

后补贴时代来临，新能源汽车将如何发展？

中国新能源汽车市场年度综合分析2019

Analysys 易观
你要的数据分析

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws



分析定义与分析方法



分析定义及范畴

- 中国新能源汽车定义：新能源汽车指完全或部分依靠新型能源驱动的汽车。本分析内容主要分析占据主流的纯电动车与插电式混合动力车。
- 分析对象：中国新能源汽车行业；涉及的关键字：新能源汽车、电动车、电动汽车、共享出行等。
- 分析的国家和区域主要包括：中国大陆，不包括港澳台地区



分析范畴

- 分析内容中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及易观分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。
- 分析内容中运用Analysys易观的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，以及厂商的发展现状。



数据说明

- 千帆分析全国网民，分析超过99.9%的APP活跃行为。
- 千帆行业划分细致，APP收录量高，分析45领域、300+行业、全网TOP 4万多款APP。
- 千帆是数字化企业、投资公司、广告公司优选的大数据产品，2015年至今累计服务客户数量400+。

目录

CONTENTS

01



中国新能源汽车发展环境

02



中国新能源汽车发展现状

03



中国新能源汽车发展趋势

新能源汽车概念与分类梳理

- 新能源汽车指完全或部分依靠新型能源驱动的汽车，包含BEV（纯电动车）、PHEV（插电式混合动力车）、FCV（燃料电池电动车）、增程式电动汽车（EREV）、油电混合动力汽车（HEV）等类型。本分析内容主要分析占据销量绝大多数的BEV与PHEV。

类型	英文简称	定义	代表车型	动力来源
纯电动车	BEV	以电池存储的电能为唯一能源，只有电动机驱动汽车，以插电方式为电池充电	特斯拉Model3 蔚来ES8	电动机
插电式混合动力车	PHEV	以电池储能或燃油为能源；通过电动机、燃油发动机驱动，或者通过发动机驱动发电机为电池充电；以插电方式为电池充电	宝马5系列新能源 比亚迪宋 荣威RX5	电动机&内燃机
油电混合动力汽车	HEV	以燃料为能源；通过电动机、燃油发动机驱动；电池容量较小，由发动机运行以及回收制动时进行充电，在汽车起步、加速时辅助发动机提供动力；无法充电	丰田普锐斯	电动机&内燃机
燃料电池电动车	FCV	以氢燃料经化学反应产生的电能为动力源，只有电动机驱动的汽车	丰田Mirai	电动机
增程式电动汽车	EREV	只有电动车驱动汽车，以内燃机和插电方式为电池充电	宝马i3增程式 别克Velite 5 理想one	电动机

来源：Analysys 易观

PART 1



中国新能源汽车发展环境

© Analysis 易观

www.analysis.cn

全球范围坚定的能源绿色化意志，驱动各国大力发展电动车

- 能源绿色化已经成为全球多数国家意志：**1997年的《京都议定书》和2015年的《巴黎协定》都显示了全球绝大部分国家希望控制温室气体排放的决心。2015年，包括德国、英国以及美国18个州等在内的国家和地区，组成了“零排放车辆同盟”，并承诺到2050年该联盟内国家将不再销售燃油车。2018年，欧盟计划到2030年使汽车和货车的二氧化碳排放量分别比2021年减少37.5%和31%。
- 越来越多国家鼓励电动车发展，同时限制燃油车的发展。**包括：第一，通过补贴鼓励电动车的发展，法国、德国、韩国、日本、中国等皆花费高额资金补贴电动车发展。第二，不断提高燃油车成本，并公布禁售时间。多国通过制定严苛的油耗和排放标准，不断提高燃油车的生产成本，倒逼车厂逐步放弃燃油车生产。到2020年中国、美国、日本、欧盟的油耗的目标是5L/100km、6L/100km、4.9L/100km、3.8L/100km，另外，多国还推出了燃油车禁售时间点，荷兰、挪威宣布2025年禁售燃油车，德国和印度2030年禁售，美国和法国的禁售时间是2040年。

补贴电动车发展



2008年美国《紧急经济稳定法案》规定，自2009年1月1日开始，前25万辆购买新能源汽车的消费者将享受**2500-7500美元的税收抵扣额度**。



2016年，购买电动车可享受免缴10年汽车税的优惠政策。并且，购买电动车可与家中另一辆车共享车牌，这样就只需缴纳一份保险。**德国政府规划到2020年要实现100万辆新能源汽车的规模。**



挪威为新能源汽车**免除25%的车辆购置税**。挪威争取到2025年实现100%的电动车销量。



韩国对电动车实施**最多460万韩元的补贴**外，还可以抵扣多类税收，这一优惠一直持续到2018年。

不断提高燃油车成本

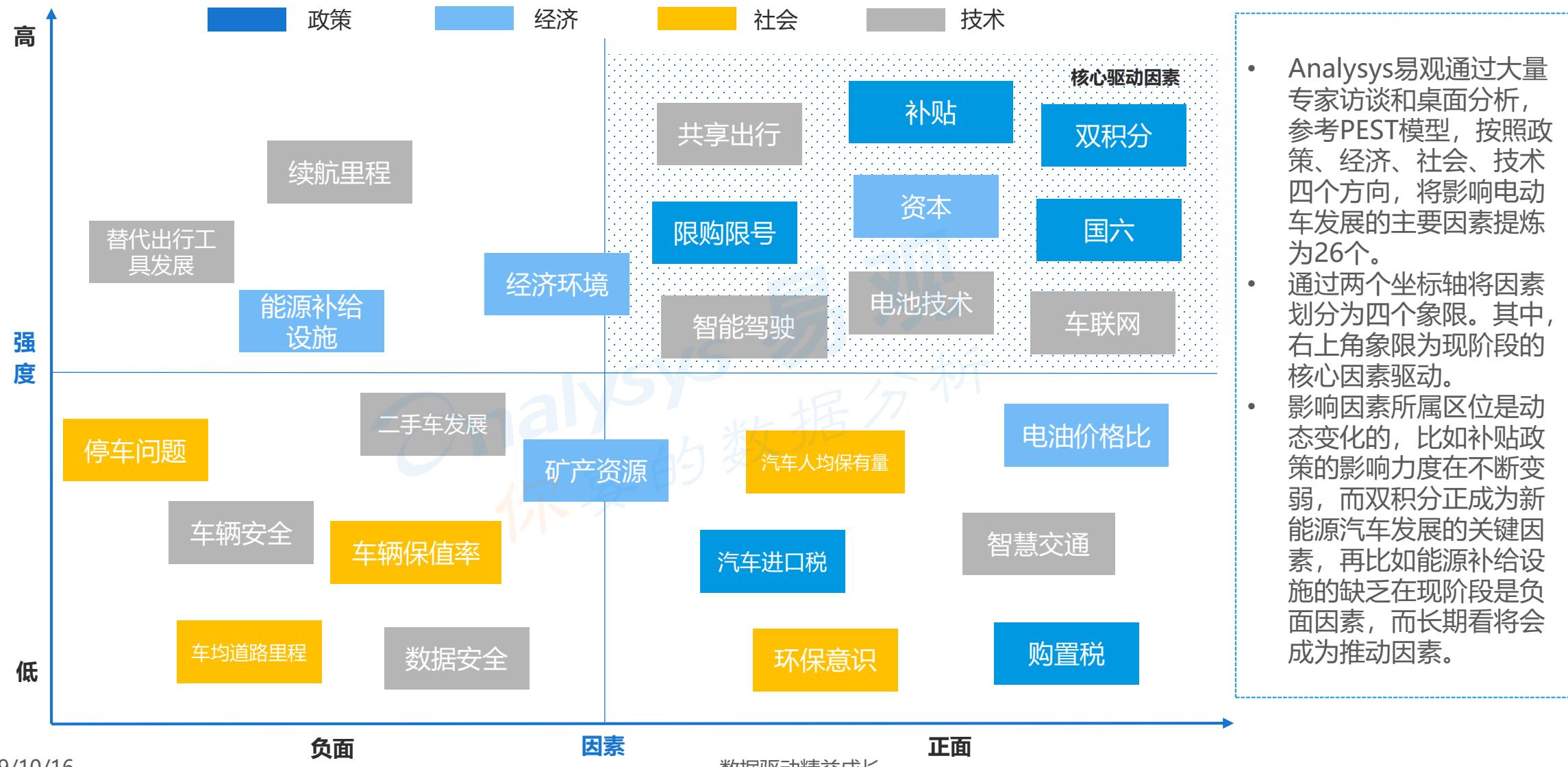
各国乘用车平均油耗规划 (L/km)

	2015年	2020	2025	年降幅 (2020年)	年降幅 (2025年)
中国	6.9	5	-	5.5%	-
美国	6.7	6	4.8	3.5%	3.4%
欧盟	5.2	3.8	3	5.4%	4.2%
日本	5.9	4.9	-	3.3%	-

来源：各国政府数据 · Analysys易观整理

环保压力、产业升级、新技术等带给中国新能源汽车持续动力

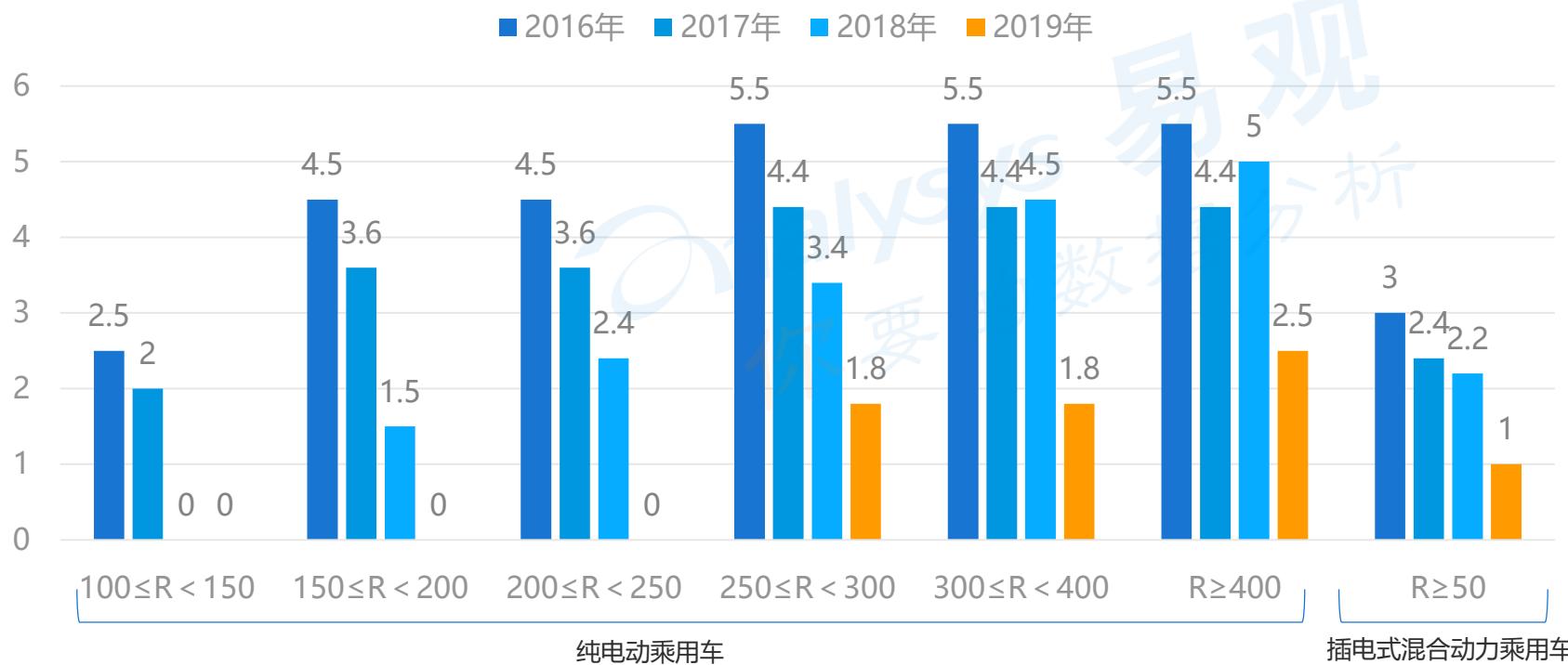
中国新能源汽车发展主要影响因素



新能源汽车补贴大幅减少，2019年国补退坡超过50%

- 国家与地方新能源补贴大幅退坡：**作为电动车发展核心驱动因素的补贴正在逐年消退。2019年3月26日，财政部等四部委联合发布《关于进一步完善新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》，在2018年基础上平均退坡超过50%，并取消了250公里以下的车型补贴，对电池系统的质量能量密度要求不低于125Wh/k。而按照规划**2020年底前电动车补贴将退出历史舞台**。另外，地方补贴也跟随退出，此前有至少超过20个省市发布过地方性的新能源补贴政策，但各地也开始取消补贴，北京、成都明确6月26日以后取消地补。
- 补贴红利消退，行业自驱能力成为发展关键：**短期看，电动车补贴退坡短期会打击电动车产业的积极性。但从长期看，这是产业发展的必然之路。过去几年，政策变化和技术进步推动电动车向高续航高品质车型升级，随着产业规模的扩大、使用环境成熟、公众认知度升高，行业已经具备较好发展基础。

新能源汽车补贴标准历年变化（万元 人民币）



发放细则

- 1.R为续航里程，单位为公里；
- 2.单车补贴金额=Min {里程补贴标准，车辆带电量×550} ×电池系统能量密度调整系数×车辆能耗调整系数；
- 3.对于非私人购买或用于营运的新能源乘用车，按照补贴金额的0.7倍给予补贴。

车辆生产方

双积分替代补贴强制推动电动车发展

- 双积分替代补贴发挥最大威力：**
2019年实施的《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》，成为补贴退坡的重要承接政策。2019年、2020年新能源汽车积分比例要求分别为10%、12%，从法规上对车企的新能源汽车产量提出更高要求。
- 更严苛的排放“国六”标准提前实施：**
2018年7月国务院发布的《打赢蓝天保卫战三年行动计划》中，明确规定2019年7月1日开始，重点区域、珠三角地区、成渝地区提前实施国六排放标准。更严格的排放标准的实施，将进一步推高燃油车的成本，推动车企向新能源转型。

基础设施提供商

给予充换电、停车等环节补贴

- 各地新能源补贴向充电基础设施转移：**地方政府为充电桩或电价提供补贴。如北京、成都等地提供基础设施补贴，上海除了实施基础设施最高30%的补贴，还提供运营补贴。
- 电池租赁有望成为下一个补贴点：**
2019年6月，国家发改委等发布的《推动重点消费品更新升级 畅通资源循环利用实施方案》提出，发展车电分离消费模式的新能源汽车产品、继续支持“充换电”设施建设。
- 补贴动力电池回收企业：**深圳对于电池回收企业，进行确定金额的50%的补贴。

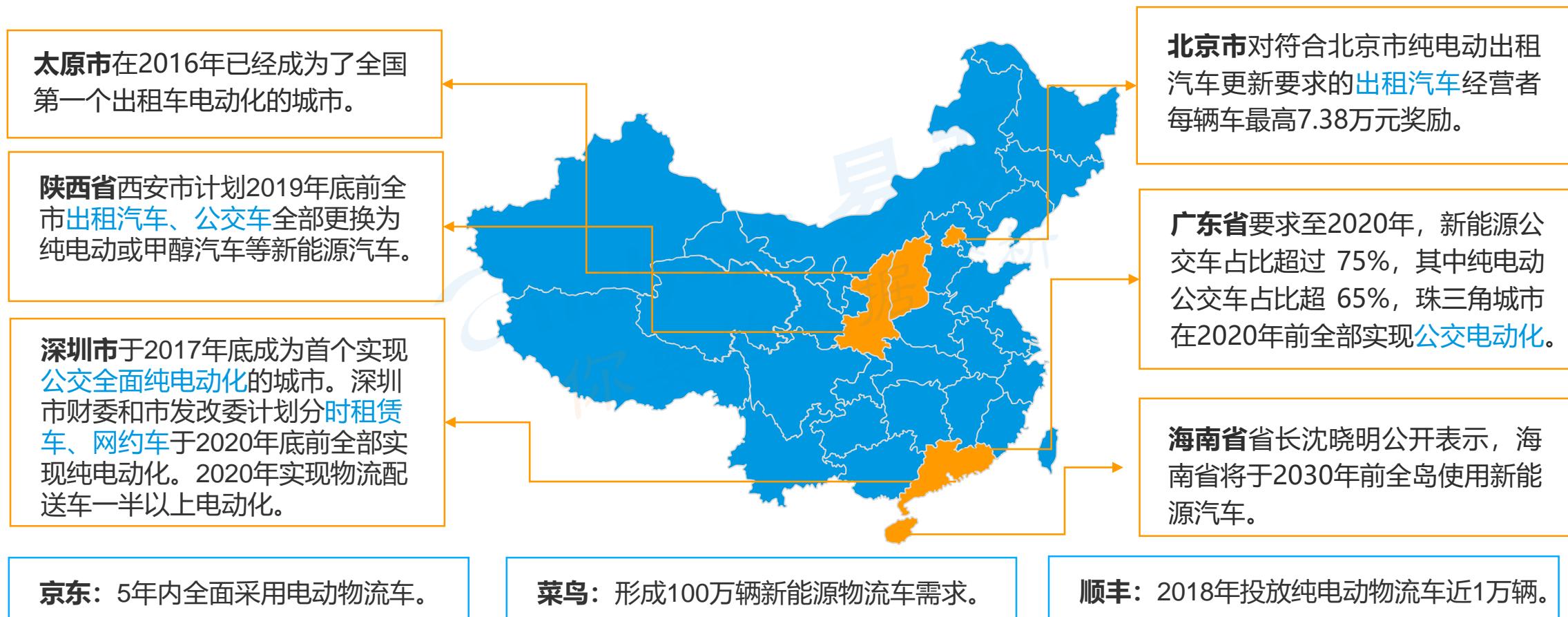
用户

为用户提供各类补贴优惠

- 购置税延续到2020年底：**财政部、税务总局发布《关于继续执行的车辆购置税优惠政策》，自2018年1月1日至2020年12月31日，消费者购置新能源汽车仍然免征车辆购置税。
- 新能源汽车减免车船税：**财政部将对节能汽车减半征收车船税，对新能源车船免征车船税。
- 使用中的各类优惠政策：**目前我国已有19个城市实施限号，8个城市实时限购。另还有超100个城市实施外牌限行区域和时间。但各地针对新能源汽车给予不限行、不限牌/排队车牌、免停车费、免通行费等优惠措施。
- 提供免费停车优惠：**成都为备案电动车提供前2小时免费停车优惠。

