

小米SU7轰动上线，多维度观察轿车行业发展现状

2024 China Saloon Industry

2024 年中国自動車産業

(精简版)

概览标签：基本型乘用车，新能源，汽车出海

报告主要作者：黄鸿羽

2024/03

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容。若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

报告说明

本报告为中国轿车行业概览报告，将从发展现状、产业链、行业规模、竞争格局等维度深入分析该行业的发展情况。

研究区域范围：中国地区

研究周期：2019-2023年

研究标的：上汽集团、比亚迪、东风汽车

发布日期：2024年3月

项目团队：工业组



陈夏琳

首席分析师

sharlin.chen@Leadleo.com



黄鸿羽

行业分析师

sharyn.huang@leadleo.com



头豹研究院

www.leadleo.com

深圳市华润置地大厦E座4105室

18129990784（陈小姐）

18916233114（李先生）



01

轿车市场受到SUV车型挤压，销量占比下降

- 2019-2023年，受到SUV车型的挤压，轿车的车型销量占比不断下降；从销量代表车型和均价情况来看，轿车车型市场价格平均水平显著低于SUV和MPV，但整体呈增长趋势

02

中型车和紧凑型车是轿车市场收到投诉最多的两个车型

- 其中质量问题占据主流，且中型车的质量问题投诉在2023年出现明显增长；合资品牌在投诉总量中是最主要的品牌类型

03

轿车市场在五年内将实现在出口和智能网联变革下实现增长

- 轿车行业的市场规模在过去五年内受到销量波动冲击不太稳定，但在未来五年内，我们乐观预计出口市场和智能网联的变革能够为行业带来增长，CAGR有望达到4.6%

04

轿车行业是一个高度竞争性的市场

- 中国轿车行业竞争格局复杂且充满活力，既有国际品牌与本土品牌的竞争，也有新能源与传统燃油车的市场争夺。从市场集中度来看，汽车巨头的品牌及成员体系十分庞杂，但集中度相对较高。随着新能源汽车成为主流，传统汽车制造商和新进入者之间的竞争将更加激烈，行业内的合作和重组可能加速

2023年中国的热销车型竞争格局如何？

从销售量Top10车型的价位情况来看，低于10万元的车型数量从2019年的6款增加至了2023年的7款，而2019年Top10排行榜中价格最低的车型为7.50万的朗逸，到2023年出现了五菱宏光mini和海鸥两款更低价的车型，其中五菱宏光mini的起售价仅为3.28万元。面对激烈的市场竞争和消费者需求的变化，许多汽车制造商开始调整产品线，推出更多低价位车型以吸引价格敏感的消费群体。同时，新能源车型在榜单中的数量从0席增长至6席。

轿车行业——定义与分类

轿车，在中国又被称为基本型乘用车，随着时代的发展，产品根据不同的应用需求分化出了多种车厢结构，在新能源的趋势推动下又分化出了燃油、电动、混动等多种动力车型

轿车行业的定义与分类

- 轿车，在中国又被称为基本型乘用车，在美国英语中被称为Sedan，在英国则称为Saloon，通常指的是一种传统的四门汽车，具有固定的车顶和独立的行李箱区域，这种设计使得乘客舱和行李舱分离。在中国内地的行驶证管理方面，轿车特指区别于MPV、SUV的小型汽车。传统的轿车设计强调舒适性和行驶平稳性，通常比MPV和SUV更注重燃油经济性和驾驶性能，但在乘客和行李空间上通常不如前两者宽敞。
- 但随着轿车产品的发展，除了传统的三厢四门产品外，还延伸出了两厢两门、两厢四门等产品。在轿车的早期发展阶段，三厢四门车型因其实用性和正统的设计被广泛接受，成为市场的主流。然而，随着时间的推移，消费者对轿车的需求开始出现分化，不同的用途和偏好催生了新的车型设计。城市化进程加快导致停车空间日益紧张，小型化的两厢车型因其较短的车身和灵活性成为许多城市居民的首选。
- 全球能源价格的波动和能源安全问题促使汽车行业和消费者寻求替代燃料汽车的解决方案。电动汽车和混合动力汽车的推广使用有助于减少对石油资源的依赖，提高能源利用效率，缓解能源危机。随着汽车行业动力结构转型浪潮来袭，轿车行业也由传统的燃油车型分化出了纯电车型及混合动力的车型。

