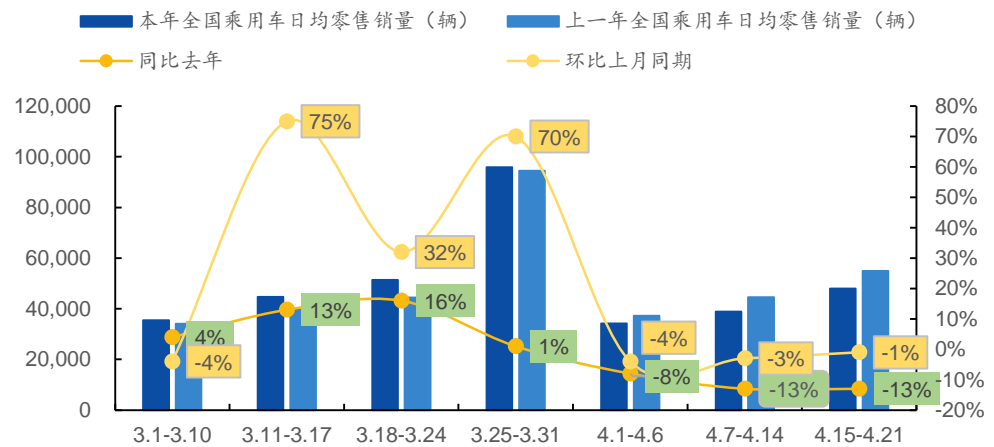
2. 本周数据跟踪 (2024. 04. 19-2024. 04. 25)

2.1 中国乘用车市场零售及批发销量跟踪

乘用车：4月1-21日，乘用车市场零售85.2万辆，同比去年同期下降12%，较上月同期下降2%，今年以来累计零售568.4万辆，同比增长9%；4月1-21日，全国乘用车厂商批发93.2万辆，同比去年同期增长8%，较上月同期下降8%，今年以来累计批发652.6万辆，同比增长10%；

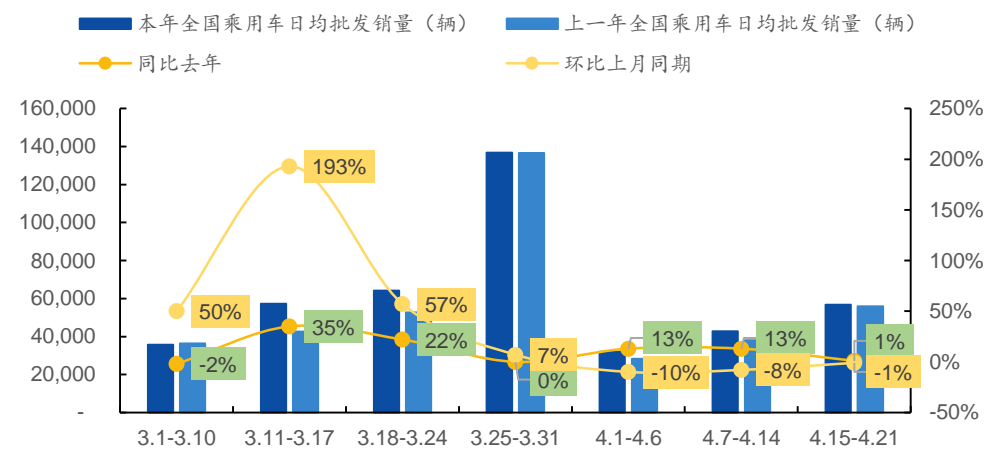
新能源：4月1-21日，新能源车市场零售42万辆，同比去年同期增长20%，较上月同期下降2%，今年以来累计零售219.2万辆，同比增长31%；4月1-21日，全国乘用车厂商新能源批发45.9万辆，同比去年同期增长29%，较上月同期增长5%，今年以来累计批发241万辆，同比增长30%。

图3：我国乘用车市场周度日均零售量及同环比变化情况



资料来源：乘联会，国元证券研究所

图4：我国乘用车市场周度日均批发量及同环比变化情况



资料来源：乘联会，国元证券研究所

2.2 中国乘用车市场品牌周销量榜

表 3: 中国乘用车市场品牌周销量 Top 10(2024 年 4 月 15 日-2024 年 4 月 21 日)