多地引导公共交通、物流车向新能源车全面切换

- 中国计划2020年前实现公交系统全面电动化：**早在2016年，发改委等十部委联合制定了《关于促进绿色消费的指导意见》，要求2016年起公务用车总量中新能源汽车占比超过30%，**2020年后公交车及公交系统基本实现全面电动化**。深圳、太原等多个城市计划在2020年前完成公共交通电动化。
- 28省市和物流企业推动电动车替换计划：**交通部印发《促进道路货运行业健康稳定发展行动计划》，明确指出国家将全面推动城市货运车辆电动化进程。北京、天津、深圳超过28个省市推出了电动车替换计划，京东、菜鸟、顺丰等物流企业也提出了物流车新能源化目标。



进口税与外资持股限制放松，提振外资品牌竞争力

中国汽车进口关税大幅下调

自2018年7月1日起，汽车整车关税税率从25%和20%降至15%，**降税幅度分别为40%、25%**；汽车零部件关税税率从8%、10%、15%、20%、25%降至6%，平均降税幅度46%。特斯拉、奥迪、沃尔沃、奔驰、宝马、丰田等汽车厂家，纷纷下调在售的进口汽车价格，下调幅度从5%至10%不等。

中国逐步取消汽车外资持股限制

2018 年取消专用车、新能源汽车外资股比限制；2020 年取消商用车外资股比限制；2022 年取消乘用车外资股比限制，同时取消合资企业不超过两家的限制。通过 5 年过渡期，汽车行业将全部取消限制。

外资企业开始通过自建工厂、联合扩产、提高持股比例加强国内新能源汽车布局。

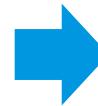


特斯拉中国销量大增（万辆）



数据来源：威尔森·易观整理

www.analysys.cn



特斯拉在上海独资建厂，总投资高达500亿元。**特斯拉上海工厂已于8月份获得了“全面验收证书”，最快将于10月正式投产。**按照规划在2-3年之内，达成50万辆纯电动整车产能。国产特斯拉成本有望降低30%。



宝马通过收购股份在华晨宝马的股比提高至75%。到2020年，宝马将在沈阳投产纯电动车，到2025年，将推出12款纯电动车，涵盖旗下所有品牌及车系。



2018年10月，上汽大众新能源工厂在上海开建。新工厂建设总投资为170亿元，其将在2020年10月正式建成投产，设计产量30万辆/年。

四化交汇融合，新能源（电动化）是产业创新的“试验田”

- 新能源汽车是本轮汽车变革的“试验田”：新能源汽车因电子系统更先进的特点，能够更好的支撑无人驾驶与车联网的发展。同时，电动车由于能源和保养费用更低，已经在共享出行场景下展现出成本优势。所有，电动化是汽车“四化”的基石，新能源汽车叠加智能网联技术与共享模式，加速汽车产品与商业模式的全面变革。

电动化

电池取代燃油发动机成为汽车的驱动力，改写过去100多年汽车产品的核心竞争力。电动车电信号响应快，电量充足，能够更好支撑智能化和网联化的发展。

智能化

智能化对汽车的改造表现在两个维度：1) 高级辅助驾驶系统与无人驾驶并行发展，尝试逐步或车迭替代人驾驶汽车；2) AI在汽车中的应用，变革汽车与之间的关系，汽车成为一个智能化的服务空间。

网联化

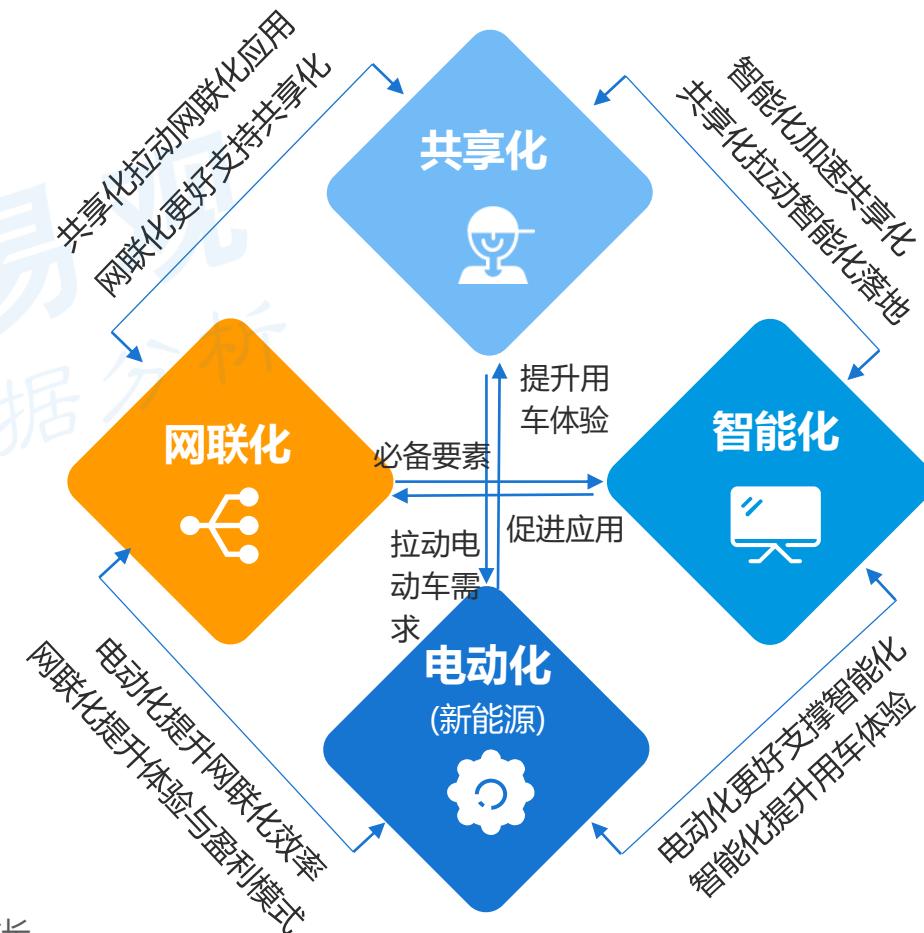
汽车通过车联网，实现与交通基础设施、其他出行主体的协同；也能够让车辆直接联网，让汽车成为未来重要的联网终端。随着5G的商业化落地，车联网有望迎来高速发展。

共享化

汽车共享出行服务，能够帮助用户通过互联网即时呼叫或预约点到点的汽车出行服务/车辆。

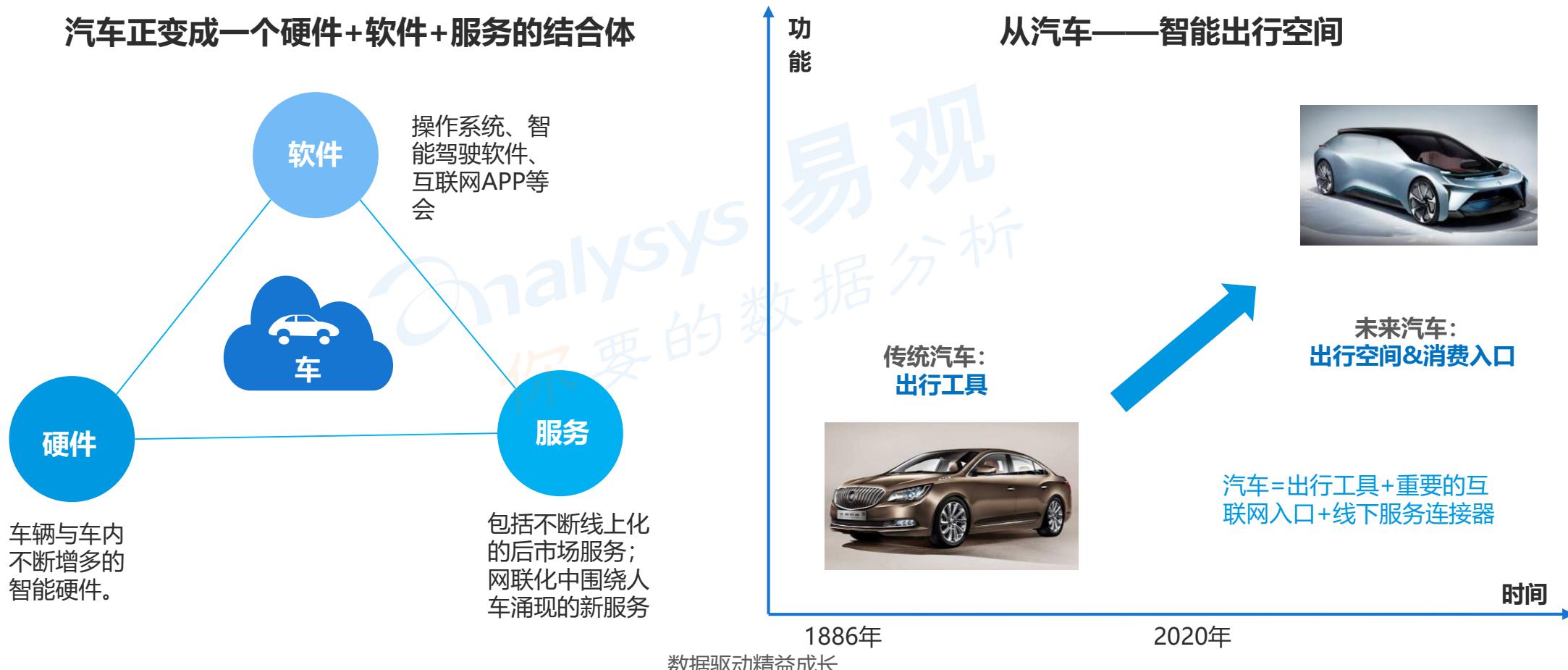
汽车“四化”核心内容

“四化”融合创新



新能源汽车率先由出行工具向智能空间升级

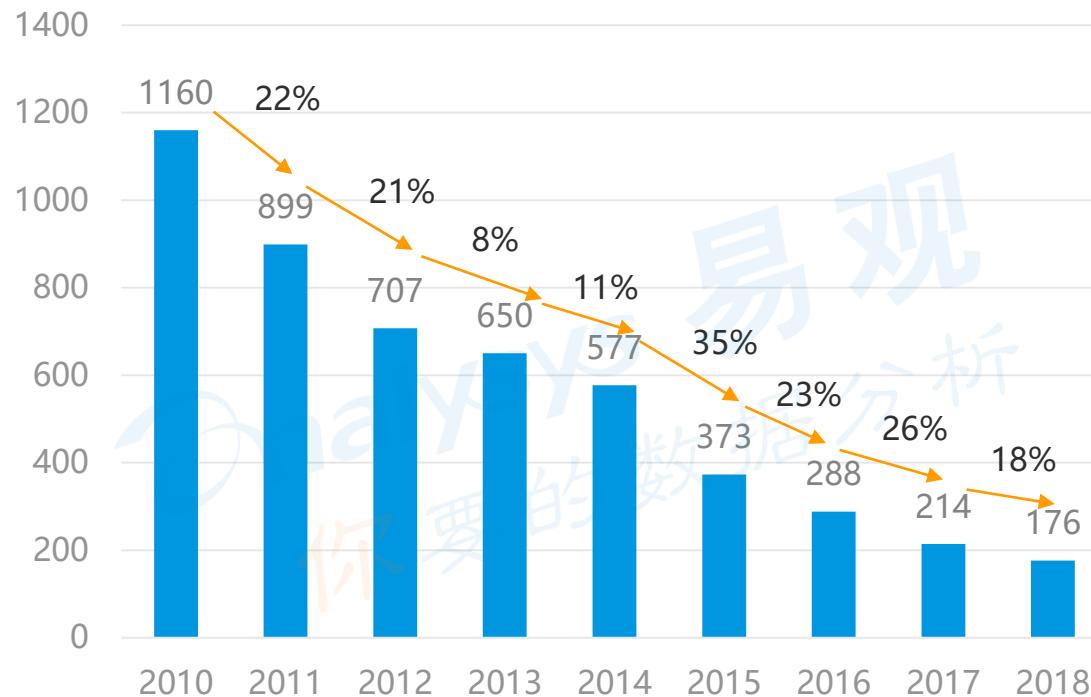
- **汽车由硬件产品升级为硬件+软件+服务的结合体：**硬件方面，除了核心动力总成变化带动的一系列零件变更，越来越多智能硬件也进入车内。软件方面，除了车载操作系统的智能升级，智能驾驶系统将是重要的新型软件。服务方面，车联网的发展将带来丰富的车内服务，同时，车辆也能够通过云端与周边服务进行互通连接。
 - **新能源汽车将借助新技术，率先由出行工具升级为智能出行空间：**新能源汽车因其能够更好的支撑无人驾驶和网线技术的发展，将率先被这些新技术所赋能，并成为一个个实时在线的互联网平台。车厂能够基于车联网监测汽车和人的状态，通过数据洞察，开创围绕人和车的全新商业模式。



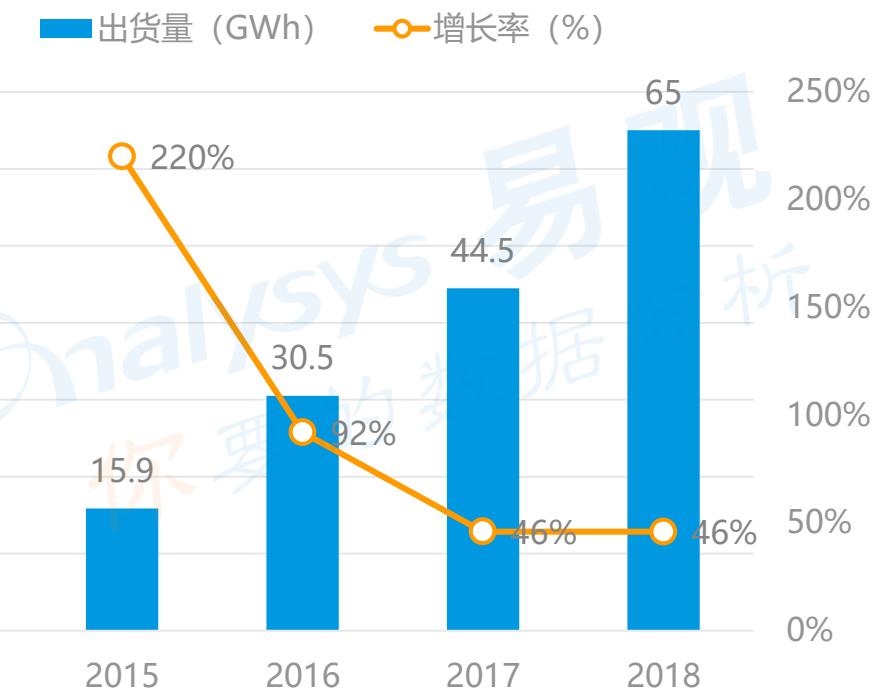
技术驱动动力电池成本不断降低，年均降幅超20%

- 电池成本以年均超过20%的速度下降。电池成本占电动车整车成本的30%-50%，电池成本的降低将能够明显降低车辆成本。电动车总体拥有成本预计到20世纪20年代中期，将会低于燃油车。
- 电池技术进步加速电动车消费：电池技术的进步，降低了电池成本，增加了电动车的续航里程。高续航减轻了用户的里程焦虑，从而拉动了用户购买欲望。

每千瓦时锂离子电池成本趋势（单位：美元）



中国动力电池出货量



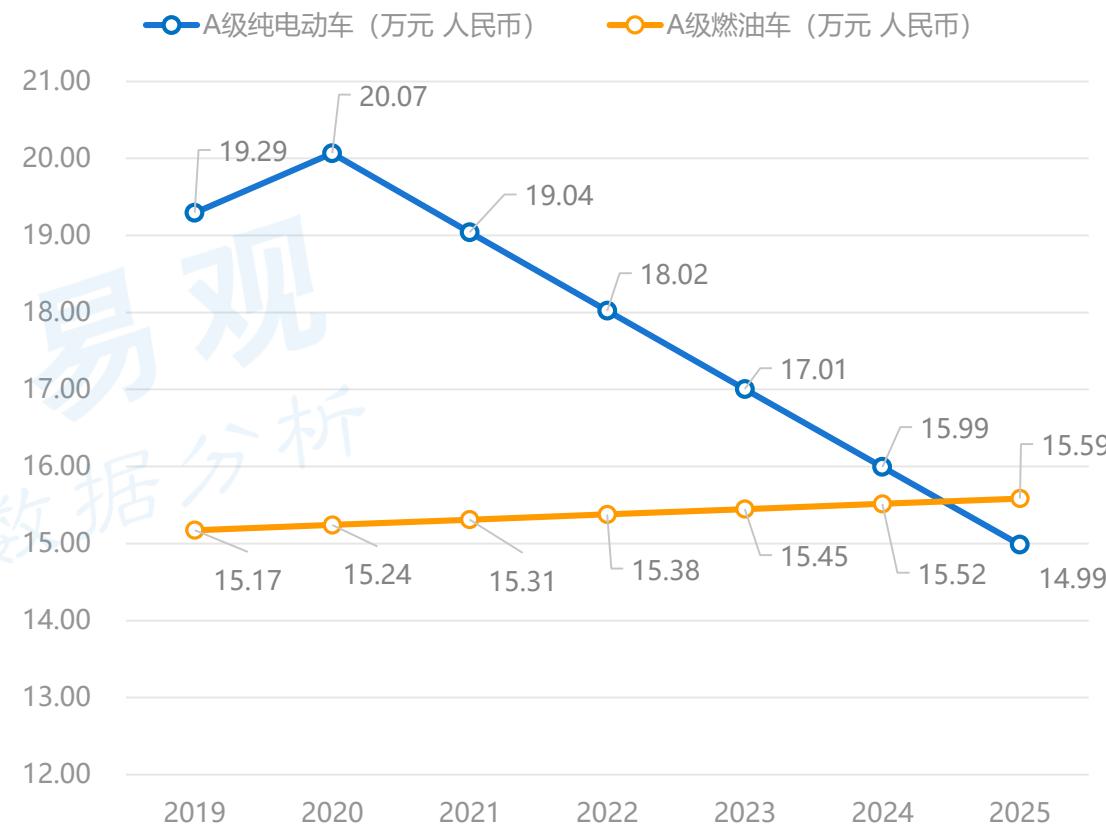
电动车总体拥有成本将于2025年前低于燃油车，拉动电动车销量持续上涨

- 受益于电池价格的持续降低、以及购置税、保养成本等方面的因素，电动车总体拥有成本快速降低。经Analysys易观测算，A级电动车总体拥有成本将在2025年低于A级燃油车。