按动力类型分类

燃油动力

燃油动力指完全依赖燃烧汽油或柴油来驱动车辆。续航里程通常较长，但受燃油价格和消耗率的影响。但长期来看产生二氧化碳和其他尾气排放，会对环境造成负面影响。

混合动力

混合动力结合了燃油发动机和电动机，可以互相补充以提高燃油效率和减少排放。油电混合系统使得续航里程较长，同时保持了较低的能源消耗。

纯电力

纯电力指完全依靠电池储存的电能驱动电动机，无需燃油。续航里程取决于电池容量，同时，充电基础设施的覆盖度和充电速度也影响着用户的体验感。

两厢两门

拥有两个乘客门和一个后备箱门的车型。通常是紧凑型或运动型车。



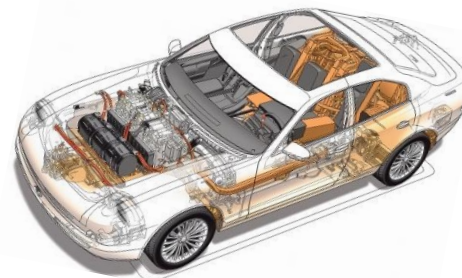
两厢四门

有四个乘客门和一个后备箱门，后备箱与乘客舱不完全隔离。



三厢四门

有四个乘客门和一个行李箱门，是最常见也最传统的轿车产品结构。



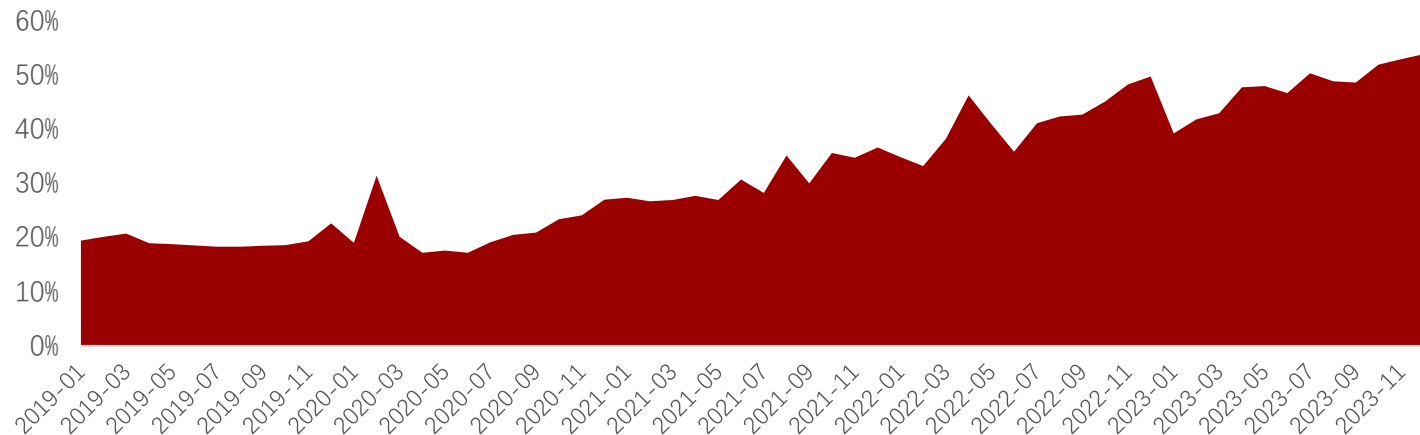
轿车行业——发展现状：品牌结构变动

从2019年至今，轿车自主品牌的渗透率显著上升；受到新能源变革的冲击，轿车市场集中度不断下降，竞争趋于激烈

轿车品牌结构占比情况

中国轿车行业自主品牌市占率变动情况，2019年1月-2024年2月

单位：[百分比]



