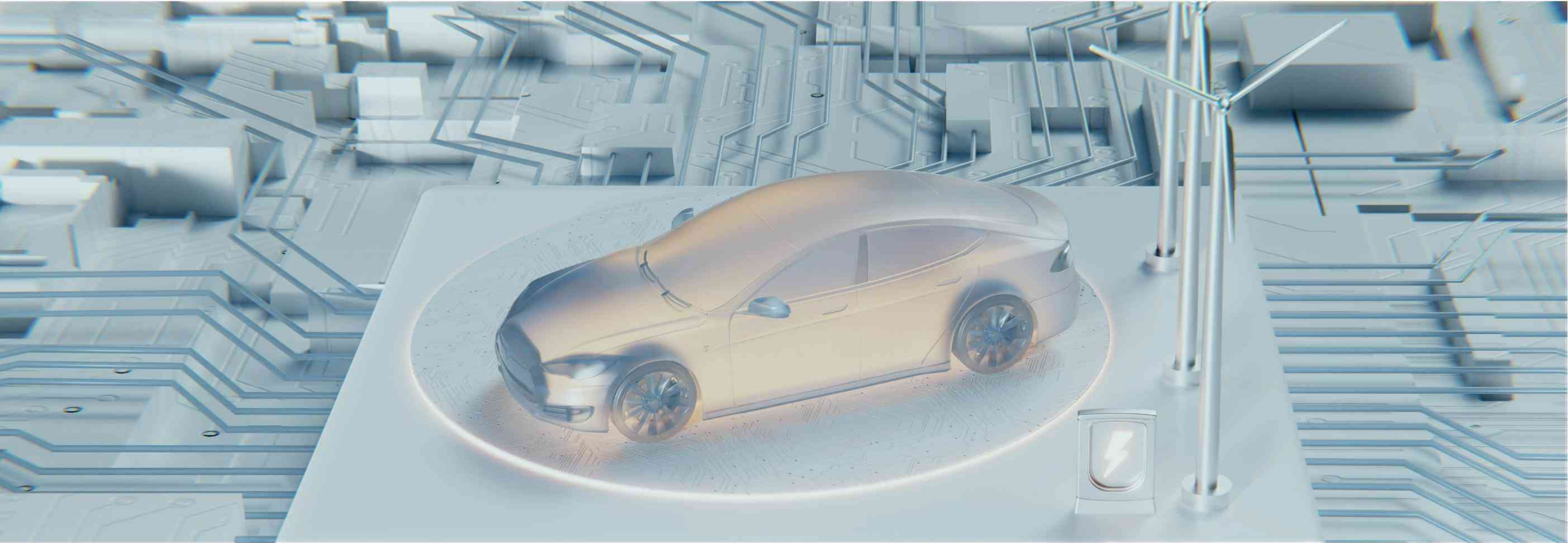




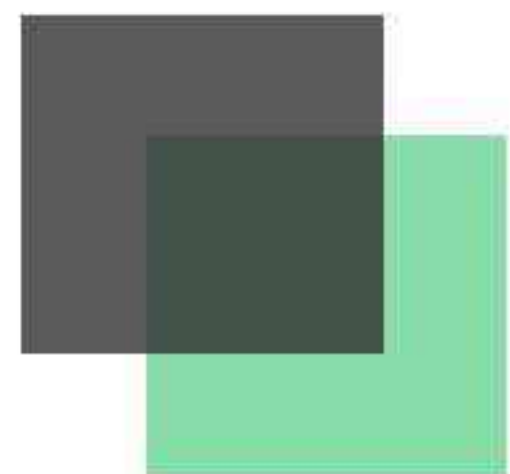
2022年新能源乘用车市场白皮书

The White Paper of New Energy Vehicle Industry in 2022

大搜车智云&百度有驾 联合发布

大搜车智云

有驾 有驾



目录 (1)

PART1 2022年新能源乘用车市场发展综述

PART2 2022年新能源乘用车市场销量分析

2.1 整体市场发展趋势

2.2 燃料类型发展趋势

2.3 细分市场发展趋势

2.4 厂商品牌发展趋势

2.5 区域市场发展趋势

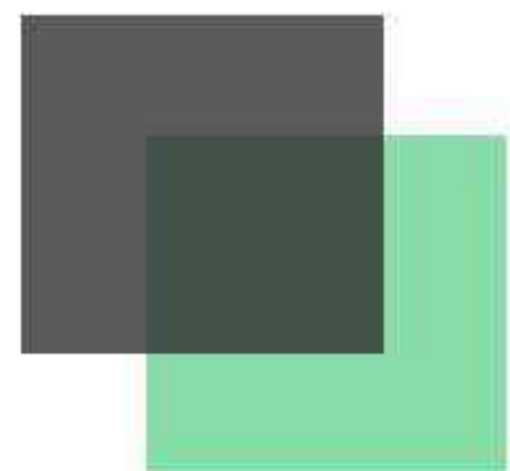
PART3 2022年新能源乘用车市场价格分析

3.1 整体市场价格走势

3.2 细分市场价格走势

3.3 厂商品牌价格走势

3.4 区域市场价格趋势



目录 (2)

PART4 2022年新能源乘用车动力电池装机量分析

- 4.1 动力电池装机量发展趋势
- 4.2 动力电池形状与类型发展趋势
- 4.3 动力电池能量密度发展趋势
- 4.4 电池厂商竞争格局分析
- 4.5 重点OEM动力电池供应结构分析

PART5 2022年新能源乘用车电机装机量分析

- 5.1 整体市场电机装机量发展趋势
- 5.2 电机布局与类型发展分析
- 5.3 细分市场应用特征分析
- 5.4 电机厂商竞争格局分析
- 5.5 重点OEM电机供应结构分析

2022年新能源乘用车发展综述（1）

销量篇：2022年新能源市场爆发性增长，销量实现524.7万台,市场渗透率高达25.9%

1. 新能源的增长远超市场预期，提前实现了国务院发布的《新能源汽车产业发展规划（2021-2035）》中关于2025年新能源达到汽车销量20%的目标。
2. BEV仍然占市场主导地位，牢牢占据近8成份额，PHEV触底反弹，同比增长5.4%，占据20.9%的销量份额
3. SUV市场发展迅猛，2022年新车型投放量184个，超过轿车稳居第一位，销量份额增至41.4%，同比增长6.6%。预期2023年会持续攀升，继续蚕食轿车市场份额。
4. 低线城市的新能源销量份额持续攀升，2022年3-5线城市销量占比42.4%，相比2021年同比上升了3.2%。但总体来看，低线城市的新能源渗透率仍然偏低，平均仅有不到2成，仍然有较大的发展空间。
5. 新能源市场的“政策驱动”特征正在持续减弱，非限牌城市的销量已稳步攀升至75.5%，限牌城市对新能源销量的影响逐渐式微，用户购买新能源更多倾向于产品导向，而非政策导向。
6. 自主厂商在新能源市场遥遥领先，2022年销量份额高达82%，同比增长4.4%，从趋势来看，这领先优势还在持续拉大。排除特斯拉，在华合资厂商的新能源份额仅为8.9%，显示燃油车时代的国外汽车巨头，在中国的新能源产品布局一败涂地。
7. 比亚迪在2022年大放异彩，凭借领先的刀片电池技术，丰富的新车产品线，厚积薄发的产品口碑，22年销量同比增长122.7%，高达158.3万台。市场份额同比增长12.2%，稳稳占据新能源市场三份之一的销量份额。

2022年新能源乘用车发展综述（2）

价格篇：新能源终端零售价格保持稳定，平均折扣水平同比略微上升，优惠幅度在收窄

1. 受到新能源市场的爆发性增长，2022年上半年锂电原材料价格大幅攀升，直接拉升了电池的成本，部分车企为应对成本上升而调高了指导价，而选择内部消化成本的车企也回收了终端的价格优惠，这对新能源车的终端价格有着直接的影响。
2. 占据新能源市场较大市场份额的车企大多为直营模式，例如理想、蔚来、小鹏、特斯拉等，其对价格的调整一般反映在指导价上，而非传统车企通过调整优惠幅度来影响终端零售价，因此对价格的调整一般不反映在终端价格优惠幅度上。

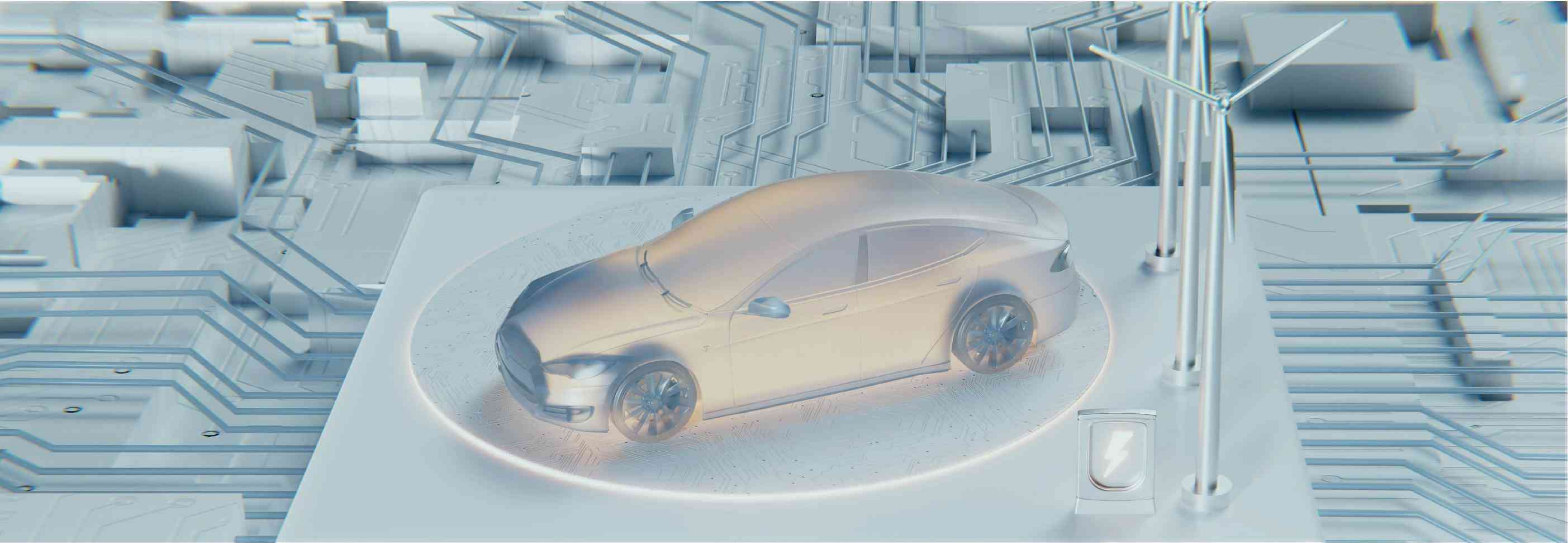
电池篇：磷酸铁锂电池实现反超，54.7%份额登顶王座，三元锂电池同比大幅下滑14.2%

1. 2022年乘用车动力电池实现228.8Gwh的装机量，同比增长87.3%。
2. 凭借比亚迪刀片电池的攻城略地，磷酸铁锂电池同比大幅增长，顺利反超三元锂电池。而微小型市场、紧凑型市场受到成本预算的影响，也更青睐成本更低廉的磷酸铁锂电池。在微小型、紧凑型、中型市场，磷酸铁锂的占比分别为70.8%、56.5%、61.7%。
3. 宁德时代仍然牢牢占据第一的位置，2022年装机量91.3Gwh，同比增长60.9%，低于新能源市场的销量增速。市场份额同比下降6.5%，及时加上宁德系的时代广汽、时代一汽，市场份额仍然下降了3%，显示面临着激烈的竞争，市场份额在被逐步蚕食。

2022年新能源乘用车发展综述（3）

电机篇：前置单电机的装机量逐步攀升，显示新能源市场由早期满足新锐人群的性能需求，逐步转向满足主流的日常家用人群需求。

1. 2022年平均单车装机量跌至1.05，连续3年下滑。
2. 前置电机占比攀升至56%，同比上升6.3%。双电机占比下降到18%。
3. 100-200kw电机大幅增长至52.8%，200kw以上的电机占比同比下降8.1%，仅余21.2%的份额。
4. 第三方供应商份额较为分散，行业集中度不高，尚未出现具备龙头优势的企业，但是随着国家政策的扶持，落后产能淘汰，格局将面临重构。



PART 02

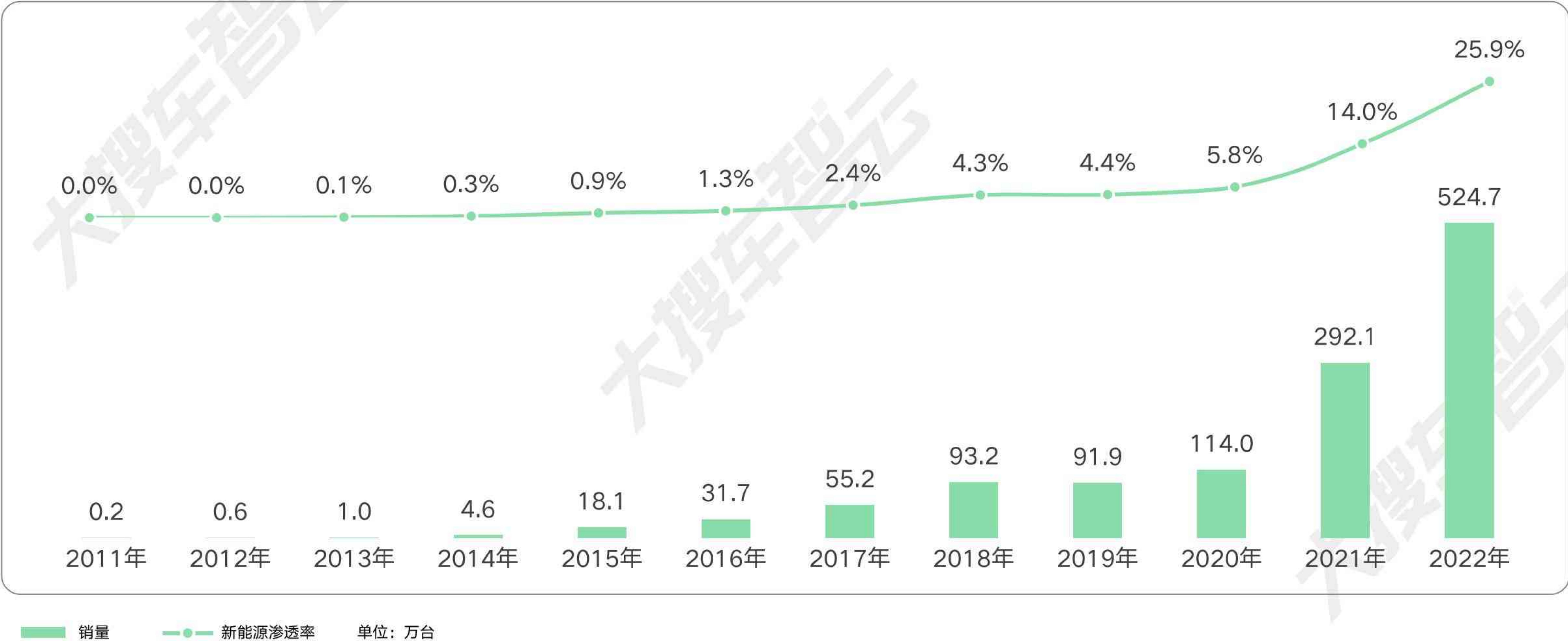
新能源乘用车销量篇

大搜车智云



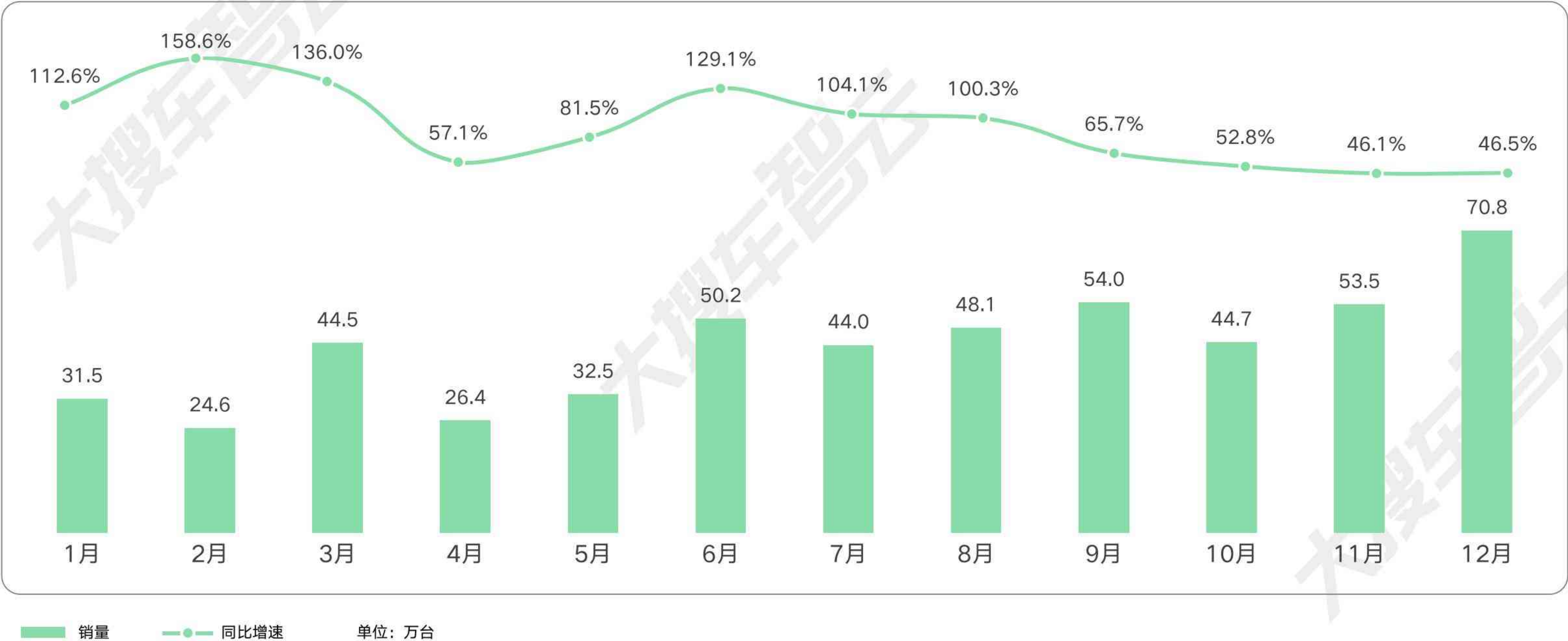
市场需求高涨，2022年新能源车销量524.7万台，销量再上一个台阶

- 在国家“补贴、限牌、限行”等政策引导下，十多年时间，中国新能源车销量发生翻天覆地变化，市场渗透率由0稳步提升到25.9%，消费者对新能源车的认可度逐步提升。
- 新能源车行业需求高涨，2022年全国新能源车零售销量524.7万台，再上一个台阶，同比增速达79.6%，份额同比增长8.2%。



下半年市场逐渐回暖，新能源车销量不断创新高

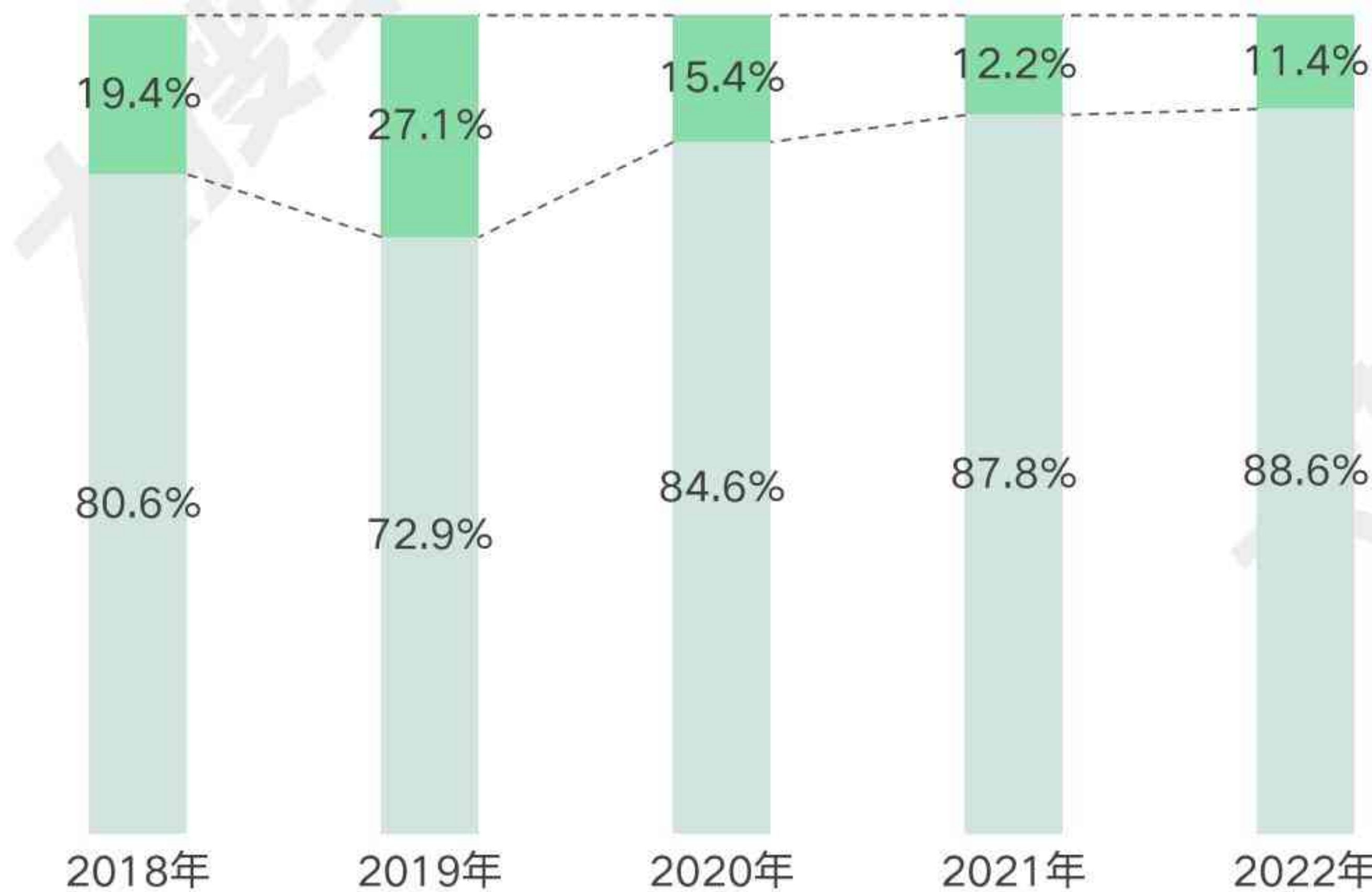
- 各月销量显示，2022年新能源乘用车销量有所波动，但整体呈上涨的态势。受局部疫情爆发影响4-5月销量开始下滑，下半年后市场逐渐回暖，销量不断创新高
- 受“新能源汽车补贴2023年1月1日取消”、“经销商冲刺”等多重因素影响，消费者为抓住补贴最后的红利，驱使12月新能源车销量暴增至70.8万台，达全年最高。



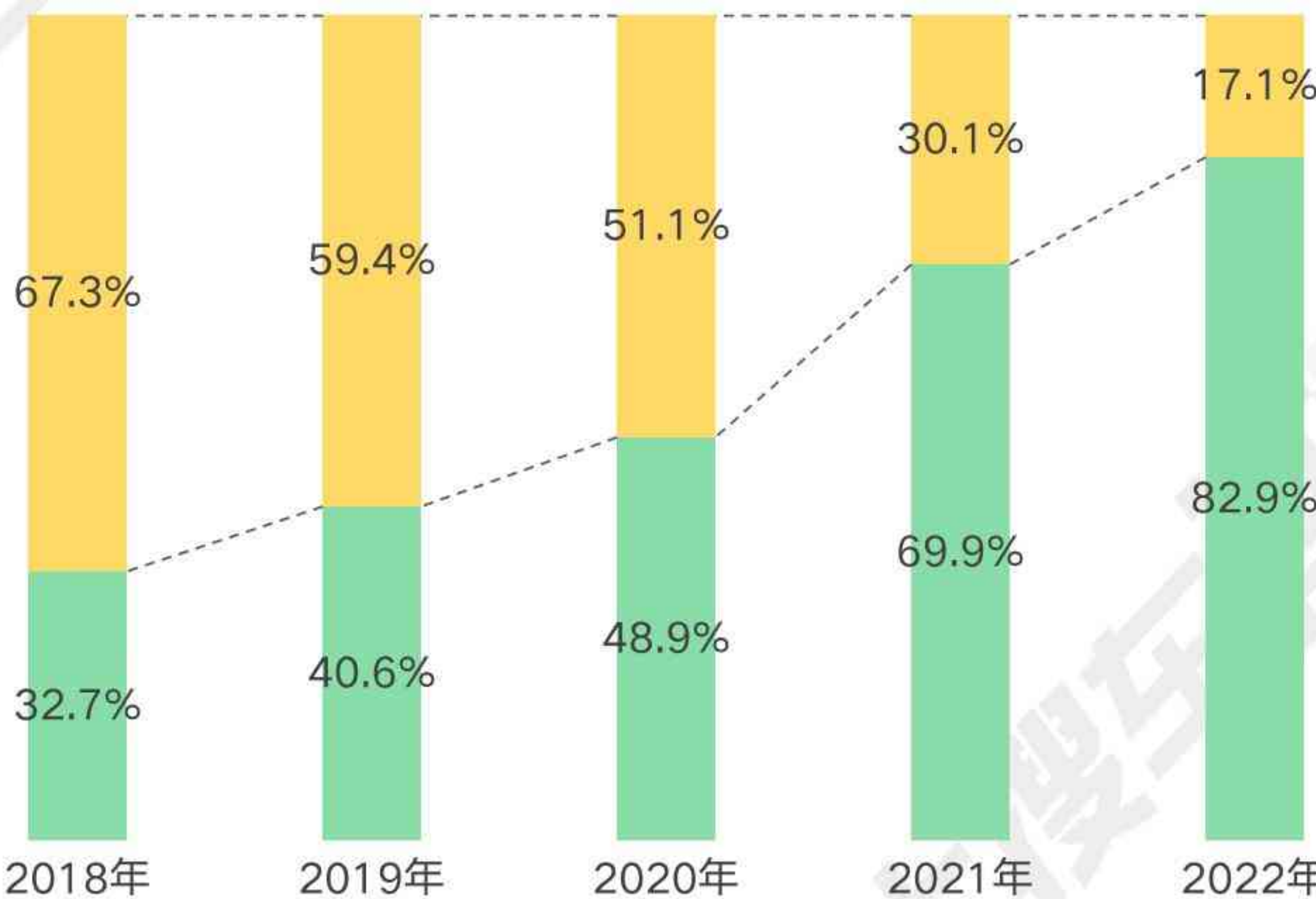
新能源车C端消费市场不断崛起同时，在营运市场份额已经超过传统燃油

- 近5年的数据显示，新能源车C端消费市场正不断崛起（2019年主机厂向B端市场大量抛售，以抓住新能源财政补贴退坡前最后红利，导致C端消费市场份额出现短暂的萎缩），2022年占比达88.6%；
- 在“行业政策、运营成本”等多重因素驱动下，营运市场上新能源占比也逐年攀升，2022年占市场比例超8成，同传统燃油车差距进一步扩大。

2018-2022年非营运和营运车辆结构分布



2018-2022年营运车辆中新能源和传统能源占比分布



非营运车辆占比 营运车辆占比

新能源车占比 传统能源车占比

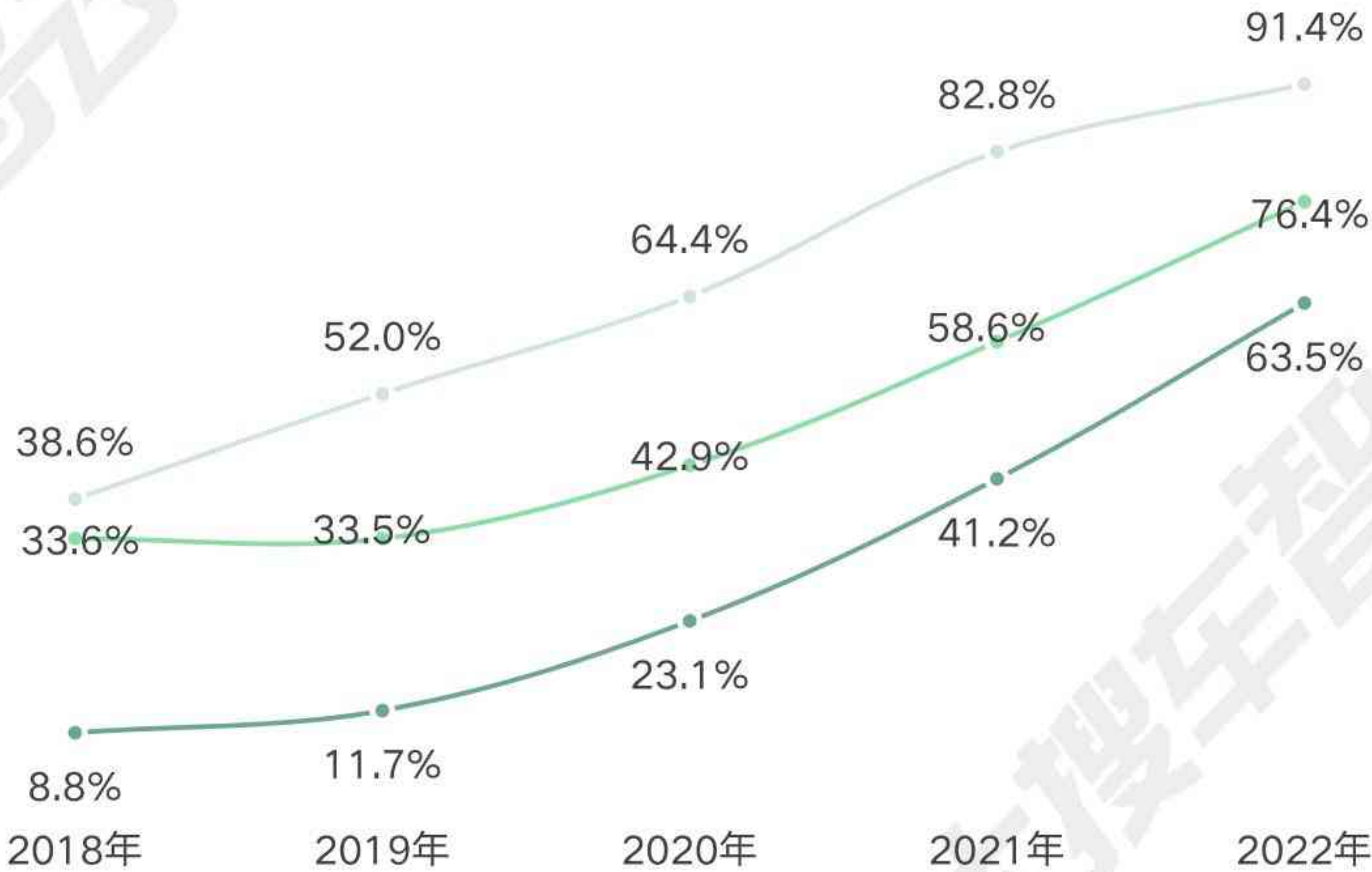
1-2线城市营运车辆新能源渗透率超90%，远高于3-5线城市

- 近5年数据显示，营运市场上，各城市级别新能源渗透率稳步提升，但仍存在一定差距，1-2线城市营运车辆新能源渗透率超90%，高于3-5线城市，且这一差距差距存在逐渐扩大的趋势。
- 非营运市场，1-2线城市和3线城市新能源渗透率差距并不大，但4-5线城市相对偏低

2018-2022年非营运市场_城市新能源渗透率

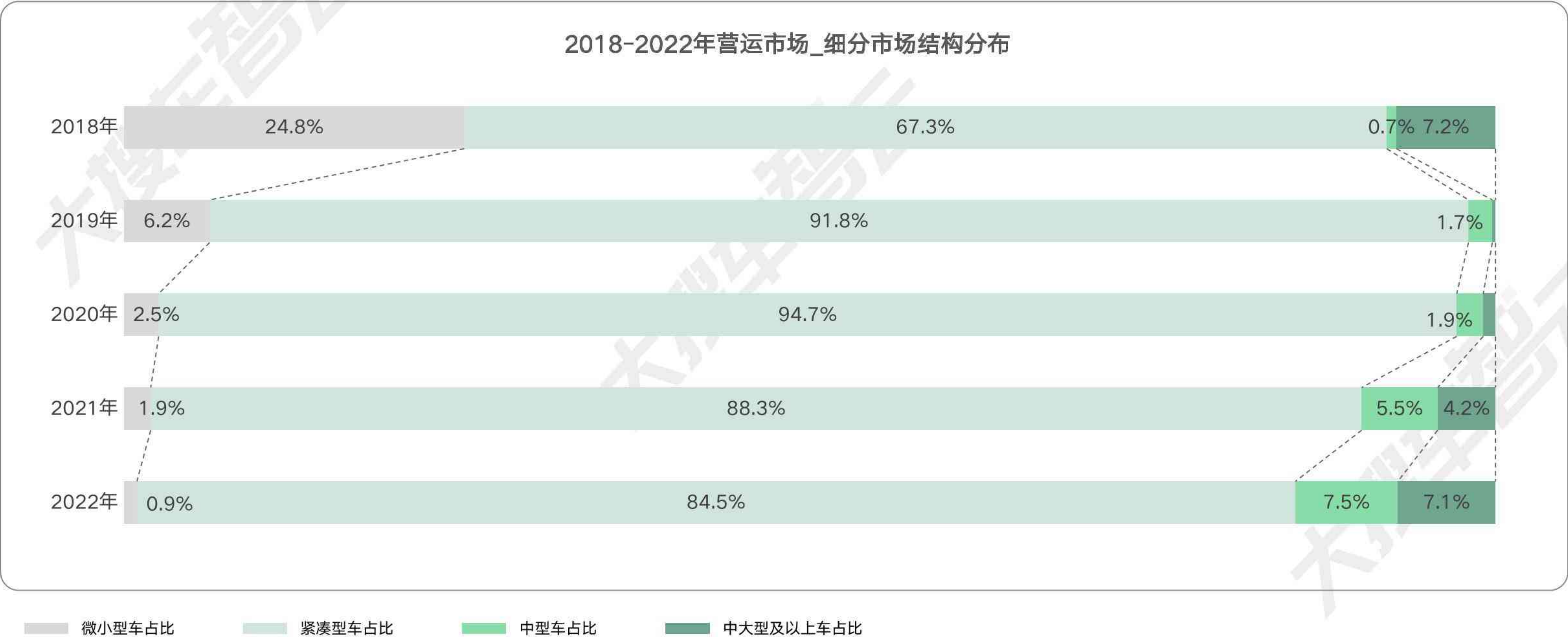


2018-2022年营运市场_城市新能源渗透率



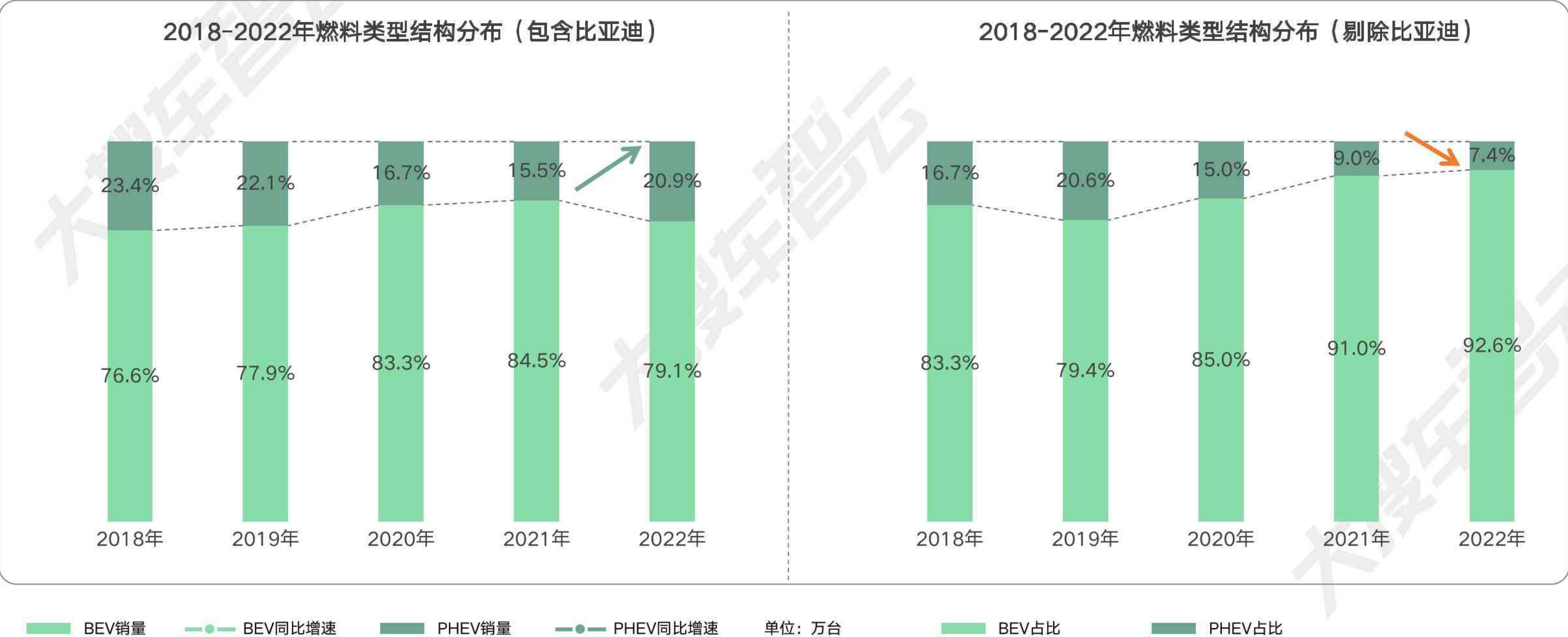
营运市场中型车份额不断上涨，2022年达7.5%

- 营运市场车型偏好以紧凑型为主，2019-2020年达到峰值，市场份额超9成，但近两年来这一比例不断下滑，2022年下跌至84.5%，与此同时中型车份额不断上涨，微小型市场不断萎缩（几乎退出市场）。



燃料类型①：剔除比亚迪后，PHEV份额不增反降

- BEV产品关键技术指标和性能的提升、成本的下降，促进BEV市场份额稳步增长，在新能源市场稳居主导地位，2022年市场份额达79.1%，剔除比亚迪市场份额超9成。
- 在连续多年下跌后，PHEV份额再次反弹，2022年市场份额20.9%（PHEV市场头部效应显著，比亚迪一家独大，2022年贡献75%以上销量），同比增长5.4%，但剔除比亚迪后，份额不增反降

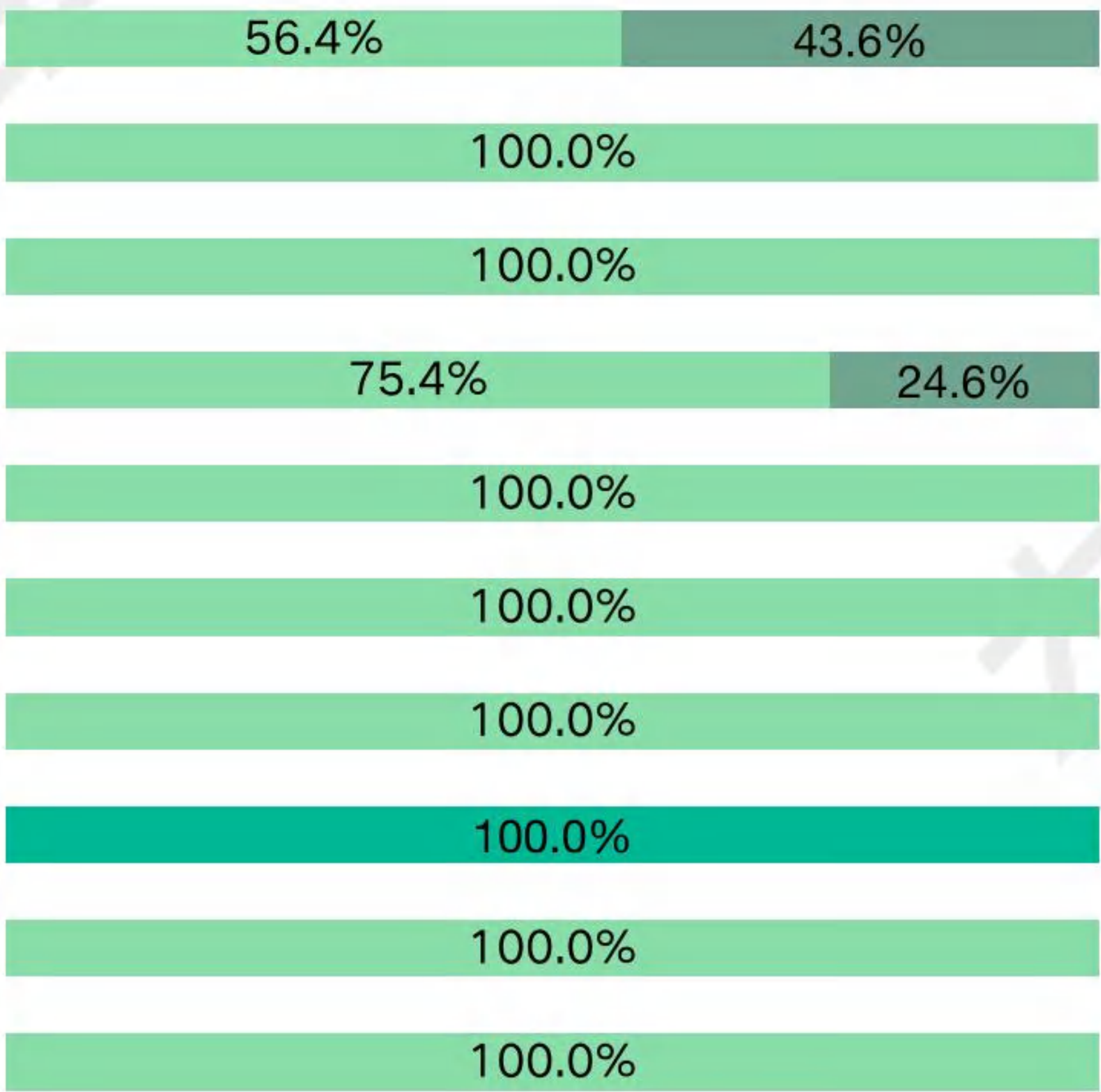


燃料类型②：主流厂商销量贡献普遍来自BEV

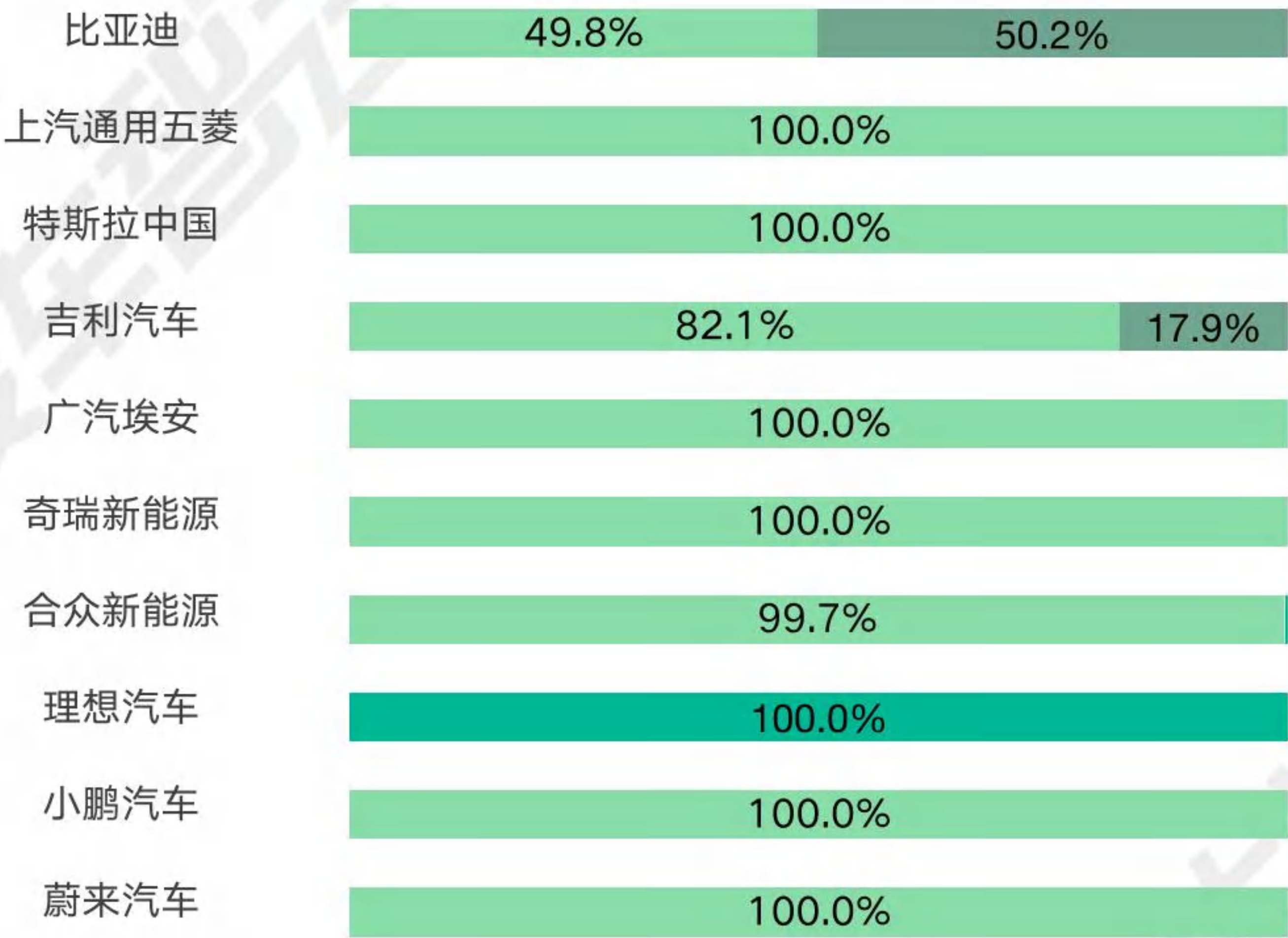
- 对比“主流厂商在新能源市场燃料类型结构分布”，当前行业新进入者主要依靠BEV发力，以抢占新能源市场，特斯拉中国、合众、小鹏、蔚来等BEV结构占比达100%；
- 比亚迪、吉利汽车仍延续PHEV和BEV双技术路线战略，但二者产品结构分布存在明显差距。比亚迪齐头并进，2022年BEV和PHEV销量相当，而吉利汽车销量更依赖于BEV，2022年BEV销量贡献率已经超8成。