A级纯电动车和A级燃油车测算标准

成本	A级纯电动车	A级燃油车
购置成本	18.35	7.98
物料等成本	5.48	5.48
未规模化产生的成本	4.74	
车身	13.70	13.97
动力总成系统	1.88	5.68
发动机、变速器、尾气系统		2.50
电机与电控	2.60	
电池成本	5.53	
电池含税价格(元/kWh)	1229.00	
带电量/kWh	45.00	
电耗 (kWh/100km)	15.00	
油耗(L/100km)		7.00
购置税		10%
上牌费 (元)	300	300
使用维护成本 (万元/年)	1.06	1.76
能源费 (万元)	0.36	0.91
电价(元/kWh)	1.3	
92#汽油价格 (元/L)		6.75
保险费	4640	5000
运营维护成本	377	1477
停车过路费	2000	2000
残值率	30%	45%
补贴	1.80	0.00
双积分转移成本	0.00	2000
基准运营里程 (km)	15000	15000

A级纯电动和燃油车总体拥有成本趋势

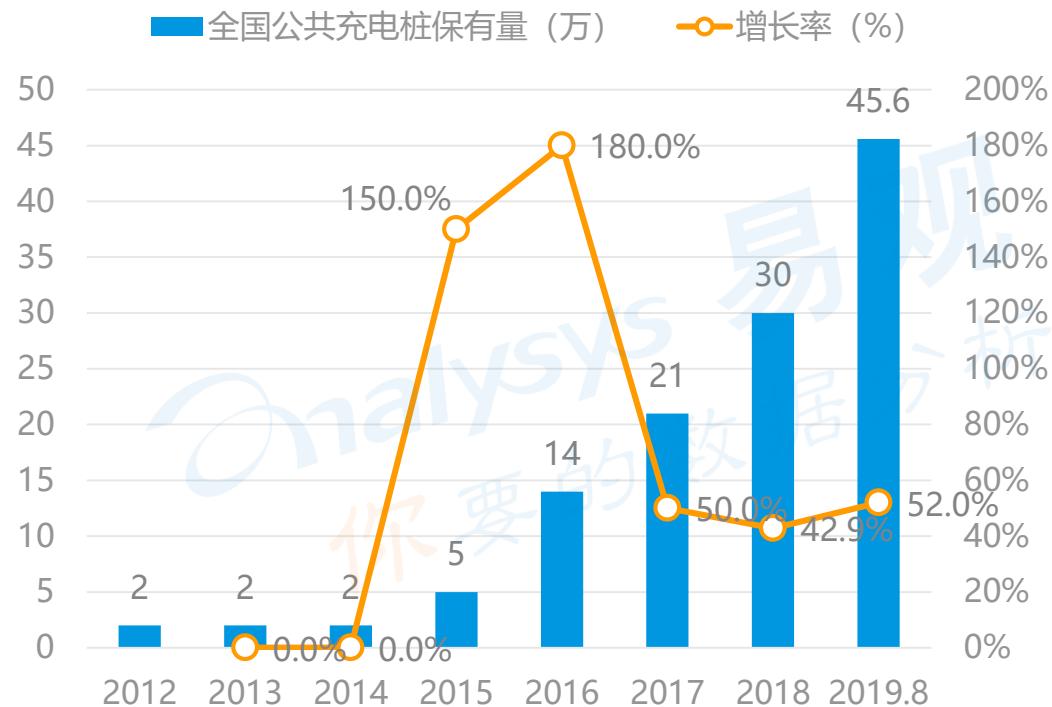


数据说明：数据来源于易观调研、BNEF、汽车之家等。同级别A型车成本，参考国务院发展研究中心产业经济研究部《2018年中国汽车产业发展报告》；新能源补贴根据补贴退坡政策趋势，在2020年及以后不再计入。

充电桩网络和快充电桩规模快速扩大，用车环境进一步改善

- 中国公共充电桩显著增加，优化了电动车的使用成本和体验：2019年8月，我国公共充电桩已增长至45.6万个，预计2019年底公共充电桩数量将超过70万。
- 中国已建立起覆盖 19 个省份“九横九纵两环”高速快充网络：我国在省与省之间、城与城之间的高速公路上也建造大量充电桩，以满足电动汽车跨城出行需要。根据《电动汽车充电基础设施发展指南(2015-2020 年)》规划，我国将在 2020 年前建设起“四纵四横”的城际快充网络。截止2018年12月，国网公司已经建成了以“九纵九横两环”高速公路为骨干网架的高速公路快充网络，覆盖了北京、上海、山东、江苏等19个省市。

中国公共充电桩保有量（万个）



中国“四横四纵”快充网络



VC趋于冷静，上市与政府产业基金成为重要补血手段

- 投融资向头部企业移动趋势明显：**资本对新能源汽车的投资向头部迁移，2019年，获得融资的企业以理想汽车、威马汽车等头部厂商为主。蔚来汽车已在美股上市，而理想、奇点、小鹏、威马也在寻求上市。一级市场除了继续从风险资本争取投资，政府产业基金成为行业补血的重要方法。而大部分中小参与者融资情况低于预期。

2019年中国新能源汽车主要融资事件				
时间	企业	轮次	金额	投资机构
2019.8	理想汽车	C	5.3亿美元	王兴、经纬中国、首钢基金、字节跳动
2019.5	蔚来汽车		100亿人民币	亦庄国投
2019.4	合众新能源	B	30亿元	浙江省政府基金
2019.3	威马汽车	C	30亿人民币	腾讯资本、线性资本
2018.8	小鹏汽车	B+	40亿人民币	春华资本、晨兴资本
2019.4	Faraday Future	战略投资	2.25亿美金	Birch Lake
2019.7	零跑汽车	A+	3.6亿人民币	宁波中车股份
2019.7	华泰汽车	战略投资	未披露	富力地产
2019.5	新特汽车	B	未披露	重庆长寿区相关产业基金领投
2019.3	天际汽车	A	20亿人民币	上海电气
2018.9	北汽蓝谷	上市	6300万人民币	
2019.5	奇点汽车	战略投资	633万人民币	联想之星、安徽金通新能源

来源：公开数据 · Analysys易观整理

PART 2



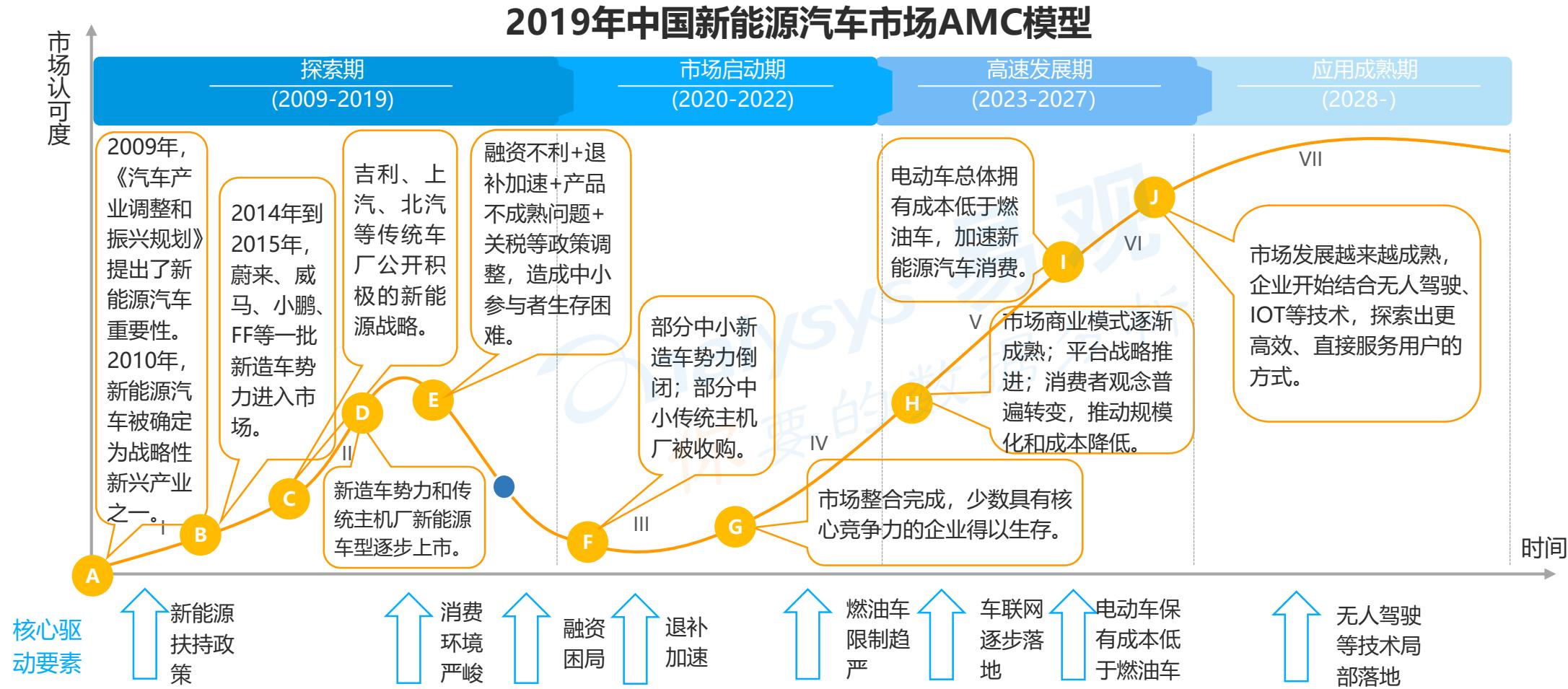
中国新能源汽车发展现状

© Analysis 易观

www.analysis.cn

中国新能源汽车由百家争鸣的探索期，正在进入市场启动期

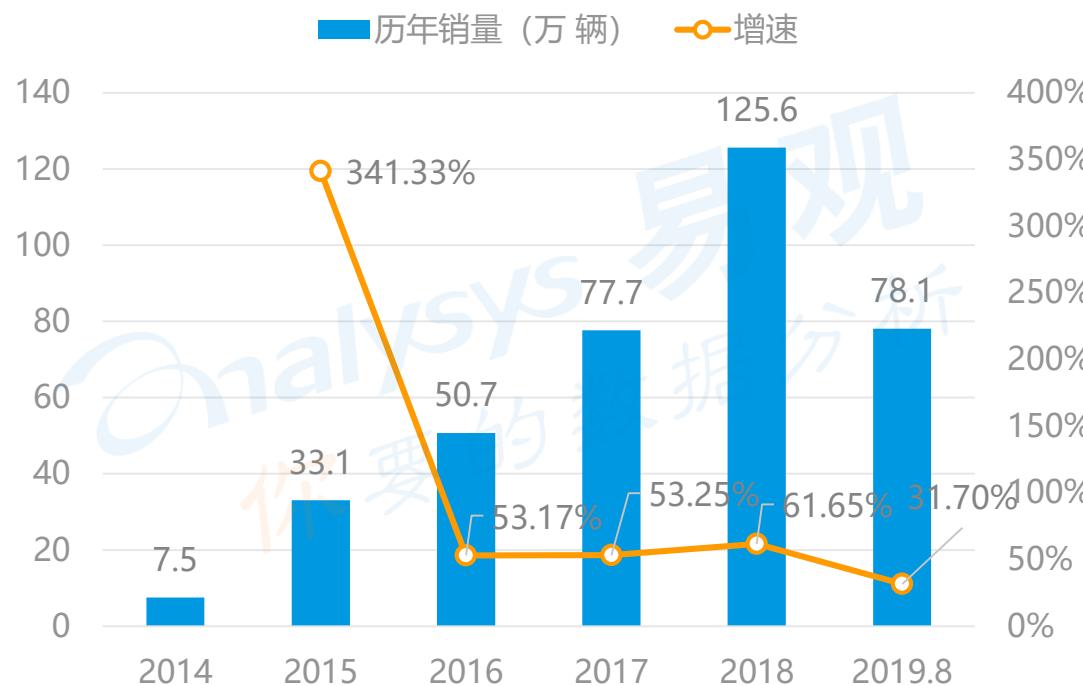
- Analysys易观分析认为中国新能源汽车由过去几年的探索期，即将进入调整期。2019年，因为补贴大幅退坡，上半年新能源汽车增长未达预期，全年销量也将难达预期，而部分参与者也将受融资问题和产品进展未达预期双重打击而退出市场或被整合。我们认为因为电动车本身成本的持续降低、政策对燃油车限制不断增多、充电基础设施的铺设带来用车环境的改善，以及电动车续航增加等因素，预计在未来几年新能源汽车依然会保持近20%的增速，到2025年前电动车总体拥有成本会低于燃油车，销量有望在2023-2027年实现高速增长。



新能源汽车逆势增长，销量受补贴退坡等负面因素面临考验

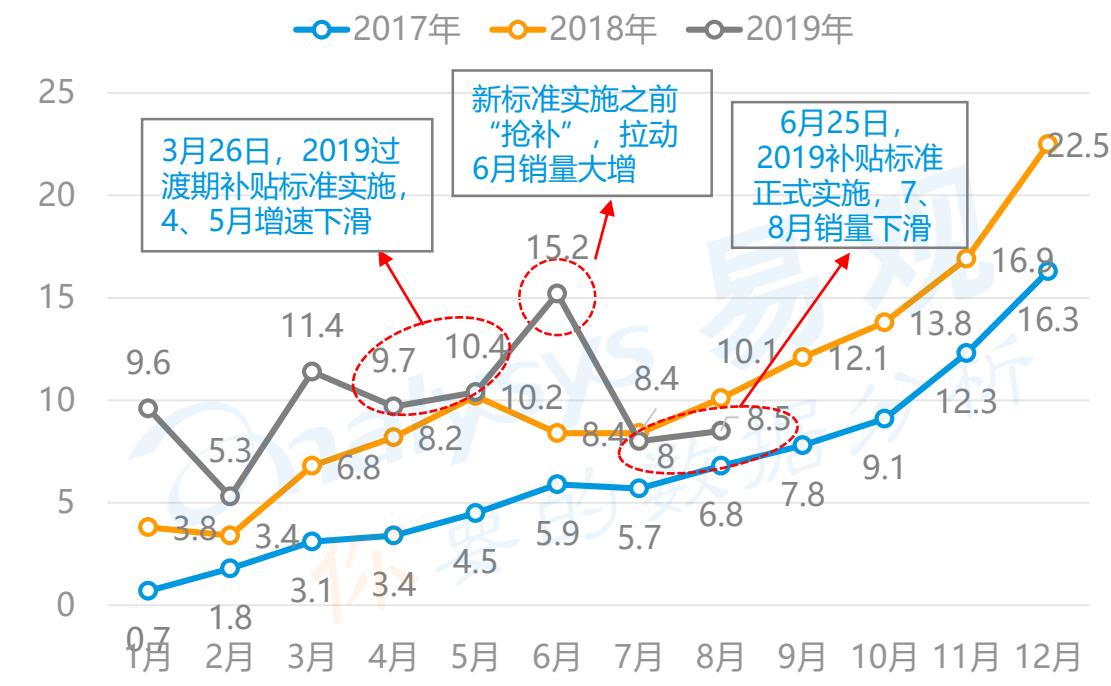
- 中国新能源汽车销量逆势增长，全球占比过半：**截止今年8月，中国汽车销量已经连续下滑14个月。而中国新能源汽车在2016、2017、2018年都获得超过50%的增长率，2019年上半年同比增长49.6%。2018年年销量更是占全球比例超过50%。
- 新能源汽车销量受补贴退坡等因素影响，销量连续2月出现下滑：**2019年新能源汽车销售整体维持较好的增长态势，但7-8月新能源汽销量连续两月同比出现下滑。Analysys 易观分析认为，销量下滑和补贴退坡超过50%有直接关联，但如果考虑6月25日实施的新补贴标准让新能源汽车销量在6月提前释放，加上燃油车向国六标准切换促使的国五车促销等因素，下滑在可控范围，因为6-8月三月累计销量对比去年同期增长17.8%。行业有望在年底前重拾增长势头。

2014—2019年中国新能源汽车销量



www.analysys.cn

中国新能源汽车近三年月销量 (万辆)

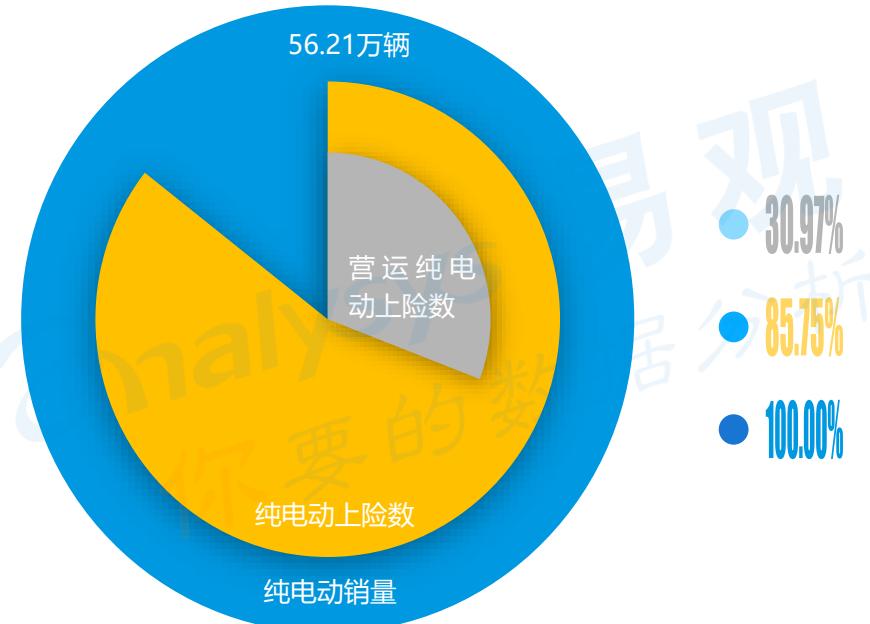


www.analysys.cn

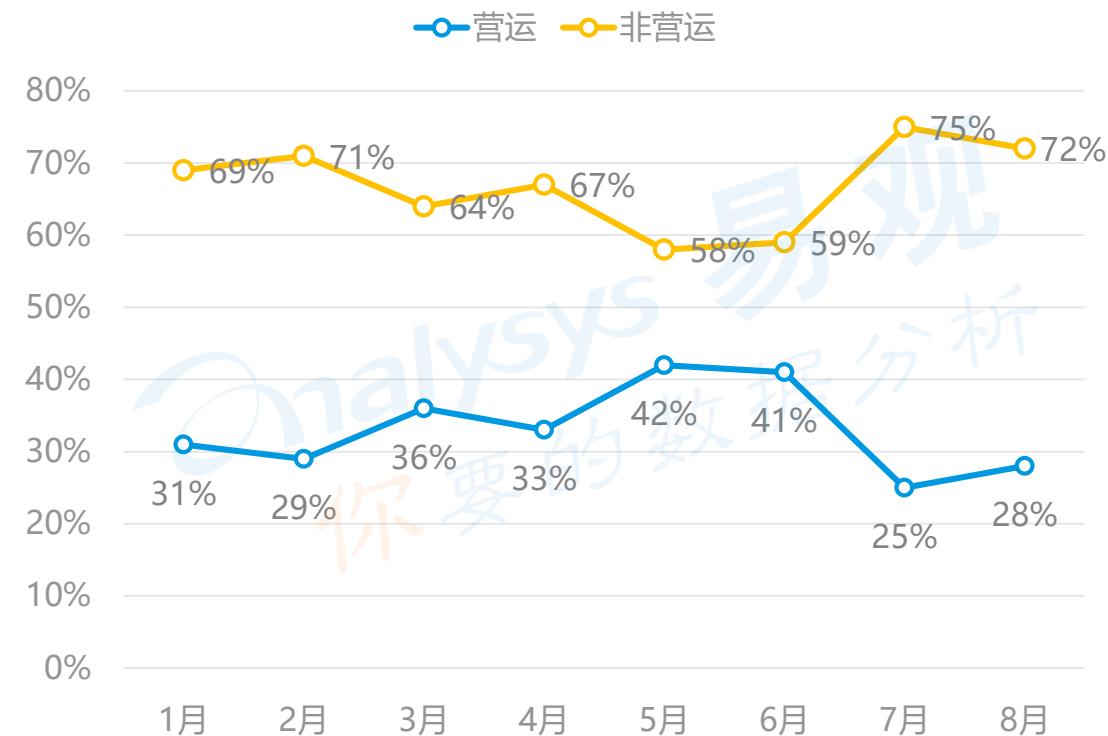
私人购买占据新能源消费主流，但营运车需求占比上升

- 营运类电动车占比有较大幅度升高：2019年1-8月，国内交强险的48.2万辆纯电动乘用车中，营运类车型有17.4万辆，占比约为36%。而去年年同期，营运类纯电动乘用车的占比只有约15%。

