



2024年 头豹行业词条报告

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。

企业竞争图谱：2024年SUV 头豹词条报告系列



孙开元 · 头豹分析师

2024-09-04 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：[制造业/汽车制造业](#) [消费品制造/汽车](#)

词条目录			
<h3>行业定义</h3> <p>SUV，即运动型多用途汽车，这种车型不仅拥有轿...</p> AI访谈	<h3>行业分类</h3> <p>依照车身尺寸和轴距，SUV可细分为小型、紧凑型、...</p> AI访谈	<h3>行业特征</h3> <p>SUV行业的特征包括技术创新发展迅速、市场消费需...</p> AI访谈	<h3>发展历程</h3> <p>SUV行业目前已达到 4个阶段</p> AI访谈
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p> AI访谈	<h3>行业规模</h3> <p>SUV行业规模评级报告 1篇</p> AI访谈 SIZE数据	<h3>政策梳理</h3> <p>SUV行业相关政策 5篇</p> AI访谈	<h3>竞争格局</h3> <p>AI访谈 数据图表</p>

摘要 SUV市场持续增长，融合轿车与越野车优势，满足多样需求。新能源与智能化技术推动其快速发展，新能源SUV销量显著。市场细分化，小型至全尺寸SUV各具特色，满足个性化需求。年轻消费者成为主力，追求高颜值与新技术。市场规模逐年扩大，受经济、政策与消费者需求共同驱动。未来，SUV将更智能化，应用场景拓展，成为移动生活空间。

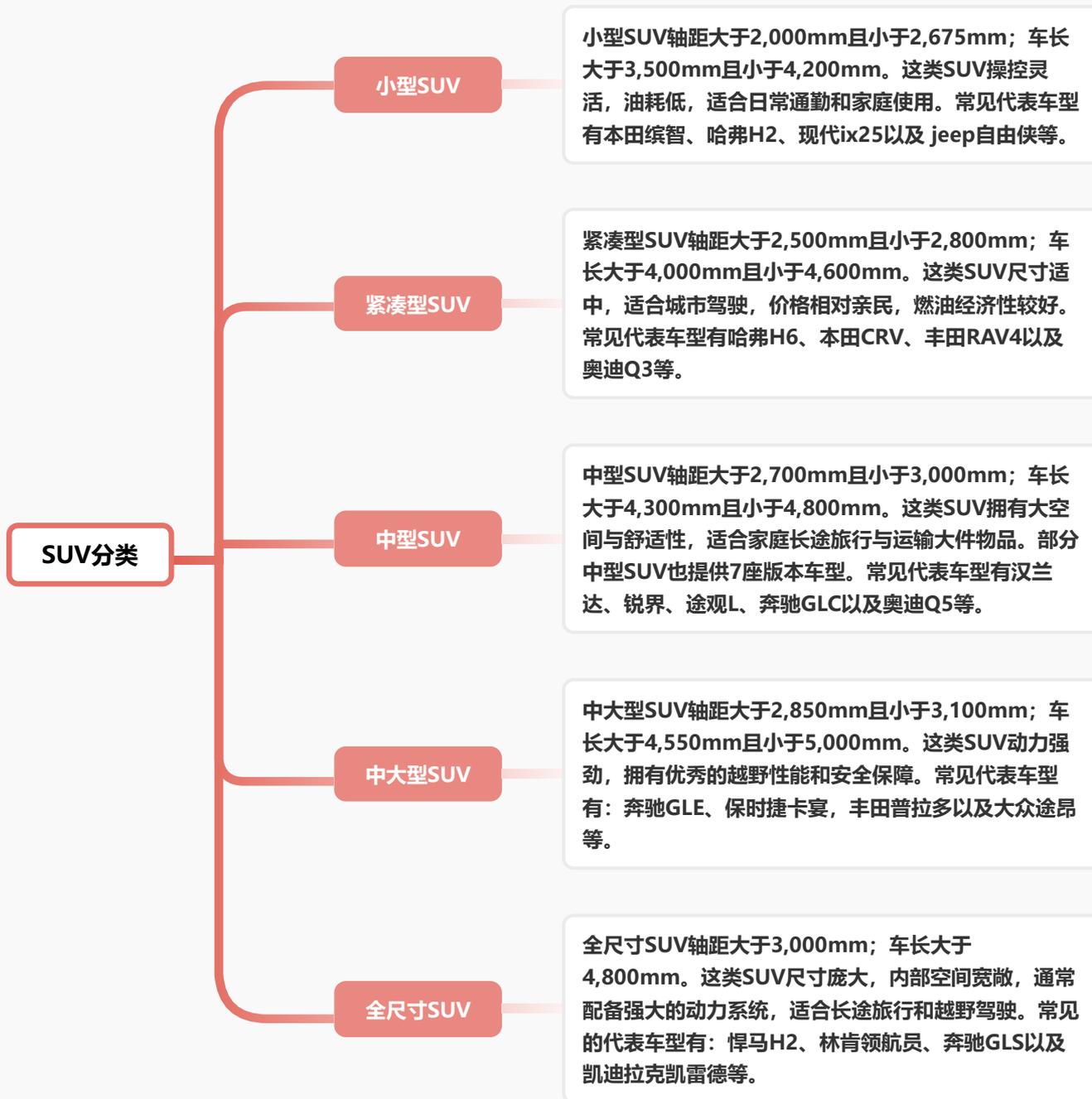
行业定义^[1]

SUV，即运动型多用途汽车，这种车型不仅拥有轿车的易操控性和舒适环境，还提供越野车的强通过性与越野能力，使得其既适合城市道路，又能应对崎岖环境。功能定位上，SUV可分为城市型和越野型，其中承载式车身的设计为主流，提供了强动力、宽敞舒适，以及良好的载物和载客功能。商业模式上，SUV制造商不断推出新车型，优化配置，通过满足不同层次消费者需求，实现产品差异化和市场细分。技术上，SUV采用高底盘设计，加强对恶劣路况的适应性，同时改善舒适性和公路行驶性能以适应民用市场。未来，SUV行业预计会继续增长，市场竞争尚未充分，存在较大提升空间，并可能向更高舒适性和更佳越野性能方向发展，同时加入更多智能化和环保技术，以适应不断变化的市场需求和环境标准。

[1] 1: <http://www.catac...> 2: 全国汽车标准化技术委...

依照车身尺寸和轴距，SUV可细分为小型、紧凑型、中型、中大型以及全尺寸SUV。

SUV行业基于尺寸的分类



[2] 1: <http://www.catac...>

2: 全国汽车标准化技术委...