	2024 年第 16 周 (4 月 15 日-21 日)		2024 年第 15 周 (4 月 8 日-14 日)		2024 年第 14 周 (4 月 1 日-7 日)	
	品牌	周销量(万辆)	品牌	周销量(万辆)	品牌	周销量(万辆)
1	比亚迪	5.73	比亚迪	5.07	比亚迪	4.52
2	大众	3.1	大众	2.69	大众	2.42
3	丰田	2.5	丰田	2.08	丰田	1.61
4	本田	1.66	本田	1.33	吉利汽车	1.17
5	吉利汽车	1.46	吉利汽车	1.26	五菱汽车	1.11
6	长安	1.34	五菱汽车	1.19	奔驰	1.06
7	五菱汽车	1.22	长安	1.14	长安	1.05
8	奔驰	1.13	奔驰	1.01	本田	1.04
9	宝马	1.05	宝马	0.91	奥迪	0.83
10	日产	1.04	奥迪	0.9	宝马	0.75

资料来源: 易车网, 国元证券研究所

表 4: 中国新能源乘用车市场品牌周销量 Top 10(2024 年 4 月 15 日-2024 年 4 月 21 日)

	2024 年第 16 周 (4 月 15 日-21 日)		2024 年第 15 周 (4 月 8 日-14 日)		2024 年第 14 周 (4 月 1 日-7 日)	
	品牌	周销量(万辆)	品牌	周销量(万辆)	品牌	周销量(万辆)
1	比亚迪	5.73	比亚迪	5.07	比亚迪	4.52
2	五菱	0.74	理想	0.72	五菱	0.67
3	鸿蒙智行	0.71	五菱	0.7	理想	0.56
4	埃安	0.58	特斯拉	0.63	鸿蒙智行	0.52
5	特斯拉	0.52	鸿蒙智行	0.59	埃安	0.42
6	理想汽车	0.45	埃安	0.56	极氪	0.33
7	零跑汽车	0.39	零跑	0.41	零跑	0.32
8	长安	0.36	大众	0.31	大众	0.29
9	大众	0.35	长安	0.31	长安启源	0.26
10	长安启源	0.33	极氪	0.28	长安	0.25

资料来源: 易车网, 国元证券研究所

3. 本周行业要闻 (2024. 04. 19-04. 25)

3.1 国内车市重点新闻

1. 小鹏汇天将于今年内开启 B 轮融资, A 轮曾融资超 5 亿美元 (2024. 04. 19)

小鹏汇天前身为东莞市汇天科技有限公司, 2020 年, 由小鹏汽车董事长何小鹏

及小鹏汽车共同投资、控股，成立广东汇天航空航天科技有限公司。

小鹏汇天曾在 2021 年 10 月宣布完成超过 5 亿美元(当前约 36.25 亿元人民币) A 轮融资，投前估值超 10 亿美元。融资由 IDG 资本、小鹏汽车等领投。

小鹏汇天分体式飞行汽车“陆地航母”将于今年四季度开启预订，并计划于明年四季度开始量产交付。在陆行模式下，机臂、旋翼等飞行系统可完全折叠收纳进车体内；通过折叠变形系统，可以打开机臂切换到飞行模式，在条件允许的环境下实现垂直起降。

2. 同时押注两条路线，广汽智驾未来布局 (2024.04.20)

近年关于智驾技术的争论从没有停过，目前主流的智驾技术路线只有两种，一是大多数主机厂选择的激光雷达、摄像头等多传感融合技术路线，另一种则是以特斯拉为代表的无图纯视觉方案，摒弃传统的激光雷达等传感器，只依靠摄像头来获取路况信息。

此次广汽将还没有量产上车的无图纯视觉推到了前台，很显然该路线会在广汽智驾未来布局中扮演非常重要的作用，但广汽也并没有抛弃此前的多传感融合技术路线。陈学文说，广汽在自动驾驶技术领域同时布局了主流的“多传感融合技术”和前瞻性的“无图纯视觉技术”两大技术路线，而且广汽两条路线都将摆脱对高精度地图的依赖。

对于广汽押注双技术路线的原因，张坤雷进一步解释说，此前行业的解决方案都是带高精地图的多传感融合路线。广汽也是选择了该方案，并且逐渐搭载量产，今年开始不再依赖高精地图，这是感知技术不断发展成熟的趋势。

3. 毫末智行再获 3 亿融资，布局智驾关键零部件 (2024.04.23)

4 月 23 日，毫末智行宣布再获 3 亿元 B2 轮融资。毫末 B2 轮融资由公司老股东九智资本携手湖州长兴设立产业招商基金共同投资，将用于持续加强毫末自动驾驶的研发投入，强化公司核心竞争力，夯实毫末中国量产自动驾驶领军者位置。