2019年1-8月营运类纯电动车累计占比



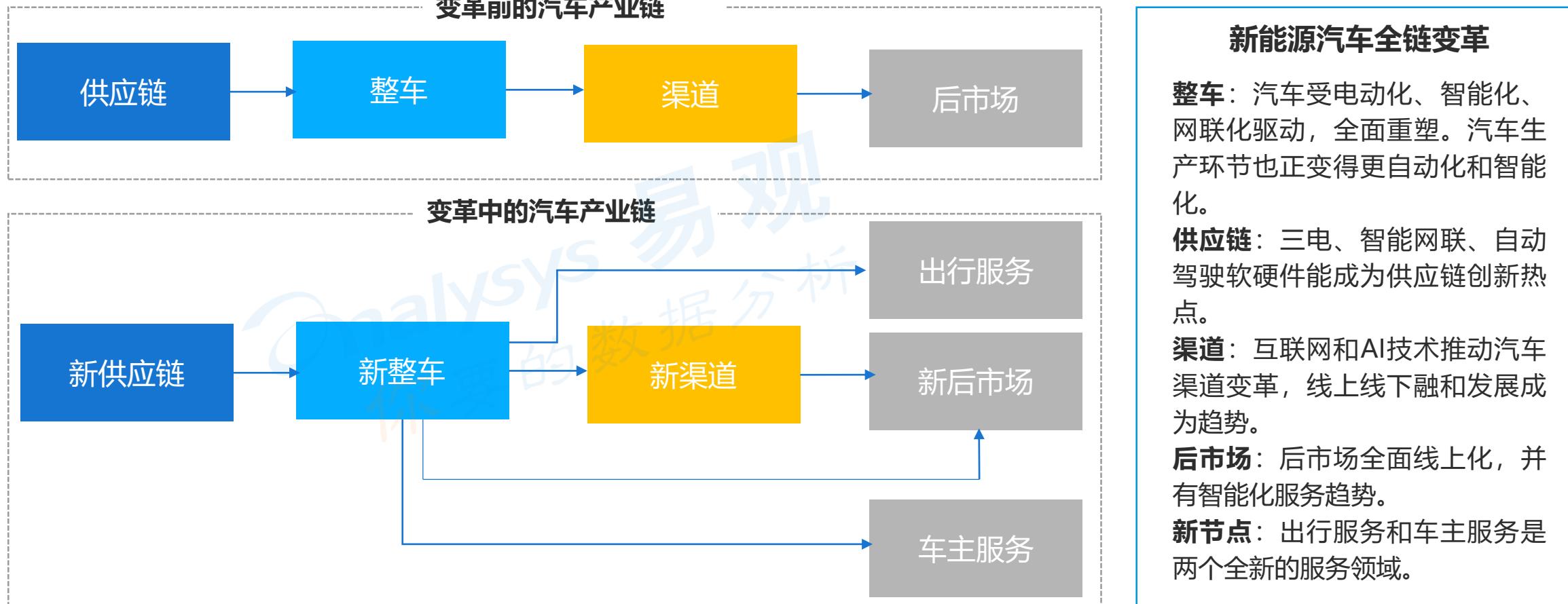
2019年1-8月营运类纯电动车上险数占比



汽车全链变革趋势在新能源领域更为剧烈，驱动新参与者进入和产业链整合

Analysys 易观
你要的数据分析

- **汽车全产业链创新活跃：**“四化”变革着汽车本身和消费者的用车方式，同时，移动互联网与AI技术的发展也变革着消费者认识、购买、使用汽车的方式。过去的十年间，汽车整车、供应链、渠道、后市场等板块皆创新活跃，新车、二手车电商涌现。
- **新能源汽车产业链变革更为剧烈：**新能源汽车由于动力系统带动的车身和产业链变革，以及更利于智能驾驶和网联技术的应用等因素，产业链变革比燃油车更为剧烈。



中国新能源汽车产业链参与者快速刷新

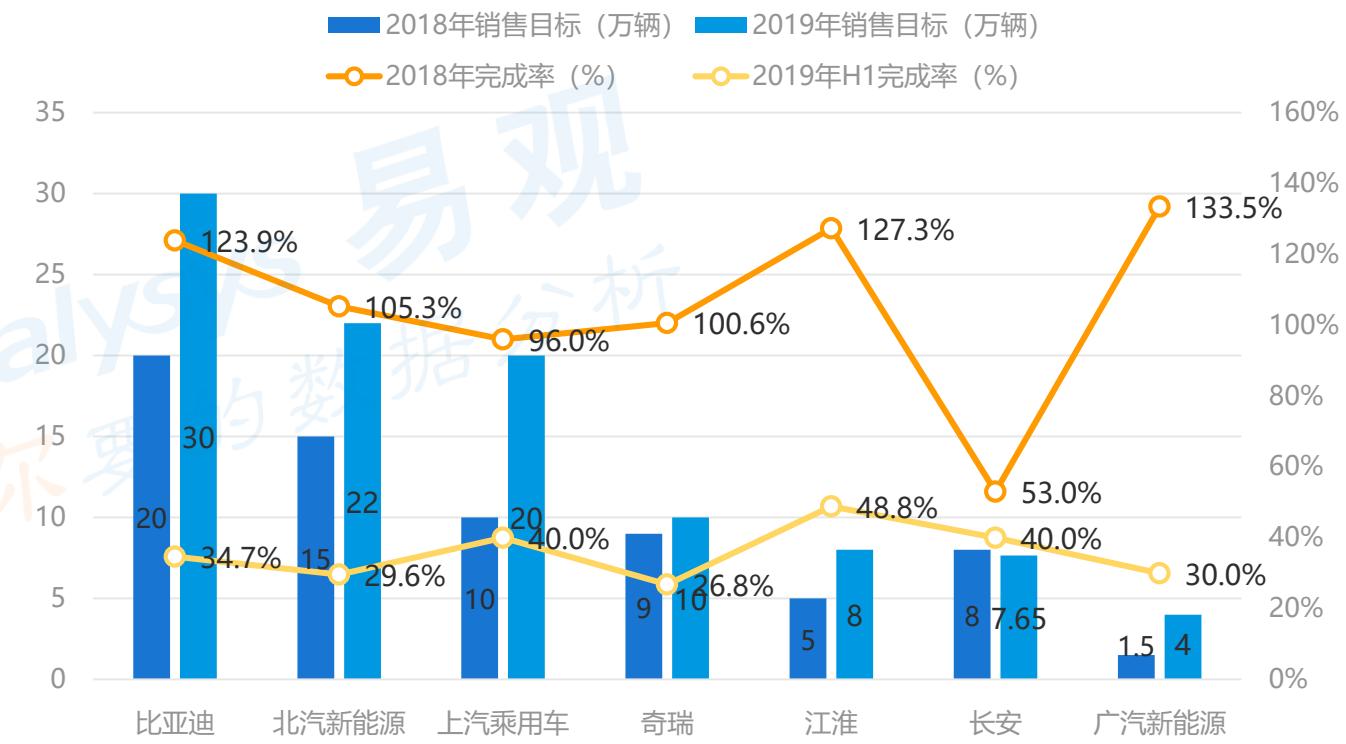


多股势力抢夺新能源汽车市场，制定积极新能源汽车销售目标

- 400家新能源汽车参与者：**中国汽车市场新能源汽车参与者超过400家，主要可划分为传统主机厂、新造车势力、传统产业巨头、国外企业。地产巨头恒大和宝能各投入上百亿，全产业链布局企业产业链。
- 制定积极的新能源汽车销售目标：**各车厂制定短期和长期销售目标，2018年大多企业超额完成目标，并在2019年基础设置了2019年积极的销售目标。而长期的销量计划方面：吉利汽车希望到2020年销售的车辆中90%是新能源汽车，达到180万部；上汽到2020年力争达到60万辆的销量目标；2020年奇瑞新能源车销量目标20万辆；北汽更是宣布2020年在北京禁售燃油车，2025年全面停止生产燃油车。



2018-2019年车企新能源销售目标和完成率



来源：各公司公开资料，Analysys 易观整理

www.analysys.cn

新能源车厂存活与竞争的四大关键能力

- 资源、产品、模式、运营是新能源车厂四大关键竞争力：Analysys 易观经过对十数位新能源车企高管、tire1企业高管、新能源汽车学术专家等的访谈，将新能源车企的关键竞争力划分为资源、产品、模式、运营四个层面。

资源

资源是新能源汽车入场券与长线竞争的持续动力。包括可平移到新能源汽车领域的汽车体系化能力；争取到的资本、政府资源或生态；新能源汽车核心技术布局等。

01

模式

模式创新——抢占行业最佳区位，构建生态级竞争力。包括生产、盈利、营销、生态等模式。模式创新决定是否能够在巨大的变革机遇面前，将自身业务打造/升级为符合趋势的模式，占据行业有利地位，并让业务体系、合作伙伴之间发挥协同效应

03

产品

产品是新能源车企的立足之本，获取市场信任的第一步。除了推动车辆量产和规模化销售，率先上市和规模化是抢占用户心智和摊薄生产成本的关键。车厂还通过提升续航、智能驾驶技术、网联服务提升产品竞争力。

02

运营

运营——围绕用户，打造全生命周期变现能力。用户运营不仅是车企吸引购买车辆的关键，也是商业模式创新的关键，好的用户运营才能将用户导入保险、互联网服务等衍生服务中，获取运用户长线价值。

04



资源—新能源汽车入场券与长线竞争的持续动力

新能源车厂除了强化自身资源，也争取背靠政府和互联网巨头

- 新能源车厂除了通过加强自身生产、技术能力，还通过争取政府资源、资本或战略投资者资源，聚集车辆研发、生产、销售的重要保障资源，也能带来与汽车可协同的产品体系。比如，小鹏汽车和小米合作，小米的部分手机可以充当“车钥匙”，直接打开汽车。

车厂	自身资源	政府资源	资本&战略投资者资源	可协同的产品或服务
	领先的电池技术；国内系能源先发优势	深圳市在公共交通巴士、出租车的采购中，都向比亚迪倾斜	上市公司，获得巴菲特持续青睐。	比亚迪大交通领域布局等
	全自动化生产能力；软硬件结合的生态布局；全球电动车先发和品牌优势。	特斯拉多次受到美国政府资金和税收支持；作为外资持股开放的第一家代表，受到上海政府的支持	上市公司，全球市值最高的车企；特斯拉中国获得招商银行高达50亿元人民币的无担保12个月循环贷款。	与旗下太阳能业务SolcarCity协同等
	国内新造车势力中节奏最快的参与者之一；寻求江淮、长安等为其代工；	亦庄国投为蔚来提供了100亿的资金支持	腾讯、百度、京东等投资的企业；创始人李斌在出行领域有广泛的投资；已经二级市场上市融资。	与易车网、易车商城、易鑫金融等存在协同的可能等
	移动互联网团队基因，重视软件。	位于广州的小鹏汽车，得到广东各地政府的土地等资源支持，广东肇庆为小鹏批地3000亩用于建造生产工厂	阿里巴巴、鸿海精密、顺为资本支持的造车企业。	阿里生态、小米生态等
	德系车厂高管经验；创新的屏幕和交互设计	拜腾是江苏省重点支持企业，曾受到南京国资委注资，在地方政府的支持下，拜腾正在南京建设占地1,600亩汽车整车制造工厂	一汽集团、宁德时代投资支持。一汽的生产能力理论上能够转移给拜腾；而宁德时代作为头部电池供应方能够保证拜腾的电池供给	一汽产品体系等
	吉利、沃尔沃中国区高官团队；自建智能工厂；	威马受到上海、湖北、温州等地方政府支持，在这地区建立总部或工厂	百度支持的造车企业。百度在无人驾驶领域的技术有望率先得到使用。	百度无人驾驶技术等

推行新能源平台化战略，保证后期车型扩展速度和产品稳定性

- 新能源车型平台化战略实现低成本扩张：**早期的新能源汽车大多通过燃油车平台改装而来，限制了电动车电池的安装，部分车型还会挤占车内或后备箱空间。而最近几年里，车厂开始重视新能源汽车专属平台的研发，这类平台大多具有柔性化、模块化特性，能够供多车型使用，能够节约成产研发成本，并增强车型扩展速度。

自研或联合设计新能源平台



比亚迪在新能源汽车领域推出可“e平台”和第三代DM插电混动技术组成的BNA构架。



吉利在新能源汽车领域与沃尔沃联合打造的PMA架构。



零跑规划了3个整车平台，分别是T平台（A00级别）、S平台（A0级）、G平台（A级）。



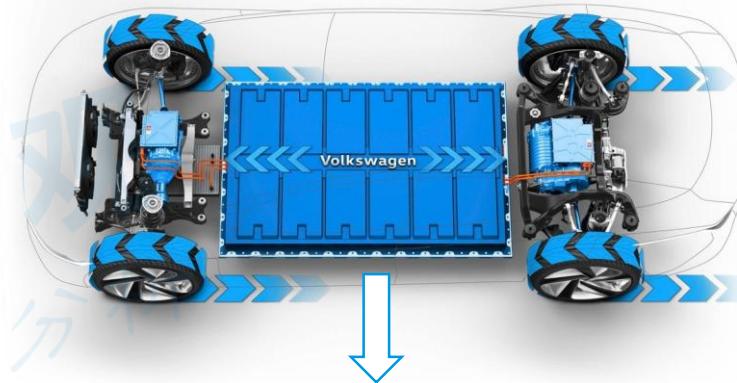
威马打造了围绕一个核心架构的“STD”、“PL”两个整车平台。



合众新能源就打造了包含HPC在内的两大纯电动平台。

新能源专属平台的价值

以大众MEB平台为例



设计特点

柔性化，可变轴距

电池整体嵌入车底车轴

全新的整车电安全设

模块和传动系统模块相隔远

车辆提升

车内空间更大
电池安置于底层

续航更高
专属设计，能够容纳更多电池

安全系数更高
整车电安全重新设计，碰撞自动断电

生产提效

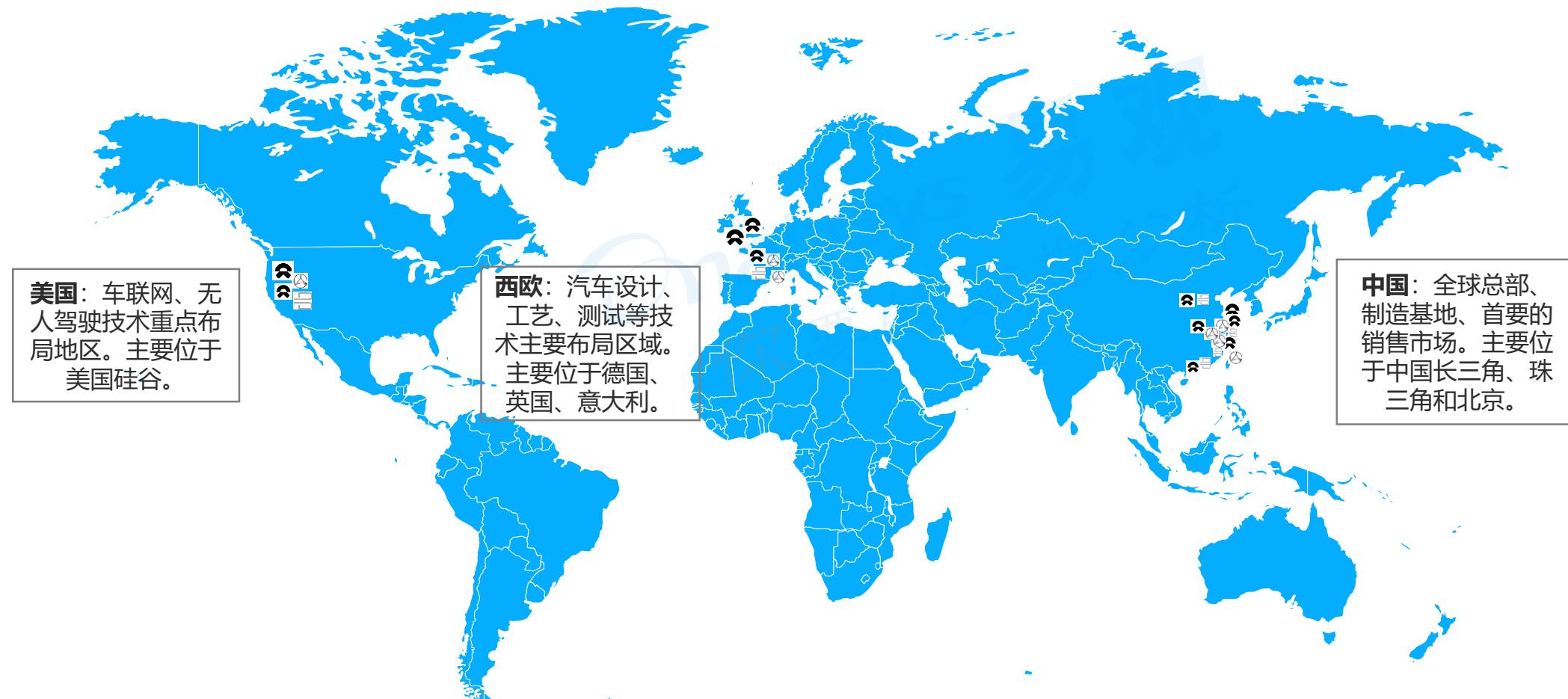
产品扩张提效
多车型共同，容易扩展新车型

研发低成本降低
大幅降低后续车型研发成本

产品稳定性更高
经验证的平台，让后续产品更稳定

临近源发地进行全球化技术布局，提升三电、智能网联等关键 技术能力

- 新能源车企争向在进行全球化布局，提升核心技术：蔚来汽车总共在全球部署了13个研发、制造与运营基地；合众新能源在四国六地进行了布局；拜腾在中国、美国、德国部署了6个研发与商务基地。中国的长三角、珠三角、北京因有成熟的制造业基础和技术人才，成为国内重点布局地域；硅谷因为智能网联和无人驾驶的领先全球，而备受青睐；德国因深厚的汽车工业技术与人才积淀也成为重点部署国家。