行业特征^[3]

SUV行业的特征包括技术创新发展迅速、市场消费需求个性化、消费者群体年轻化。

1 技术创新发展迅速

SUV市场在新能源化与智能网联化领域发展迅速。截止2024年6月，SUV在2024年总销量已达488.11万辆，占乘用车总销量的49.7%。而在2024年1-5月，新能源汽车产销分别完成392.6万辆和389.5万辆，占乘用车总销量的39.5%。可见，新能源及SUV已成为市场亮点。智能化的推进体现在企业与高科技公司结成战略合作，如蔚来与腾讯在深圳签署战略合作协议，将在自动驾驶云、智能驾驶地图、数字生态社区等领域展开深度合作。此类合作充分展示了行业对于共享专利与合作开发的正面态度，表明了合作在技术创新过程中的重要性。

2 市场消费需求个性化

针对终端市场各细分需求，SUV车型进行了多样化设计。在销量上，小型SUV占比11-13%，紧凑型SUV占比45-50%，中型SUV占比29-34%，中大型及全尺寸SUV占比6-10%。其中小型SUV注重低油耗、时尚外观，紧凑型SUV注重舒适性和驾驶感受，中型SUV注重空间感并满足出行需求，中大型与全尺寸SUV注重品牌属性，使得多个类型需求的消费者都能找到适合自己的SUV产品。

3 消费者群体年轻化

中国SUV市场的用户画像呈现出年轻化、多元化趋势。SUV市场的主力是25-45岁的80后、90后消费者。这部分人群多为城市中产阶级，具有较高的消费能力和购车需求，追求高颜值外，运动感、豪华感、价值感等多样元素，且对于行业新技术拥有更高的接受度。同时，随着女性消费者地位的提升和消费观念的转变，女性消费者在汽车市场中的占比也在逐步增加。

[3] 1: <https://www.autoh...>

2: <https://www.nio.c...>

3: <http://data.cpcada...>

4: <https://www.autoh...>

5: 中国汽车流通协会, 中...

发展历程^[4]

SUV行业的发展历程随着时代及消费者需求而发展。1935-1963年，SUV概念尚未产生，越野车为SUV后续发展确定基础。1963-1994年，SUV概念出现，整体特征从以越野功能为主转向家用化舒适化。1994-2002年，

SUV行业转向城市化和豪华化，作为都市人追求个性与自由的象征存在。2002年至今，国产SUV开始进入市场，SUV行业由燃油转向新能源方向。

萌芽期 · 1935~1963

1935年，雪佛兰推出Suburban Carryall，其对于SUV定义为Suburban Utility Vehicle。在二战期间，福特、威利斯等汽车公司按军方要求生产多用途四驱车，为后世SUV车型的发展奠定基调。二战结束后，威利斯jeep开始生产民用版越野车并进行改良，例如改用封闭式车身，加长轴距等。SUV以军用车为蓝本，向民用市场过渡。早期车型奠定了SUV的基础。

启动期 · 1963~1994

1963年，Jeep汽车推出JeepWagoneer，将越野车的概念与个人以及家庭用户的需求相结合。1970年，路虎揽胜诞生，标配全时四驱系统，兼具公路驾驭及越野性能。1975年，第一代Jeep切诺基出现，产生运动型多用途汽车SUV的概念。1984年，第二代切诺基出现，改用承载式车身，精简车长、轴距与重量，保留越野性能，同时加强舒适性与豪华感。SUV行业虽仍以越野性能为卖点，但已在功能和设计上更贴近城市消费者需求，市场开始更注重乘坐舒适度和家用化设计。

高速发展期 · 1994~2002

1994年，丰田推出初代RAV4，将SUV车型的大空间及越野性能与普通轿车的操控性和经济性相结合，成为了城市型SUV的起始。1997年，梅赛德斯-奔驰推出第一代M级SUV，首次推出豪华SUV。2002年8月，大众途锐正式发布，定位中大型SUV。SUV从一种小众类型演变成广泛受欢迎的车型类别。高端和普及型海量SUV相继涌现满足不同层次消费者需要。

成熟期 · 2002~

2002年5月26日，长城汽车发布首款中国经济型SUV塞弗。2010年，比亚迪推出首款SUV车型S6。2012年，Tesla公布旗下第一款SUV车型Model X。2017年12月16日，蔚来发布旗下首款纯电SUV车型ES8。SUV市场份额增长迅速并显露中国品牌强势增长态势，智能网联汽车、新能源汽车等成为赋予SUV产业新动力的关键因素。

- [4] 1: <https://www.jeep.c...> 2: <https://www.chevr...> 3: <https://www.tesla...> 4: <https://www.landr...>
5: <https://www.vwim...> 6: <https://www.nio.cn...> 7: <https://www.autoh...> 8: <https://www.autoh...>
9: Jeepg官网, 雪佛兰官网...

[13

产业链分析^[5]

SUV行业产业链涵盖原材料供应、生产制造、销售与售后服务等多个环节。SUV行业产业链上游主要包括包括原材料供应商、零部件制造商和技术研发商。其中原材料商提供钢铁、铝合金等原材料；零部件制造商负责生产发动机、变速箱或是动力系统、电气总成，以及底盘，轮胎，刹车系统等核心零部件。SUV行业产业链中游为整车制造，涉及设计、生产、质量控制以及车辆技术研发等环节。SUV行业产业链下游为经销商、消费者与售后服务，营销策略与售后服务将影响消费者的选择。^[7]

SUV行业产业链主要有以下核心研究观点：^[7]

SUV产业链正在经历由传统燃油转向新能源燃料类型产品的变革

汽车制造业是中国重要支柱产业，其抓住汽车动力技术变轨机遇，超前布局新能源汽车战略新兴产业，**新能源汽车电动化智能化发展走在世界前列**。根据乘联会发布的历年SUV销量排行榜，可以明确发现排行前十的类型转变。2020年前十仍全为燃油车型，而到2022年，前十中已有四席被新能源车占据。在2020年，汽油车作为SUV市场动力类型的绝对主流产品，在整个SUV市场销量中的占比达到94.7%，但在接下来的三年间，新能源需求全面爆发，以电动和插混为主要增长动力的新能源SUV不断挤占传统燃油汽车市场，截至11月，汽油车型在2023年全年SUV销量份额仅为65.0%，而对应着的是电动和插混车型的占比分别增长至18.6%和13.2%。在此基础上，SUV的产业链上游也由单一的燃油汽车零部件（发动机、变速箱等）扩展至新能源汽车零部件（如动力电池、电动机、电控系统等）。

SUV产业链中游供应主要受到下游需求影响

SUV产销情况在2018-2020年间受到宏观经济和汽车市场疲软影响略有下滑，但从2021年开始恢复增长趋势实现持续回升，在2023年1-11月的销量同比增长率达到16.5%。除了宏观环境的恢复外，下游需求的持续扩张是SUV行业的主要驱动力。从进出口情况来看，凭借着不断扩大的品牌影响力，以及由质量和性价比所赋予的产品竞争力，SUV的出海步伐不断加快；中国品牌的出海为汽车销量拓展了新的需求渠道，积极驱动了销量的增长。