毫末智行董事长张凯表示：2024 年毫末会用“极致性价比”的产品，开拓更多客户，实现大规模的商业化应用和量产，确保毫末在 2024 年激烈搏杀的智驾市场继续占据领先地位。感谢新老股东的支持与信任，感谢长兴领导的认可，毫末会坚持技术的长期主义，加速商业化与生态发展。

4. 售 24.98 万元起 新款问界 M5 正式上市 (2024.04.23)

4 月 23 日，AITO 问界官方正式发布了新款问界 M5 车型的售价，新车依旧有增程和纯电两个版本。整体来看，与老款相比新 M5 最大的变化是全系标配带激光雷达的高阶智驾系统，同时新车将于 5 月 15 日起批量交付。

对于售价，问界新 M5 增程 Max 后驱高阶智驾版 24.98 万、问界新 M5 纯电 Max 后驱高阶智驾版 26.98 万、问界新 M5 增程 Max RS 四驱高阶智驾版 27.98 万。根据官方介绍，即刻下定，现在还可以享受价值 3.7 万的选配权益，其中包括 3000 元现金优惠，赠送价值 12000 元选配合金，赠送价值 20000 元城区智驾包等额抵扣券，提车后赠送价值 2000 元前挡风玻璃隔热膜，将于 5 月 15 日开始批量交付。

5. 禾赛发布全新激光雷达，瞄准 15 万元区间 (2024.04.23)

作为城市 NOA 感知能力的重要一环，激光雷达逐渐成为车辆性能体现的重要组成部分。就在上周，禾赛也发布了基于其自研第四代芯片架构的超广角远距激光雷达 ATX，并将其用于具备千万量级的 15 万元区间车辆配备上。

如果从终端市场配置车型级别来看，目前是以 15 万元以上新能源汽车为主流市场，去年激光雷达渗透率接近 10%。在此基础上，李一帆认为，今年将是车载激光雷达“跨越鸿沟”——即在 15 万元以上新能源汽车渗透率达到 16%——的关键一年。一旦迈过这一关键节点，届时车载激光雷达有望开启另一个快速上升周期。

6. 特斯拉 Q1 财报：4 年来销量首次同比下降 净利润腰斩 (2024. 04. 24)

4 月 24 日消息，特斯拉发布财报，数据显示，特斯拉一季度实现营收 213.01 亿美元，同比下滑 9%，略低于分析师预期的 223 亿美元；净利润为 11.29 亿美元，同比下滑 55%。

其他数据显示，毛利润为 36.96 亿美元，同比下滑 18%；毛利率为 17.4%，低于去年同期 (19.3%)；营业利润同比下滑 56%至 11.71 亿美元；营业利润率为 5.5%，低于去年同期 (11.4%)。按美国通用会计准则，归属于普通股东的净利润为 11.29 亿美元，同比下滑 55%。

特斯拉指出，公司在第一季度经历了许多挑战，预期今年的交付量可能低于去年，且 2024 年销量增长率“显著下降”。

7. 小米回应“SU7 翼子板脱落”事件：目前仅个别案例，且问题车辆均有高速涉水行驶 (2024. 04. 24)

4 月 24 日消息，小米汽车官方对“SU7 翼子板高速涉水后脱落”事件进行解释：

经核实，目前仅个别车辆出现了翼子板脱落的问题，且问题车辆均有过高速涉水的行驶工况。事故车辆当时的具体涉水深度、通过速度、行驶转向姿态，以及路面是否有局部深坑或者有刮蹭，目前我们还无法确认。

同时因小米 SU7 全系采用空气动力学设计，翼子板风道在涉水路面会有水流通过，如进行超过标准情况下的高速行驶，高速水流会大幅加剧对翼子板的冲击。因此，大家在通过涉水路面的时候，需要提前判断涉水深度，并且缓慢驾驶。当无法判断路面水深时，建议绕行而非贸然强行通过。

8. 深蓝汽车与蔚来能源达成合作，5 月起深蓝车主可用蔚来充电桩 (2024. 04. 24)

4 月 23 日，深蓝汽车宣布，自 5 月起，深蓝汽车科技有限公司将与武汉蔚来能源有限公司实现充电网络互联互通，深蓝汽车用户可在全国蔚来充电桩进行充电。

目前蔚来能源充电桩已经在全国 300 余座城市，铺设了超 20000 根充电桩，东至抚远、西至喀什、北至漠河、南至三沙，覆盖中国四极城市。这也是继此前蔚来与长安、吉利等车企在换电领域上的合作之后，蔚来再次开启的充电合作。