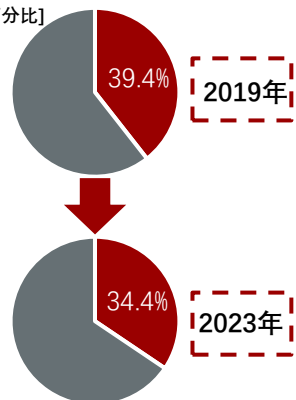
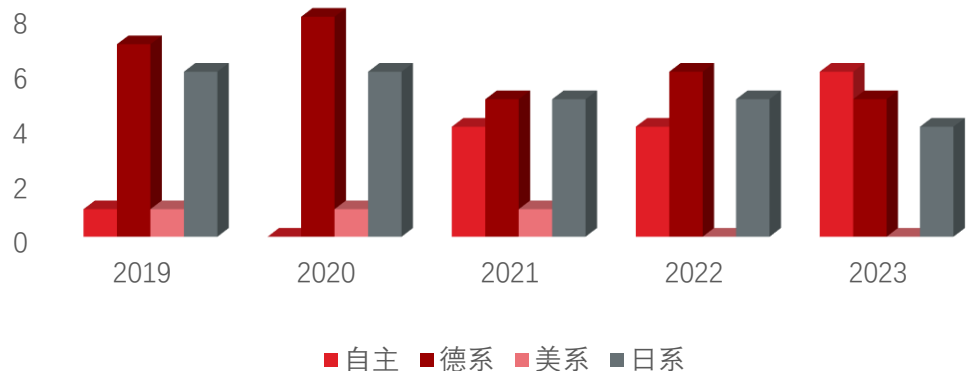
从2019年至今，轿车自主品牌的渗透率显著上升

从自主品牌市占率情况看，2019年基本水平维持在18%-20%的水平，而到2024年已经在50%附近上下浮动。而从销量Top15车型的国别情况来看，自主品牌也逐渐蚕食了美系、德系、日系品牌的份额，2019年，自主品牌仅有一款车型挤进了销量Top15榜单，德系和日系车型平分秋色，分别有7款和6款车型进入；但在2023年的Top15车型榜单，自主品牌以六款车型领跑榜单，而美系车型已经连续两年没有任何车型进入前十五了。一方面，近年来，自主品牌汽车制造商在技术研发和生产工艺方面取得了显著进步，提高了产品的质量和可靠性。通过与国际合作伙伴的技术合作和自主研发，这些品牌逐渐克服了早期产品在性能和质量上的不足，提供了与国际品牌相媲美的车型。而另一方面，自主品牌汽车通常具有成本优势，能够提供更具竞争力的价格。这对于价格敏感的消费者群体尤其具有吸引力，使得自主品牌在中低端市场尤为受欢迎。随着自主品牌产品质量的提升和品牌形象的建设，消费者对自主品牌的认知和接受度也在逐渐提高。许多消费者开始认为自主品牌汽车具有良好的性价比。

中国轿车销量Top15车型品牌国别占比情况，2019年-2023年

单位：[个] 中国轿车Top15车型销量占总销量比例，2019年&2023年

单位：[百分比]