^[7]

上 产业链上游

生产制造端

原材料商：钢铁、铝合金等；零部件制造商：发动机、变速箱或是动力系统、电气总成，以及底盘，轮胎，刹车系统等。

上游厂商

[重庆长安汽车股份有限公司 >](#)

[宝山钢铁股份有限公司 >](#)

[潍柴动力股份有限公司 >](#)

[查看全部 >](#)

产业链上游说明

原材料及零部件供大于需

据中国汽车动力电池产业创新联盟的数据，2024年1-6月，中国动力和其他电池累计产量为430.0GWh，累计同比增长36.9%；动力电池累计销量为318.1GWh，累计同比增长26.6%；而动力电池累计装车量203.3GWh，累计同比增长33.7%。据我的钢铁网的数据，2024年1-6月，钢材商家仍以出货为主，但需求不足，多是低价成交，当前商家手中库存充足，但下游购买力不足，**市场仍处供需矛盾阶段，高供给高库存情况依旧严峻。**

零件成本下降带动新能源SUV成本下降

2024年，电池级碳酸锂价格低位运行。从2023年年初近60万元/吨高位，暴跌至年末的10万元/吨，且今年以来继续下滑至10万元/吨以下。宁德时代正在向车企推广173Ah的VDA规格磷酸铁锂电芯，其价格将达到0.4元/Wh左右。比亚迪旗下弗迪电池也在内部通知，敦促团队继续降本，在内部通知中称，当前采购降本空间依旧巨大。此外，由于需求量增长和芯片供应短缺，车用芯片价格飙升。然而，随着芯片产能的逐步释放和供需关系的改善，芯片价格开始回落，这有助于降低新能源SUV的制造成本。中国财政补贴与国家自然科学基金等都在加强发展芯片进程，投入金额大致有3340亿美元，预计2025年中国大陆将实现70%的国产化，车规级芯片国产率能达到20%。以Model Y 车型为例，初期超过23万元的产品成本，在实现产业链中国化后将降至20万元以下，这也将进一步推动特斯拉在维持当前毛利率情况下的进一步降价，以提升市场竞争力。

中 产业链中游

品牌端

汽柴油车整车制造；新能源车整车制造

中游厂商

[奇瑞汽车股份有限公司 >](#)

[浙江吉利控股集团有限公司 >](#)

[长城汽车股份有限公司 >](#)

[查看全部 >](#)

产业链中游说明

SUV技术发展迅速

随着自动驾驶技术的发展，**SUV开始搭载自动驾驶辅助系统**，提高安全性且减轻驾驶员负担。此外，

通过车身上的雷达与摄像头，车型具有盲点监测、自动紧急制动等主动安全技术，能在**紧急情况下自动干预车辆行驶，有效避免或减轻事故的发生**。此外，作为一种具备越野能力的车型，SUV通过采用高离地间隙以及空气悬挂系统等措施，使其能够轻松应对各种复杂路况。例如长安、长城、岚图、红旗、极越等均宣布接入百度的文心一言内测，奇瑞则与科大讯飞合作发布「LION AI」大模型平台；对于20万元到40万元左右的车型，红旗、理想、蔚来、极氪、岚图等品牌均标配空气悬架；2023年初，宝马与法雷奥宣布合作开发下一代L4级自主代客泊车技术，在年底，国内的理想、华为等企业已传来升级智能泊车功能的消息等。

车企创新盈利模式

在传统的整车销售之外，**车企也在创新盈利模式方面进行了多种尝试**，包括付费功能与智能座舱等。特斯拉在2016年便提出FSD（全自动驾驶系统）、座椅加热等多项订阅服务。如今，FSD付费套餐提供着自动泊车、自动辅助导航驾驶、智能召唤等多项高级自动驾驶功能。蔚来宣布NAD(蔚来自动驾驶)服务将采用按月付费、每月680元的模式，预计于今年四季度逐步分区域启动订阅。岚图、蔚来、极氪等车企也将付费项目拓展至智能硬件领域，岚图推出了“岚图FREE 8155车机硬件系统升级计划”，蔚来宣布了针对老款“866”车主的硬件升级计划，极氪面向新老客户进行免费升级8155智能座舱。

下 产业链下游

渠道端及终端客户

经销商、消费者与售后服务

渠道端

华晨宝马汽车有限公司 >

梅赛德斯-奔驰（中国）汽车销售有限公司 >

特斯拉（上海）有限公司 >

[查看全部](#) v

产业链下游说明

SUV需求体量持续增加

随着生活水平的提高，消费者对汽车的需求更加注重个性化、舒适性。SUV车型以其独特的外观设计、宽敞的内部空间、良好的悬挂系统等优势，满足了消费者的需求。**从销量终端看**，据乘联会及中国汽车工业协会的数据，2024年1-6月，中国SUV销量629.2万辆，与上年同期相比，产销呈两位数增长，且SUV在乘用车市场中份额不断提升，反映出消费者对SUV车型的偏好和需求增加。且伴随SUV车型在全球范围内需求持续增长，中国等国家的SUV车型在国际市场上的表现也愈发出色，出口量逐年增加。**从出口渠道看**，2022年SUV占中国乘用车出口总量占比达到71%，占据绝对优势地位，同时，中国自主品牌Top15出口车型中有12款都为SUV车型。由于SUV车型本身的安全性和舒适

性等属性，其在全球范围内都成为了最受欢迎的乘用车类型。同时，与西方同类产品相比，中国SUV价格通常更实惠。这种价格优势使其在发展中国家和发达国家市场都具有吸引力。据中国汽车工业协会数据，2024年1-6月，乘用车出口233.9万辆，同比增长31.5%。五菱旗下子品牌宝骏先后研发宝骏560、宝骏510等热销SUV。其中，宝骏530在国内定位于7万级别，但除国内销售外，其还远销19个国家，售价也因此提升到了23万以上，2019年更完成高达5亿美元的知识产权收入。

经销商与直营相互融合

对于新兴企业，在起步阶段无法扩大规模且资金有限的情况下，企业偏向于选择注重效率的直营模式。2024年8月，理想汽车在全国拥有747家零售中心，以及与之配对的112家交付中心与312家服务中心；特斯拉在中国大陆总共434家体验店。而在SUV需求体量持续增加的现状之下，车企更为偏向于选择覆盖速度更快、规模更大的经销模式。但在燃油车经销商的案例下，车企不会将销售全权交付于经销商。**因此SUV经销商与直营相互融合的模式将逐渐成为行业主流。**以比亚迪为例，旗下不仅有位于商场中的商超店，城市展厅；还拥有自家的4S店，将直营模式与经销商模式相结合。

- [5] 1: <https://36kr.com/p...> | 2: 中国信息通信研究院
- [6] 1: 中国信息通信研究院, ...
- [7] 1: wind, 中国汽车工业协会
- [8] 1: <https://mp.weixin....> | 2: <https://news.myst...> | 3: 中国汽车动力电池产业...
- [9] 1: 36氪, 电子工程专辑
- [10] 1: <https://www.36kr.c...> | 2: 36氪
- [11] 1: <https://www.36kr.c...> | 2: 36氪
- [12] 1: <http://www.caam....> | 2: <http://www.caam....> | 3: 乘联会, 中国汽车工业...
- [13] 1: <https://www.36kr.c...> | 2: <https://www.lixian...> | 3: <https://www.byda...> | 4: 36氪, 理想汽车官网, ...