9. 哪吒 L 首发上市，起售 12.99 万，进击高性价比 SUV 市场 (2024. 04. 24)

4 月 22 日，哪吒 L 正式上市，新车共推出 4 款车型，售价为 12.99-15.99 万元。哪吒 L 是哪吒山海平台打造的首款 SUV 车型，内饰中控区域配备了双 15.6 英寸屏幕，包括中控屏和副驾娱乐屏，内置高通 8155P 芯片，确保系统流畅运行。动力方面，哪

吒L配备了1.5L四缸增程系统,其最大发电功率大于60kW,电机的最大功率为170kW,最大扭矩310N·m,提供了强劲的动力输出。

综上所述,哪吒L的上市不仅丰富了中型SUV的市场选择,其价格和配置的竞争力也足以与其他品牌的类似车型进行竞争。

10. 2024 北京车展: 奇瑞风云 T9 插混版亮相 (2024. 04. 25)

在2024北京车展上,奇瑞风云T9插混版正式亮相。该车定位中型SUV,目前官方已公布的预售区间为15.99-19.99万元。风云T9有5座和7座可选,搭载鲲鹏超能C-DM混动系统,综合续航将超过1400km,同时还采用了CDC悬架系统。

内饰方面,风云T9插混版配备了全液晶仪表盘和大尺寸中控屏幕。动力方面,奇瑞风云T9混动系统其一是无级超级电混DHT,采用E-CVT变速箱,其电机功率150kW,峰值扭矩310N·m,系统综合功率为265kW,综合扭矩为530N·m。另一款为三挡超级混动DHT,采用双电机驱动+3挡DHT。其驱动电机功率165kW,最大扭矩为390N·m,系统综合功率为280kW,系统综合扭矩为610N·m。

11. 产品结构优化, 业绩创历史新高, 长城汽车 2024 年第一季度营收大涨 (2024. 04. 25)

4月24日晚间,长城汽车披露一季报,2024年第一季度实现营业收入428.6亿元,同比增长47.6%;净利润32.28亿元,同比增长1752.55%。对此,长城汽车表示,报告期内整车销量增长及单车收入提升。

对于一季报业绩大增,长城汽车在公告中表示,主要系报告期整车销量增长及单车营业收入提升所致。报告期内,公司销售规模增长,销售结构优化,带动营业收入及归属于上市公司股东的净利润等业绩指标达成结果较去年同期大幅增长。

12. 坦克 700 Hi4-T 亮相北京车展, 最速 40 万的越野品牌 (2024. 04. 26)

4月25日,坦克700Hi4-T亮相北京车展,该车是长城旗下又一越野品牌。坦克700Hi4-T采用非承载式车身搭配笼式结构,整车采用高强度钢材,车顶抗压重量11.5吨,静压能够承受十几吨的压力,充分展示了安全性。在动力上,利用坦克平台可提供2.0T汽油和柴油、2.4T柴油、3.0T汽油和柴油,其中的3.0TV6更是中国唯一面向2030年的发动机,做到全动力覆盖。对于销售价格,此次推出3款车型,售价42.80-70.00万元。

3.2 国外车市重点新闻

1. 特斯拉仍计划为 Semi 半挂卡车项目在美国建设 1800 英里的充电走廊 (2024. 04. 19)

4月19日消息,特斯拉公司尽管遇到新的挑战,但仍计划在美国得克萨斯州和加利福尼亚州之间,为半挂车Semi项目创建1800英里(约2896.82公里)的充电走廊。

该项目虽然被拜登总统的《两党基础设施法》冷落,但马斯克依然希望推进该项目。特斯拉公司一直希望从联邦公路管理局(FHWA)下属的充电和加油基础设施(CFI)获得1亿美元补贴,加上约2400万美元的自有资金,特斯拉希望在得克萨斯州拉

雷多和加利福尼亚州弗里蒙特之间建造 9 个电动半挂卡车充电站。

2. 奇瑞敲定协议落户西班牙，将成为首家在欧洲生产汽车的中国车企 (2024. 04. 20)

4 月 20 日消息，4 月 19 日，奇瑞汽车公司与西班牙埃布罗公司在巴塞罗那自由贸易区举行电动汽车合作协议签字仪式，双方将在当地设立合资企业，共同开发电动汽车新产品。奇瑞将成为首家在欧洲生产汽车的中国车企。

根据协议，奇瑞汽车将于今年三、四季度率先投产欧萌达等车型，预计至 2027 年年产量达到 5 万辆，2029 年增至 15 万辆，并为当地创造 1200 多个就业岗位。