稳定体系化生产能力，是规模化量产和保障未来销售目标的基础

- OEM+自建工厂保障车辆量产：**新旧参与者通过自建新能源汽车工厂，或者寻求代工的方式，保障产品生产稳定进行。而对于自建产线的新造型车势力，受限于生产牌照申请的难度，一般通过收购生产品牌拿到生产资格，如威马收购了黄海汽车，车和家收购了一帆。

部分车企新能源汽车生产规划

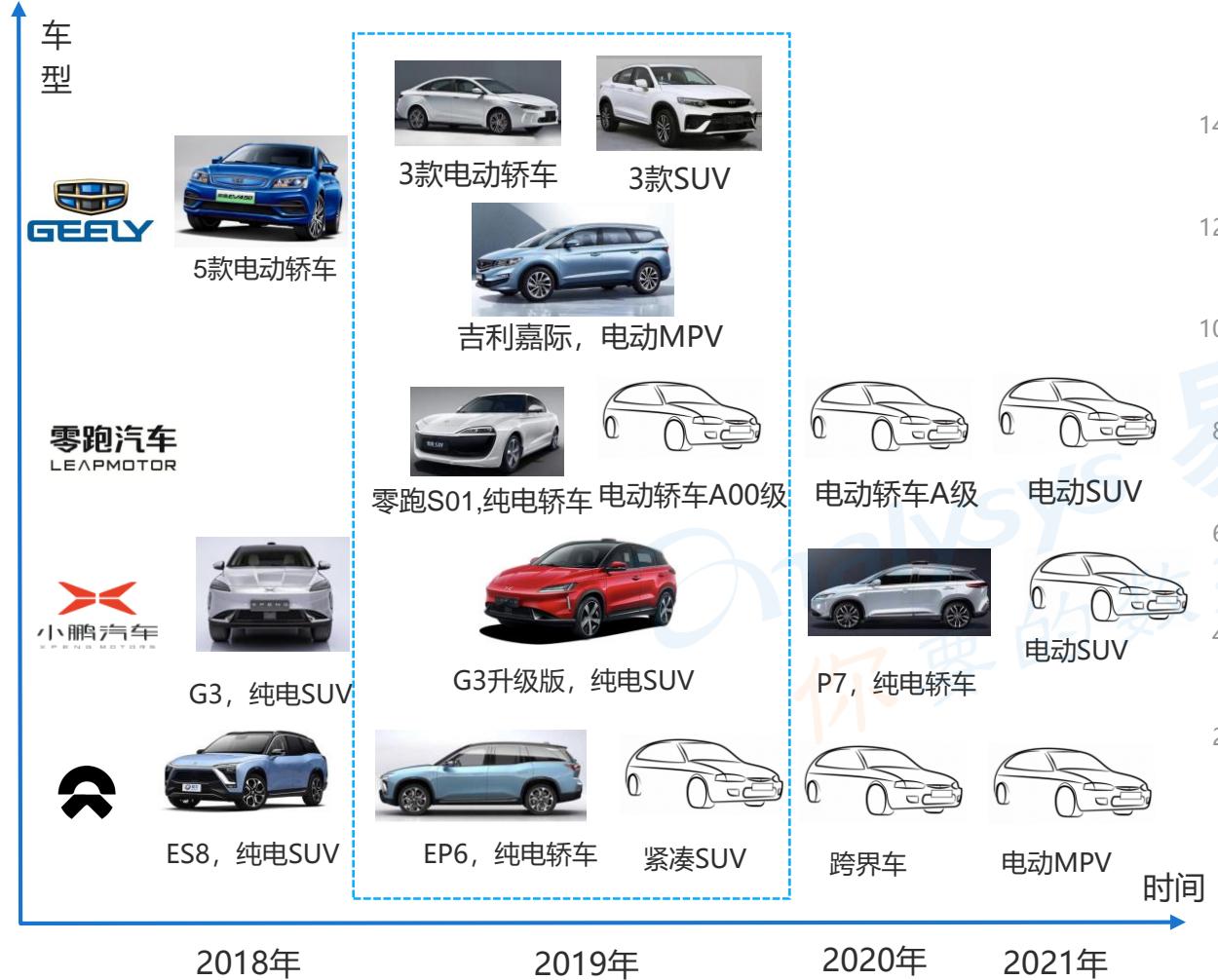
车厂	方式	动作
广汽	自建	广汽与本田在华合资企业投资32.7亿元人民币生产新能源汽车。
比亚迪	自建	2018年4月，比亚迪计划投资30亿元，在长沙扩建新能源智能工厂改建项目，2019年试生产，2020年全面投产。
威马	自建	威马收购黄海汽车生产资质； 威马温州工厂2018年初开始投入生产； 在黄冈建造年产30万辆的新能源生产基地。
蔚来	代工+自建	与江淮达成合作，在双方合建工厂量产蔚来ES8； 蔚来在上海嘉定自建工厂。
电咖	代工+自建	电咖首款电动车由东南汽车代工生产； 电咖汽车在去年投资55亿元自建工厂。
恒大	收购+自建	收购拥有新能源生产牌照的国能新能源； 恒大建设天津、广州南沙、上海、郑州、沈阳五处生产基地，计划10年后产能达到500万辆。

产品——立足之本，获取市场信任的第一步

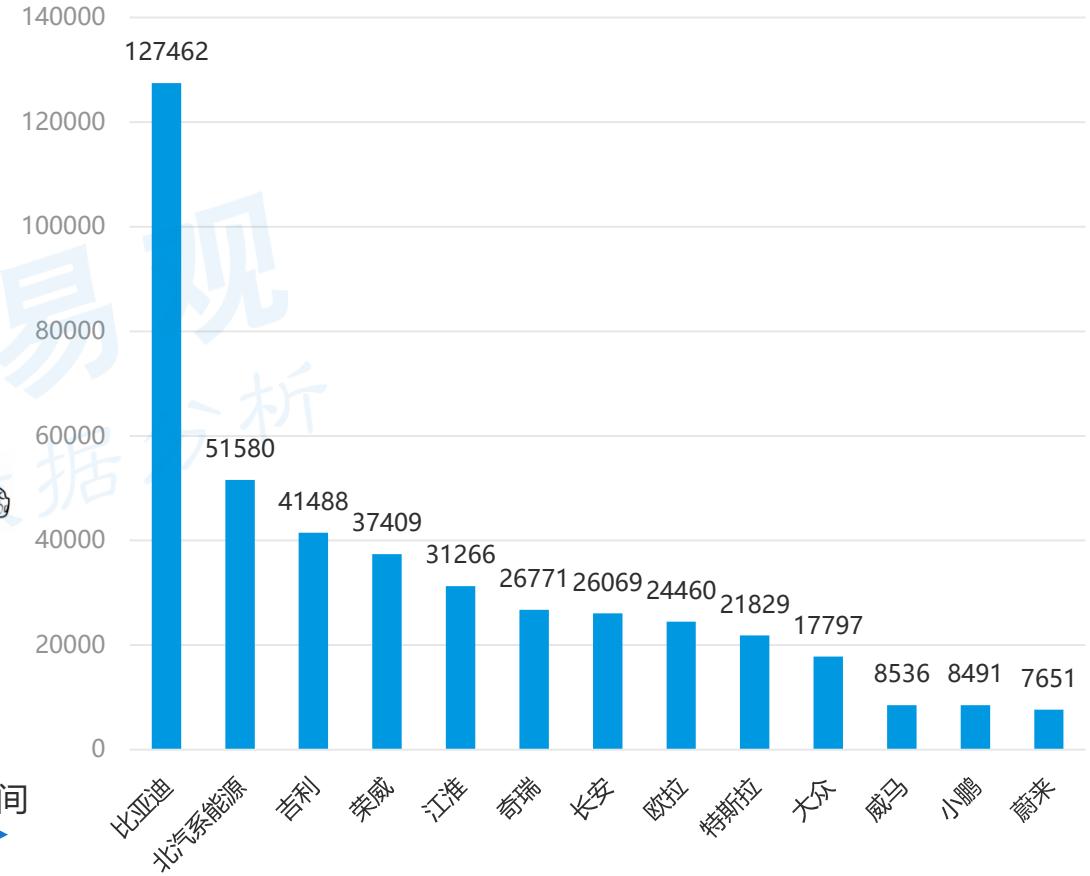


新旧车企有计划丰富车型，逐步满足不同用户需求

- 新旧造车势力逐步丰富车型：传统车企凭借生产与平台能力，快速推出各类车型，如吉利2019年就推出超过9款新能源车型，涵盖轿车、SUV、MPV。而新造车势力大多以近年热销的SUV为开端，以每年一到两款产品的节奏丰富车型，主要尝试打造爆款。



2019年H1中国新能源汽车销量 (万辆)



来源：车厂公开信息与媒体-易观分析整理

www.analysys.cn

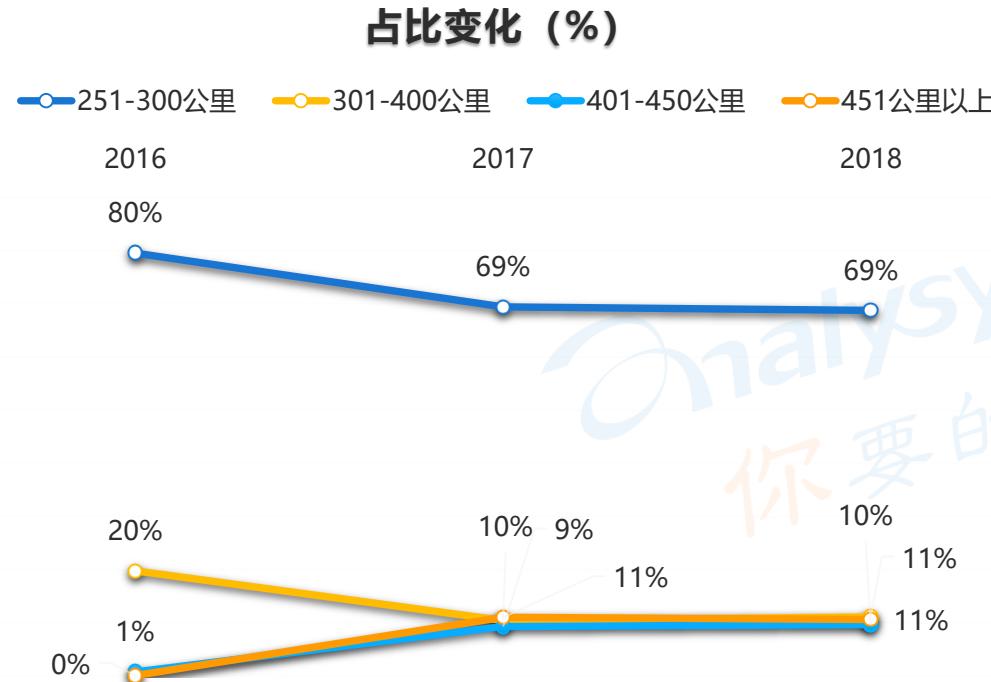
来源：交强险数据- Analysys 易观

www.analysys.cn

新能源汽车续航里程和能源补给速度提升，减少用户里程焦虑

- 新能源续航里程快速增长：**新能源汽车续航快速增长，根据易观调研显示，近三年，网约车领域300公里以上续航的电动车存量占比从21%上涨至33%。
- 能源补给效率和稳定性不断提升：**1) 快充电桩。除了政府大力在推动快充电桩建设，特斯拉、小鹏、蔚来等车厂也通过建设快充电桩为用户带来更佳的使用体验；2) 换电技术。换电模式效率优于充电速度，但换电站由于基础设施投资大、不同车厂间电池标准不统一、技术不稳定性等原因，将会经历一段较长时间探索期。3) 能源救援。零跑汽车、蔚来汽车为车主提供能源亏损救援服务。

中国网约车市场近三年EV车型不同续航里程



数据来源：2019年4月易观发起的《中国网约车市场调研》，样本量N=3000；易观根据市场公开数据、厂商访谈及问卷交叉计算得出，截至时间2019年4月30日

新技术&服务不断提升能源补给效率

超级充电桩：

特斯拉V3超级充电桩、蔚来带来超充桩NIO Power Charger都能让车辆充电时间减少50%，二者都将在下半年开始部署。



换电服务：

北汽新能源、蔚来等整车品牌推出换电服务。蔚来换电站超过100个，理论时间在3分钟内。北汽有121座换电站。

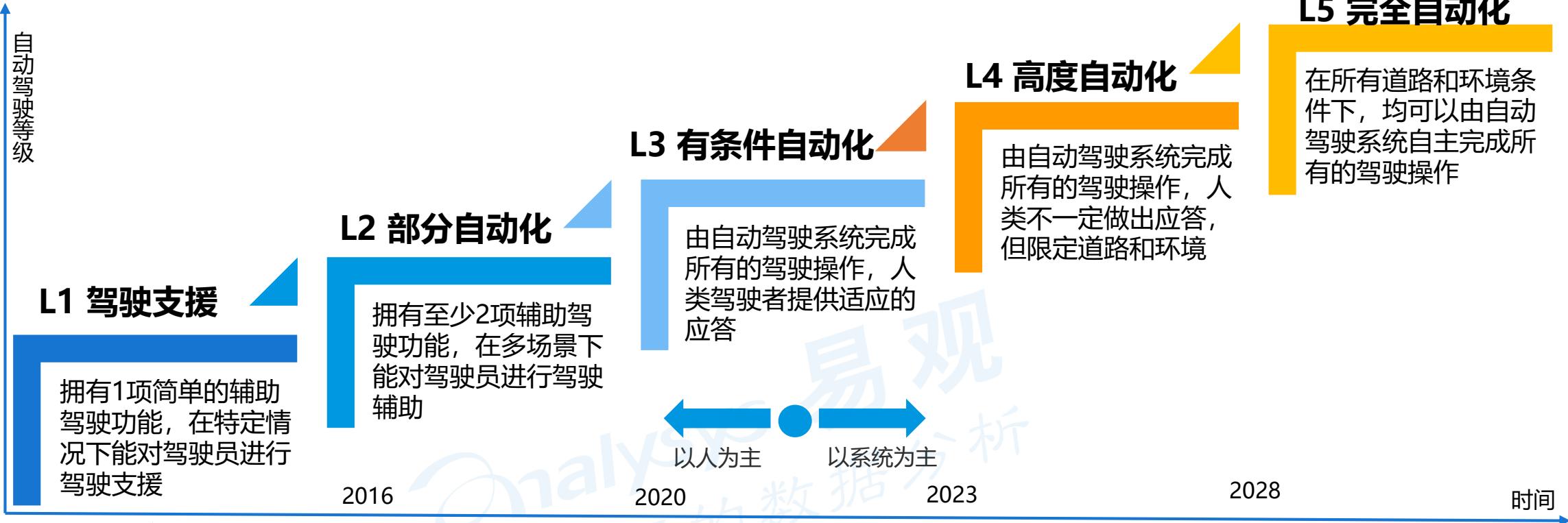


能源救援服务：

零跑、蔚来等品牌推出能源救援车，为能源亏损的车辆提供充电服务。



持续更新智能驾驶与软件功能，不断优化用户驾驶体验



来源：SAE、易观分析整理

公司	蔚来汽车	小鹏汽车	理想汽车	上汽	特斯拉
车型	ES6	小鹏G3	理想ONE	大通D60	旗下所有车型
量产功能	拥堵自动辅助驾驶、转向灯控制变道、道路自动保持、前侧来车预警、道路标识识别、自动泊车辅助系统	ALC 自动变道辅助、TJA 交通拥堵辅助、透明底盘、驾驶员疲劳预警、驾驶员分神预警、ICA智能巡航辅助功能	并线辅助、车道偏离预警、道路交通标识识别、主动刹车、全速自适应续航系统	巡航、拥堵道路中自动跟车、停车场内的无人自主泊车和车主远程召唤；驾驶员提醒	自动泊车、自动辅助变道、自动辅助导航驾驶

部署车机与手机双通道，为用户用车提供丰富网联服务

远程控制、无缝进车



人车互动，智能升级



服务互联，能力升维



模式——抢占行业最佳区位，构建生态级竞争力

生产模式创新：代工模式加速车辆量产，减轻新造车势力成本投入

- 代工模式成为中国新能源汽车探索量产的一种重要方式：**代工模式产生背景是在新造车势力缺乏生产资质和资金，传统企业因为燃油车销售下滑还拥有富余产能。最具代表性的是蔚来汽车和江淮汽车的案例，双方的合作让蔚来ES8的车型量产早于竞争对手数月上市。
- 代工模式有望成为新造车势力的一种长期选择：**代工模式最初是新造车势力寻求快速上市的策略。但在整个行业融资不利，自建工厂和生产管理耗资颇大的背景下，代工模式有望被进一步重视和选择，尤其对于兑现交付紧张的车企来说。



代工与自建工厂优劣势分析

	代工模式	自建工厂
先期投入	投入低	投入高，一次性投入数十亿到上百亿
量产效率	量产效率高。但可能代工方产品排期影响	初期受工厂建设周期影响，建成后生产效率高
产品质量	取决于代工方的积累和品牌方的管理能力	取决于产线先进性与生产管理能力
定制化	定制化能力取决于原有工厂的水平	新工厂可实现更高水准的产品定制

来源：Analysys易观

抢夺价值高点：新能源车企向产业链高价值点布局

- 新能源车除了部署整车，也在产业链核心位置布局：**新能源车企积极布局三电、智能驾驶、芯片等，比如特斯拉除了自研智能驾驶系统、芯片，也开始布局自家电池业务；几乎所有的头部企业都在打造出行服务，而吉利、小鹏的出行服务更是以纯电动为主；大多新能源车厂在部署直营销售渠道，除了网上渠道，新造车势力还开始大力建设线下体验店；新能源整车厂纷纷推出了自家车主APP，通过车辆管理、车友活动等功能直连用户与车辆需求；新能源整车厂，还在向后市场挺进，如小鹏汽车自建充电桩，威马打造了二手车业务。



