

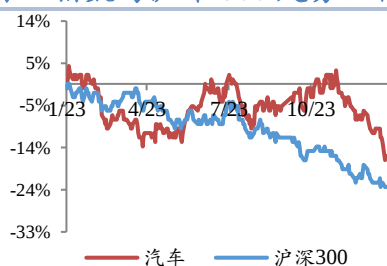
谁在时代的浪花上？乘用车结构化复盘与竞争格局剖析

——智能汽车研究框架系列之一

行业评级：增持

报告日期：2024-01-24

行业指数与沪深 300 走势比较



分析师：姜肖伟

执业证书号：S0010523060002

电话：18681505180

邮箱：jiangxiaowei@hazq.com

相关报告

1. 鸿蒙智行高端化落地，蓝海市场空间广阔——明星主机厂产业链系列深度之三 2024-01-08
2. 北交所汽车产业链标的梳理 2023-12-12

主要观点：

● 乘用车零售销量趋于稳定，进入结构性变化阶段

SUV 占比在多年提升之后，已趋于稳定。新能源渗透率自 2018 年起快速提升，23 全年达到 34.67%。乘用车消费升级的趋势明显，低端车型份额逐渐缩减，23 年价格战影响下，中高端车型的价格整体下移。

● 自主品牌市占率提升是行业重要的结构性趋势

23 年国产乘用车的自主品牌市占率超过 50%。10 万以下市场自主品牌进入瓶颈；10-20 万市场销量占比过半，自主品牌占比过半；20-30/30-40/40-50 万价格带，自主品牌率增速高、空间尚大，其中 30-40 万赛道自主品牌加速渗透，但竞争激烈；50 万以上，自主品牌蓝海市场，高端轿车占比极低，若考虑进口车，则潜在空间更大；BBA 采用大幅度终端折扣、热门车型国产化等策略应对自主高端品牌。

● 占据有利赛道、顺应用户需求变化、具备智能网联禀赋的厂商有望抓住行业的阿尔法

20-30/30-40w 价格带，自主品牌率增速高，趋势明显，并且有足够替代空间；40 万以上价格带，自主品牌市占率低，彼此竞争小。多子女家庭占比、自驾游比例、居民可支配收入都在提升，催生了对于大空间、高通过性、高端化的消费需求。智能网联的技术优势有望帮厂商实现产品力、品牌力的双提升。

● “阿尔法”产品贡献业绩弹性，需考虑相关厂商销量结构

鸿蒙智行系列兼具有利赛道、产品定义、智能网联优势，且现有上市的合作伙伴传统业务体量小，易产生弹性。理想产品线下沉式发展，比亚迪产品线向上发展，充分受益自主品牌替代浪潮。长安深度参与华为合作，未来可期。

● 投资建议

重点关注：兼具赛道空间和智能网联优势的鸿蒙智行系主机厂：江淮汽车、北汽蓝谷、赛力斯；卡位产品定义与关键赛道的主机厂：理想汽车。建议关注：比亚迪、小米汽车产业链、长安汽车。

● 风险提示

乘用车产销不及预期、自主品牌高端化不及预期、海外智能汽车技术快速迭代等。

正文目录

1 乘用车消费市场的结构性变化	6
1.1 SUV 车型占比持续提升，2018 年后趋于稳定	6
1.2 燃料结构：纯电先行，混动增程近年快速提升	6
1.3 价格结构：长期看消费升级，23 年价格整体下移	7
2 自主品牌市占率提升是当前主要驱动力	8
2.1 自主品牌市占率稳步提升，轿车品类增速明显	8
2.2 10 万以下价格带：低端市场萎缩，纯电微型车成主力	11
2.3 10-20 万价格带：当前的主要赛道，自主替代已过半	13
2.4 20-30 万价格带：热销车频出，仍有较大自主替代空间	15
2.5 30-40 万价格带：替代速率快，空间大，竞争加剧	18
2.6 40-50 万价格带：头部效应显现，自主轿车蓝海	21
2.7 50+ 万价格带：自主品牌空间广阔，高度头部集中	24
2.8 合资豪华品牌：BBA 积极应对自主品牌冲击	26
2.9 进口车市场：高端车为主，为高端化贡献增量空间	30
3 优质赛道与行业趋势催生行业阿尔法	32
3.1 自主品牌率的高增速赛段 20-40 万价格带	32
3.2 自主品牌率的大空间赛段 40-50/50+ 万赛段	34
3.3 软实力趋势：匹配用户需求产生超额	36
3.4 硬实力趋势：智能网联，促进产品力+品牌力双提升	38
4 关注公司：阿尔法相关产品贡献业绩弹性	39
4.1 鸿蒙智行系列	39
4.2 理想汽车	43
4.3 比亚迪	45
4.4 长安汽车	46
5 投资建议	48
风险提示：	48

图表目录

图表 1 车类型的总量变化（万辆）	6
图表 2 车类型的占比变动	6
图表 3 分燃料结构销量变化（万辆）	6
图表 4 新能源汽车渗透率的变化	7
图表 5 各价格区间销售量的变化（万辆）	7
图表 6 各价格区间市占率的变化	7
图表 7 各价格区间价值量的变化（亿元）	8
图表 8 各价格区间价值量的相对变化率	8
图表 9 各车系销量分布变化	8
图表 10 整体自主品牌规模（万辆）和市占率变化	8
图表 11 不同车类别总销量的变化（万辆）	9
图表 12 轿车自主品牌销量（万辆）和市占率的变化	9
图表 13 MPV 自主品牌销量（万辆）和市占率的变化	10
图表 14 SUV 自主品牌销量（万辆）和市占率的变化	10
图表 15 10 万以下销量占比变化（万辆）	11
图表 16 10 万以下价值量占比变化（亿元）	11
图表 17 十万以下价格带自主替代率与新能源渗透率变化	11
图表 18 10 万以下价格带 2023 年分车型占比	12
图表 19 10 万以下价格带 2023 年各类型自主品牌率	12
图表 20 十万以下品牌的 CR5	12
图表 21 十万以下 TOP15 热销车型变化	13
图表 22 10-20 万销量占比变化（万辆）	13
图表 23 10-20 万价值量占比变化（亿元）	13
图表 24 10-20 万价格带自主替代率与新能源渗透率变化	14
图表 25 10-20 万价格带 2023 年分车型占比	14
图表 26 10-20 万价格带 2023 年各类型自主品牌率	14
图表 27 10-20 万品牌的 CR5	15
图表 28 10-20 万 TOP20 热销车型变化	15
图表 29 20-30 万销量占比变化（万辆）	16
图表 30 20-30 万价值量占比变化（亿元）	16
图表 31 20-30 自主品牌市占率的变化	16
图表 32 20-30 万价格带 2023 年分车型占比	17
图表 33 20-30 万价格带 2023 年各类型自主品牌率	17
图表 34 20-30 万品牌的 CR5	17
图表 35 20-30 万 TOP20 热销车型变化	18
图表 36 30-40 万销量占比变化（万辆）	19
图表 37 30-40 万价值量占比变化（亿元）	19
图表 38 30-40 自主品牌市占率的变化	19
图表 39 30-40 万价格带 2023 年分车型占比	20
图表 40 30-40 万价格带 2023 年各类型自主品牌率	20
图表 41 30-40 万品牌的 CR5	20

图表 42 30-40 万 TOP20 热销车型变化	21
图表 43 40-50 万销量占比变化 (万辆)	21
图表 44 40-50 万价值量占比变化 (亿元)	21
图表 45 40-50 万价格带自主替代率与新能源渗透率变化	22
图表 46 40-50 万价格带 2023 年分车型占比	22
图表 47 40-50 万价格带 2023 年各类型自主品牌率	22
图表 48 40-50 万品牌的 CR5	23
图表 49 40-50 万 TOP15 热销车型变化	23
图表 50 50 万以上销量占比变化 (万辆)	24
图表 51 50 万以上价值量占比变化 (亿元)	24
图表 52 50 万以上价格带自主替代率与新能源渗透率变化	24
图表 53 50 万以上价格带 2023 年分车型占比	25
图表 54 50 万以上价格带 2023 年各类型自主品牌率	25
图表 55 50 万以上品牌的 CR5	25
图表 56 50 万以上 TOP10 热销车型变化	26
图表 57 合资豪华品牌销量走势 (万辆)	26
图表 58 BBA 合资产品线梳理 (价格: 万元)	27
图表 59 合资奥迪各价格带销量 (万辆)	27
图表 60 奥迪 B 级别以下车型销量 (万辆) 及占比	27
图表 61 合资宝马各价格带销量 (万辆)	28
图表 62 宝马 B 级别以下车型销量 (万辆) 及占比	28
图表 63 合资奔驰各价格带销量 (万辆)	28
图表 64 奔驰 B 级别以下车型销量 (万辆) 及占比	28
图表 65 BBA 合资车型的新能源渗透率	28
图表 66 终端折扣力度大	29
图表 67 进口热销车型转合资的代表——合资宝马 X5L 销量	29
图表 68 2023 前 11 月进口车零售销量价格带分布	30
图表 69 2023 前 11 月整体零售销量价格带分布	30
图表 70 进口车整体品牌竞争格局	30
图表 71 2023 前 11 月进口车各价格带品牌竞争格局	31
图表 72 23 前 11 月进口车当前各价格带主要车型	31
图表 73 20-30 前三大自主品牌及其销量 (万辆) 和占比	32
图表 74 20-30 万前十大自主品牌车型销量	33
图表 75 30-40 前三大自主品牌及其销量 (万辆) 和占比	33
图表 76 30-40 万前十大自主品牌车型销量	34
图表 77 问界 M7 销量 (单位: 辆; 价格区间: 30-40 万)	34
图表 78 40-50 万前三大自主品牌及其销量 (万辆) 和占比	35
图表 79 40-50 万前五大自主品牌车型销量	35
图表 80 50 万以上前三大自主品牌及其销量 (万辆) 和占比	35
图表 81 50 万以上前五大自主品牌车型销量 (近半年月度)	36
图表 82 用户结构中家庭人群占比提升	36
图表 83 家庭用户的主要需求	36
图表 84 新生儿中 2 胎、3 胎的比例变化	37
图表 85 西部地区道路基建指标的近年变化	37