TOP10厂商燃料类型结构分布

2021年燃料类型分布

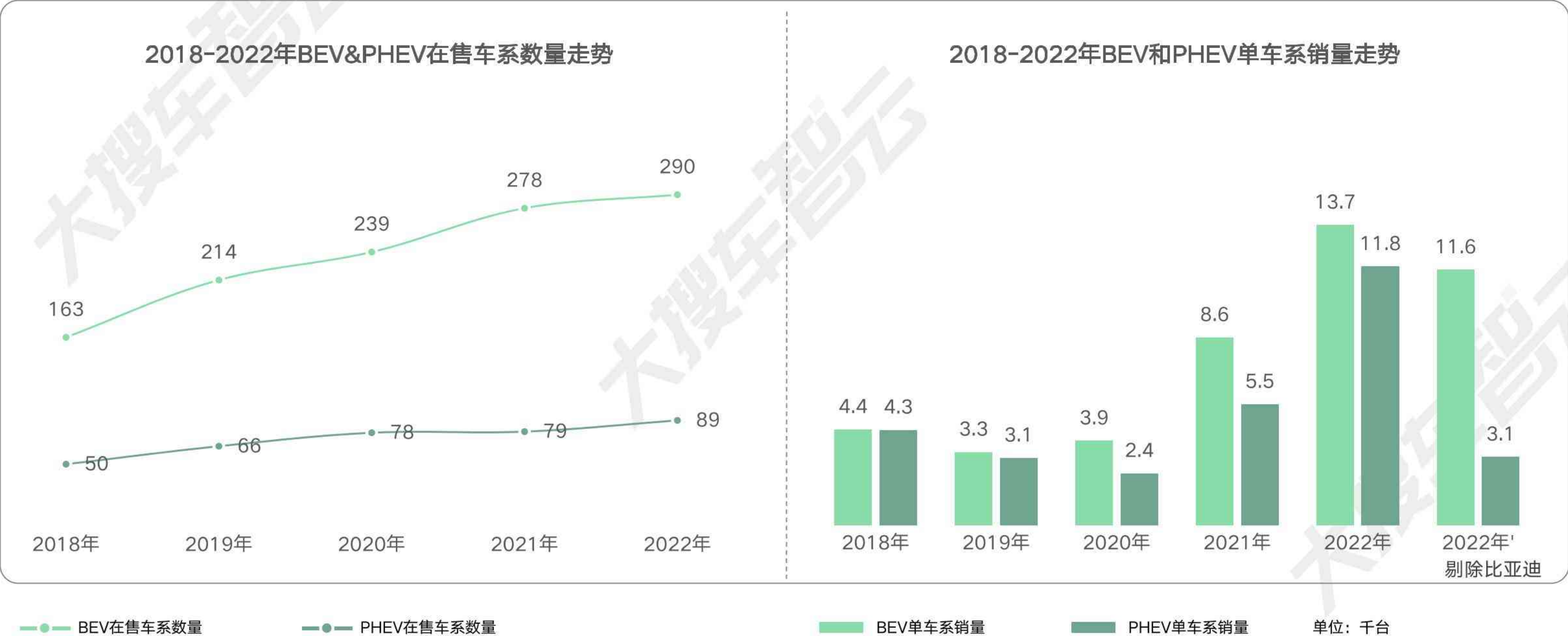


2022年燃料类型分布



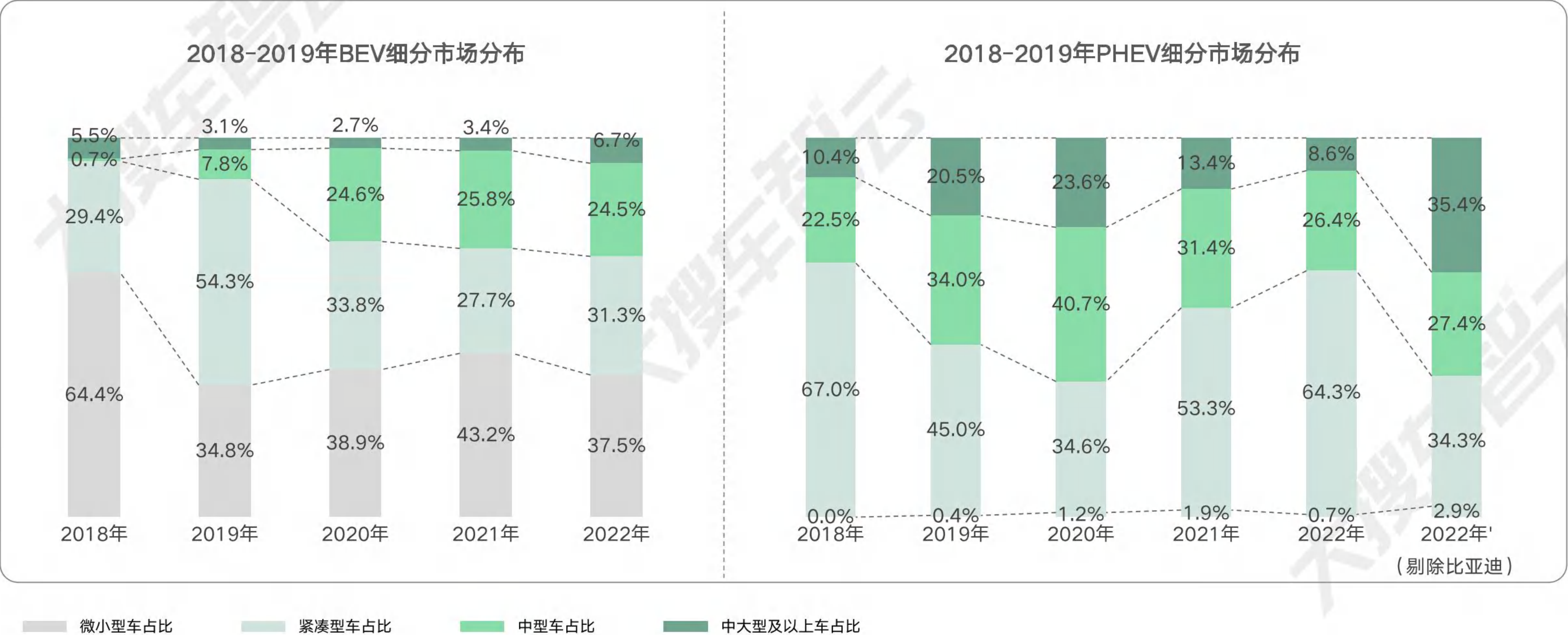
燃料类型③：剔除比亚迪后，PHEV单车销量仅3100台

- PHEV财政补贴力度相对低，诱使企业新能源产品开发中，将更多资源向BEV倾斜，近5年在售车系数量走势显示：BEV和PHEV在产品投放数量方面差距明显，2022年BEV在售车系数量是PHEV的3.3倍，差距再次被拉大。
- 从“单车平均销量”分析，2022年BEV和PHEV差距再次缩小，但剔除比亚迪后，BEV单车销量是PHEV的3.7倍，差距进一步拉大。



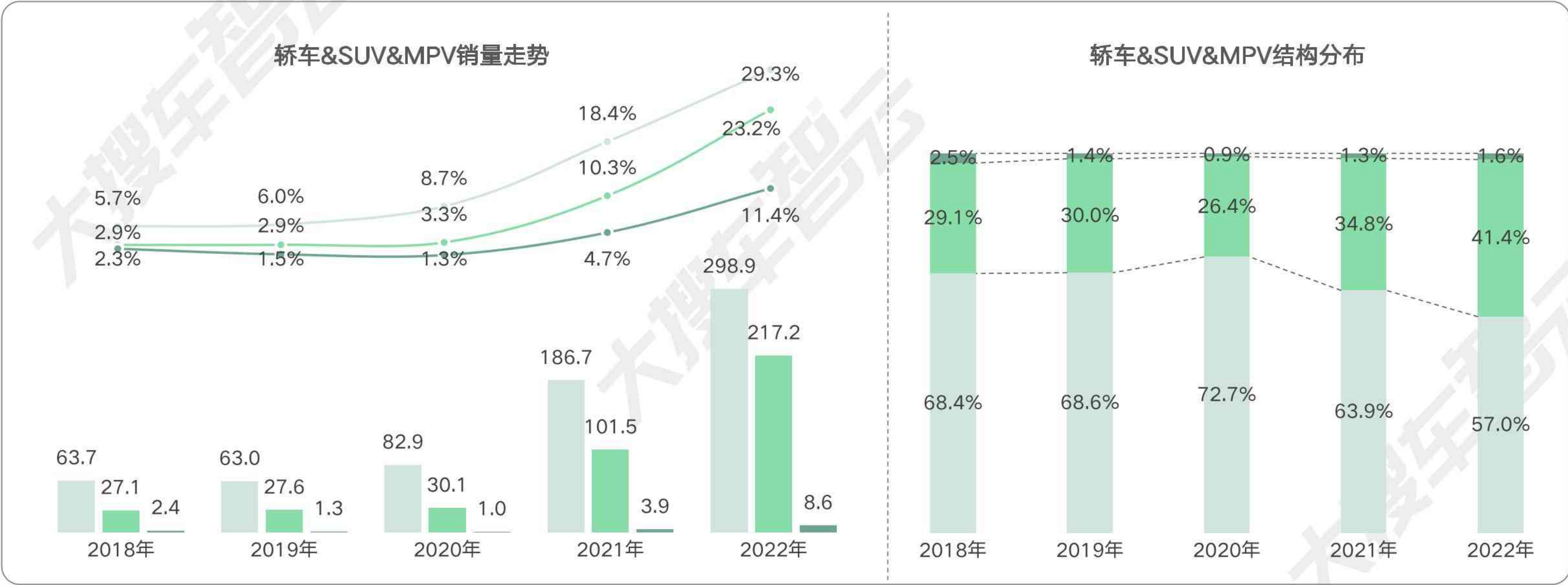
燃料类型④：BEV市场，微小型车、紧凑型车、中型车三分天下

- 对比近5年细分市场结构分布数据，BEV、PHEV结构差异明显。BEV市场，微小型车市场份额逐渐萎缩（由2018年64.4%下降至2022年37.5%），中型车稳步提升，形成了微小型车、紧凑型车、中型车三分天下的竞争格局。
- 作为PHEV中流砥柱，紧凑型车自2020年跌至谷底后，经历两年调整，市场份额恢复至2018年水平，2022年达64.3%，同比增长10.9%；然而剔除比亚迪，紧凑型份额同比下滑4.1%至34.3%。



细分市场①：SUV份额增至4成以上，有望同轿车二分天下

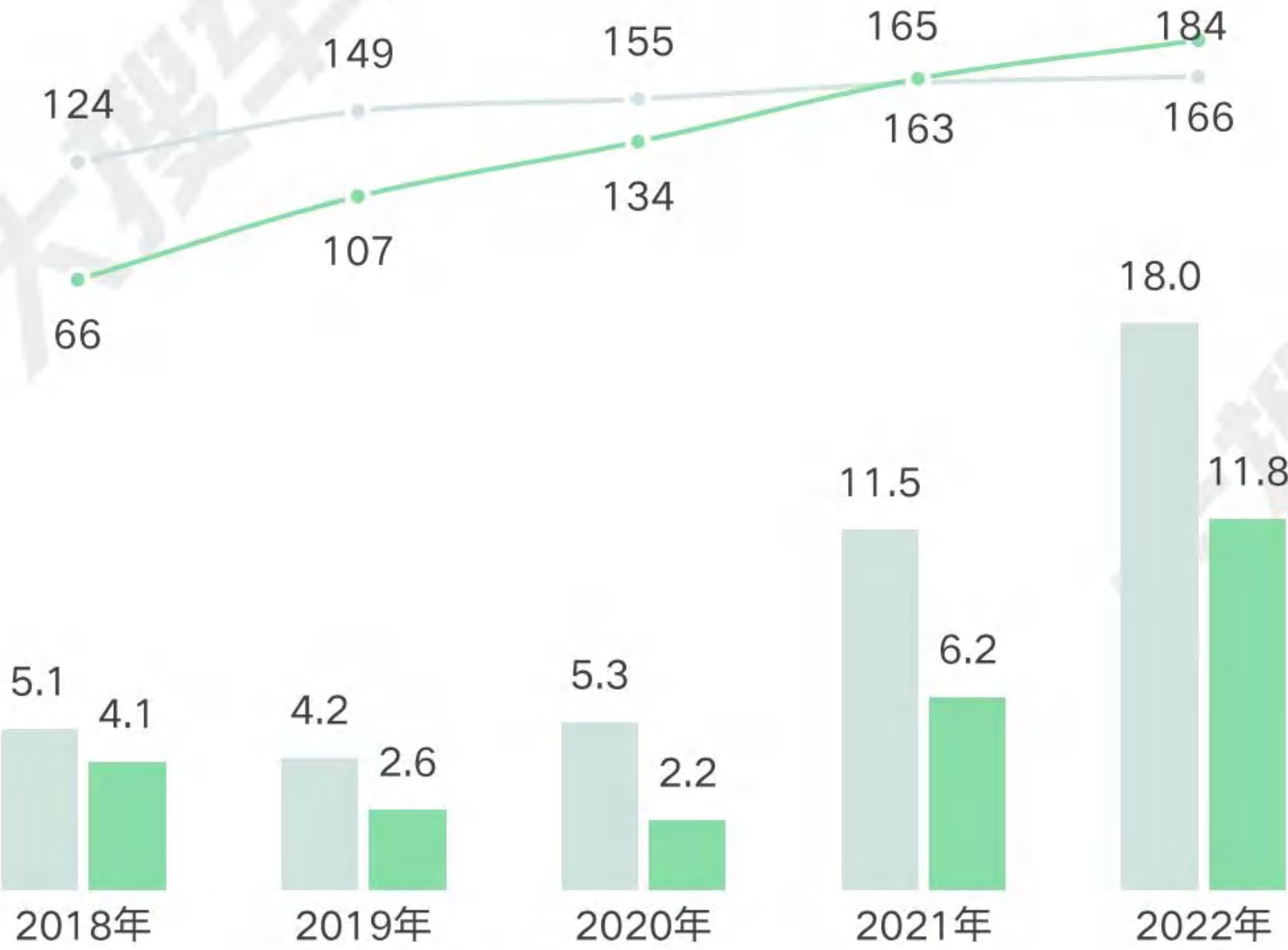
- 各细分市场销量紧随行业大盘走势，销量均呈爆发式增长，但新能源渗透率出现分化。2022年轿车新能源渗透率29.3%，高于行业平均水平，而MPV仅为11.4%
- 2018-2022年数据显示，轿车份额自2020年达到峰值后，近两年来不断下跌，2022年份额跌至57.0%，与此同时SUV份额稳步增长，有望同轿车一争长短。



细分市场②：SUV产品投放数量已经超过轿车，单车销量仍偏低

- 随着厂家不断加快SUV新产品投放力度，SUV和轿车产品数量差距逐渐缩小，2022年SUV产品投放数量已经超过轿车，但单车销量仅1.2万台（剔除头部企业比亚迪，单车销量不到6400台），同轿车1.8万台仍存在差距；
- 主流厂商普遍“一条腿”走路，产品结构失衡问题显著，传统主机厂（上汽通用五菱、吉利汽车、奇瑞新能源）销量贡献主要依赖轿车，造车新势力（合众、理想、蔚来）依靠SUV抢占市场，但也在加快轿车市场进入步伐。

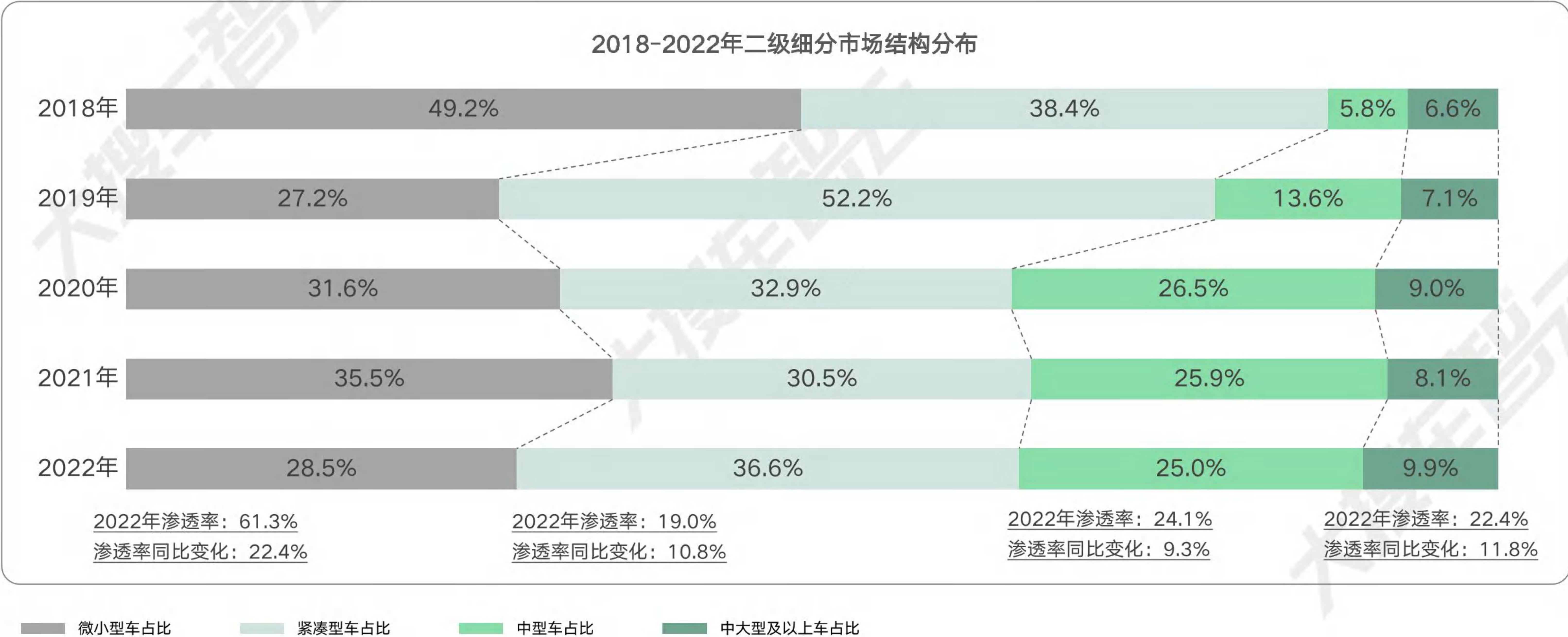
2018-2022年轿车&SUV在售车系数量和单车系销量



厂商	2022年车型结构占比		SUV结构变化
比亚迪	53.9%	46.1%	10.1%
上汽通用五菱	100.0%		0.0%
特斯拉中国	28.3%	71.7%	18.8%
吉利汽车	68.8%	31.2%	-2.8%
广汽埃安	41.9%	58.1%	16.9%
奇瑞新能源	99.8%		-2.7%
合众新能源		99.0%	-0.2%
理想汽车		100.0%	0.0%
小鹏汽车	80.2%	19.8%	-12.7%
蔚来汽车	27.7%	72.3%	-24.2%

细分市场③：消费升级趋势初显端倪，中型车份额呈上涨趋势

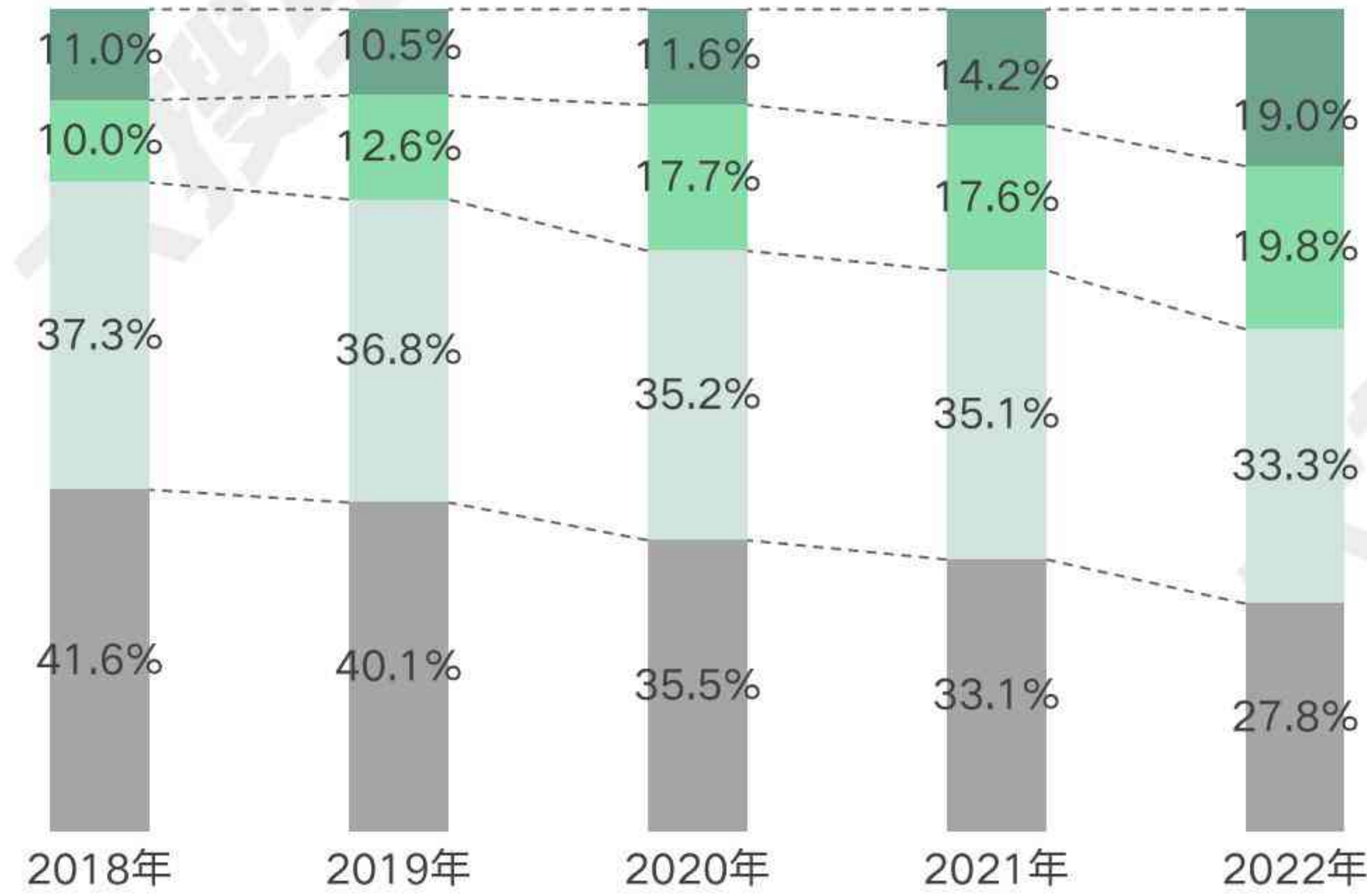
- 同传统能源市场“纺锤形”销量分布结构（紧凑型贡献超一半销量）不同，新能源市场紧凑型份额不到40%，且新能源渗透率相对偏低仅19.0%；作为主流家用需求市场，随着新能源逐渐普及，紧凑型车份额有望进一步增长。
- 消费升级趋势初显端倪，2018-2022年数据显示，中型车份额呈上涨趋势，近3年份额保持在25%左右，而微小型车市场不断萎缩，由2019年49.2%下降至2022年28.5%。



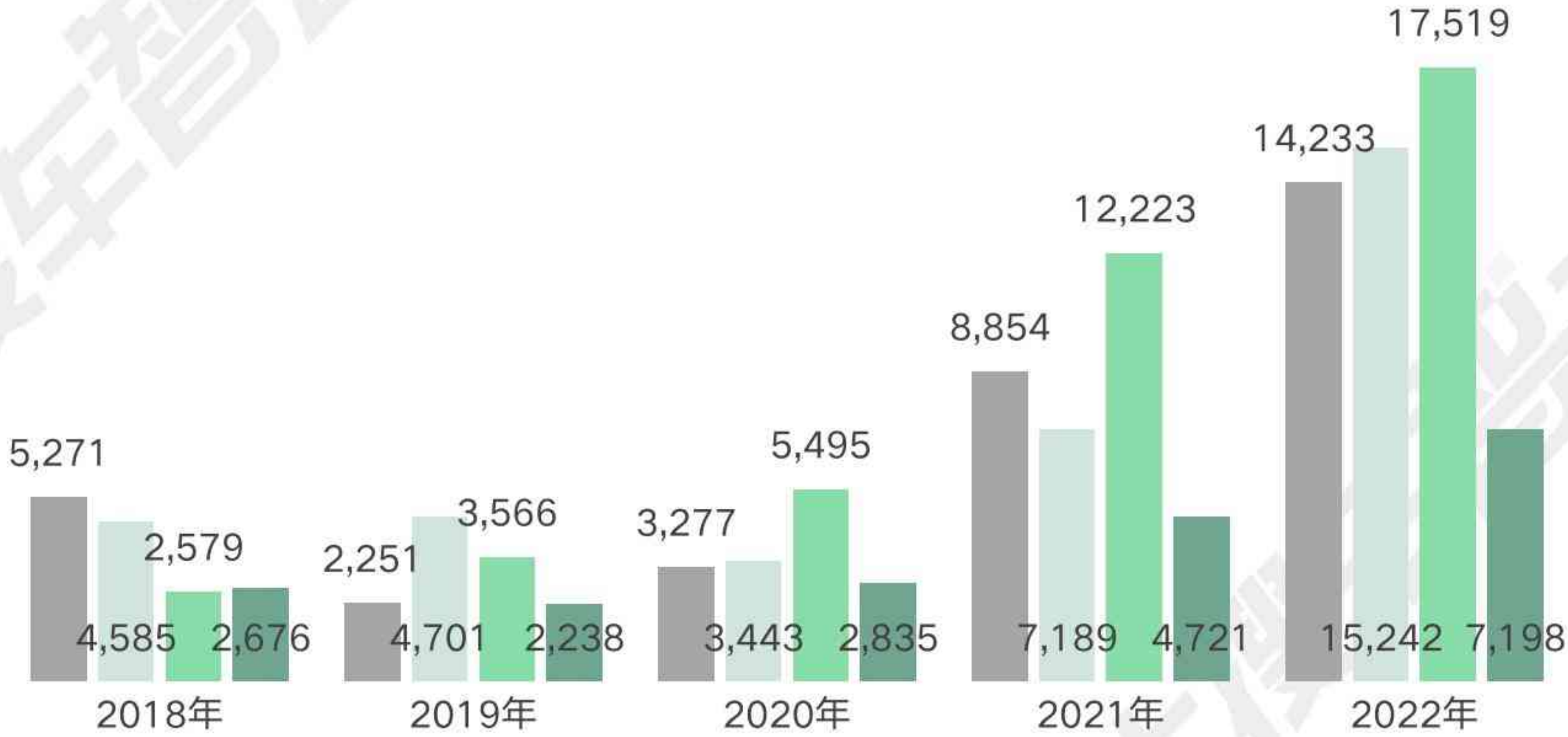
细分市场④：行业不断加大中型车市场投放步伐

- “2018-2022年在售车系数量占比”数据显示，行业不断加大中型及以上产品市场投放布局，微小型和紧凑型车不断下跌，而中型及以上数量占比不断增长；
- 从“单车系销量”分析，紧凑型车系数量多，市场竞争更为激烈，单车销量1.5万台不敌中型车。

2018-2022年细分市场在售车系数量占比



2018-2022年细分市场单车系销量



细分市场⑤：2022年微型轿车份额下滑，而紧凑型SUV大幅增长

- 微小型市场，微型轿车新能源渗透率将近100%，高于小型轿车和SUV，但市场份额同比下滑8.9%，降幅最大，而小型轿车份额增长2.3%；
- 紧凑型SUV销量呈爆发式增长，同比大幅上涨190.6%，首次超过紧凑型轿车，份额同比增长7.0%，增幅最大。

一级细分	二级细分	2022年销量（万台）		同比增速	市场份额	份额同比	新能源渗透率	同比变化
微小型	微型轿车		101.3	22.9%	19.3%	-8.9%	99.9%	0.0%
	小型轿车		24.1	260.1%	4.6%	2.3%	47.4%	33.4%
	小型SUV		24.0	66.3%	4.6%	-0.4%	26.3%	15.6%
紧凑型	紧凑型轿车		95.4	74.1%	18.2%	-0.6%	19.0%	8.9%
	紧凑型SUV		95.5	190.6%	18.2%	7.0%	19.1%	12.9%
	紧凑型MPV		1.2	-22.1%	0.2%	-0.3%	14.1%	2.9%
中型	中型轿车		61.6	64.8%	11.7%	-1.1%	22.2%	7.4%
	中型SUV		69.8	81.7%	13.3%	0.2%	26.1%	11.4%
中大型	中大型轿车		16.2	207.7%	3.1%	1.3%	20.6%	13.8%
	中大型SUV		23.5	52.9%	4.5%	-0.8%	34.6%	9.8%
	中大型MPV		7.4	206.5%	1.4%	0.6%	11.1%	7.5%
	大型轿车		0.4	183.2%	0.1%	0.0%	4.4%	2.9%
	大型SUV		4.3	993.5%	0.8%	0.7%	52.0%	42.0%

细分市场⑥：比亚迪在紧凑型市场一家独大，3款车型份额达50%

- 行业头部效应显著，微小型、紧凑型 and 中型车TOP3车系分别占据该细分市场半壁江山，而中大型及以上市场集中度相对分散；
- 在微小型和紧凑型市场，传统自主品牌优势明显，2022年微小型和紧凑型市场TOP10车系主要来自于自主品牌；中型市场，TOP10车系以特斯拉和新势力品牌为主，合资车系（宝马X3、帕萨特、迈腾）均跌出TOP10榜单。
- 比亚迪虽在微小型、紧凑型、中型市场大放异彩，但在中大型及以上市场，未有车系跻身TOP 10

微小型市场：TOP10车系排行榜			紧凑型市场：TOP10车系排行榜			中型市场：TOP10车系排行榜			中大型及以上：TOP10车系排行榜		
TOP10车系	2022年销量（万台）	份额	车系	2022年销量（万台）	份额	车系	2022年销量（万台）	份额	车系	2022年销量（万台）	份额
宏光MINI EV	41.0	27.4%	宋	42.2	22.0%	Model Y	31.7	24.1%	理想ONE	7.9	15.2%
比亚迪海豚	18.3	12.2%	秦	33.1	17.2%	汉	22.0	16.7%	极氪001	7.1	13.8%
奔奔E-Star	9.5	6.4%	元	15.0	7.8%	MODEL 3	12.5	9.5%	理想L9	4.0	7.7%
哪吒V	9.4	6.3%	AION Y	9.5	4.9%	唐	11.5	8.7%	ID.6 CROZZ	2.4	4.7%
小蚂蚁	9.2	6.1%	AION S	9.0	4.7%	小鹏P7	5.9	4.5%	奔腾NAT	2.3	4.5%
QQ冰淇淋	7.9	5.3%	风神E70	7.0	3.7%	问界M5	5.3	4.0%	蔚来ET7	2.3	4.4%
长安Lumin	6.1	4.1%	哪吒U	5.0	2.6%	零跑C11	4.4	3.3%	奔驰E级	2.2	4.2%
零跑T03	6.1	4.1%	驱逐舰05	4.5	2.3%	蔚来ES6	4.2	3.2%	问界M7	1.8	3.4%
欧拉好猫	5.7	3.8%	几何A	4.4	2.3%	小鹏P5	3.8	2.9%	宝马5系	1.7	3.3%
科莱威	4.1	2.7%	ID.4 CROZZ	4.3	2.2%	红旗E-QM5	3.5	2.7%	理想L8	1.6	3.1%
TOP10车系份额：78.5% 同比变化：-4.0%			TOP10车系份额：69.7% 同比变化：+9.7%			TOP10车系份额：79.7% 同比变化：-7.3%			TOP10车系份额：64.4% 同比变化：+12.2%		

厂商品牌①：合资份额经短暂上涨后，近两年开始下跌

- 2018年前，自主厂商在新能源市场占据绝对优势，市场份额达到9成以上，2019年始随着合资厂商加大对新能源产品的投入，以及特斯拉在华建厂，自主厂商份额不断被挤占，但经历2019-2020年份额短暂上涨后，近两年合资厂商份额不断下跌。
- 另一方面，自主和合资厂商新能源渗透率差距明显，2022年自主厂商新能源渗透率达49.4%，远高于行业平均水平，增而合资厂商仅为新能源渗透率仅为4.5%。

2018-2022年厂商属性份额



2018-2022年厂商属性新能源渗透率



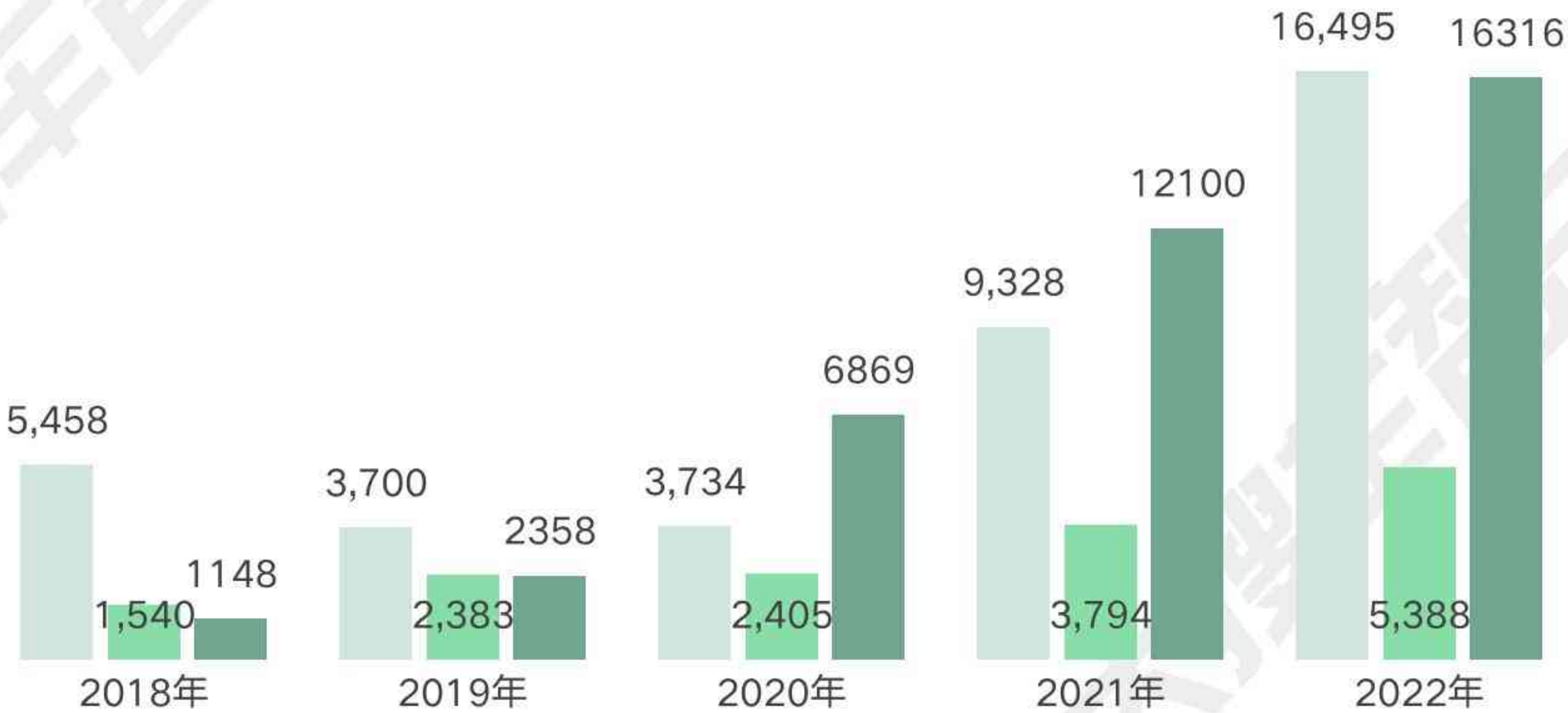
厂商品牌②：合资品牌在华产品布局滞后，且单车销量偏低

- “2018-2022年在售车系数量占比”数据显示，合资品牌产品投放数量相对偏少，在华产品布局滞后；
- 从“单车系销量”分析，自主厂商和合资厂商差距逐渐加大，2022年自主厂商单车销量1.6万台，是合资厂商的3.1倍。

2018-2022年厂商属性在售车系数量占比



2018-2022年厂商属性单车系销量



自主厂商占比 合资厂商占比 外商独资+进口厂商占比

自主厂商单车销量 合资厂商单车销量 外商独资+进口厂商单车销量

厂商品牌③：新能源市场头部效应显著，汽车市场竞争格局面临重塑

- 同传统能源市场不同，新能源车市场头部效应显著，2022年TOP10厂商占市场将近7成份额，9家自主品牌上榜，汽车市场竞争格局面临重塑，自主品牌有望通过新能源实现“弯道超车”，重塑汽车行业市场竞争格局。
- 另一方面，合资品牌在华产品布局的滞后，未能在新能源市场延续其在传统燃油市场的优势地位，在新能源市场竞争不敌自主品牌，新能源渗透率明显低于行业平均水平。

2022年TOP10厂商市场表现							2022年TOP10厂商_合资品牌市场表现						
品牌属性	厂商	2022年销量（万台）	份额	份额同比	渗透率	同比变化	品牌系别	厂商	2022年销量（万台）	份额	份额同比	渗透率	同比变化
自主	比亚迪	158.3	30.2%	12.2%	98.8%	25.7%	德系	一汽-大众	9.4	1.8%	-0.5%	5.4%	1.7%
自主	上汽通用五菱	44.7	8.5%	-6.0%	67.1%	12.7%	德系	上汽大众	9.0	1.7%	-0.4%	7.3%	3.1%
外商独资	特斯拉中国	44.2	8.4%	-2.6%	100.0%	0.0%	德系	广汽丰田	5.8	0.1%	-0.2%	0.8%	-0.7%
自主	吉利汽车	22.9	4.4%	1.9%	19.7%	14.1%	美系	上汽通用	4.8	0.9%	0.0%	4.8%	2.6%
自主	广汽埃安	21.4	4.1%	-0.1%	100.0%	0.0%	日系	东风日产	4.3	0.8%	0.3%	4.9%	3.5%
自主	奇瑞新能源	17.5	3.3%	0.4%	96.7%	-3.3%	日系	一汽丰田	3.5	0.1%	-0.2%	1.0%	-0.3%
自主	合众新能源	14.6	2.8%	0.6%	100.0%	0.0%	日系	广汽本田	2.2	0.2%	0.0%	1.5%	0.7%
自主	理想汽车	13.5	2.6%	-0.5%	100.0%	0.0%	德系	华晨宝马	1.2	1.1%	-0.5%	8.8%	1.5%
自主	小鹏汽车	12.0	2.3%	-1.0%	100.0%	0.0%	日系	东风本田	1.2	0.4%	-0.2%	3.3%	1.0%
自主	蔚来汽车	12.0	2.3%	-0.8%	100.0%	0.0%	德系	北京奔驰	1.1	0.7%	0.3%	6.1%	4.0%

