

比亚迪

经济型车上行空间仍大，高端化任重道远

- **公司经济型车市场地位强势，国内零售上行空间仍大。**DMi 5.0 强化公司在混动领域的优势，多款产品推出逐步替代第四代混动系统，为公司未来两年内在混动领域的领先奠定基础。公司在经济型车市场地位较强，其市场份额较高，该价格带内的可替代的燃油车市场依然可观，公司在经济型车的市场份额和销量仍有上行空间，我们预计公司在国内经济型市场的零售销量空间有望达到 450 万台。
- **易三方助推腾势向上，但与头部玩家仍有差距，方程豹任重而道远。**易三方使得腾势的产品力有较大提升，但与主要竞品问界、理想相比，我们认为腾势在 30 万以上用户普遍关注的智驾方面仍稍显不足，同时在营销、渠道等方面与竞争对手也有一定差距。对于方程豹而言，“583”的越野组合短期内较难撼动坦克的强势地位，此外方程豹在销量基数不高的情况下进行多品类产品布局可能会造成用户认知割裂，多品类战略对方程豹的品牌渠道及营销也提出了更高的挑战。
- **产品出海走向产能出海，海外业务进一步释放业绩潜力。**公司新能源车已在多个国家取得不错的市场份额，尽管目前新能源车出口面临的贸易壁垒逐渐增加，但随着公司海外产能投产，可规避贸易壁垒加大的风险。在盈利方面，海外明显强于国内，我们测算其海外单车营收在 20 万元左右，毛利率则超过 30%，海外销量增长有望进一步释放公司业绩潜力。

正文目录

- 一、 公司汽车业务发展史：我国新能源汽车发展缩影.....4
- 二、 规模优势+产业链垂直整合释放公司业绩.....5
- 三、 DMi 5.0 巩固混动优势，国内销量仍有上行空间7
 - 3.1 成本优势大，DMi 5.0 开启新一轮产品周期 7
 - 3.2 燃油车可替代空间可观，国内零售上行空间仍大..... 9
- 四、 易三方助推腾势向上，方程豹任重道远.....9
 - 4.1 腾势：易三方赋能，品牌向上趋势显现 10
 - 4.2 方程豹：多品类探索，任重而道远..... 11
 - 4.3 仰望：目标百万级豪华车市场，定位稀缺..... 14
- 五、 产品出海走向产能出海，海外业务释放业绩潜力.....15

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/217140166011006155>