3. 消息称本田将在加拿大建设大型电动汽车工厂，项目有望价值 150 亿加元 (2024. 04. 23)

4 月 23 日消息，据加拿大媒体《多伦多星报》报道，本田计划本周公布在安大略省阿利斯頓新建大型电动汽车工厂的计划，该项目有望价值 150 亿加元（当前约 793.5 亿元人民币）。

这一工厂项目将涵盖电动汽车整车制造、电池生产和其他零部件的制造，将通过税收抵免获得数十亿加元政府补贴。加拿大政府认为，有必要为车企提供大量税收支持，以匹配美国在《通胀削减法案》中承诺的补贴，保障加拿大在北美汽车行业中的份额。

加拿大联邦和省级政府也在努力争取丰田在加建设电动汽车工厂。

4. 中国车企奇瑞在泰国建立生产基地 2028 年产量可达 8 万辆 (2024. 04. 23)

4 月 22 日，据泰国投资促进委员会 (BOI) 秘书长纳立透露，BOI 已于 4 月 2 日批准了中国知名汽车制造商奇瑞 (Chery) 的投促申请，奇瑞汽车将在泰国建立电动汽车生产基地，支持产品内销并出口至东盟、澳大利亚及中东地区。第一阶段，公司将在罗勇府设立工厂，到 2025 年实现纯电动汽车和混合动力汽车年产 5 万辆；第二阶段，到 2028 年产能扩大到 8 万辆。

纳立称，奇瑞决定在泰国投资建立电动汽车生产基地，对于泰国来说是又一个里程碑。作为投资泰国的第八家中国车企，表明了中国车企品牌对泰国的潜力条件，以及对政府激励措施充满了信心。

5. 特斯拉一季度营收和利润均下降，公司拟进行裁员 (2024. 04. 24)

美国电动汽车制造商特斯拉公司 23 日公布的财报显示，2024 年第一季度，公司营收 213 亿美元，比去年同期下降 9%；净利润为 11.29 亿美元，同比下降 55%。

第一季度，特斯拉来自汽车相关业务的营收为 173.78 亿美元，比去年同期的 199.63 亿美元下降 13%，与上一季度的 215.63 亿美元相比降幅更大。

数据显示，该公司今年第一季度电动车全球交付量比去年同期下降近 9%，为近 4 年来首次季度同比交付量下滑。特斯拉首席执行官埃隆·马斯克近日在致员工的内部电子邮件中表示，公司将裁减超过 10% 的员工，以削减成本并提高生产率，并且会在第二季度录入由于裁员导致的 3.5 亿美元的裁员成本。

6. 特斯拉在全球范围内降价 2000 美元 (2024. 04. 24)

4 月 21 日特斯拉中国官网显示, Model Y 的售价全面下调, 标准版降至 24.99 万元人民币, 长续航版售价降至 29.09 万元人民币, 高性能版售价更是降至 35.49 万元人民币, 全系列降价幅度高达 1.4 万元。

特斯拉本月初公布了 2024 年第一季度的产销数据, 总计交付了 386,810 辆汽车, 同比暴跌 8.5%。这一数据不仅远低于分析师的预期, 甚至还未达到最低的预测标准, 使得特斯拉的销售业绩回到了 2022 年下半年的水平。为了提振销售业绩, 特斯拉选择了在全球范围内进行降价促销, 以吸引更多的消费者购买。随着特斯拉的降价策略的实施, 市场反应热烈, 消费者对特斯拉的关注度再度提升。此次降价不仅提高了特斯拉的竞争力, 也进一步巩固了其在全球电动汽车市场的领导地位。

7. 大众希望在华保持 15% 市场份额 (2024. 04. 24)

大众汽车中国业务负责人表示, 大众汽车的目标是到 2030 年将其在中国的市场份额保持在 15% 左右, 并相信在中国的大量投资将有助于其保持与当地电动汽车竞争对手的竞争力。这意味着届时大众在中国的年销量需要达到 400 万辆, 成为中国最大的外国汽车制造商。而去年, 大众在中国售出 307 万辆车, 在中国的市场份额从 2020 年的 19.3% 下降到 14.5%。

8. 特斯拉 FSD 软件价格下调三分之一 (2024. 04. 24)

据海外报道, 特斯拉正式调整 FSD 的买断价格, 从 12000 美元降低至 8000 美元, 降价幅度换算成人民币约 27400 元, 降幅三分之一。除了降低套餐的买断价格外, 特斯拉在北美地区 (加拿大和美国) 同步降低了 FSD 的月度订阅价格, 从过去的 199 美元降低至 99 美元, 相当于每月节省 700 元人民币。