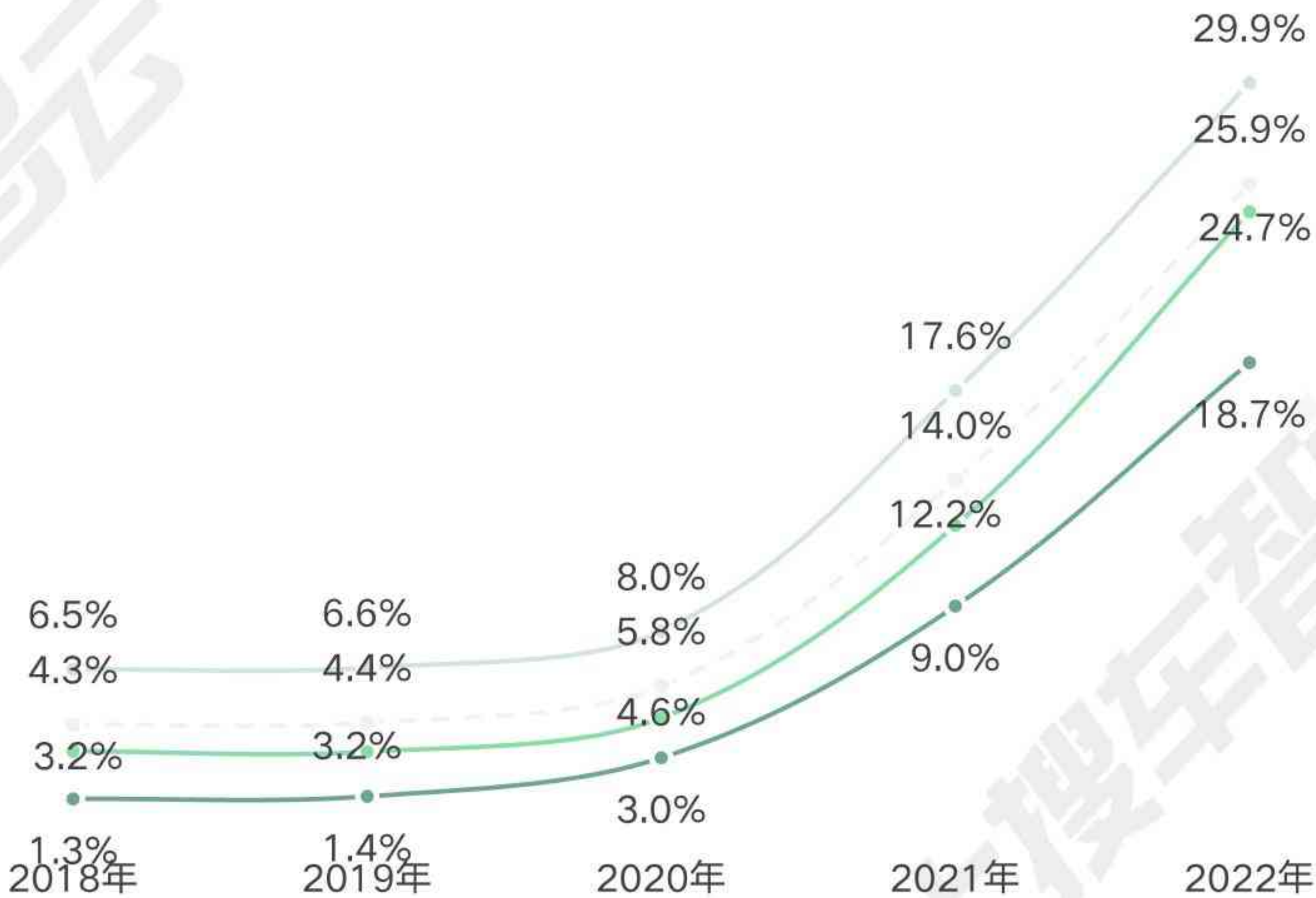
城市级别①：近年来，新能源市场由1-2线不断向3-5线城市下沉

- 当前，新能源车市场由1-2线城市逐渐向3-5线城市下沉，近5年数据显示3-5线城市销量占比已由2018年28.2%增长至2022年42.4%，
- 以“全国新能源渗透率走势”为参考线，各级别城市走势紧随全国大盘，但新能源普及率呈现差异化，1-2线城市新能源普及率领先全国，3-5线城市有所滞后，尤其是4-5线城市新能源城市渗透率不到20%

2018-2022年城市级别份额变化



2018-2022年城市级别新能源渗透率变化



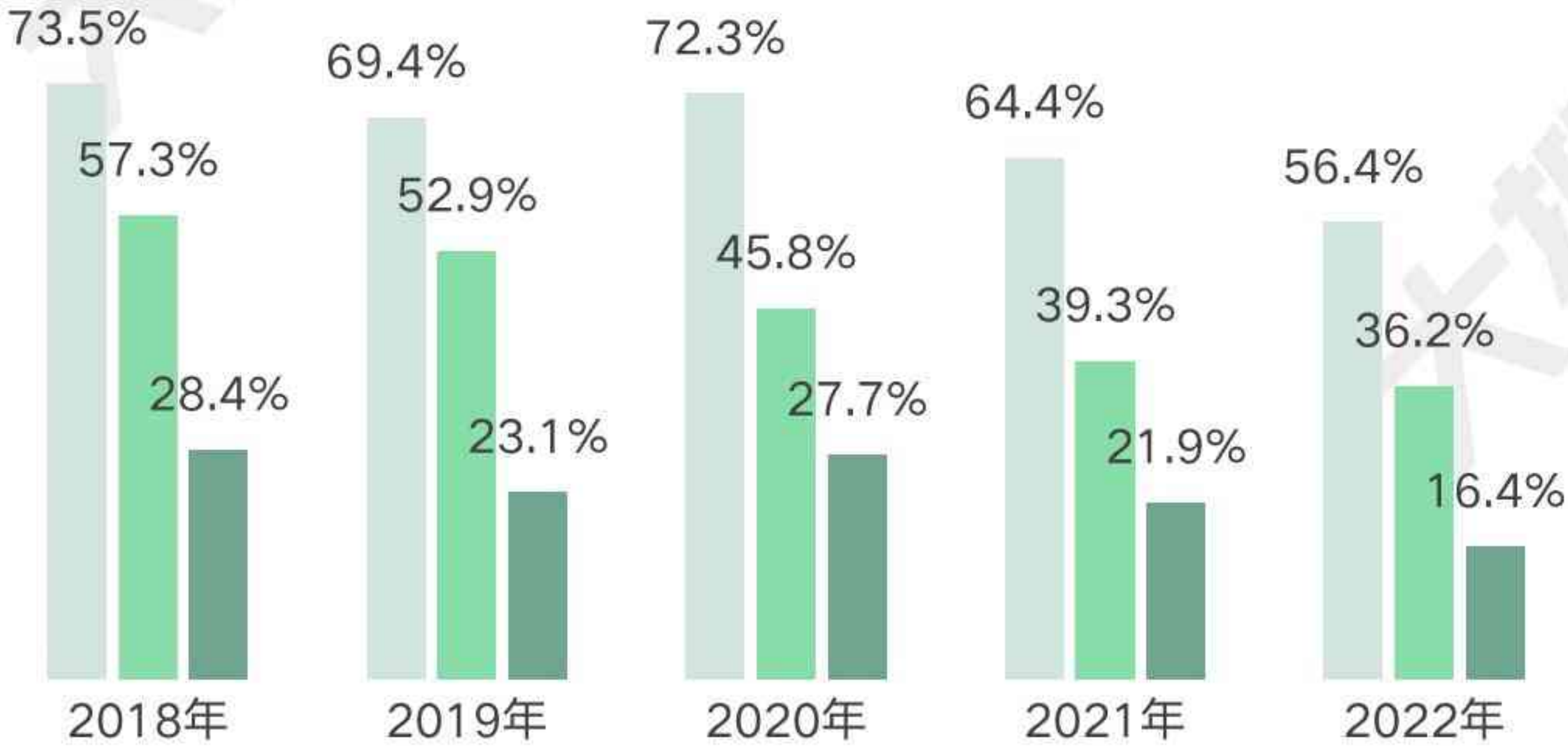
1-2线城市占比 3线城市占比 4-5线城市占比

1-2线城市新能源渗透率 3线城市新能源渗透率 4-5线城市新能源渗透率

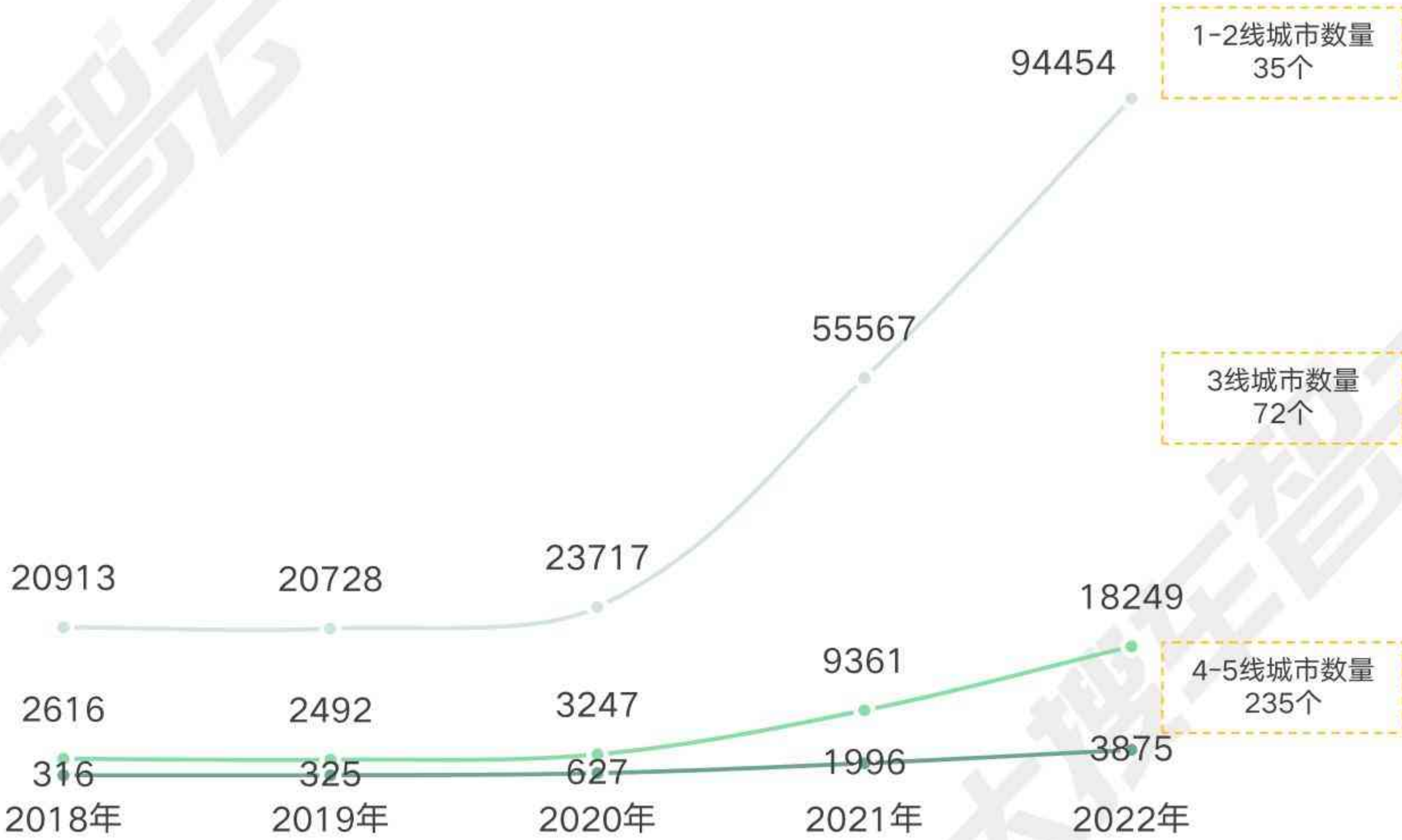
城市级别②：受市场集中度低等多重因素制约，3-5线城市渠道下沉难度大

- 对比1-2线城市，3-5线城市新能源车市场呈现“集中度低，城市数量众多、单城销量低”等特征，2022年1-2线城市单城销量9万台，而3-5线城市7200台左右，因此单一品牌4S店难以独立盈利和生存，网络渠道下沉难度大。
- 另一方面，随着新能源车在全国的普及，城市集中度也会随之下降，2022年各级别城市TOP10城市销量占比均呈下滑态势，进一步加大了3-5线城市渠道下沉的难度。

2018-2022年TOP10城市占比变化



2018-2022年单城市销量变化



1-2线城市

3线城市

4-5线城市

1-2线城市单城销量

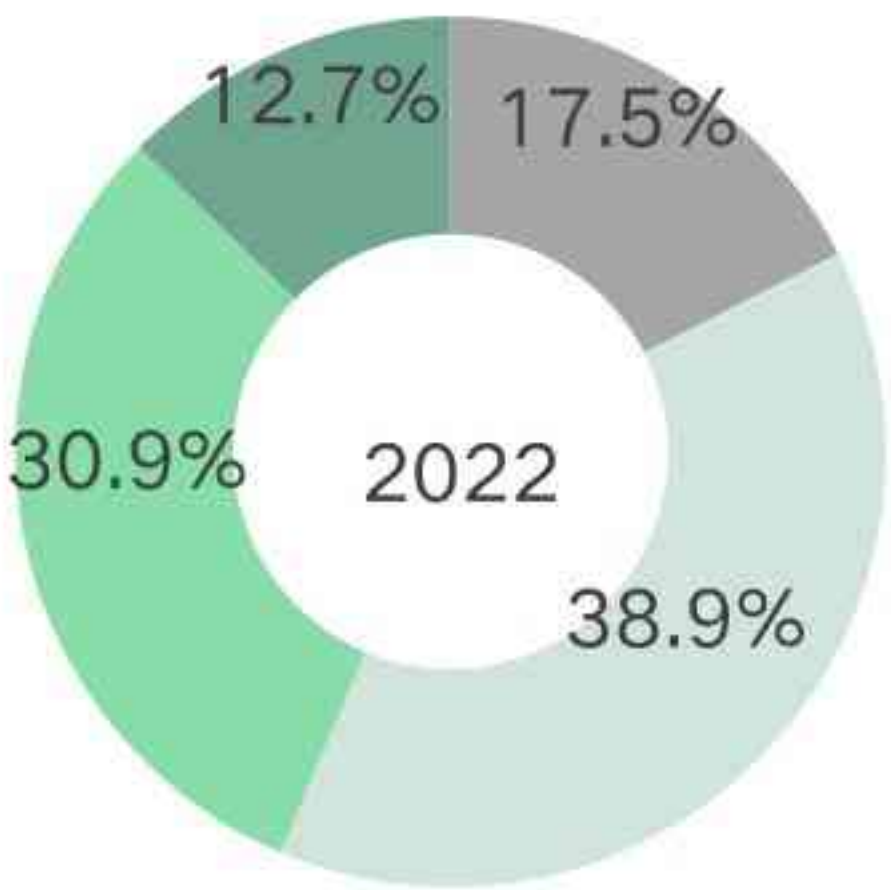
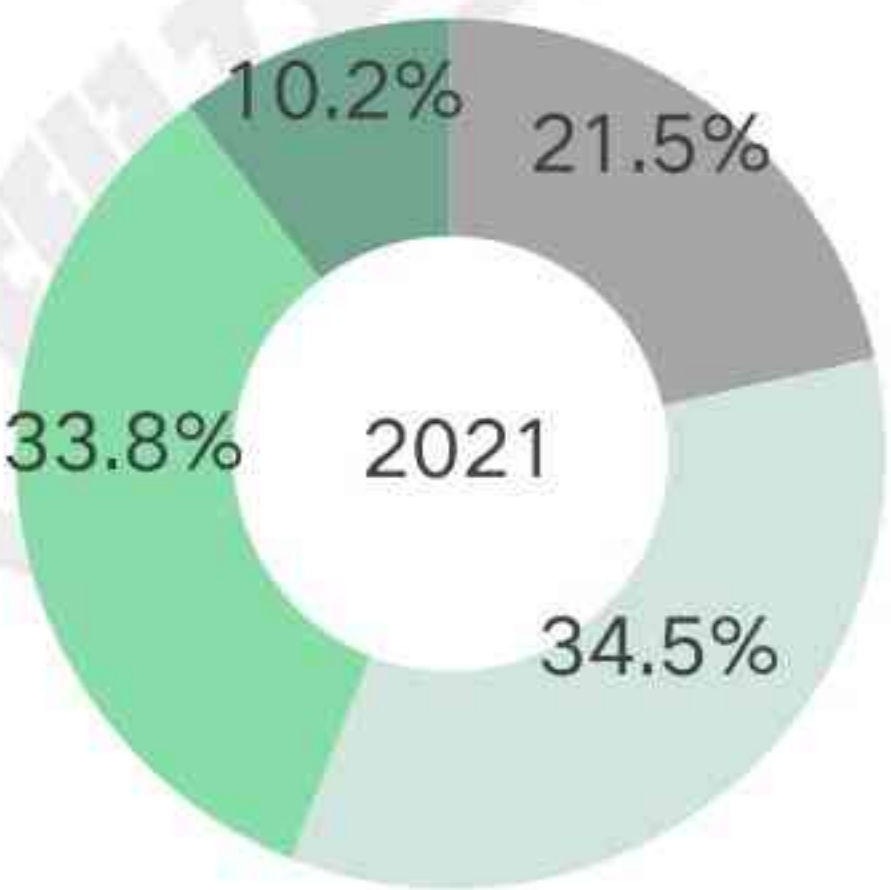
3线城市单城销量

4-5线城市单城销量

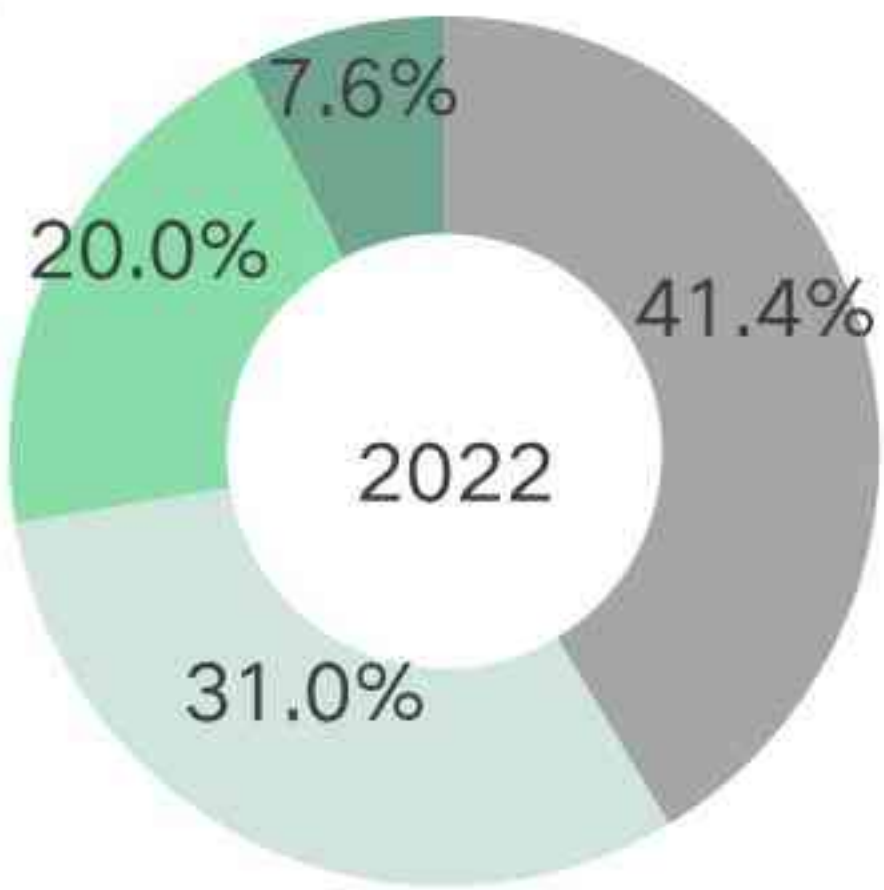
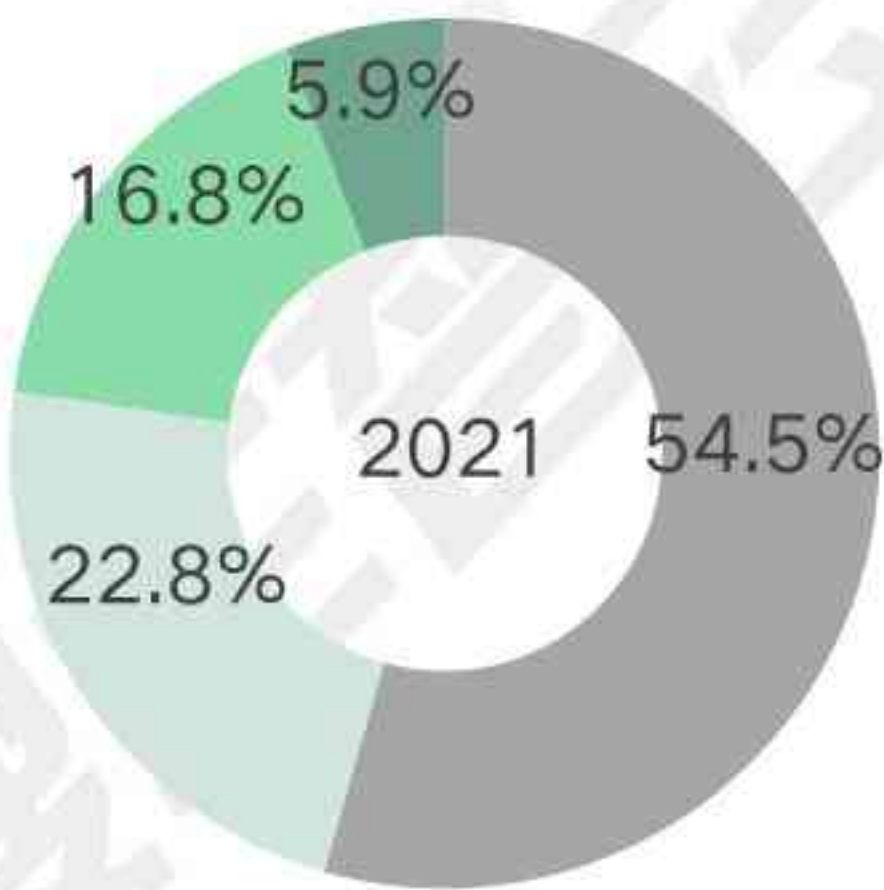
城市级别③：3-5线城市消费升级初显，微小型车占比不断下滑

- 受城市经济发展等因素的影响，各级别城市消费者对车型偏好差异明显，城市需求偏好同经济发展呈现一定正相关关系。1-2线城市通勤里程相对较长，且“中产阶级”消费者居多，“时尚、舒适、智能”的紧凑型 and 中型车更受其青睐，2022年紧凑型 and 中型车占比将近7成；
- 3-5线城市通勤里程短，高性价比的微小型车已基本满足消费者“代步”需求，微小型车占据主流，但随着消费者对新能源车的认可度逐步提升，新能源车逐渐向主流家用车渗透，2022年紧凑型份额超30%。

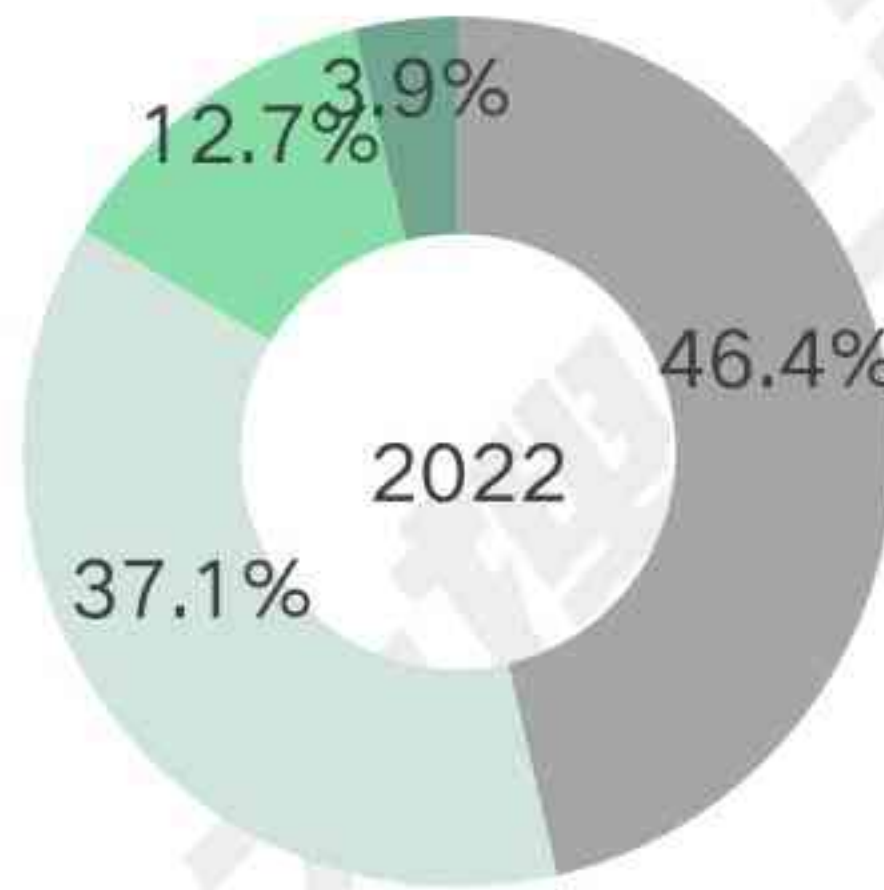
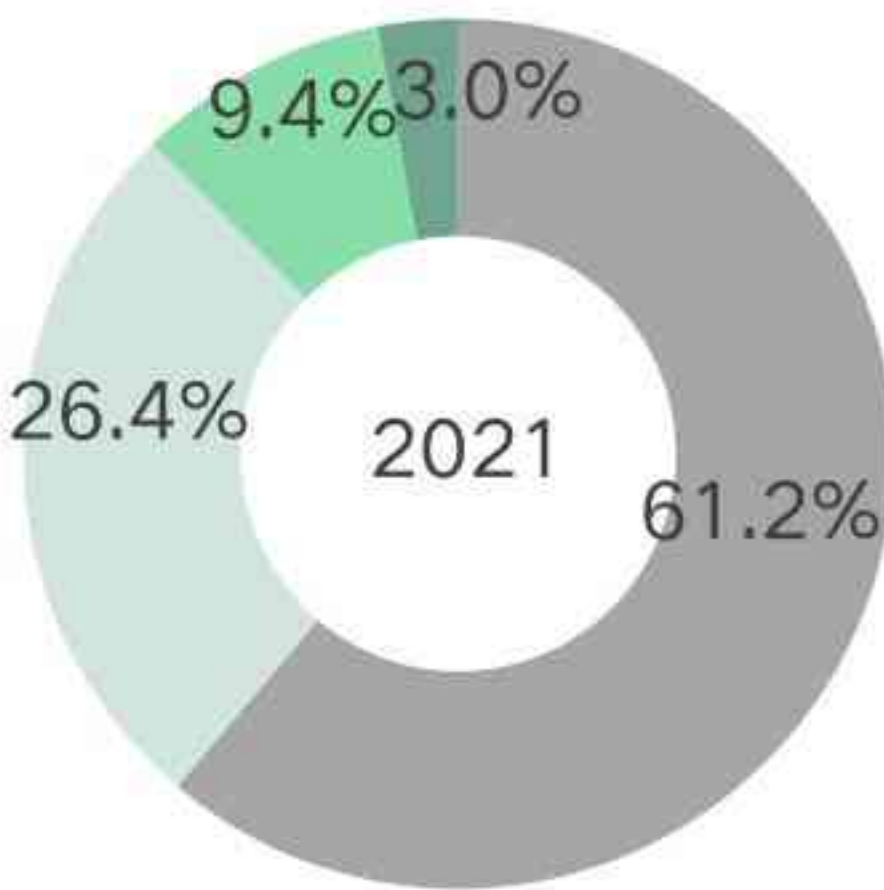
1-2线城市消费者车型偏好



3线城市消费者车型偏好



4-5线城市消费者车型偏好



城市级别④：受微小型市场萎缩影响，五菱、欧拉份额遭遇下滑

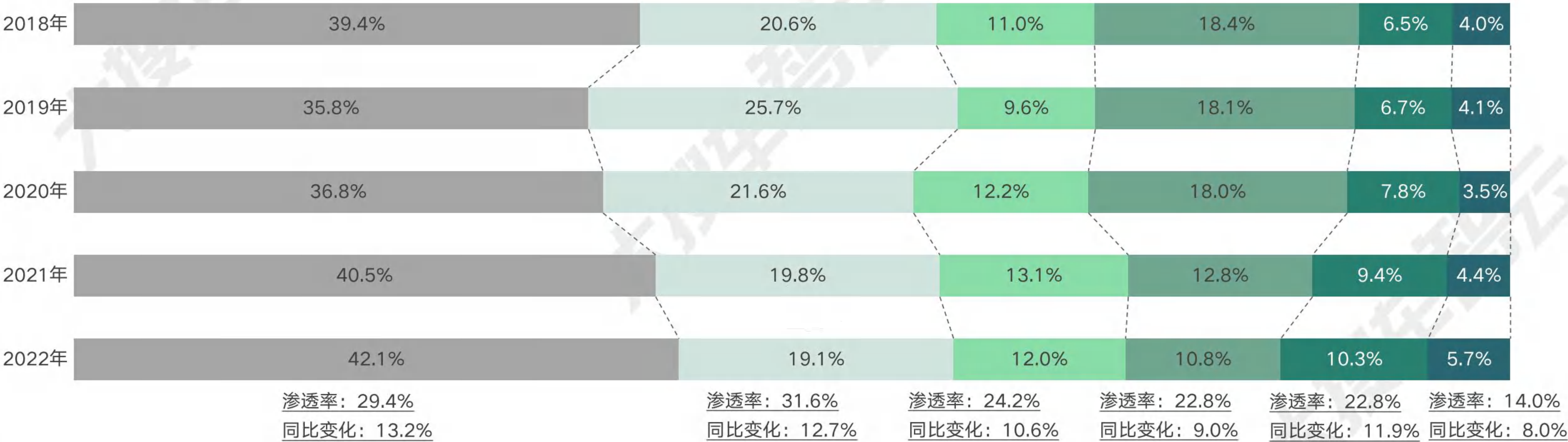
- 特斯拉、造车新势力（第一梯队）销售渠道主要分布在1-2线城市，其“舒适、智能、时尚”品牌基调和1-2线城市中产用户需求更为契合，因此在1-2线城市这些品牌更受青睐，而传统能源车企固有的品牌定位，制约其在1-2线城市的表现。
- 五菱在3-5线城市的市场优势明显，但随着微小型市场的萎缩，以及竞品在该市场产品布局，其市场地位面临威胁，2022年五菱全面失守；而比亚迪凭借“产品布局、渠道覆盖”等优势，2022年在各级市场大放异彩，市场份额均超30%。

1-2线城市消费者品牌偏好					3线城市消费者品牌偏好					4-5线城市消费者品牌偏好				
TOP10品牌	2022年销量（万台）		份额	份额同比	TOP10品牌	2022年销量（万台）		份额	份额同比	TOP10品牌	2022年销量（万台）		份额	份额同比
比亚迪		90.7	30.0%	11.5%	↑ 比亚迪		36.5	27.8%	12.4%	↑ 比亚迪		31.1	34.2%	14.3%
特斯拉		35.7	11.8%	-3.3%	↓ 五菱		15.5	11.8%	-9.6%	↓ 五菱		15.0	16.5%	-13.0%
↑ 埃安		13.7	4.5%	-0.5%	特斯拉		8.0	6.1%	-1.2%	↑ 奇瑞		5.7	6.2%	0.8%
↑ 大众		12.4	4.1%	-0.7%	↑ 奇瑞		7.4	5.6%	0.6%	↑ 长安		5.2	5.7%	1.4%
↓ 五菱		11.6	3.8%	-2.4%	↑ 长安		7.0	5.4%	0.5%	↑ 哪吒		3.7	4.1%	1.4%
↑ 蔚来		9.9	3.3%	-1.2%	↑ 哪吒		4.6	3.5%	0.5%	↑ 埃安		3.3	3.6%	0.9%
↑ 理想		9.9	3.3%	-0.8%	埃安		4.4	3.3%	0.3%	↓ 欧拉		1.8	2.0%	-3.8%
↓ 小鹏		9.5	3.1%	-1.4%	↑ 零跑		4.0	3.0%	0.7%	↑ 几何		1.8	1.9%	1.0%
↑ 长安		6.7	2.2%	-0.2%	↑ 大众		3.3	2.5%	-0.2%	↓ 荣威		1.7	1.9%	-1.1%
↑ 哪吒		6.3	2.1%	0.3%	↓ 欧拉		3.2	2.4%	-3.6%	↓ 大众		1.7	1.8%	-1.0%

大区①：华北地区份额持续下滑，2022年销量同西南地区相当

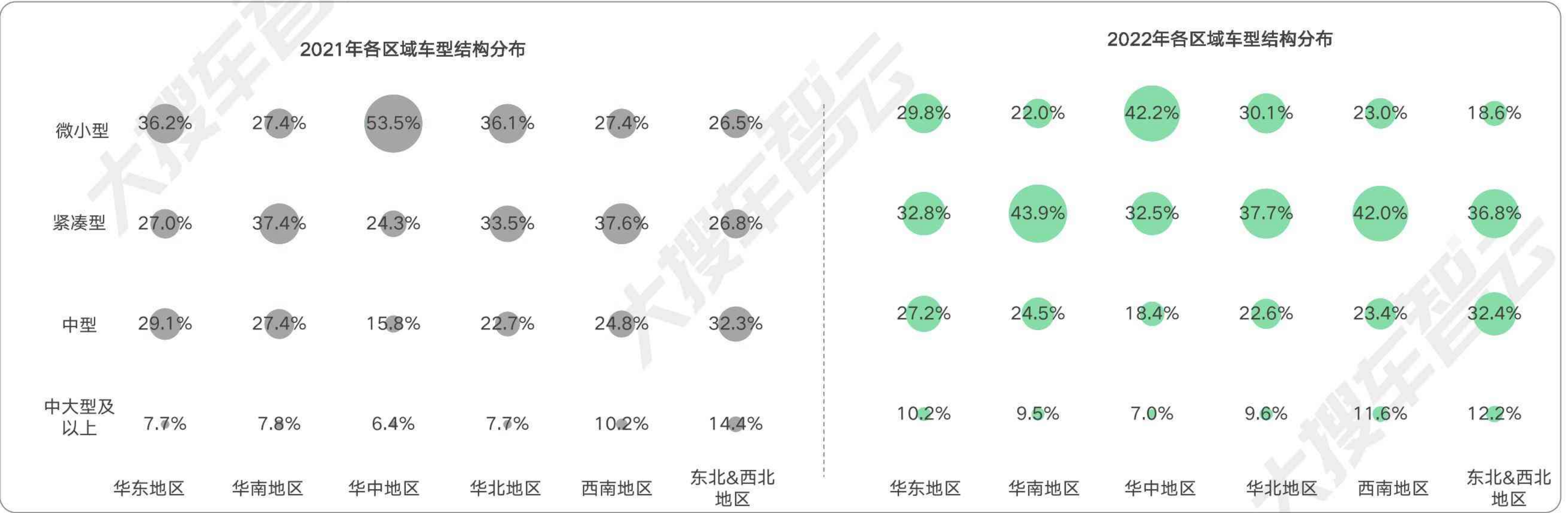
- 目前各区域在新能源普及程度方面差异明显，华东、华南等区域新能源渗透率明显高于其他区域，2022年两大区域市场占比超6成，华东地区作为新能源主销市场，份额占比达4成且稳步上涨，华南市场份额已连续三年下跌。
- 华北地区销量再次被华中地区超越，同西南地区相当，市场份额由2018年18.4%下降至2022年10.8%。
- 受气候寒冷、地形复杂等因素制约，西部地区和东北新能源普及率不高，其中西北和东北地区新能源渗透率仅为14.0%。

2018-2022年区域份额变化



大区②：微小型车在华中更受青睐，东北和西北更偏爱中型车

- 各大区车型结构变化趋势紧随行业大盘，微小型市场份额下滑，紧凑型上涨。华中地区微小型车份额下滑11.3%，但占比仍超4成以上，明显高于其他区域；华南和西南车型结构分布成“纺锤形”，紧凑型车份额超4成，微小型和中型车合计占比超45%；华东车型结构分布相对均匀，微小型，紧凑型、中型各占市场3成左右比例。
- 较其他区域相比，中型车在东北和西北地区更受青睐，2022年市场份额达32.4%。



大区③：比亚迪在各区域大放异彩，份额大幅上涨

- 对比各区域主流品牌市场表现，比亚迪、五菱、特斯拉稳居各大区销量TOP5行列，比亚迪在各大区销量居于首位，且份额大幅上涨，而特斯拉、五菱全面失守，其中五菱在华中份额下滑9.4%，降幅最大。
- 另一方面，消费者品牌选择也不再局限于本土品牌，其地方优势面临挑战，小鹏在华南地区份额下滑2.1%，而荣威在华东、北京汽车在华北、大众在西北和东北等市场均跌出TOP5行列。

华东大区消费品牌偏好

TOP5品牌	2022年销量（万台）	份额	份额同比
比亚迪	58.5	26.5%	11.1%
特斯拉	23.4	10.6%	-3.4%
五菱	15.4	6.9%	-5.8%
奇瑞	9.5	4.3%	0.8%
大众	8.3	3.7%	-0.6%

华南大区消费品牌偏好

TOP5品牌	2022年销量（万台）	份额	份额同比
比亚迪	31.7	31.6%	11.0%
埃安	11.3	11.2%	-0.6%
特斯拉	7.6	7.6%	-2.9%
五菱	7.6	7.6%	-2.7%
小鹏	3.2	3.2%	-2.1%

华中大区消费品牌偏好

TOP5品牌	2022年销量（万台）	份额	份额同比
比亚迪	20.1	32.0%	16.1%
五菱	7.8	12.5%	-9.4%
奇瑞	3.5	5.6%	0.0%
长安	3.4	5.4%	0.8%
特斯拉	3.1	4.9%	-1.0%

华北大区消费品牌偏好

TOP5品牌	2022年销量（万台）	份额	份额同比
比亚迪	20.0	35.3%	13.6%
五菱	4.3	7.6%	-3.9%
特斯拉	4.0	7.1%	-1.5%
大众	2.8	4.9%	0.6%
长安	2.2	3.9%	0.1%

西南大区消费品牌偏好

TOP5品牌	2022年销量（万台）	份额	份额同比
比亚迪	15.7	29.1%	10.7%
五菱	4.7	8.7%	-4.6%
特斯拉	3.6	6.7%	-3.2%
长安	2.3	4.3%	-0.1%
大众	1.8	3.3%	-1.1%

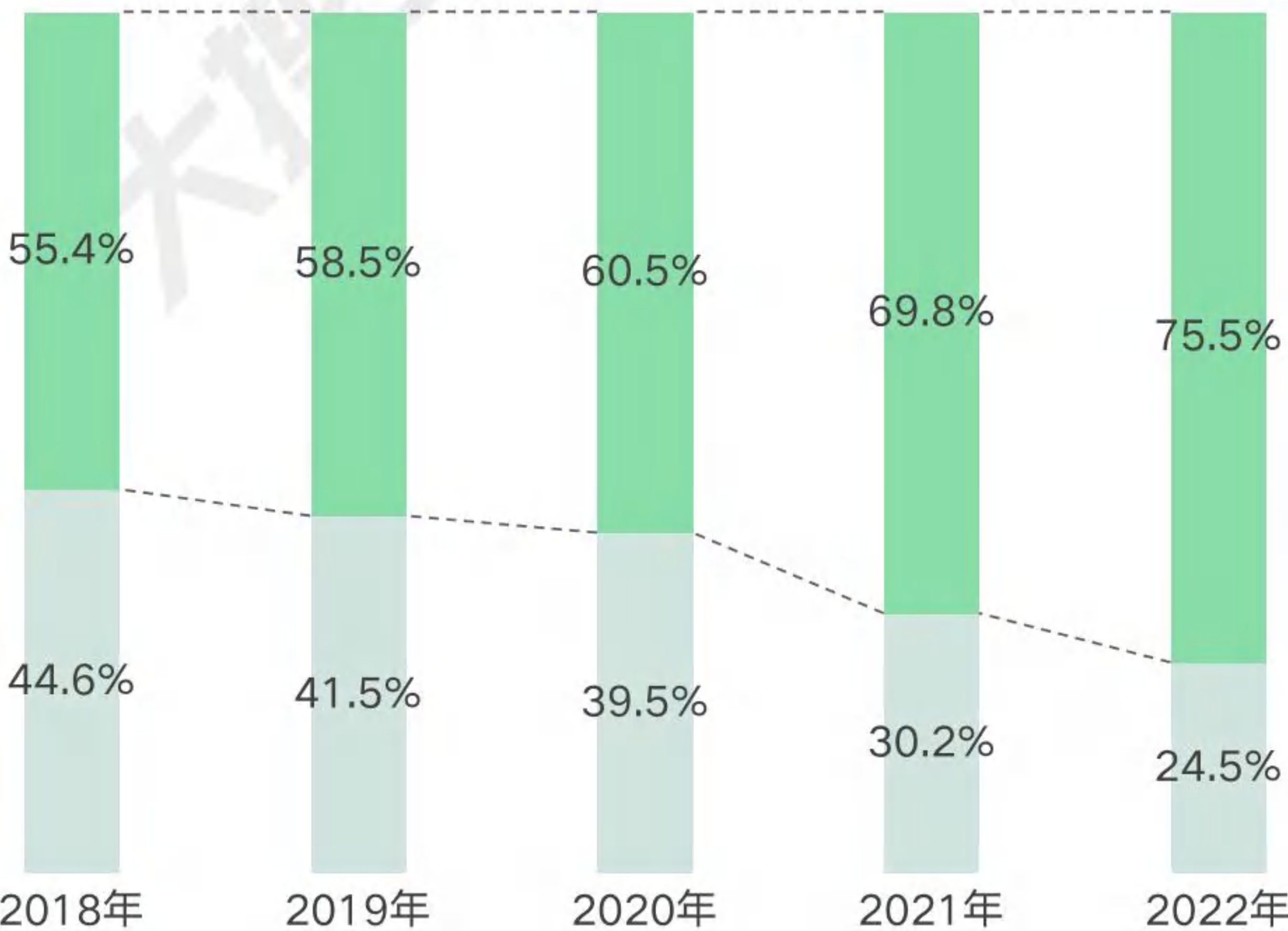
东北&西北大区消费品牌偏好

TOP5品牌	2022年销量（万台）	份额	份额同比
比亚迪	12.3	41.0%	15.7%
特斯拉	2.4	8.1%	-3.2%
五菱	2.4	7.9%	-7.4%
红旗	1.9	6.3%	4.6%
理想	1.4	4.7%	-2.7%

非限牌区域新能源占比稳步增长，产业发展“市场主导”特征显现

- 近年来，新能源汽车产业发展正由“政策驱动”转向“市场主导”，新能源车市场需求开始释放，近5年数据显示，非限牌区域新能源车占比稳步增长，已由2018年55.4%增长至2022年75.5%。
- 对比非限牌区域TOP10城市新能源车市场表现，新能源市场渗透率均大幅上涨，且普遍高于全国平均水平，其中温州新能源渗透率超过40%。