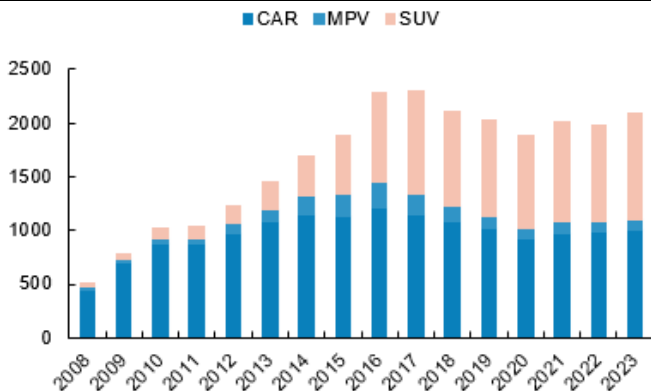
图表 86 自驾游人数占国内出游总人数比例.....	37
图表 87 居民人均可支配收入及购买力（单位：元）.....	38
图表 88 智能化硬件的渗透率.....	39
图表 89 华为生态.....	39
图表 90 小米生态.....	39
图表 91 赛力斯产品线.....	40
图表 92 赛力斯各车型销量（单位：辆）.....	40
图表 93 赛力斯产品的分季度销量结构.....	40
图表 94 北汽蓝谷产品线.....	41
图表 95 北汽蓝谷产品 2023 零售销量（单位：辆）.....	41
图表 96 江淮汽车 2023H1 营收结构.....	42
图表 97 江淮汽车 2023 商用车的销量结构.....	42
图表 98 江淮汽车自有乘用车产品线.....	42
图表 99 江淮乘用车各价格带零售销量（单位：辆）.....	43
图表 100 江淮自主乘用车各系列的零售销量（单位：辆）.....	43
图表 101 理想汽车产品线.....	43
图表 102 理想产品 23 年月度销量（单位：辆）.....	44
图表 103 理想汽车销量的价格分布.....	45
图表 104 比亚迪产品矩阵与 2023 年零售销量.....	45
图表 105 比亚迪价格带销量分布（万辆）.....	46
图表 106 比亚迪各系列销量分布（万辆）.....	46
图表 107 长安产品矩阵.....	47
图表 108 长安汽车价格带销量分布（万辆）.....	47
图表 109 长安汽车各系列销量分布（万辆）.....	47

1 乘用车消费市场的结构性变化

1.1 SUV 车型占比持续提升，2018 年后趋于稳定

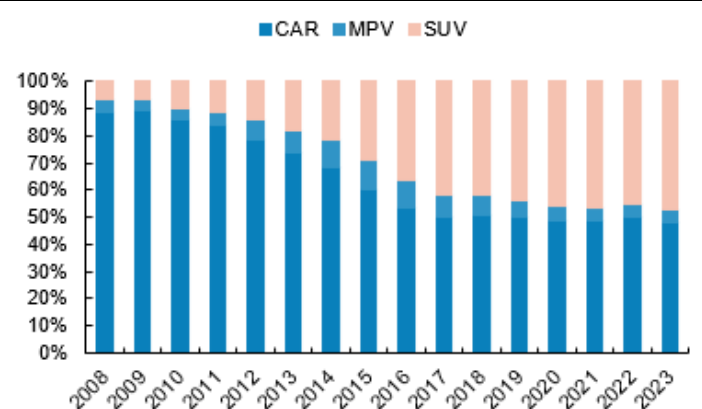
2023 年自主与合资品牌乘用车国内零售销量约 2092 万辆，整体保持平稳；车型结构上，SUV 占比在多年提升之后，已趋于稳定。国内乘用车零售销量，经历多年的持续增长之后，在 2016/2017 年达到一个高峰，彼时年零售销量超 2200 万辆（含广义乘用车），目前维持在 2000 万左右。车型结构上，08 年至 17 年销量爬升阶段，SUV 贡献了主要的增量，在 17 年之后，SUV/轿车的销量结构整体趋于稳定。2023 年，轿车销量占比 47.83%，SUV 占比 47.31%。

图表 1 车类型的总量变化（万辆）



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

图表 2 车类型的占比变动

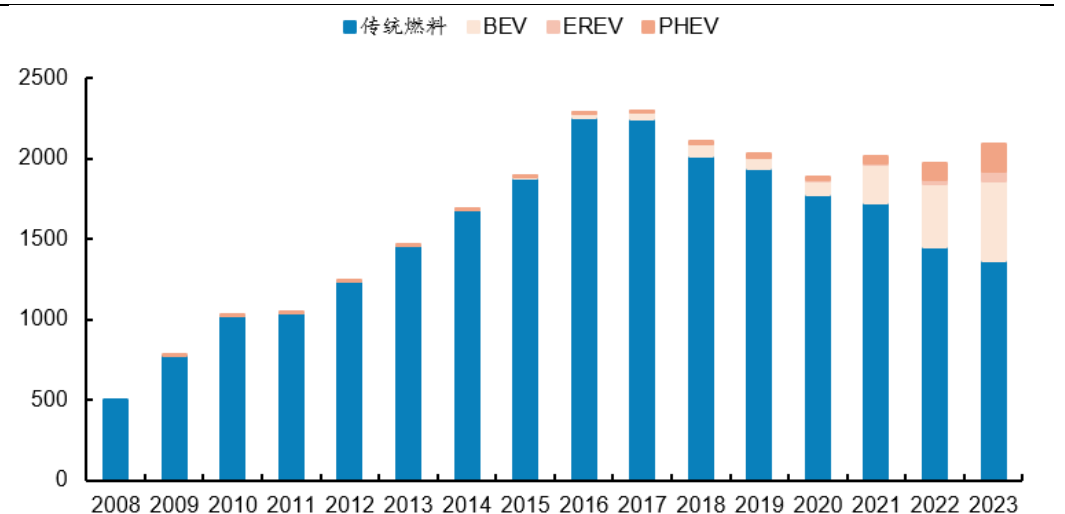


资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

1.2 燃料结构：纯电先行，混动增程近年快速提升

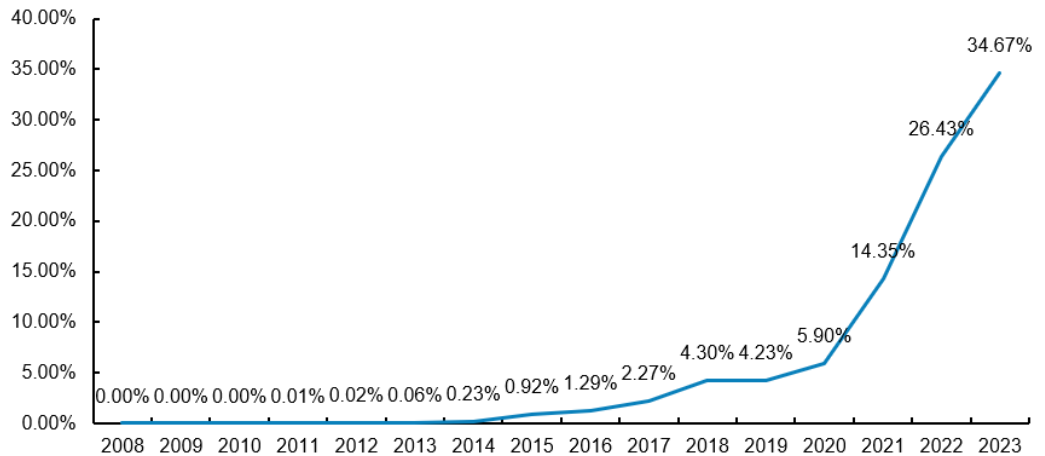
新能源车（纯电、插混、增程）渗透率自 2018 年起快速提升，截止 23 年，新能源渗透率达到了 34.67%。车型能源结构上，纯电车型最早开始放量，也是当前占比最大的新能源车型，2023 年，纯电车型销量占比 23.45%；2023 年增程类车型销量接近 63 万辆，增幅较大，同比增长 172.67%。

图表 3 分燃料结构销量变化（万辆）



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

图表 4 新能源汽车渗透率的变化

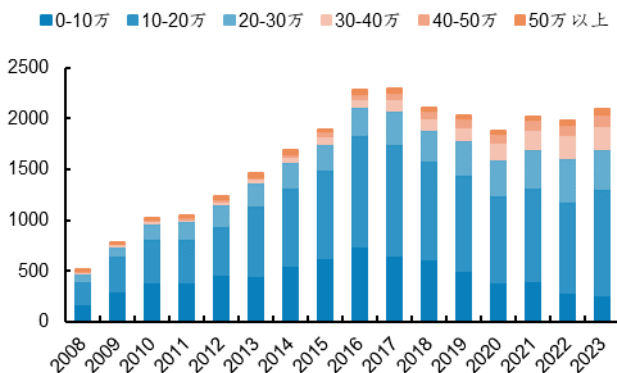


资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

1.3 价格结构：长期看消费升级，23 年价格整体下移

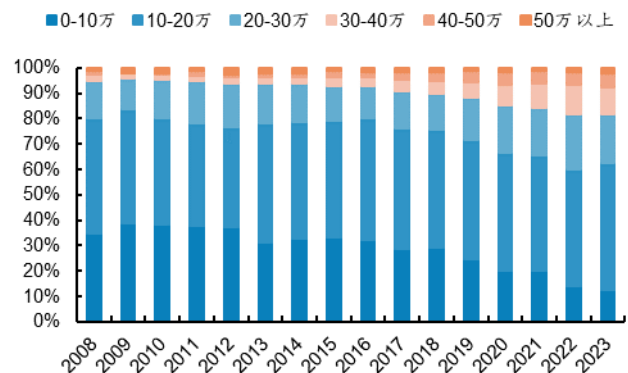
销量上看，国内汽车市场整体消费升级的趋势明显，低端车型份额逐渐缩减，但 2023 年价格战影响下，中高端车型的价格整体下移。10 万以下车型销量占比持续缩减，从过去维持多年的 30%+ 缩减到目前的 12.44%，汽车市场消费升级的趋势明显。10-20 万是市场主体，销量的份额长期维持在 40-50%。20 万以上中端、中高端市场长期趋势下占比提升，23 年份额有缩减。

图表 5 各价格区间销售量的变化（万辆）



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

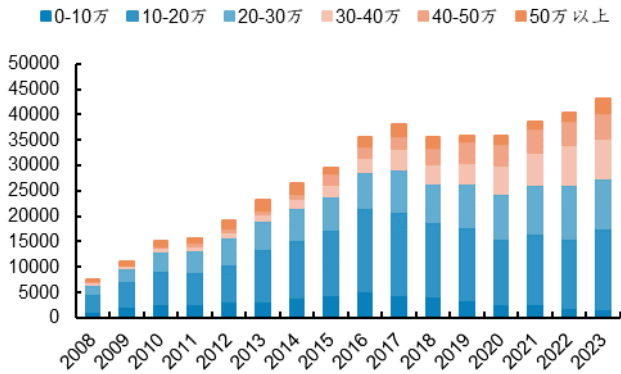
图表 6 各价格区间市占率的变化



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

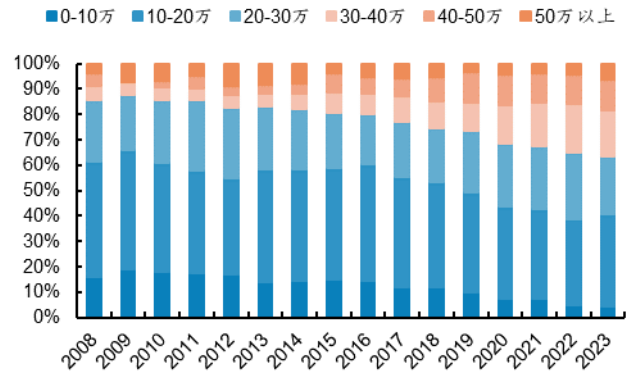
价值量层面上，以中位数价格加权各价格带的销量，20 万以上的车型已经占据了约 60% 的市场。高端车市场在销量口径下，重要性易被忽视。以销售额作为市场价值量考量标准，以 55 万的价值量作为 50 万以上国产与合资市场的标准，其他价格带中位数为基准，20 万以上车型销售额已达到 60%，其中 20-30 万、30-40 万价格带价值量占比分别为 22.85%、18.17%，合计占比超 4 成。