行业规模

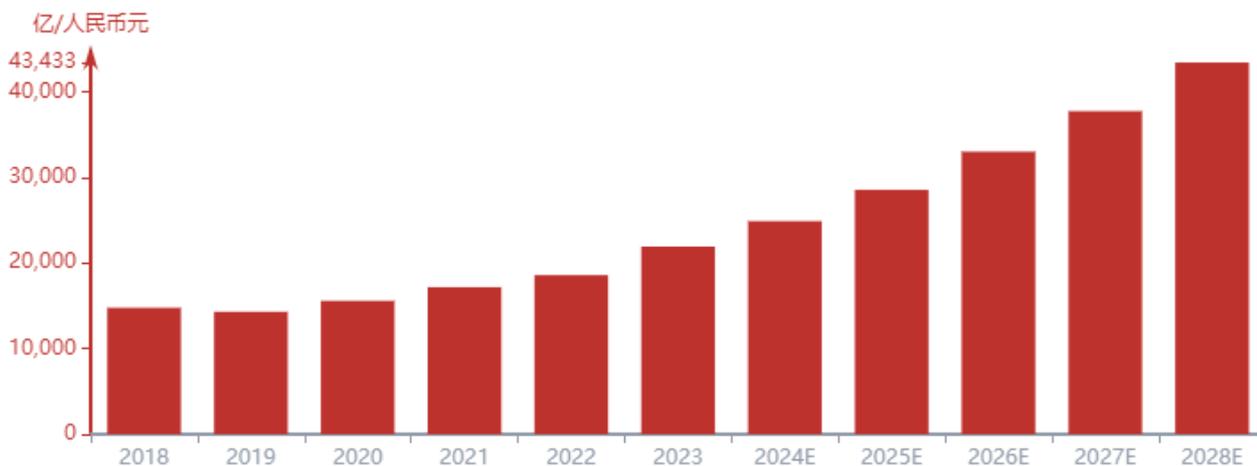
企业VIP免费

SUV行业规模

★★★★★ 4星评级

SUV行业规模





数据来源：乘联会，汽车之家、头豹研究院

2018年—2023年，SUV行业市场规模由14,778.46亿人民币元增长至21,922.38亿人民币元，期间年复合增长率8.21%。预计2024年—2028年，SUV行业市场规模由24,894.85亿人民币元增长至43,432.02亿人民币元，期间年复合增长率14.93%。^[17]

SUV行业市场规模历史变化的原因如下：^[17]

经济环境与消费者需求共同影响SUV市场规模

在十年间，中国GDP呈现正增长态势，在2015-2019年保持年增长率在6%附近；而在2020年增长率下降至2.3%；2021年GDP年增长率有所增加。2022年年增长率则持续走低，年增长率为3%。在中国汽车工业协会发布的近十年汽车年度销量与增长率一图中，可以发现汽车销量增长率与GDP增量相近，于2017年处有所增加且于2020年处有所下降。同时，结合2014-2022年间人口中总抚养比的不断上升，总抚养比从2018年40.4%上升至2022年46.6%，**乘用车购买目的从单人用途转向家庭用途，消费者将更加倾向于购买拥有充足内部空间、良好通过性及多功能性的SUV车型以满足家庭用途。**

电动化转型推动SUV市场规模扩大

随着电池技术进步，电动SUV的续航里程显著提升。例如上汽集团旗下智己L6便宣传其四驱版车型所使用的“光年”固态电池续航可超1,000km；比亚迪称其在插混车型上所使用的第五代DM技术可以达到全球最长综合续航2100公里。且充电基础设施也不断完善，为电动SUV的普及提供了有力支持。在2023年6月，国务院办公厅印发《关于进一步构建高质量充电基础设施体系的指导意见》，加力布局新能源汽车充电基础设施。政府也出台政策支持新能源汽车发展，这些政策降低了消费者的购买成本，促进市场增长，例如《关于延续和优化新能源汽车车辆购置税减免政策的公告》，其减免新能源乘用车（含SUV）购置税，降低购车成本，推动新能源汽车消费。可见，**伴随续航里程提升，基础设施完善，购车成本降低，新能源SUV将会推动市场规模持续扩大。**^[17]

SUV行业市场规模未来变化的原因主要包括：^[17]

对SUV销量增长的预期驱动市场规模增长

从汽车市场整体销量情况来看，中汽协发布的最新预测数据显示，到2024年，中国市场的汽车总销量将达到3100万辆，其中乘用车销量约2680万辆，同比增长预计为3.1%，而到2030年，中国汽车总销量有望达到3500万辆。而SUV作为乘用车的重要组成部分，截至11月的统计在2023年乘用车总销量的占比达到50.7%，且该占比在近六年内持续保持增长。因此，汽车市场的乐观前景及SUV的高增长份额能够作为对其销量增长的有效佐证。

SUV成交均价上升驱动市场规模增长

驱动SUV成交均价的动力主要来源于新能源汽车的渗透、汽车自动驾驶功能的丰富以及消费者对汽车品质需求的提升，而根据本报告对行业驱动因素的分析，在汽车动力结构变革及自动驾驶推进的大趋势下，产品均价的上涨是必然趋势。**在功能上**，SUV车型普遍配备了高清触控屏以及车载娱乐系统，使SUV的定位从仅为交通工具转变为移动生活空间。在汽车之家SUV销量榜的前十车型中有6种车型中控屏大于15英寸，其中理想L6拥有最大的15.7英寸中控屏与15.7英寸副驾娱乐屏，而最小的锋兰达也拥有10.25英寸触摸屏。此外，人工智能语音助手与智能座舱也使SUV在娱乐性方面显著提升，用户可以通过语音指令控制车辆内的各种功能，智能座舱可以转换车内空间的使用场景。在广汽埃安的官方网页中，将车辆的使用范围从交通工具扩展至露营，私人影院等。在自动驾驶功能上，汽车之家SUV销量榜中排名前十的车型全部配备智能驾驶辅助系统，其包括且不限于倒车影像、偏离预警、自动紧急制动。其中，诸如特斯拉Model Y以及理想L6等均配备前、后、侧边全方位摄像头以及激光雷达，超声波传感器等，支持其达成。且随自动驾驶技术发展，部分SUV车型已具备L2级自动驾驶功能。这些车型能够在特定场景下实现自动驾驶，如高速公路巡航、自动泊车等。^[17]

[14] 1: [https://www.autoh...](https://www.autohome.com.cn/) 2: 国家统计局, 汽车之家...

