

“中国智能
电动汽车”
系列报告

“CHINA INTELLIGENCE ELECTRICAL VEHICLE” SERIES REPORT

2022中国智能电动汽车品牌竞争格局研究报告

亿欧智库 <https://www.iyiou.com/research>

Copyright reserved to EO Intelligence, April 2022

◆ 智能电动汽车系列研究报告

- 汽车是规模最大的工业产业，产业链长、带动力强。汽车产业向电动化、智能化转型升级的过程中，将形成对城市、道路、交通、环境、产业链以及消费者等多方面的牵引和带动，从而助力经济高质量发展、创造高品质生活。
- 随着政策、环境、产业等高速推动智能汽车的发展，智能电动汽车逐渐被消费者所接受。自2019年以来，智能电动汽车的销量呈爆发式增长，部分城市纷纷推出支持智能电动汽车发展政策，并予以极高的补贴。2022年智能电动汽车品牌攻守战已经进入到白热化阶段。在这场智能电动汽车的攻守战中，谁又将脱颖而出？
- 亿欧智库深耕智能电动汽车领域，针对市场竞争，亿欧智库目前已输出数据安全、产业链拆解、功能模块分布等多份重磅研究报告，未来还将持续输出，敬请关注。

◆ 《2022中国智能电动汽车品牌竞争格局研究报告》

- 为进一步洞察市场竞争情况，特撰写《2022中国智能电动汽车品牌竞争格局研究报告》，此份报告是亿欧智库《2021中国智能电动汽车竞争格局分析报告》的更迭版本，主要通过评价指标体系搭建，更定量的从多维度对品牌的竞争进行分析和研究。
- 中国汽车产业智能化发展较快，以自动驾驶、智能座舱为首的智能化技术是品牌竞争的不二选择。在自动驾驶领域，车企为实现打造出差异化优势，自研自动驾驶系统。甚至特斯拉、零跑汽车为抢夺市场话语权，自研自动驾驶芯片。与自动驾驶相比，智能座舱技术更具智慧生态优势。多数品牌拥抱头部互联网企业，共同打造智能座舱生态。
- 车企在“芯片荒”的同时又迎来了“电池荒”，直接降低头部电池供应商出货量，导致车企电池装机量下降，较难保证汽车的销量。自研自产电池的车企在这轮电池荒中更具竞争优势。车企通过自研+自产不仅能在电池差异化上有所突破，与其他车企拉开差距，占据市场优势地位，也可以保证电池的及时供应。例如比亚迪拥有完善的电池制造体系，2021年中国电池的装机量位列第二。特斯拉在美国德州建设超级工厂不仅仅是提供Model Y的产能，更是为建设全球最大的电池工厂做准备。

目录

CONTENTS

1. 中国智能电动汽车发展现状

- I. 发展背景
- II. 驱动因素
- III. 市场变革

2. 中国智能电动汽车品牌竞争力指标体系分析

- I. 竞争力指标体系搭建
- II. 竞争力指标结果分析
- III. 竞争格局分析

3. 中国智能电动汽车品牌竞争趋势

- I. 产品发展趋势
- II. 用户服务发展趋势
- III. 生态体系发展趋势



Part 1. 智能电动汽车发展现状

中国汽车产业回暖迹象明显，自主品牌乘用车逐渐占据产业主导地位

- ◆ 中国乘用车汽车销量于2018年下降，在2020年汽车销量跌到1929.2万辆，达到近年来最低。但在中国大力发展汽车制造产业以及加速碳中和的战略下，汽车销量在2021年实现轻微反弹，销量达到2014.6万辆。亿欧智库认为汽车产业发展回暖迹象逐渐显现。
- ◆ 随着中国汽车产业向智能化、电动化高速发展，自主品牌销量增高，逐渐抢占市场份额。2021年中国自主品牌乘用车销量大幅增长，占全年总销量的41.2%，较2020年增加了5.4%。2022年第一季度，自主品牌销量占比再一次提升，占比达到46%并且实现对合资品牌销量的逆转。亿欧智库认为自主品牌销量的提升意味着中国汽车产业有了巨大的进步，也代表着中国消费者会对自主品牌的接受度提升。

品牌分类解析

自主品牌

自主品牌是指由国内企业自主开发，拥有自主知识产权的品牌。中国国内企业拥有完全的产品修改权、完全的品牌运营权。主要包含：

传统品牌：比亚迪、红旗等；

新势力品牌：蔚来、小鹏汽车、理想汽车、极氪、极狐、阿维塔、智己汽车等。

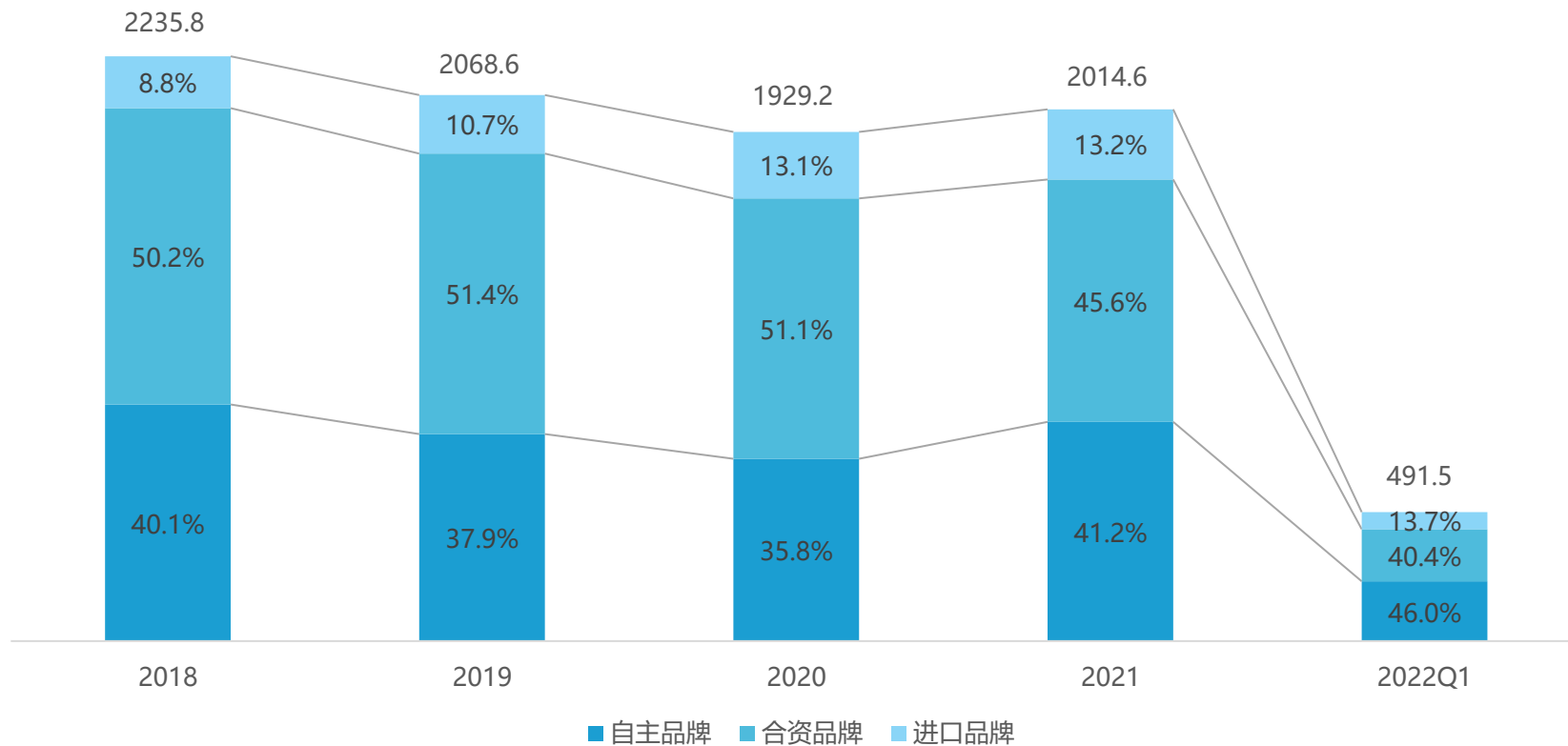
合资品牌

合资品牌是指国内汽车企业通过购买、引进外方产品技术平台，并在此基础上重新开发出知识产权归属于合资公司的品牌。主要包含：一汽大众、上海大众、东风日产、上汽通用别克等。

进口品牌

进口品牌是指在海外企业自主开发，拥有国外知识产权的品牌。主要包含：特斯拉、保时捷等。

亿欧智库：2018-2022Q1中国市场各类品牌乘用车销量（万辆）及占比

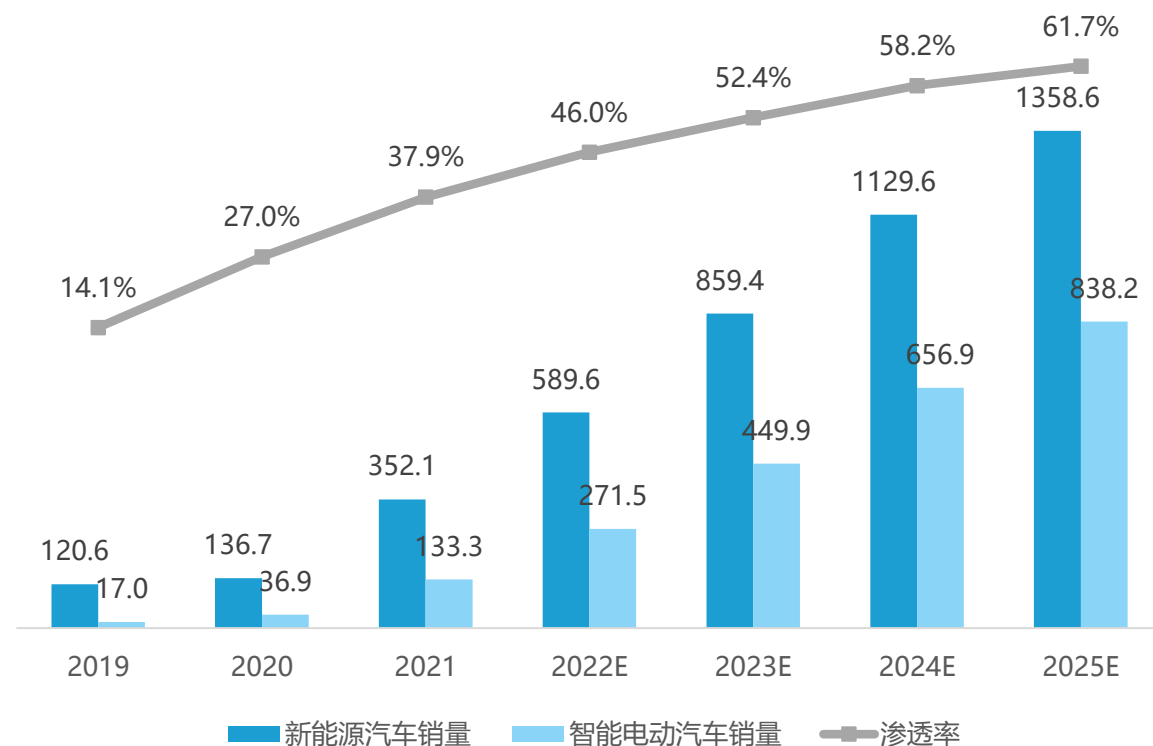


- ◆ 随着政策的大力支持、中国汽车产业链不断的强化、核心技术的不断成熟大力推动智能电动汽车产业高速发展。同时，消费者对智能电动汽车接受度的提升加速车企智能化升级，提升智能电动汽车产品的质量与销量。亿欧智库认为底层支撑坚固，外部环境利好，决定因素影响较大以及核心需求增多等诸多利好因素推动产业高速发展，当下智能电动汽车产业较为活跃。
- ◆ 汽车产业智能化的趋势下，2019-2021中国智能电动汽车的销量及渗透率在飞速增加，由2019年的17万辆增长至2021年的133.3万辆。亿欧智库认为随着智能化、电动化的进一步推动，预计到2025年智能电动汽车渗透率将达到新能源汽车的61.7%。