图表 7 各价格区间价值量的变化（亿元）



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所
 注：10 万以下按 7 万加权，50 万以上按 55 万加权，其余以价格带中位数加权

图表 8 各价格区间价值量的相对变化率



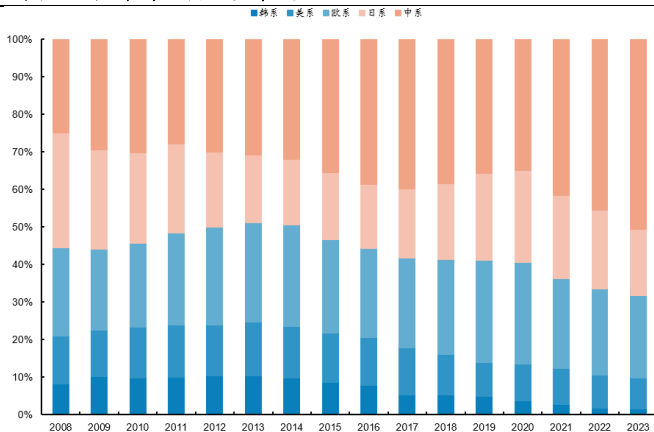
资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

2 自主品牌市占率提升是当前主要驱动力

2.1 自主品牌市占率稳步提升，轿车品类增速明显

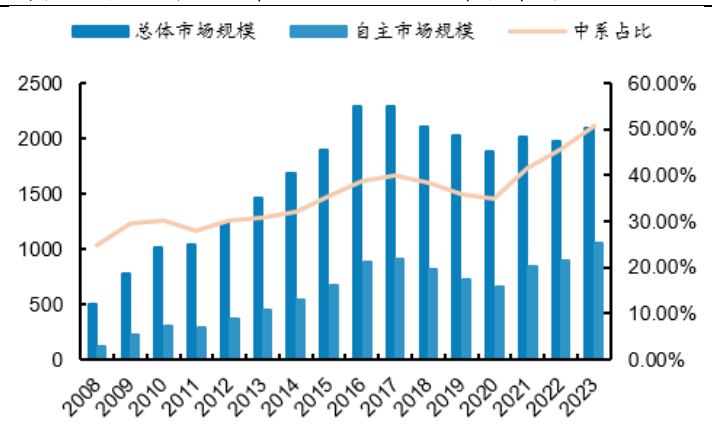
自主品牌市占率提升，是现阶段最核心的结构性趋势。早期国产车市场中，低端车、广义乘用车仍占据较大比例，自主品牌市占率处于高位。09 年之后，随着合资品牌发力，乘用车千人保有量大幅提升，自主品牌份额下滑。2019 年起，自主品牌大力发展新能源车型，借助政策、充电网络等支持，整体的自主品牌市占率开始持续稳步提升。2023 年，国产车乘用车市场的自主品牌市占率已超过 50%。

图表 9 各车系销量分布变化



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

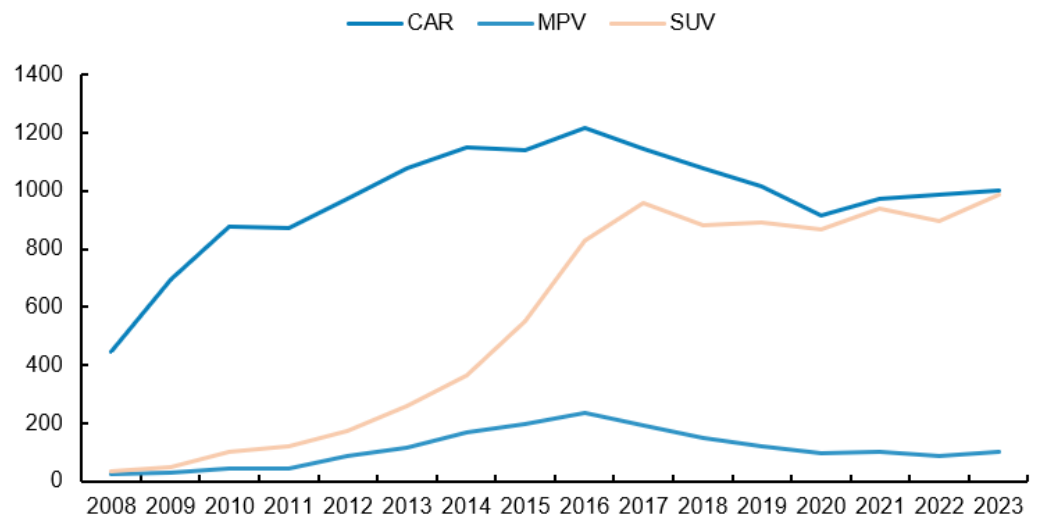
图表 10 整体自主品牌规模（万辆）和市占率变化



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

不同车类别的销量上，SUV 持续上升后，18 年之后销量保持稳定；轿车、MPV 销量都在 2016 年达到近几年高点，之后有一定回落趋势。目前，轿车和 SUV 销量基本持平，MPV 市场相对规模依然较小。

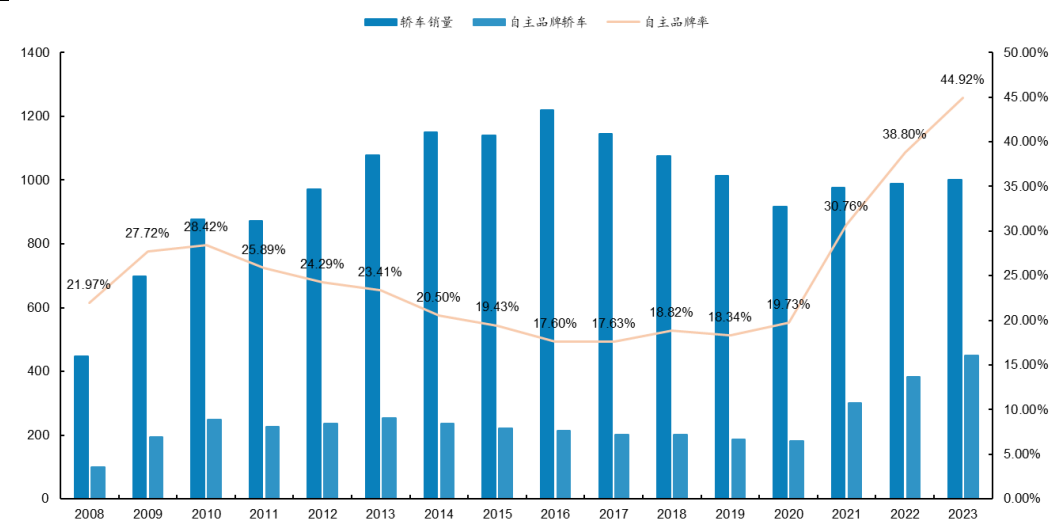
图表 11 不同车类别总销量的变化（万辆）



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

轿车市场中，自主品牌在 2020 年之后市占率迅速提升，但占比依然是三类车型中最低，不足 50%。在 2010 之后的合资品牌发力阶段，轿车品类中，自主品牌份额持续被挤压，占比下降 11 个百分点；在 2017-2020，汽车市场电动化转型阶段，自主品牌轿车份额止跌，保持了稳定；2020 年后，轿车品类中自主品牌率快速提升，近三年增长了 25 个百分点，在三个品类中自主替代速度最快，但占比仍不足 50%，自主替代的空间也是最大。

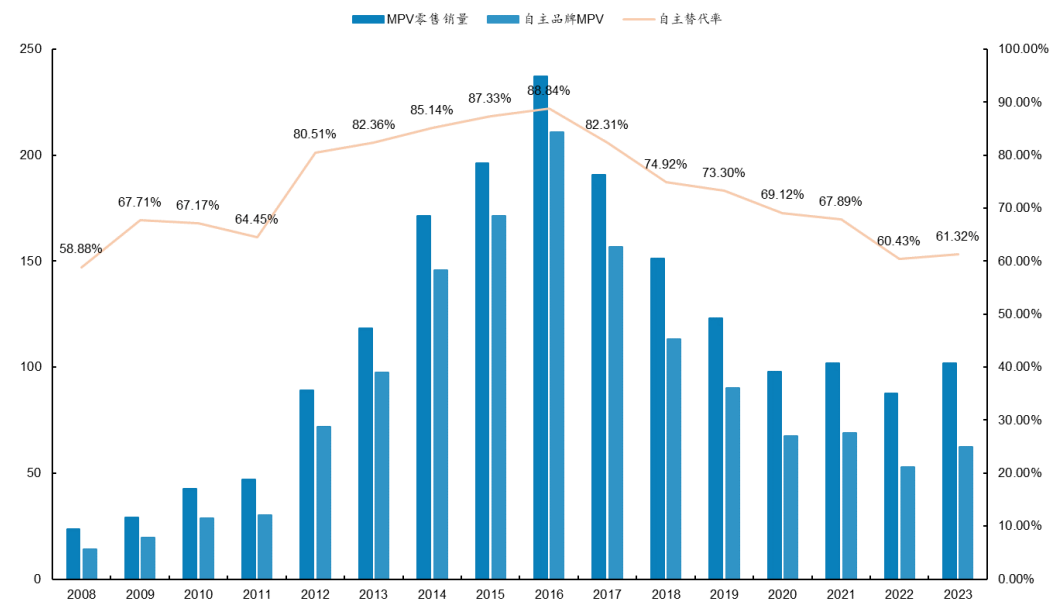
图表 12 轿车自主品牌销量（万辆）和市占率的变化



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

MPV 车型中，自主品牌占比高，但在 2016 年呈下滑趋势，但占比仍在 60% 以上。过去的 MPV 市场中，自主品牌主要是以中低端车型为主；在 2016 年之后的消费升级趋势中，自主品牌 MPV 份额有 27 个百分点的下滑；随着长城蓝山、腾势 D9、理想 Mega 等车型的上市，自主品牌中高端 MPV 有望上量，自主品牌率趋势有望反转。