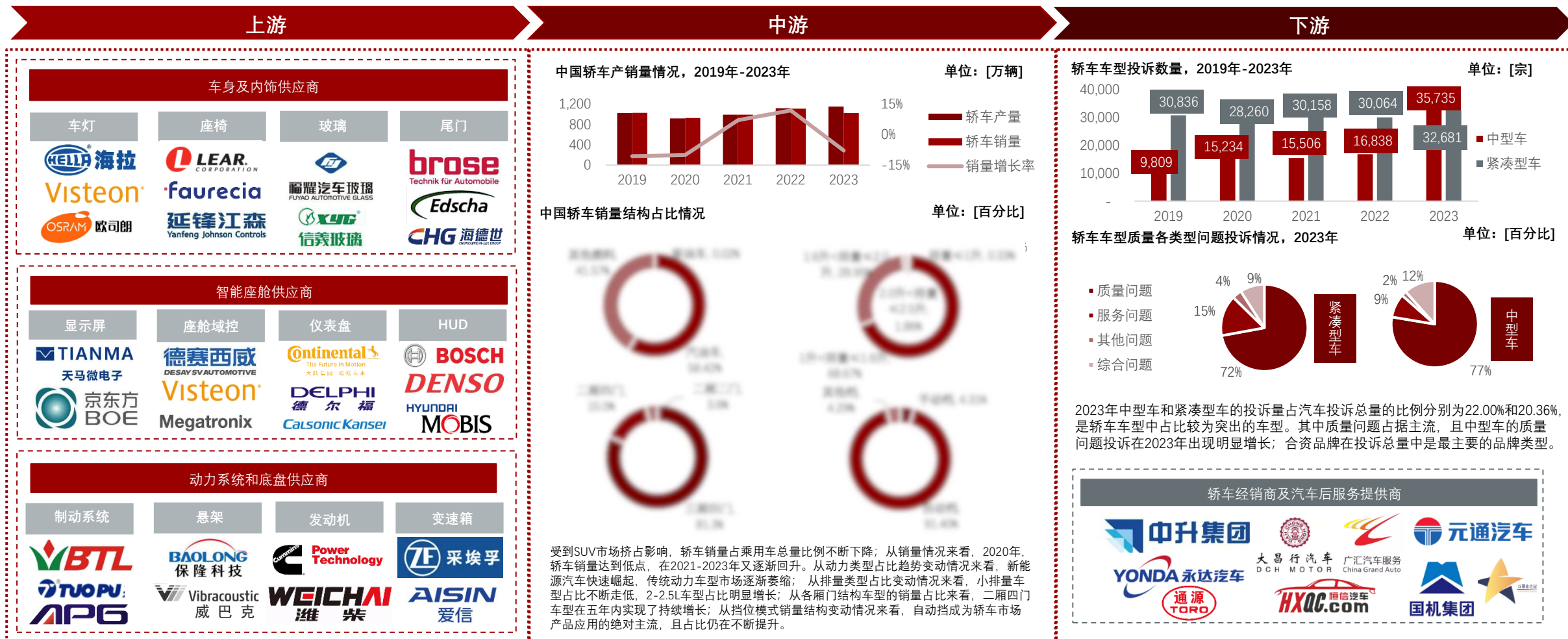
受到新能源变革的冲击，轿车市场集中度不断下降，竞争趋于激烈

中国轿车Top15车型销量占总销量比例从2019年的39.4%下降至了2023年的34.4%。新能源变革促使汽车产品线更加多样化，从传统的燃油车到全电动车、混合动力车等，满足不同消费者的需求。这种多样化降低了单一制造商的市场支配力，导致市场集中度下降。

轿车行业——产业链图谱

轿车产业链上游为汽车零部件供应商，汽车的智能化发展及生产成本的变动很大程度上依赖于上游零部件；中游为轿车生产商，其生产质量将直接影响到下游经销商及后服务提供商的市场情况

轿车行业产业链图谱



来源: 头豹研究院



轿车行业——产业链上游：零部件供应

轿车产业链条的复杂性主要表现在其全球化的供应链网络和技术多样性上，一个汽车品牌往往需要依赖全球数百家甚至数千家供应商提供零部件和组件

轿车行业上游零部件供应情况（以小米SU7为例）

- 外形尺寸（mm）：长4997；宽1963；高1455
- 轴距（mm）：3000
- 电池/续航：101kwh电池包；700Km长续航；800V快充
- 动力配置：零百加速3秒级；单/双电机



智能座舱
【小米汽车】车载智能系统
【小米汽车】车载语音助手
【小米汽车】OTA
【泽晶电子】AR-HUD
【德赛西威】座舱域控
【高通】骁龙座舱芯片
【京东方】液晶仪表
【华星光电】中控屏
【高德】导航地图
【欧菲光】DMS摄像头

底盘&车身内外饰	
【米其林】轮胎	【森萨塔科技】空气悬架压力传感器
【博世】DPB制动稳定器	【小米汽车】一体化压铸后地板
【博世】ESP车身稳定器	【斯泰必鲁斯】前机罩气弹簧
【布雷博】四活塞固定卡钳	【斯泰必鲁斯】行李箱电撑杆
【拓普集团】空气悬架	【福耀集团】整车玻璃
【采埃孚】CDC减震器	【万向钱潮】等速驱动轴
【保隆科技】储气罐	【舍弗勒、三联锻造】轮毂轴承
【保隆科技】TPMS	【凌云股份】保险杠横梁
【鹏翎股份】流体管路	【超达装备】模具、工装

驱动系统	
【宁德时代】三元锂电芯	【汇川技术、联合汽车电子】电控
【磷酸锂铁电芯】弗迪电池	【汇川技术】电源模块
【宁德时代、小米汽车】PACK	【华域三电】热管理EDC
【宁德时代、弗迪电池】BMS	【英飞凌】功率模块
【汇川技术、联合汽车电子】电机	

电子系统	
【华域视觉】后车灯	【莫仕】车灯线束接口连接器
【思索技术】车灯连接器	【致远电子】车载以太网测试产品
【电工合金】高压连接件	【同星智能】总线工具链
【莫仕】电驱电控接口连接器	【莫仕】车身音响线速接口连接器