2018-2022年限牌和非限牌区域结构分布走势

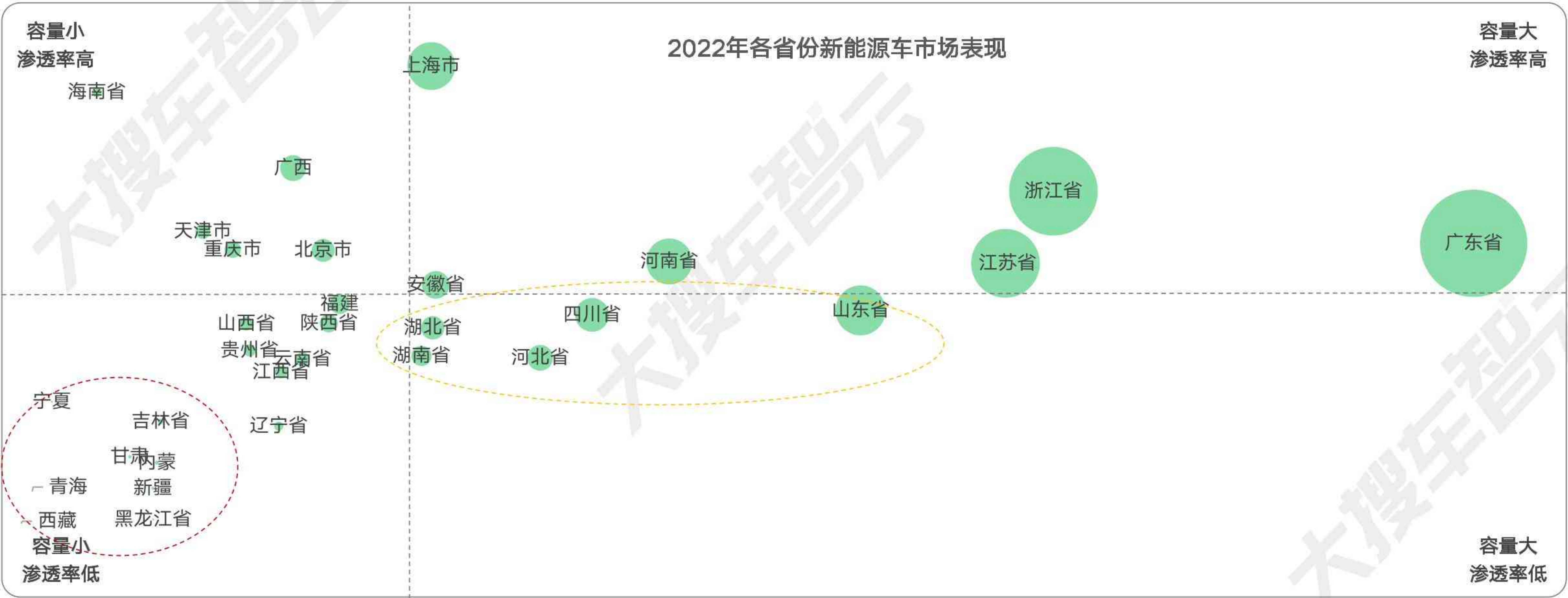


非限牌区域：2022年TOP10城市市场表现

城市	2022年销量（万台）	销量同比	新能源渗透率	同比变化
成都市	16.5	72.3%	31.3%	13.5%
苏州市	11.8	85.7%	28.9%	12.6%
重庆市	11.5	80.2%	29.3%	15.1%
郑州市	10.9	40.1%	29.0%	11.9%
武汉市	10.0	124.9%	26.5%	13.9%
西安市	9.2	114.3%	28.7%	15.6%
佛山市	8.6	157.6%	28.3%	15.8%
温州市	8.2	86.3%	40.1%	16.7%
南京市	8.2	101.2%	30.8%	13.9%
宁波市	7.9	110.3%	29.2%	13.6%

省份：中部三省、四川、河北、山东有望成为新能源增长潜力区

- 根据“乘用车市场容量、新能源渗透率”两个指标，将全国31个省份或直辖市（不含港澳台）划分为4类，沿海经济发达省份（上海、浙江、江苏、广东）分布在“市场容量大、新能源普及率高”象限。
- 图中黄圈省份为新能源增长潜力区，位于该区域的省份市场容量相对较大，但新能源普及率有待提升；而红圈省份受经济、气候和地理等环境因素制约，市场容量小且新能源普及率低，位于该区域省份主要为西北和东北诸省。

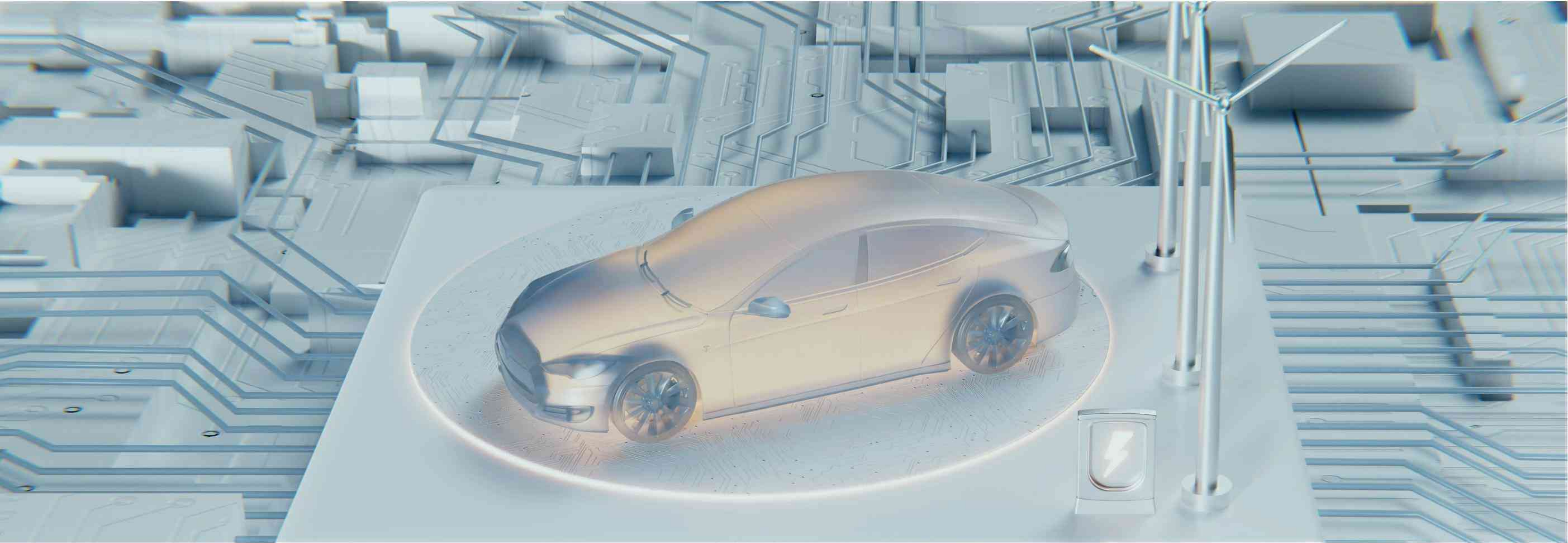


X轴市场容量大小划分标准：参考2022年单个省份（直辖市）乘用车平均销量，划分乘用车市场容量大小；Y轴新能源渗透率高低划分标准：参考2022年全国新能源车整体渗透率，划分新能源车渗透率高低，气泡图大小：市场占有率

城市：4个一线城市新能源销量增速放缓，同比增幅低于全国

- 随着我国新能源车产业快速发展，新能源车需求不再仅局限于经济发达城市，2021年4个一线城市新能源（新能源普及率较高）份额均遭受不同程度下滑，销量增速放缓，同比增幅低于全国，其中北京销量排名下降3位，份额下滑1.3%。
- 苏杭、成渝地区发展后劲十足，其中杭州销量21.3万台，仅次于上海，排名上升两位，新能源渗透率达42.4%。

城市	2022年销量（万台）	销量同比	份额	份额同比	新能源渗透率	同比变化	排名变化
上海市	33.5	37.0%	6.4%	-2.0%	45.7%	12.1%	0
杭州市	21.3	77.5%	4.1%	0.0%	42.4%	14.3%	2
深圳市	21.3	40.6%	4.1%	-1.1%	44.8%	10.5%	-1
广州市	17.1	43.3%	3.3%	-0.8%	32.4%	9.9%	1
成都市	16.5	72.3%	3.2%	-0.1%	31.3%	13.5%	1
北京市	16.0	25.2%	3.0%	-1.3%	29.2%	6.9%	-3
苏州市	11.8	85.7%	2.3%	0.1%	28.9%	12.6%	3
重庆市	11.5	80.2%	2.2%	0.0%	29.3%	15.1%	1
郑州市	10.9	40.1%	2.1%	-0.6%	29.0%	11.9%	-1
天津市	10.6	30.5%	2.0%	-0.8%	30.9%	9.1%	-3



PART 03

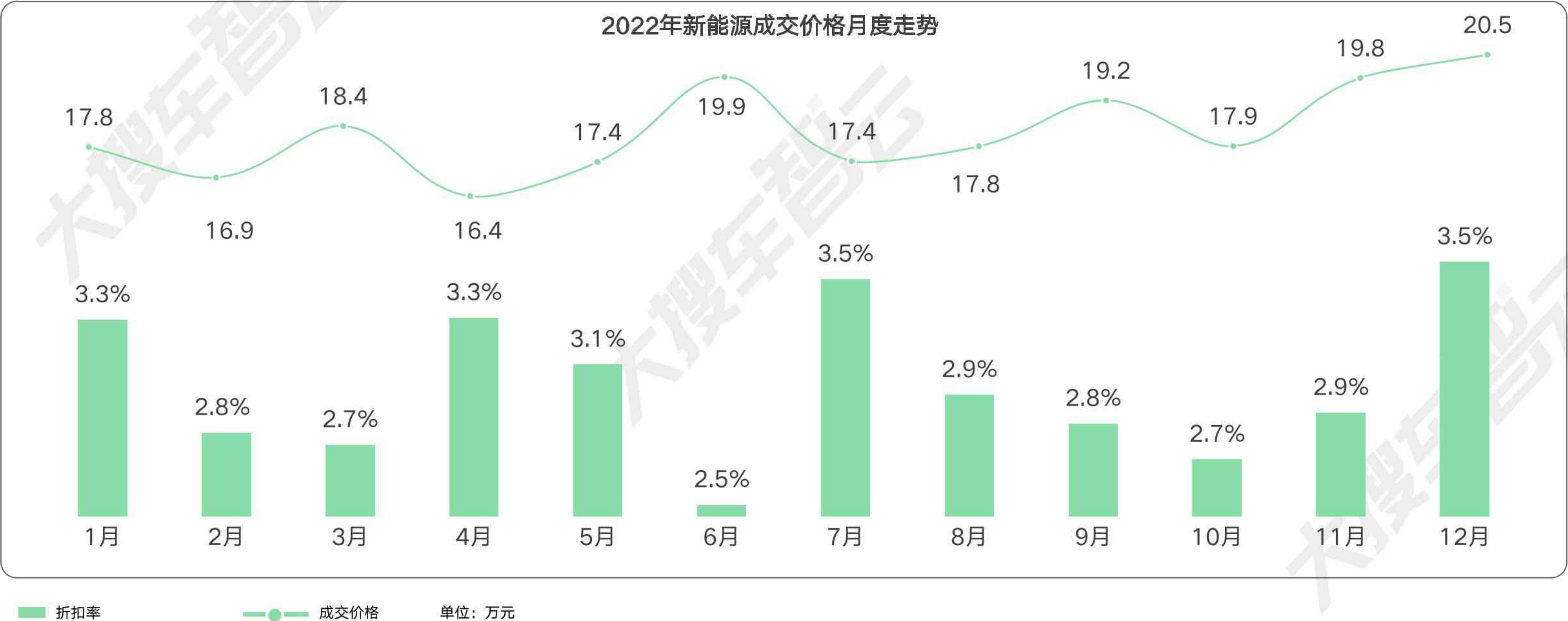
新能源乘用车价格篇

大搜车智云



整体：2022年新能源市场价格波幅较大，但整体呈上涨态势

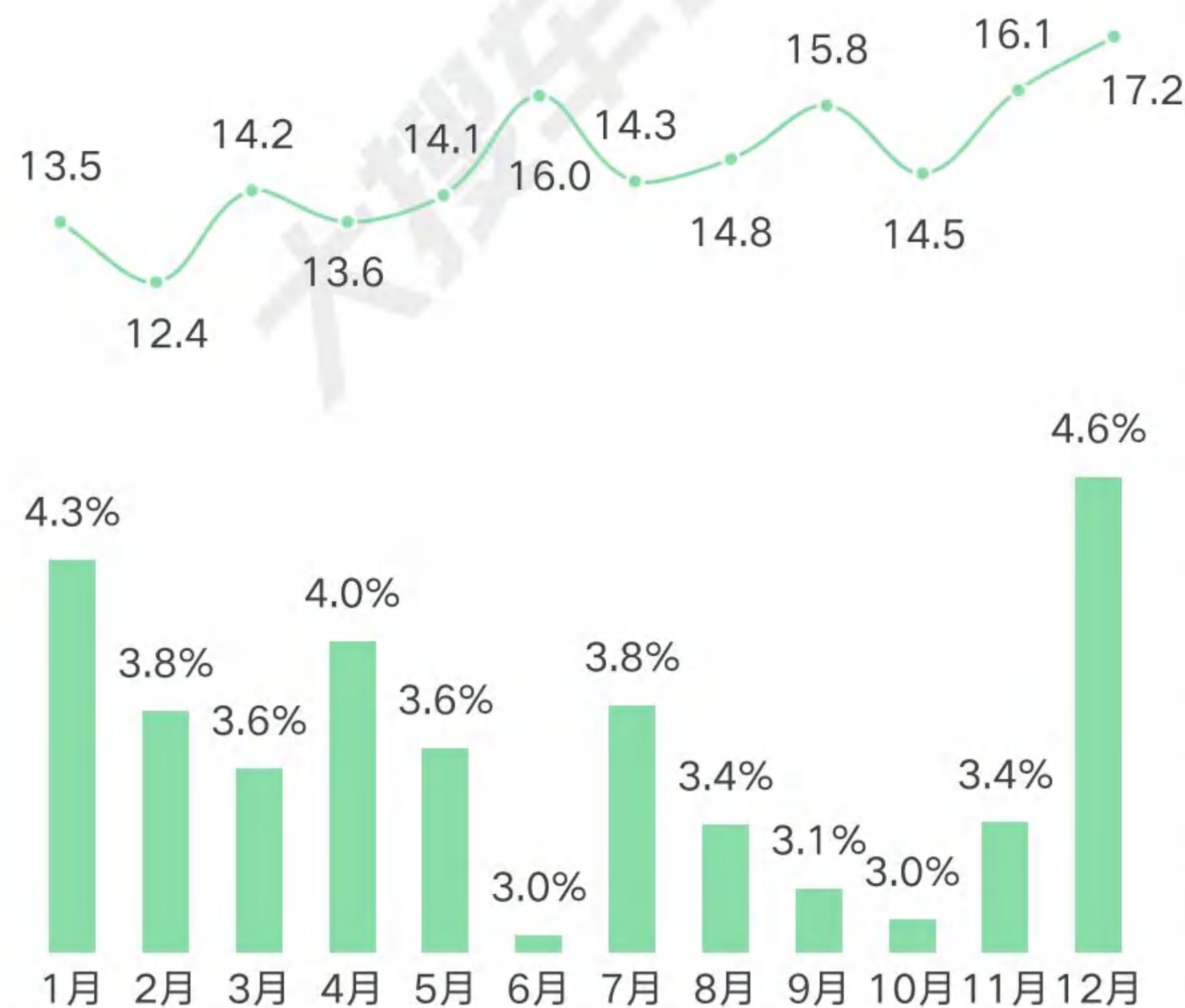
- 2022年新能源市场价格波动幅度较大，4月降至全年最低值，12月达到全年最高值，但整体呈上涨态势。
- 上半年，折扣率在4月短暂回升后，5-6月促销力度开始收紧，下降至2.5%达全年最低值；下半年后开始加大促销力度，但金九银十之后政策再次收紧，年末为促进终端销售，折扣率再次回升至全年最高值3.5%。



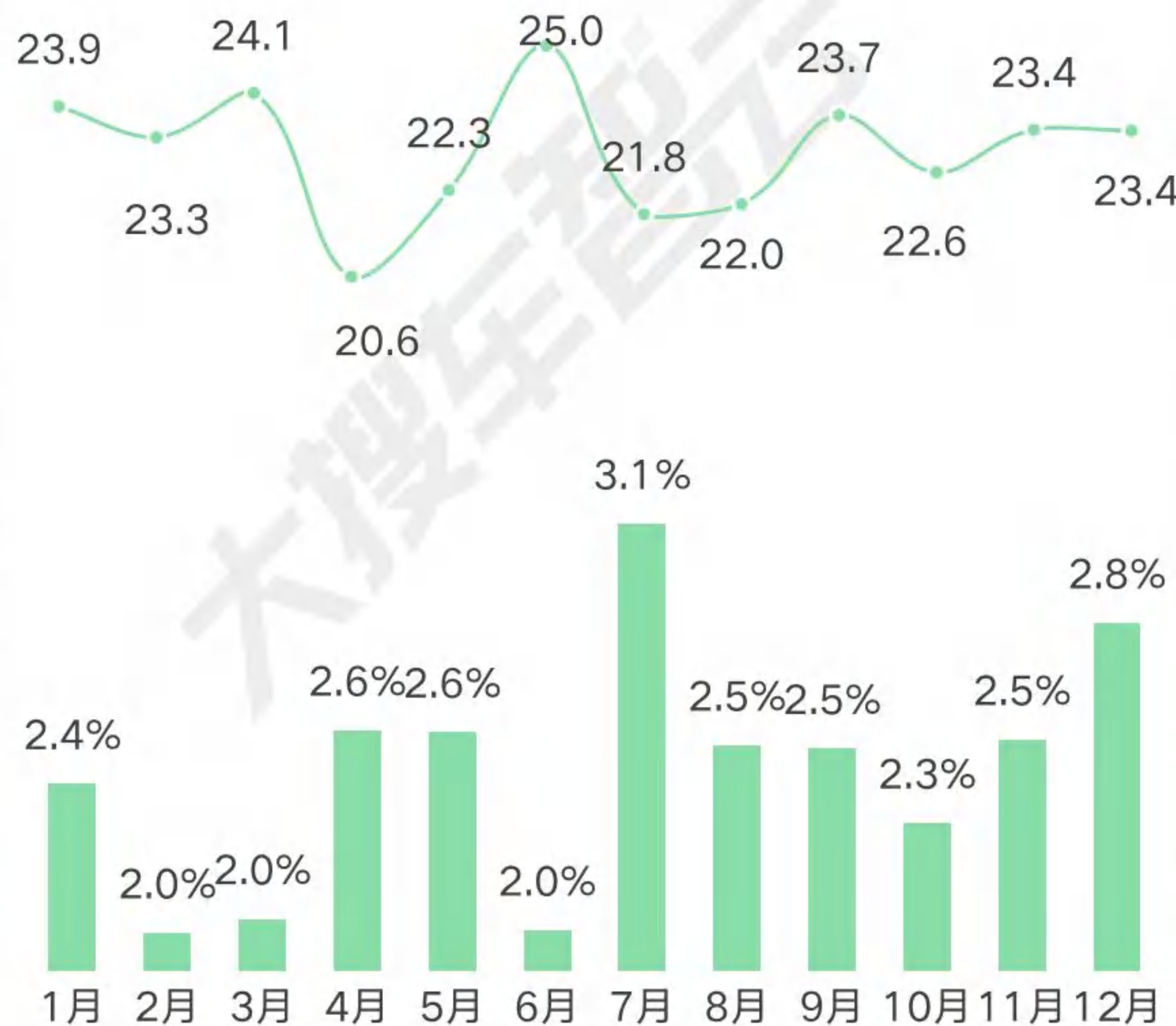
一级细分市场：轿车整体优惠力度相对较高，且整体价格低于SUV和MPV

- 轿车价格整体呈上扬态势，12月升至全年最高值17.2万元，而SUV经历多次涨跌后，年末价格回归至年初水平。上半年MPV价格稳步增长，3季度短暂下跌后，又开始回升，年末升至全年最高值34.6万元。
- 折扣率方面，轿车和SUV变化走势同行业基本吻合，而MPV一路下跌年末降至全年最低值；另一方面，轿车整体优惠力度相对较高，而MPV偏低且低于行业平均水平。

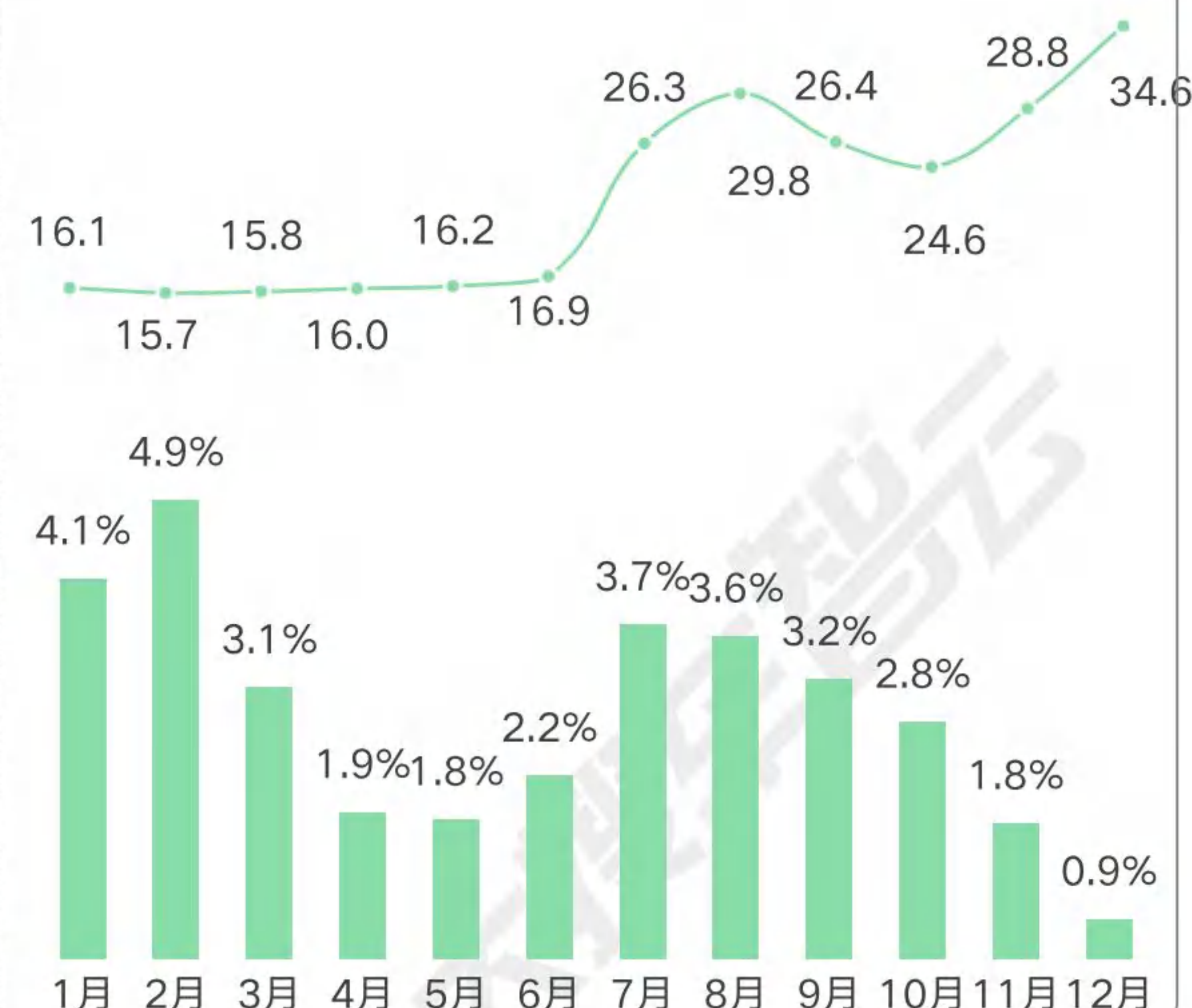
轿车价格月度走势



SUV价格月度走势



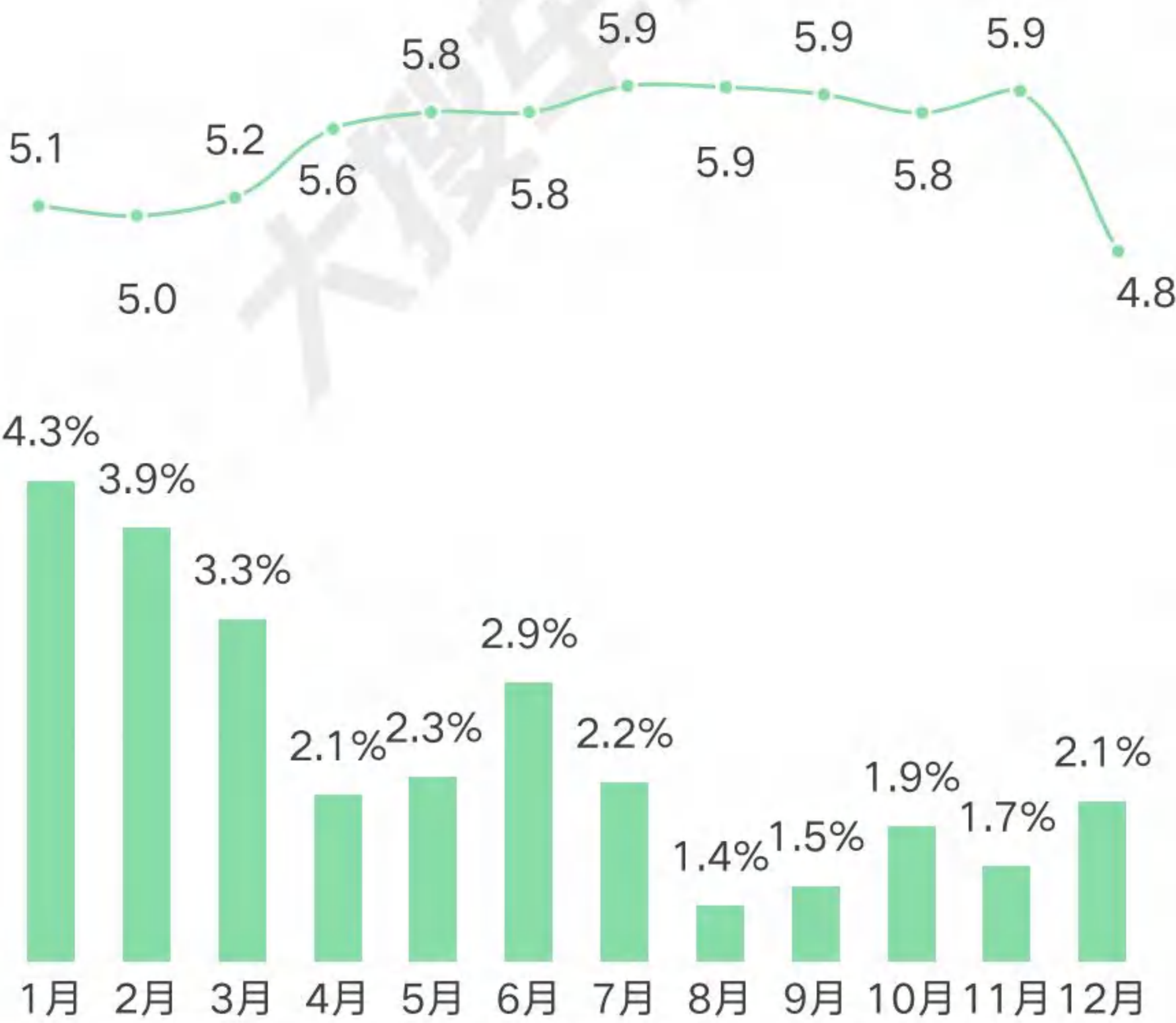
MPV价格月度走势



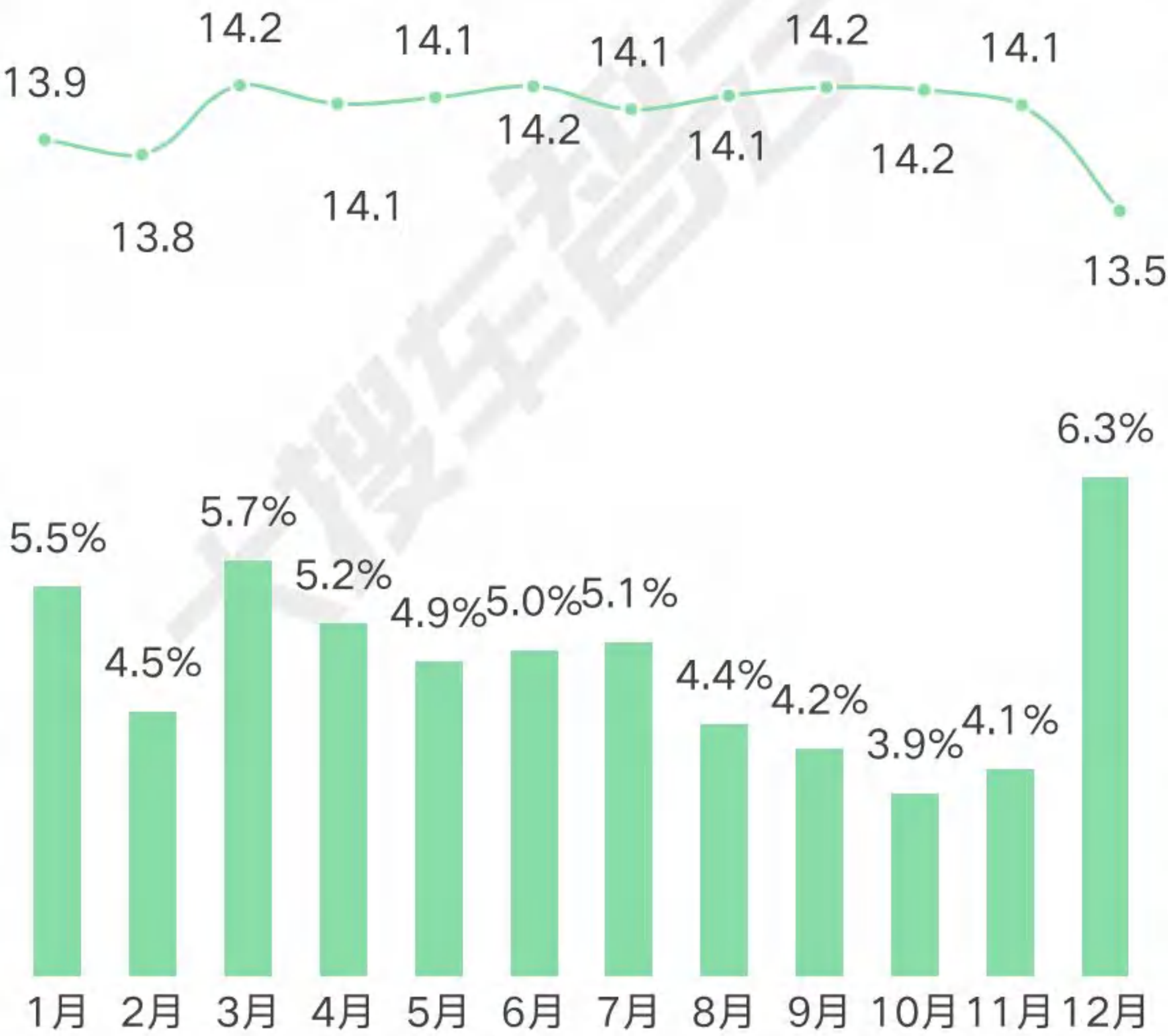
二级细分市场①：微型和紧凑型轿车价格较为稳定，而中型波幅相对较大

- 微型轿车5-11月平均价格稳定在5.8-5.9万元左右，但12月大幅下降至4.8万元达全年最低，促销力度不断收紧，虽短暂回升但增幅不大，整体仍呈下跌态势；紧凑型轿车各月价格在14万元左右上下浮动，但12月下降至13.5万元达全年最低，折扣率自3月回升后，优惠力度不断收紧但在12月开始回升。
- 中型轿车价格波幅相对较大，3月价格升至全年最高后，经历多次涨跌后在7-8月达到最低，3季度后又开始回升至年初水平。

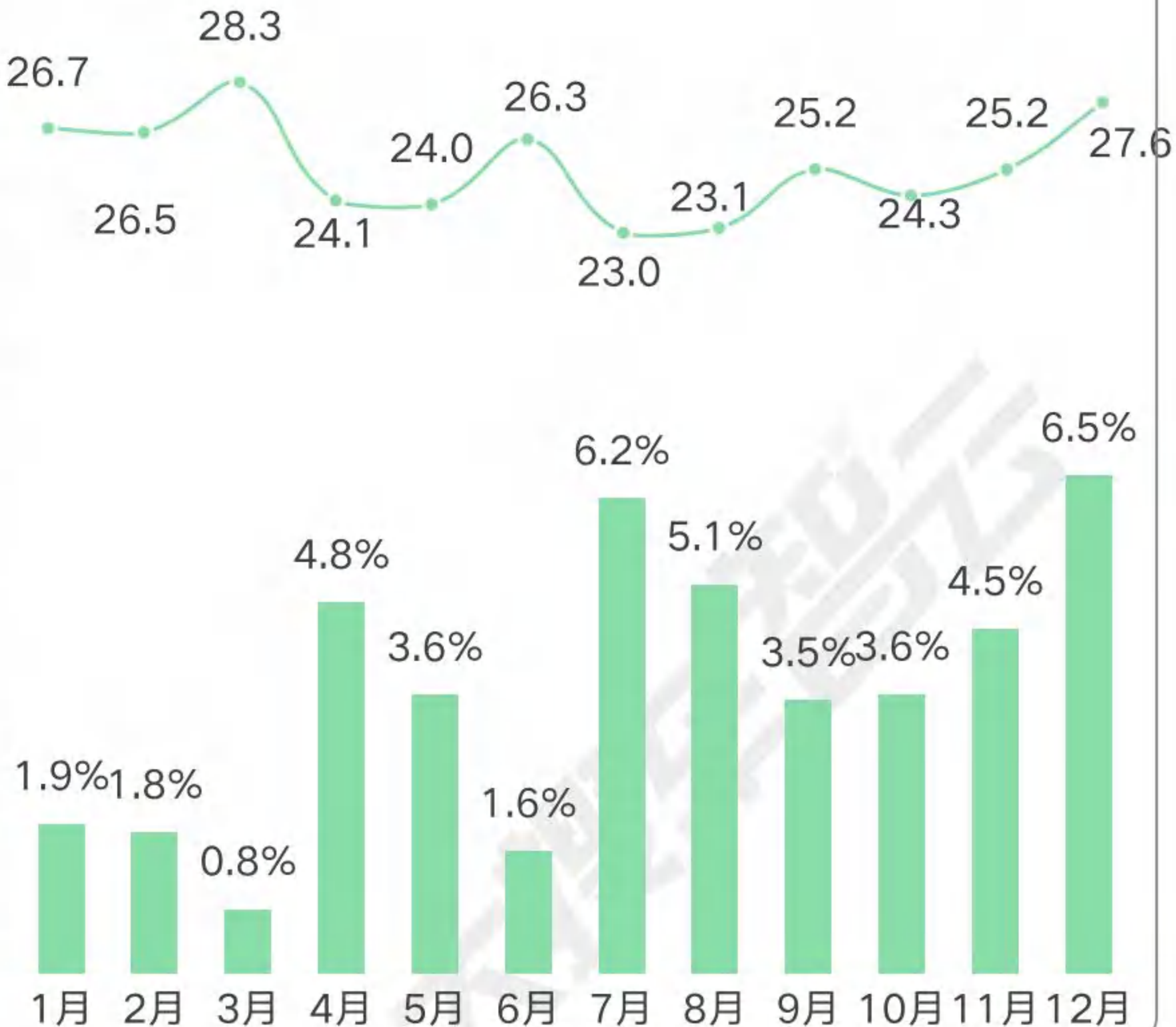
微型轿车价格月度走势



紧凑型轿车价格月度走势

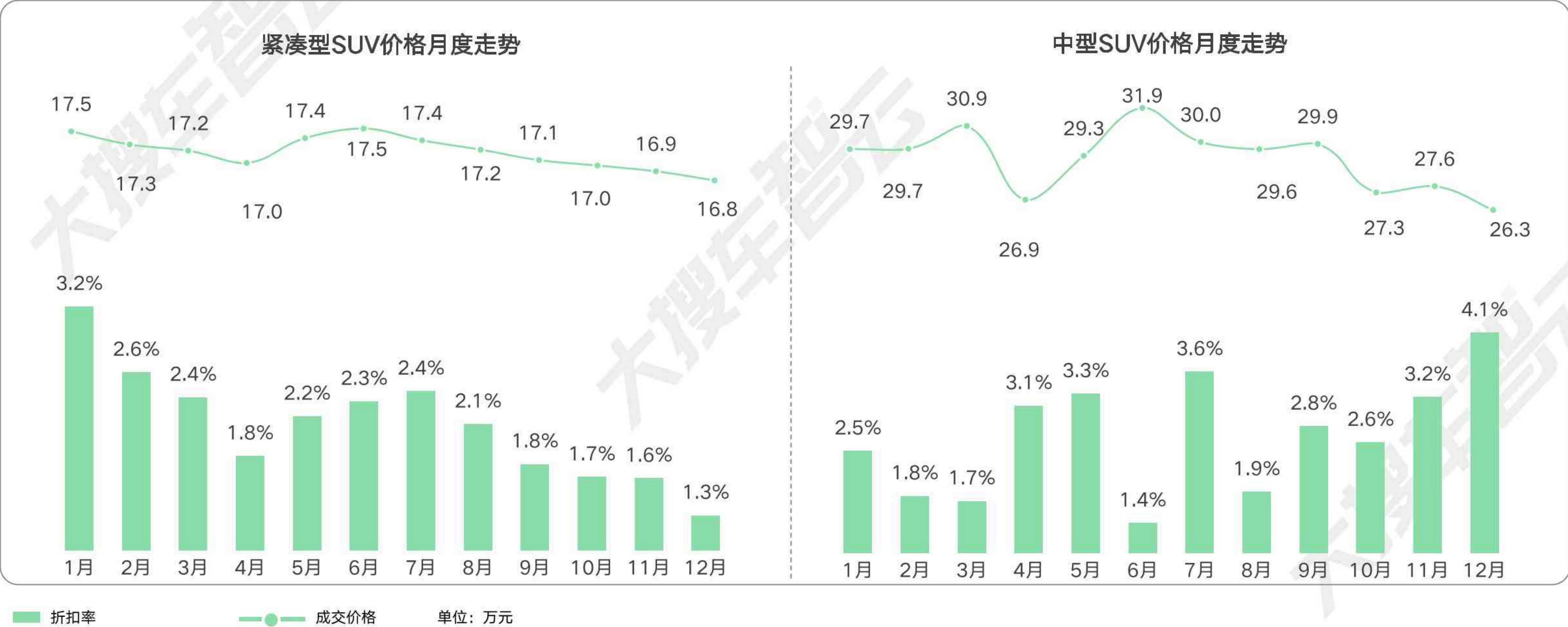


中型轿车价格月度走势



二级细分市场②：下半年紧凑型 and 中型SUV价格持续走低，12月降至全年最低

- 紧凑型SUV价格走势呈“Z”形，上半年“先跌后涨”年中价格回升至年初水平，下半年开始价格持续下跌，12月跌至全年最低值；经历多次涨跌后，折扣率整体仍呈下降态势，且低于中型SUV。
- 中型SUV价格走势呈“M”形，波幅相对较大，上半年季末价格相对较高，下半年开始持续下跌，12月跌至全年最低值；经历多次涨跌后，折扣率整体呈上扬态势，12月升至全年最高。



微型轿车：新款车型指导价上调，促使零跑T03、奔奔E-Star等价格上涨

- 受新年款车型指导价整体上调，而并未加大优惠力度的影响，零跑T03、花仙子、奔奔E-Star成交价分别上涨27.1%、30.7%、17.1%，涨幅高于其他车系，而价格上涨并未造成3款车型市场份额下滑。
- 科莱威依然维持“以价换量”竞争策略，但并未带来销量的增长，2022年销量同比下滑11.9%，跑输基盘。

销量排名	车系	2022年平均成交价（万元）	同比变化	2022年平均折扣率	同比变化
5	零跑T03	8.8	27.1%	0.5%	0.3%
3	小蚂蚁	7.9	12.0%	1.7%	-1.8%
7	花仙子	7.6	30.7%	2.6%	-0.9%
10	新宝骏KiWi	7.5	-2.3%	3.5%	2.3%
9	欧拉黑猫	7.3	3.2%	2.2%	-3.6%
2	奔奔E-Star	7.2	17.1%	1.0%	-13.7%
6	长安Lumin	5.5	-	0.0%	0.0%
4	QQ冰淇淋	4.7	-	2.5%	0.0%
1	宏光MINI EV	4.4	12.8%	3.1%	1.2%
8	科莱威	3.9	0.0%	13.7%	0.0%

紧凑型轿车：新款车型指导价上调，促使风神E70、帝豪等价格上涨

- 作为紧凑型轿车市场销量冠军，秦折扣率小幅回收，价格同比上涨5400元。
- 2022年VELITE 6优惠力度有所回收，但仍高于同价格段竞品几何A、驱逐舰05，而销量却不敌后者，促销策略效果并不显著。
- 由于新款车型指导价整体上调，且优惠力度并未加大，促使风神E70、帝豪价格上涨，且涨幅高于同价格段竞品，而价格上涨并未带来份额下滑。

销量排名	车系	2022年平均成交价（万元）	同比变化	2022年平均折扣率	同比变化
8	VELITE 6	14.4	-1.5%	15.7%	-7.5%
5	几何A	14.4	-4.8%	5.3%	1.3%
4	驱逐舰05	14.3	-	0.5%	0.0%
2	AION S	13.8	2.0%	6.2%	-1.9%
3	风神E70	13.7	10.0%	6.1%	-5.7%
1	秦	13.6	4.2%	1.2%	-0.4%
7	帝豪	13.5	13.8%	2.9%	0.0%
6	启辰D60	12.3	-0.7%	9.9%	0.1%
9	BEIJING-EU5	11.4	-4.6%	17.4%	2.7%
10	比亚迪E2	10.3	5.7%	5.7%	-3.3%

中型轿车：小鹏P7加大优惠力度，下调价格，同汉价差进一步收窄

- 对比同价格段竞品MODEL 3、小鹏P7，比亚迪旗下两款车型，海豹、汉优惠力度相对较小。其中汉折扣率0.8%，价格变化幅度不大，而小鹏P7加大优惠力度，下调价格，二者价差进一步收窄。
- 帕萨特加大优惠力度，下调价格，缩小了同迈腾价差，但并未带来销量增长，2022年销量同比下滑17.4%。