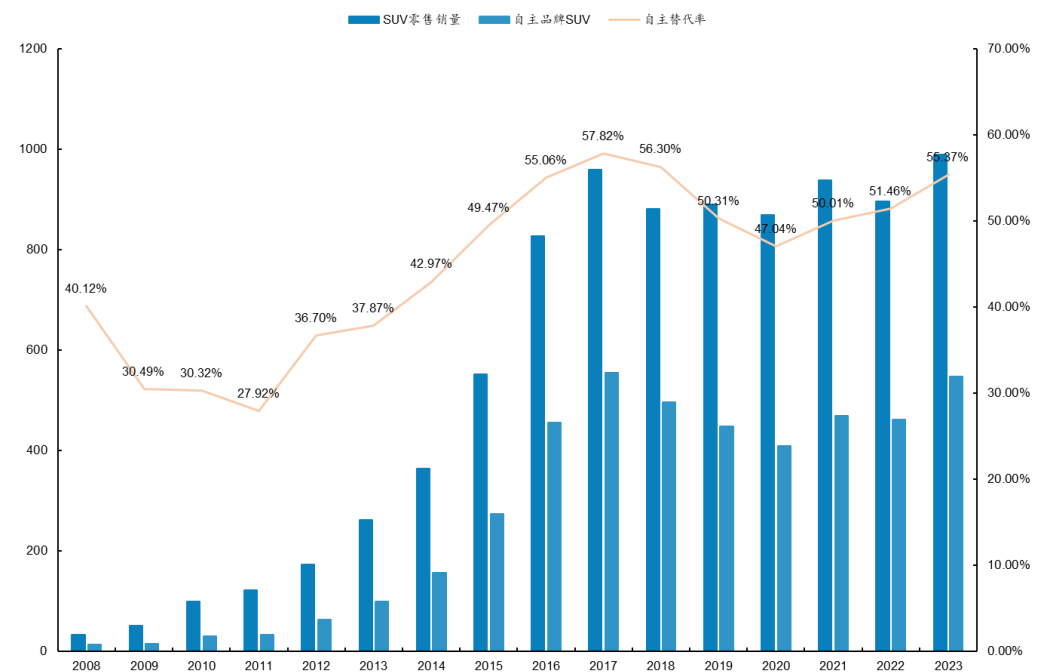
图表 13 MPV 自主品牌销量（万辆）和市占率的变化



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

SUV 车型中，自主品牌市占率长期处于上升趋势中，自主品牌份额在 17-20 年占比回落，但后续恢复增长趋势，目前已接近前期市占率高点。自主品牌在 SUV 车型中的份额，在 2011 年后，整体保持稳定的上升；17 年-20 年，自主品牌 SUV 市占率下滑 10 个点；但随着电动化进程的加速，自主品牌 SUV 占比恢复增长，目前已超 55%。

图表 14 SUV 自主品牌销量（万辆）和市占率的变化

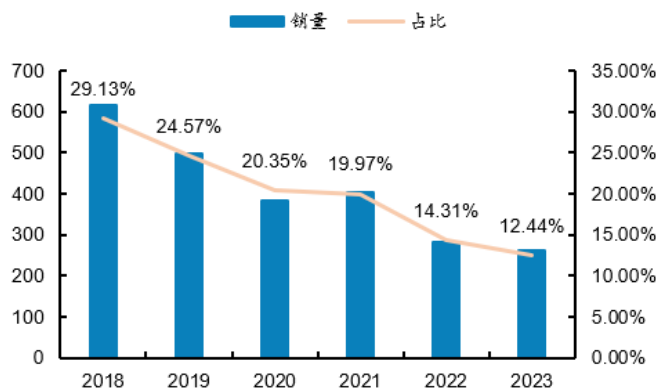


资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

2.2 10 万以下价格带：低端市场萎缩，纯电微型车成主力

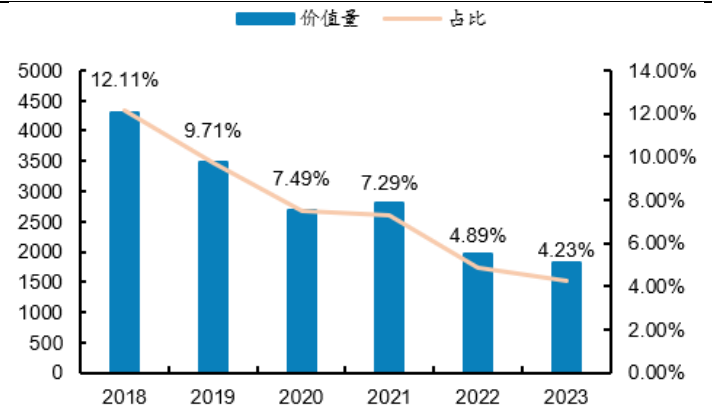
10 万以下车型，销量占比持续下行，汽车行业消费升级趋势下，低端车市场持续压缩。到 2023 年，10 万以下车型市场销量占比，从 2018 年的 29.13% 持续下降至 12.44%。

图表 15 10 万以下销量占比变化（万辆）



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

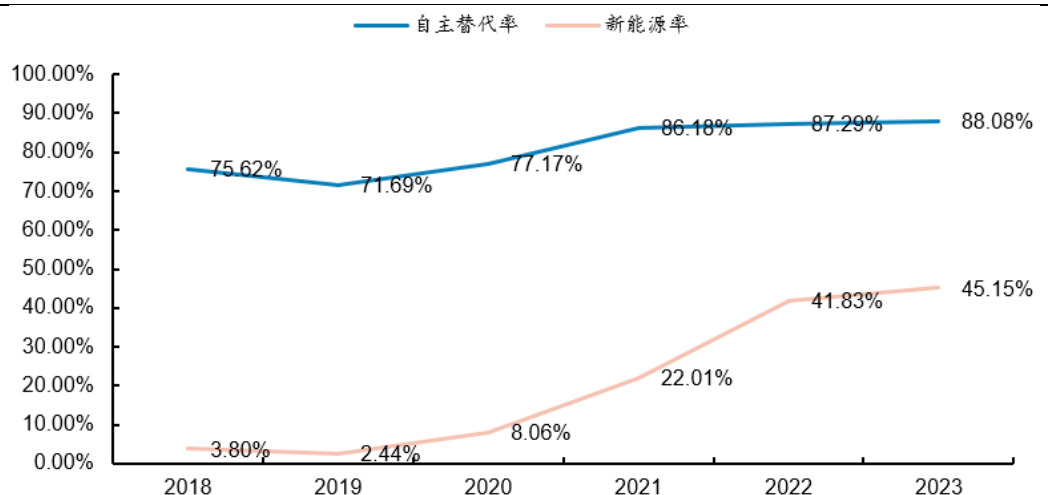
图表 16 10 万以下价值量占比变化（亿元）



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

10 万元以下市场，自主品牌替代率已高达 88.08%，份额增长近乎停滞。低端车市场参与者主要是自主品牌，自主品牌份额长期维持在高位。份额从 2018 年的 75.62%，缓慢增长至了 2023 年的 88.08%，最近三年份额增长已经停滞。10 万以下车型，新能源渗透率增长至 45.15%，远低于自主品牌率，该价格带有较多传统自主品牌的燃油车型，新能源车型中，有较多微型纯电车，如五菱宏光 MINI 等。

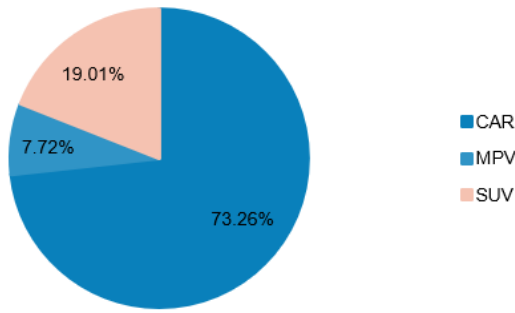
图表 17 十万以下价格带自主替代率与新能源渗透率变化



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

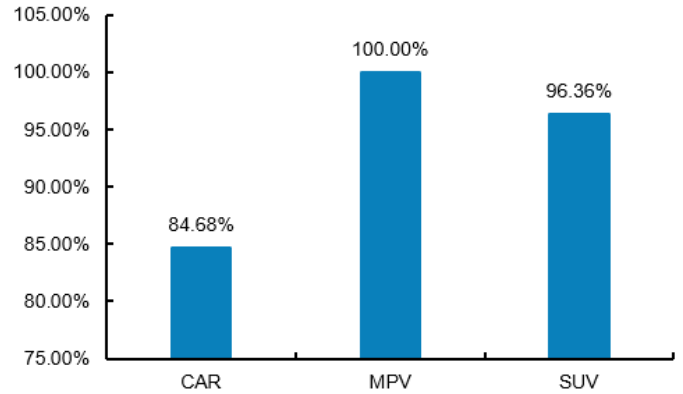
10 万以下车型中，SUV/MPV 占比较低，超过 73% 的销量来自于轿车以及 A00 级微型车、A0 级小型车等广义的轿车。10 万以下车型中，有相当规模的小/微型车，如宏光 MINI、长安糯玉米 Lumin、海鸥或大众 POLO、本田飞度等，统计口径并入了轿车类，因此该价格带中轿车占比远高过 SUV 品类。合资品牌的车型在该价格带中，也多为 A0 级小型车，因此自主替代层面，轿车中尚有一定的空间，SUV/MPV 中自主品牌已经近乎完全替代。

图表 18 10 万以下价格带 2023 年分车型占比



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

图表 19 10 万以下价格带 2023 年各类型自主品牌率

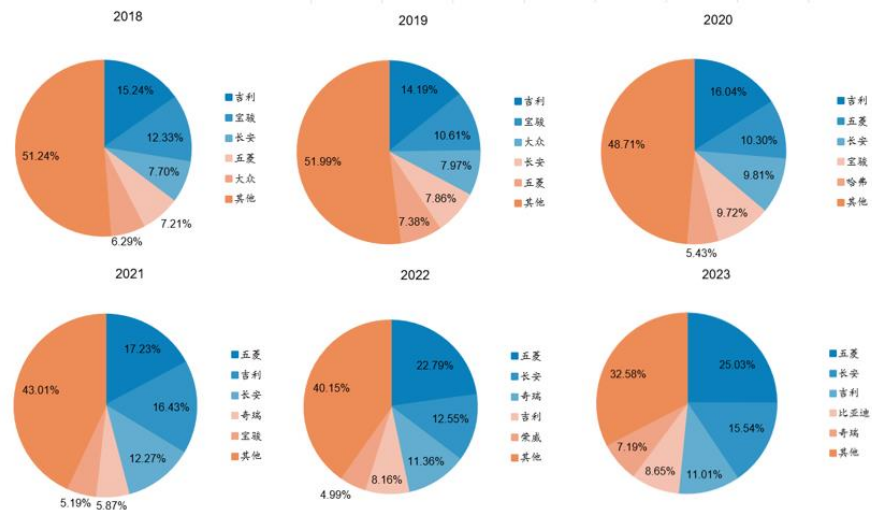


资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

竞争格局上，随着 10 万以下价格带总量的缩减，不少参与者逐渐退出低端市场，竞争格局有所缓解，品牌集中度和头部热门车型的集中度都在提升。

当前 10 万以下价格带，品牌 CR5 增长至 67.42%，第一大品牌五菱占比 25.03%，其次为长安、吉利。品牌集中度持续提升，2018 年前五大品牌占比 48.76%，到 2023 年，CR5 增长超过 18 个百分点。五菱成功推出纯电宏光 Mini、五菱缤果，在广义乘用车逐步推出市场的背景下，跟上了新能源浪潮，已经与第二梯队拉开距离，但同为上汽通用五菱旗下的宝骏份额大幅下滑，退出前五；吉利、长安在该价格带长期保持头部品牌序列；比亚迪、奇瑞也依靠小/微型纯电，在低端车市场进入前五。