[15] 1: [https://www.immo...](https://www.immobilier.com/) 2: [https://www.bydgl...](https://www.bydgl.com/) 3: [https://www.gov.c...](https://www.gov.cn/) 4: [https://www.gov.c...](https://www.gov.cn/)
5: 比亚迪官网, 智己汽车...

[16] 1: 中汽协

[17] 1: 理想官网, 丰田官网, ...

政策梳理^[18]

政策名称	颁布主体	生效日期	影响
《汽车以旧换新补贴实施细则》	商务部、财政部、国家发展改革委、工业和信息化部、公安部、生态环境部、税务总局	2024-04-24	5

政策内容	对个人消费者报废国三及以下排放标准燃油乘用车或2018年4月30日前（含当日，下同）注册登记的新能源乘用车，并购买纳入工业和信息化部《减免车辆购置税的新能源汽车车型目录》的新能源乘用车或2.0升及以下排量燃油乘用车，给予一次性定额补贴。
政策解读	该政策旨在推动新能源车辆（含SUV）普及，鼓励购买节能型燃油车；加速老旧车辆淘汰；提升汽车市场活力，带动汽车相关产业发展。
政策性质	鼓励性政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于延续和优化新能源汽车车辆购置税减免政策的公告》	财政部、税务总局、工业和信息化部	2024-01-01	5
政策内容	对购置日期在2024年1月1日至2025年12月31日期间的新能源汽车免征车辆购置税，其中，每辆新能源乘用车免税额不超过3万元；对购置日期在2026年1月1日至2027年12月31日期间的新能源汽车减半征收车辆购置税，其中，每辆新能源乘用车减税额不超过1.5万元。			
政策解读	该政策旨在减免新能源乘用车（含SUV）购置税，降低购车成本，推动新能源汽车消费；加速新能源汽车行业发展，优化汽车市场结构；提升汽车市场活力，带动汽车行业发展。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于促进汽车消费的若干措施》	国家发展改革委、工业和信息化部、公安部、财政部、住房城乡建设部、交通运输部、商务部、中国人民银行、海关总署、税务总局、市场监管总局、国管局、国家能源局	2023-07-20	5
政策内容	优化汽车限购管理政策、支持老旧汽车更新消费、加快培育二手车市场、加强新能源汽车配套设施建设、着力提升农村电网承载能力、降低新能源汽车购置使用成本、推动公共领域增加新能源汽车采购数量、加强汽车消费金融服务、鼓励汽车企业开发经济实用车型、持续缓解停车难停车乱问题			
政策解读	该政策旨在促进汽车消费，稳定中国消费大盘、促进产业链高质量发展，优化汽车购买使用管理制度和市场环境，更大力度促进新能源汽车持续健康发展。			

政策性质	指导性政策			
	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《汽车行业稳增长工作方案（2023—2024年）》	工业和信息化部、财政部、交通运输部、商务部、海关总署、金融监管总局、国家能源局	2023-08-25	3
政策内容	汽车产业是国民经济的重要支柱产业，产业链长、关联度高、带动性强，发挥着工业经济稳增长的“压舱石”作用。为贯彻落实党的二十大和中央经济工作会议精神，努力实现汽车行业经济发展主要预期目标，特制定本方案，实施期限为2023—2024年。			
政策解读	该政策支持扩大新能源汽车消费，稳定燃油汽车消费，推动汽车出口提质增效，促进老旧汽车报废、更新和二手车消费，提升产品供给质量水平，保障产业链供应链稳定畅通，完善基础设施建设与运营。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于修改〈乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法〉的决定》	工业和信息化部、财政部、商务部、海关总署、市场监管总局	2021-01-01	5
政策内容	调整新能源车型积分计算方法。建立积分灵活性交易机制，探索建立积分池制度。并优化其他积分管理制度。改善积分市场供大于求情况，积分交易价格将逐步平稳并趋于合理水平。			
政策解读	该政策旨在调整新能源车型积分计算方法，显著增强对积分市场供需、积分价格的调节作用，促进节能与新能源汽车产业高质量发展。			
政策性质	鼓励性政策			

[18] 1: <https://www.miiit.g...> | 2: <https://www.ndrc...> | 3: <https://www.gov.c...> | 4: <https://www.gov.c...> | 5: <https://www.gov.c...> | 6: 中华人民共和国工业和...

竞争格局

中国SUV行业近年来呈现出激烈的竞争格局。众多国内外品牌纷纷进入市场，市场份额分散。目前，SUV市场中自主品牌与合资车企各占比50%。梯队之间分隔明显。在竞争格局中，技术因素的影响逐渐扩大，中国自主品牌可以利用技术发展扩大自身竞争优势。 [22]

SUV行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有比亚迪、一汽等；第二梯队公司为上汽、广汽、长安汽车、特斯拉中国等；第三梯队有东风汽车、吉利汽车、理想汽车等。 [22]

SUV行业竞争格局的形成主要包括以下原因： [22]

新能源趋势驱动格局变化

在2022年SUV销量排行榜中，前十中有七款车型为燃油动力，而2023年的排行榜中，仅有四款车型为燃油动力，且其中也存在两款车型可选混合动力。可见新能源车企在过去一年中蓬勃兴起，使得竞争格局迅速变化。且新能源SUV也正改变传统观念中油耗大、体型笨重及价格高昂的刻板印象，以吸引有别于传统SUV用户画像的消费者。与此同时，政府出台扶持新能源车的政策，推进基础充电设施建设，支撑新能源SUV普及，进一步激发消费者的购买热情，推动市场快速发展。**SUV市场的主导者从传统燃油SUV正在转变为新能源SUV。**

自主品牌正在兴起过程中

近年来，**中国自主品牌SUV销量持续增长，且品牌数量迅速增加，占据了国内SUV市场的一定份额。**根据乘联会数据及具体车型销售情况，比亚迪、长安、奇瑞等自主品牌在SUV市场中的表现尤为突出，在2023年SUV销量排行榜中，比亚迪元PLUS、宋PLUS DM-i以及宋PLUS DM-i三款车型销量均为前十；长安旗下CS75PLUS也位居第四。而国际品牌如丰田、本田、大众等，在SUV市场中也保持着较强的竞争力。这些品牌拥有悠久的历史、先进的技术和广泛的品牌影响力，吸引了大量消费者。在2023年的排行榜中，合资车企在前十五位中保有八席，Model Y也仍然位居首位，且销量为第二位宋PLUS DM-i的1.5倍。中国自主品牌仍需技术创新及发展时间。 [22]