亿欧智库：2022中国智能电动汽车企业发展驱动因素



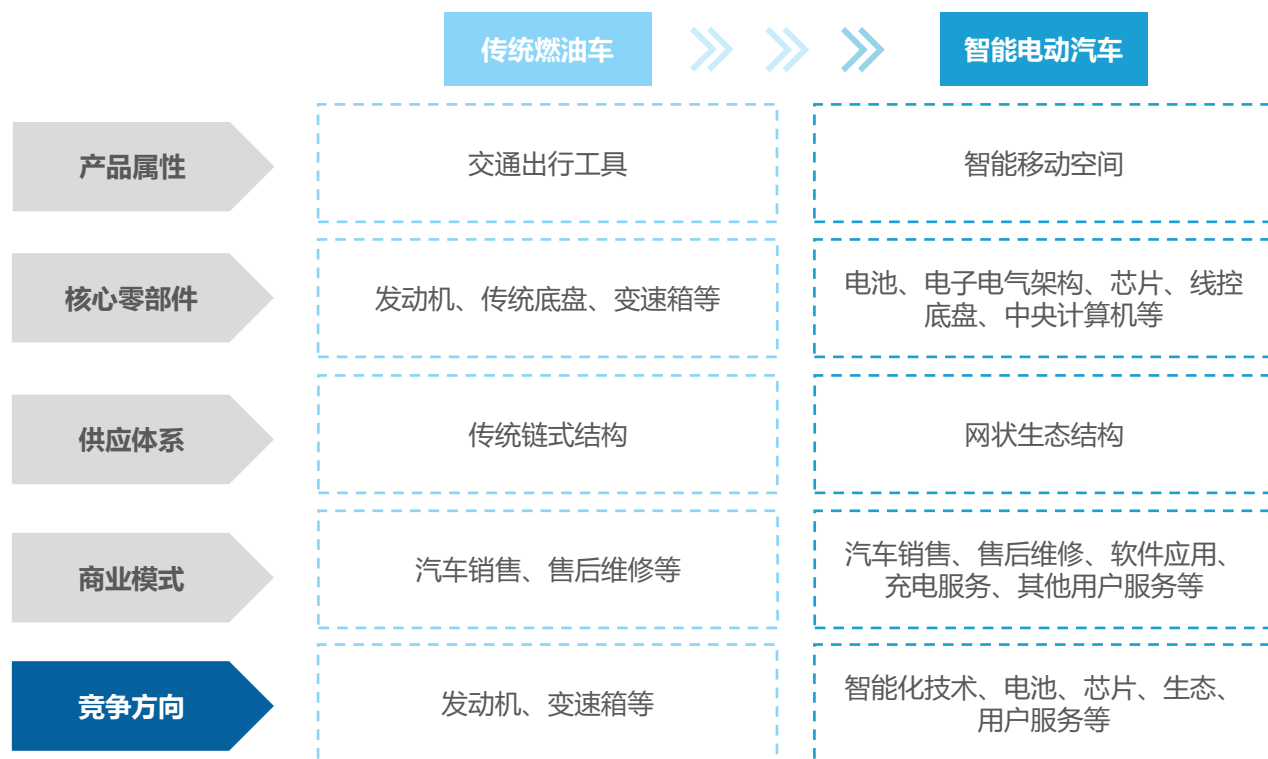
亿欧智库：2019-2025中国智能电动汽车销量及渗透率（单位：万辆）



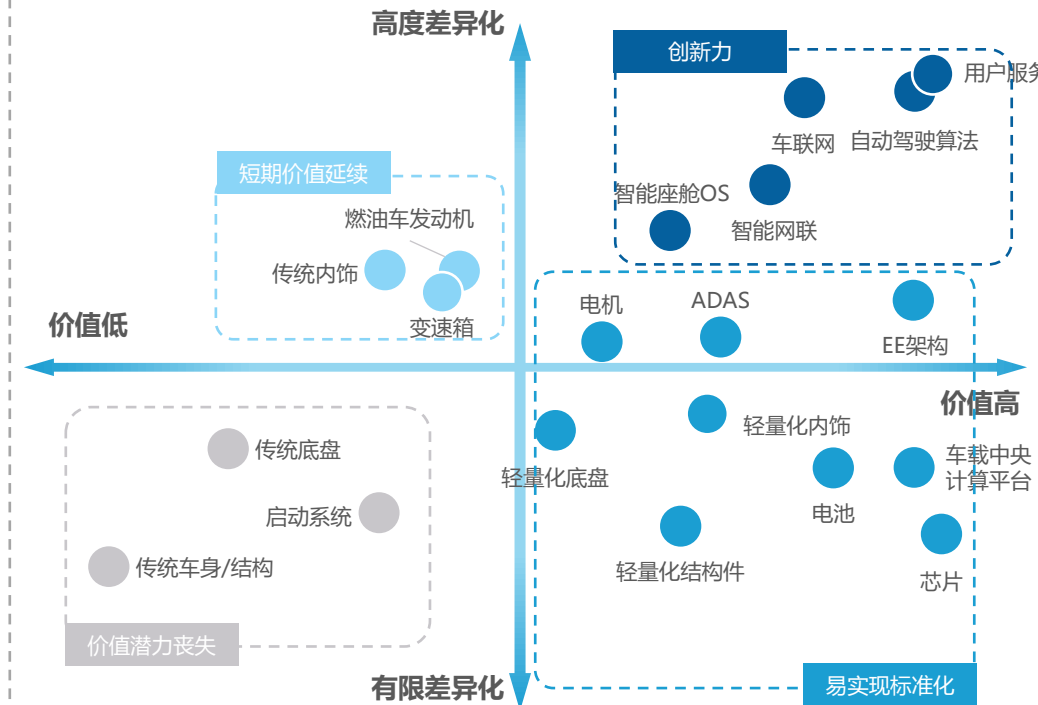
智能电动汽车属性发生巨变，品牌竞争向高价值、高差异化方向发展

- ◆ 随着汽车产业走向智能化、电动化。产品属性、核心零部件、供应体系、以及商业模式的改变，使汽车属性也发生了质的变化。汽车品牌的发展以及竞争方向也发生了变化。品牌竞争由原来发动机及变速箱等传统零部件竞争，转为智能化技术、电池、芯片、生态、用户等方向的竞争。
- ◆ 智能电动汽车品牌的竞争主要体现在差异化以及应用价值层面。亿欧智库认为，传统底盘、传统车身结构差异化有限且价值低，不再成为智能电动汽车品牌主要的竞争点。车企的竞争向电池、芯片等**易实现标准化**或自动驾驶、用户服务等**高度差异化**等具有高价值的方向发展。

亿欧智库：2022中国传统燃油车与智能电动汽车属性分析



亿欧智库：2022中国智能电动汽车竞争方向价值分析



来源：《2021中国车企科技伙伴洞察研究报告(含榜单)》

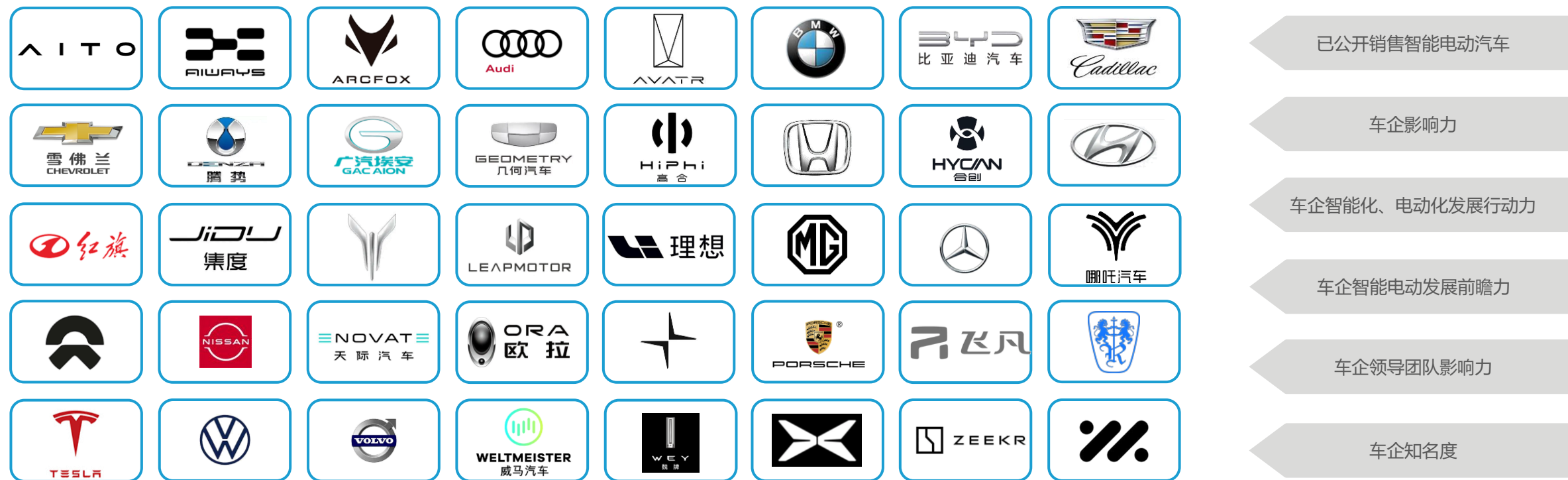
Part 2.中国智能电动汽车品牌竞争力指标体系

Part 2.1 中国智能电动汽车品牌竞争力指标搭建

亿欧智库构建筛选维度体系，筛选40家车企作为本次研究主体

- ◆ **筛选范围：** 1. 车企打造智能电动汽车品牌形象，或品牌策略向智能电动化方向发展； 2. 车企已实现或计划2022年实现公开发售量产智能电动汽车； 3. 品牌所生产或计划生产的智能电动汽车在中国公开发售。
- ◆ **研究对象：** 此份报告根据车企智能电动汽车销售情况、车企影响力、车企智能化电动化发展行动力、车企智能化电动化发展前瞻力、车企领导团队影响力、车企知名度等筛选出40家优秀的车企，对这40家车企进行竞争力指标体系搭建，并进行深度分析。

亿欧智库：2022中国智能电动汽车品牌竞争力指标体系车企筛选结果



注：以上品牌顺序为英文名称首字母排序。

- ◆ 为实现洞察智能电动汽车品牌竞争格局，此份报告通过搭建中国智能电动汽车品牌竞争力指标体系，重点研究品牌的**市场份额、核心技术、战略发展、运营服务、生态体系**五个核心竞争因素，且将其构建成五项一级指标并给予权重，并向后延伸至三级指标。
- ◆ 一级指标权重根据当下智能电动汽车品牌重点竞争要素进行评判。亿欧智库认为市场份额的可变性较大，但是可以更客观的展现出当下车企的市场占比情况，故比重为15%。当下核心技术是车企发展立足的核心，也是重点竞争的方向，故比重为35%。战略发展代表着车企竞争的前瞻力以及行动力，故占比为10%。运营服务以及生态体系建设是车企主要在汽车产业转型中占领高地的关键因素，故占比均为20%。
- ◆ 此份报告通过公开资料搜集、企业走访、专家访谈等方式将中国智能电动汽车品牌竞争力指数以客观定性及定量的方式进行合理评分。