特斯拉此举显然是之前马斯克不满意 FSD 选装率事件的延伸, 正如中国汽车厂商热衷于打价格战一样, 特斯拉也意识到在海外市场中“价格”同样是左右用户接受 FSD 的核心因素。另一方面, 马斯克在回复用户留言时提到 FSD “可能很快会进入到中国市场”——对于提升 FSD 覆盖率, 这一举措带来的影响同样不可小视。

4. 国元汽车主要覆盖标的公告 (2024. 04. 19-04. 25)

1. 福达股份：福达股份 2023 年年度报告 (2024. 04. 19)

福达股份于 2024 年 4 月 25 日发布 2023 年年度报告。根据公司年报, 公司报告期内实现营业收入 1,352,319,134.60 元, 同比增长 19.18%; 归属于上市公司股东的净利润为 103,533,629.13 元, 同比增长 57.85%。公司业绩增长主要得益于汽车行业的整体复苏和公司在新能源汽车零部件市场的积极布局。公司在新能源混动曲轴产品和新能源纯电驱动齿轮新业务的拓展上取得了显著成效, 公司还通过加大技术改造力度、提升数智化管理水平、优化人才结构和增强研发创新能力, 进一步提升了公司的核心竞争力。尽管公司面临原材料价格波动和市场开拓风险等挑战, 但通过积极应对和战略调整, 福达股份在 2023 年整体表现强劲, 为未来的可持续发展奠定了坚实基础。

2. 卡倍亿：卡倍亿 2023 年年度报告(2024. 04. 19)

宁波卡倍亿电气技术股份有限公司于 2024 年 4 月 19 日发布 2023 年年度报告。根据公司年报,公司报告期内营业收入达到 3,451,930,657.35 元,同比增长 17.08%;归属于上市公司股东的净利润为 165,944,626.58 元,同比增长 18.49%;公司业绩增长的原因有公司在新能源汽车线缆领域的积极布局,以及对技术创新和产品研发的持续投入。公司通过实施股票激励计划,增强了核心团队的稳定性和积极性。同时,公司加大市场开拓力度,扩大了主营业务领域的领先优势。卡倍亿通过强化供应链管理、提升产品工艺和质量,有效控制了成本,增强了公司抵御营业风险的能力。

3. 精锻科技：精锻科技 2023 年年度报告(2024. 04. 20)

精锻科技于 2024 年 4 月 20 日发布 2023 年年度报告。根据公司年报,公司报告期内营业收入达到 2,103,386,521.78 元,同比增长 16.32%;归属于上市公司股东的净利润为 237,608,208.12 元,较上年减少了 3.94%;扣除非经常性损益后的净利润为 206,699,862.99 元,同比减少了 3.78%。公司业绩增长的原因有公司在汽车精锻齿轮及其他精密锻件领域的深耕,加上国内外市场的拓展,公司通过持续的研发投入和市场开拓,为公司的长期发展奠定了坚实的基础。

4. 贝斯特：贝斯特 2023 年年度报告、2024 年一季报(2024. 04. 20)

无锡贝斯特精机股份有限公司于 2024 年发布 2023 年度报告和 2024 年一季报。根据公司年报,公司报告期内实现营业收入 1,343,245,874.31 元,同比增长 22.42%;归属于上市公司股东的净利润为 263,507,739.87 元,同比增长 15.13%;公司的经营活动产生的现金流量净额为 426,671,370.52 元,同比增长 24.88%。公司业绩的增长原因表现在公司在精密零部件、智能装备及工装等业务领域的稳健发展。公司通过技术创新、市场拓展和内部管理优化,有效提升了生产效率和产品质量,保持了公司的竞争力和盈利能力。

根据 2024 年一季报,报告期内公司实现营业收入 343,114,436.07 元,同比增长 11.21%;归属于上市公司股东的净利润为 69,241,291.66 元,同比增长 29.44%;扣除非经常性损益后的净利润为 66,612,654.34 元,同比增长 74.69%;此外,报告期内公司资产负债表项目中的应收款项融资、预付款项、其他应收款和其他非流动资产均有所增加,主要原因包括应收票据的增加、预付款项的增加、押金保证金的增加以及预付工程设备款的增加。

5. 川环科技：川环科技 2023 年年度报告、2024 年一季报(2024. 04. 22)