智能驾驶	
【小米汽车】辅助驾驶操作系统	【禾赛科技】激光雷达
【英伟达】Orin-X智驾芯片	【欧菲光】环视、前视摄像头

来源：高工汽研，头豹研究院

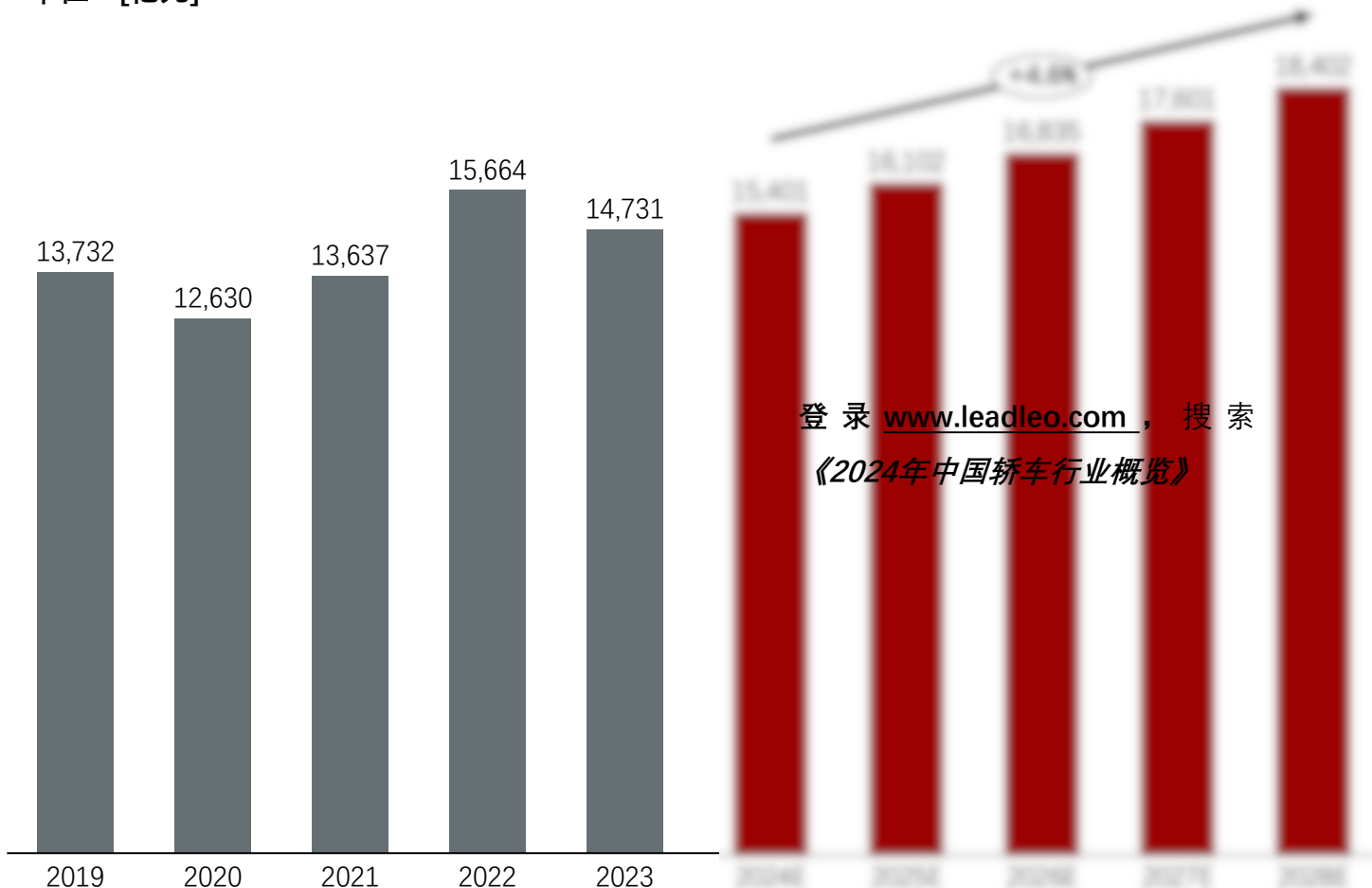


轿车行业——市场规模

轿车行业的市场规模在过去五年内受到销量波动冲击不太稳定，但在未来五年内，我们乐观预计出口市场和智能网联的变革能够为行业带来增长，CAGR有望达到4.6%

中国轿车行业市场规模，2019-2028E

单位：[亿元]



根据历史数据表现，2019-2023年，轿车行业呈波动变动趋势，其中主要受到销量的变动影响，在2019-2021年，汽车市场受到宏观环境和消费低迷影响，整体呈现销量疲软，但在2022年重新恢复增长趋势，但对于轿车市场来说，2023年的挑战来自于SUV市场的占比侵蚀，直接导致了轿车市场的规模下降。而对于未来五年内的轿车市场，头豹研究院仍然认为其有一定的增量空间。