销量排名	车系	2022年平均成交价（万元）	同比变化	2022年平均折扣率	同比变化
8	宝马i3	27.2	-	22.1%	-
2	MODEL 3	25.6	8.5%	3.8%	3.8%
6	比亚迪海豹	25.5	-	0.3%	0.0%
3	小鹏P7	24.8	-8.9%	8.5%	7.5%
1	汉	23.9	-0.4%	0.8%	-1.6%
9	帕萨特	21.0	-7.0%	12.0%	7.3%
10	迈腾	20.8	-3.5%	14.5%	-0.5%
4	小鹏P5	18.9	-1.4%	10.2%	0.0%
5	红旗E-QM5	16.6	-	3.4%	0.0%
7	威马E.5	14.9	-	19.0%	0.0%

紧凑型SUV：小鹏G3下调价格，但并未带来销量增长

- 小鹏G3加大促销力度，下调价格，同竞品宋的价差进一步缩小，但低价策略并未带来销量增长，2022年销量同比下滑38.8%，而宋虽未加大优惠力度，但依然稳居销量榜首。
- 由于新款车型指导价整体上调，且优惠力度变化不大，促使ID.4 CROZZ、AION Y价格上涨，而广汽埃安另一款车系AION V指导价延续旧款，但折扣率回收、价格上涨。

销量排名	车系	2022年平均成交价（万元）	同比变化	2022年平均折扣率	同比变化
5	ID.4 CROZZ	25.3	15.6%	7.1%	1.8%
6	ID.4 X	23.0	6.9%	7.0%	1.5%
7	AION V	18.9	0.9%	0.4%	-1.5%
8	小鹏G3	16.9	-3.4%	11.5%	10.0%
1	宋	16.7	0.8%	0.4%	-0.9%
9	荣威RX5	16.0	1.5%	2.8%	-1.8%
10	几何C	14.7	0.6%	5.2%	-1.5%
2	元	14.3	-	0.5%	-
3	AION Y	14.0	9.8%	0.5%	-0.4%
4	哪吒U	13.4	2.5%	0.7%	0.1%

中型SUV：新款车型指导价上调，促使零跑C11价格上涨

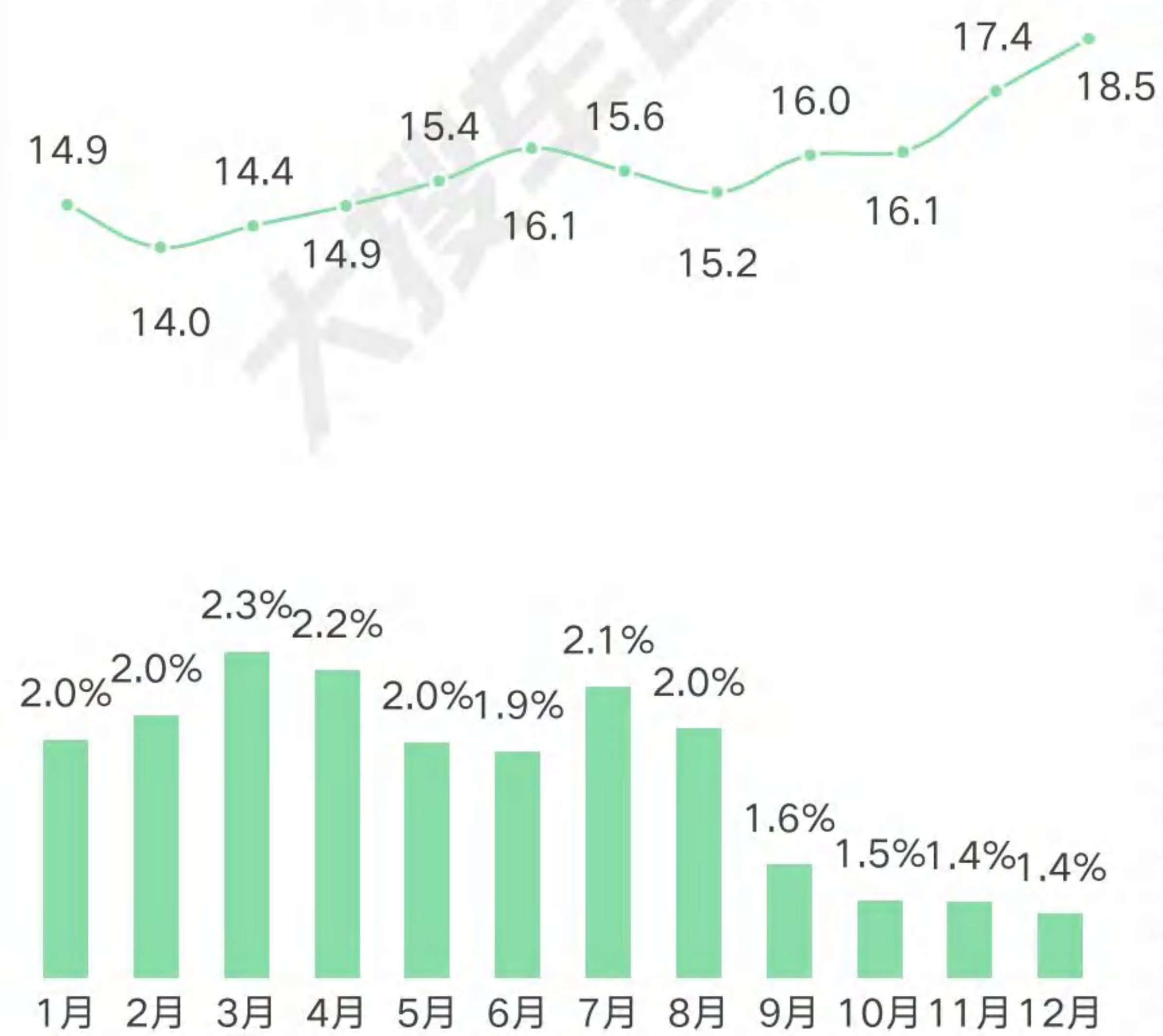
- 由于新款车型指导价整体上调，促使零跑C11价格上涨，且涨幅高于同价格段竞品，而价格上涨并未带来份额下滑，2022年份额同比上涨5.3%。
- 宝马X3、探岳、威马W6优惠力度普遍高于同价格段竞品，而其他车系折扣率相对偏低，且变化不大。

销量排名	车系	2022年平均成交价（万元）	同比变化	2022年平均折扣率	同比变化
6	蔚来EC6	44.2	5.0%	0.0%	-0.6%
4	蔚来ES6	41.4	0.6%	0.0%	-0.6%
5	宝马X3	35.8	4.2%	14.7%	-2.7%
10	Mustang Mach-E	29.0	0.0%	0.0%	0.0%
1	Model Y	28.3	-3.0%	3.4%	3.4%
2	唐	21.8	3.0%	0.4%	-0.4%
9	探岳	21.2	-0.6%	14.9%	-0.6%
3	零跑C11	20.6	10.3%	3.9%	3.9%
8	威马W6	19.0	1.3%	10.4%	10.2%
7	长安UNI-K	18.9	-	2.3%	0.0%

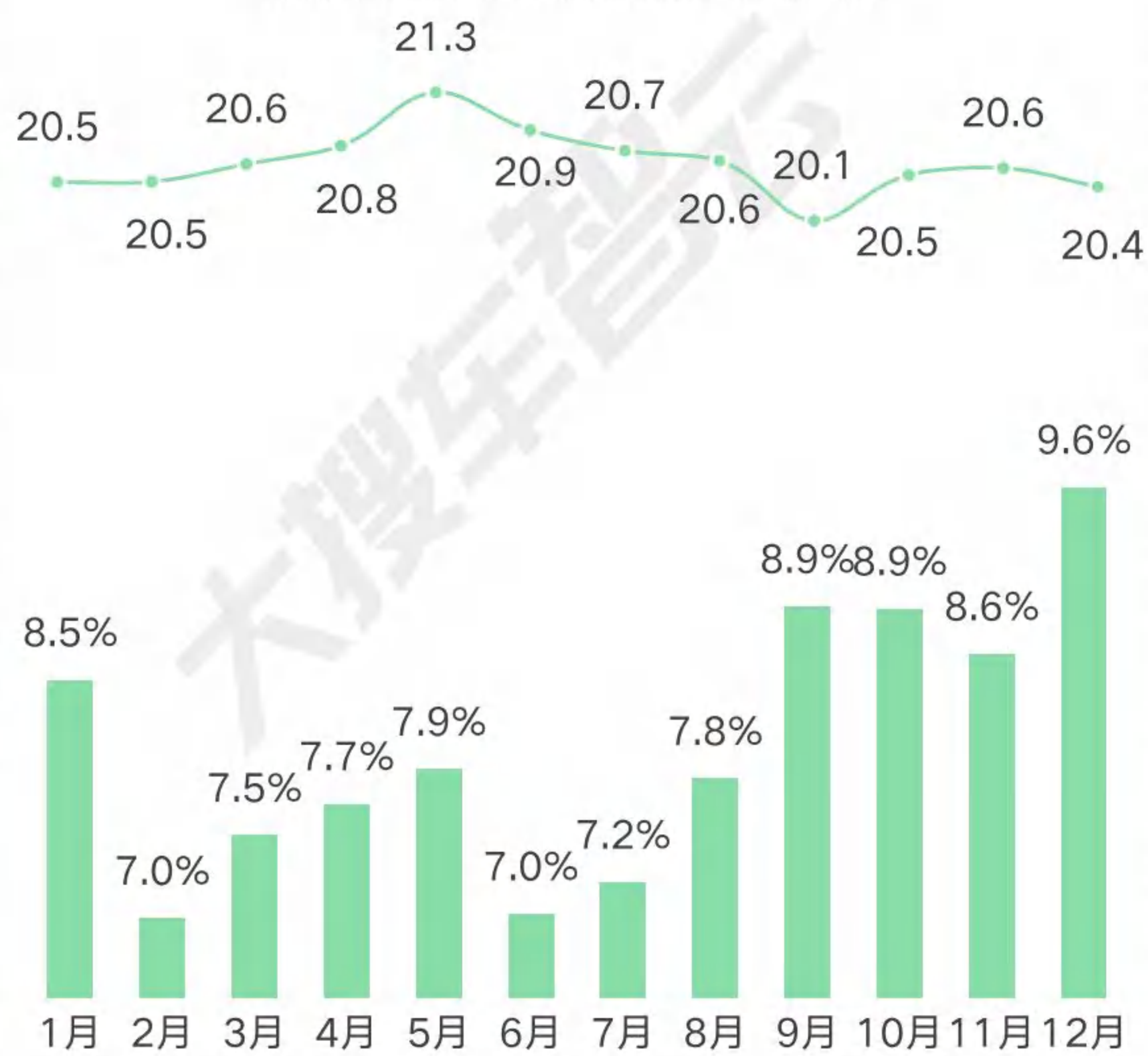
厂商①：自主品牌价格和促销力度相对偏低，让利空间有限

- 对比行业整体价格走势，自主品牌价格波幅相对小，整体呈上扬态势，12月平均价格上涨至18.5万元，同合资非豪华品牌差距收窄；下半年开始促销力度不断收紧，10-12月降至全年最低水平。
- 合资非豪华品牌价格变动较为平稳，各月价格在20.5万元左右上下浮动；折扣率自6月降至全年最低水平，下半年开始促销力度不断加大，12月上升至全年最高9.6%。豪华品牌价格波幅较大，整体呈下降态势，年末下降至全年最低水平。

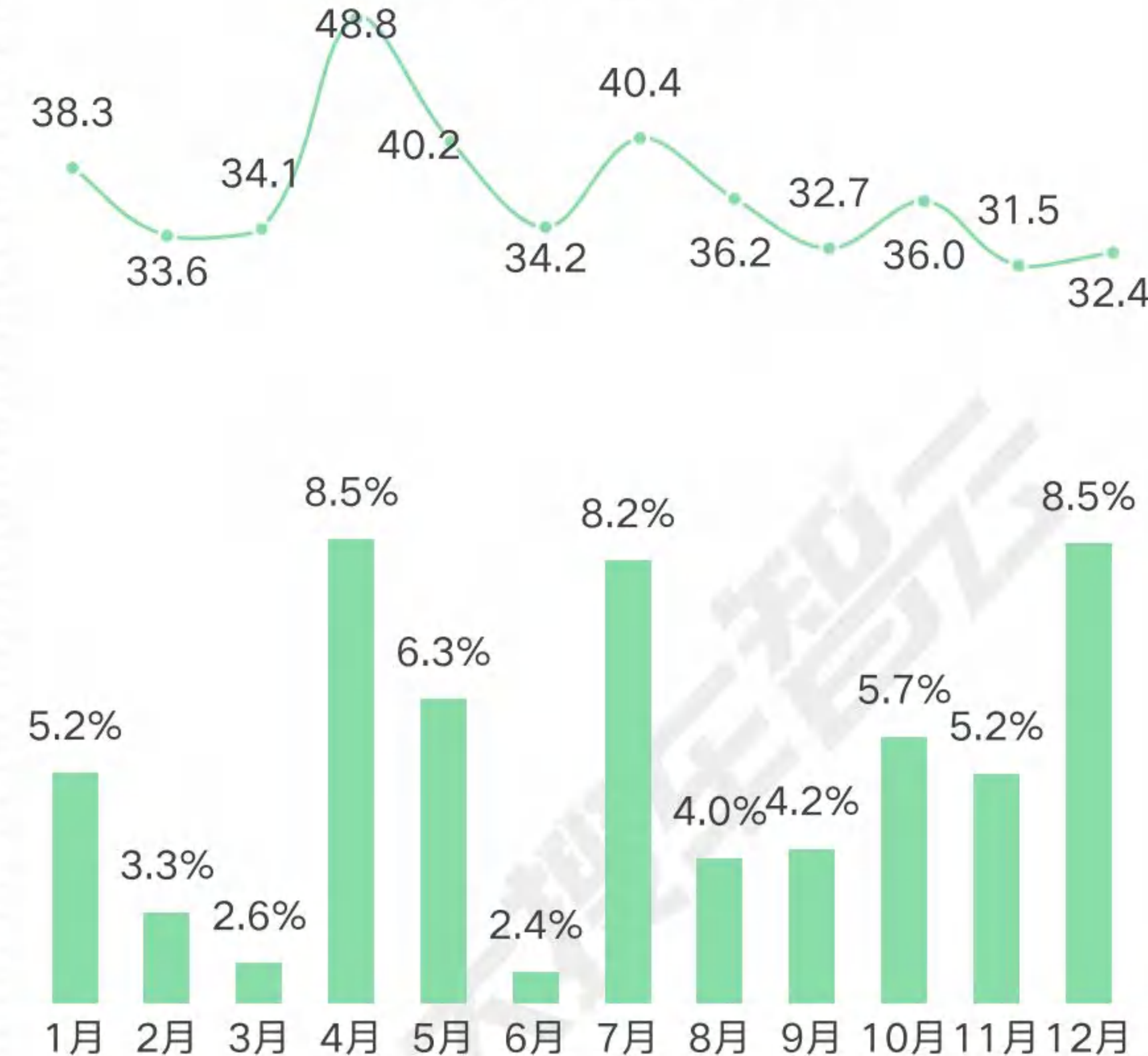
自主品牌价格月度走势



合资非豪华品牌价格月度走势



豪华品牌价格月度走势



厂商②：通用别克低价策略，并未带来市场份额明显提升

- 主流自主厂商优惠力度普遍不高，比亚迪、广汽埃安平均折扣率0.6%、0.5%，且优惠力度均收紧；2022年中大型轿车哪吒S上市，拉动合众新能源整体价格上涨。
- 主流合资厂商优惠力度相对较高，上汽通用别克、东风本田折扣率18.4%、17.8%，其中别克价格低于比亚迪，但低价策略并未带来市场份额明显提升。华晨宝马、沃尔沃折扣率在20%左右，且优惠力度进一步加大，其中华晨宝马和特斯拉价差收窄。

属性	销量排名	厂商品牌	2022年平均成交价（万元）	同比变化（万元）	2022年平均折扣率	同比变化
自主厂商		比亚迪	16.7	7.5%	0.6%	-1.2%
		上汽五菱	4.4	11.2%	3.1%	1.2%
		广汽埃安	15.1	5.5%	0.5%	-2.5%
		奇瑞新能源	5.6	-24.1%	2.1%	-1.7%
		合众新能源	25.6	157.9%	1.2%	0.3%
合资非豪华品牌		上汽大众	22.1	4.0%	8.8%	4.2%
		一汽-大众	24.0	6.2%	10.0%	2.8%
		上汽通用别克	13.9	-0.3%	18.4%	-4.5%
		东风本田	18.1	-27.4%	17.8%	4.9%
		一汽丰田	22.2	7.1%	5.9%	-4.9%
豪华品牌厂商		特斯拉（中国）	27.5	2.6%	3.5%	3.5%
		华晨宝马	31.0	-19.4%	19.8%	5.8%
		北京奔驰	44.7	-1.6%	10.6%	-1.5%
		保时捷	85.7	-7.8%	9.4%	7.6%
		沃尔沃	70.5	-3.2%	21.2%	2.6%

城市价格①：1-2线城市优惠力度高于3线城市

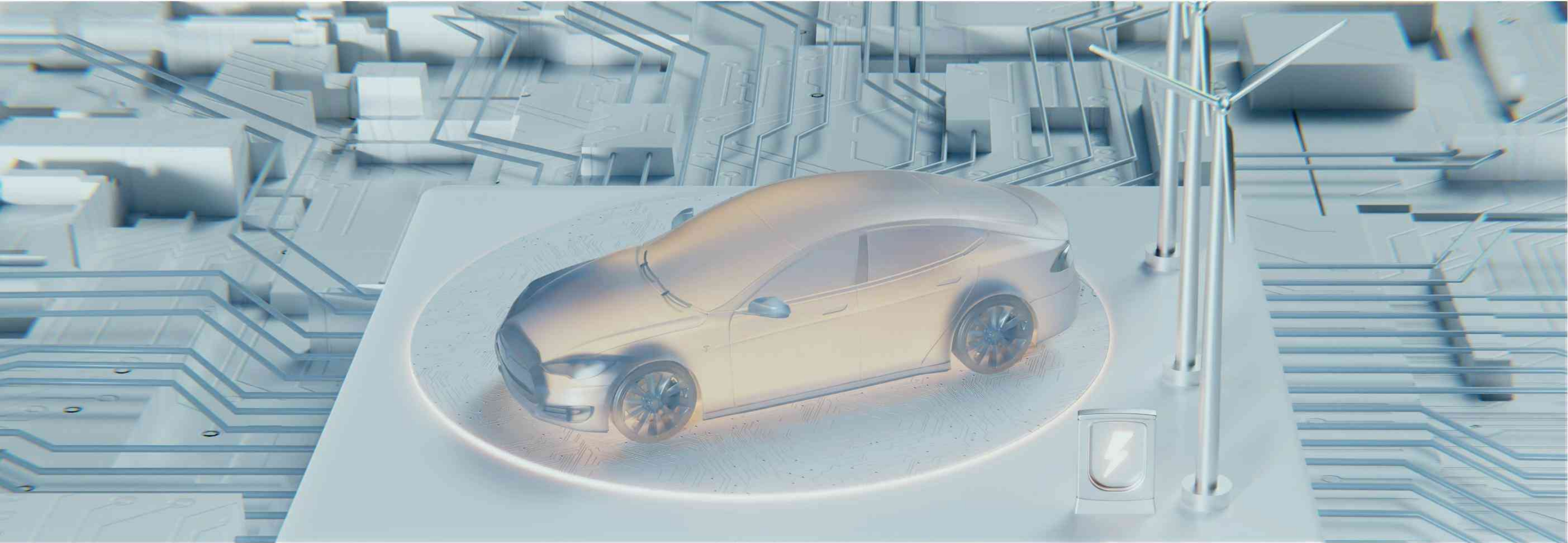
- 受车型偏好差异影响（1-2线城市车紧凑型和中型车占据主流地位，3线城市则是微小型和紧凑型车），1-2线城市平均价格高于3线城市；另外对比3线城市价格走势，1-2线城市相对较为稳定，各月价格在20万左右上下浮动。
- 1-2线城市优惠力度高于3线城市，经过多次涨跌，1-2线城市折扣率整体呈上扬态势，而3线城市呈下跌趋势。



城市价格②：对比其他城市，北京、广州折扣率相对较高

- 受车型结构分布变化影响（微型和紧凑型轿车份额下滑，紧凑型SUV、中大型轿车、大型SUV份额上涨），成都平均价格大涨。
- 上海、杭州、深圳平均价格和折扣率相当，其中上海和深圳价格下滑3.7%、1.5%。
- 受主销车系北京EU5（北京）、AION S（广州）优惠力度较大影响，对比其他城市，北京、广州折扣率相对偏高。

销量排名	城市	2022年平均成交价（万元）	同比变化	2022年平均折扣率	同比变化
5	成都市	23.9	18.1%	3.9%	-1.5%
1	上海市	23.5	-3.7%	3.7%	0.8%
2	杭州市	23.0	1.6%	3.7%	0.8%
3	深圳市	22.8	-1.5%	3.4%	0.1%
6	北京市	22.5	-2.4%	6.0%	0.3%
8	重庆市	21.6	6.2%	3.0%	-0.1%
7	苏州市	21.5	3.5%	4.1%	0.7%
4	广州市	19.6	-4.6%	5.1%	1.6%
9	郑州市	19.0	0.7%	3.5%	0.5%
10	天津市	17.6	1.4%	3.3%	-1.3%



PART 04

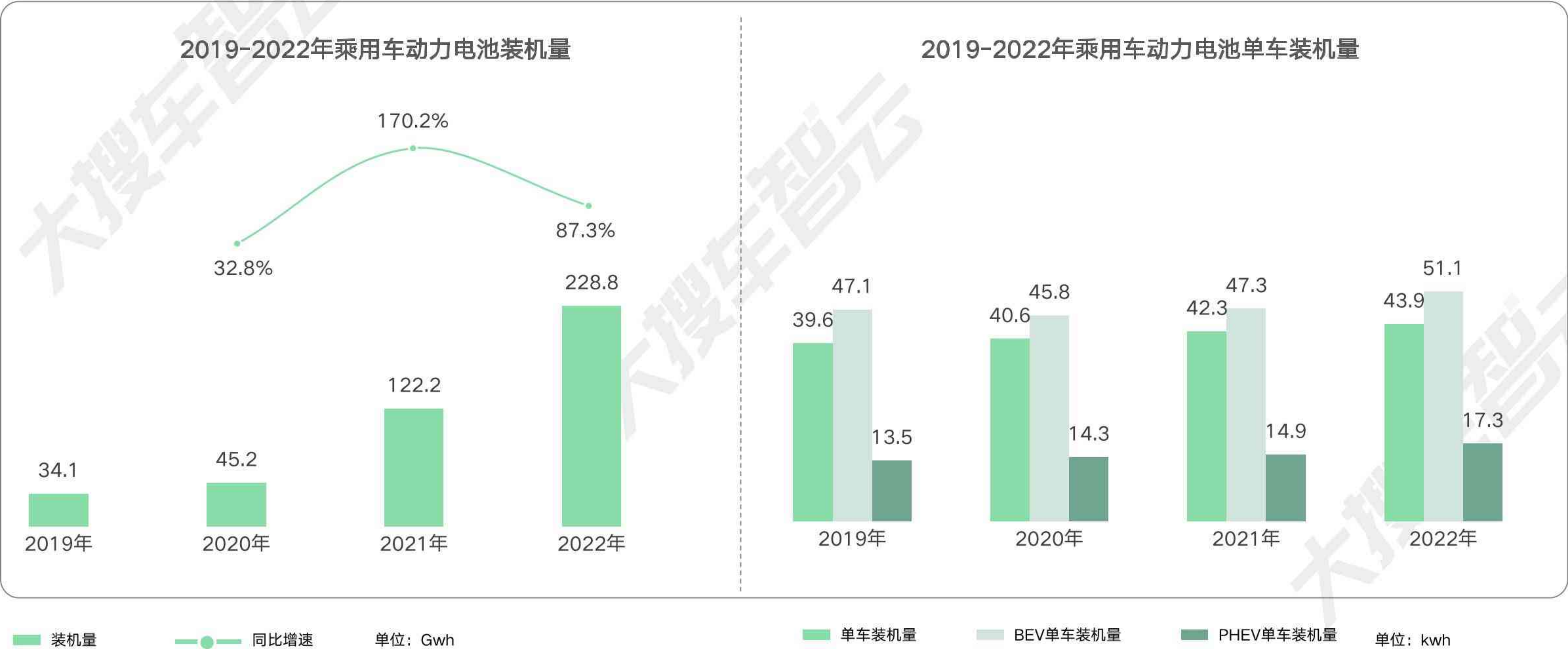
新能源乘用车动力电池篇

大搜车智云



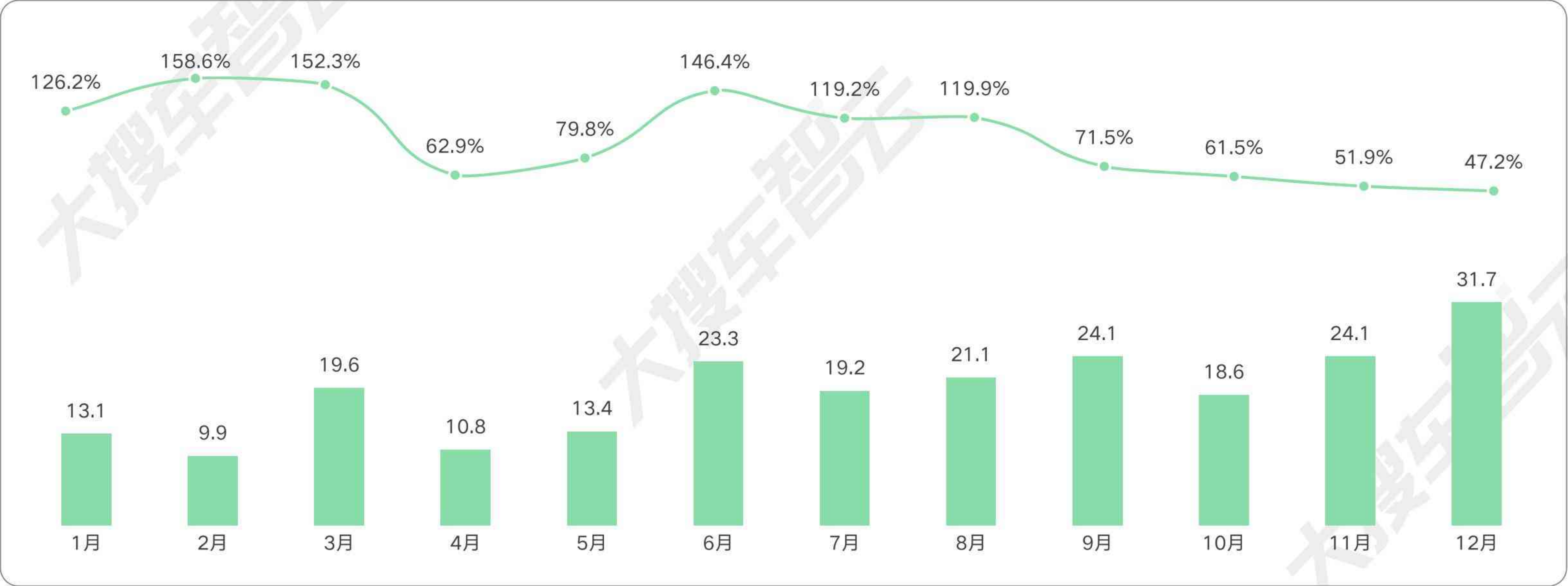
受益于新能源乘用车销量快速增长，动力电池装机量暴增

- 受益于新能源乘用车销量快速增长，动力电池装机量由2019年34.1 Gwh暴增至2022年228.8Gwh；
- 另一方面，单车装机量也稳步增长，2022年增长至43.9kwh。其中BEV单车装机量自2020年短暂回落后，近两年持续上涨，2022年超50kwh；PHEV单车装机量不断上升，2022年达17.3kwh。



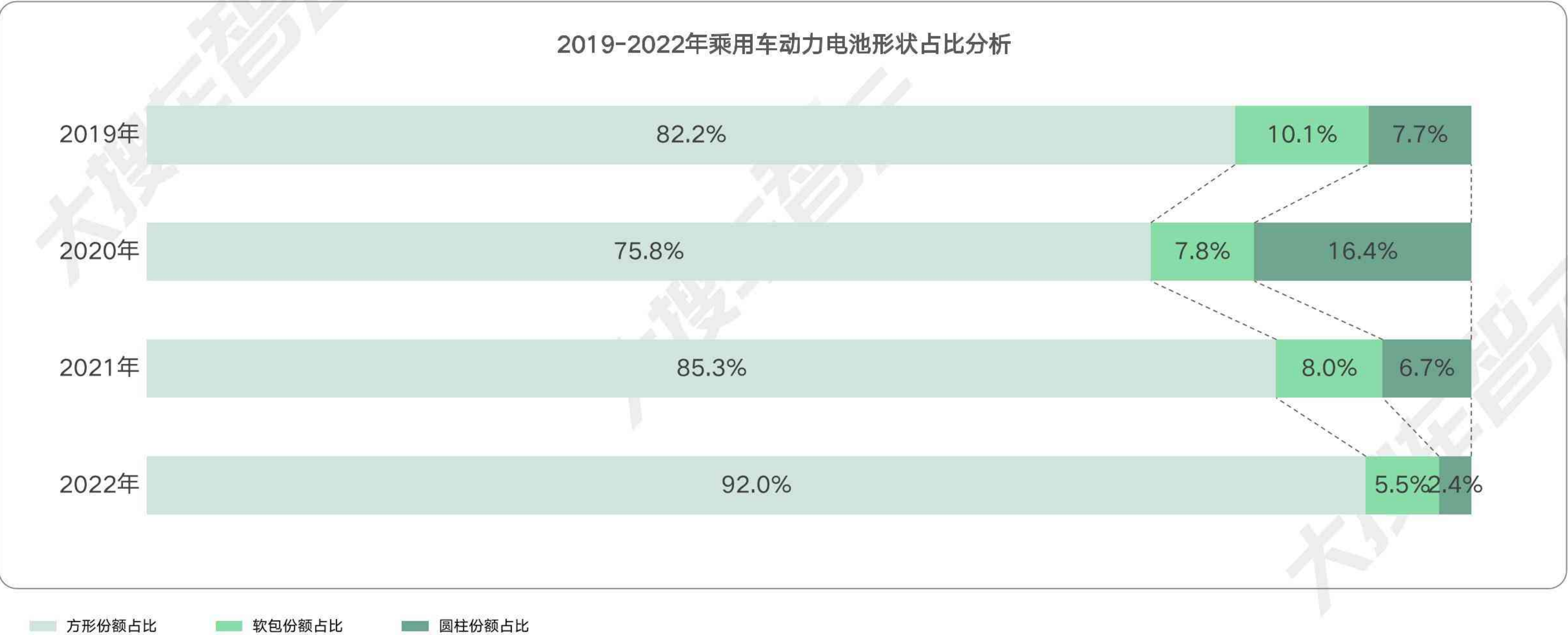
下半年随着新能源车市场回暖，装机量也逐步回升

● 动力电池装机量走势紧随下游新能源车市场变化。受局部疫情爆发影响，4-5月装机量大幅下跌，下半年随着新能源车市场回暖，装机量逐步回升，12月达31.7Gwh，再次创新高。



方形电池占据主流地位，2022年市场占比超9成

- 从电池形状分布方面分析，当前方形电池占据主流地位，自2020年份额短暂回落后，近两年稳步上升，2022年市场占比超9成；软包电池逐步萎缩，份额由2019年的10.1%跌至2022年5.5%；圆柱形在2020年创造短暂辉煌，但随着特斯拉在华失守，近两年市场份额持续下滑，2022年跌至2.4%。



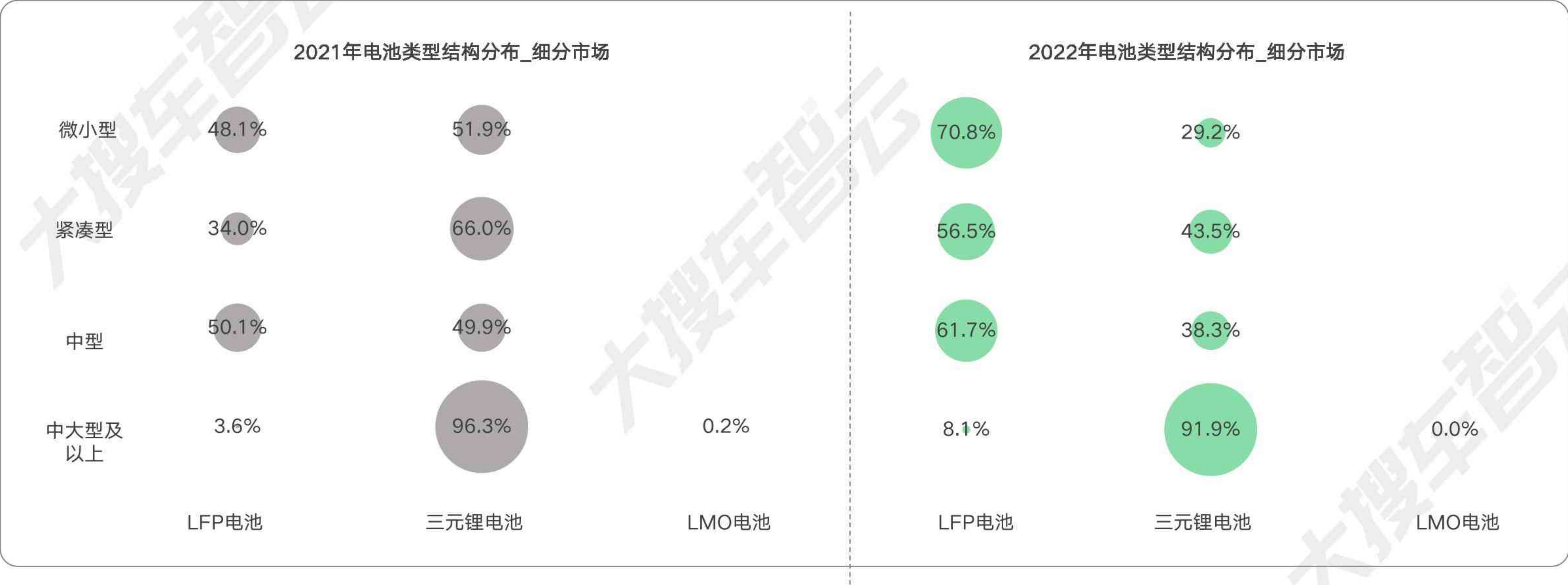
电池类型①：LFP电池份额持续上涨，2022年超过三元锂电池

- 近年来，在行业占据主导地位三元锂电池市场逐渐萎缩，2022年已经被LFP电池超越，而LFP电池凭借其成本和安全等优势，份额由2019年5.8%上涨至2022年54.7%。
- 从燃料类型分布来看，PHEV市场，LFP电池优势地位更为明显，2022年市场份额将近8成；BEV市场LFP电池和三元锂电池势均力敌，份额相差不多。



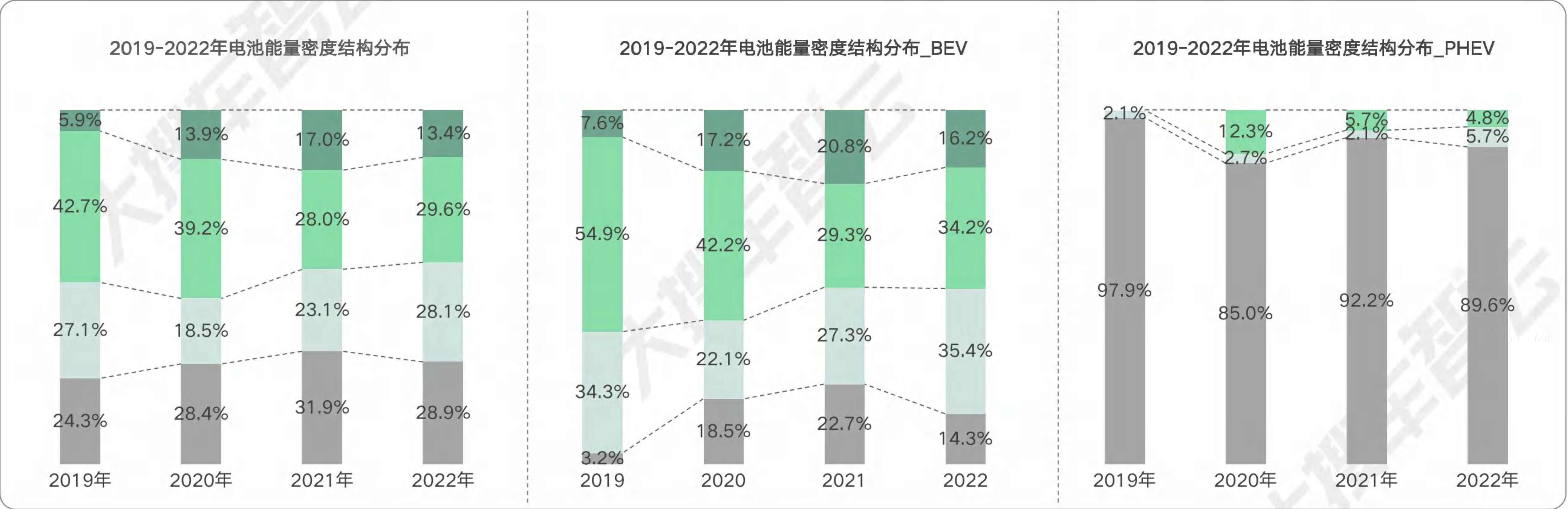
电池类型②：LFP电池在细分市场大放异彩，但高端车仍以三元锂电池为主

- 对标三元锂电池，LFP电池在稳定性、安全性、成本等方面更胜一筹，近年来随着LFP电池技术的发展，能量密度也不断提升，主机厂开始加装LFP电池，其中微小型和中型车市场占比均超60%。
- 另一方面，在中型及以上细分市场，“高性能、高续航里程”的产品更符合市场需求定位，因此当前高端车型电池配装仍以三元锂电池为主，2022年市场份额91.9%。



电池能量密度①：PHEV主要分布在 < 125Wh/kg，而BEV在125-160Wh/kg

- 对比2019-2022年数据，电池能量密度结构分布并不稳定，2022年125Wh/kg以下、125-140Wh/kg、140-160Wh/kg各占3成左右市场。其中140-160Wh/kg份额持续回落，由2019年42.7%下跌至2022年29.6%。
- 从燃料类型分布来看，PHEV能量密度主要分布在125Wh/kg以下，市场份额将近9成但有所下跌，而125-140Wh/kg逐步增长。BEV能量密度主要分布在125-140Wh/kg、140-160Wh/kg，二者份额达70%。



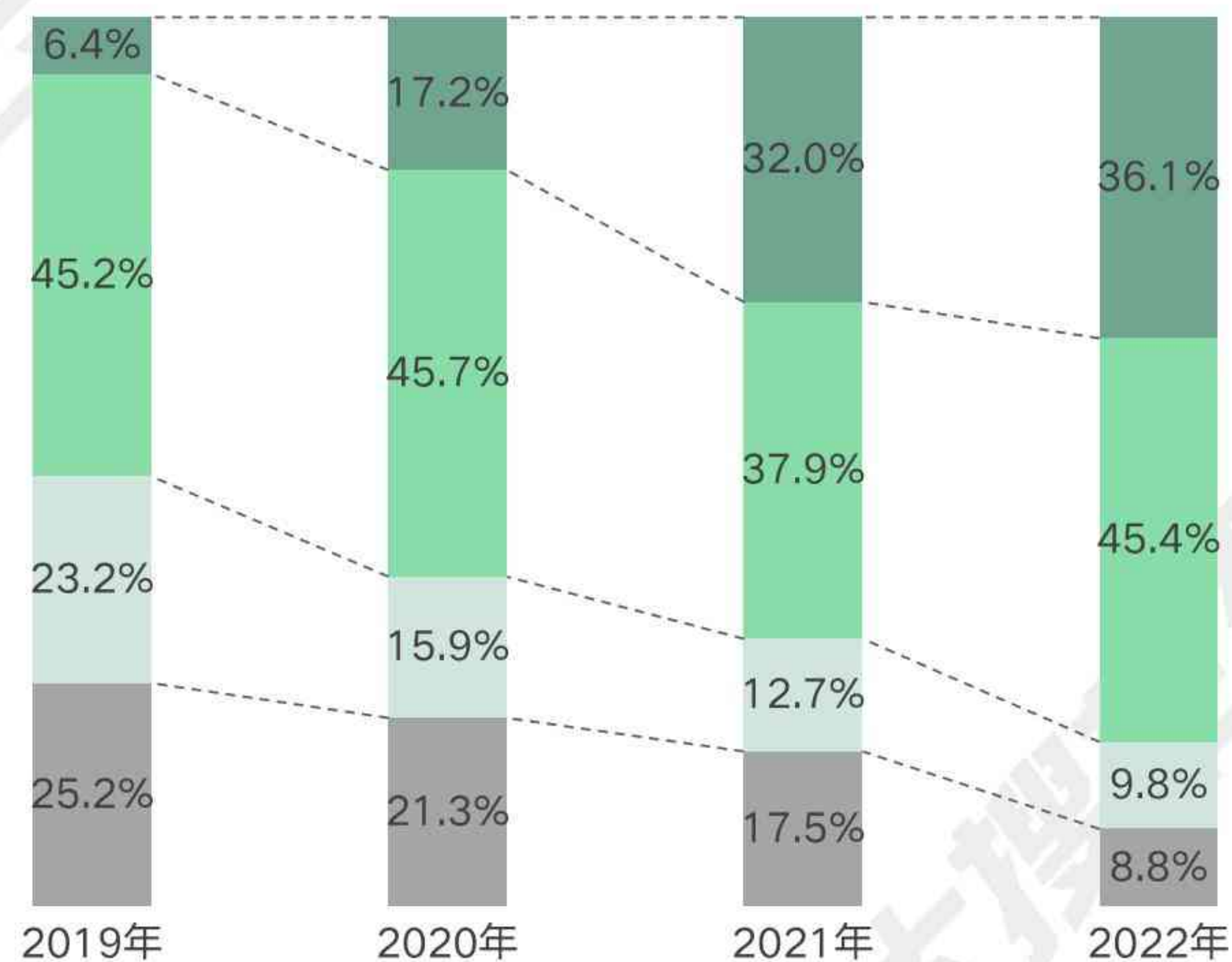
电池能量密度②：LFP电池主要集中在低密度，而三元锂电池集中在高密度

- 对比三元锂电池，LFP电池主要集中在低能量密度区间，140Wh/kg以下市场份额将近8成，但近年来140-160Wh/kg份额不断增长，由2019年7.5%上涨至2022年20.3%；
- 三元锂电池主要集中在高能量密度区间160Wh/kg以上份额稳步增长，由2019年6.4%上涨至2022年36.1%，低能量密度电池逐渐萎缩，140Wh/kg以下份额由2019年48.4%跌至2022年18.6%