一级指标

市场份额

15%

指标说明：

市场份额客观地展示出中国智能电动汽车品牌当下的销售情况，也从侧面表现出品牌的市场情况。主要体现在销量方面。

核心技术

35%

指标说明：

核心技术主要说明品牌的技术研发能力、产品体系的完整性以及实际使用效果，重点聚焦于智能化、电气化技术。

战略发展

10%

指标说明：

战略发展主要展现出品牌对产业发展的前瞻力以及行动力。重点聚焦在汽车产业最为关注的碳中和领域。

运营服务

20%

指标说明：

运营服务主要展现出品牌的整体的服务体系以及用户运营管理。重点聚焦于品牌对服务以及用户运营管理。

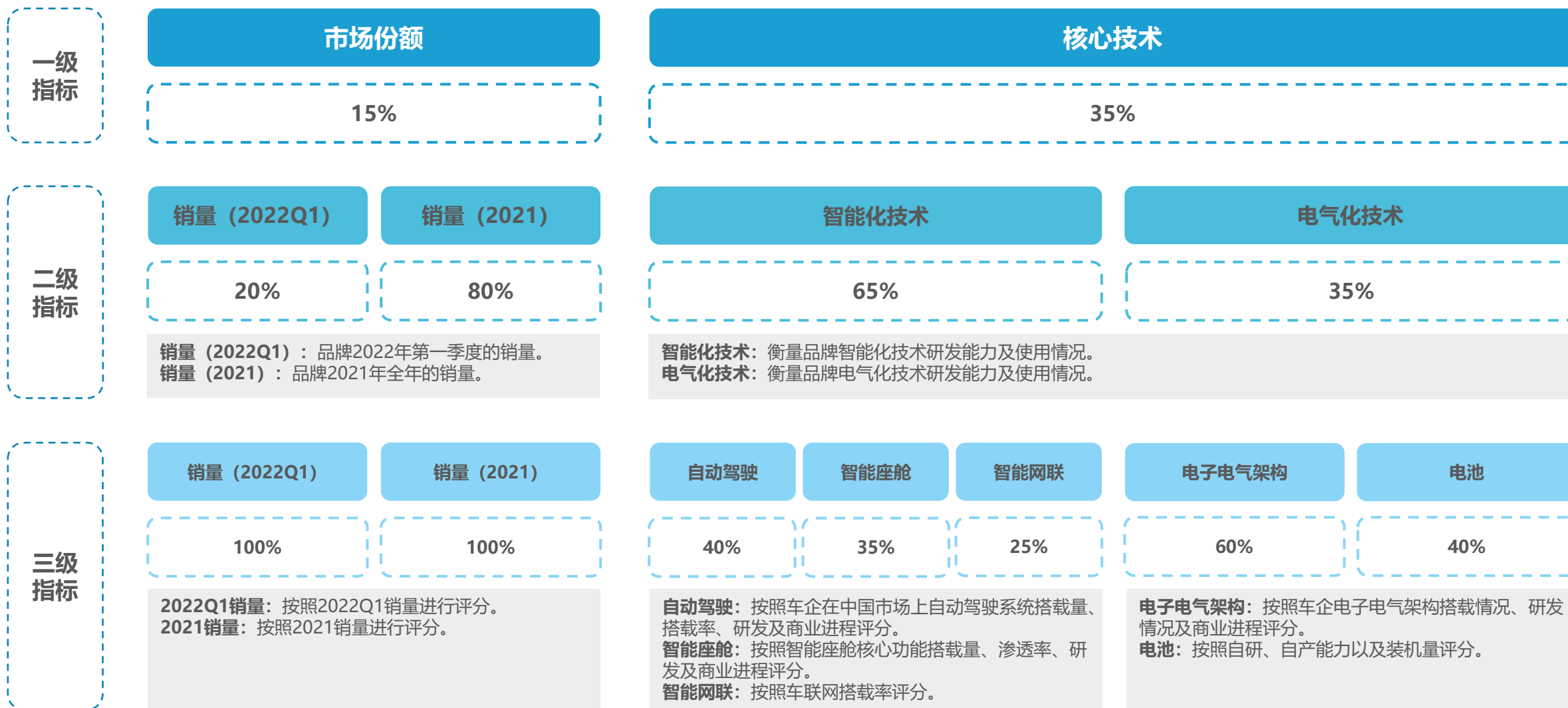
生态体系

20%

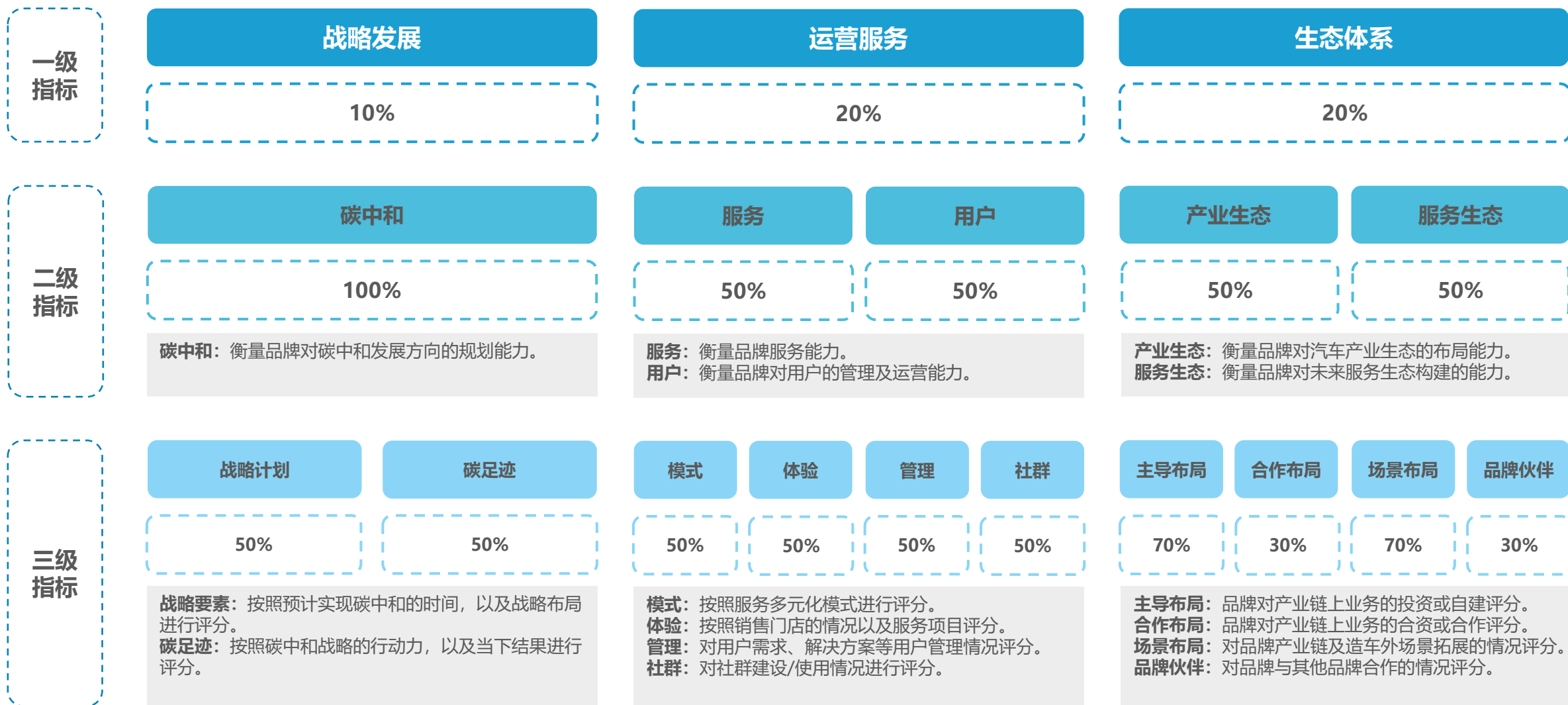
指标说明：

生态体系是衡量品牌的生态构建能力以及对产业提供解决方案的能力，同时，也可以展现出在生态圈中的资源力。

评价指标体系模型搭建：二级指标、三级指标及权重说明



评价指标体系模型搭建：二级指标、三级指标及权重说明



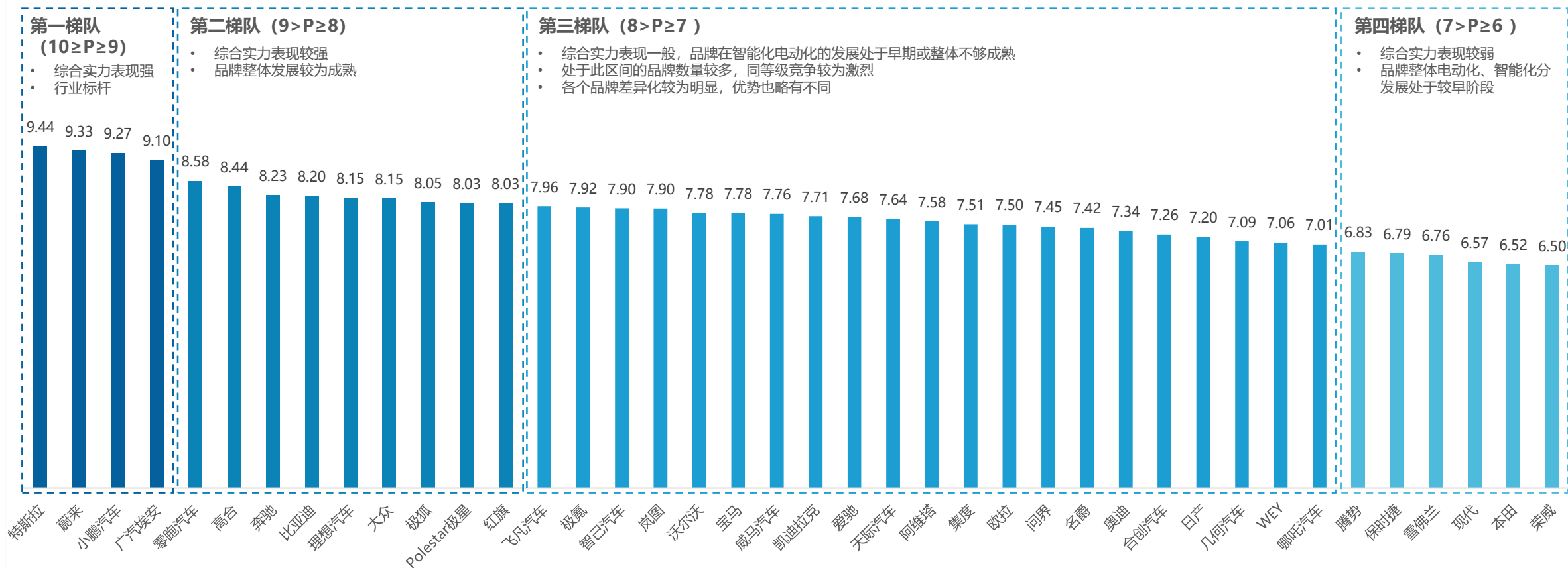
Part 2.中国智能电动汽车品牌竞争力指标体系

Part 2.2 中国智能电动汽车品牌竞争格局分析

智能电动汽车企业第一梯队竞争优势较大，特斯拉一马当先

- ◆ 综合市场份额、核心技术、战略发展、运营服务、生态体系五大核心指标，根据竞争力指标体系模型测算，**特斯拉、蔚来、小鹏汽车、广汽埃安**在中国智能电动汽车品牌竞争中处于领先地位。零跑汽车、高合、奔驰、比亚迪、理想汽车等品牌紧随其后，处于第二梯队。
- ◆ 第三梯队的品牌，大多数为发展阶段处于早期的新势力品牌或正在进行转型的传统品牌，此梯队品牌数量较多，整体差距不大，竞争较为激烈。

亿欧智库：2022中国智能电动汽车品牌竞争力指数排行榜

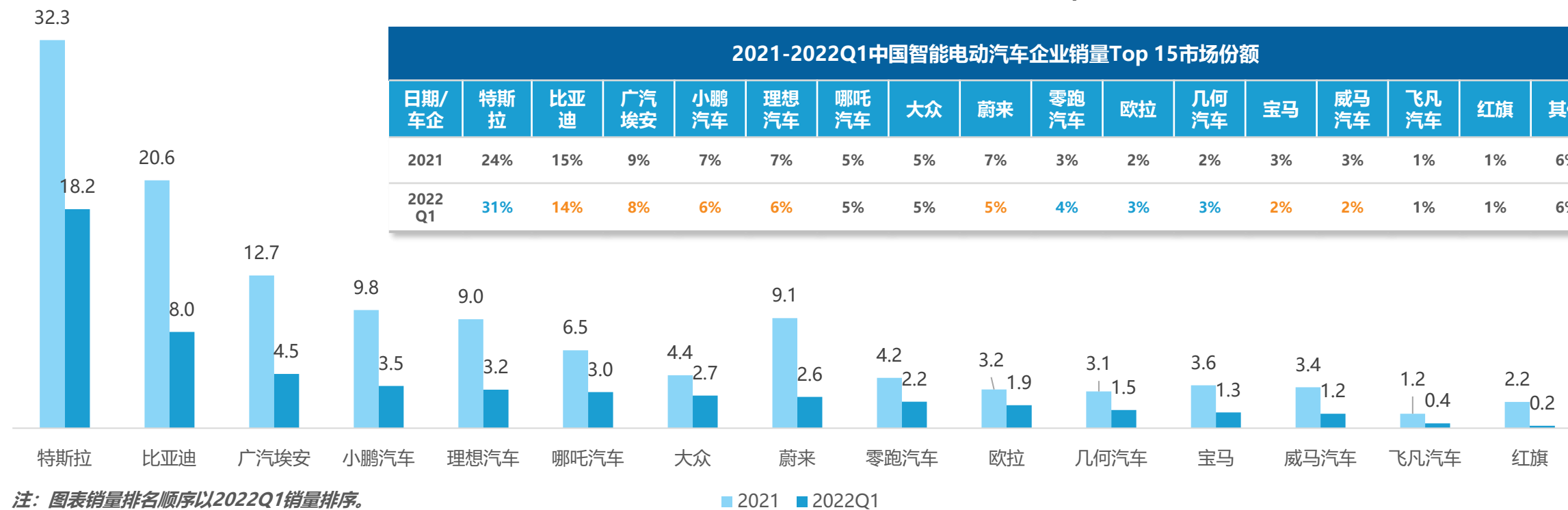


注：通过公开渠道、专家访谈、案头研究等方式进行定量+定性的方式进行研究，竞争力指数根据各品牌在上一章节的指标体系搭建所得出的结果，满分为10分，最低分为6分。

市场份额：特斯拉抢占智能电动汽车市场，销量Top15企业占据主导地位

- ◆ 从2021年全年销量上来看，特斯拉实现领跑且与其他车企销量有着较大的差距，占据智能电动汽车市场主导地位。比亚迪、广汽埃安销量分别位列第二名和第三名，“蔚小理”销量均破9万紧随其后。智能电动汽车销量Top15占比达到94%。
- ◆ 从2022年Q1销量来看，特斯拉正抢占市场份额，由2021年的24%大幅提升到了31%。比亚迪、广汽埃安、以及“蔚小理”第一季度销量较好，但市场份额下降。亿欧智库认为特斯拉所吞噬的市场份额主要是来自比亚迪、广汽埃安、以及“蔚小理”。此外，哪吒汽车实现了对蔚来的反超，正在以猛烈的攻势冲击智能电动汽车销量Top5。
- ◆ 总体来看，智能电动汽车销量Top15占比不变。亿欧智库认为销量Top15企业已逐渐建立起护城河。