未来，随着竞争格局多元化，竞争焦点转向技术创新及市场细分。SUV行业将会向智能化以及加剧市场竞争两个方向发展。 [22]

SUV行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因： [22]

细分市场差异化愈加明确

SUV市场目前细分趋势明确，各细分市场竞争格局差异化明显。根据往年销量数据与销量排行，小型SUV市场竞争主体为自主品牌，竞争格局较为平稳，但销量年均下降，2023年市场占比11%；紧凑型SUV市场竞争主体为自主品牌，竞争格局激烈，目前销量趋于稳定，2023年市场占比50%；中型SUV市场竞争主体为合资车企，销量排行差距明显，但销量保持上涨趋势，2023年市场占比31%；中大型SUV市场处于起步阶段，竞争格局尚不明显，目前销量快速上涨，但市场占比较小仅有8%。未来，由于消费者对于车辆的关注点与使用场景的不同，选择紧凑型SUV的消费者目的为通勤用，其更关注车辆性价比。选择中型SUV的消费者在日常通勤之余，也将工作之余的休闲目的纳入考量，例如露营，短途旅途等，因此车辆的储物空间及长时间驾驶的舒适感也是其关注点之一。购买中大型SUV的消费者，更为考虑SUV的运动性，在日常需求之余，越野或是长途旅行所需的高通过性

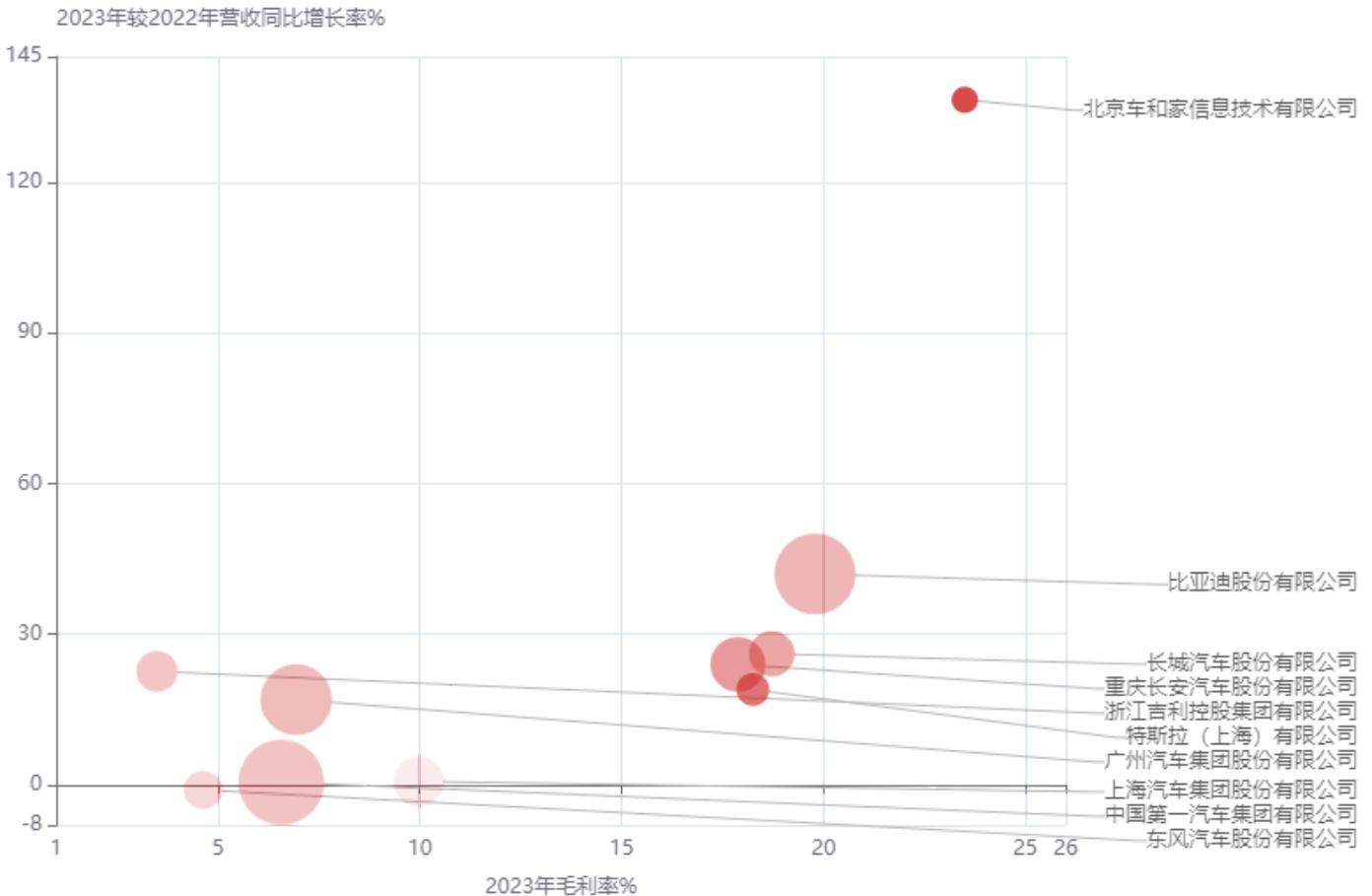
与车辆的稳定性也是其考量目标之一；此外，购买中大型SUV的消费者也重视品牌效应，对于品牌对应的顾客画像有一定考量。

竞争要素向智能化与网联化转变

随着新能源SUV的发展，**智能化与网联化逐渐成为各品牌竞争重点**。智能化发展包括驾驶辅助系统，人工智能语音助手，自动驾驶技术等。其中语音助手不仅可以接收模糊指令控制软件，还可以操控车机，提升驾驶体验。以理想的语音助手理想同学为例，其支持对导航系统，音乐系统的操作，还可以通过语音切换驾驶模式、悬架、动力以及转向等车辆控制项。网联化发展包括车联网平台，远程控制与监控等。例如特斯拉Model Y就可以利用手机应用程序完成车辆锁定，驾驶室温度监控，查看车辆所在位置与预估续航里程等。^[22]

气泡大小表示：2023年SUV车型销售量(万辆)；气泡色深表示：2023年SUV车型销量占比(%)

[26]



上市公司速览

比亚迪股份有限公司 (002594)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
6.6千亿	4.2千亿元	57.75	19.79