2019-2022年电池能量密度结构分布_LFP电池

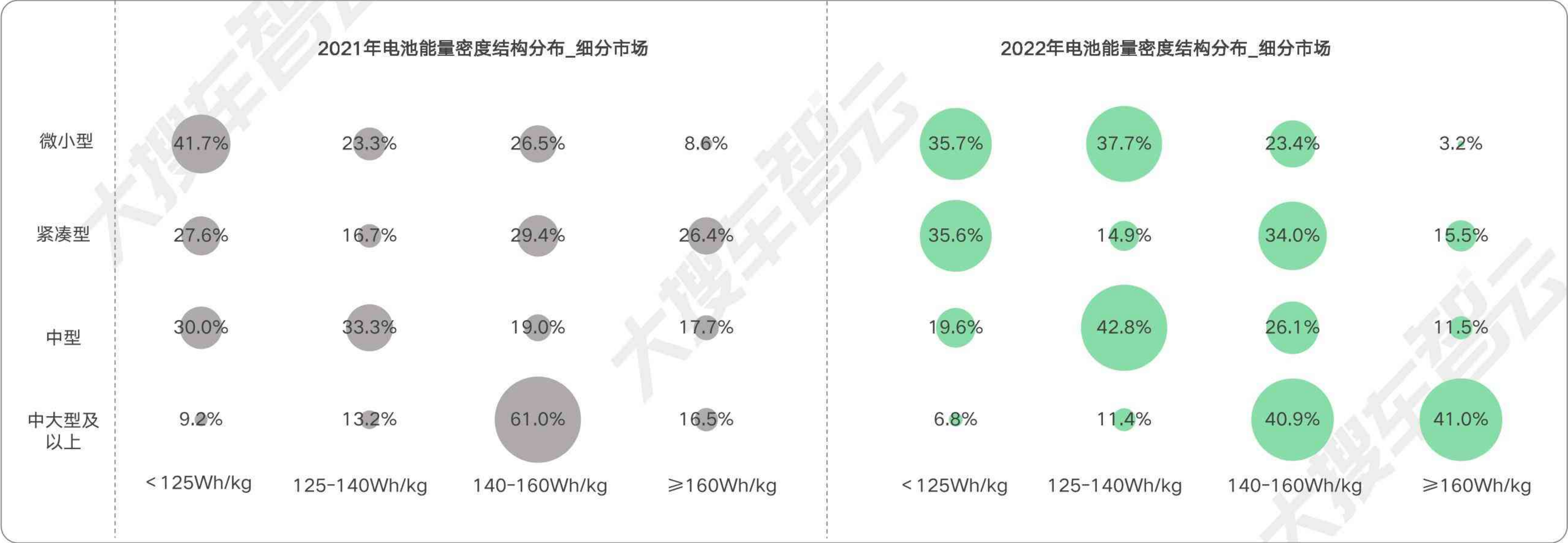


2019-2022年电池能量密度结构分布_三元锂电池



电池能量密度③：微小型车能量密度有所提升，125-140Wh/kg份额上涨14.4%

- 续航里程短，低能量密度电池已基本满足微小型车需求，当前能量密度主要集中在140Wh/kg以下，但较去年同期相比，微小型车能量密度有所提升，125-140Wh/kg份额上涨14.4%，而125Wh/kg以下却下跌。
- 当前紧凑型车能量密度主要分布在125Wh/kg以下（PHEV）、140-160Wh/kg（BEV），而160Wh/kg以上份额下跌10.9%，表明用户选择不再仅局限于高续航、高能量密度的配置。



电池厂商①：宁德时代稳居榜首，但份额同比下滑6.5%

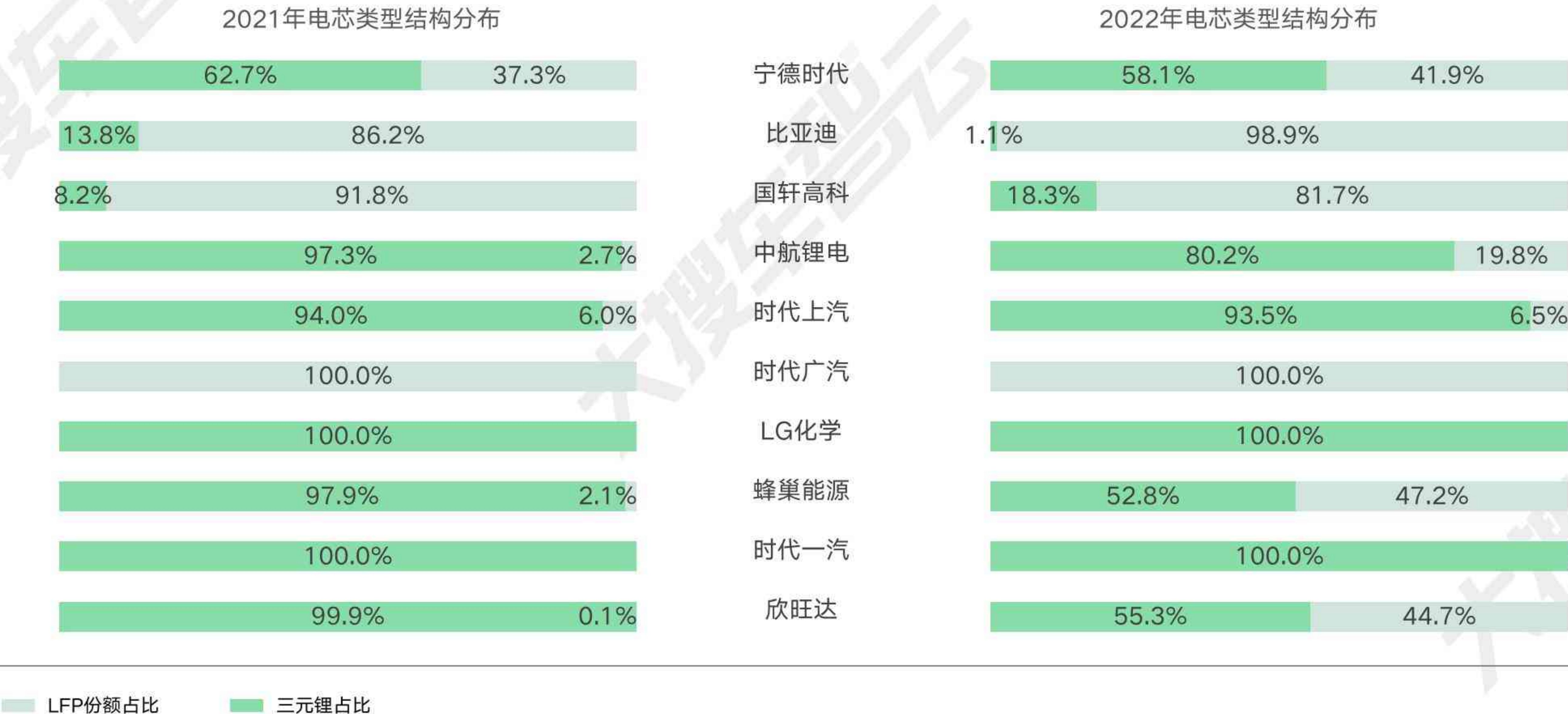
- 电池行业头部效应显著，TOP3厂商市场份额超7成，但前前十排名变动较大，稳定的市场竞争格局尚未形成
- 随着比亚迪在下游市场上销量增长，宁德时代份额逐渐被蚕食，2022年市场份额同比下滑6.5%，而比亚迪份额增长8.8%；自2021年特斯拉新增供应商宁德时代后，且客户数量并未明显增加，导致LG份额持续下跌。

电池厂商	2022年装机电量（GWh）	同比变化	市场份额	份额同比	单车装机电量（KWh）	同比变化
宁德时代	91.3	60.9%	39.9%	-6.5%	49.6	0.3%
比亚迪	61.9	177.7%	27.1%	8.8%	37.8	-6.3%
国轩高科	12.1	98.4%	5.3%	0.3%	24.6	24.9%
中航锂电	11.9	62.3%	5.2%	-0.8%	58.5	4.8%
时代上汽	9.7	73.6%	4.2%	-0.3%	61.6	25.8%
时代广汽	5.7	555.5%	2.5%	1.8%	64.0	0.0%
LG化学	5.4	-11.7%	2.3%	-2.6%	68.1	1.9%
蜂巢能源	4.5	100.6%	2.0%	0.1%	52.5	35.0%
时代一汽	4.0	-	1.8%	1.7%	84.8	0.0%
欣旺达	3.3	407.6%	1.5%	0.9%	53.0	-5.9%

电池厂商②：各厂商的产品结构分布较为单一

- 对比厂商电池类型分布，各厂商产品结构分布较为单一。宁德时代、蜂巢能源、欣旺达采取双产品策略，LFP电池和三元锂电池各占一半；
- 比亚迪、国轩高科、国时代广汽等深耕LFP技术路线，其中比亚迪LFP电池占比增长至98.9%；中航锂电、时代上汽、LG化学、时代一汽产品结构更偏重于三元锂电池，其占比均超90%。

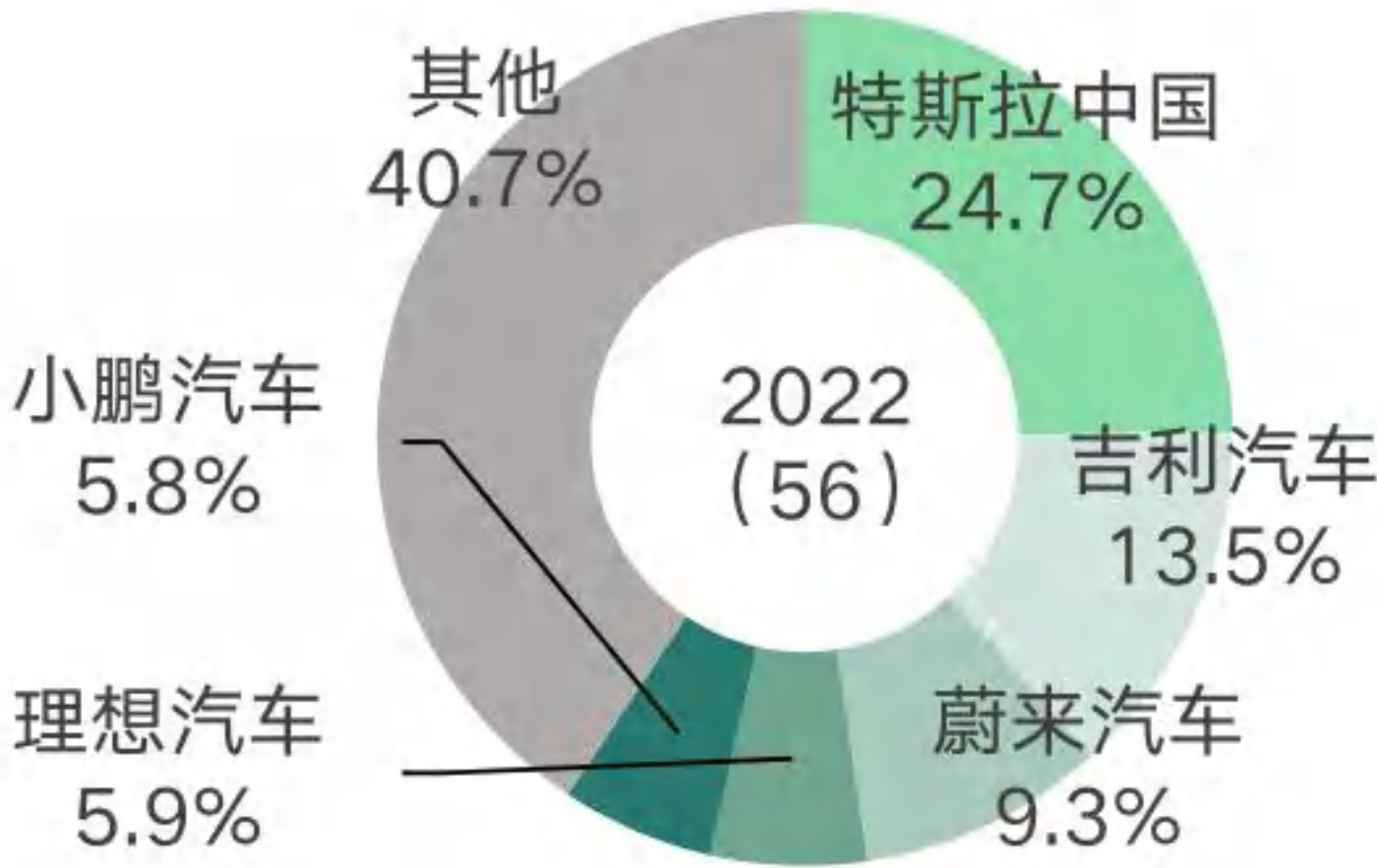
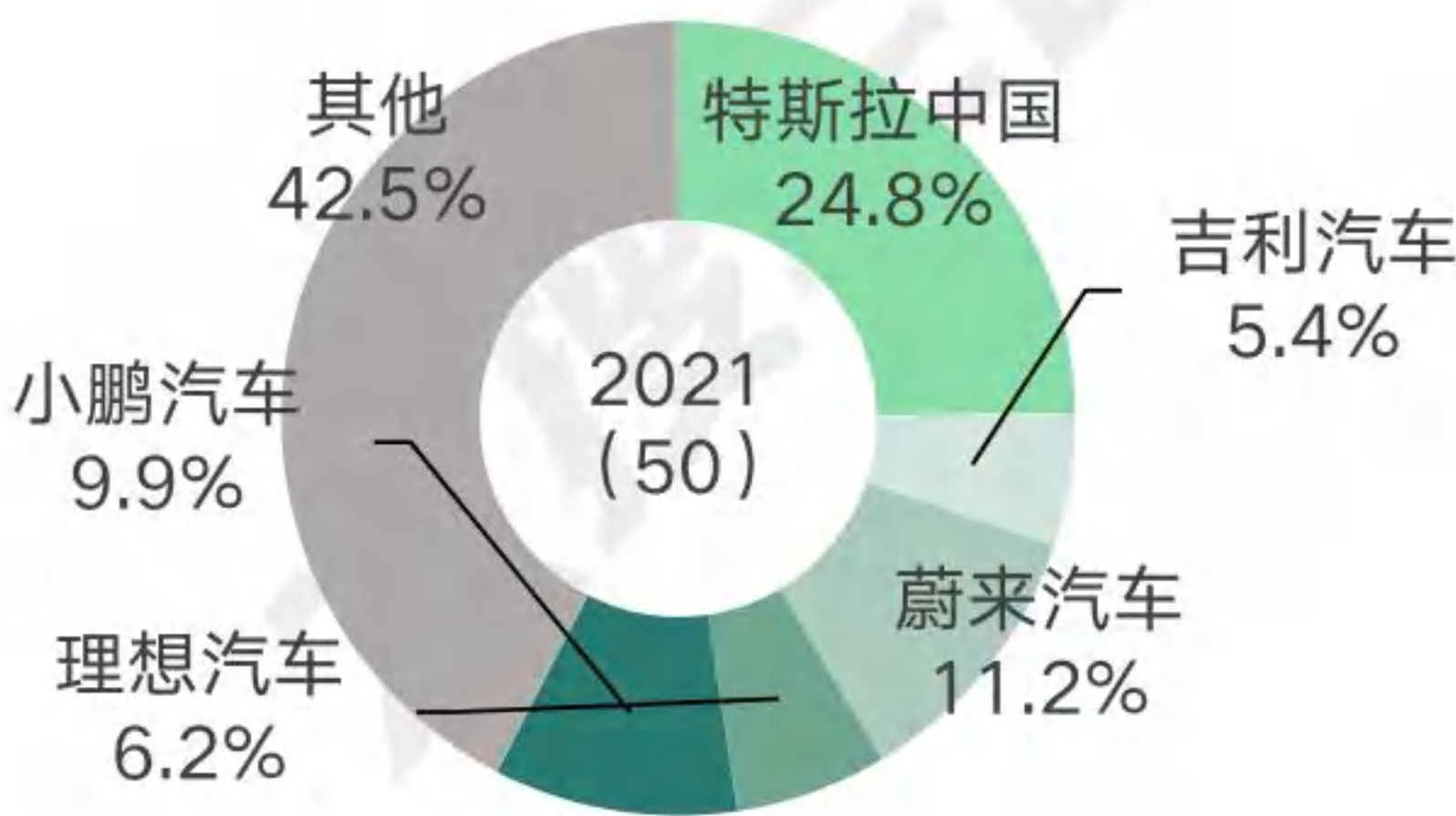
TOP10电池厂商_电芯类型结构分布



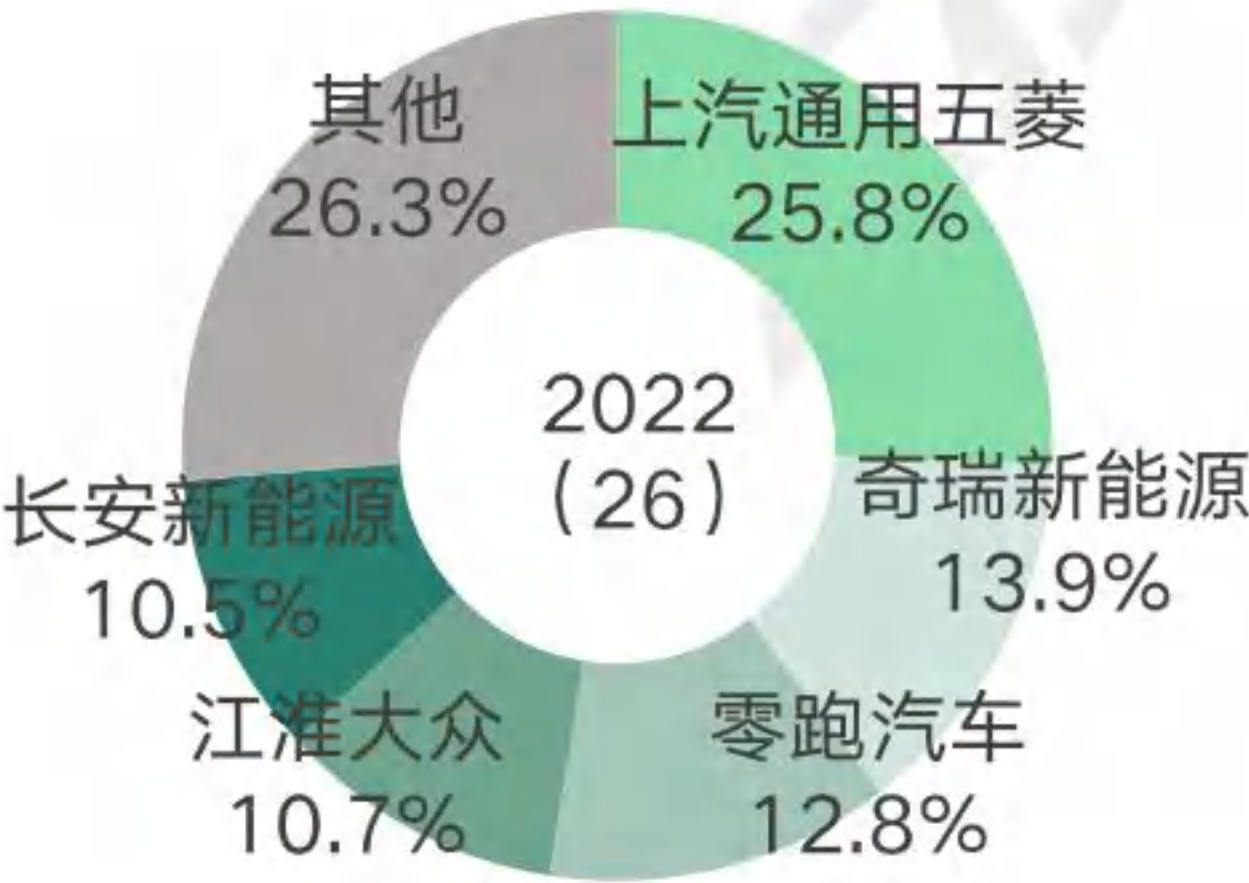
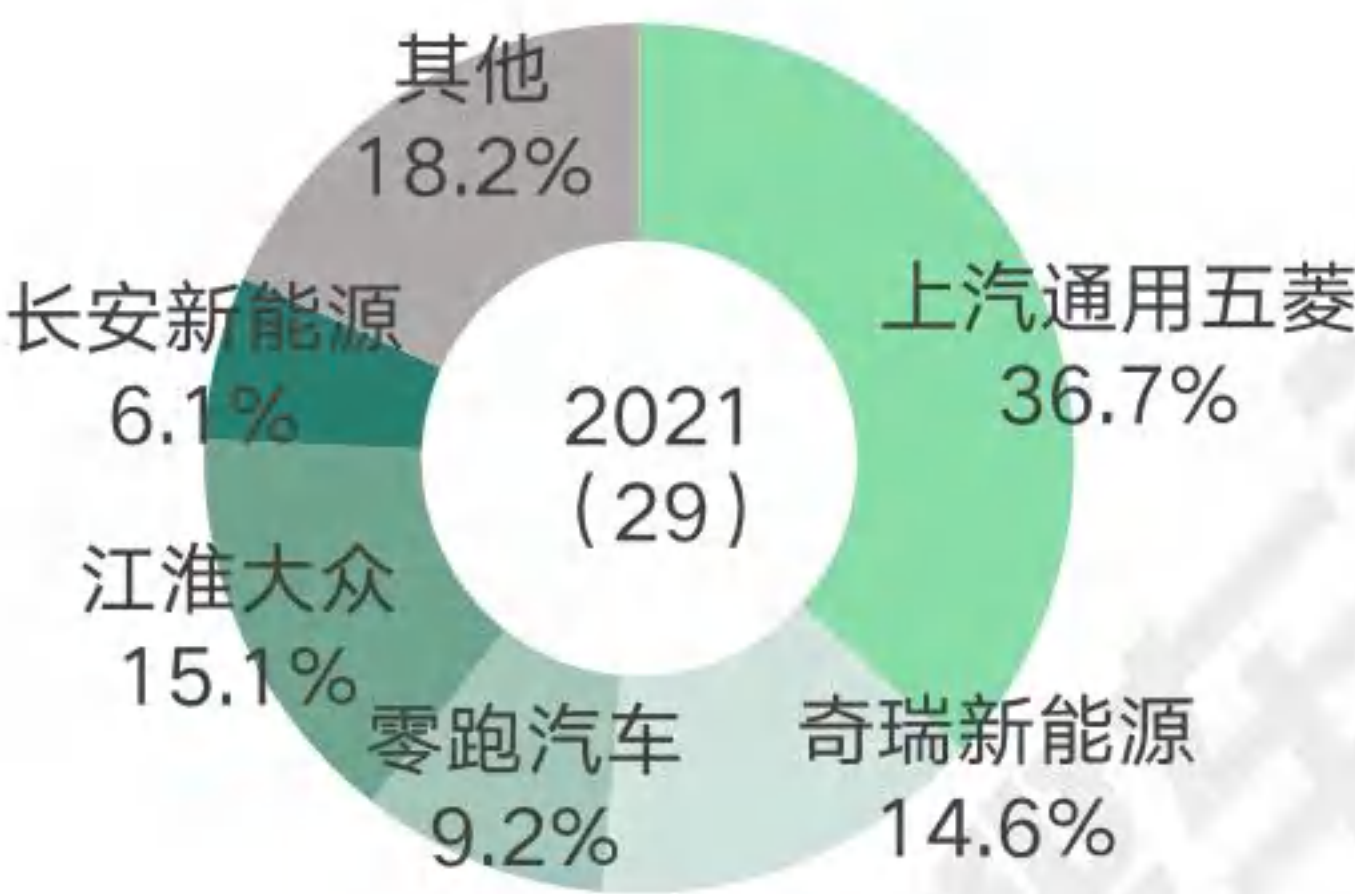
电池厂商③：中航锂电新增客户小鹏汽车，2022年占比15.3%

- 作为行业龙头，宁德时代客户数量多，且客户结构比例趋于分散，2022年客户数量增长至56个，TOP3客户特斯拉中国、吉利汽车、蔚来汽车份额为24.7%、13.5%、9.3%，其中吉利汽车占比上涨8.1%；
- 受微小型市场份额下滑影响，上汽通用五菱在国轩高科占比下滑10.9%；
- 同宁德时代和国轩高科相比，中航锂电单一客户占比相对偏高，TOP3客户装机量占比达80%，其中最大客户广汽埃安贡献其装机量45%。

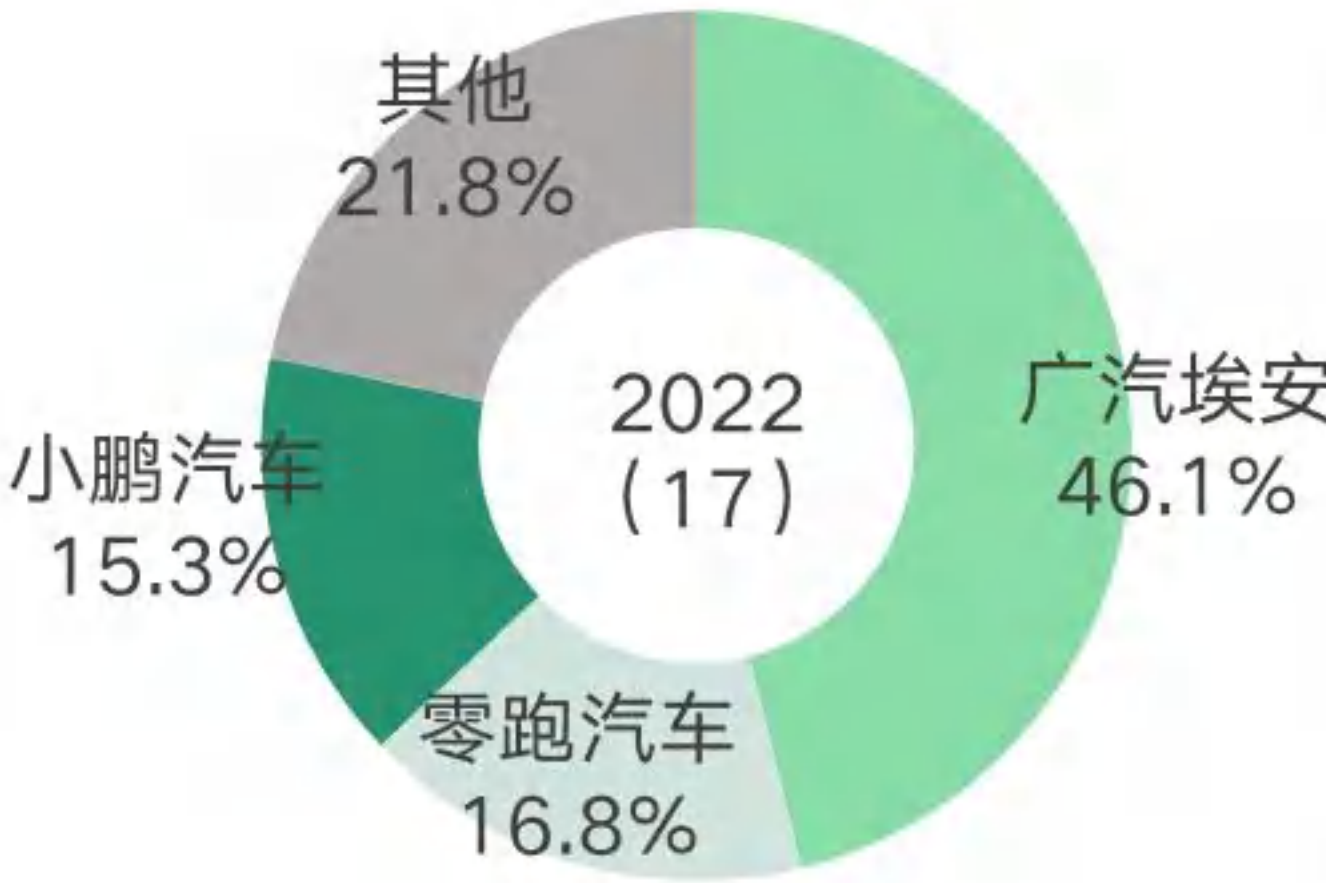
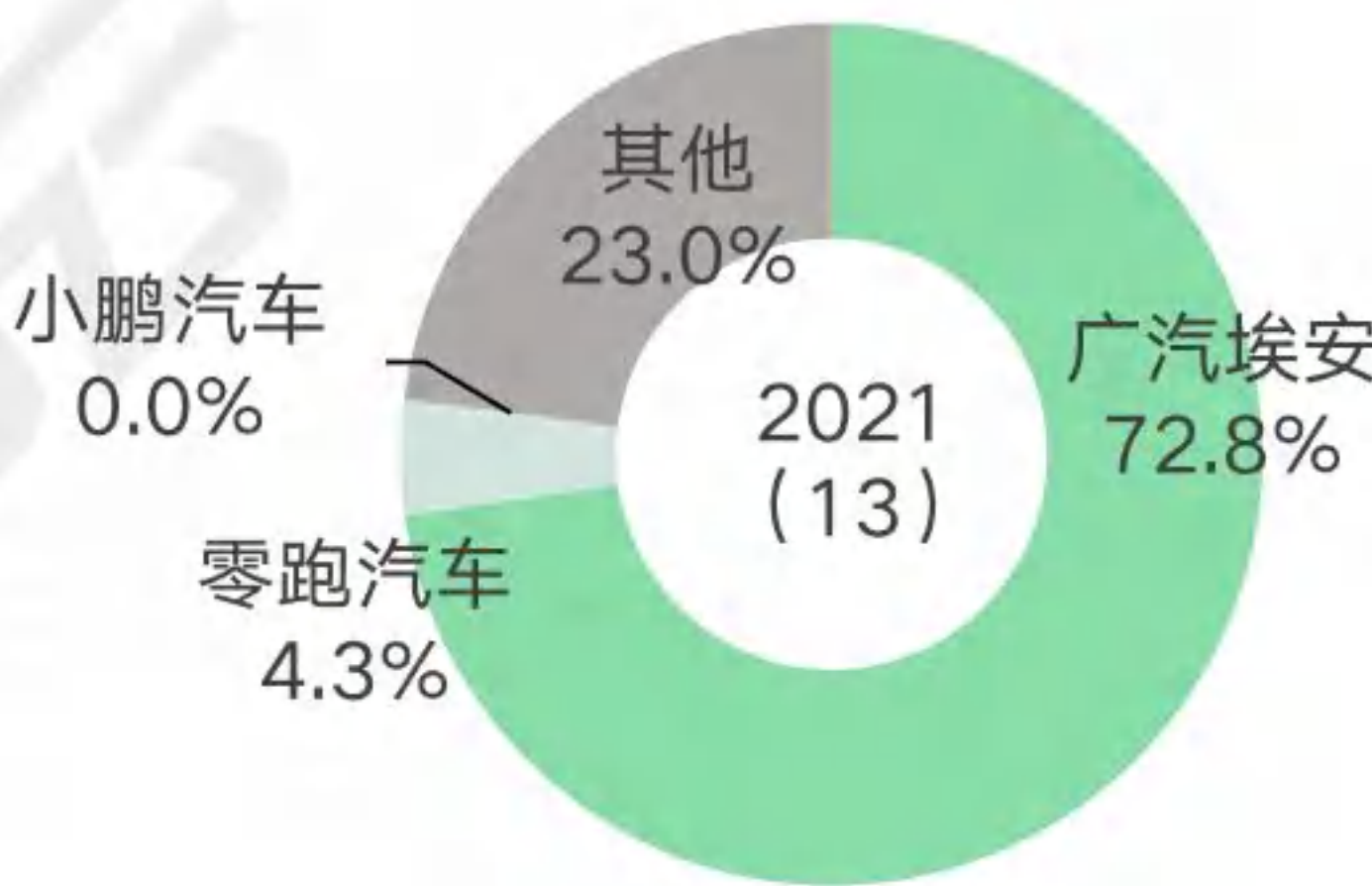
宁德时代客户分布



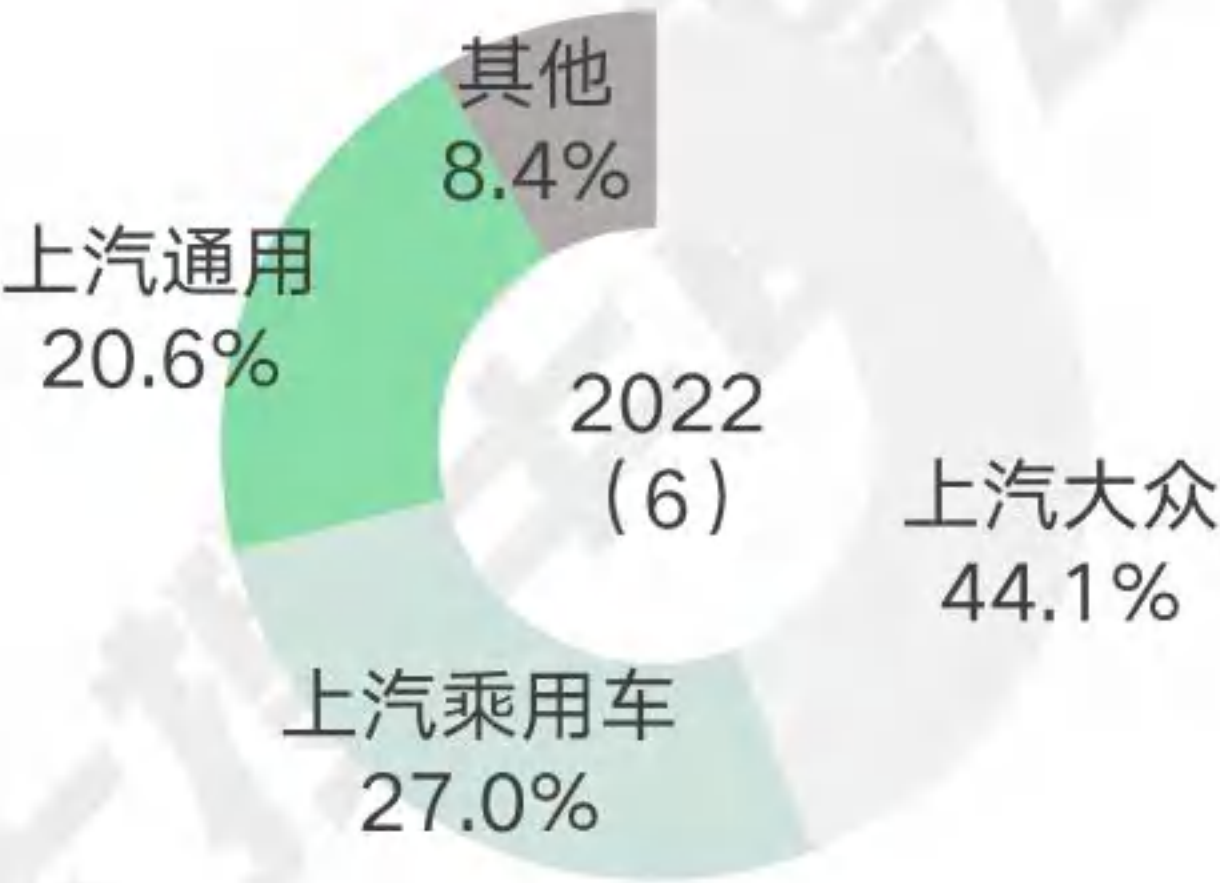
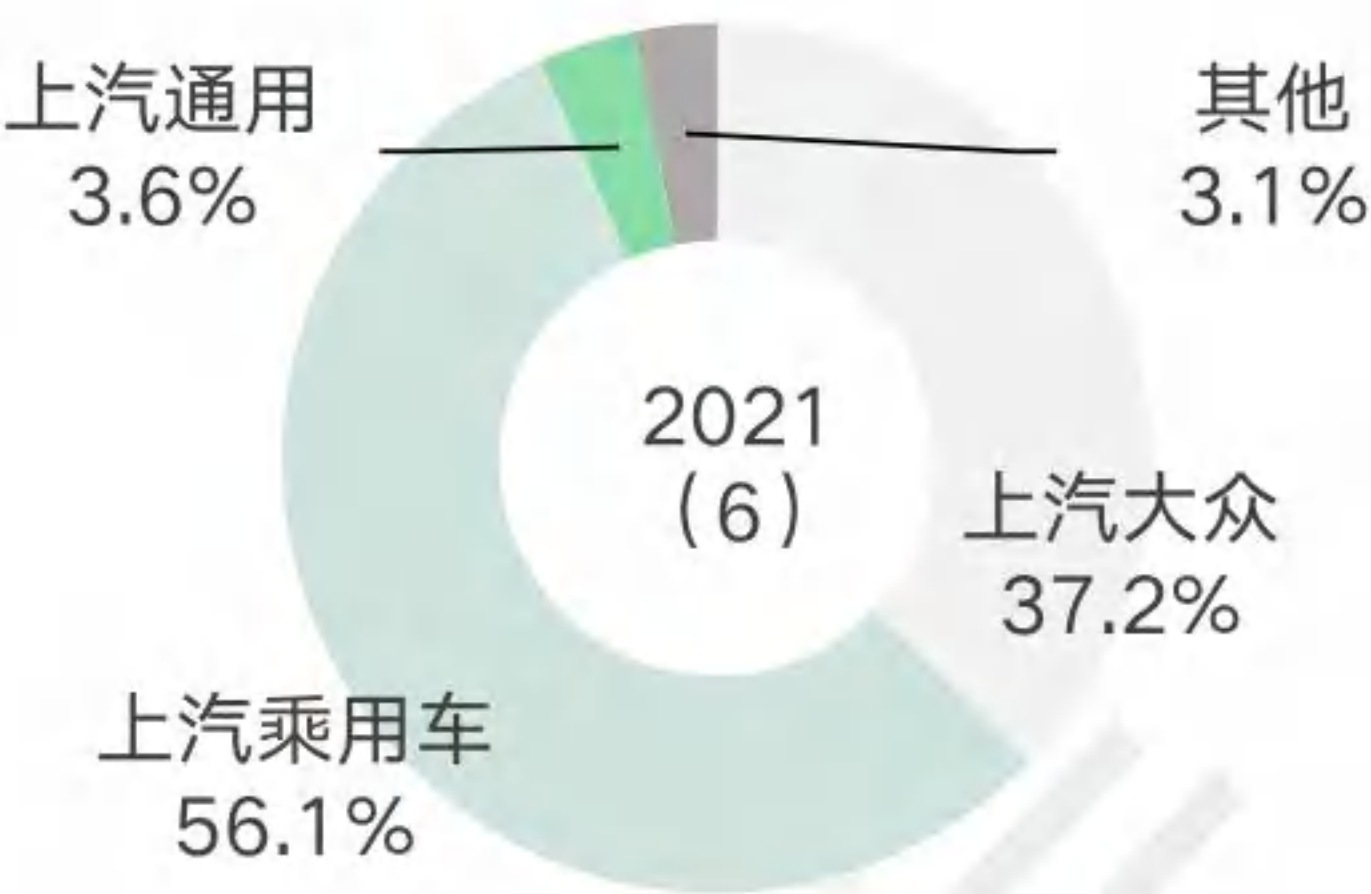
国轩高科客户分布



中航锂电客户分布



时代上汽客户分布



主机厂①：比亚迪稳居榜首，装机电量超过特斯拉中国和广汽埃安总和

- 比亚迪稳居榜首，2022年装机电量59.3Gwh，超过特斯拉中国和广汽埃安的总和，份额同比增长8.5%，但单车装机电量相对偏低；
- 特斯拉中国、蔚来汽车、小鹏汽车、上汽通用五菱跑输基盘，份额同比分别下滑4.2%、1.5%、2.0%、1.6%，而吉利汽车份额同比增长3.0%。

主机厂	2022年装机电量（GWh）	同比变化	市场份额	份额同比	单车装机电量（KWh）	同比变化
比亚迪	59.3	179.2%	25.9%	8.5%	37.5	-7.3%
特斯拉中国	27.7	39.0%	12.1%	-4.2%	62.7	1.3%
广汽埃安	13.8	79.2%	6.0%	-0.3%	64.4	2.8%
吉利汽车	13.4	277.0%	5.9%	3.0%	58.6	20.3%
蔚来汽车	8.5	33.9%	3.7%	-1.5%	71.0	1.3%
小鹏汽车	8.2	20.7%	3.6%	-2.0%	68.3	-3.2%
合众新能源	6.6	132.8%	2.9%	0.6%	45.0	3.2%
上汽通用五菱	6.5	19.0%	2.9%	-1.6%	14.7	12.7%
零跑汽车	6.4	235.8%	2.8%	1.2%	58.8	35.6%
一汽-大众	6.3	82.5%	2.7%	-0.1%	67.1	29.2%

主机厂②：当前蔚来汽车、一汽大众仅配装三元锂电池

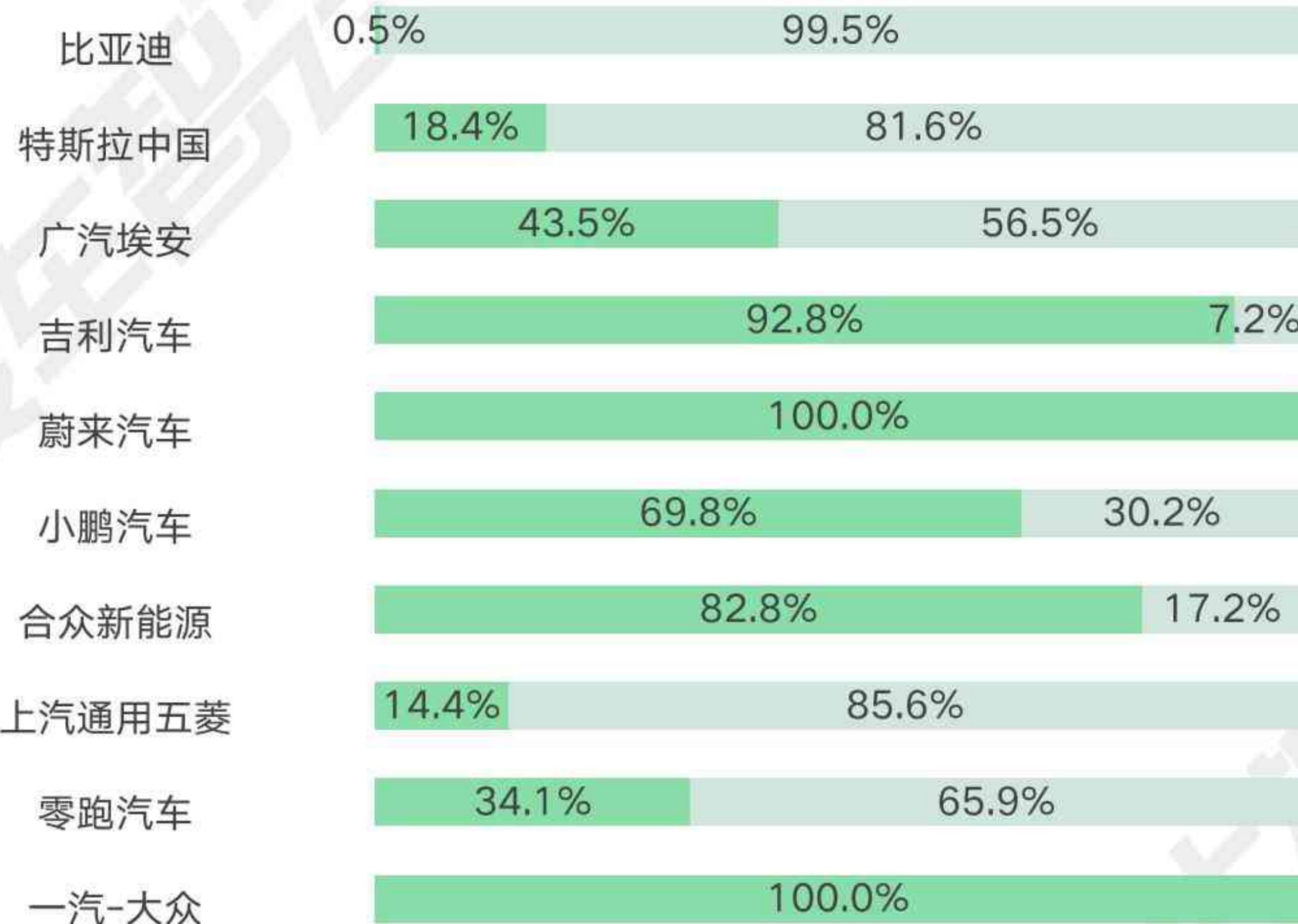
- 对比主机厂电池类型分布，广汽埃安LFP电池装车比例大幅上涨，同三元锂电池各占一半；比亚迪、特斯拉中国、上汽通用五菱、零跑汽车等更偏重于LFP电池，其中比亚迪LFP电池占比增长至99.5%；
- 吉利汽车、蔚来汽车、小鹏汽车、合众新能源、一汽大众等更更偏重三元锂电池，其中蔚来汽车和一汽大众三元锂电池占比达100%。