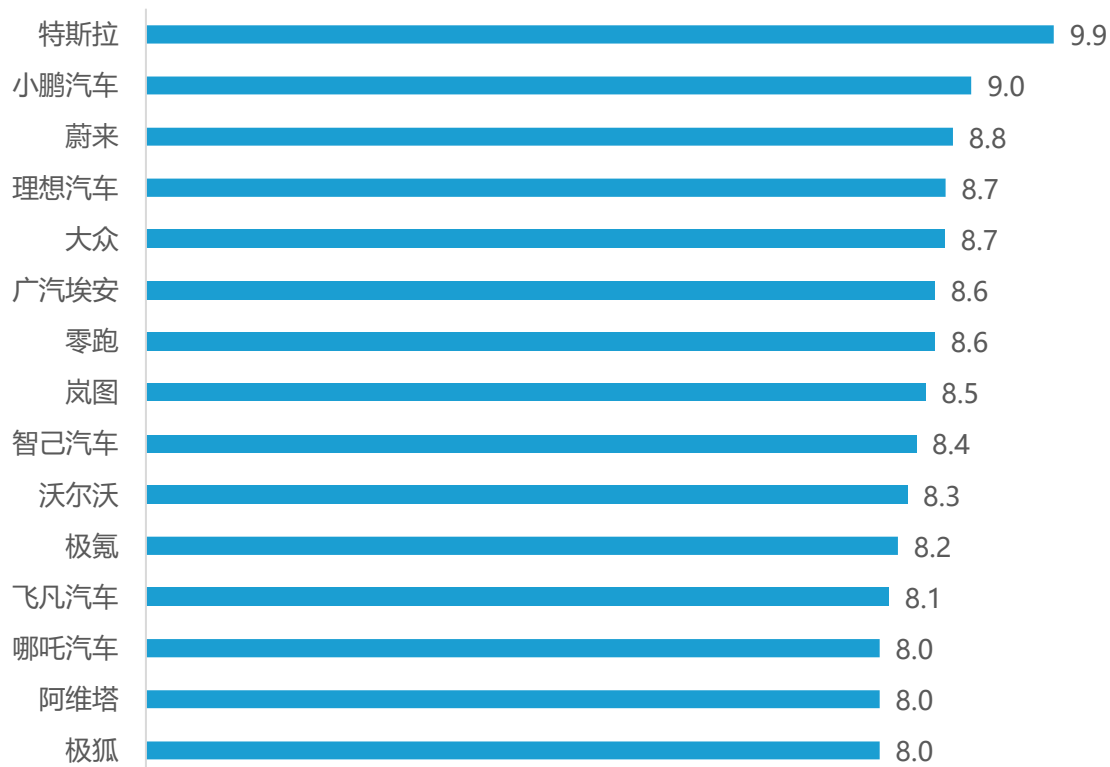
亿欧智库：2021-2022Q1中国智能电动汽车企业销量（单位：万辆） Top 15及市场份额



核心技术：特斯拉自动驾驶竞争优势巨大，品牌自研打造差异化优势

- ◆ 特斯拉依托较强的自动驾驶研发能力，自动驾驶汽车量产能力，在自动驾驶竞争力指数上遥遥领先。“蔚小理”仍然名列前茅，Polestar极星、广汽埃安、零跑汽车等新势力品牌由于自动驾驶技术自研，掌握核心技术，以及商业进程较为领先，在行业中保持较大的竞争力。
- ◆ 除车企自研外，供应商自动驾驶技术也走在行业前列。部分车企通过**与供应商合作或集团提供等方式**，快速推动自动驾驶汽车量产落地保持竞争力。亿欧智库认为在自动驾驶在量产阶段，车企与供应商建立强合作关系是建立自动驾驶量产竞争优势的重要因素。

亿欧智库：2022中国智能电动汽车品牌自动驾驶竞争力指数Top15



注：竞争力指数根据车企在中国市场上自动驾驶系统搭载量、搭载率、研发及商业进程评分。

新势力头部品牌领跑自动驾驶竞争力指数，特斯拉与其他品牌拉开不小的差距。核心技术自研在当下品牌竞争中有较大优势，大部分品牌通过自动驾驶技术自研保持竞争力，其他品牌通过采购供应商较成熟的技术具备先发优势。

自研：特斯拉、小鹏汽车、蔚来、理想汽车等车企自动驾驶技术自研将核心技术完全掌握在自己手里，迭代升级和修正的速度很快、效率很高，但是投资巨大。

合作：车企与自动驾驶解决方案商合作，调研发现一般解决方案商是自动驾驶行业头部供应商，例如阿维塔、极狐与中国头部解决方案商华为、Apollo深度合作。头部自动驾驶供应商技术较成熟，且技术可以实现快速上车。车企通过采购实现低成本+快速量产的优势。但有可能车企会失去技术掌握权，软硬件解耦及技术迭代或成为主要阻力。

主机厂提供：车企通常背靠集团，主机厂通过自研或合作的方式掌握自动驾驶核心技术，并将技术运用到旗下车企中。例如上汽与Momenta合作研发自动驾驶技术运用到上汽旗下高端品牌智己汽车中，使得智己汽车保持竞争力。

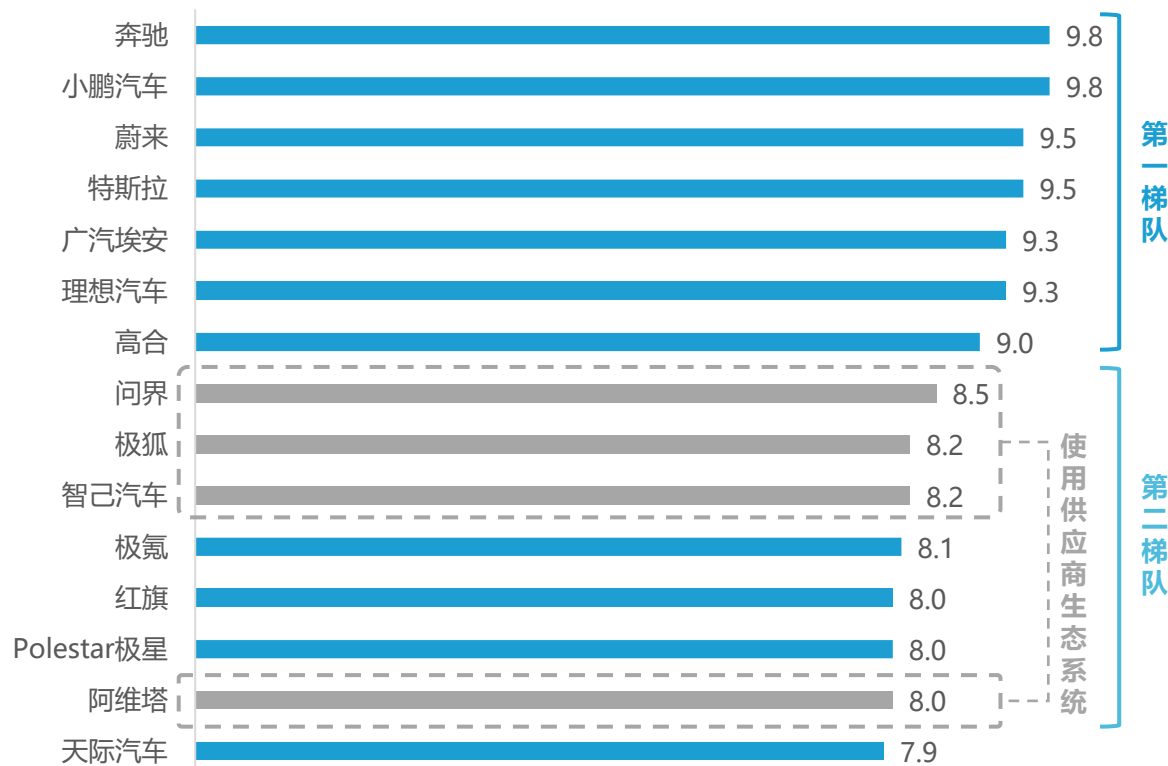
部分车企与头部解决方案商深度合作分布情况



核心技术：智能座舱自研品牌竞争力度大，供应商操作系统具备生态优势

- ◆ 从智能座舱竞争力指数来看，梯队结构明显。奔驰、“蔚小理”、特斯拉等智能座舱系统自研车企处于第一梯队，且与第二梯队拉开差距。亿欧智库认为在软件定义汽车大趋势下，智能座舱软硬件充分解耦已经基本实现，打造独特的操作系统是在智能座舱竞争中脱颖而出的关键因素。
- ◆ AliOS、HarmonyOS等头部供应商打造的系统具备互联网生态优势，在第二梯队中，问界、极狐、智己汽车、以及阿维塔分别使用供应商的操作系统。此外问界、极狐、阿维塔还搭载华为座舱芯片。这类品牌通过背靠互联网头部公司，使用其先进的技术保持良好竞争力。

亿欧智库：2022中国智能电动汽车品牌智能座舱竞争力指数Top 15



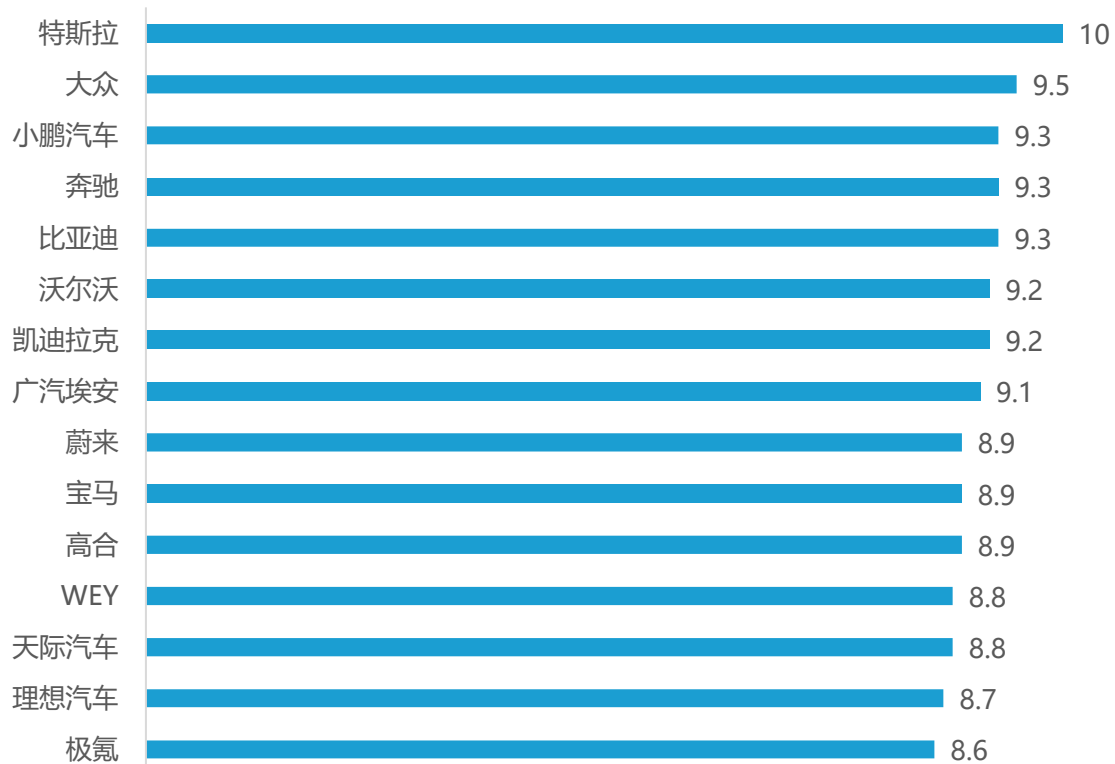
注：竞争力指数根据车企智能座舱核心功能搭载量、渗透率、研发及商业进程评分。

品牌	座舱芯片	操作系统	底层系统
奔驰	英伟达 Xavier	MUBX	Linux
小鹏汽车	高通骁龙 820A 高通骁龙 SA8155P	Xmart OS	QNX+Android
蔚来	高通骁龙 820A 高通骁龙 SA8155P	NIO OS	QNX+Android
特斯拉	Intel A 3950	Version	Linux+QNX
广汽埃安	地平线 征程2 高通骁龙 SA8155P	ADiGO 4.0	-
理想汽车	地平线 征程3	Li OS	Linux+Android
高合	高通骁龙 820A	HiPhi OS	Android
问界	华为麒麟990A	HarmonyOS	HarmonyOS
极狐	华为麒麟990A	HarmonyOS	HarmonyOS
智己汽车	高通骁龙 SA8155P	IM (基于斑马)	Ali OS (基于Linux)
极氪	高通骁龙 820A	ZEEKR OS	Android
红旗	龍鹰一号	红旗智能座舱3.0	-
Polestar极星	英伟达Drive Orin	Automotive OS	Android
天际汽车	高通骁龙820A Prem	天际智能座舱系统	-
阿维塔	华为麒麟990A	HarmonyOS	HarmonyOS