图表 20 十万以下品牌的 CR5



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

热销车型上，当前 10 万以下价格带主流车型是纯电小微型车，合资品牌的传统热销 A0 车型逐步退出。10 万以下前 15 车型合计占比 64.62%，相比之前增加了 23 个百分点。当前 10 万以下前十车型里，有宏光 Mini、海鸥、缤果、Lumin、熊猫 mini、QQ 冰淇淋六款纯电小微型车，其余四款除了五菱宏光之外，都是 A 级轿车，传统燃油 A0 级车逐步退出。

图表 21 十万以下 top15 热销车型变化

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
TOP1	五菱宏光S 5.25%	五菱宏光S 5.39%	五菱宏光S 5.06%	宏光Mini EV 9.70%	宏光Mini EV 14.52%	宏光Mini EV 9.09%
TOP2	宝骏510 5.01%	桑塔纳 4.97%	桑塔纳 4.62%	五菱宏光S 4.81%	帝豪 NB 4.75%	比亚迪海鸥 EV 8.50%
TOP3	桑塔纳 4.17%	宝骏510 3.66%	哈弗M6 4.00%	逸动 Plus 3.77%	五菱宏光S 4.66%	缤果 EV 6.30%
TOP4	科沃兹 3.40%	帝豪 NB 3.25%	帝豪 NB 3.32%	帝豪 NB 3.75%	逸动 Plus 4.59%	逸动 Plus 6.06%
TOP5	帝豪 NB 2.63%	捷达 3.00%	逸动 Plus 3.20%	哈弗M6 3.57%	哪吒V EV 3.34%	糯玉米 EV 5.49%
TOP6	远景 2.35%	哈弗M6 2.84%	宏光Mini EV 3.01%	欧尚X5 3.15%	小蚂蚁 EV 3.24%	帝豪 NB 5.29%
TOP7	宝骏730 2.24%	远景X3 2.54%	荣威i5 2.99%	荣威i5 2.80%	雅力士致炫 2.91%	科鲁泽 4.43%
TOP8	帝豪GL 2.20%	荣威i5 2.43%	长安CS35 Plus 2.53%	飞度 HB 2.38%	奔奔E-Star EV 2.87%	熊猫mini EV 3.81%
TOP9	帝豪GS 2.20%	科沃兹 2.38%	远景X3 2.40%	远景X3 2.35%	QQ冰淇淋 EV 2.80%	五菱宏光S 3.36%
TOP10	Polo HB 2.12%	飞度 HB 2.36%	雅力士致炫 2.34%	缤越 2.31%	荣威i5 2.76%	QQ冰淇淋 EV 2.48%
TOP11	飞度 HB 2.04%	远景 2.17%	缤越 2.25%	长安CS35 Plus 2.07%	哈弗M6 2.60%	哈弗M6 2.25%
TOP12	五菱宏光S3 1.93%	长安CS35 Plus 2.11%	远景X6 2.15%	MG5 NB 2.04%	飞度 HB 2.25%	荣威i5 2.12%
TOP13	远景X3 1.92%	帝豪GS 2.09%	帝豪GS 2.03%	雅力士致炫 1.97%	糯玉米 EV 2.17%	捷达VA3 1.89%
TOP14	远景X6 1.76%	宝骏730 1.96%	远景 2.03%	捷达VS5 1.97%	零跑T03 EV 2.15%	佳辰 1.78%
TOP15	风光580 1.76%	伊兰特悦动 1.80%	捷达VS5 1.97%	小蚂蚁 EV 1.87%	MG5 NB 1.97%	传祺GS3 1.77%
合计占比	40.99%	42.95%	43.91%	48.54%	57.58%	64.62%

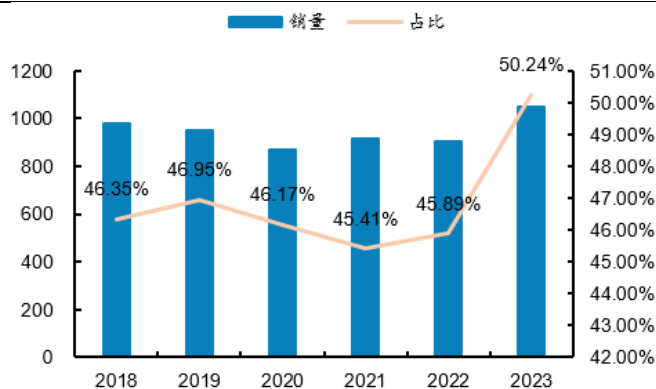
资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

综上，10 万以下价格带以下特征。整体上：规模持续缩减，自主品牌渗透已达到瓶颈。竞争格局上：竞争得到缓解，五菱领先地位较为稳定。热销车型上：纯电微型车热销，其次是 A 级轿车。

2.3 10-20 万价格带：当前的主要赛道，自主替代已过半

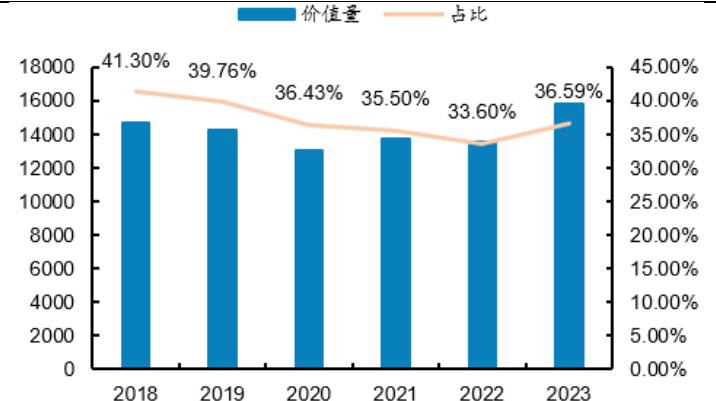
10-20 万价格带是国内销量和价值量最大的赛道，占据了 5 成左右的国产车销量；2023 之前，该价格带份额处于缓慢下行中，但由于 23 年价格战，汽车行业整体价格下行以及中端车市场消费恢复，10-20 价格带销量占比快速反弹至 50.24%。2023 之前，10-20 万价格带份额缓慢下行，意味着，不考虑价格战影响，购车需求的消费升级以及国产车高端化进程，已经开始缩减 10-20 万占比。23 年起，乘用车价格整体下行，该赛道用户价格敏感度强，促销及新车型降价趋势下，销量提振明显；此外，部分原 20 万以上车型，在改款中也推出了 20 以下主打产品，下沉至 10-20 万赛道。乘用车市场的价格下移还会持续，10-20 万区间将承接更多的高端车型下沉或改款平替的份额，预计 10-20 万市场份额还会扩大。

图表 22 10-20 万销量占比变化（万辆）



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

图表 23 10-20 万价值量占比变化（亿元）

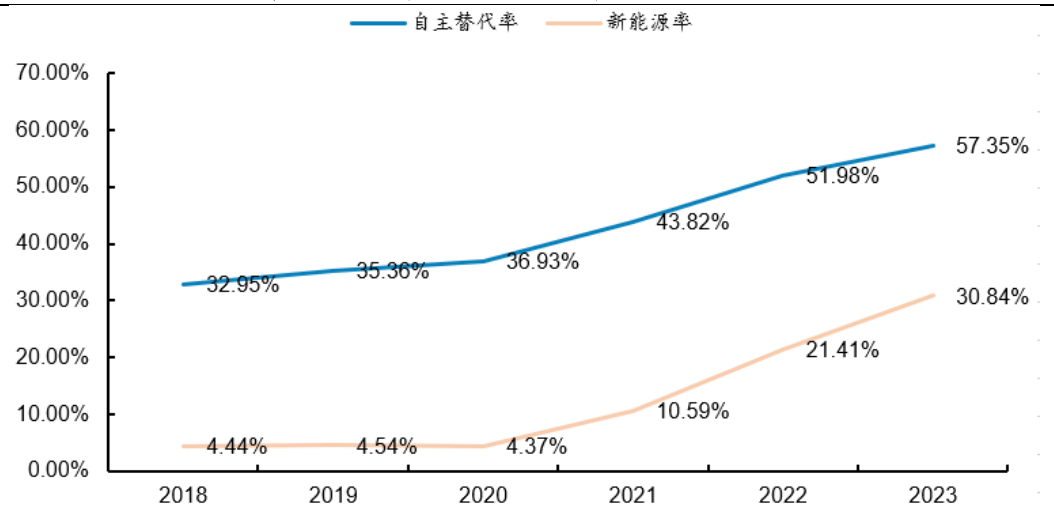


资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

10-20 万车型，自主替代率近年来快速提升，由 18 年的 32.95%提升至 57.35%，未来两年自主替代率有望保持惯性增长。10-20 万价格带，自主替代率已经过半，目前增速尚未衰减，未来一两年有望继续保持高增速；该赛段价格

因素影响大，比亚迪等具备利润空间的车企有望进一步采取激进策略，主动提速自主替代进程；参考 10 万以下价格带，自主替代率过 70% 之后增长缓慢，当前 10-20 万赛段自主品牌可以快速渗透的空间预计还有 15 个百分点。

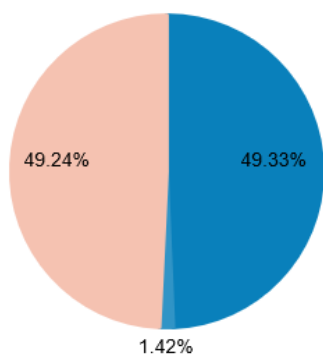
图表 24 10-20 万价格带自主替代率与新能源渗透率变化



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

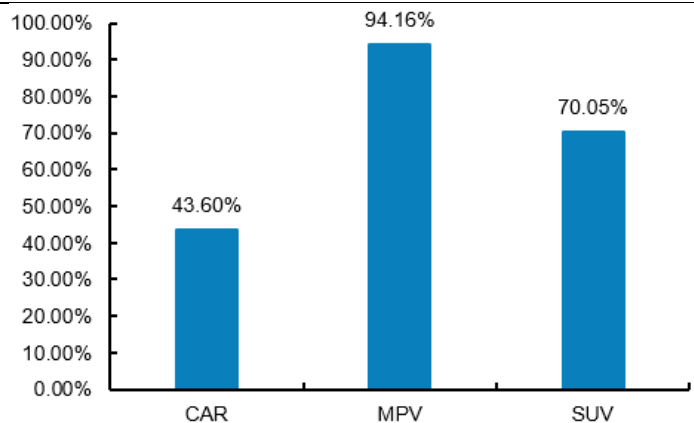
车类型上，10-20 万价格带，轿车和 SUV 占比基本持平，MPV 占比仅为 1.42%，其中轿车的自主替代率仅为 43.60%，低于赛道平均，尚有较多空间。10-20 万市场中，轿车、SUV 各占据半壁江山，其中 SUV 自主品牌率 70.05%，空间有限，轿车自主品牌率 43.60%，还处于高速增长阶段，尚有较大空间。