对于未来五年内的轿车市场增长的乐观预测主要来源于对其两大重要影响因素的增长分析：第一，轿车出口市场的持续扩张。2023年，轿车出口市场销量实现了74.6%的同比增长，为轿车市场提供了一条新的增量思路。目前，许多自主品牌汽车制造商采取国际化战略，通过在关键市场建立生产基地和销售网络，来提高竞争力和市场份额，上汽集团、长安汽车、奇瑞汽车等多家自主品牌厂商与多家东亚、东南亚、南美洲企业签署合作协议，助力海外市场的拓展。随着技术的进步和全球品牌形象的建立，高质量的轿车产品更容易被国际市场接受。未来的轿车出口市场将能够有更大的增长空间。第二，轿车均价的推高。全球范围内对环保和安全性能的要求不断提高，迫使制造商投资于更清洁的发动机技术和更先进的安全特性。同时，汽车制造商不断在轿车中引入高端配置和先进技术，如电动化、智能化和自动化，提高了车辆的价值和售价。根据发改委价格检测中心的数据，2019-2023年轿车均价的年复合增长率约为1.9%，而随着汽车产品变革的持续推进，我们有理由相信其将会为未来五年内持续增长。

综合以上分析，头豹预测未来五年内中国轿车市场CAGR将达到4.6%，在2028年市场规模将达到18,402亿元。

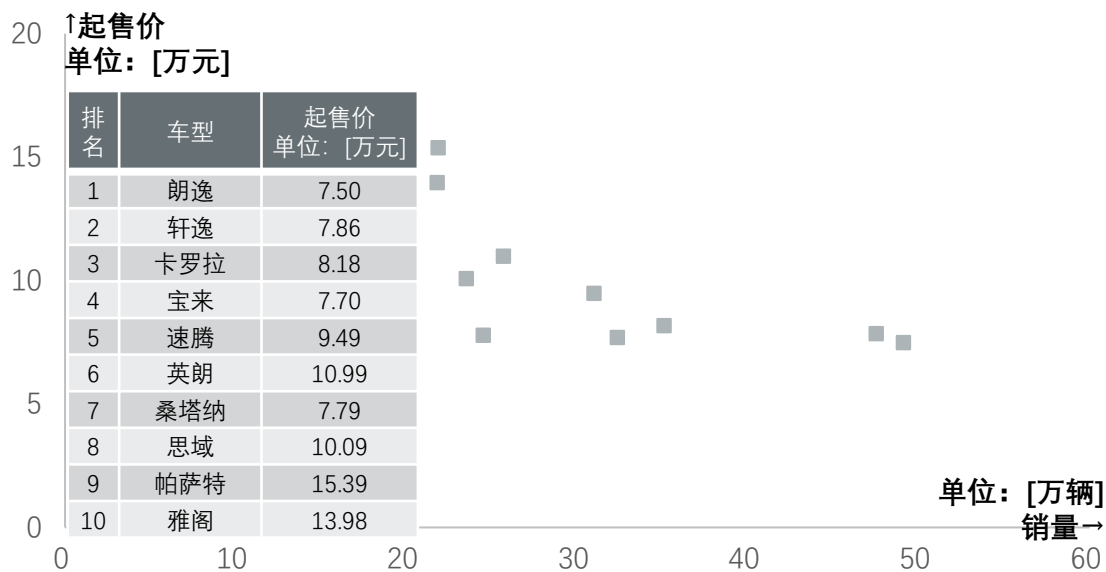
来源：发改委价格检测中心，头豹研究院

轿车行业——竞争格局：热销车型变动

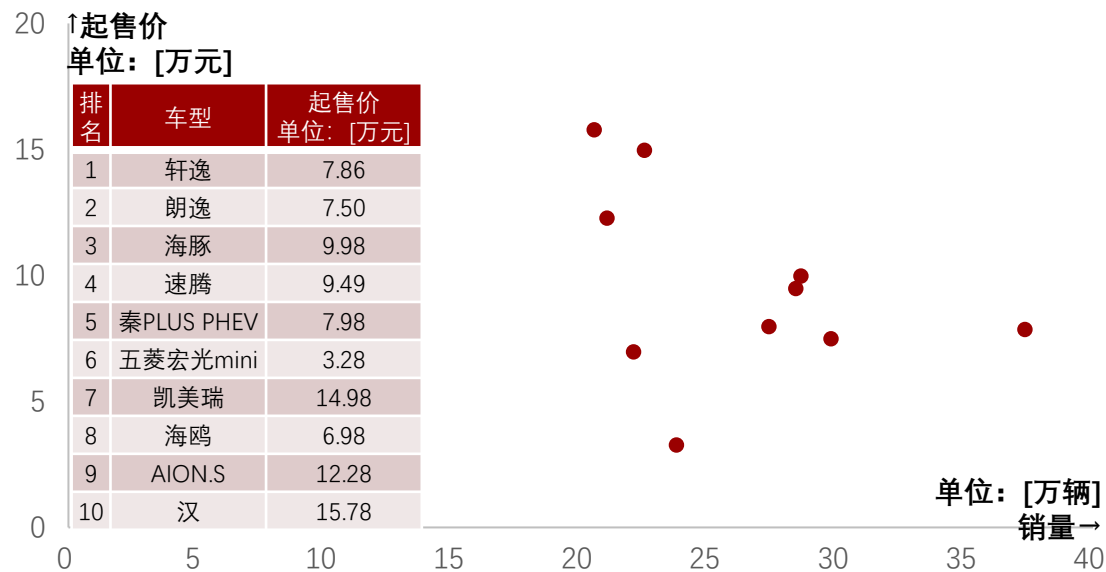
对比2019年和2023年的热销车型来看，五菱宏光mini等低价车型不断涌现，而以比亚迪旗下产品为代表的多款电动汽车逐渐占领热销排行榜

轿车行业中国市场热销车型格局变动情况

中国轿车销售量Top10车型，2019年



中国轿车销售量Top10车型，2023年



对比2019年和2023年的热销车型来看，低价车型不断涌现，电动汽车逐渐占领热销排行榜