核心技术：特斯拉电子电气架构技术领先，电子电气架构自研竞争力强

- ◆ 根据电子电气架构竞争力指数来看，当前特斯拉发展早且进度快，目前处于领先地位。大众、奔驰、比亚迪等传统品牌分数略高于新势力品牌，但整体差距不大。随着电子电气架构技术的发展，头部车企率先进入中央计算+区域控制器的架构方案阶段，技术相对完善。
- ◆ 随着软硬件解耦的发展，头部车企掌握中央集中式EE架构核心技术和部件主导权的动机比较强烈，例如特斯拉、大众、沃尔沃等车企自研架构，持续加速迭代，抢夺市场地位。但短期内能够实现这些技术和部件全部自研的车企仍是少数。多数品牌仍将依赖 Tier1 、科技公司等供应商共同去完成。

亿欧智库：2022中国智能电动汽车品牌EE架构竞争力指数Top15



注：竞争力指数根据各品牌电子电气架构搭载情况、研发情况及商业进程评分。

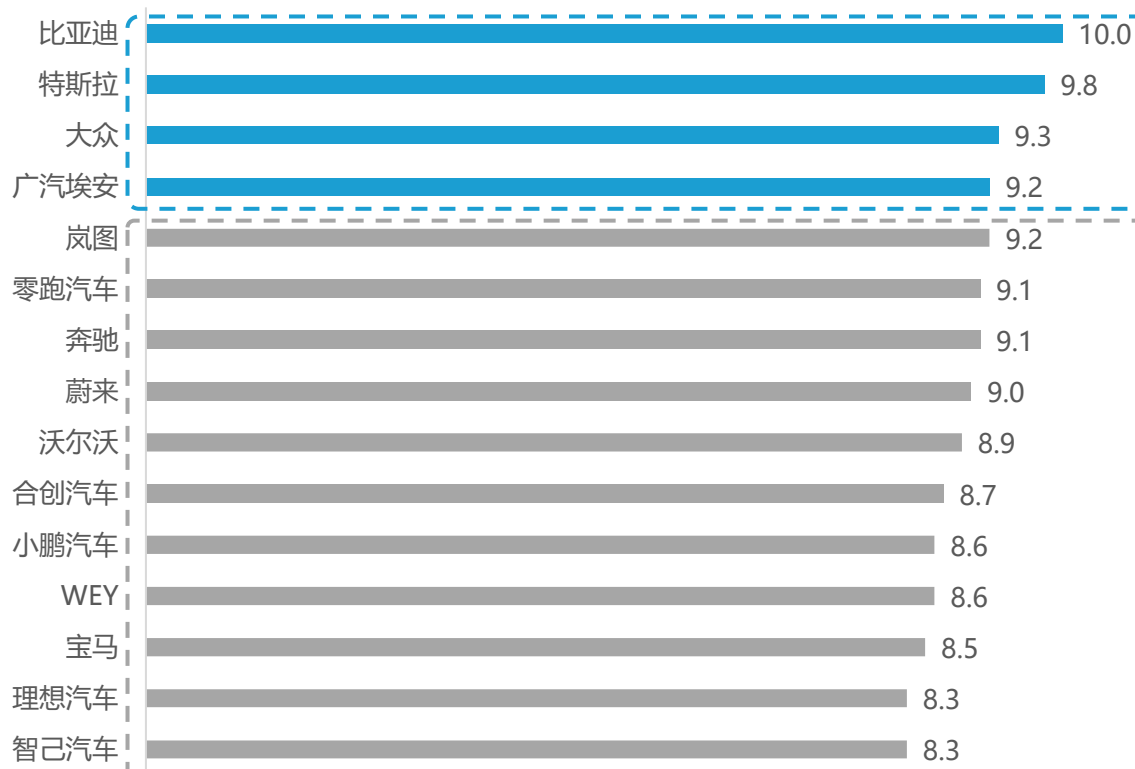
亿欧智库：2022中国主要车企电子电气架构自主研发方案及优势

品牌	架构名称	EE方案	架构特点/优势
特斯拉	-	中央计算+区域控制器的EE架构方案	实现了软硬件自主可控，有利于加快车型功能的迭代更新速度，又大大降低了整车开发成本。
大众	E3	中央计算+区域控制器的EE架构方案	E3架构采用面向服务的架构，使用CP和AP服务中间件来实现SOA通信；在通信架构方面，E3的骨干网采用以太网。
小鹏	X-EEA3.0	中央超算 + 区域控制	大部分的车身功能已经可以迁移到域控制器中。基本可以实现SOA的硬件基础。
沃尔沃	SPA 1 SPA 2 (研发中)	中央计算+区域控制器的EE架构方案	采用中央控制概念的电子电器架构，配套谷歌安卓的车机系统支持OTA升级。
广汽埃安	星灵架构	中央计算+区域控制器的EE架构方案	该架构实现了组件服务化和标准化，软硬件解耦，提升OTA能力和速度，同时实现硬件的即插即用，可增加新的应用模块即可实现新的场景。
WEY	GEEP 4.0	中央计算+区域控制器的EE架构方案	应用软件层面，将大数据、云诊断、信息安全等软件系统融合，实现功能集成。支持FOTA，规划部分舒适性功能将支持SOA。
极氪	GEEA 2.0	中央计算+区域控制器的EE架构方案	搭载底盘冗余余系统域控制器。实现了自车状态评估，横纵向运动控制，运动安全控制、ETC功能。

核心技术：车企自研自产电池优势明显，与供应商共同研发是主流方式

- ◆ 根据动力电池竞争力指数来看，比亚迪与特斯拉处于绝对的领先地位，同时也是为数不多**电池自研自产**的车企。随着“电池荒”迅速蔓延，自产电池的车企优势逐渐显现。亿欧智库认为车企自研自产电池不仅仅能够掌握电池技术的话语权，也可以掌握电池供应的主导权。
- ◆ 车企自产电池投资巨大，故大部分车企自主研发或与供应商共同研发生产电池系统，由供应商生产。宁德时代、中创新航、国轩高科等具备前沿技术优势的电池供应商成车企主要合作伙伴，亿欧智库认为相较于自产电池带来的巨大成本，车企与供应商共同研发仍然是主流方式。

亿欧智库：2022中国智能电动汽车品牌动力电池竞争力指数Top15

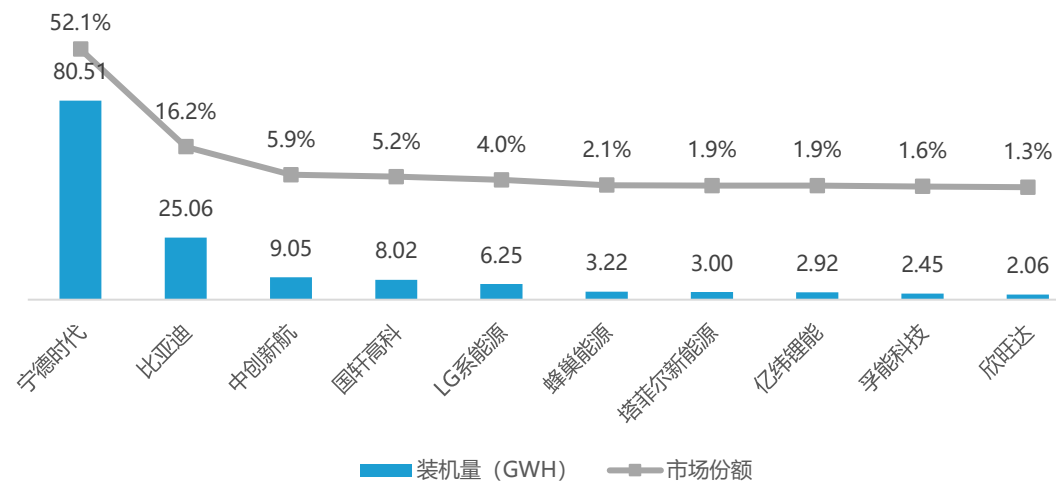


注：竞争力指数根据车企动力电池研发情况、搭载情况、研发进程等方向评分。

比亚迪、特斯拉、大众、广汽埃安具备动力电池自研自产能力，领跑动力电池竞争力指数得分榜。其中比亚迪在中国电池装机量达到25.06GWH，市场份额位居全国第二。特斯拉在德州建设超级工厂，随着电池自产的发展，也将成为世界上最大的电池工厂。

岚图、零跑汽车、蔚来等品牌具备电池系统自研的能力，但是当下主要通过**与供应商共同研发生产**。大众、奔驰等传统品牌正在建设电池工厂，不久以后将会对比亚迪和特斯拉发起冲击。

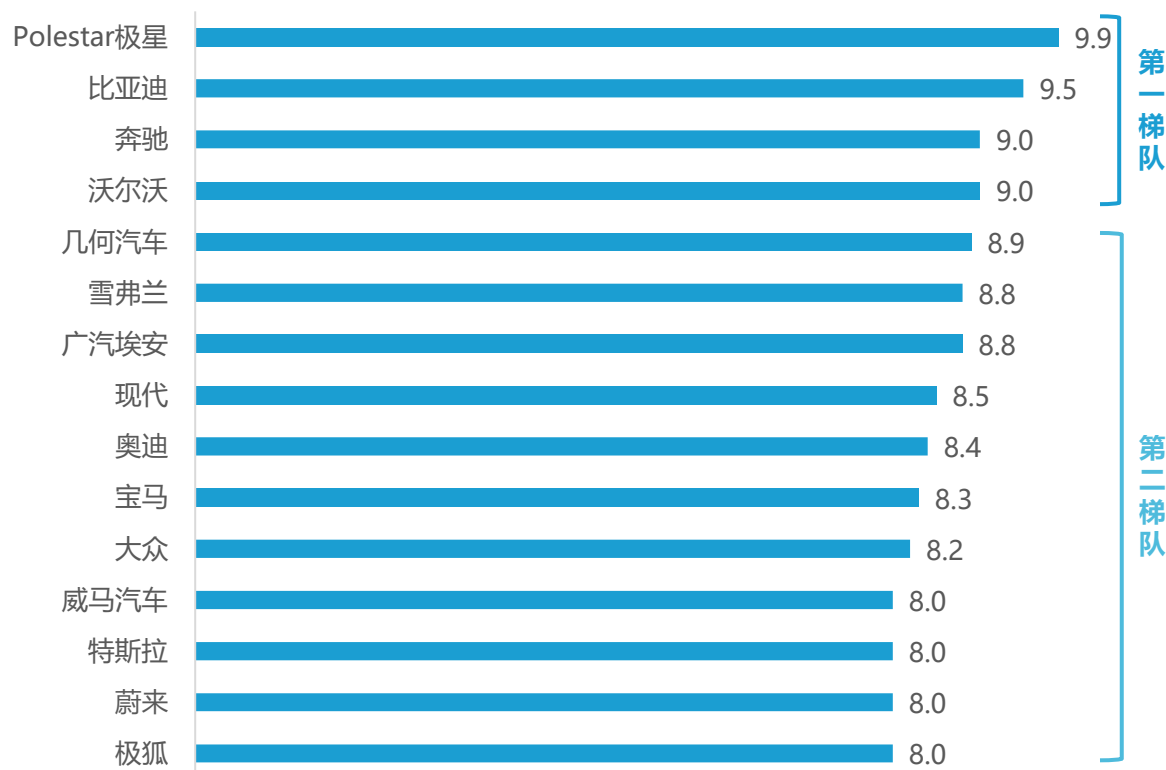
亿欧智库：2021中国动力电池企业装车量Top 10 (单位: GWH)



战略发展：传统品牌碳中和部署较为积极，全生命周期脱碳成其主要方案

- ◆ 根据碳中和战略竞争力指数来看，Polestar极星、比亚迪、奔驰、沃尔沃在实现碳中和的行动上具有领导性的作用。几何汽车、雪佛兰、广汽埃安等第二梯队车企均通过整车轻量化、供应链低碳化、研发制造低碳化等方式积极部署碳中和战略，整体差距不大。
- ◆ 目前传统车企对碳中和战略的部署相对积极，亿欧智库认为汽车电动化转型只是品牌实现碳中和的“一小步”。对于传统车企而言，车企具备量产优势，更加追求销量规模化，当下碳中和侧重点主要集中在全生命周期层面。例如奔驰、沃尔沃、大众等企业围绕全产业链进行低碳布局。