川环科技于 2024 年 4 月 22 日发布 2023 年年度报告和 2024 年一季报。根据公司年报,报告期内公司营业总收入达到 1,109,329,863.54 元,同比增长 22.31%;营业利润为 182,748,231.96 元,同比增长 34.57%;净利润为 161,990,109.62 元,同比增长 32.32%。公司财务状况稳健,资产负债表分析显示,公司资产总额有所增长。

根据 2024 年一季报,公司营业总收入为 298,990,700.21 元,同比增加 45.82%;归属于上市公司股东的净利润为 44,199,717.67 元,同比增长 96.27%。通过公司在

生产、供应链管理和项目建设等环节持续深化和降本增效的努力，加上公司积极开拓优质客户，优化客户结构，增强了企业的市场竞争力。

6. 瑞鹤模具：瑞鹤模具 2023 年年度报告、2024 年一季报 (2024. 04. 23)

瑞鹤模具于 2024 年 4 月 23 日发布 2023 年年度报告和 2024 年一季报。根据 2023 年年报，公司报告期内实现营收 18.8 亿元，同比增长 60.7%；归母净利润达到 2.02 亿元，同比增长 44.4%；扣非归母净利润为 1.84 亿元，同比增长 81.0%。公司业绩的增长主要得益于公司在汽车制造装备业务和汽车轻量化零部件业务上的稳健发展。在装备业务方面，由于海外车企新能源转型及国内车型迭代加快，公司订单充足，年末在手订单 34.19 亿元，较前年增长 12.84%。此外，公司的零部件业务例如一体压铸车身结构件和铝合金板材冲焊件，自 2023 年 Q4 开始量产，叠加发动机缸体排产爬坡，也实现了快速放量。

根据 2024 年度一季报，公司一季度实现营收 5.06 亿元，同比增长 31.7%；归母净利润 0.76 亿元，同比增长 76.8%；扣非归母净利润 0.70 亿元，同比增长 81.3%。一季度业绩的高增长主要由于汽车零部件业务批量生产以及模检具自动化业务订单交付的增加。公司同时表示，财务费用的减少、政府补助的增加以及其他收益的提升，均对公司盈利能力的提升起到了积极作用。尽管一季度营收环比略有下降，但整体业绩表现依然强劲。

7. 拓普集团：拓普集团 2023 年年度报告 (2024. 04. 23)

拓普集团于 2024 年 4 月 23 日发布 2023 年年度报。根据公司年报，公司报告期内营业收入达到 197.01 亿元，同比增长 23.18%；营业利润 24.76 亿元，同比增长 25.21%；利润总额 24.62 亿元，同比增长 25.63%；归属于上市公司股东的净利润 21.51 亿元，同比增长 26.50%；扣除非经常性损益后的净利润 20.21 亿元，同比增长 22.07%。公司业绩增长的原因有公司经营战略的持续推进和运营能力的提升。通过在内饰功能件、轻量化底盘、热管理业务等领域不断增强竞争力，使得公司销售额增长迅速。此外，汽车电子类业务如闭式空气悬架系统、智能刹车系统 IBS、电动转向系统 EPS、智慧电动门系统等项目逐步量产落地，为公司的科技创新和市场拓展做出了重要贡献。

8. 祥鑫科技：祥鑫科技 2023 年年度报告、2024 年一季报 (2024. 04. 25)

祥鑫科技于 2024 年 4 月 25 日发布 2023 年年度报告及 2024 年一季报。根据公司年报，公司报告期内实现营业收入 57.03 亿元，同比增长 32.96%；归母净利润达到 4.07 亿元，同比增长 58.52%；扣非归母净利润为 3.91 亿元，同比增长 63.50%；经营活动产生的现金流量净额为 3.67 亿元，同比增长 148.67%。公司业绩的增长原因有新能源行业的快速发展，客户需求旺盛，公司前期定点的新项目进入量产阶段，市场订单量充足，产能利用率提高等；公司通过不断严格要求，提升内部管理效率和优化生产工艺，有效推进了降本措施。

2024 年第一季度，祥鑫科技继续保持强劲的增长势头，预计实现净利润 1.08 亿元至 1.2 亿元，同比增长 31.63%至 46.25%。公司净利润增长的原因有公司在新能源

汽车行业以及光伏逆变器及储能行业的业务量快速增长，订单量充足。公司在技术和产品上的优势，促使公司获得了多个国内头部新能源客户的认可，从而确保了大量订单。

9. 恒帅股份：恒帅股份 2023 年年度报告、2024 年一季报 (2024. 04. 25)