图表 25 10-20 万价格带 2023 年分车型占比



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

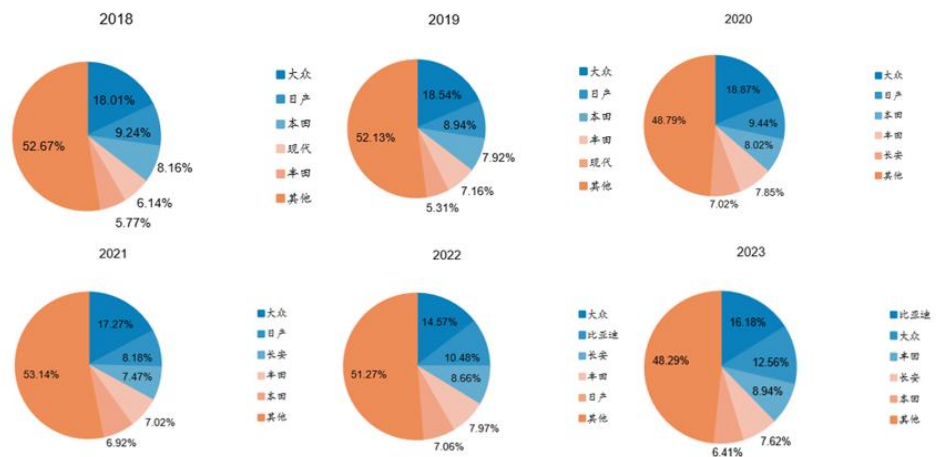
图表 26 10-20 万价格带 2023 年各类型自主品牌率



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

10-20 万竞争格局过去几年整体保持稳定，23 年头部集中度有所提升，比亚迪、长安进入前五大品牌。23 年，前五大品牌市占率过半，较之前几年有明显提升。前五大品牌中，2020 之前主要是大众及日系的合资车型；2020 年之后，长安汽车进入并稳定在 10-20 万价格带前五；比亚迪在 22 年份额快速提升，并在 2023 年进一步提升份额至市占率第一，且与第二名保持了较明显的规模优势。比亚迪垂直一体化的供应体系，使其有着丰厚的利润空间，在乘用车市场整体价格战的情况下，比亚迪尚有促销空间，预计比亚迪在 10-20 万的份额还将继续保持领先。

图表 27 10-20 万品牌的 CR5



资料来源: ThinkerCar, 上险量数据, 华安证券研究所

热销车型上, 10-20 万赛道, 车型数量增加, 前 20 大车型集中度降低, 大众和日系依然有热门车在头部, 但自主品牌车型已占据了过半的席位。10-20 万价格带, 尽管品牌集中度有所提升, 但车型层面变得更为丰富, 前 20 大车型总占比下降了约 7 个百分点。大众、日产的热门车型朗逸、轩逸长期处在 10-20 万前二。

图表 28 10-20 万 top20 热销车型变化

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
TOP1	朗逸 NB	朗逸 NB	轩逸	轩逸	轩逸	轩逸
TOP2	轩逸	轩逸	朗逸 NB	朗逸 NB	朗逸 NB	朗逸 NB
TOP3	捷达	宝来	宝来	哈弗H6	哈弗H6	比亚迪海豚 EV
TOP4	速腾	速腾	英朗GT	英朗GT	速腾	速腾
TOP5	卡罗拉	卡罗拉	速腾	宝来	宝来	元PLUS EV
TOP6	英朗GT	英朗GT	卡罗拉	速腾	卡罗拉	秦PLUS DM
TOP7	宝来	思域 NB	哈弗H6	卡罗拉	比亚迪海豚 EV	宋PLUS DM
TOP8	博越	逍客	思域 NB	长安CS75 Plus	长安CS75 Plus	哈弗H6
TOP9	思域 NB	雷凌	长安CS75 Plus	本田XR-V	秦PLUS DM	埃安Y EV
TOP10	传祺GS4	哈弗H6 运动版	雷凌	缤智	元PLUS EV	长安CS75 Plus
TOP11	伊兰特领动	凌派	本田XR-V	桑塔纳	逍客	宋Pro DM
TOP12	哈弗H6 运动版	本田XR-V	逍客	逍客	长安CS55 Plus	宝来
TOP13	逍客	伊兰特领动	缤智	思域 NB	思域 NB	思域 NB
TOP14	威朗 NB	博越	途岳	雷凌	雷凌	锋兰达
TOP15	荣威RX5	荣威RX5	科鲁泽	长安CS55 Plus	途岳	埃安S EV
TOP16	本田XR-V	现代ix35	传祺GS4	途岳	威朗 NB	星越L
TOP17	福睿斯	传祺GS4	博越Pro	伊兰特 NB	星越L	凯美瑞
TOP18	哈弗H6	探歌	长安CS55 Plus	星瑞	桑塔纳	丰田RAV4
TOP19	长安CS55	途岳	凌派	科鲁泽	秦PLUS EV	秦PLUS EV
TOP20	雷凌	缤智	哈弗H6 运动版	大狗	星瑞	长安UNI-V
合计占比	46.31%	44.64%	50.10%	45.68%	38.33%	39.42%

资料来源: ThinkerCar, 上险量数据, 华安证券研究所

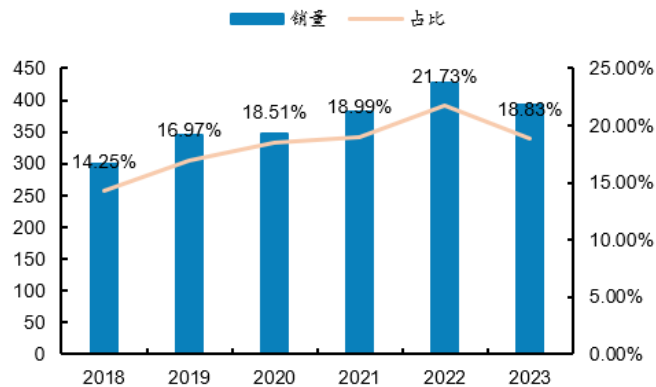
综上, 10-20 万价格带以下特征。整体上: 销量份额经历了下滑, 23 年反弹后占比过半, 自主品牌渗透持续提升, 尚有一定空间。竞争格局上: 竞争一直较为激烈, 23 年品牌集中度提升, 比亚迪大幅领先, 长安长期保持前五。热销车型上: 车型丰富度略提升, 大众、日系热销车型依然强势, 自主品牌车型已占据过半的前 20 席位。

2.4 20-30 万价格带: 热销车频出, 仍有较大自主替代空间

20-30 万价格带汽车销量占比在过去长期处于增长趋势, 反映了乘用车市场长期以来的消费升级趋势, 2023 年由于行业价格战, 占比有所下降。2023 年

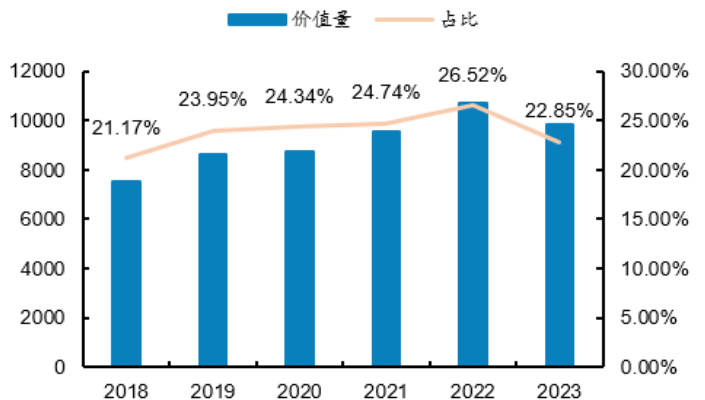
之前，随着中国经济的不断发展，中产阶级的消费能力逐渐增强，对于汽车品质和舒适度的要求也相应提高，使该价格带份额增加。从2018年到2022年，该价格带汽车销量占比从14.25%上升至21.73%。但随着时间的推移，汽车行业竞争加剧，并且从2023年开始，乘用车价格整体下行，从而使2023年，20-30万价格带汽车销量占比下降至18.83%。价值量上，20-30万价格带份额稳定在20%以上，是当前市场的价值第二大的价格区间。乘用车用户的购车消费结构升级趋势很难改变，即乘用车市场相对价格分位较高的份额持续提升，但整体市场价格绝对数字在下行。

图表 29 20-30 万销量占比变化（万辆）



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

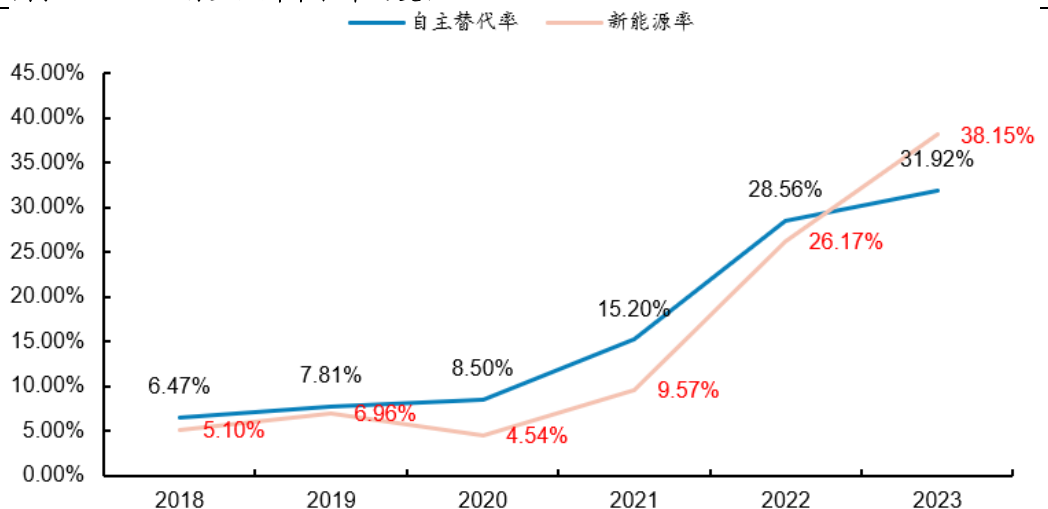
图表 30 20-30 万价值量占比变化（亿元）



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

20-30 万乘用车市场，自主替代率表现出快速提升的态势，从 2018 年的 6.47% 增加至 31.92%，尽管 2023 年的替代率增速有所放缓，但该赛道尚有可观的自主替代空间，自主品牌依然有快速提升的势能。从 2020 年至 2022 年，该价格带的自主增长率保持高增速，但从 2022 年至 2023 年，增速有所下降，预计未来自主品牌市占率稳中向上。20-30 万车型，新能源渗透率增长至 38.15%，当前该赛段新能源车型主要有 Model Y EV、Model 3 EV、汉 DM、唐 DM 等。该价格带有大众、两田、特斯拉、日产等畅销合资的主力车型，自主替代过程中不乏强有力竞争者。