从销售量Top10车型的价位情况来看，低于10万元的车型数量从2019年的6款增加至了2023年的7款，而2019年Top10排行榜中价格最低的车型为7.50万的朗逸，到2023年出现了五菱宏光mini和海鸥两款更低价的车型，其中五菱宏光mini的起售价仅为3.28万元。面对激烈的市场竞争和消费者需求的变化，许多汽车制造商开始调整产品线，推出更多低价位车型以吸引价格敏感的消费者群体。同时，新能源车型在榜单中的数量从0席增长至6席，随着电动汽车技术的进步和成本的下降，更多低价位的新能源车型进入市场，五菱宏光mini等车型的成功，部分得益于新能源政策的支持和消费者对环保出行选择的青睐。而轩逸和朗逸在这五年内持续占领销量高位，这两款车都拥有较高的燃油经济性，在B端市场（如滴滴和租赁公司）中颇受欢迎，同时积累了长期的品牌口碑和产品认知度，受到市场认可。但虽然同样处于销量排名高位，但轩逸的销量已经从2019年的47.51万辆降至37.34万辆，在新势力品牌不断推出的新款新能源汽车的持续冲击下，这两款车可能在未来很难维持盘踞榜首的地位。

来源：头豹研究院



轿车行业——竞争格局：头部上市企业情况

轿车行业是一个高度竞争性的市场，随着新能源汽车成为主流，传统汽车制造商和新进入者之间的竞争将更加激烈，行业内的合作和重组可能加速

轿车行业中国上市企业格局情况，2023年

*横轴-企业2022年营业收入，体现企业规模
*纵轴-企业围绕研究或开发新产品、新技术所产生的费用与营收的比值，体现企业的研发投入的力度
*气泡大小-轿车产品力评估，参考2023年品牌轿车产品销量评定

登录www.leadleo.com，搜索《2024年中国轿车行业概览》

轿车行业是一个高度竞争性的市场，其特点包括快速的技术革新、消费者偏好的持续变化以及复杂的全球供应链，中国轿车行业竞争格局复杂且充满活力，既有国际品牌与本土品牌的竞争，也有新能源汽车与传统燃油车的市场争夺。从市场集中度来看，汽车巨头的品牌及成员体系十分庞杂，但集中度相对较高，由于轿车行业需要巨额的初始投资，包括研发、生产设施建设、供应链管理 and 品牌建设以及涉及复杂的技术和高标准的质量控制，这对于新进入者来说都是壁垒和挑战。同时，汽车行业的生产依赖于规模经济，大规模生产可以显著降低单位成本。这意味着大型汽车制造商能够以更低的成本生产汽车，从而在价格竞争中占据优势，规模经济的存在使得市场趋向于集中在少数大型制造商手中。