亿欧智库：2022中国部分企业碳中和战略规划竞争力Top15



注：竞争力指数根据车企碳发声、行动力、以及碳足迹进行评分。

亿欧智库：2022中国响应碳中和发展头部企业情况

品牌	计划实现时间	实现方案
极星汽车	2030	<ul style="list-style-type: none"> 创新、可循环的碳中和汽车Polestar 0计划，将使用可循环电池、可回收材料，并在整个供应链中使用可再生能源，承诺消除整个供应链和生产过程中的碳排放。
比亚迪	/	<ul style="list-style-type: none"> 2021年2月初，比亚迪宣布启动企业碳中和规划研究。
奔驰	2039	<ul style="list-style-type: none"> 要求对供应商零部件生产进行脱碳； 建设零碳工厂。
沃尔沃	2040	<ul style="list-style-type: none"> 计划2018年-2025年期间供应链的排放削减25%，到2040年供应商将实现零排放。
几何汽车极氪	2045	<ul style="list-style-type: none"> 产品端：吉利已形成的“高效燃油动力”和“多元化新能源”两大并行节能减排路线； 战略端：探索的新能源全产业链布局实践，贯穿整个汽车产品全生命周期的减碳。
大众	2050	<ul style="list-style-type: none"> 大众汽车将把二氧化碳排放量作为与供应商签订合同的重要评价标准。 通过对电池的系统性回收，超过90%的原材料可在未来得到再次利用。大众的最终目标是在集团内部打造电池及原材料回收处理的闭环管理体系。
欧拉汽车WEY	2045	<ul style="list-style-type: none"> 在制造端，通过能源结构调整及低碳工艺应用，在2023年实现首个“零碳工厂”。并将围绕碳排放的全生命周期，建立汽车产业链条的循环再生体系，实现经济、环境以及社会效益最大化。

运营服务：多元化服务是品牌竞争的基础，差异化服务是赢得竞争的关键

- ◆ 随着智能电动汽车市场需求反应愈加激烈，智能电动汽车品牌不断注入互联网思维以满足消费者的需求，实现提供最全面的服务。蔚来、广汽埃安、小鹏汽车等车企处于第一梯队，**多元化及差异化**的服务较为成熟。以理想汽车为首的第二梯队紧随其后，整体差距不大。
- ◆ 在“品牌更接近用户”的背景下，直营的销售模式更加接近用户，不仅新势力车企采用直营模式，红旗、凯迪拉克等传统车企也在逐渐转型。
- ◆ 智能电动汽车企业的竞争集中在基础服务、线上服务以及补能等多元化的服务中。此类服务较为基础，车企难以形成竞争差异化。亿欧智库认为差异化服务是车企竞争的关键因素，车企通过建设独有的定制化服务、个性化服务打造核心竞争力。

亿欧智库：2022中国智能电动汽车车企服务力竞争力Top15



注：服务力竞争格局根据车企服务模式、服务产品、服务方案的多元化和差异化评分。

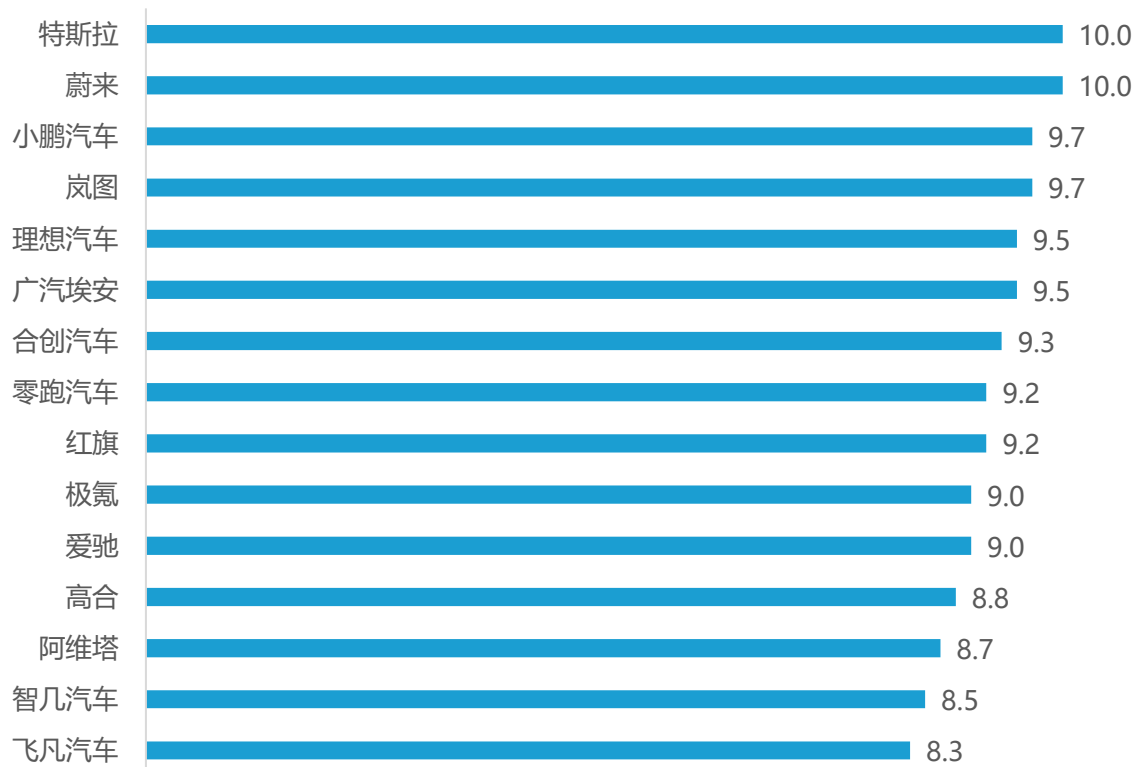
数据来源：亿欧智库

亿欧智库：2022中国智能电动汽车品牌服务竞争方向



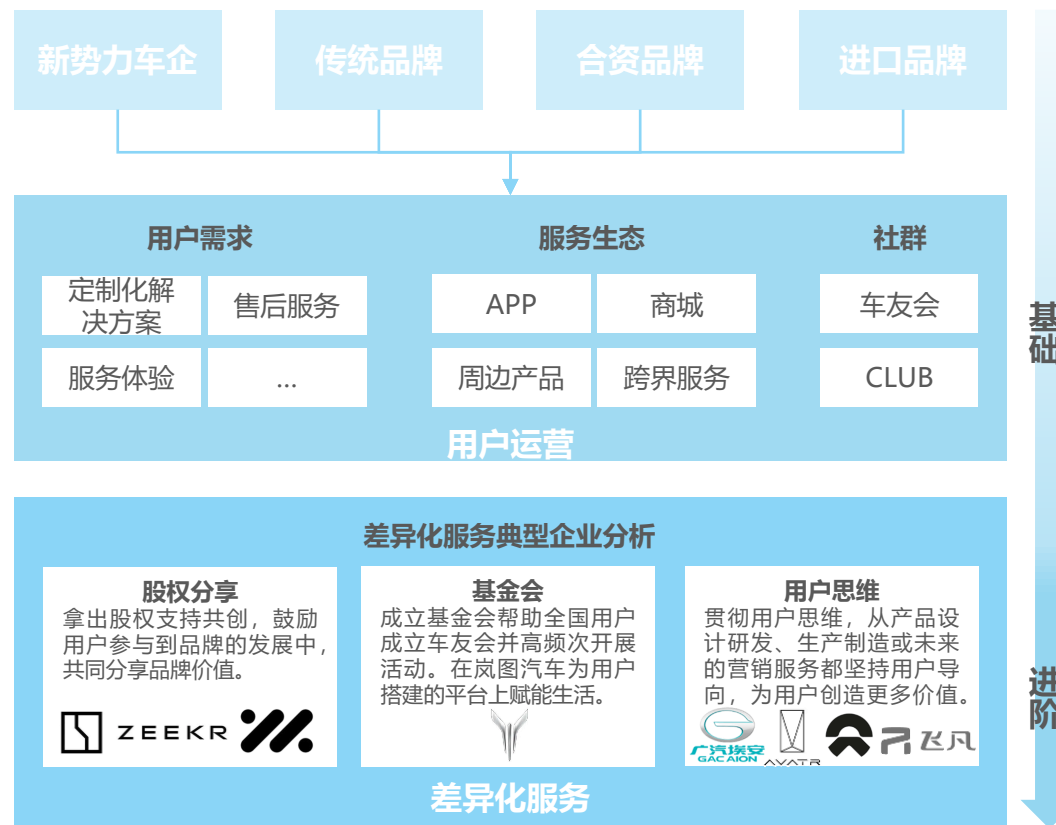
- ◆ 根据用户运营竞争力指数来看，特斯拉与蔚来建设出多元化服务模式以及成熟的社群体系，并在提升用户体验方面成为行业的标杆。小鹏汽车、岚图、理想汽车等追随者紧随其后。高合、阿维塔等较新的车企正在打造用户运营竞争优势。传统车企用户运营略逊于新势力车企。
- ◆ 当前大部分车企已经基本满足解决用户个性化需求、建立车企服务生态、社群等基础的用户运营条件，小部分车企已经向进阶的服务发展。例如极氪通过拿出股份支持共创，岚图汽车创办基金会帮助用户开展活动，广汽埃安、阿维塔等车企全生命周期地贯彻用户思维。

亿欧智库：2022中国智能电动汽车品牌用户运营竞争力指数Top 15



注：竞争力指数根据车企用户管理/运营、社群的多元化及差异化以及服务质量评分。

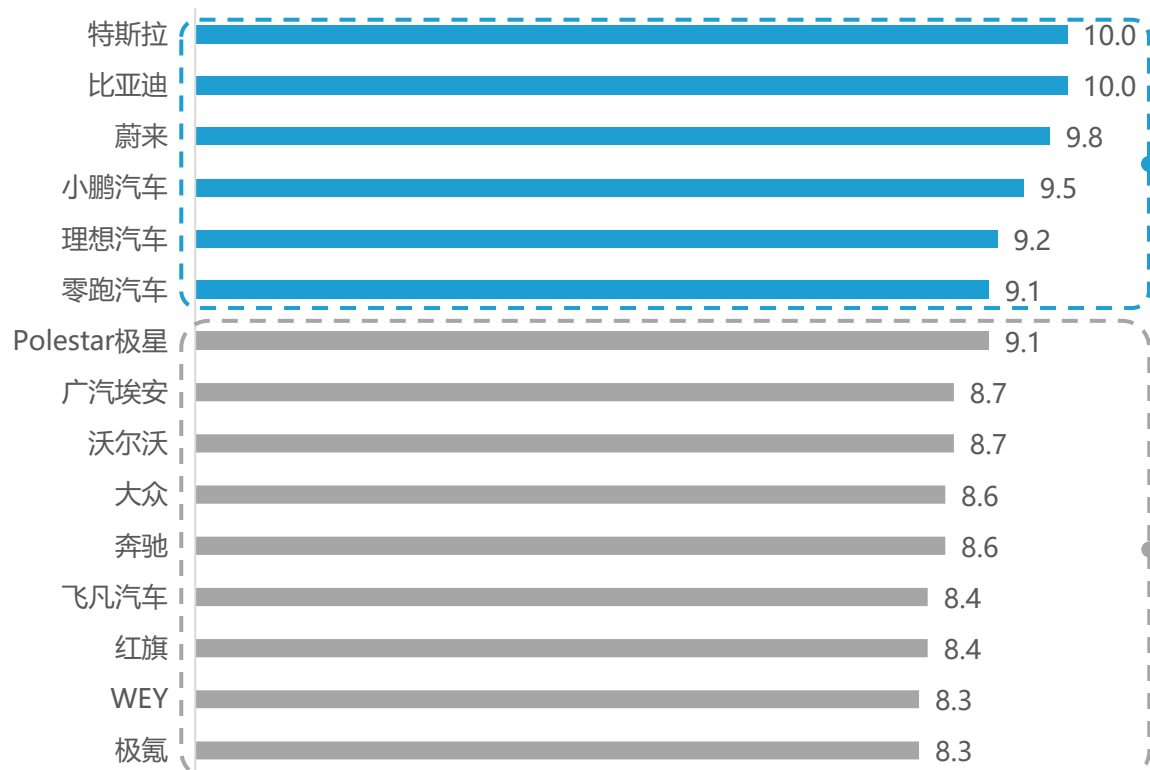
亿欧智库：2022中国智能电动汽车车企用户运营竞争情况分析



生态体系：新势力车企产业生态竞争力强，车企自建产业生态具备主导权

- ◆ 特斯拉、比亚迪、以及“蔚小理”等车企在产业生态布局覆盖面积较广且体系较为完善，品牌主导建设产业生态更具竞争力，目前处于领先地位。广汽埃安、沃尔沃、大众等品牌仍在积极布局建设产业生态，但与第一梯队存在差距。
- ◆ 广汽埃安、飞凡汽车、红旗等车企主要借助主机厂生态资源保持竞争力。上汽、广汽、长城等规模较大的集团在积极布局多元化产业生态，并与其旗下车企建立强联系。