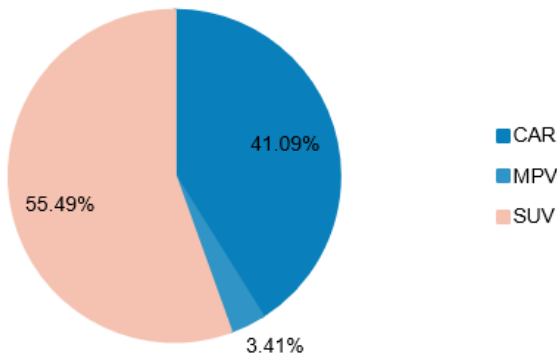
图表 31 20-30 自主品牌市占率的变化



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

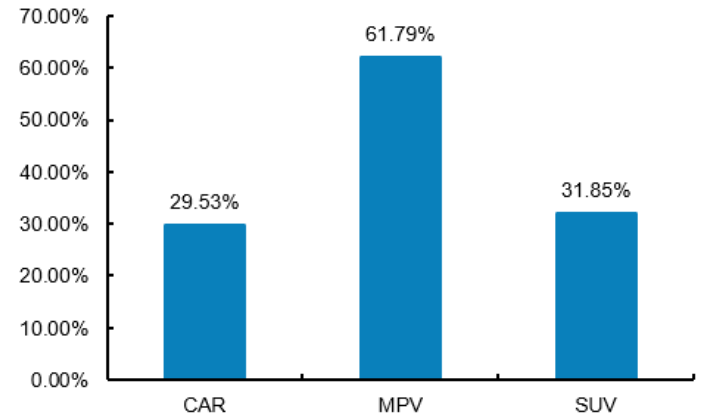
20-30 万价格带，SUV 占比最高为 55.49%，其次是轿车占比为 41.09%，轿车和 SUV 占比总和超过 96%，自主品牌率上，轿车和 SUV 都在 30%左右，MPV 中六成为自主品牌。该价格带中 CAR 和 SUV 的车辆级别别主要是 B 级型车，以及部分 C 级车。在该赛道自主品牌率占比最高的是 MPV 达 61.79%，MPV 中主要的自主品牌是传祺，CAR 和 SUV 自主品牌占比分别是 29.53%和 31.85%。

图表 32 20-30 万价格带 2023 年分车型占比



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

图表 33 20-30 万价格带 2023 年各类型自主品牌率

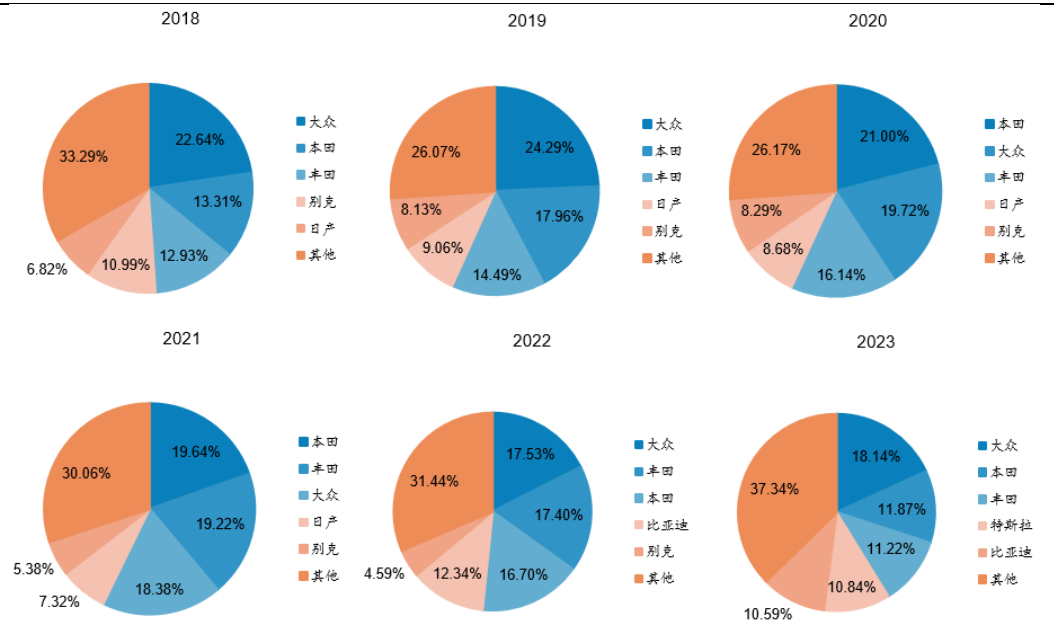


资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

竞争格局上，20-30 万价格带品牌集中度下降，意味着该价格带竞争程度上升；其中热销车型的集中度下降幅度明显，该价格带车型丰富度大幅提升。

2018 年的 CR5 为 66.71%，当前 CR5 为 62.66%，品牌集中度下降超过 4 个百分点；CR3 的集中度从 48.88%下滑至 41.23%，头部效应减弱。在该价格带，大众、本田、丰田长期保持在前三大品牌序列中，并且大众近两年已连续成为第一大品牌，但前三份额下滑 7.65 百分点。别克和日产汽车销售份额下降，退出前五；比亚迪和特斯拉在新的竞争格局中，脱颖而出，进入前五，是该赛段的新能源主力。

图表 34 20-30 品牌的 CR5



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

在当前热销车型中，20-30 万价格带较受欢迎的车型是中型 SUV 和 B 级轿车，日系、美系等品牌的热销车型逐渐退出。当前 20-30 万价格带，前二十热销车型占比为 58.57%，相较于 2018 年降低超过 14 个百分点。当前依旧保持前二十的车型为迈腾、途观 L、帕萨特、雅阁、凯美瑞等，退出的车型主要有奇骏、丰田 RAV4、汉兰达、君威、奥迪 Q3 等，新进入前二十的车型主要为自主品牌，有汉 DM、唐 DM、坦克 300、红旗 HS5、汉 EV、传祺 M8、红旗 E-QM5 EV、比亚迪海豹 EV 等。特斯拉两款车型均在前列，其中 Model Y 份额保持了大幅领先。

图表 35 20-30 万 top20 热销车型变化

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
TOP1	迈腾 7.34%	雅阁 6.57%	本田 CR-V 6.83%	本田 CR-V 5.47%	宋 PLUS DM 6.39%	Model Y EV 7.32%
TOP2	途观 L 7.12%	本田 CR-V 6.48%	雅阁 6.01%	雅阁 5.19%	雅阁 5.21%	本田 CR-V 4.85%
TOP3	奇骏 6.45%	奇骏 6.24%	奇骏 4.86%	凯美瑞 4.60%	凯美瑞 5.02%	迈腾 4.29%
TOP4	雅阁 5.80%	帕萨特 5.94%	途观 L 4.82%	途观 L 4.36%	本田 CR-V 4.90%	帕萨特 4.24%
TOP5	昂科威 5.50%	途观 L 5.61%	探岳 4.76%	丰田 RAV4 4.25%	帕萨特 3.91%	雅阁 3.81%
TOP6	帕萨特 5.08%	迈腾 5.13%	凯美瑞 4.73%	天籁 4.24%	迈腾 3.47%	Model 3 EV 3.52%
TOP7	丰田 RAV4 4.50%	探岳 4.72%	迈腾 4.62%	皓影 4.23%	天籁 3.44%	途观 L 3.38%
TOP8	凯美瑞 4.11%	凯美瑞 4.57%	皓影 4.35%	迈腾 3.68%	丰田 RAV4 3.30%	探岳 3.11%
TOP9	汉兰达 3.36%	丰田 RAV4 3.99%	丰田 RAV4 4.10%	帕萨特 3.62%	途观 L 3.13%	威兰达 2.60%
TOP10	君威 3.06%	君威 3.63%	君威 3.53%	红旗 HS5 3.27%	红旗 HS5 2.95%	汉 DM 2.58%
TOP11	冠道 2.55%	昂科威 3.03%	帕萨特 3.42%	君威 2.81%	Model 3 EV 2.92%	红旗 HS5 2.51%
TOP12	奥迪 Q3 2.38%	汉兰达 2.99%	天籁 3.41%	探岳 2.71%	皓影 2.87%	唐 DM 2.47%
TOP13	锐界 2.37%	天籁 2.47%	昂科威 3.05%	奇骏 2.68%	威兰达 2.80%	坦克 300 2.43%
TOP14	君越 2.35%	冠道 2.20%	红旗 HS5 2.71%	威兰达 2.40%	汉 EV 2.69%	汉 EV 2.35%
TOP15	探界者 2.30%	奥迪 Q3 1.88%	亚洲龙 2.20%	汉 EV 2.06%	坦克 300 2.47%	传祺 M8 1.64%
TOP16	途观 2.12%	A 级 NB 1.80%	A 级 NB 1.97%	坦克 300 2.02%	汉 DM 2.44%	亚洲龙 1.57%
TOP17	奥迪 A3 Limousine 1.74%	比亚迪 e5 EV 1.68%	奥迪 Q3 1.89%	奥迪 Q3 2.01%	探岳 2.10%	红旗 E-QM5 EV 1.57%
TOP18	蒙迪欧 1.73%	英仕派 1.63%	威兰达 1.66%	亚洲龙 1.89%	亚洲龙 1.83%	昂科威 Plus 1.55%
TOP19	柯迪亚克 1.72%	探界者 1.57%	冠道 1.53%	汉兰达 1.86%	英仕派 1.79%	凯美瑞 1.52%
TOP20	迈锐宝 XL 1.63%	奥迪 A3 Limousine 1.56%	英仕派 1.50%	传祺 M8 1.69%	君威 1.60%	比亚迪海豹 EV 1.26%
合计占比	73.20%	73.71%	71.94%	65.03%	65.21%	58.57%

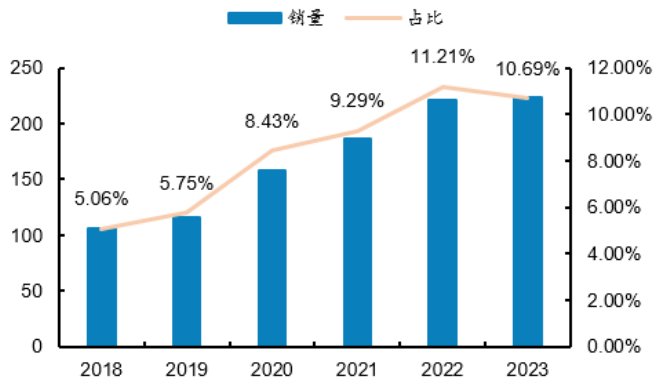
资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

综上，20-30 万价格带以下特征。整体上：销量份额长期增长，23 年价格战因素下滑；自主品牌渗透率增速较高，空间大；MPV 占比有所提升，且自主替代率高。竞争格局上：竞争加剧，品牌集中度降低，大众、两田保持长期保持前三，比亚迪进入前五。热销车型上：特斯拉两款车型热销，美系车逐渐退出。