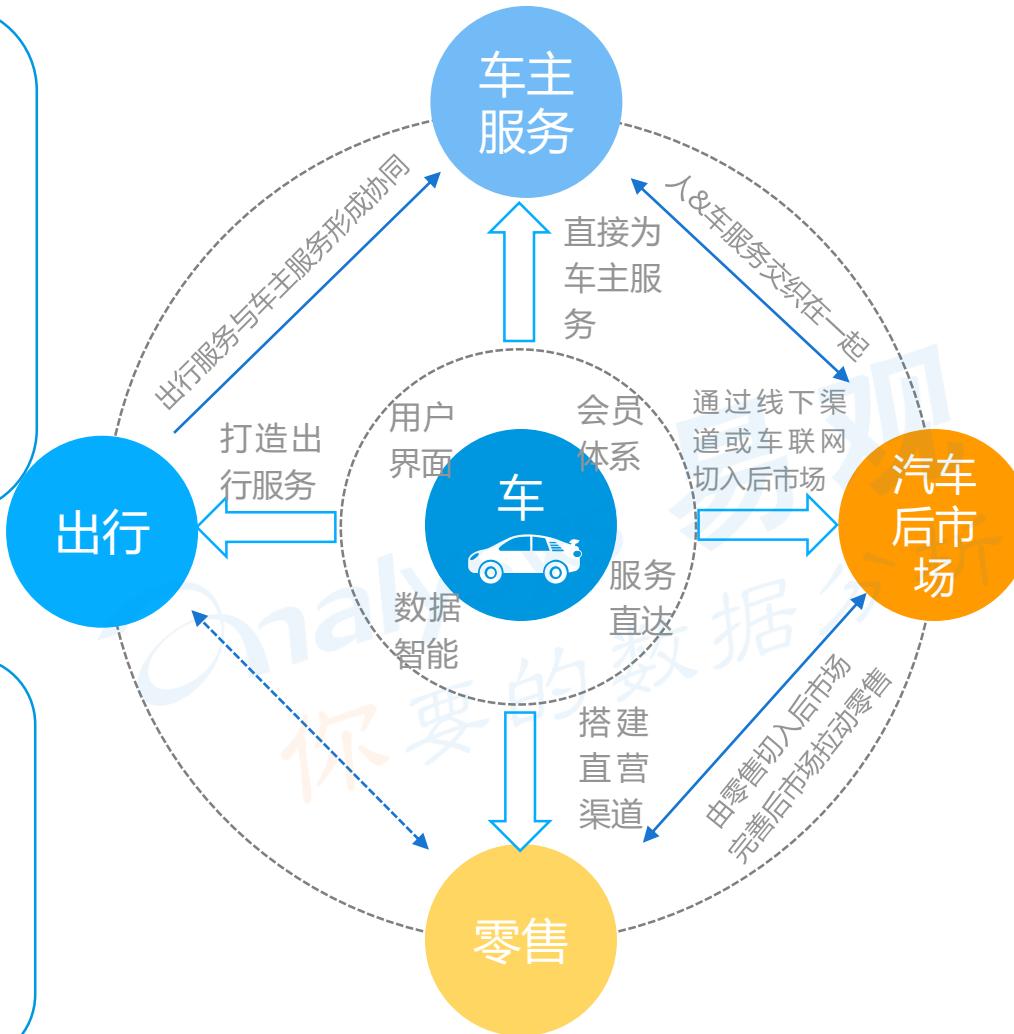
注：

2019/10/16

生态化布局：新能源车企由一辆好车为前奏，构建一体化协同服务体系

- 自建共享出行：**新旧造车势力纷纷推出出行品牌。如上汽推出网约车与分时租赁，威马推出租车和分时租赁。
- 与出行服务商联盟：**丰田投资Uber、滴滴、Grab，上汽大众与滴滴建立合资公司。
- 投资无人驾驶企业：**本田等车企投资通用；东风投资无人驾驶创业公司Auto X。

- 自建直营店：**头部新造车势力纷纷建立线下直营体验店。
- 自建线上商城：**吉利、上汽、广汽等车企都打造了自家的电商平台。



- 车主服务：**提供互联网服务、LBS服务等。如理想汽车推出每年999元/年的PLUS会员，为用户提供免费保养、4G无限流量、音乐会员等入口。
- 车主活动：**车厂通过体验店、APP、微信群为用户构建车友会、车展、试驾、兴趣活动等。

- 能源服务：**上汽、小鹏、威马、特斯拉、电咖等参与者提供充电、换电服务。
- 保险服务：**搭售车险。特斯拉推出比同行费率低20%保险；小鹏汽车与太平洋产险合作，探索全周期保险服务；
- 金融方案：**理想、蔚来、小鹏等与银行合作，直接为车主提供车辆分期、电池租赁等金融方案。
- 维修保养：**威马、理想通过线下体验店或维修中心为用户提供维修保养服务。

头部参与者产业链多点布局，打造多维盈利模式

- 新能源车企除了部署整车，也在产业链中进行多点布局，希望寻求到更多盈利可能，同时构建生态竞争力。但多点布局对资金要求极高，参与者需要长线思考，注重执行节奏，以及计划部署业务与已有业务之间的关联度。

企业类型	企业	供应链	整车	渠道	出行服务	物流服务	后市场服务	车主服务
传统主机厂	比亚迪	●	●	●			●	●
传统主机厂	上汽	●	●	●	●	●	●	●
新造车势力	蔚来	●	●	●			●	●
新造车势力	威马	●	●	●	●			●
电动车代表	特斯拉	●	●	●	●		●	●
传统产业巨头	恒大	●	●	●			●	

来源：Analysys 易观

充电服务有望成为新能源车厂重要盈利方式之一

- 充电服务成车厂抢夺的重要新赢利点：**车厂通过车主APP、车载系统电量管理与充电提醒，很容易将车主导入到自家或合作方充电桩，实现充电收入或分成。并且结合充电，可以提供停车服务。特斯拉一直通过自建充电桩保障车主能源补给，进入中国也坚持了这一做法。而国内车企上汽、北汽、小鹏、蔚来、威马等也通过自建或联合运营等方式布局充电桩。

车企充电桩布局模式

车厂	方式	动作
特斯拉	自建	自建充电桩
宝马	合建	与特来电、星星充电联合建设
上汽	自建	子公司安悦充电自建与运营
北汽新能源	自建+合建	自建和合资建设
小鹏	自建	自建充电桩；联合特来电共建充电桩
蔚来	自建	自建充电桩和换电站
威马	自建+合建	联合特来电共同建设、运营与维护威马自有品牌充电站。

各新能源车厂自建或连接充电桩数量（个）



来源：Analysys 易观

来源：各公司公开资料、公司调研，Analysys 易观整理

www.analysys.cn

数据驱动精益成长

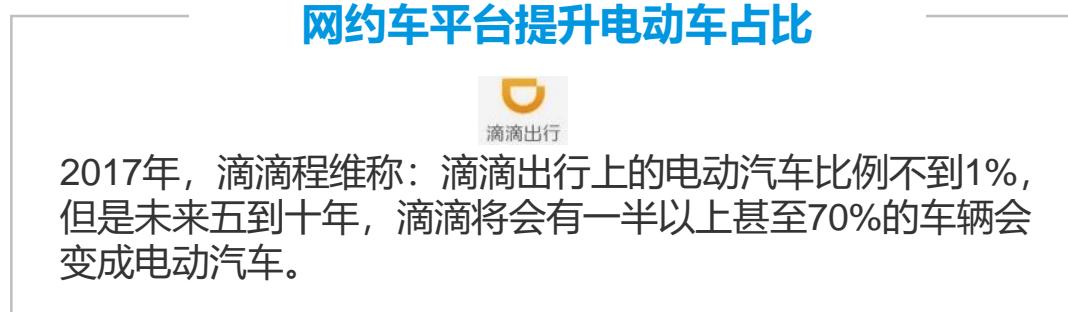
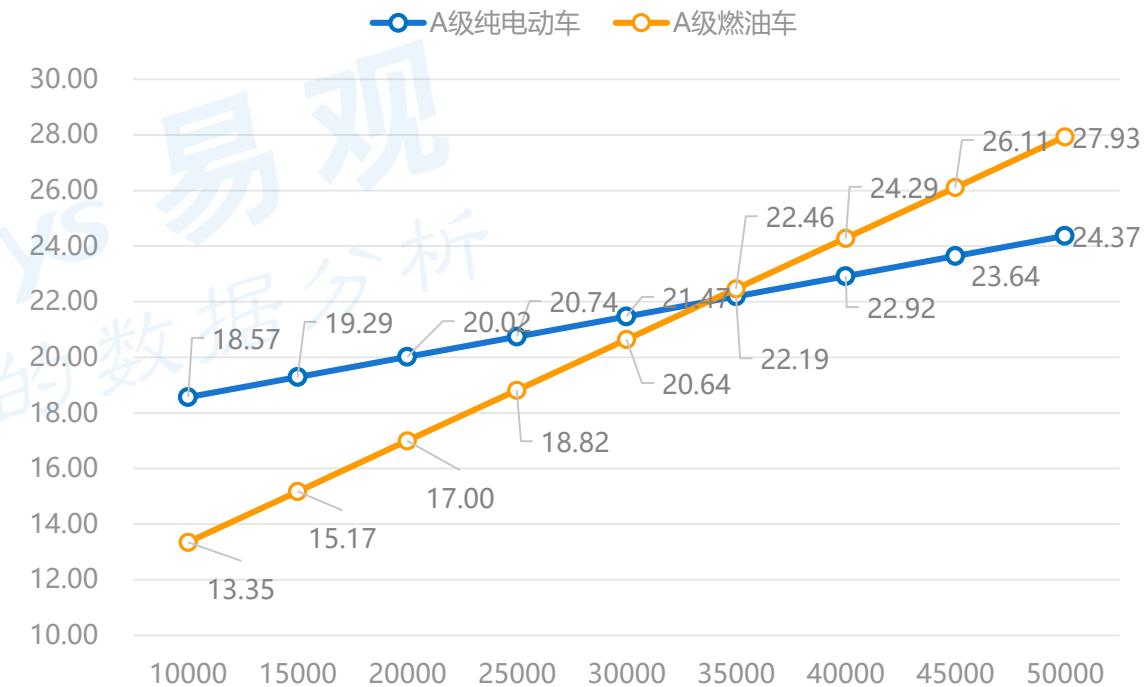
车厂积极布局出行服务，新能源车型成为重要选择

- 新能源汽车成为车厂出行品牌的重要选择：**上汽、吉利、新特、小鹏、威马等新能源厂商构建以纯电动出行服务，而滴滴也宣布电动车将成其平台主流。
- 新能源汽车在出行场景即将展现成本优势：**Analysys易观分析认为，电动车即将在出行场景展现成本优势。得益于能源成本优势，当年均营运里程靠近35000公里时，A级电动车总体拥有成本将低于A级燃油车。而绝大多数网约车的年行驶里程已经超过了35000公里。



总体拥有成本与行驶里程敏感性分析

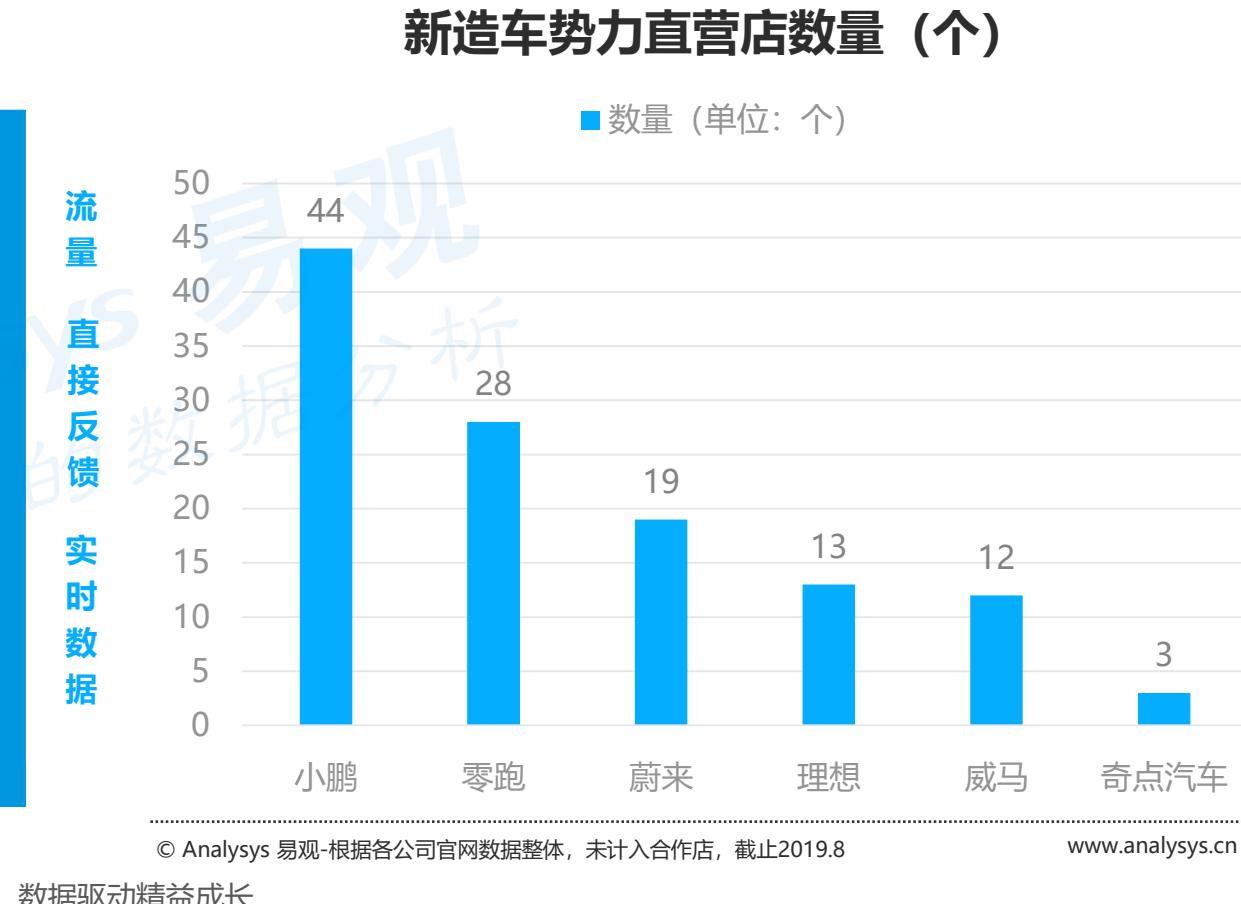
(万元 人民币)



数据说明：数据来源于易观调研、BNEF、汽车之家、方正证券等。同级别A型车成本，参考国务院发展研究中心产业经济研究部《2018年中国汽车产业发展报告》；新能源补贴根据补贴退坡政策趋势，在2020年及以后不再计入。

车厂通过自建渠道，构建从营销、预定、体验、反馈的闭环

- 车厂自建线上线下直营销售渠道：**吉利、上汽、广汽等车企打造了自家的电商平台，而新造车势力不仅将官网或APP作为直销/预定渠道，更是建立线下直营体验店，这些体验店大多建设在地标建筑、热门商圈位置，其线下店除了作为销售渠道，更是希望将其当做品牌宣传和吸引用户的重要手段。目前，小鹏、零跑2019年开店计划分别为100、60家。而奇点汽车称未来三年内拟在全国开设200家体验店。
- 线上线下协同销售服务体系：**车厂不仅通过预定到生产的机制降低了产品库存，并且通过线上线下渠道尝试直接触达用户，实时吸收用户反馈与数据，能够更好的构建从营销到取车，到用户经营的线上线下协同闭环。而人脸识别等技术在线下店的应用，也将加速线上线下融合。



变革营销方式：短视频正成为汽车重要的营销方式

- 短视频成为新能源汽车营销的重要手段：**短视频因其更立体化的内容形式，能够更直接的让用户了解新能源汽车的优势，如宝马、一汽大众将抖音作为重要的营销渠道。Kantar2019年的调研显示，汽车用户手机应用排行榜中，短视频APP具有79.8%的超高霸屏率，超过游戏、影音、搜索/资讯等类别APP。证明短视频将在汽车品牌传播与营销中扮演愈发重要的角色。

短视频加速从种草—拔草消费链路

立体化内容
通过OGC、PGC、UGC视频内容，更为直接、全面的认识品牌和产品

触动兴趣、认识塑造

购买直达
点击视频内容直接可进入品牌方与内容生产者购买渠道



认识加深、购买欲增强

交互体验
通过车型话题，圈分不同人群围绕更感兴趣产品进行互动交流

深入了解、确认购买



短视频与汽车社区积极布局汽车视频营销

- 打造从视频内容引流到互动、到品牌馆的全链路转化方案，实现从视频内容到询价、预约、到询价等功能。
- 并上线以完播率计费的DTV产品。
- 推出“DouCar计划”，挖掘和培育优质汽车内容创作者。

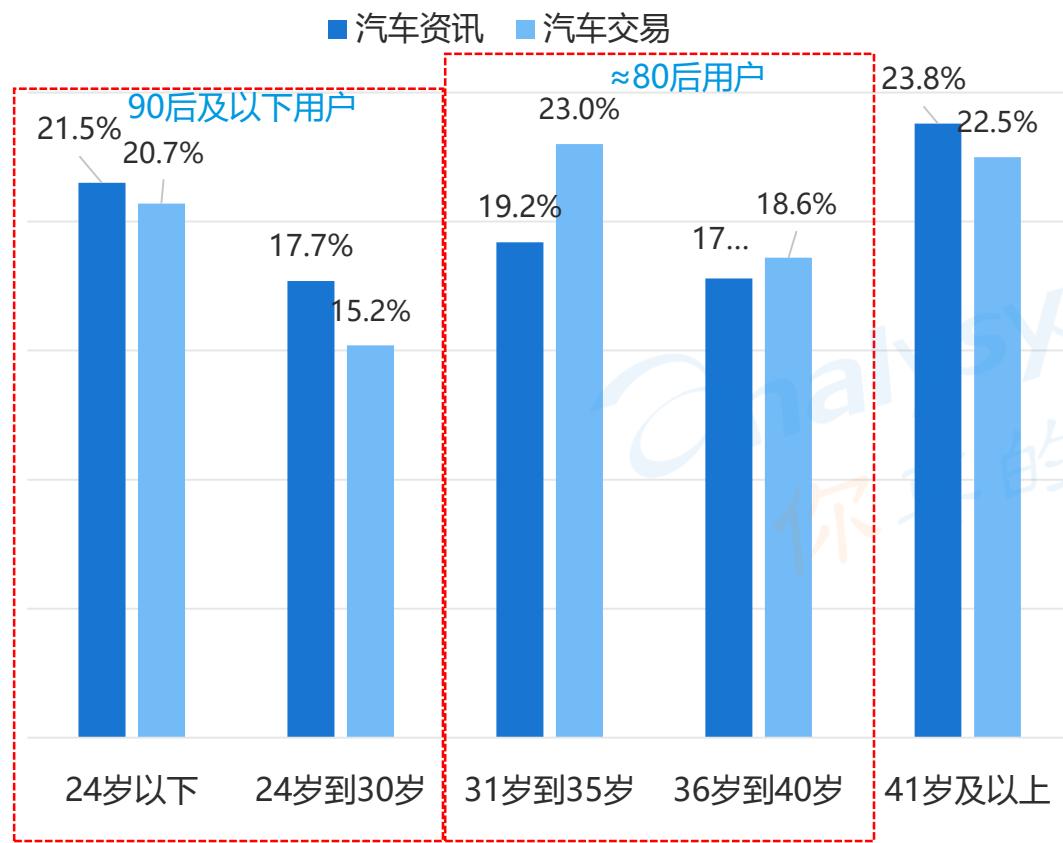
- 推出专门的汽车垂类频道“快说车”，计划对汽车频道基于更多流量扶持和高价值内容聚集，和主机厂商和客户对接形成高效的闭环。
- 快手联合成都车展，打造线上线下联动的内容互动方式，相关话题投稿作品已超1.5万个，相关活动及话题视频播放量超过2.4亿。