上海汽车集团股份有限公司 (600104)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
1.6千亿	5.2千亿元	-0.77	9.97

广州汽车集团股份有限公司 (601238)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
802.2亿	981.8亿元	22.17	6.94

众泰汽车股份有限公司 (000980)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
89.3亿	1.1亿元	-30.42	10.55

海马汽车股份有限公司 (000572)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
54.3亿	4.4亿元	-57.14	14.85

北汽福田汽车股份有限公司 (600166)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
200.1亿	128.7亿元	-14.05	11.62

东风汽车股份有限公司 (600006)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
136.2亿	91.7亿元	0.48	4.63

赛力斯集团股份有限公司 (601127)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
1.1千亿	265.6亿元	421.76	21.51

江铃汽车股份有限公司 (000550)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
121.5亿	79.7亿元	5.96	12.29

安徽江淮汽车集团股份有限公司 (600418)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
429.2亿	339.8亿元	23.11	11.44

重庆长安汽车股份有限公司 (000625)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
1.4千亿	1.1千亿元	26.78	17.88

北汽蓝谷新能源科技股份有限公司 (600733)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
455.4亿	93.1亿元	63.10	-4.94

- [19] 1: <https://chejiahao.a...> 2: <https://www.gov.c...> 3: 乘联会, 汽车之家, 中...
- [20] 1: <https://chejiahao.a...> 2: 乘联会, 汽车之家
- [21] 1: <https://chejiahao.a...> 2: 乘联会
- [22] 1: <https://www.lixian...> 2: <https://www.tesla....> 3: 特斯拉, 理想汽车
- [23] 1: <https://www.faw.c...> 2: 各公司年报
- [24] 1: <https://www.faw.c...> 2: 各公司年报
- [25] 1: <https://www.faw.c...> 2: <https://www.gac.c...> 3: <https://chejiahao.a...> 4: <https://www.36kr.c...> 5: 车企产销快报, 36氪, ...

企业分析

1 北京车和家信息技术有限公司

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	28046.4406万人民币
企业总部	北京市	行业	软件和信息技术服务业
法人	冯伟丽	统一社会信用代码	91110105339786380G
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	成立时间	2015-04-10
品牌名称	北京车和家信息技术有限公司		
经营范围	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务; 软件开发; 基础软件服务; 应用软件开发; 经... 查看更多		

· 融资信息



· 竞争优势



理想汽车拥有明确的目标消费群体，通过不断推出符合家庭用户需求的车型，其成功占据市场领先地位。通过研发增程系统，电动汽车技术以及智能汽车解决方案，理想汽车保证驾驶过程中高续航里程，低行驶成本以及良好的人机交互体验，对于拥有家庭长途出游需求的消费者吸引力巨大。

· 竞争优势2

相比于其他SUV车企而言，2019年开始量产的理想汽车拥有巨大的发展潜力。理想汽车目前专注于增程式SUV与智能驾驶赛道，根据年报，2023年研发费用为97.7亿人民币，在2022年基础上增加

72.4%，而在理想汽车官网上，可看见其目前仍在招聘算法软件、芯片研发方面职位。2023年理想汽车营收同比增长率为136.4%，潜力巨大。

2 上海汽车集团股份有限公司【600104】

公司信息

企业状态	存续	注册资本	1157529.9445万人民币
企业总部	上海市	行业	汽车制造业
法人	王晓秋	统一社会信用代码	91310000132260250X
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	1984-04-16
品牌名称	上海汽车集团股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	汽车，摩托车，拖拉机等各种机动车整车，机械设备，总成及零部件的生产、销售，国内贸... 查看更多		

财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
销售现金流/营业收入	1.14	1.19	1.12	1.12	0.84	0.88	0.85	0.74	0.75	-
资产负债率(%)	58.7755	60.1955	62.3921	63.6266	64.5793	66.2784	64.1441	66.034	65.9358	-
营业总收入同比增长(%)	6.4202	12.8225	15.1009	3.6243	-6.5252	-11.9992	5.0818	-4.5885	0.0863	-
归属净利润同比增长(%)	6.5074	7.4338	7.5132	4.6465	-28.8977	-20.2018	20.0776	-34.3028	-12.4795	-
应收账款周转天数(天)	13.6158	14.4713	13.7059	15.168	17.7425	21.1464	23.4342	30.1169	36.164	-
流动比率	1.0476	1.1125	0.9974	1.0943	1.1045	1.1082	1.1343	1.0702	1.1318	-
每股经营现金流(元)	2.3575	1.0319	2.08	0.7682	3.9605	3.2112	1.8501	0.8135	3.6234	-
毛利率(%)	11.4218	12.867	13.473	13.2534	12.1508	10.7591	9.629	9.61	10.189	-
流动负债/总负债(%)	85.6855	83.6722	86.6081	83.1891	84.3771	83.8376	81.6934	83.2011	82.4777	-
速动比率	0.5689	0.5986	0.5186	0.5509	0.5723	0.5443	1.0164	0.9075	0.9517	-
摊薄总资产收益率(%)	8.6506	7.9767	7.1705	6.4269	4.3243	3.3004	3.6967	2.3956	2.0093	-

营业总收入滚动 环比增长(%)	27.5196	24.6868	24.0719	8.3687	23.4049	13.2839	-	-	-	-
扣非净利润滚动 环比增长(%)	-1.2649	2.3096	10.7347	-12.0241	-56.2443	-68.0444	-	-	-	-
加权净资产收益 率(%)	17.91	17.53	16.87	15.67	10.53	8.02	9.19	5.84	4.98	-
基本每股收益 (元)	2.702	2.903	2.959	3.082	2.191	1.752	2.12	1.4	1.226	0.236
净利率(%)	6.0592	5.8912	5.4915	5.4533	4.2695	4.0368	4.4665	3.1682	2.7624	-
总资产周转率 (次)	1.4277	1.354	1.3057	1.1785	1.0128	0.8176	0.8493	0.7803	0.7459	-
归属净利润滚动 环比增长(%)	20.2247	11.0273	12.5717	-4.0696	-31.5505	-54.1618	-	-	-	-
每股公积金(元)	3.5318	3.6104	4.6962	4.7352	4.756	4.881	4.8393	4.9554	4.9168	-
存货周转天数 (天)	23.3542	20.5638	21.114	25.4773	28.0973	34.5337	33.0336	40.0962	51.6477	-
营业总收入(元)	6704.48 亿	7564.16 亿	8706.39 亿	9021.94 亿	8433.24 亿	7421.32 亿	7798.46 亿	7440.63 亿	7447.05 亿	1430.72 亿
每股未分配利润 (元)	7.8361	8.779	8.9609	9.8513	10.7229	11.5517	12.7324	13.4299	14.334	-
稀释每股收益 (元)	-	-	-	-	-	-	-	1.4	1.226	-
归属净利润(元)	297.94亿	320.09亿	344.10亿	360.09亿	256.03亿	204.31亿	245.33亿	161.18亿	141.06亿	27.14亿
扣非每股收益 (元)	2.479	2.751	2.831	2.774	1.847	1.522	1.605	0.781	0.873	-
经营现金流/营 业收入	2.3575	1.0319	2.08	0.7682	3.9605	3.2112	1.8501	0.8135	3.6234	-