亿欧智库：2022中国智能电动汽车车企产业生态竞争力指数Top15



注：产业生态竞争格局根据车企布局产业链建设多元化、成熟度以及自研主导能力评分。

亿欧智库：2022中国智能电动汽车车企产业生态基本情况

具备完整的产业生态建设，通常以自建运营与投资建设为主。产业生态布局涉及较广且具备主导权。比亚迪、特斯拉、蔚来、大众等车企具备充足资金和技术实力，致力于自建供应生态体系，重点聚焦于芯片、电池、三电架构等硬件系统以及自动驾驶算法、智能座舱软件系统，并专注深耕下一代产品，寻求智能汽车产业发展话语权的掌握。

Polestar极星、广汽埃安、飞凡汽车、红旗等车企背靠传统主机厂，属于传统主机厂构建产业生态其中的一环。目前上汽、广汽、吉利、长城、东风等集团对产业生态的局部较为完善，此类车企可与集团其他生态企业保持互通，形成自主生态圈。

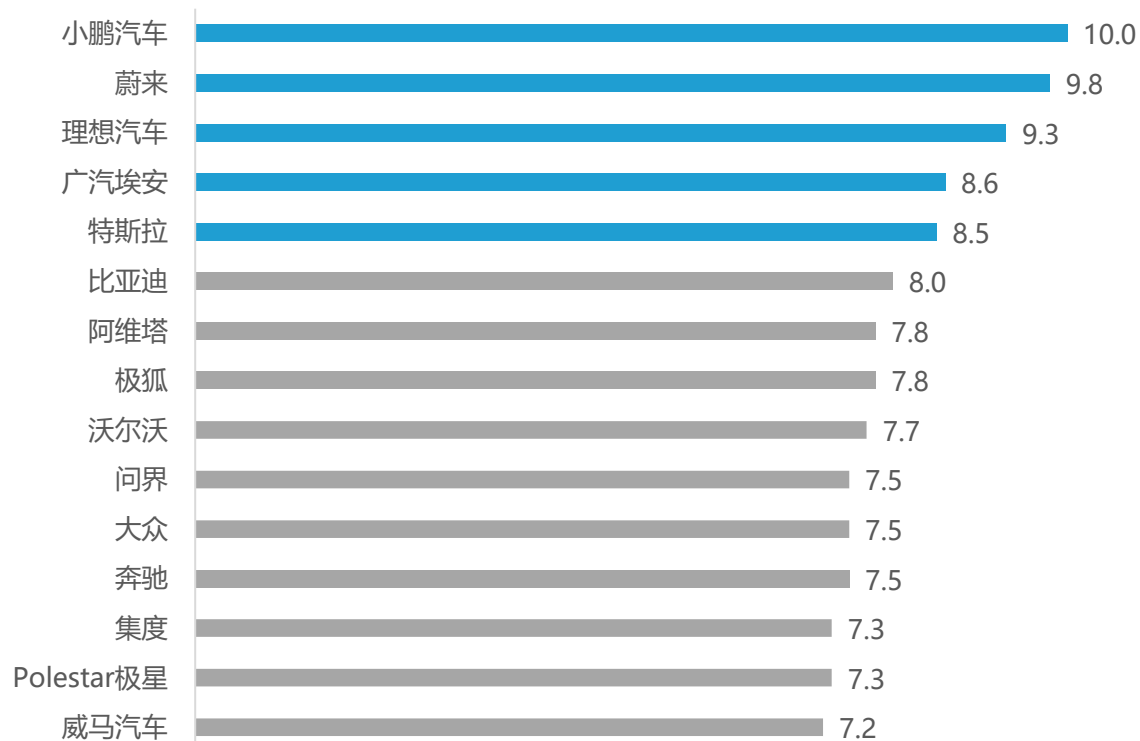
2022中国传统主机厂产业生态建设Top3



生态体系：新势力车企服务生态建设意识强，打造多元化服务提高竞争力

- ◆ 打造多元化生态服务场景是车企建设生态圈重要的一部分。车企拓展智慧建设、智慧出行以及智慧生活等场景不仅能够提升社会价值，也是成为品牌全面提升市场竞争力的新抓手。根据服务生态竞争力指数结果来看，各车企差距较大，亿欧智库认为智能电动汽车品牌加速布局且深耕服务场景是弯道超车抢占市场的最佳方式。当前小鹏汽车、蔚来、理想汽车、广汽埃安以及特斯拉对服务生态的布局处于领先。
- ◆ 当下车企结合自身优势所布局的服务生态各有不同，例如特斯拉涉及场景相对宽泛；小鹏重点打造出行业务；蔚来更聚焦于电池、能源等场景；广汽埃安携手华为共同打造5G+智慧交通场景。整体来讲新势力品牌对服务生态的布局较为丰富。

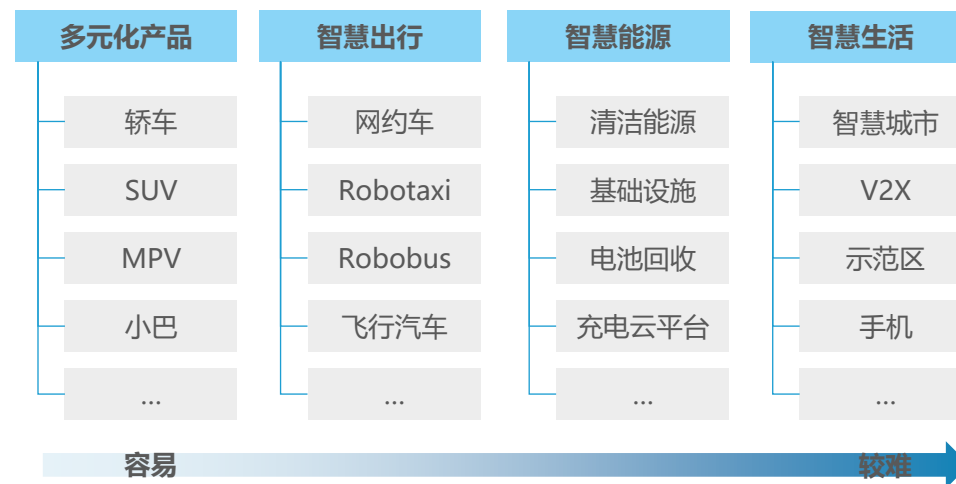
亿欧智库：2022中国智能电动汽车企业服务生态竞争力指数Top15



注：价值竞争格局根据车企布局价值链建设的多元性、成熟度以及自研主导能力评分。

新势力头部车企领跑价值生态竞争力指数Top5，并且与其他车企拉开不小的差距。其他车企借助集团或互联网企业持续推动生态场景建设，仍然保持较高的竞争力。

智能电动汽车企业服务生态场景



案例：

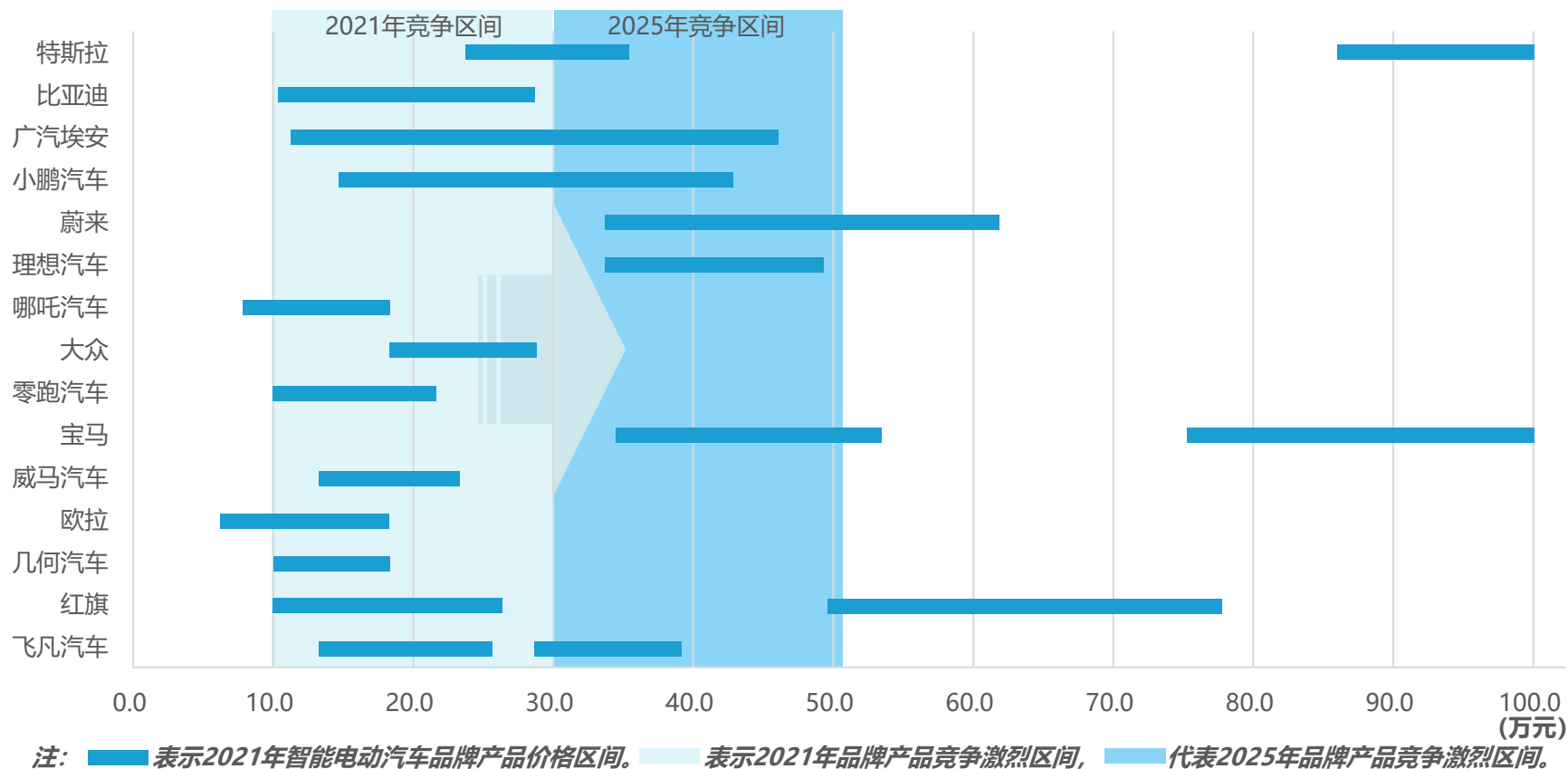
- 小鹏汽车生态体系不仅包括多种轿车及SUV，也包括飞行汽车（小鹏汇天）、机器马（鹏行智能）、Robotaxi等生态场景；
- 蔚来在智慧能源领域有较大规模建设，并且走在业内前列，此外还计划发布首款智能手机以更好的贴合汽车。

Part 3. 中国智能电动汽车品牌竞争趋势

智能电动汽车高端化已成定局，品牌竞争将在更高产品价格区间展开

- ◆ 随着智能电动汽车产业发展，自动驾驶、智能座舱等核心技术搭载率提升，智能化渗透率高速增加，产品将向高端化的方向发展成为定局。亿欧智库认为，低价位品牌的产品短期会踏入30万的门槛，预计在2025年品牌竞争将主要集中在车型定价在30万到50万的区间。
- ◆ 随着车企研发水平、技术水平、制造水平的提升，以及追求个性化、年轻化、时尚感的Z世代消费群体的崛起，这类年轻的消费群体对品牌有着更高的要求。亿欧智库认为，车企研发、制造水平的提升推动品牌实现高端化，年轻消费群体的高要求促使品牌开展高端化的竞争，

亿欧智库：2021中国智能电动汽车销量Top15品牌产品定价区间竞争趋势



智能电动汽车品牌发展洞察

洞察1: 产品高端化

随着自动驾驶、智能座舱等核心技术的成熟，各品牌通过不断推出含有高级别自动驾驶、智能座舱等汽车产品打造差异化竞争力，核心技术的渗透率会逐渐增加，推动未来智能电动汽车高端化。