- 汽车之家除了为平台内容生产者提供视频、音频类内容支持，上线了小视频板块。
- 针对未来购车群体，在APP上线“Young”频道，通过短视频内容，提前影响青少年购车趋向。

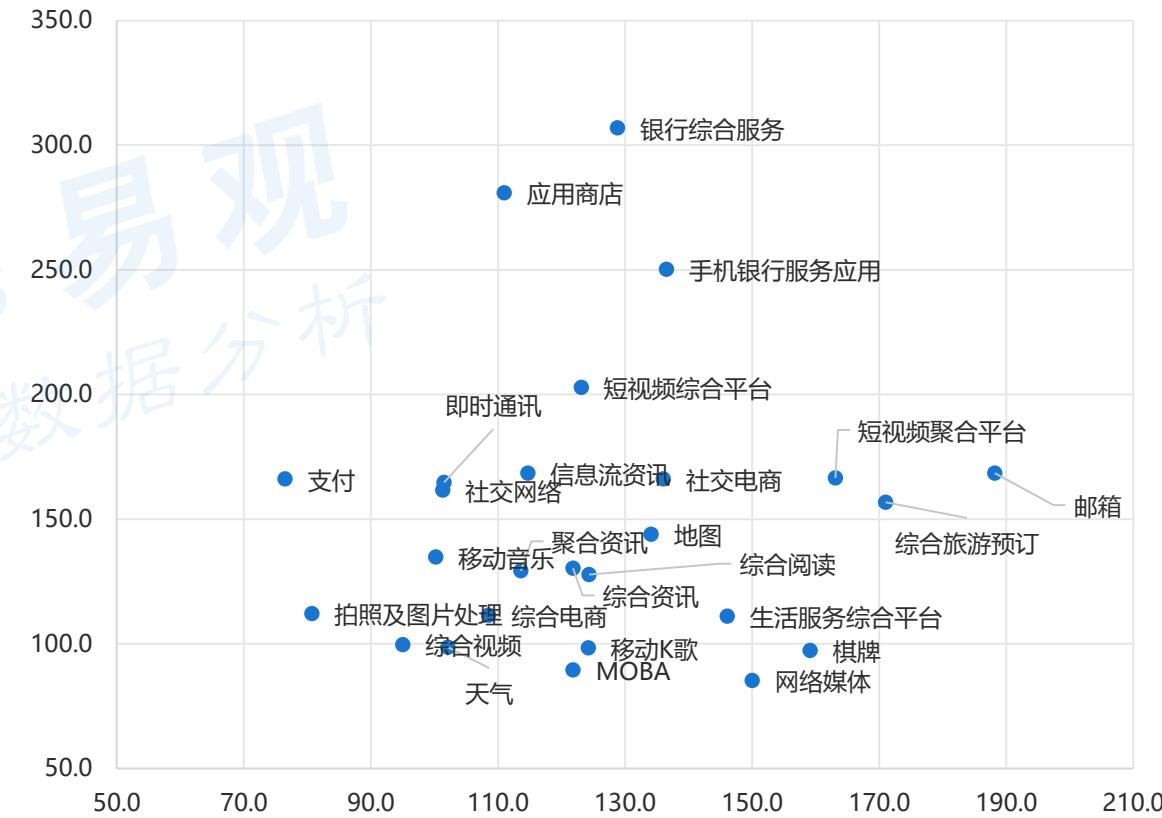
电动车营销面临消费者代际变化和线上化趋势

- 80、90后成为核心新车购买人群，汽车消费向线上迁移。从易观千帆数据得知，80后、90后及以下用户成为汽车出行消费主力。如汽车资讯、汽车交易、网约车占比都达到80%左右。从易观万像的使用深度TGI和活跃人数渗透率TGI两个指标看，汽车交易人群喜好旅游预订平台、手机短视频、地图、信息流资讯等行业APP。

汽车出行分领域用户年龄段占比



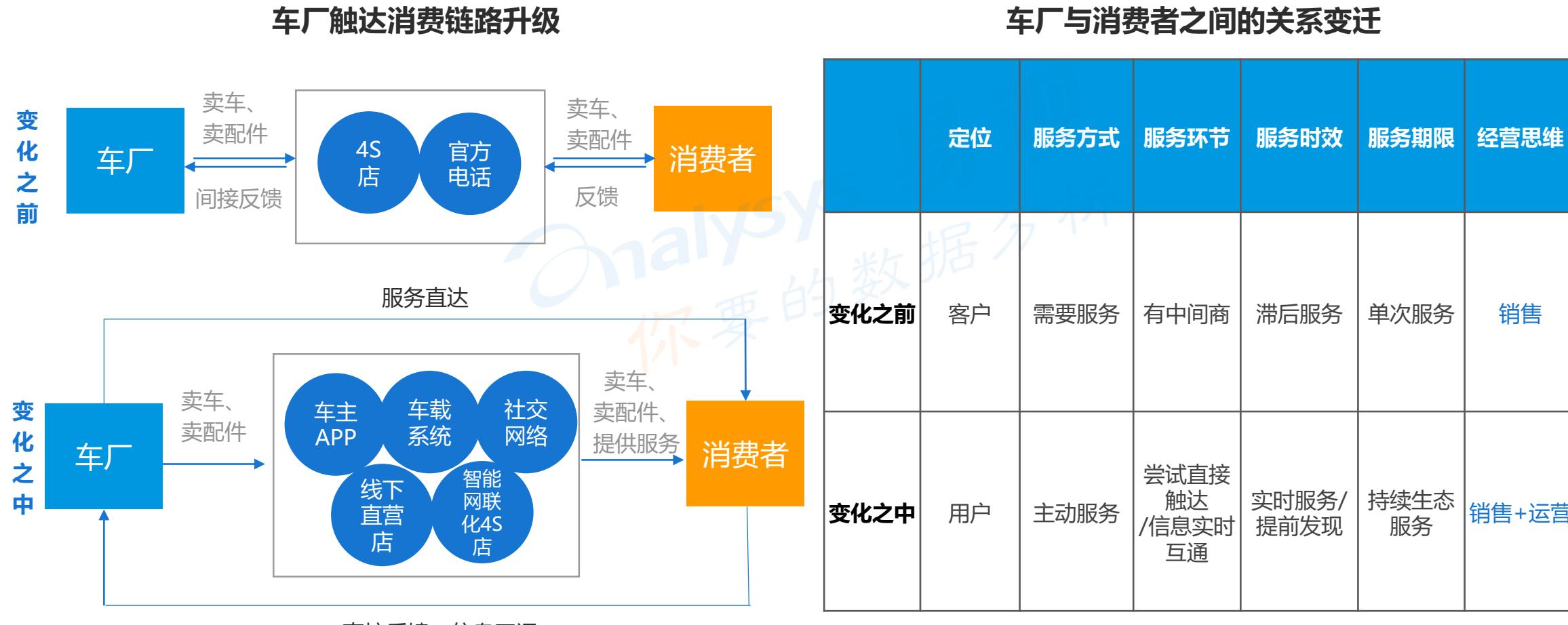
2019年9月汽车交易人群行业偏好TGI



运营——围绕用户，打造全生命周期变现链路

车企与用户关系发生革命性变革，运营用户成为成功关键

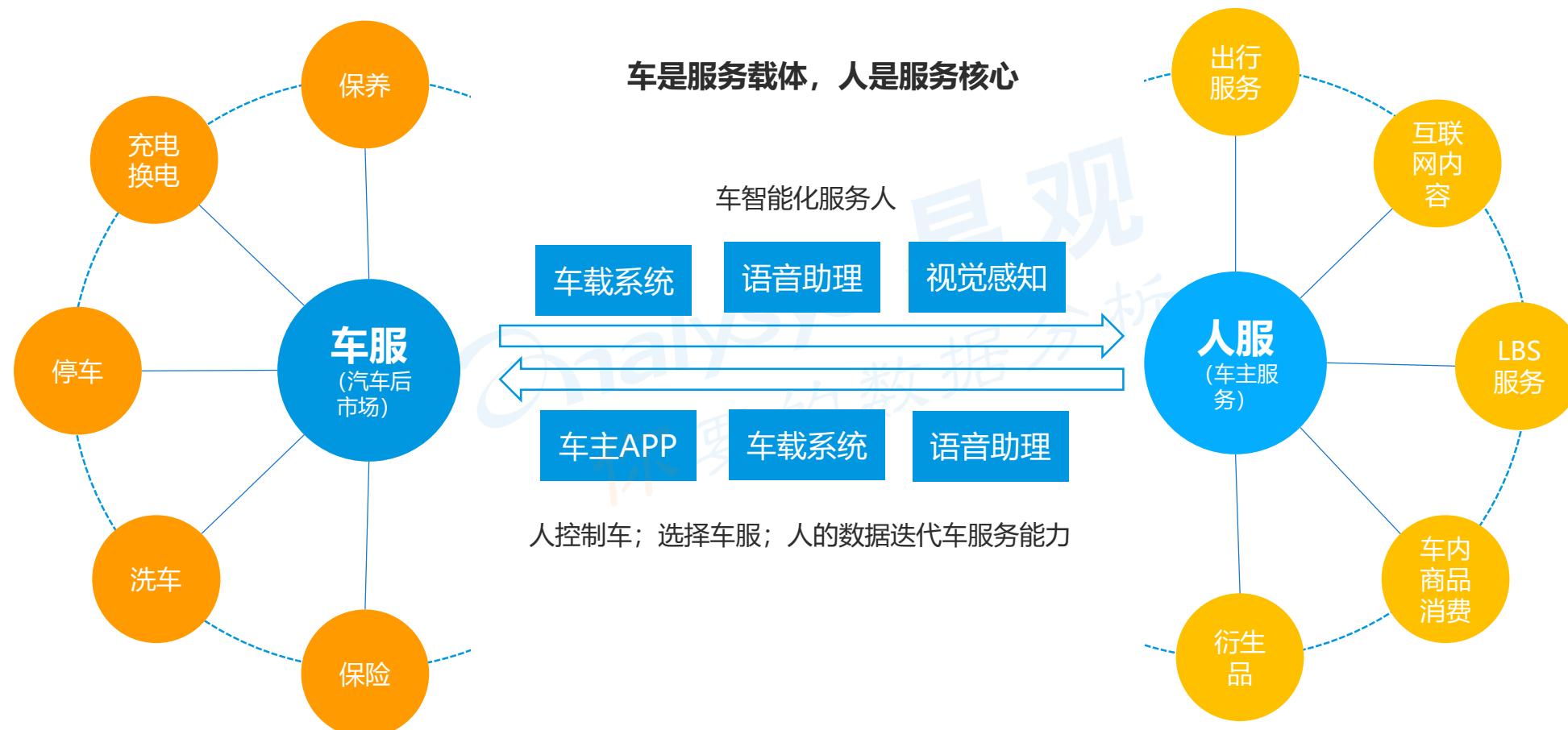
- 车厂与消费者关系发生革命性变革，车厂能够通过互联网实时与购车、用车的人群进行直联，基于收集到的数据打造精准的盈利模式。因此，车厂的经营逻辑应由向用户“卖卖卖”，转变成为通过用户经营和数据洞察，持续为用户提供服务。



来源：Analysys易观

“以车为中心”向“以人为中心”演化

- **车变成载体，所有服务都将向以人为中心靠拢：**过去消费者购车以后，几乎所有的服务都是围绕如何保养、维续车辆展开。而今天，随着车联网和人工智能技术的应用，车正在升级为智能的服务载体，不仅自身的能源、故障能自我感知，车也逐渐知晓车主的喜好从而主动推荐或提供服务。
- **“人服”拥有广阔的市场前景：**汽车与出行服务商需要同步满足“车服”与“人服”，保障车和人的需求。“车服”因为车联网的自主感知而变得更为显性化、自动化。而“人服”是亟待开发的新兴市场，尤其5G必将推动车联网发展，必然带动车内应用的极大发展。



新能源车企以车为“敲门砖”，将用户当做商业模式的源点

- **用户是新能源车企创新商业模式的核心：**不管是比亚迪、吉利、长安等传统车企，还是蔚来、威马、小鹏等新造车势力，都将用户作为商业模式的核心，希望通过运营用户，拉长用户变现的周期。

部分传统车厂用户定位



用户体验是核心思考

让用户开新能源车比开燃油车体验更好是我们的核心思考。



以用户为中心

以用户为中心，以市场为导向，以产品为核心。



极致用户体验

以“用户极致体验”为核心，打造智慧新能源汽车产品。

部分新造车势力用户定位



用户是未来竞争的关键

能不能把用户服务好，是能不能赢得参与未来竞争的资格才最重要。



用户“用得起、用得爽”