TOP10主机厂_电芯类型结构分布

2021年电芯类型结构分布



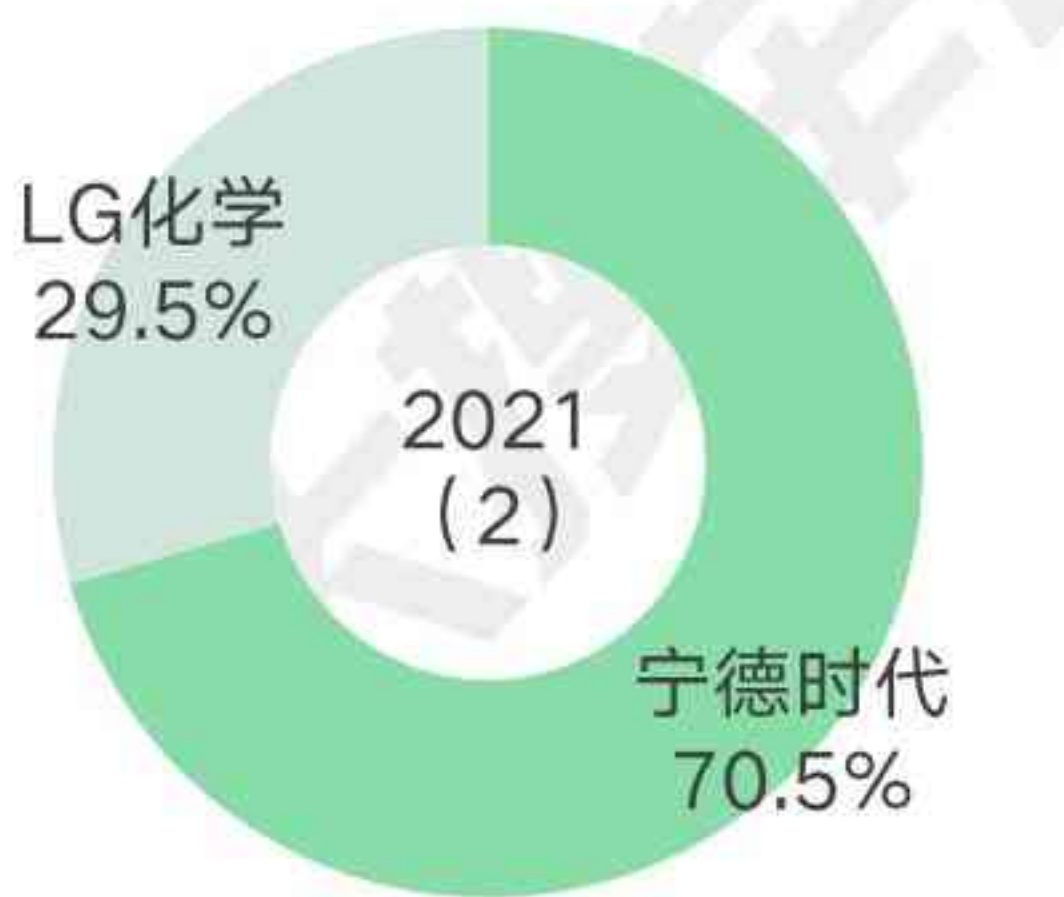
2022年电芯类型结构分布



主机厂③：广汽埃安减少中航锂电采购需求，加大时代广汽份额

- 较其他主机厂相比，特斯拉中国供应渠道相对单一，当前仅向宁德时代和LG化学采购，其中宁德时代占比不断提升，已经超80%；
- 广汽埃安调整供应商的供给结构，减少对中航锂电的采购需求，加大合资子公司时代广汽份额，2022年时代广汽占比同比增长30%；
- 小鹏汽车新增供应商中航锂电，致使对宁德时代采购份额减少了18.4%。

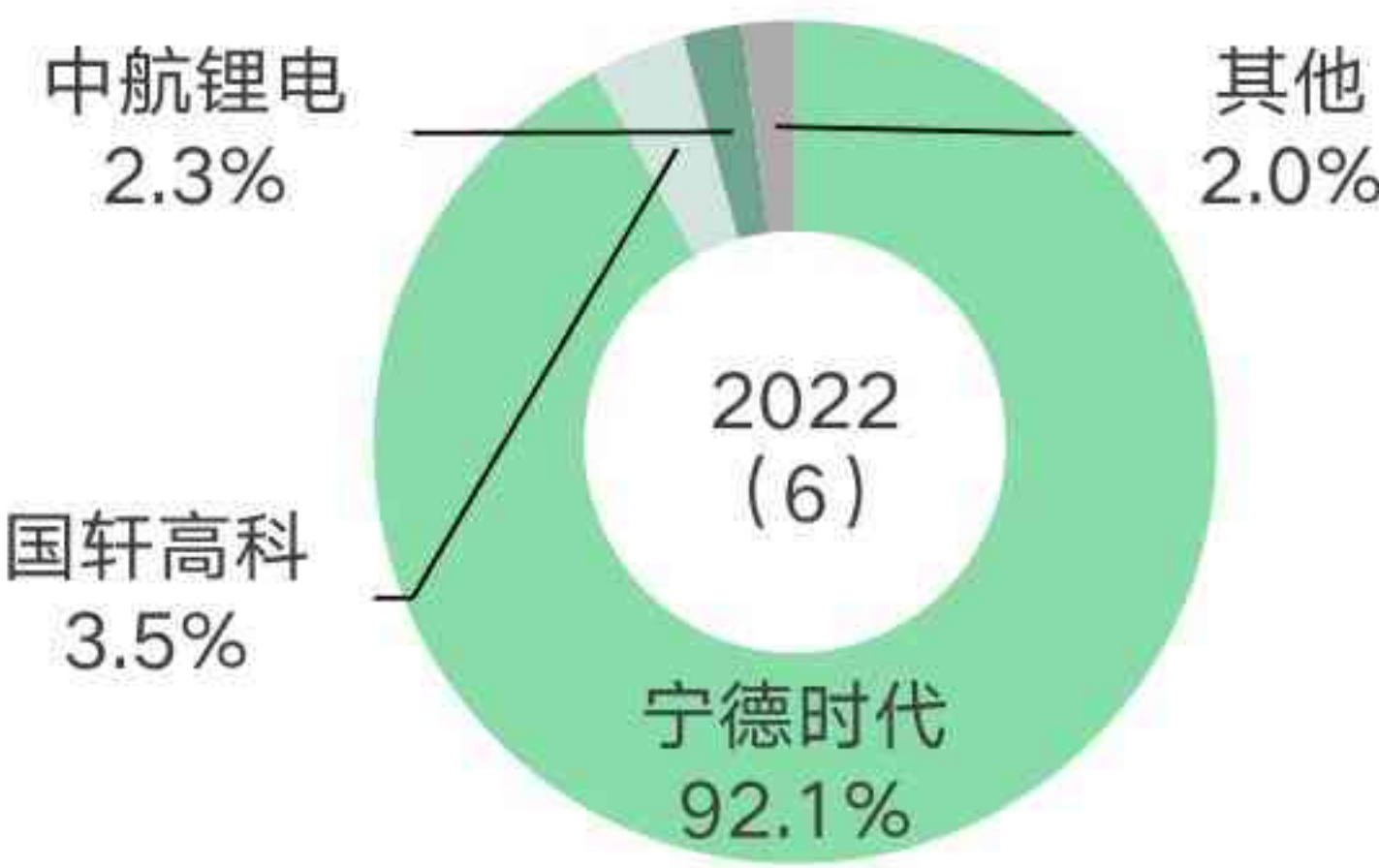
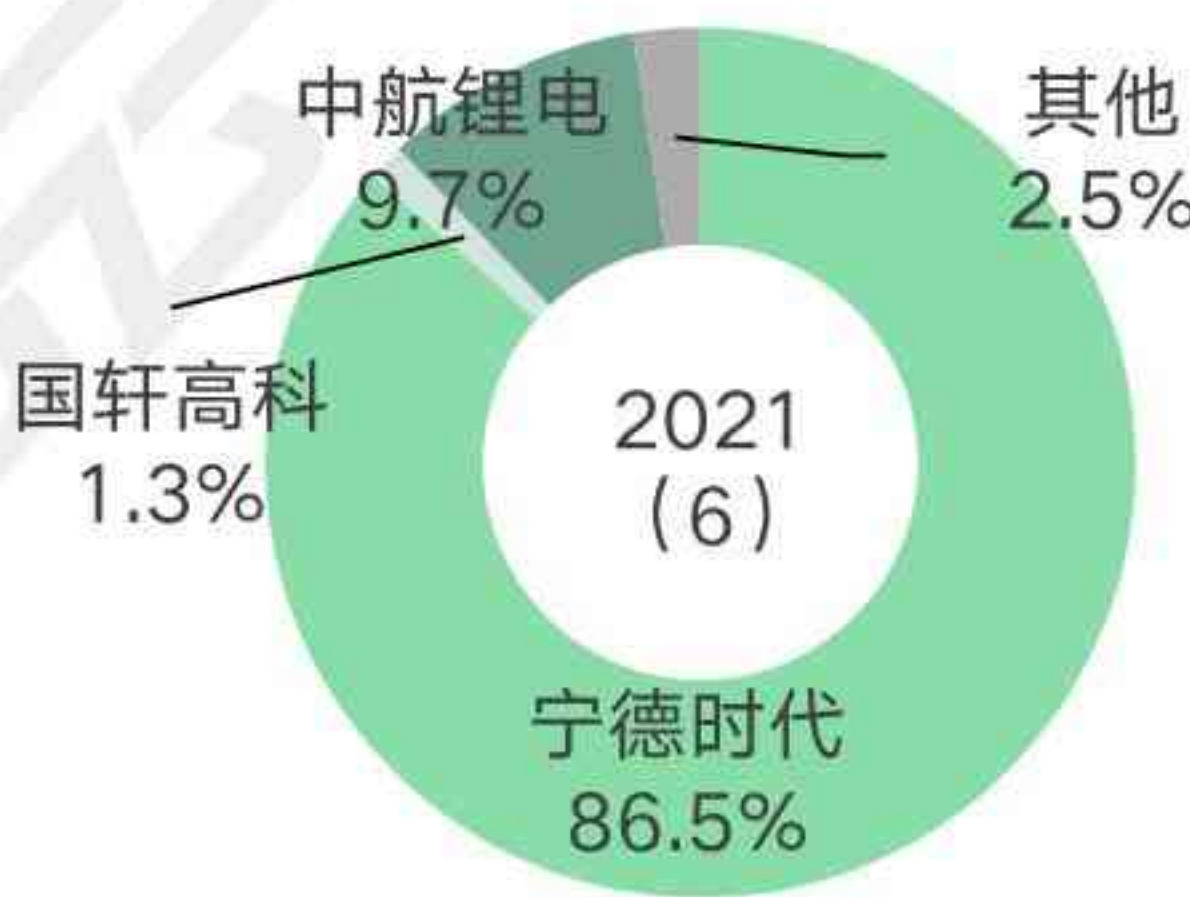
特斯拉中国供应商分布



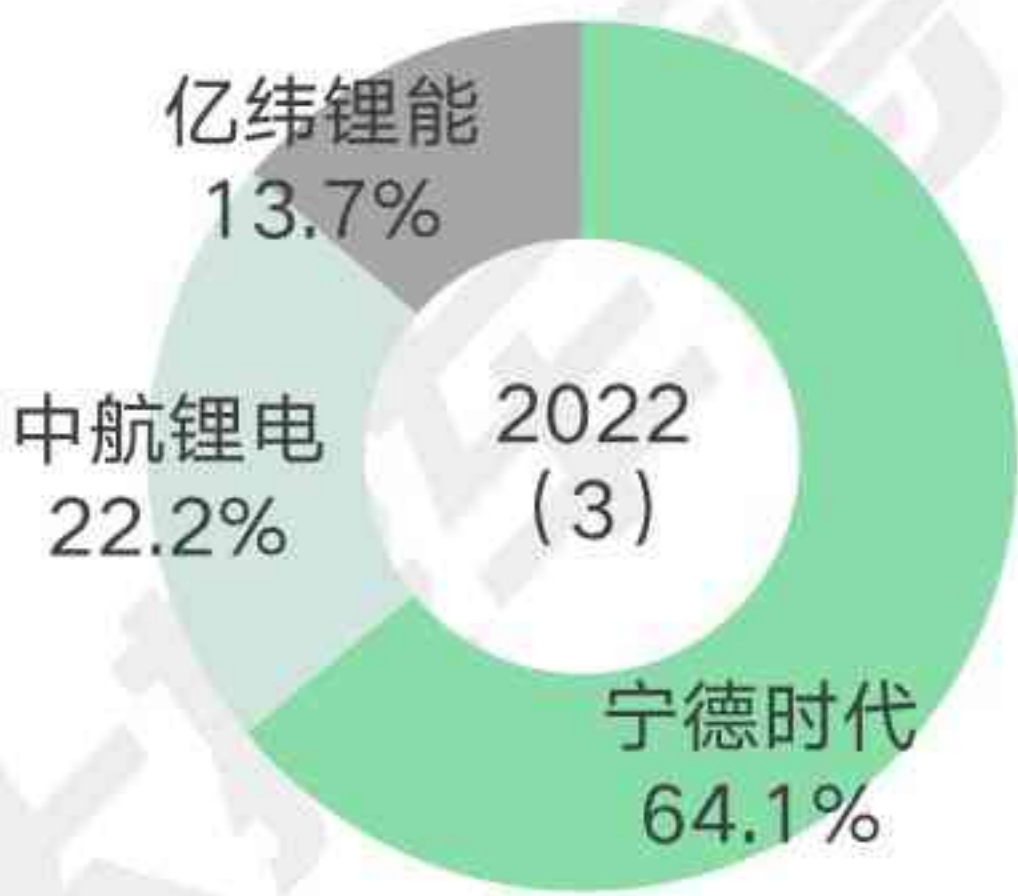
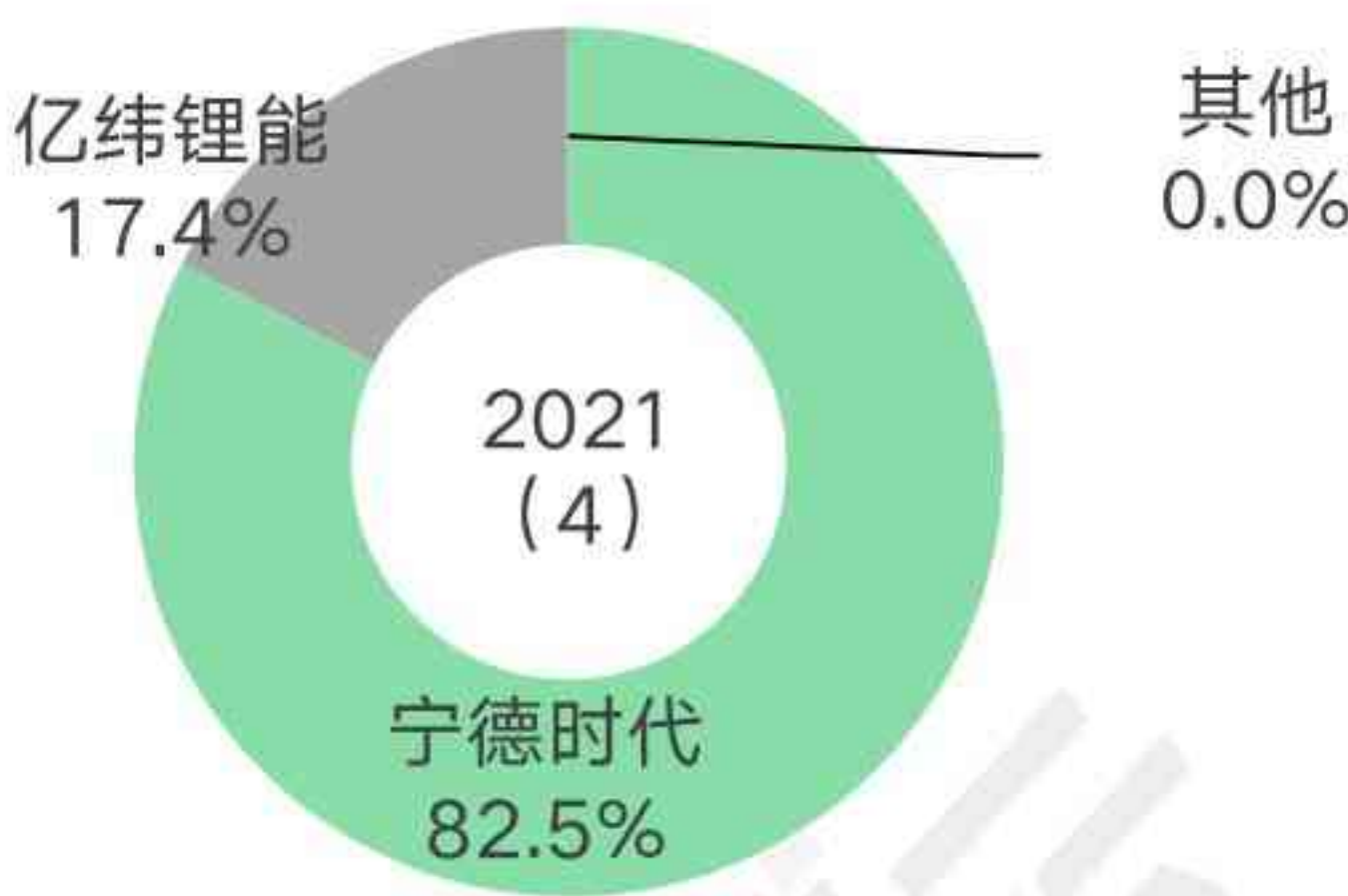
广汽埃安供应商分布

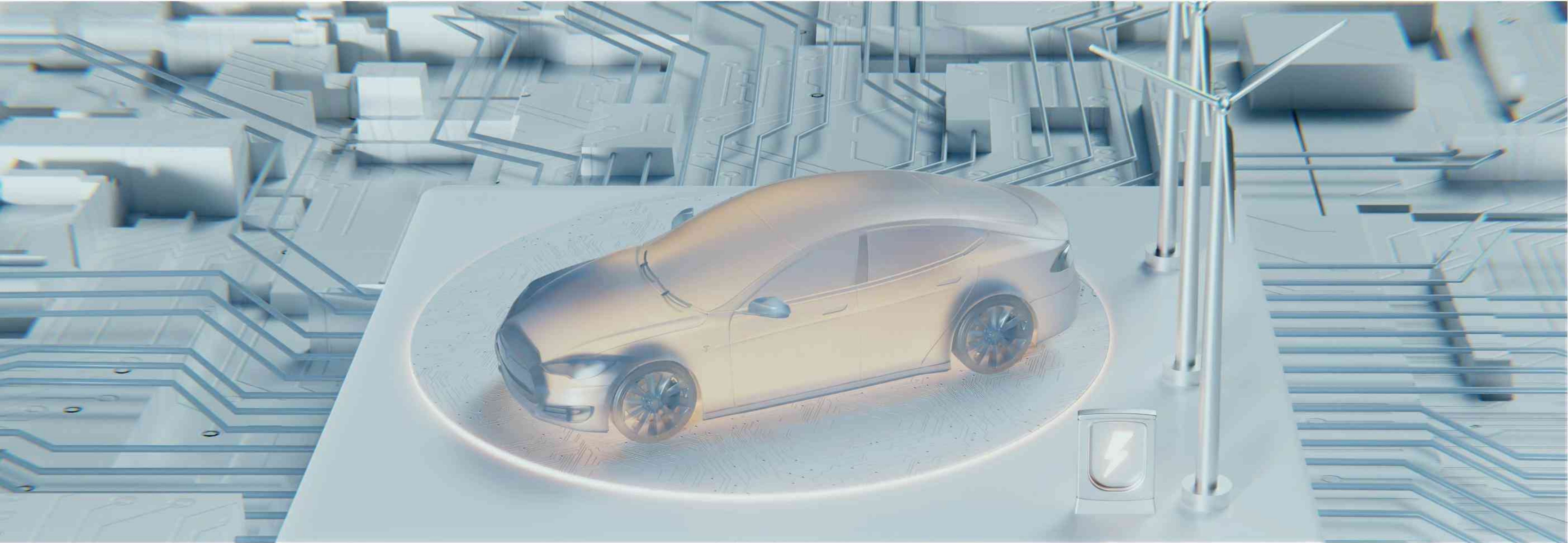


吉利汽车供应商分布



小鹏汽车供应商分布





PART 05

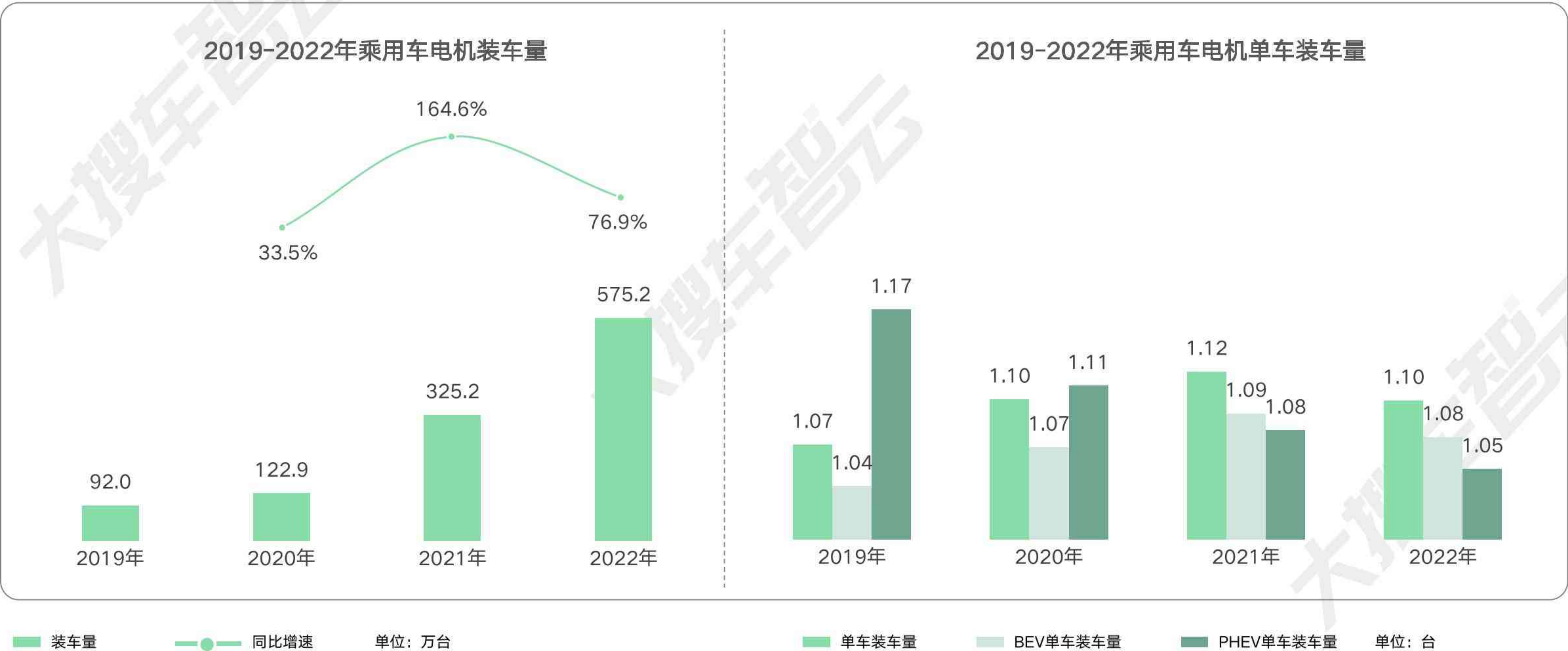
新能源乘用车电机篇

大搜车智云



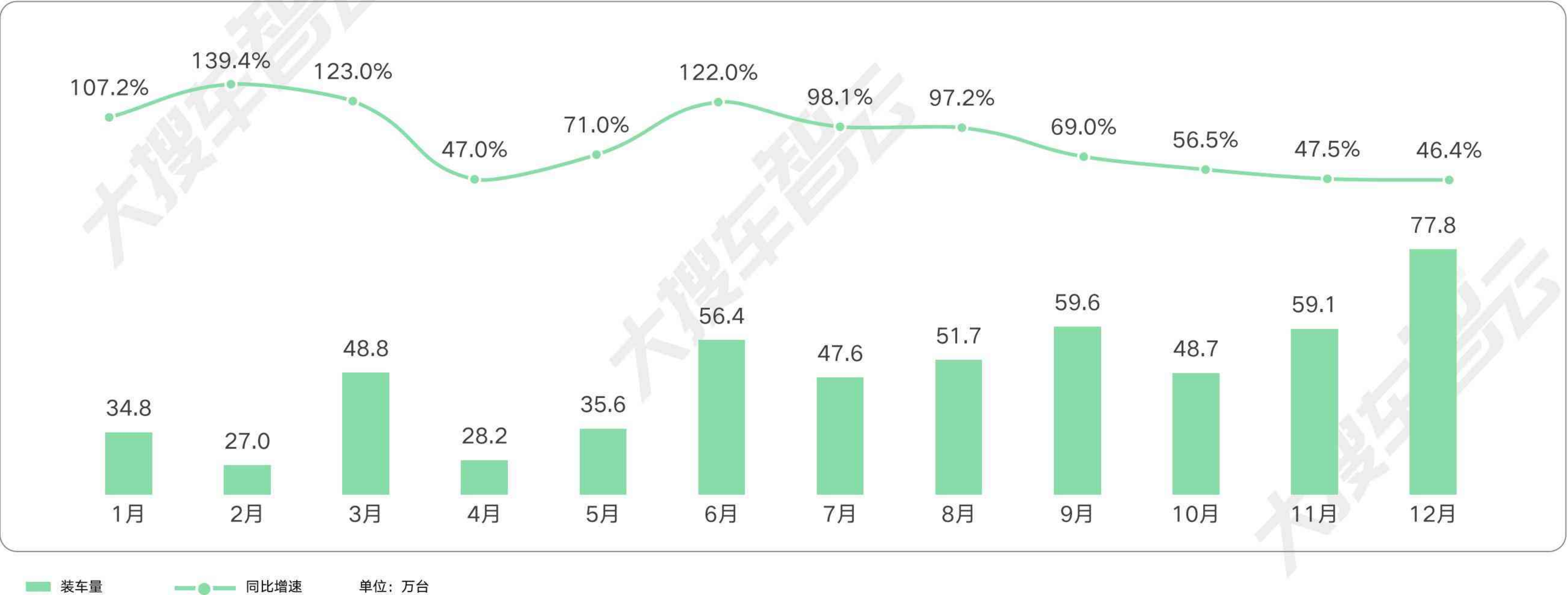
受益于新能源乘用车销量快速增长，电机装车量暴增

- 受益于新能源乘用车销量快速增长，乘用车电机装车量由2019年92万台暴增至2022年575.2万台；
- 2019-2022年电机单车装车量数据显示，2019-2021年BEV单车装车量稳步增长，而2022年开始回落，而在此期间PHEV持续下降。



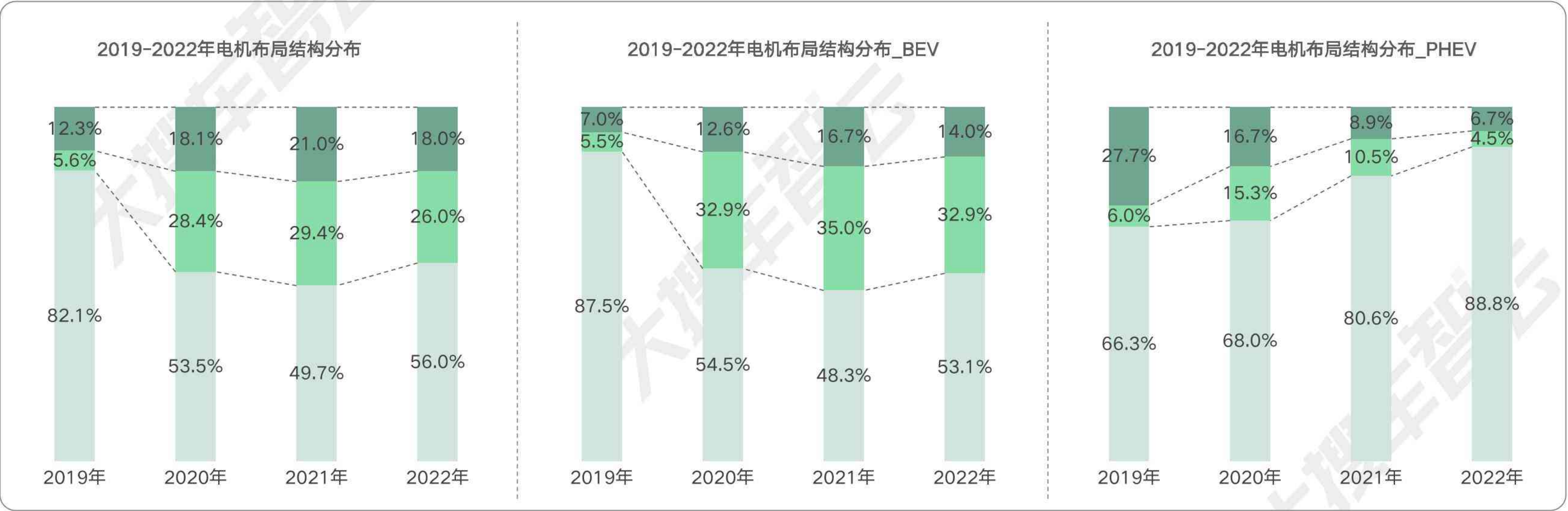
下半年随着新能源车市场回暖，电机装车量也逐步回升

● 电机装车量走势紧随下游新能源车市场变化。受局部疫情爆发影响，4-5月装车量大幅下跌，下半年随着新能源车市场回暖，装车量逐步回升，12月达77.8万台，再次创新高。



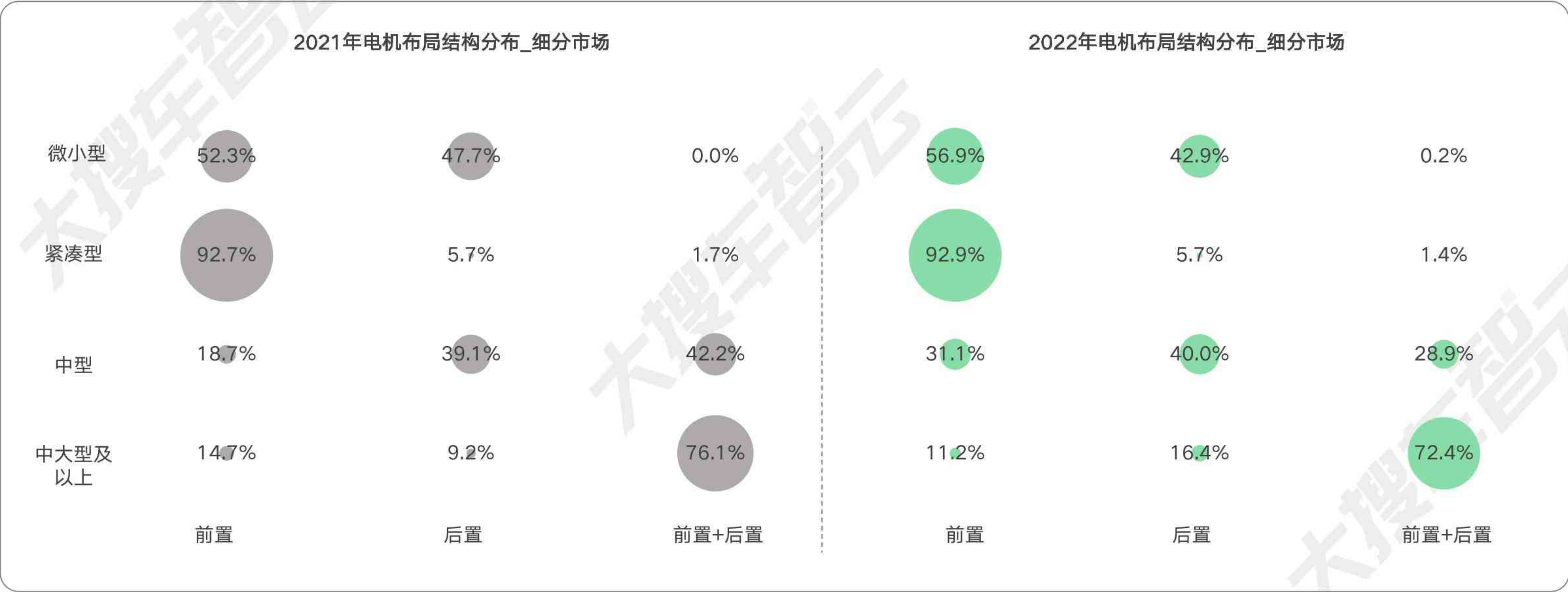
电机布局①：以前置为主，但份额整体呈下滑态势

- 2019-2022年电机布局结构分布数据显示，当前电机布局仍以前置为主，但份额整体呈下滑态势，由2019年82.1%下降至2022年56%；
- 从燃料类型分布来看，PHEV市场前置占比稳步提升，2022年份额将达88.8%；BEV市场后置占比已经超3成。



电机布局②：中型市场前置份额大幅增长，而前置+后置下滑

- 对比2021-2022年细分市场电机布局分布，微小型和紧凑型变化不大，其中微小型市场前置、后置各占一半，紧凑型市场前置占据主导地位，市场占比达92.9%；中型市场前置份额大幅增长，同后置差距缩小，与此同时前置+后置比例下滑
- 在中大型及以上市场，用户更对产品的性能要求比较高，“前置+后置”电机布局形式更能满足这一需求，市场占比达72.4%，明显高于其他细分市场。



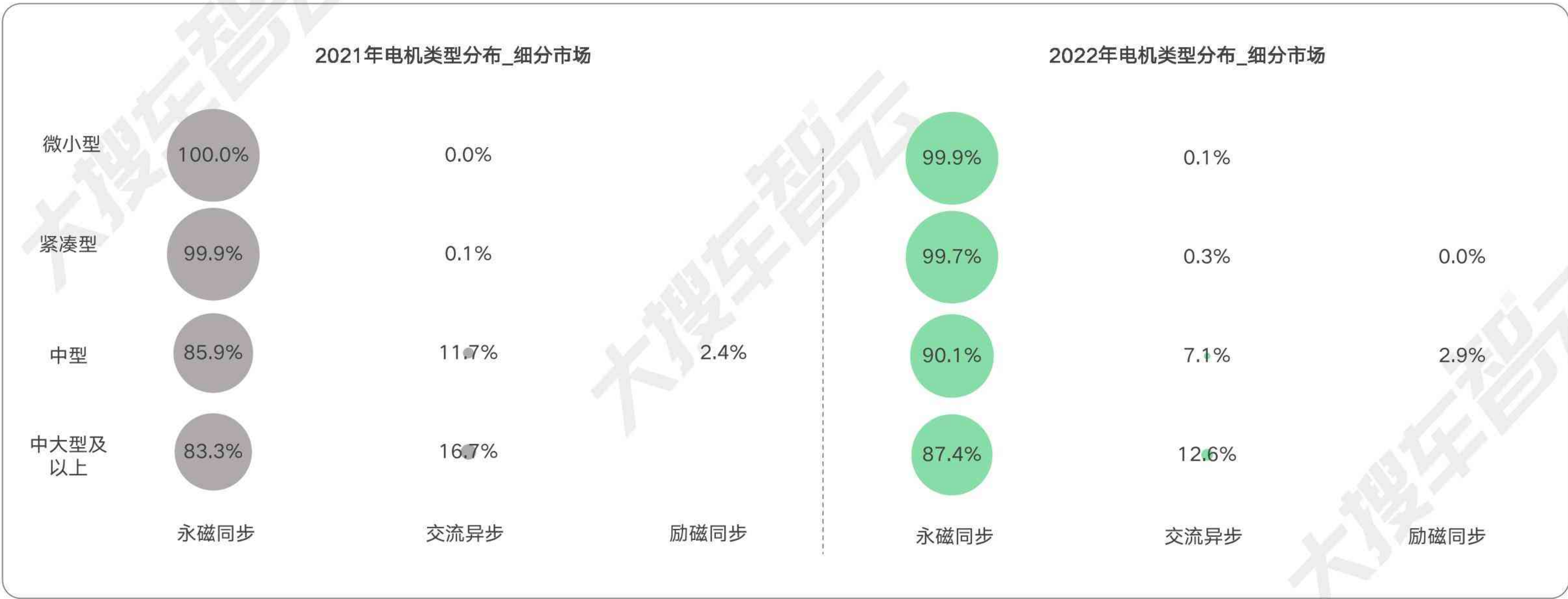
电机类型①：以永磁同步为主，份额维持在95%左右

- 较交流/异步和直流/同步电机相比，永磁/同步电机功率密度大、调速精度高、响应速度快，综合性能更优，2022年市场份额达95.5%，成为行业主旋律。
- 从燃料类型分布来看，PHEV市场永磁同步占比达100%，BEV市场仍以永磁/同步为主，并伴有小比例的交流异步，其主要使用厂家为特斯拉中国、金康新能源，二者占比超7成。



电机类型②：交流异步主要配装在中型及以上车型

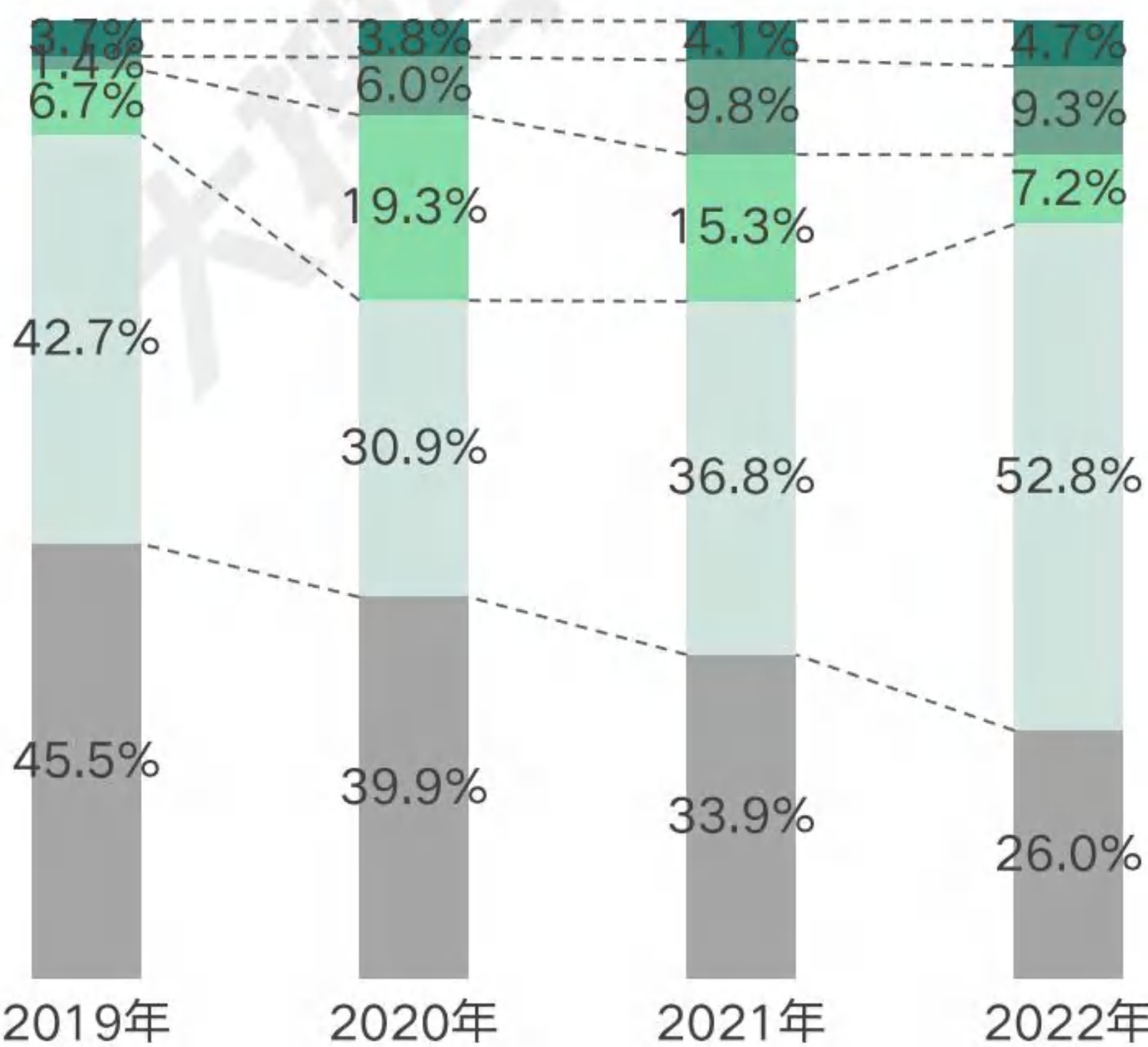
- 对比2021-2022年细分市场电机类型分布，各市场均以永磁同步为主，其中微小型和紧凑型市场，永磁同步占比超99%；
- 交流异步主要配装在中型及以上车型（MODEL3/MODELY/问界M5），但受特斯拉份额下跌影响，2022年其占比遭遇下滑。