轿车行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有上汽集团、比亚迪等，凭借高销量支撑的企业营收超越了其他厂商占据龙头地位；第二梯队公司为东风汽车、吉利汽车、长安汽车、广汽集团等，均为深耕汽车行业多年的传统厂商，有较为坚实的品牌知名度和生产销售布局支撑较高的轿车产品销量；第三梯队有江淮汽车、蔚来汽车、小鹏汽车、零跑汽车等，其中蔚来汽车、小鹏汽车、零跑汽车作为新势力企业积极推动新趋势产品的革新，研发费用投入突出。新能源汽车行业正处于快速发展阶段，技术创新是获取竞争优势的关键。为了领跑电池技术、电机效率、电子控制系统以及自动驾驶技术等领域，新能源汽车企业必须不断加大研发投入。与传统汽车相比，这些技术领域是新能源汽车发展的核心，也是区别于竞争对手的主要因素。从最新的年报披露数据来看，新势力企业蔚来、小鹏、零跑等轿车行业内企业的研发费用占营收的比重均高于10%，蔚来的研发费用占比甚至达到了22.0%，显著高于传统车企1%-5%的水平。

当前轿车行业处于新能源和自动驾驶的技术变革时期，从新能源汽车的销量侧渗透情况来看，2013年新能源汽车的渗透率不足0.1%，而到了2023年这个数据已经达到了31.6%，并且预计在2030年能够达到60%。新能源汽车的渗透率为以新能源汽车为核心产品的新势力企业提供了发展机遇，同时也让传统车企在推出新能源轿车产品时面临着技术转型和产品推广的新挑战。随着新能源汽车成为主流，传统汽车制造商和新进入者之间的竞争将更加激烈，行业内的合作和重组可能加速，从而持续推动轿车行业格局的变化。

未完待续
下篇正在进行中

若您期待尽快看到下篇报告或对下篇报告的内容有独到见解，头豹欢迎您加入到此篇报告的研究中。相关咨询，欢迎联系头豹研究院工业行业研究团队邮箱：
Sharlin.Chen@leadleo.com

完整版研究报告阅读渠道：

- 登录www.leadleo.com，搜索《2024年中国轿车行业概览》

了解其他汽车行业课题，登陆头豹研究院官网搜索查阅：

- 2023年中国汽车热管理行业概览：帮助新能源汽车实现产品力提升
- 2023年中国充电桩行业概览：汽车充电需求提速，高压快充桩布局加快
- 2023年中国汽车线缆行业概览：汽车电动化智能化趋势赋能线缆赛道
- 2023年中国汽车冗余系统行业概览：智能汽车的安全防线
- 2023年中国汽车空气悬架行业短报告：为汽车舒适性和操纵性保驾护航
- 2023年中国汽车行泊一体短报告：集成化方案助力高阶自动驾驶下沉



业务合作



会员账号

阅读全部原创报告和百万数据

定制报告/词条

募投可研、尽调、IRPR研究咨询

白皮书

定制行业/公司的第一本白皮书

招股书引用

内容授权商用、上市

市场地位确认

赋能企业产品宣传

云实习课程

丰富简历履历

头豹研究院

咨询/合作

13080197867 李先生

18129990784 陈女士

www.leadleo.com

深圳市华润置地大厦E座4105室



方法论

- ◆ 头豹研究院秉承匠心研究、砥砺前行的宗旨，以战略发展的视角分析行业，从执行落地的层面阐述观点，为每一位读者提供有深度有价值的研究报告。头豹通过深研19大行业，持续跟踪532个垂直行业，已沉淀100万+行业数据元素，完成1万+个独立的研究咨询项目。
- ◆ 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业发展周期，伴随着行业内企业的创立、发展、扩张，到企业上市及上市后的成熟期，研究员积极探索和评估行业中多变的产业模式、企业的商业模式和运营模式，以专业视野解读行业的沿革。融合传统与新型的研究方法论，采用自主研发算法，结合行业交叉大数据，通过多元化调研方法，挖掘定量数据背后根因，剖析定性内容背后的逻辑，客观真实地阐述行业现状，前瞻性地预测行业未来发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去、现在和未来。
- ◆ 头豹研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会跟随行业发展、技术革新、格局变化、政策颁布、市场调研深入，不断更新与优化。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