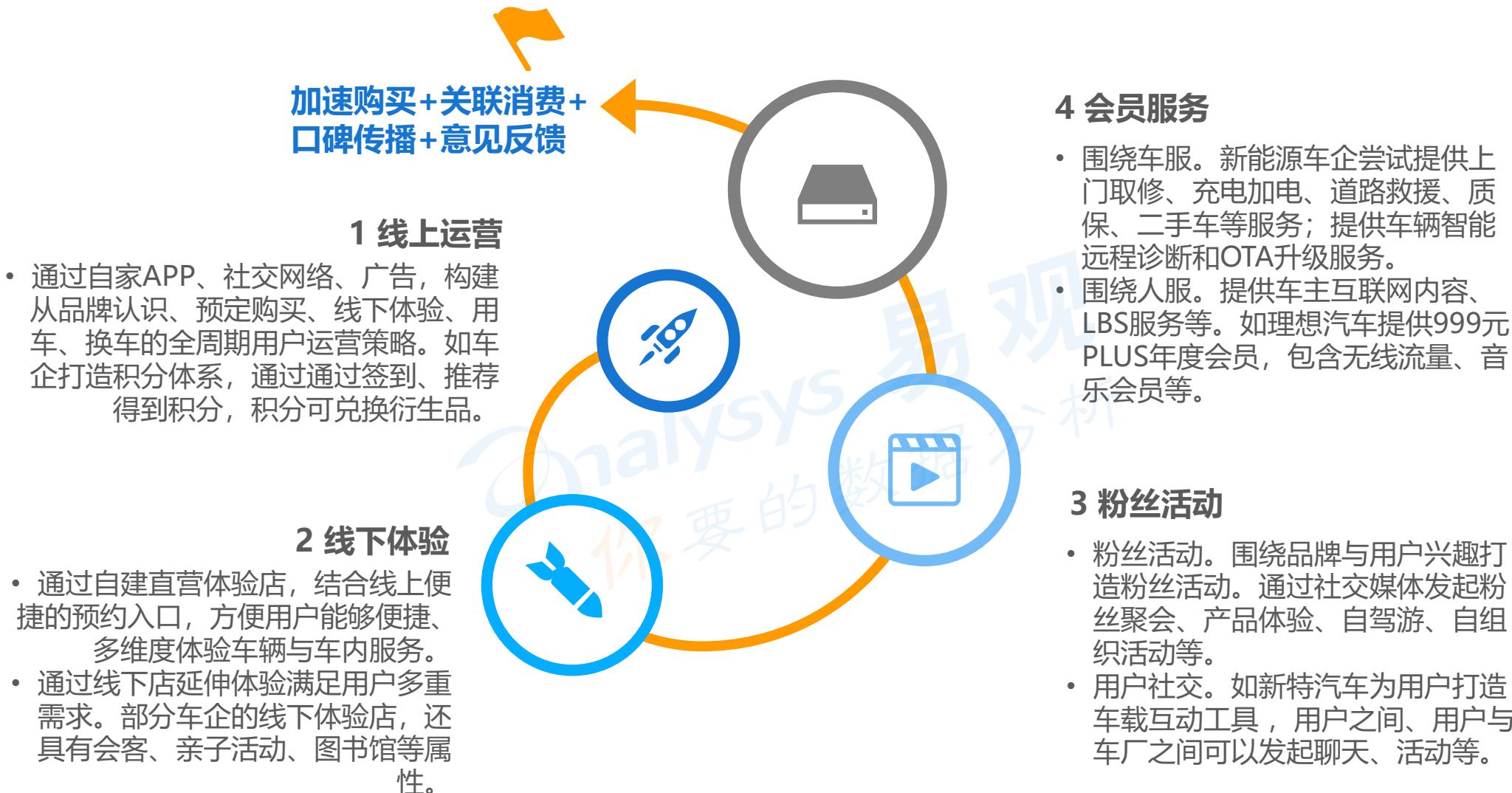
威马宣布其在2019年将开启“用户时代”。



提供“鹏友”般的品质服务

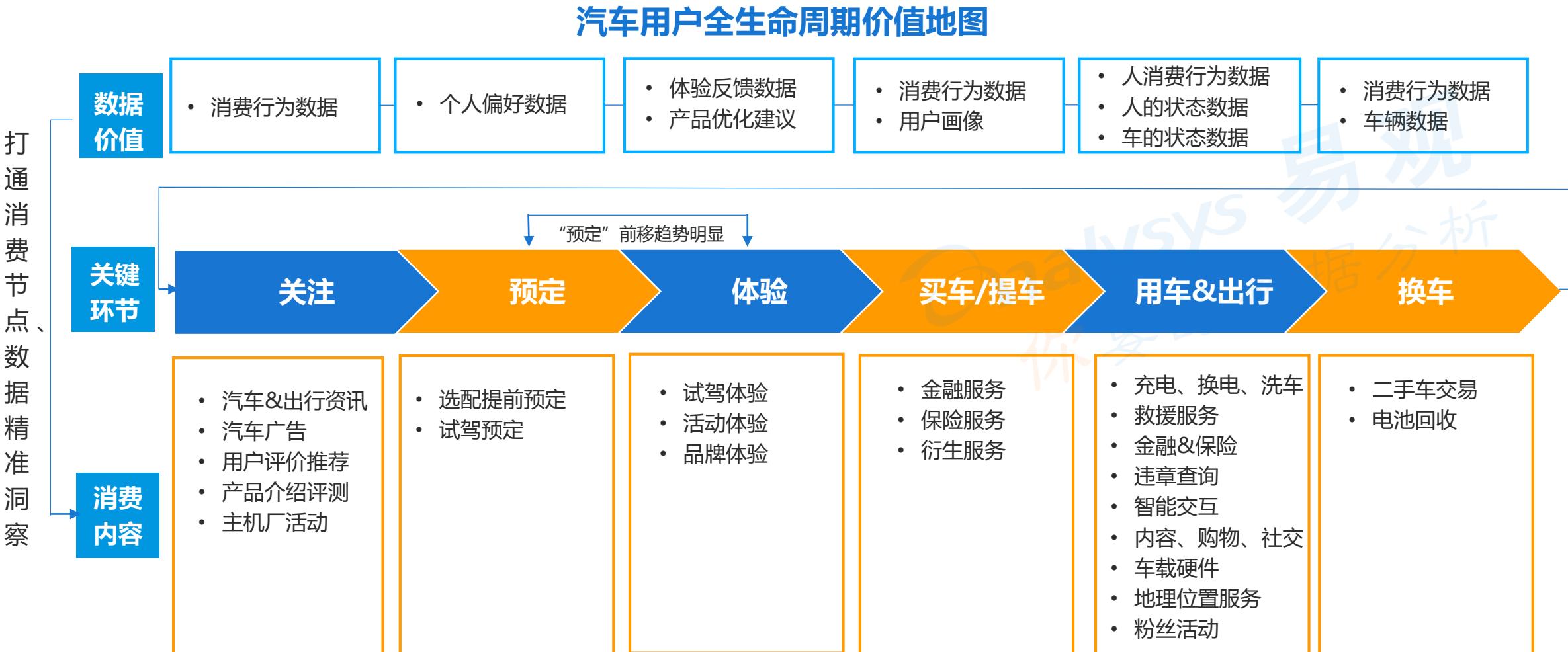
“鹏友+”计划从用户购车开始贯穿用户用车的全生命周期。

新能源车企多维度构建运营策略，促进车主持续消费和口碑传播



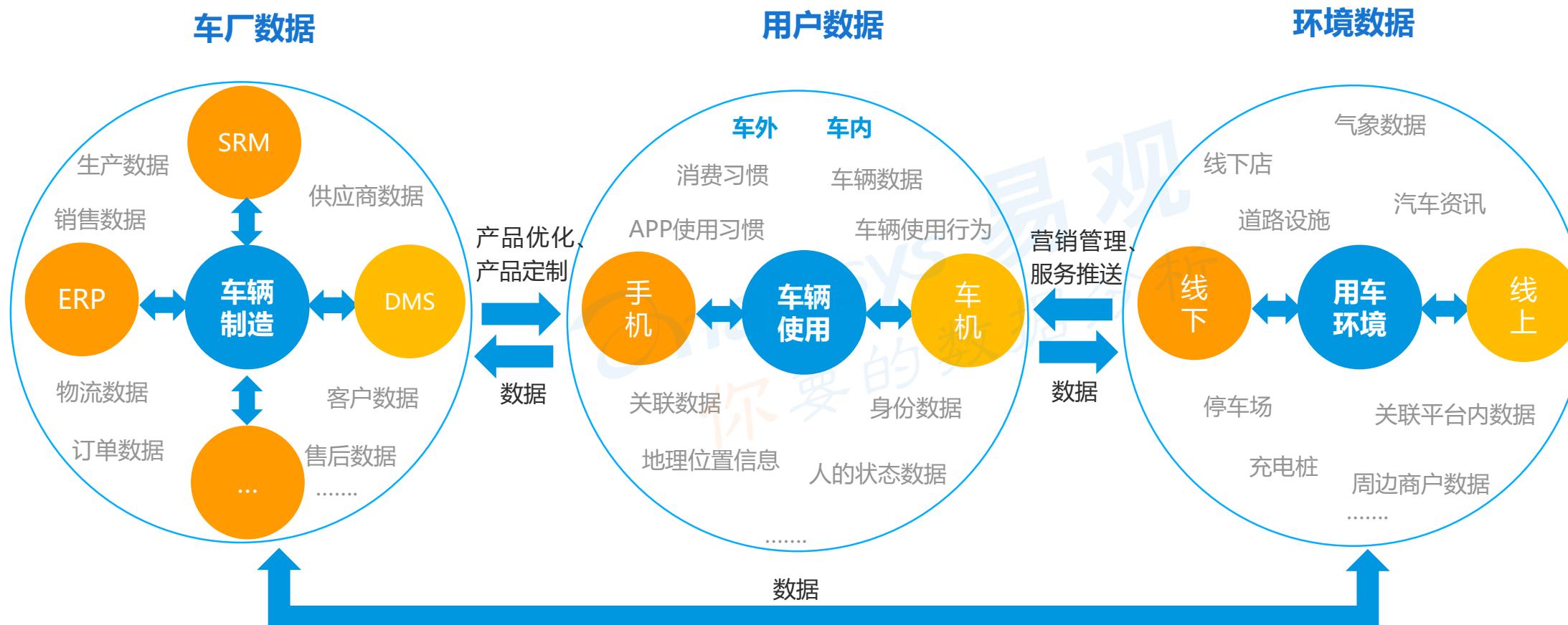
长线经营用户全生命周期价值成为重要趋势

- 车厂打通用户全链路触点，能够为用户全生命周期提供服务：**移动互联网的发展让汽车、汽车后市场的消费全面线上化，而正在到来的车联网逐渐让人在车内的行为被实时被监测，人在与汽车相关的每一环节的行为逐渐通过移动APP与车联网被车厂实时获取与分析，车厂能够契合用户需求，通过产品之间的关联，构建用户全生命周期服务。



| 贯通车厂、用户、场景数据，是打造一体化用户服务的关键

- 车厂打造一体化服务的关键是贯通车厂、用户、消费场景的数据：车厂不仅需要打通用户与购买&用车场景的消费端数据，也需要与分布在企业ERP、DMS、SRM等系统内的生产、物流等企业内部数据联通，构建数据驱动下的一体化服务战略，部署精准营销方案、定制车辆、个性化服务等方案。



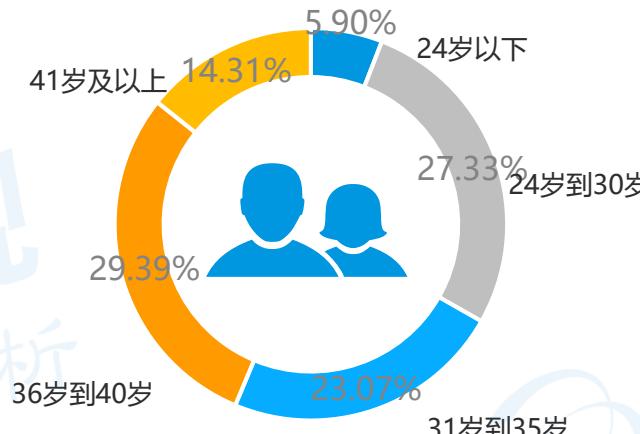
中国新能源车主以男性为主，95与80后占比接近80%，中等及以上收入人群占比超过83%

8月新能源车主用户性别分布



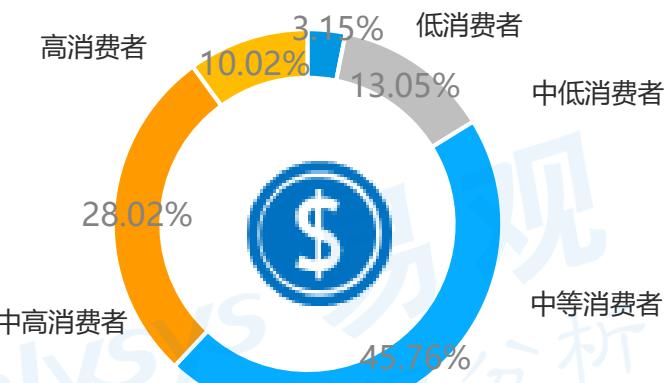
男性是新能源汽车主力消费人群，占比超过70%

8月新能源车主用户年龄分布



95后、80后是新能源汽车APP主要使用用户，占比接近80%

8月新能源车主消费水平分布



中等消费者与中高消费者是新能源车主APP主力人群，占比分别为45.76%、28.02%

PART 3



中国新能源汽车发展趋势

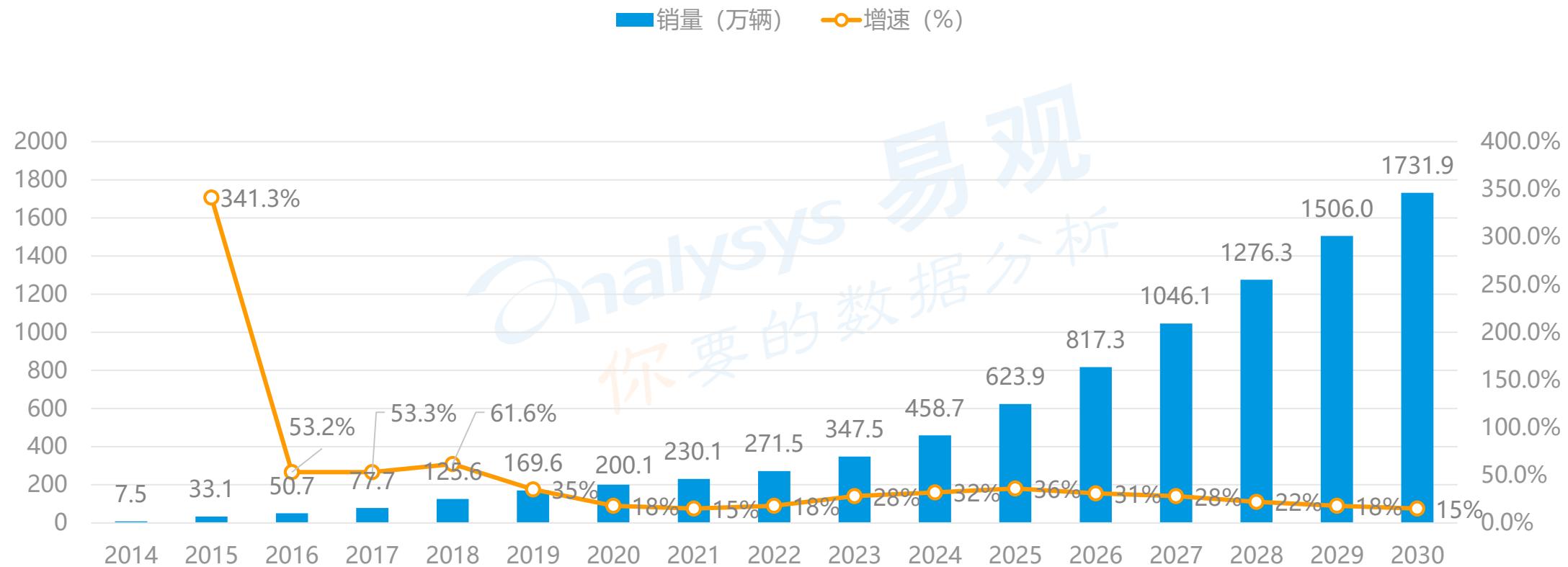
© Analysis 易观

www.analysis.cn

新能源汽车销量2030年有望突破1700万台

- Analysys易观测算，受补贴退坡加速与汽车销售大环境影响，**新能源汽车2019预计增速为35%左右，低于过去3年水平**。而2020年补贴彻底退出，2020—2022年，电动车增速将降至20%左右。随着电动价格持续降低带动车辆成本下降，以及双积分政策与越发严格的燃油车政策的推进，电动车将在2023年左右回归到30%以上增速。到2030年，我们预测中国的电动车有望突破1700万台。

2014—2019年中国新能源汽车销量



使用体验和使用环境进一步成熟，促进电动车购买和车内消费



能源续航和补给担忧逐渐消退

电池技术的技术将不断提高电动车续航里程。充电桩网络建设，快充技术和无线充电技术的发展，以及换电技术、无线充电技术的尝试，都将进一步保障充电便捷性、效率和体验。目前，挪威首都奥斯陆已开始建设世界上第一个电动车无线充电系统。



智能驾驶体验不断提升

头部新能源玩家将智能驾驶作为重要竞争力，通过OTA方式不断提升智能驾驶功能。软件技术的成熟和传感器价格的下降，以及5G车联网的支持，将逐步让技术替代司机的驾驶职能。多家无人驾驶头部玩家宣布于2020年量产L4级无人驾驶技术。我们预计在未来3-5年，无人驾驶技术有望在部分限定场景落地商用。



车内互联网服务数量大幅增加

车联网的应用，让车内可获取到的互联网服务内容不断丰富。5G技术的到来将进一步加速汽车与互联网、交通设施的连接，加上车辆是一个相对封闭独立的空间，更便于连续消费互联网内容，同时，基于地理位置信息与数据感知，能够为车和人精准提供越来越多的服务。

核心驱
动技
术

充电网络建设

电池技术进步

快充与无线充电技术进步

无人驾驶技术进步

无人驾驶传感器价格下降

5G商用

AI与汽车的融合

AR逐渐在车内商用

通过数据洞察和融合，车企能为用户量身打造全生命周期服务

通过数据洞察优化产品，也能构建客户参会的产品研发体系：

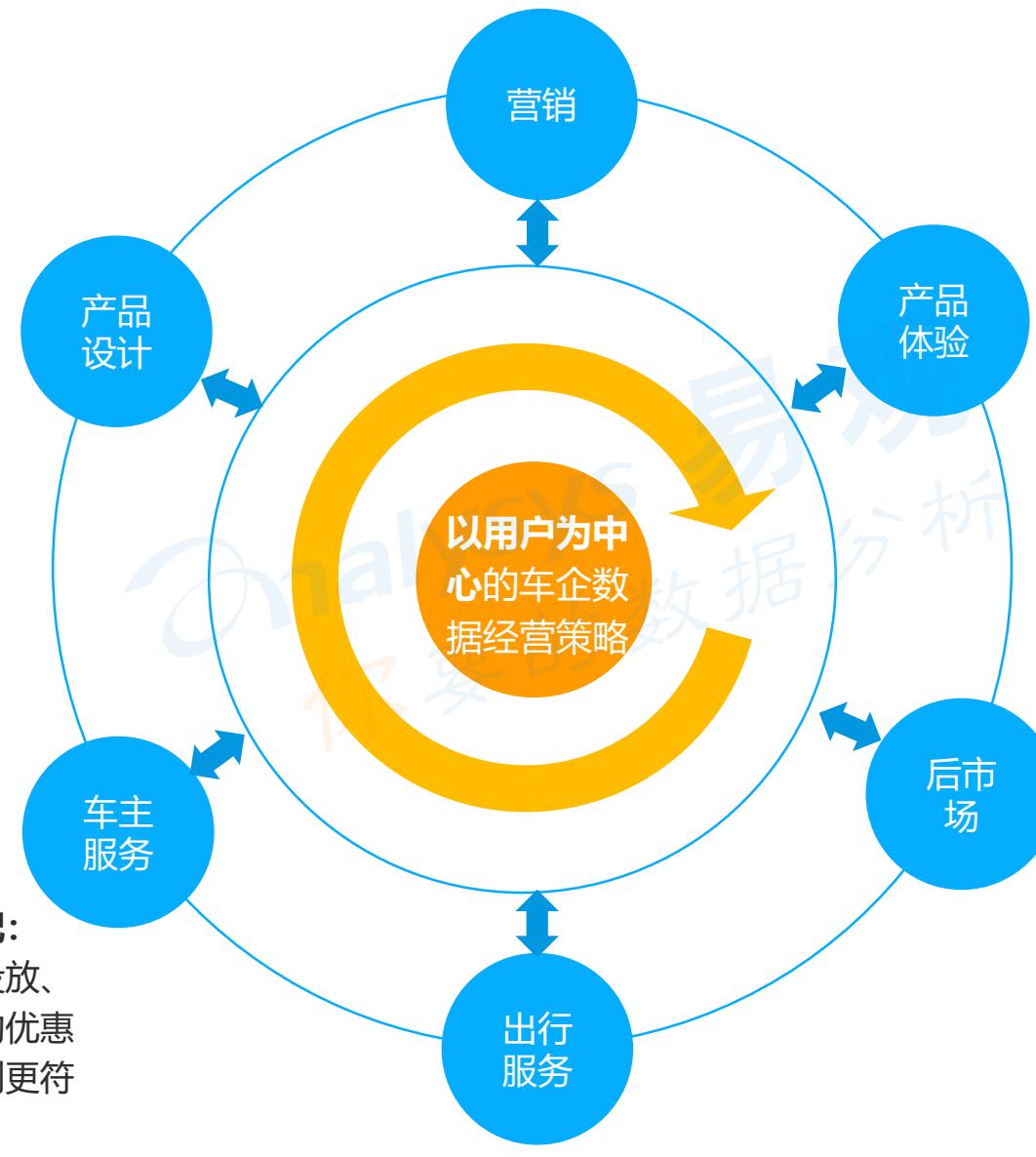
- 1) 将客户的需求与反馈融入研发；2) 以客户需求为导向的C2M；3) 让客户成为企业的价值生产者。

为车主/乘客提供专属服务：

通过历史数据洞察，以及车主状态实时监测，为车主提供定制化的互联网服务推荐与LBS服务推荐。

优化出行服务的供给和匹配：

基于数据智能，优化车辆投放、人车匹配模型，进行精准的优惠推送与会员服务；也能定制更符合出行场景的车辆类型。



根据用户画像和用户行为构建

精准营销策略：1) 为客户精准推荐产品、配件；2) 通过运营让用户成为企业营销的延伸触点，以裂变式营销放大品牌影响。

线上线下结合，打造一体化体

验流程：根据潜在消费者线上线下的行为数据，智能推荐车型和体验店，打造从用户发掘，到产品预定，到店内体验，到用户运营的商业闭环。

基于数据，构建主动与及时的

后市场服务：基于车联网的数据积累和车况感知，提供能源、洗车、停车位置推荐，维保服务，定制化保险服务、主动救援服务。

数据驱动精益成长

● 易观方舟



易观方舟试用

● 易观千帆



易观千帆试用

● 易观万像



易观订阅号