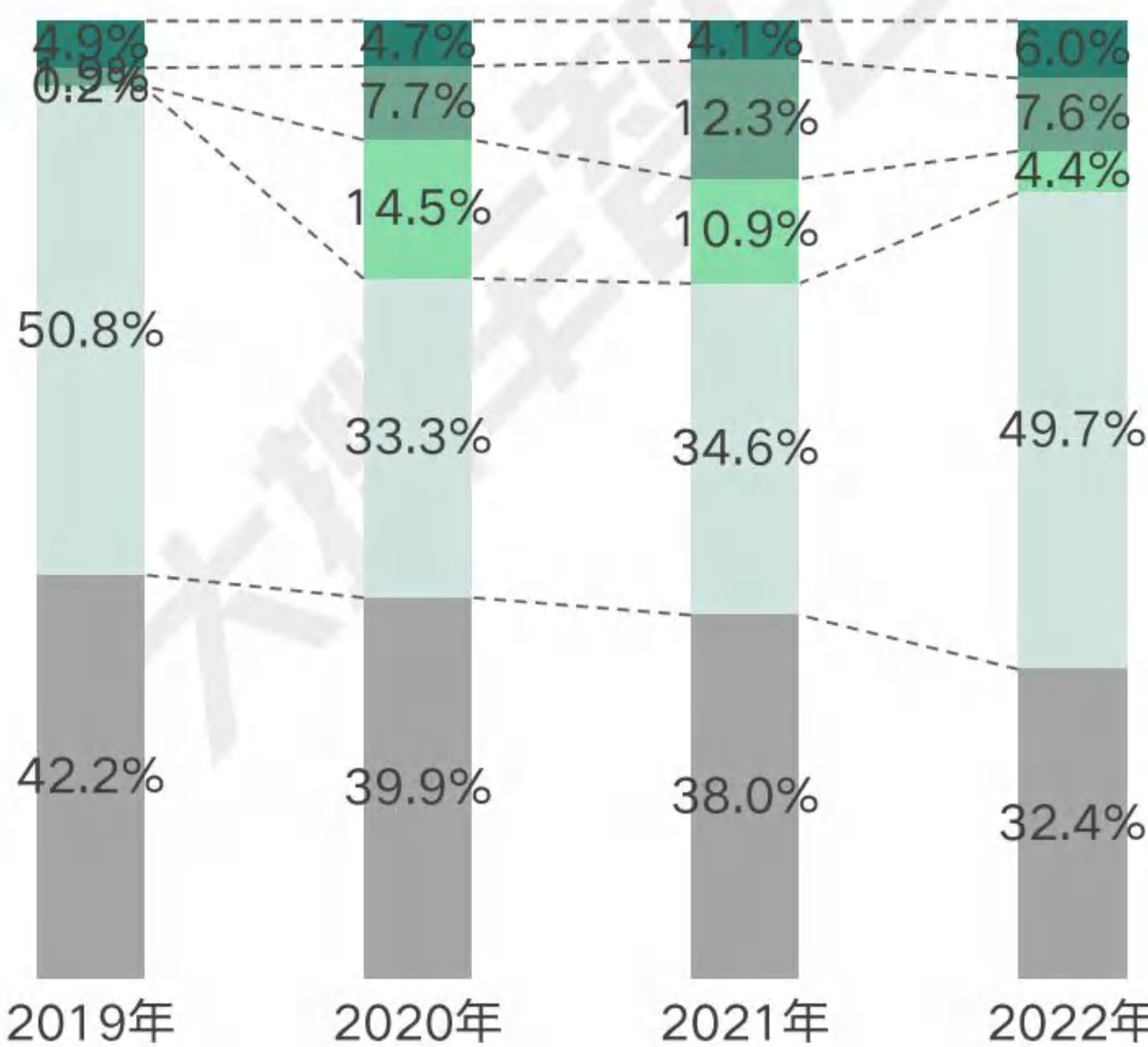
电机功率①：主力段100-200kw份额超5成，低功率段持续下滑

- 2019-2022年电机功率结构分布显示，低功率段（100kw以下）份额由2019年45.5%下滑至2022年26.0%，主力段100-200在连经历短暂下滑后，近两年来开始回升，2022年份额增长16%至52.8%。
- PHEV市场功率段分布呈现“两端下滑，中间上涨”的变化特征，100kw以下、200-300kw份额持续下滑，而100-200kw份额稳步增长，2022年份额占比超8成

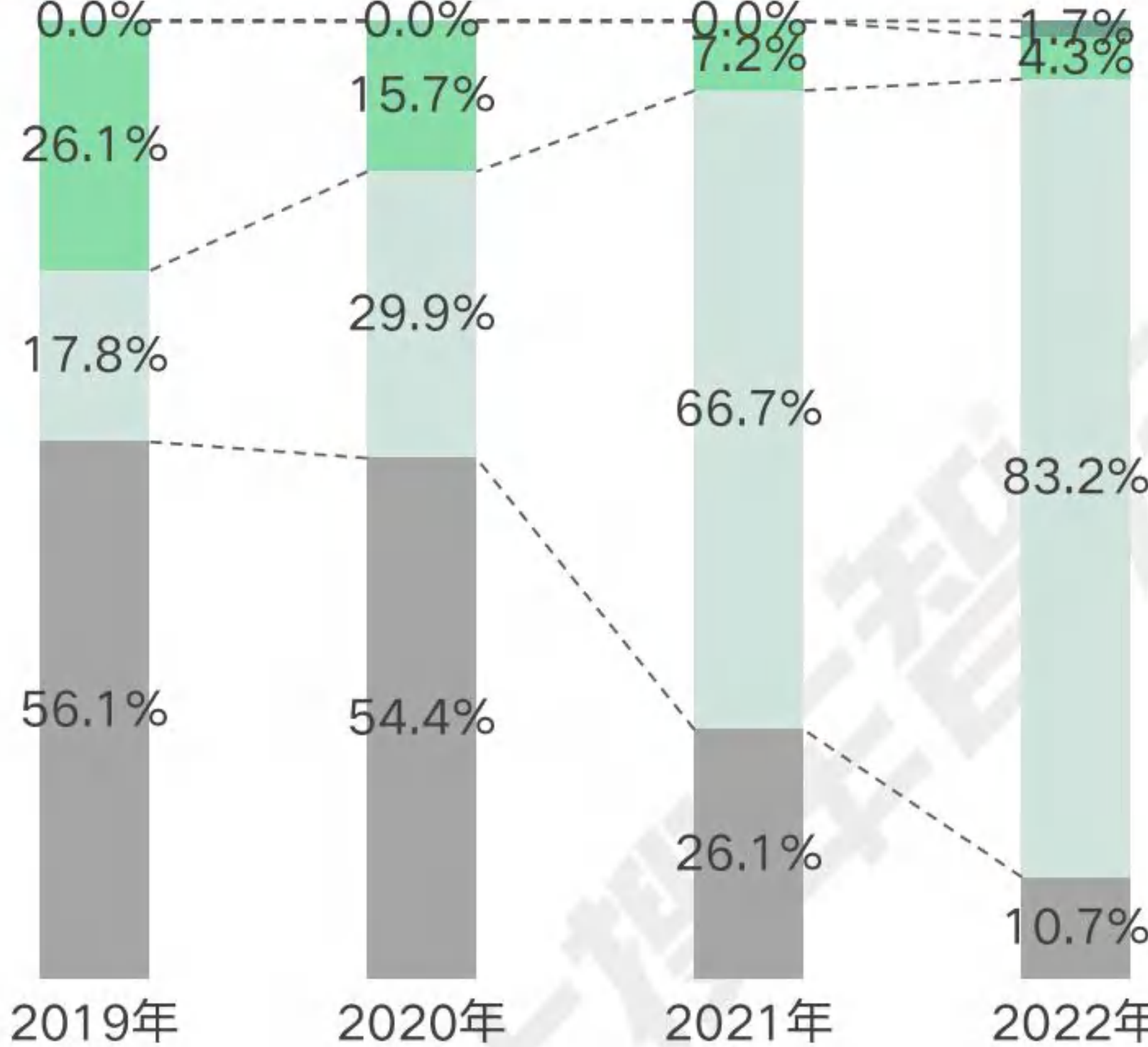
2019-2022年电机功率结构分布



2019-2022年电机功率结构分布_BEV

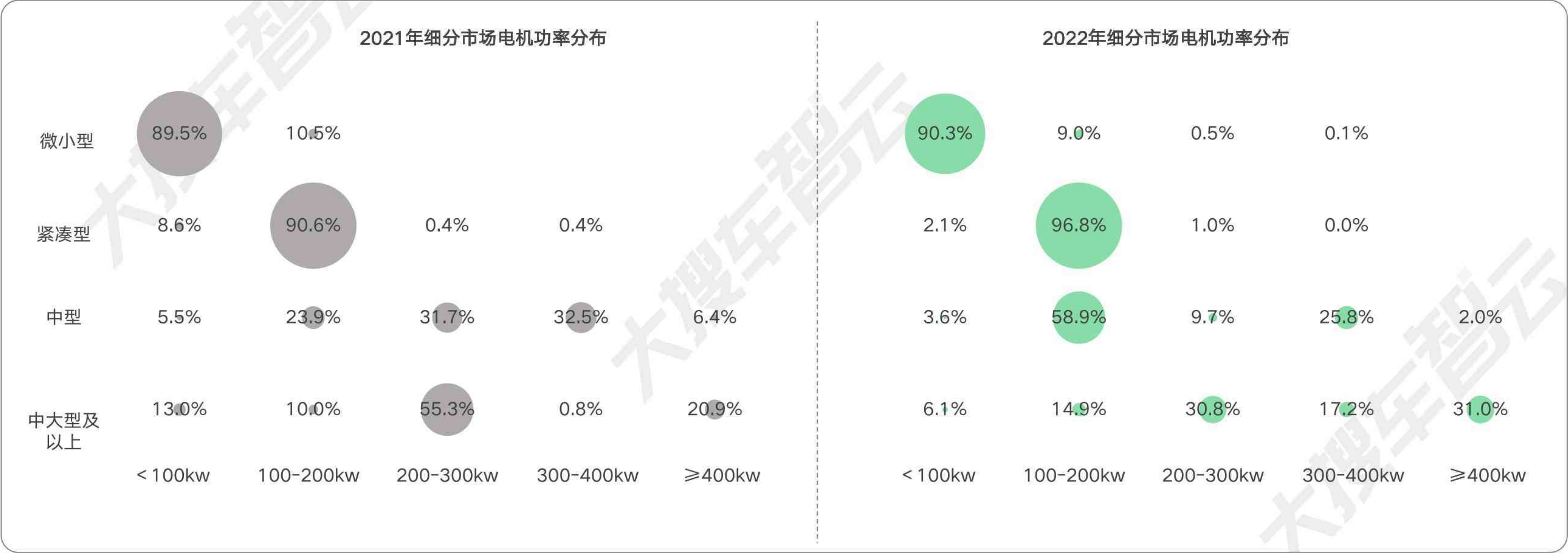


2019-2022年电机功率结构分布_PHEV



电机功率②：中型市场主力段由2021年200-400kw变为2022年100-200kw

- 对比2021-2022年细分市场电机类型分布，微小型市场主力功率在100kw以下，市场占比达90.3%，紧凑型市场主力功率在100-200kw区间，市场占比达96.8%，而100kw以下下跌至2.1%
- 中型市场，200-300kw市场占比大幅下滑22%，致使主力段由2021年200-400kw变为2022年100-200kw
- 中大型及以上市场，200-300kw市场占比大幅下滑24.5%，致使主力段由2021年200-300kw变为2022年400kw以上



电机厂商①：主机厂旗下或者关联供应商占市场大头，第三方较为分散

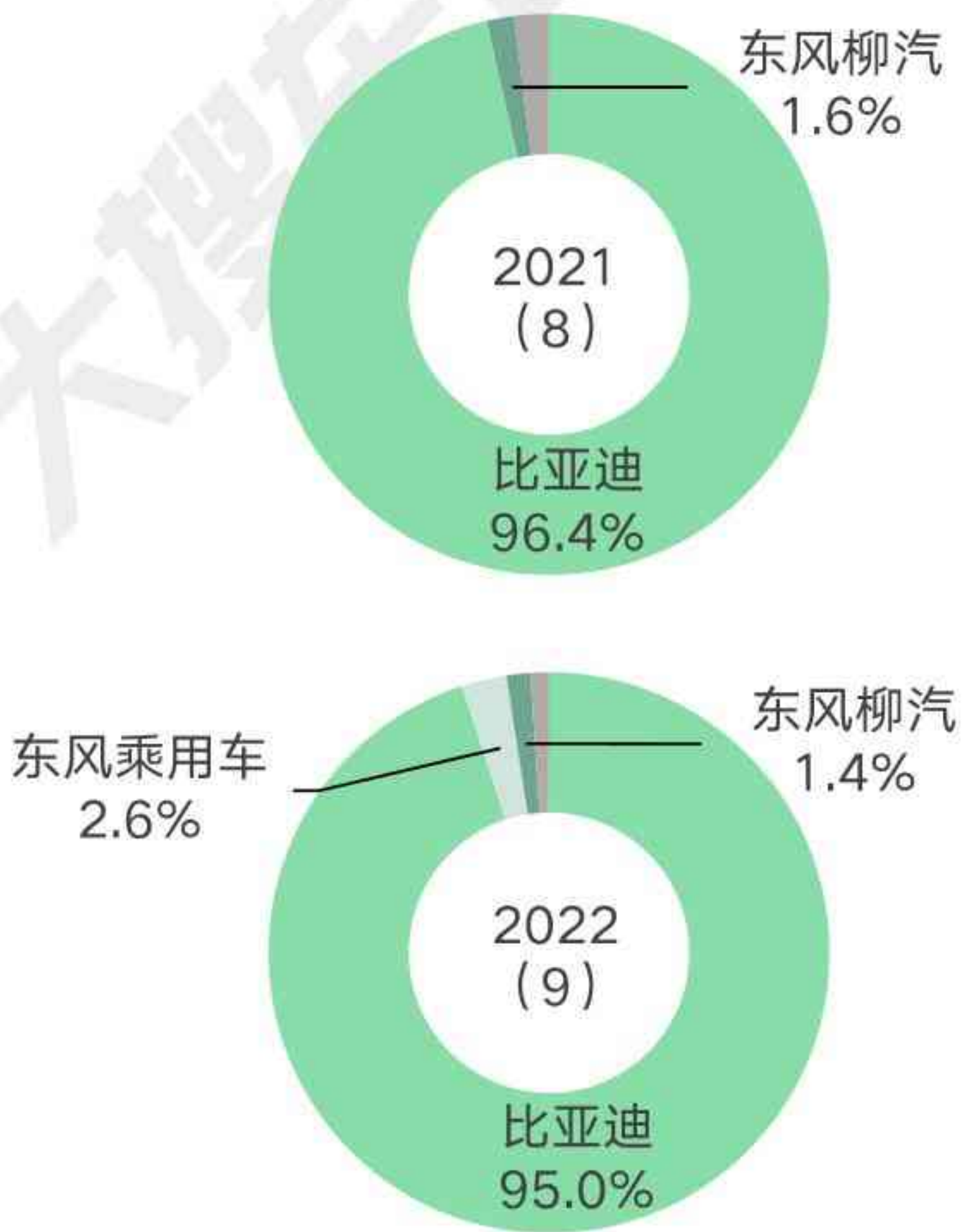
- 依托整车销量优势，主机厂旗下或关联供应商占市场大头，2022年比亚迪、特斯拉、蔚然科技、大众汽车等4家企业电机装机量占比45%，未来随着主机厂销量增长，比例有望继续攀升；
- 然而，第三方供应商份额较为分散，行业集中度不高，尚未出现具备龙头优势的企业，但是随着国家政策的扶持，落后产能淘汰，格局将面临重构。

电机厂商	2022年装车量（万台）	同比变化	市场份额	份额同比
比亚迪	171.5	194.1%	29.8%	11.9%
特斯拉	50.7	27.4%	8.8%	-3.4%
方正电机	32.4	7.4%	5.6%	-3.7%
联合电子	29.4	79.6%	5.1%	0.1%
蔚然科技	22.0	20.8%	3.8%	-1.8%
双林集团	20.8	61.3%	3.6%	-0.3%
日本电产	18.3	78.5%	3.2%	0.0%
尼得科	14.7	130.0%	2.6%	0.6%
大众汽车	14.6	31.0%	2.5%	-0.9%
上海电驱动	14.5	-9.2%	2.5%	-2.4%

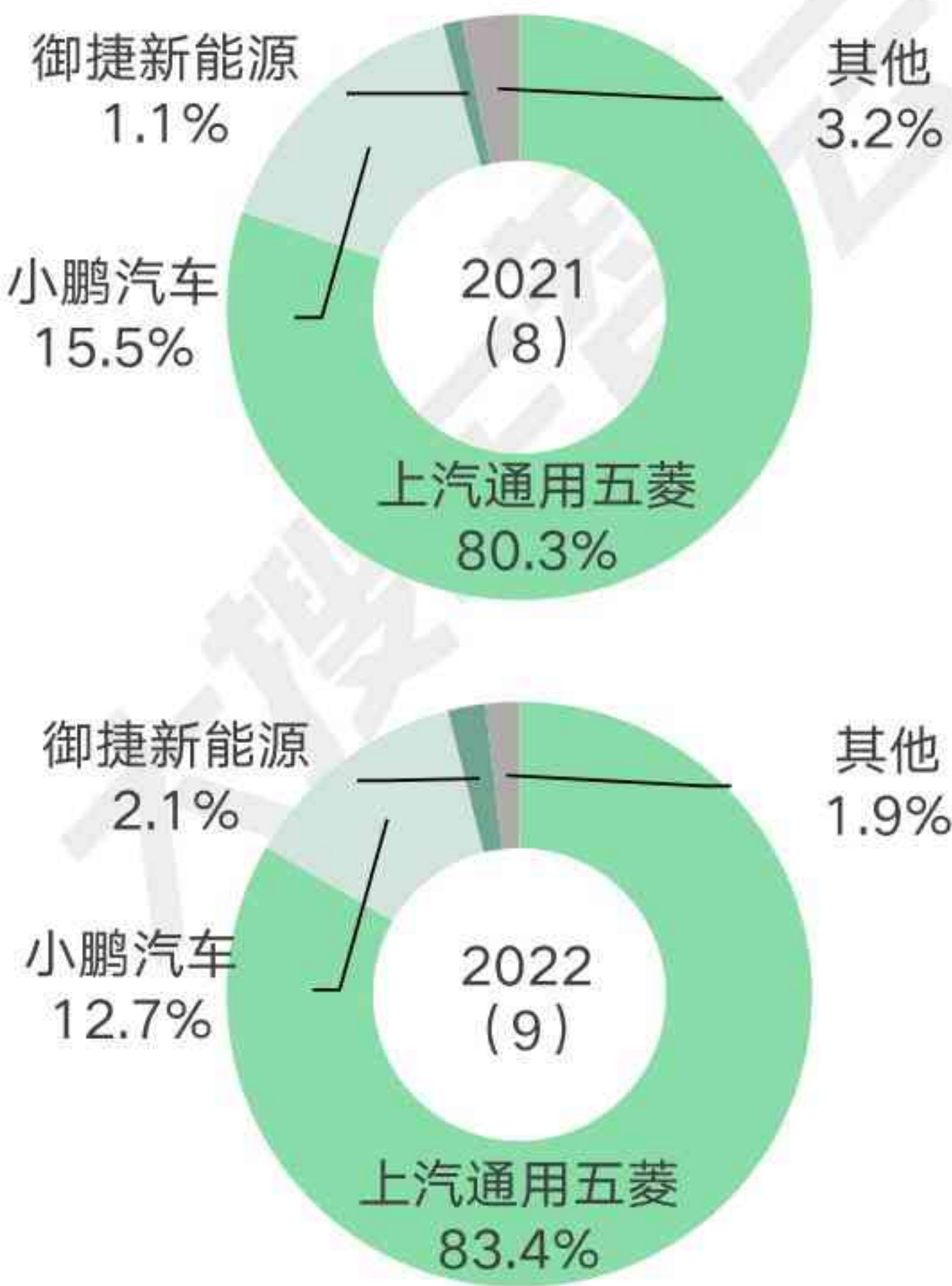
电机厂商②：联合电子对上汽通用供货比例上涨10.2%

- 比亚迪95%电机供应内部，外部客户装机比例不高，2022年东风柳汽、东风乘用车装机总量占比不到5%；
- 方正电机TOP3客户分别为上汽通用五菱、小鹏汽车、御捷新能源，其中对头部客户上汽通用五菱供应比例超8成；
- 联合电子TOP3客户分别为理想汽车、长城汽车、上汽通用，其中上汽通用份额占比上涨10.2%，理想汽车下滑9.8%。

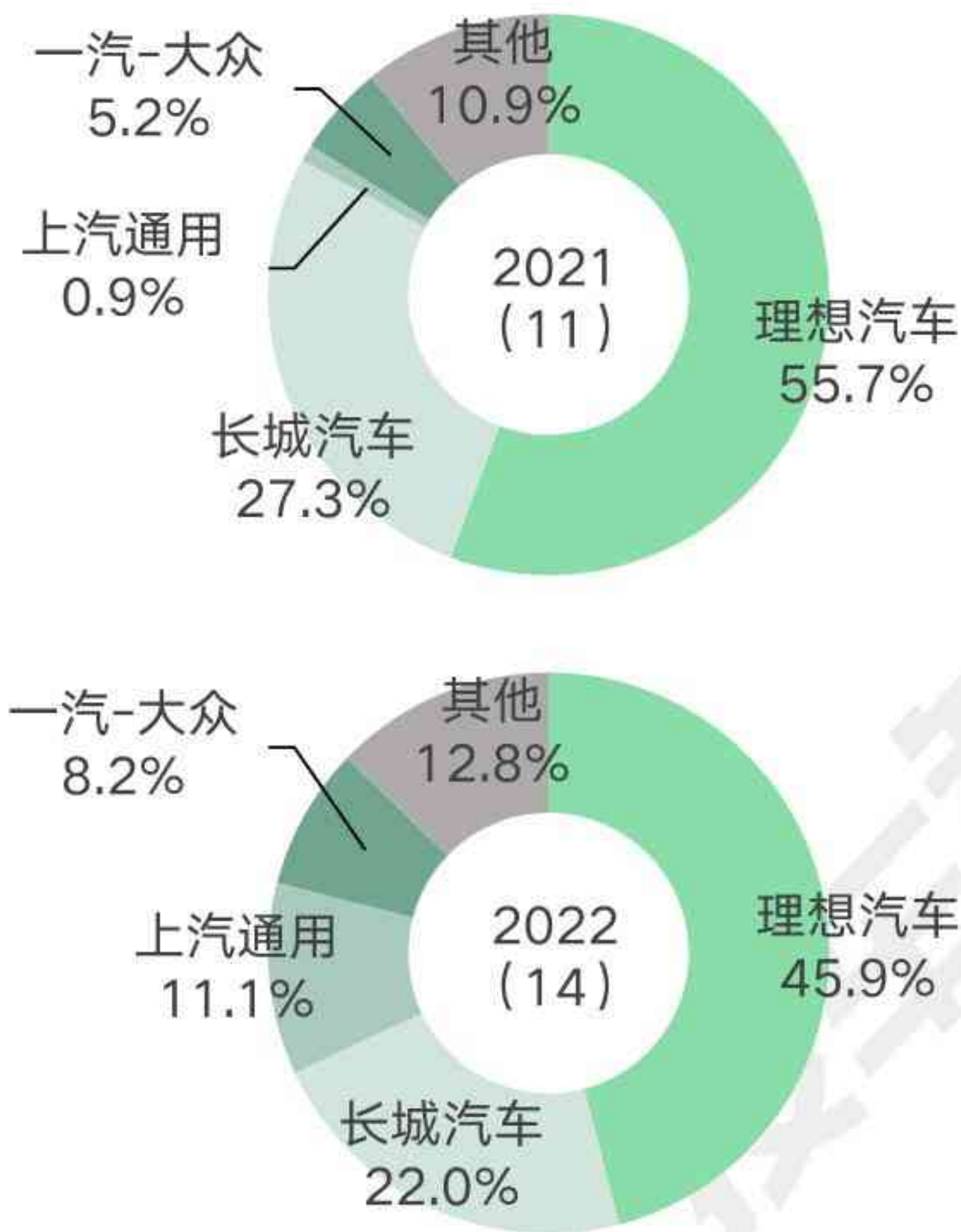
比亚迪客户分布



方正电机客户分布



联合电子客户分布



主机厂①：比亚迪装车量稳居榜首，份额同比增长11.0%

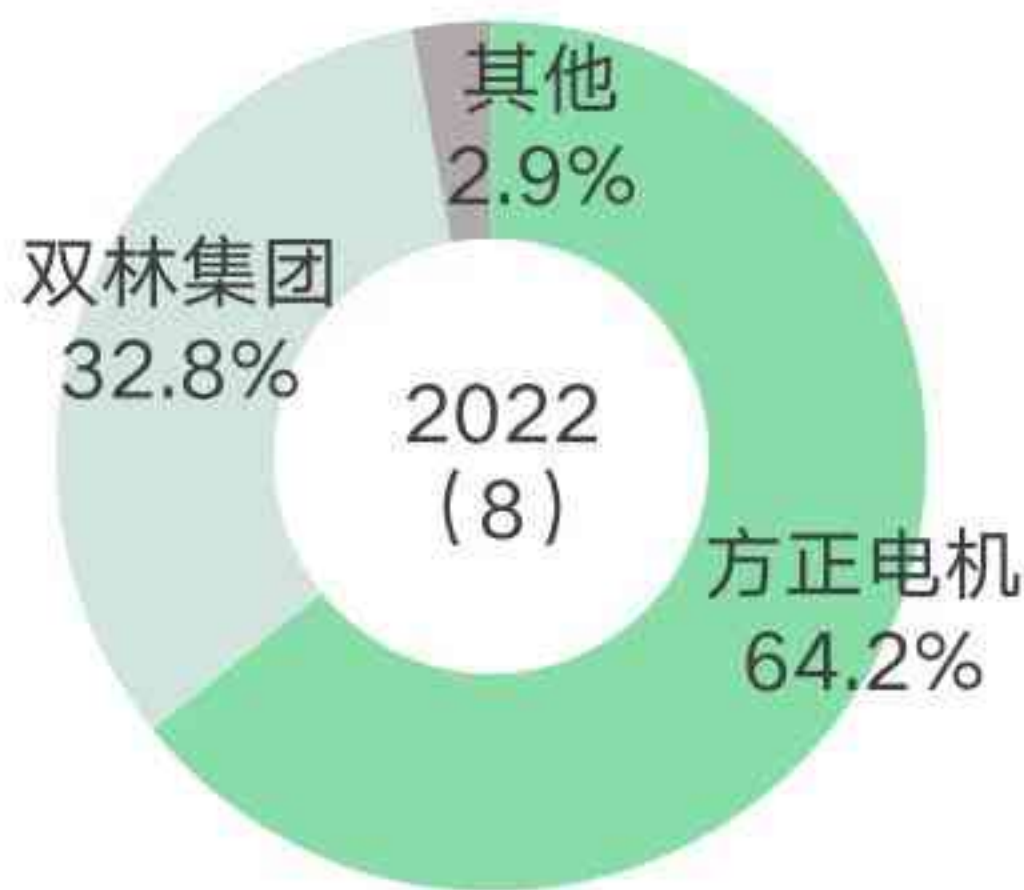
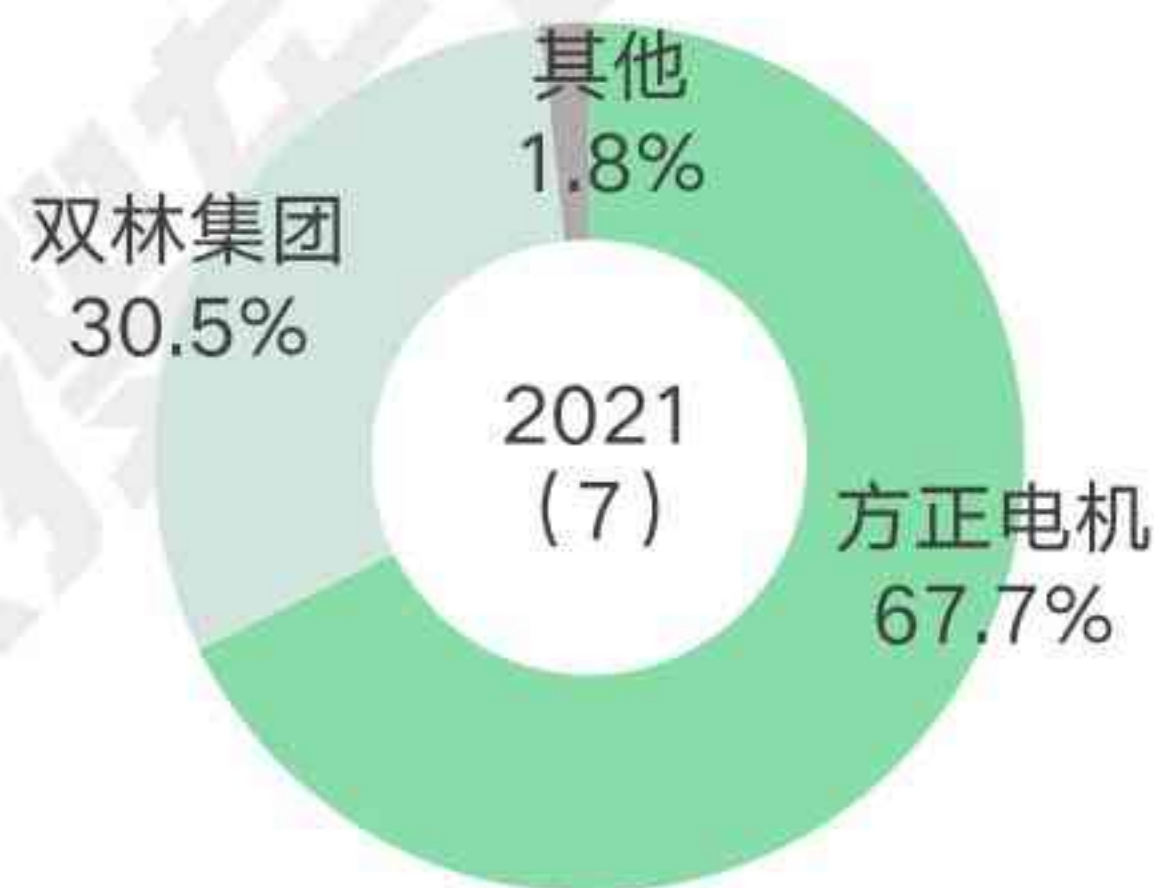
- 比亚迪稳居榜首，2022年装车量162.9万台，超过特斯拉中国和上汽通用五菱的总和，份额同比增长11.0%
- 特斯拉中国、上汽通用五菱、蔚来汽车跑输基盘，份额同比分别下滑3.4%、5.3%、1.4%，而吉利汽车份额同比增长2.5%。

主机厂	2022年装车量（万台）	同比变化	市场份额	份额同比
比亚迪	162.9	189.8%	28.3%	11.0%
特斯拉中国	50.7	27.4%	8.8%	-3.4%
上汽通用五菱	44.7	5.6%	7.8%	-5.3%
吉利汽车	27.8	266.1%	4.8%	2.5%
理想汽车	27.1	48.2%	4.7%	-0.9%
蔚来汽车	24.0	32.2%	4.2%	-1.4%
广汽埃安	21.5	74.9%	3.7%	0.0%
奇瑞新能源	17.5	104.5%	3.0%	0.4%
合众新能源	14.6	126.2%	2.5%	0.6%
小鹏汽车	12.2	24.9%	2.1%	-0.9%

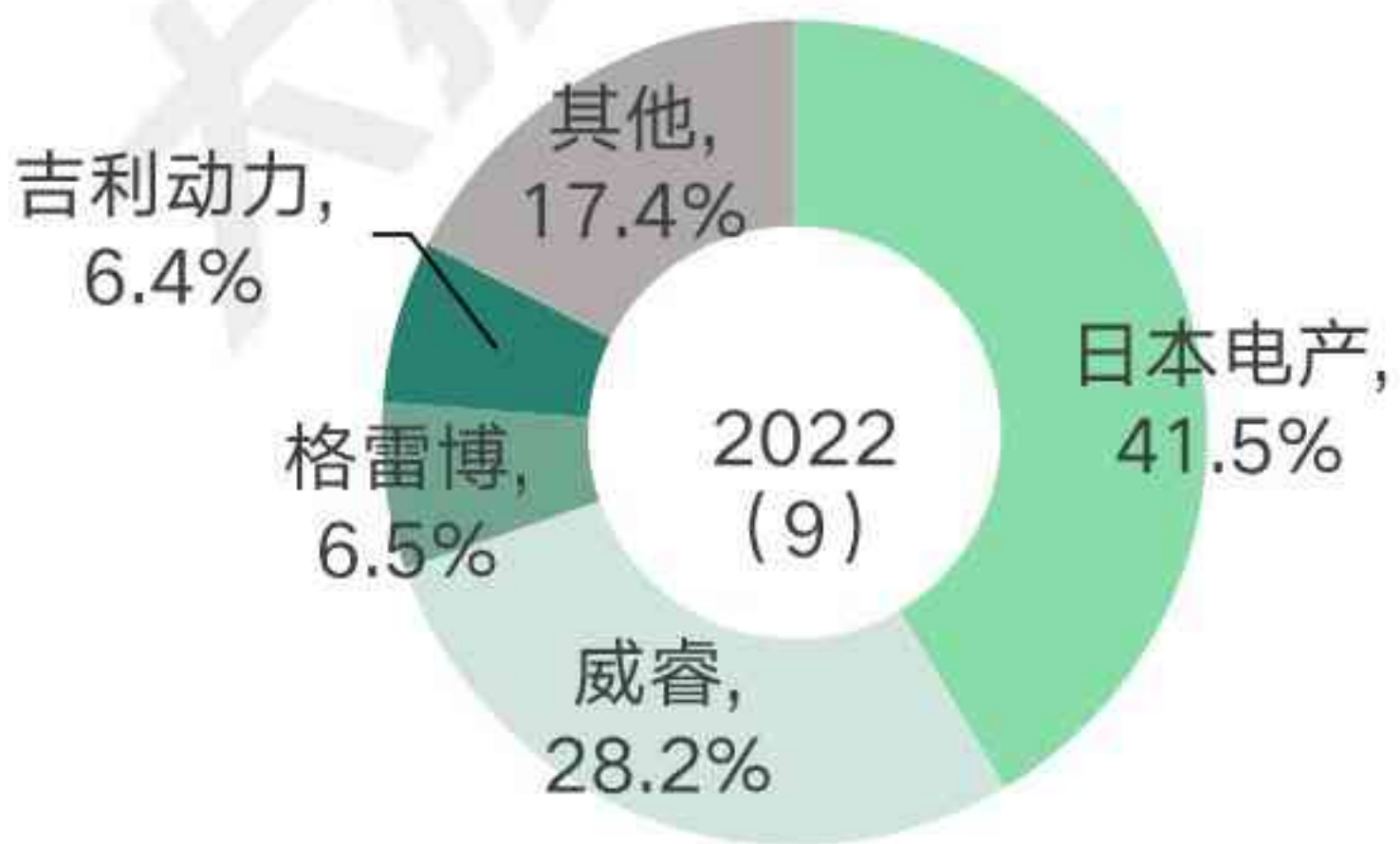
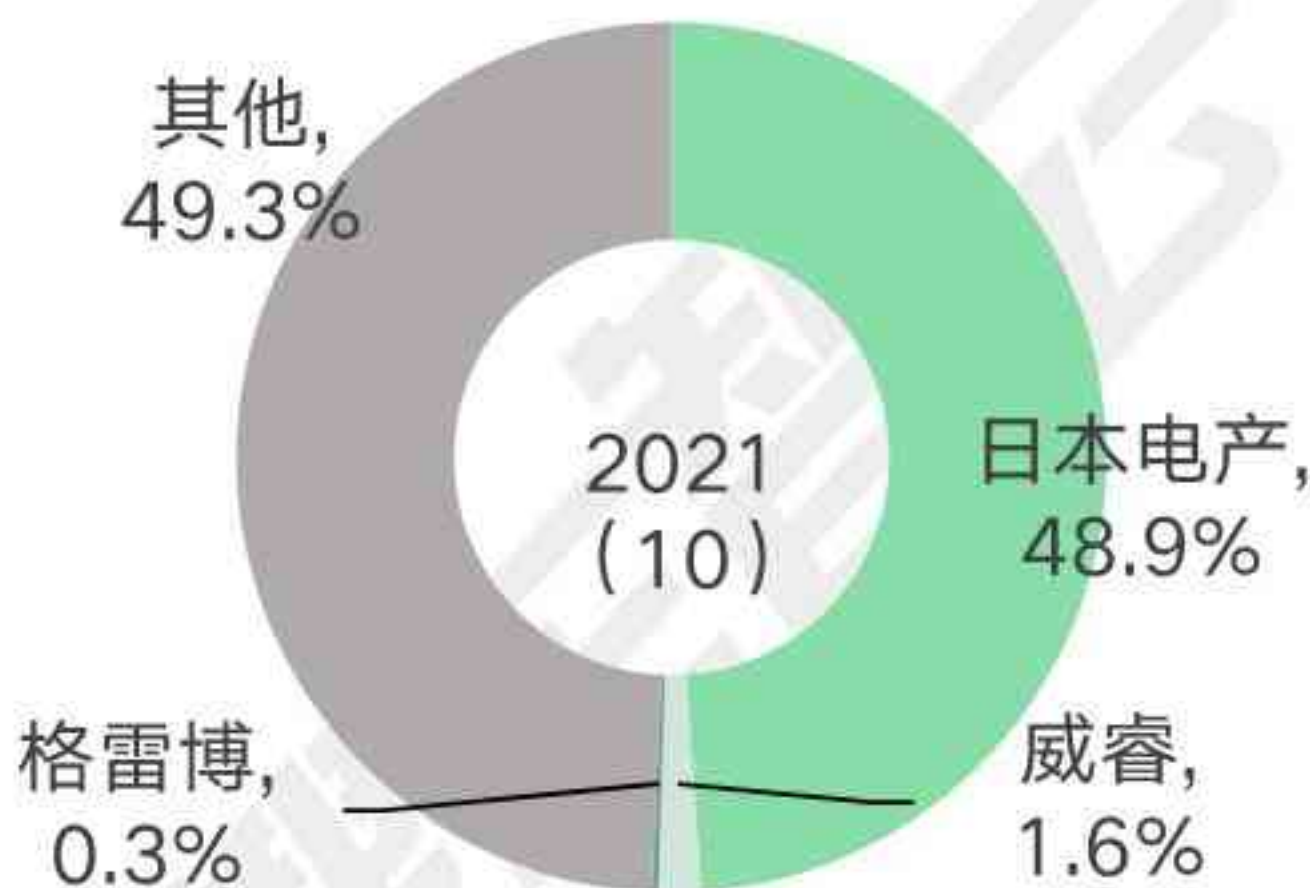
主机厂②：理想汽车减少了博格华纳采购比例，转而增加蜂巢传动比例，

- 当前主机厂供应模式主要为：1）自建模式，如比亚迪、特斯拉、蔚来汽车等自建电机厂，自产自销，甚至外供；2）定点多家配套企业（关联公司或者第三方供应商），如上汽通用五菱、吉利汽车、理想汽车等；
- 上汽通用五菱供应商结构分布较为稳定，方正电机、双林集团各占65%、30%；吉利汽车减少了精进电动采购比例，转而增加威睿比例；理想汽车减少了博格华纳采购比例，转而增加蜂巢传动比例，但头部供应商联合电子、苏州汇川占比保持在85%左右。

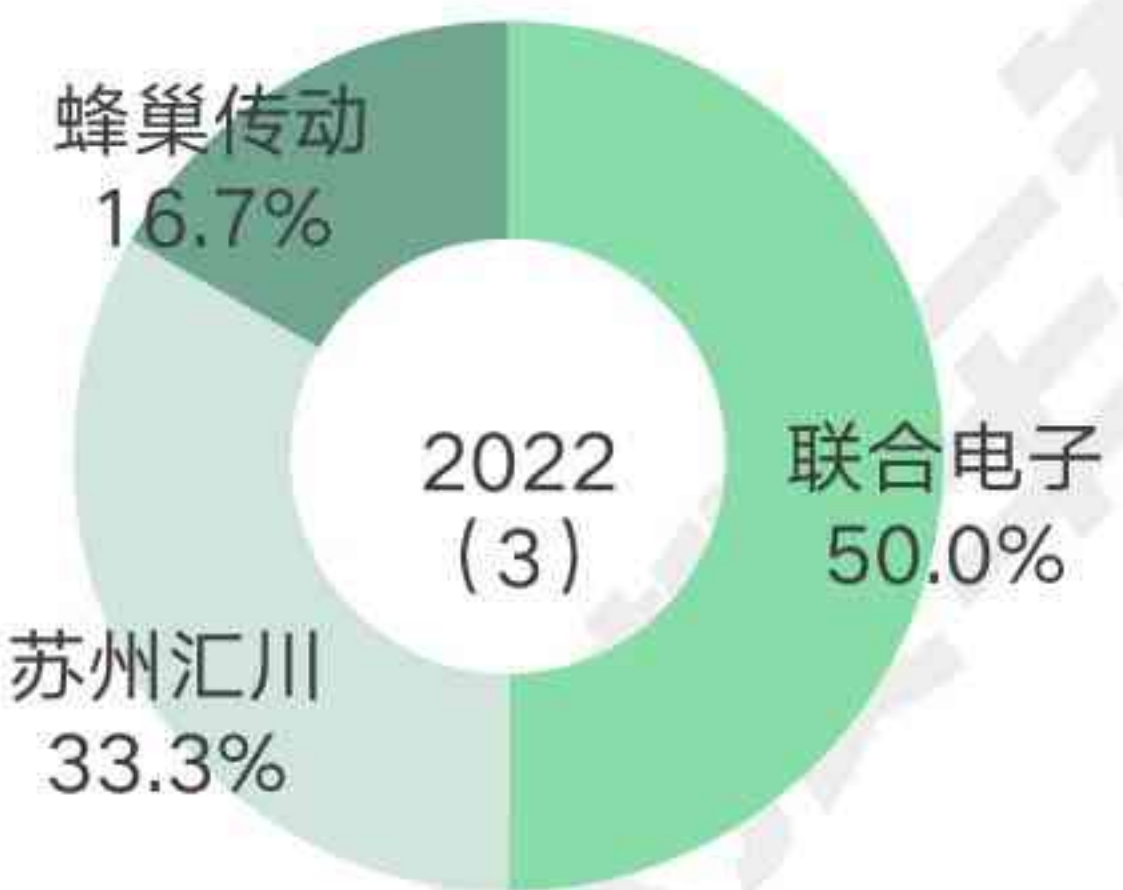
上汽通用五菱供应商分布



吉利汽车供应商分布



理想汽车供应商分布





大搜车智云

——汽车行业数据综合服务平台——

作为汽车产业的“赋能者”，大搜车推出综合数据服务平台“大搜车智云”，平台聚合新车交易、二手车交易、汽车金融、售后及零配件、经销商运营五大产业流通环节信息，打造最全面的数据生态链，提供数据查询、数据分析、数据场景化应用等三大方面的在线数据服务，支持企业不断提升管理效率与决策效率

更多信息详询

zhiiyun.souche.com



数聚

24小时全天候在线提供新车销售、二手车销售、汽车金融、售后及零配件、宏观信息等全产业链数据查询服务



数策

融合业务场景的智能数据分析工具，帮助客户快速高效从海量多源数据中提炼出关键结论，不断驱动提升企业决策效率



数联

第三方数据交易平台，提供API数据接口、数据表、分析报告等丰富的数据服务

更多销量、价格、库存、产品、渠道数据详情获取，请扫码关注下方二维码

或联系客户经理：谢先生 13450253403



CONTACT US

☎ 谢先生 13450253403

✉ zhiyun@souche.com

🌐 www.zhiyun.souche.com

📍 杭州市余杭区五常大道175号