洞察2: 品牌高端化

高价位汽车市场当下仍然有很多空间，品牌抢占高端车市场不可避免。多数定位较高端的品牌会持续布局高端市场。定位较低端的品牌主要通过合资或者开创新的牌来抢夺市场空间。

智能电动汽车品牌加强用户体验只是基础，实现用户价值将成王道

- ◆ 在智能电动汽车品牌转型浪潮趋动下，品牌对用户的运营方式正在进行巨大的改变。自动驾驶、网络安全等生理需求及安全需求是品牌满足用户体验的基础。随着汽车产业的发展，消费者对汽车的认知由“单一出行工具”转向“第三生活空间”，未来用户的需求是多元且个性化的。
- ◆ 满足社交需求以及能够实现用户价值是品牌必争的方向。当下大部分品牌可以满足社交需求，少部分品牌达到尊重需求阶段。亿欧智库认为，从“满足用户需求”到“实现用户价值”的发展方向将会是智能电动汽车品牌的主要竞争趋势。

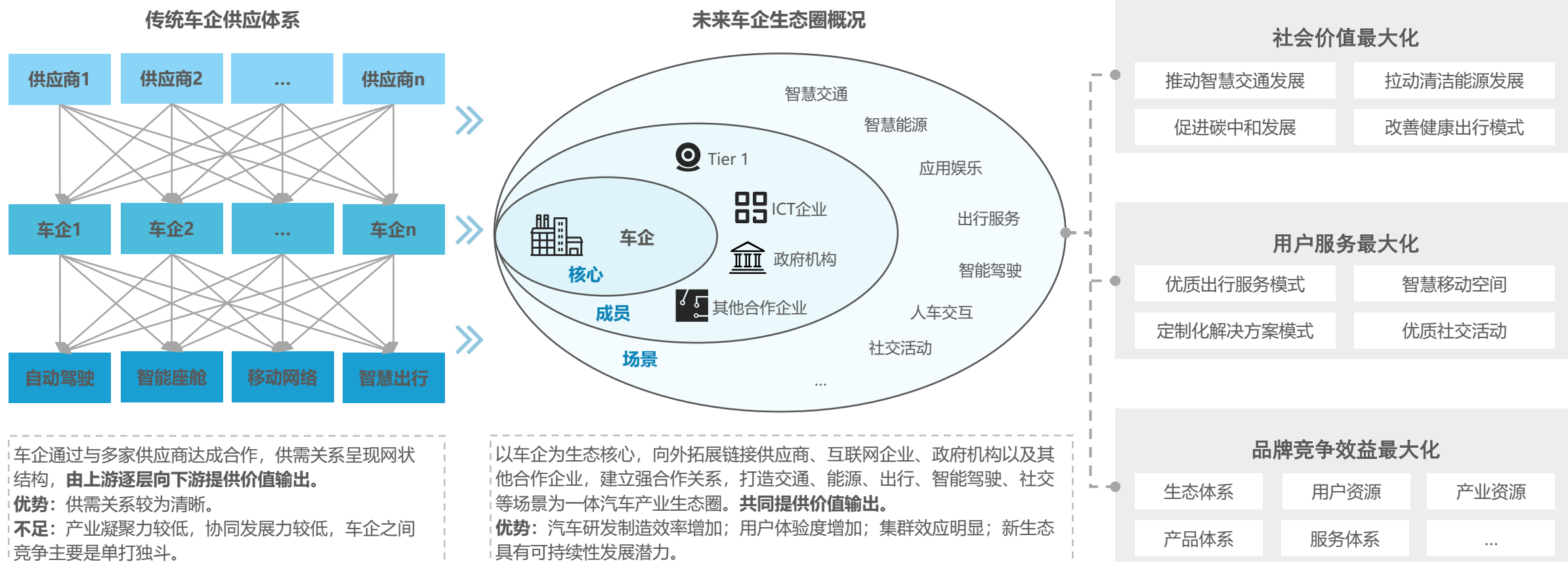
亿欧智库：2022中国智能电动汽车品牌用户需求结构及品牌发展趋势



智能电动汽车企业建立互联立体的产业体系，车企生态圈竞争成主要趋势

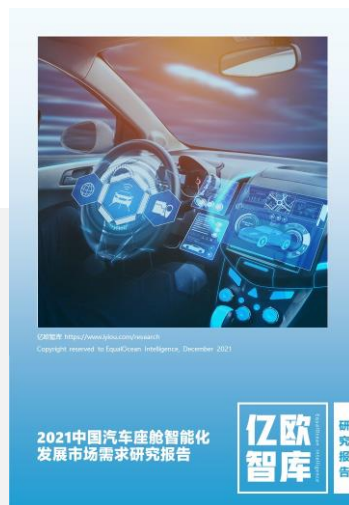
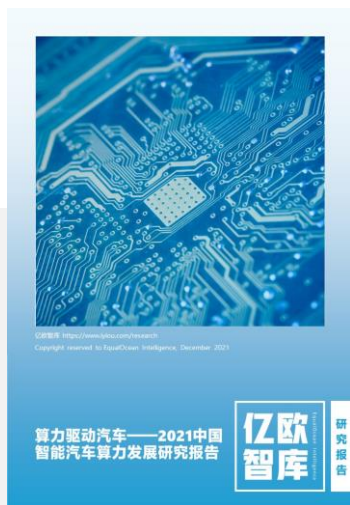
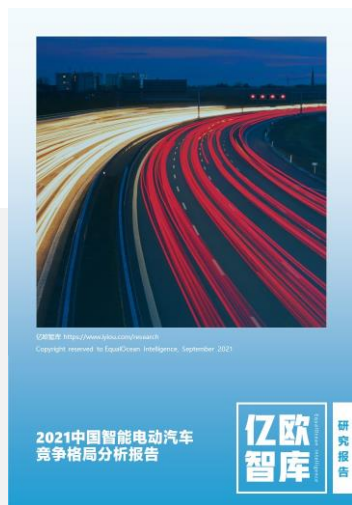
- ◆ 随着智能电动汽车企业以用户为中心，以价值提供为导向，聚合产业资源，呈现出一个开放共赢的互联且立体的生态结构。亿欧智库认为随着车企生态圈的扩大，车企的竞争将不再是单打独斗相互竞争的方式，而是逐渐演变为以车企为核心的**车企生态圈**的竞争。
- ◆ 未来车企的竞争格局逐渐按照互联网企业竞争模式发展。车企通过凝聚产业资源，布局智慧交通、能源、娱乐、出行服务、智能驾驶、社交等汽车生态多元化场景，从而实现带动社会价值。亿欧智库预计未来会诞生多个以车企命名的生态体系（例如互联网行业：阿里系、腾讯系等）。

亿欧智库：2022中国智能电动汽车品牌生态圈建设与竞争方向



- ◆ 智能电动汽车作为新时代出行最为关键的一环，为社会带来巨大价值与想象空间，并吸引着一众顶尖人才投身其中，智能电动汽车也成为了最具讨论价值的行业热门话题之一。人们总是对智慧出行的未来太过憧憬，以至于有时候会忽视其产业化难度，对短期应用效果感到沮丧。受限于技术、供应链、政策等难点与挑战，智能电动汽车企业的发展仍是道阻且长。
- ◆ 随着汽车产业高速发展，智能电动汽车品牌数量急剧增加，一场关于汽车产业的竞争不可避免。随着时间的推移，能够保持高竞争力的品牌会越来越少，马太效应随之而来。所以在“争抢蛋糕”的时代，抓住产业痛点以及用户痒点是品牌赢得竞争的关键因素。
- ◆ 由于时间与精力所限，本报告对于智能电动汽车品牌的研究与讨论难免存在疏漏与偏差，敬请谅解。在此特别感谢**斑马智行、阿维塔汽车、极狐汽车、荣威汽车**等对本报告给予的支持，为报告撰写输出了宝贵的专业观点与建议。
- ◆ 未来，亿欧智库将持续密切关注中国智能电动汽车产业发展，通过对行业的深度洞察，持续输出更多有价值的研究成果。欢迎读者与我们交流联系，共同助力中国智能电动汽车产业的持续创新发展。

■ 亿欧智库已发布智能电动汽车相关报告



■ 亿欧智库待发布报告



持续关注
敬请期待

◆ 团队介绍:

亿欧智库 (EO Intelligence) 是亿欧旗下的研究与咨询机构。为全球企业和政府决策者提供行业研究、投资分析和创新咨询服务。亿欧智库对前沿领域保持着敏锐的洞察, 具有独创的方法论和模型, 服务能力和质量获得客户的广泛认可。

亿欧智库长期深耕汽车、科技、消费、大健康、产业互联网、金融、传媒、房产新居住等领域, 旗下近100名分析师均毕业于名校, 绝大多数具有丰富的从业经验; 亿欧智库是中国极少数能同时生产中英文深度分析和专业报告的机构, 分析师的研究成果和洞察经常被全球顶级媒体采访和引用。以专业为本, 借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势, 亿欧智库的研究成果在影响力上往往数倍于同行。同时, 亿欧内部拥有一个由数万名科技和产业高端专家构成的资源库, 使亿欧智库的研究和咨询有强大支撑, 更具洞察性和落地性。

◆ 报告作者:



孙晨昱

亿欧 分析师

Email: sunchenyu@iyiou.com

◆ 报告审核:



武东

亿欧 研究总监

Email: wudong@iyiou.com



杨永平

亿欧 执行总经理、亿欧汽车总裁

Email: yangyongping@iyiou.com

◆ 版权声明:

本报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于智库的专业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。本报告的信息来源于已公开的资料，亿欧智库对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽可能的追求但不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映亿欧智库于发布本报告当日之前的判断，在不同时期，亿欧智库可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。亿欧智库不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，亿欧智库对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者可自行关注相应的更新或修改。

本报告版权属于亿欧智库，欢迎因研究需要引用本报告内容，引用时需注明出处为“亿欧智库”。对于未注明来源的引用、盗用、篡改以及其他侵犯亿欧智库著作权的商业行为，亿欧智库将保留追究其法律责任的权利。

◆ 关于亿欧:

亿欧EO是一家专注科技+产业+投资的信息平台和智库；成立于2014年2月，总部位于北京，在上海、深圳、南京、纽约有分公司。亿欧EO立足中国、影响全球，用户/客户覆盖超过50个国家或地区。

亿欧EO旗下的产品和服务包括：信息平台亿欧网 (iyiou.com)、亿欧国际站 (EqualOcean.com)，研究和咨询服务亿欧智库 (EO Intelligence)，产业和投融资数据产品亿欧数据 (EO Data)；行业垂直子公司亿欧大健康 (EO Healthcare) 和亿欧汽车 (EO Auto) 等。

◆ 基于自身的研究和咨询能力，同时借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势；亿欧为创业公司、大型企业、政府机构、机构投资者等客户类型提供有针对性的服务。

◆ 创业公司

亿欧旗下的亿欧网和亿欧国际站是创业创新领域的知名信息平台，是各类VC机构、产业基金、创业者和政府产业部门重点关注的平台。创业公司被亿欧网和亿欧国际站报道后，能获得巨大的品牌曝光，有利于降低融资过程中的解释成本；同时，对于吸引上下游合作伙伴及招募人才有积极作用。对于优质的创业公司，还可以作为案例纳入亿欧智库的相关报告，树立权威的行业地位。

◆ 大型企业

凭借对科技+产业+投资的深刻理解，亿欧除了为一些大型企业提供品牌服务外，更多地基于自身的研究能力和第三方视角，为大型企业提供行业研究、用户研究、投资分析和创新咨询等服务。同时，亿欧有实时更新的产业数据库和广泛的链接能力，能为大型企业进行产品落地和布局生态提供支持。

◆ 政府机构

针对政府类客户，亿欧提供四类服务：一是针对政府重点关注的领域提供产业情报，梳理特定产业在国内外的动态和前沿趋势，为相关政府领导提供智库外脑。二是根据政府的要求，组织相关产业的代表性企业和政府机构沟通交流，探讨合作机会；三是针对政府机构和旗下的产业园区，提供有针对性的产业培训，提升行业认知、提高招商和服务域内企业的水平；四是辅助政府机构做产业规划。

◆ 机构投资者

亿欧除了有强大的分析师团队外，另外有一个超过15000名专家的资源库；能为机构投资者提供专家咨询、和标的调研服务，减少投资过程中的信息不对称，做出正确的投资决策。

◆ 欢迎合作需求方联系我们，一起携手进步；电话 010-57293241，邮箱 hezuo@iyiou.com

SPEEDOMETER v0.1
SPEEDOMETER v0.1

4

19.0 C

0.21

18:01 PM

DASHBOARD
DASHBOARD

Model

INTERIOR 34.00 (+4.12%)

INTERIOR 34.00 (+4.12%)

190.34

FRONT LEFT 49 PSI

FRONT RIGHT 41 PSI

BACK LEFT 31 PSI

BACK RIGHT 39 PSI



网址: <https://www.iyiou.com/research>

邮箱: hezuo@iyiou.com

电话: 010-57293241

地址: 北京市朝阳区霞光里9号中电发展大厦A座10层

查看更多研究报告请访问亿欧网
www.iyiou.com

- 更有超多垂直领域研究报告免费下载 -



扫码添加小助手
加入行业交流群