恒帅股份于 2024 年 4 月 25 日发布 2023 年年度报告和 2024 年一季报。根据公司年报，公司报告期内营业收入达到 9.23 亿元，同比增长 24.99%；归属于上市公司股东的净利润增长 38.87%，达到 2.02 亿元。公司净利润增长的原因是公司在汽车流体和电机两大核心业务上的持续深耕和技术积累。并通过不断的技术创新和市场拓展，成功抓住汽车行业“新四化”发展趋势，特别是在智能化、电动化方向的快速发展，向整个车厂和汽车零部件供应商提供了高稳定性和高品质的产品，从而增强了公司的市场竞争力。

根据 2023 年一季报，公司报告期内实现营业收入 2.42 亿元，同比增长 31.73%，归母净利润 6478.89 万元，同比增长 58.60%。公司业绩增长的原因有公司在清洗泵和清洗系统产品领域的发展，以及在热管理系统业务单元的产品布局。公司同时表示，公司在电机技术产品领域的增长也对业绩提升做出了重要贡献，包括隐形门把手驱动机构和充电小门执行器等电动模块业务，推动公司在技术创新和产品升级方面的发展。

5. 风险提示

经济复苏不及预期风险，原材料价格不及预期风险，政策支持力度不及预期风险，行业竞争加剧超预期风险等。

投资评级说明:

(1) 公司评级定义		(2) 行业评级定义	
买入	预计未来 6 个月内, 股价涨跌幅优于上证指数 20%以上	推荐	预计未来 6 个月内, 行业指数表现优于市场指数 10%以上
增持	预计未来 6 个月内, 股价涨跌幅优于上证指数 5-20%之间	中性	预计未来 6 个月内, 行业指数表现介于市场指数±10%之间
持有	预计未来 6 个月内, 股价涨跌幅介于上证指数±5%之间	回避	预计未来 6 个月内, 行业指数表现劣于市场指数 10%以上
卖出	预计未来 6 个月内, 股价涨跌幅劣于上证指数 5%以上		

分析师声明

作者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, 以勤勉的职业态度, 独立、客观地出具本报告。本人承诺报告所采用的数据均来自合规渠道, 分析逻辑基于作者的职业操守和专业能力, 本报告清晰准确地反映了本人的研究观点并通过合理判断得出结论, 结论不受任何第三方的授意、影响。

证券投资咨询业务的说明

根据中国证监会颁发的《经营证券业务许可证》(Z23834000), 国元证券股份有限公司具备中国证监会核准的证券投资咨询业务资格。证券投资咨询业务是指取得监管部门颁发的相关资格的机构及其咨询人员为证券投资者或客户提供证券投资的相关信息、分析、预测或建议, 并直接或间接收取服务费用的活动。证券研究报告是证券投资咨询业务的一种基本形式, 指证券公司、证券投资咨询机构对证券及证券相关产品的价值、市场走势或者相关影响因素进行分析, 形成证券估值、投资评级等投资分析意见, 制作证券研究报告, 并向客户发布的行为。

一般性声明

本报告由国元证券股份有限公司(以下简称“本公司”)在中华人民共和国内地(香港、澳门、台湾除外)发布, 仅供本公司的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。若国元证券以外的金融机构或任何第三方机构发送本报告, 则由该金融机构或第三方机构独自为此发送行为负责。本报告不构成国元证券向发送本报告的金融机构或第三方机构之客户提供的投资建议, 国元证券及其员工亦不为上述金融机构或第三方机构之客户因使用本报告或报告载述的内容引起的直接或连带损失承担任何责任。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。本报告所载的信息、资料、分析工具、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投资标的的投资建议或要约邀请。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。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。在法律许可的情况下, 本公司及其所属关联机构可能会持有本报告中提到的公司所发行的证券头寸并进行交易, 还可能为这些公司提供或争取投资银行业务服务或其他服务。

免责条款

本报告是为特定客户和其他专业人士提供的参考资料。文中所有内容均代表个人观点。本公司力求报告内容的准确可靠, 但并不对报告内容及所引用资料的准确性和完整性作出任何承诺和保证。本公司不会承担因使用本报告而产生的法律责任。本报告版权归国元证券所有, 未经授权不得复印、转发或向特定读者群以外的人士传阅, 如需引用或转载本报告, 务必与本公司研究所联系。 网址: www.gyzq.com.cn

国元证券研究所

合肥	上海
地址: 安徽省合肥市梅山路 18 号安徽国际金融中心 A 座国元证券	地址: 上海市浦东新区民生路 1199 号证大五道口广场 16 楼国元证券
邮编: 230000	邮编: 200135
传真: (0551) 62207952	传真: (021) 68869125
	电话: (021) 51097188