竞争优势



上汽集团主要业务包括整车与零部件研发、生产和销售；移动出行服务业务；汽车相关金融、保险和投资业务；并在产业大数据和人工智能领域积极布局，是国内汽车产业链布局最完整、体系综合实力最强的汽车企业之一，形成了强大的协同效应。

竞争优势2



上汽集团拥有多个知名品牌，其中自主品牌如智己汽车，荣威汽车等；合资品牌如上汽大众，上汽奥迪等。这些品牌在国内市场有较高影响力，为上汽集团带来了稳定的销售基础和市场份额。

3 比亚迪股份有限公司【002594】



公司信息

企业状态	存续	注册资本	291114.2855万人民币
企业总部	深圳市	行业	电气机械和器材制造业
法人	王传福	统一社会信用代码	91440300192317458F
企业类型	股份有限公司(台港澳与境内合资、上市)	成立时间	1995-02-10
品牌名称	比亚迪股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	一般经营项目是：，许可经营项目是：锂离子电池以及其他电池、充电器、电子产品、仪器... 查看更多		

财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
销售现金流/营业收入	1.01	0.85	0.89	0.8	0.84	0.89	0.94	0.97	0.95	-
资产负债率(%)	68.802	61.8053	66.3348	68.8063	68.002	67.9361	64.7562	75.4202	77.8585	-
营业总收入同比增长(%)	37.4822	29.323	2.3627	22.7919	-1.7809	22.5924	38.024	96.195	42.0352	-
归属净利润同比增长(%)	551.2752	78.9361	-19.51	-31.6314	-41.9303	162.273	-28.0823	445.8595	80.7243	-
应收账款周转天数(天)	79.3511	110.0951	159.1512	140.0124	131.3533	97.874	64.5139	31.8689	30.0922	-
流动比率	0.823	0.999	0.978	0.9883	0.9902	1.0486	0.9697	0.7224	0.666	-
每股经营现金流(元)	1.5517	-0.6765	2.3341	4.5903	5.4033	16.6387	22.4883	48.3788	58.3019	-
毛利率(%)	16.8674	20.3625	19.0146	16.4003	16.2944	19.3785	13.0214	17.0365	20.2148	-
流动负债/总负债(%)	83.2029	87.3482	88.8735	87.0716	81.2002	77.935	89.437	89.4955	85.7454	-
速动比率	0.5437	0.72	0.6627	0.5975	0.6681	0.6664	0.7166	0.4851	0.4727	-
摊薄总资产收益率(%)	2.996	4.2064	3.0429	1.9085	1.086	3.0323	1.5971	4.4864	5.3424	-

营业总收入滚动环比增长(%)	86.358	10.1406	10.6819	17.924	7.2041	15.8479	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	114.1941	-17.6729	19.2805	47.7234	-133.1108	-70.7799	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	10.22	12.91	7.76	4.96	2.62	7.43	3.73	16.14	24.4	-
基本每股收益(元)	1.12	1.88	1.4	0.93	0.5	1.47	1.06	5.71	10.32	1.57
净利率(%)	3.9223	5.2962	4.6424	2.7344	1.6587	3.8404	1.8355	4.177	5.2039	-
总资产周转率(次)	0.7638	0.7942	0.6555	0.698	0.6547	0.7896	0.8701	1.0741	1.0266	-
归属净利润滚动环比增长(%)	-42.3241	-1.1679	19.3278	19.5798	-66.4609	-53.1336	-	-	-	-
每股公积金(元)	4.1647	8.9701	8.971	8.9894	8.9917	9.0533	20.8877	21.1964	21.3118	-
存货周转天数(天)	69.6285	72.3691	78.1725	76.4916	87.3744	81.2201	84.8216	73.9356	68.544	-
营业总收入(元)	800.09亿	1034.70亿	1059.15亿	1300.55亿	1277.39亿	1565.98亿	2161.42亿	4240.61亿	6023.15亿	1249.44亿
每股未分配利润(元)	5.2924	5.9521	7.0509	7.5136	7.7182	8.9645	9.0878	14.0643	23.0576	-
稀释每股收益(元)	-	1.88	1.4	0.93	0.5	1.47	1.06	5.71	10.32	1.57
归属净利润(元)	28.23亿	50.52亿	40.66亿	27.80亿	16.14亿	42.34亿	30.45亿	166.22亿	300.41亿	45.69亿
扣非每股收益(元)	0.47	1.73	1.01	0.13	-0.01	1	-	-	-	-
经营现金流/营业收入	1.5517	-0.6765	2.3341	4.5903	5.4033	16.6387	22.4883	48.3788	58.3019	-

竞争优势



比亚迪业务布局涵盖电子、汽车、新能源和轨道交通等领域，使其在新能源汽车产业链中实现高度整合，从电池、电机、电控等核心零部件到整车制造，都具备自主研发和生产能力。

竞争优势2

2023年1-12月新能源厂商销量排行榜				
NO.	厂商	2023.1-12	2022.1-12	同比
1	比亚迪汽车	2,704,075	1,799,847	50.8%
2	特斯拉中国	603,664	439,770	37.3%
3	广汽埃安	483,632	273,757	76.7%
4	吉利汽车	469,427	304,911	54.0%
5	上汽通用五菱	457,848	442,110	3.6%
6	长安汽车	384,915	212,078	81.5%
7	理想汽车	376,030	133,246	182.2%
8	长城汽车	256,856	124,472	90.3%
9	蔚来汽车	160,038	122,486	30.7%
10	零跑汽车	144,155	111,168	29.7%

随着油价升高、新能源技术完善以及充电基础设施的普及，新能源汽车以更低的售价与用车成本，占据更多的市场。比亚迪自2022年起，旗下销售车型只包括纯电与混动车型，瞄准新能源市场。据乘联会数据，2023年比亚迪在新能源厂商中份额为35.0%，是中国新能源车企中领军企业。

法律声明

版权归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

业务合作

- ◆ 头豹是中国领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商。围绕“协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：**报告库、募投、市场地位确认、二级市场数据引用、白皮书及词条报告**等产品，以及其他以企业为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的增长咨询服务等。
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展。

合作类型

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等研究咨询

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

13080197867 李先生

18129990784 陈女士

www.leadleo.com

深圳市华润置地大厦E座4105室

诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

词