2.5 30-40 万价格带：替代速率快，空间大，竞争加剧

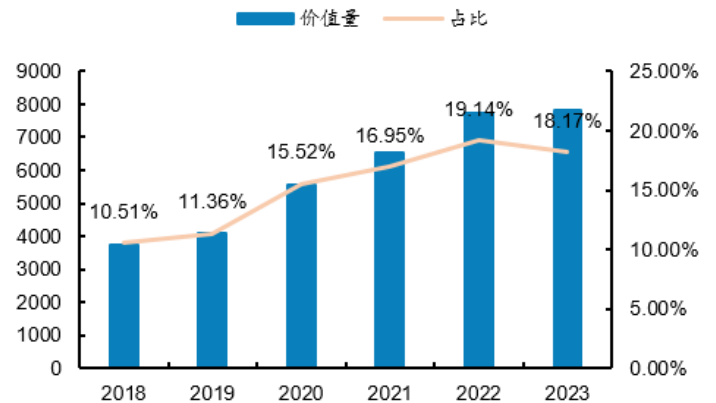
30-40 万价格带份额同 20-30 万类似，保持着长期的提升，由于价格战在 23 年有所下滑，但 30-40 万价格带，份额提升趋势更为明显，且 23 年下滑幅度小。从 2018 年到 2022 年该价格带汽车销量占比从 5.06% 上升至 11.21%，但 2023 年该赛道销售份额小幅下滑至 10.69%。30-40 万价格带汽车销量下降的原因主要是有些新车型的价格下沉至 20-30 万赛道。价值量份额上，30-40 万价格带接近 20%，份额相比 20-30 万下降不大，依然可观。预计后续整体价格下行因素和产品结构化升级因素叠加，该价格带份额保持稳定。

图表 36 30-40 万销量占比变化（万辆）



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

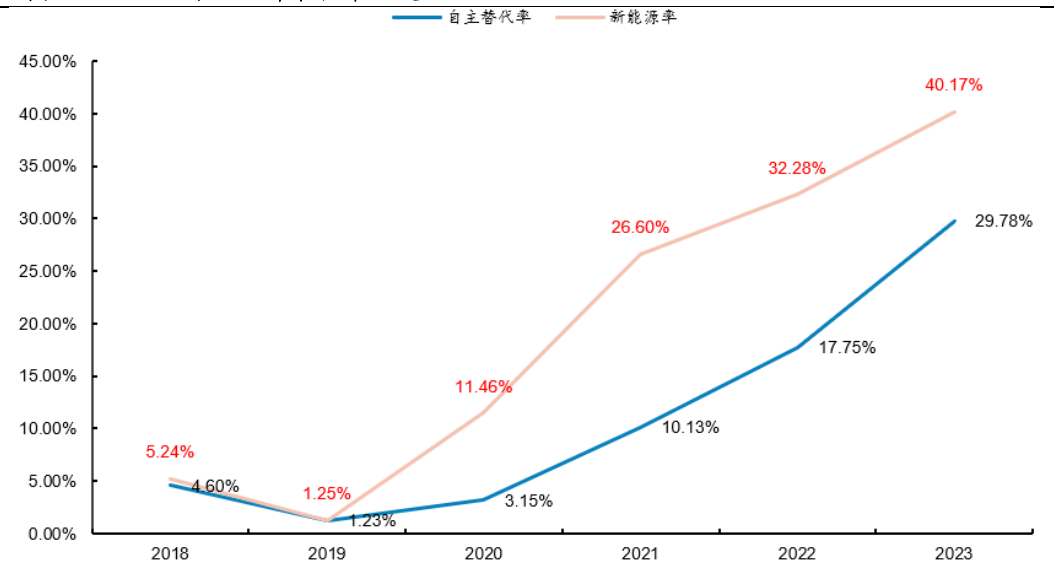
图表 37 30-40 万价值量占比变化（亿元）



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

30-40 万汽车市场，是当前自主替代率提升最为迅速的赛道之一，且兼具可观的价值量，自主品牌率由 2018 年的 4.60% 增加至当前的 29.78%，并保持快速增长的态势。该赛段自主替代率迅速提升的原因主要是我国自主品牌高端化的效果，其中理想做出了显著的贡献。30-40 万新能源渗透率从 2018 年的 5.24% 增加至 2023 年的 40.17%，同样保持了较高的增速。整体新能源率高于自主品牌率，意味着自主品牌新能源车型也需应对合资电车的竞争。

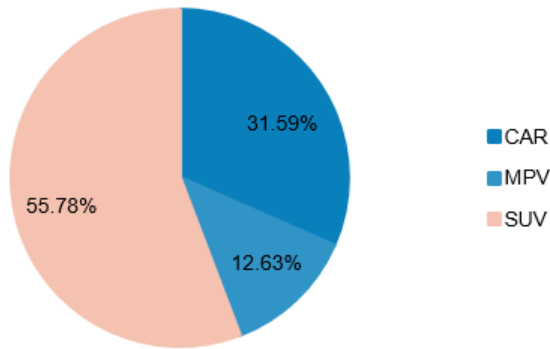
图表 38 30-40 自主品牌市占率的变化



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

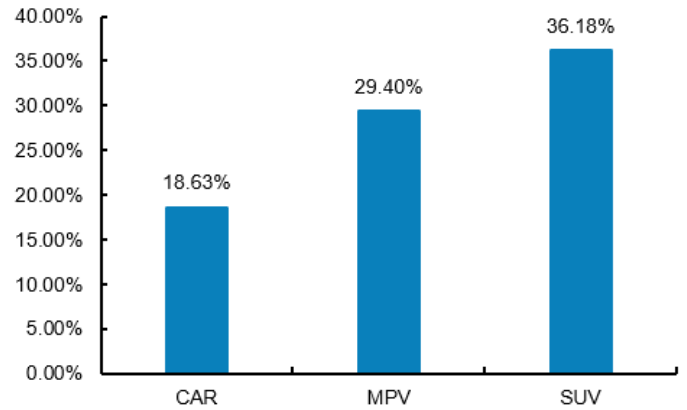
30-40 万价格带，SUV 车型占比为 55.78%，保持稳定，轿车的份额明显下滑只有 31.59%，MPV 的需求开始明显提升，占比达到 12.63%。目前 SUV 中销量占比前三的车型是 Model Y EV、理想 L7 EREV、理想 L8 EREV。该价格带 2023 年自主品牌率，占比最高的同样是 SUV，这表明，该赛道 SUV 中的自主品牌深受用户欢迎，未来还有一定的发展空间；轿车自主品牌率只有 18.63%，未来空间宽广。

图表 39 30-40 万价格带 2023 年分车型占比



资料来源: ThinkerCar, 上险量数据, 华安证券研究所

图表 40 30-40 万价格带 2023 年各类型自主品牌率

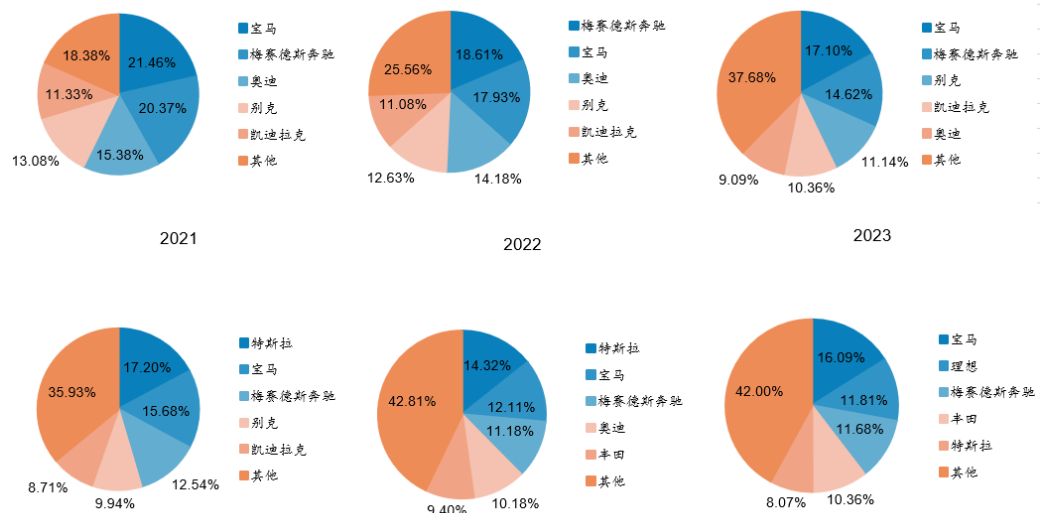


资料来源: ThinkerCar, 上险量数据, 华安证券研究所

30-40 万价格带品牌集中度下降明显, 竞争格局发生变化, 竞争程度上升; 热销车型集中度也大幅下降, 车型丰富度提升。

该价格带的 CR5 从 2018 年的 81.62% 下降到 2023 年的 58%, CR5 下降超过 23 个百分点。宝马、梅赛德斯奔驰连续六年保持在前五大品牌序列中, 当前宝马为第一大品牌, 占比 16.09%。但随着时间的推移, 别克和凯迪拉克退出前五大品牌, 理想和丰田凭借新的车型, 进入到头部品牌序列中。自主品牌中, 理想在 2023 年已经成为该价格带中第二大份额品牌。

图表 41 30-40 品牌的 CR5



资料来源: ThinkerCar, 上险量数据, 华安证券研究所

热销车型上, 当前 30-40 万价格带主流车型是 B 级轿车、B/C 级 SUV, 合资品牌在该赛道较受欢迎, 但随着理想、蔚来等推出新的车型, 自主品牌也在热销车型中崭露头角。目前 30-40 万前二十车型合计占比 70.28%, 相比之前减少了超过 25 个百分点。当前该赛道前二十车型里, 占比较多的车型是, C 级 L、3 系 L、奥迪 A4L、理想 L7 EREV、Model Y EV、理想 L8 EREV 等。与过去相比, 别克 GL8、凯迪拉克 XTS、楼兰等退出前二十热销车型序列中。合资车型中, 传统的 BBA 的 B 级车型长期处于热销车型前列, 新能源车型 Model Y 位列第一。

自主品牌的主力是理想 L7/L8，蔚来、比亚迪也有主打车型贡献可观销量。赛力斯问界 M7 由于发布较晚以及交付周期原因，未能在 23 年数据中显露出来，预计在后续数据中可以进一步为自主品牌贡献份额。

图表 42 30-40 万 top20 热销车型变化

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
TOP1	奥迪A4L 15.38%	奥迪A4L 14.18%	别克GL8 9.82%	Model Y EV 9.12%	Model Y EV 14.32%	Model Y EV 7.64%
TOP2	别克GL8 13.07%	别克GL8 12.42%	Model 3 EV 8.72%	别克GL8 8.37%	奥迪A4L 6.50%	C级L 6.60%
TOP3	C级L 11.48%	C级L 11.53%	奥迪A4L 8.70%	Model 3 EV 8.08%	C级L 6.41%	理想L7 EREV 6.03%
TOP4	3系L 10.79%	3系L 8.45%	C级L 8.27%	3系L 7.42%	3系L 5.52%	3系L 5.85%
TOP5	宝马X1 8.06%	宝马X1 8.01%	3系L 7.93%	奥迪A4L 6.50%	别克GL8 5.35%	奥迪A4L 5.82%
TOP6	GLA级 5.67%	途昂 6.00%	汉兰达 6.06%	C级L 6.23%	唐 DM 4.62%	理想L8 EREV 5.32%
TOP7	凯迪拉克XTS 5.54%	凯迪拉克XTS 4.21%	宝马X1 5.67%	宝马X1 5.12%	宝马X1 3.77%	宝马X3 4.09%
TOP8	凯迪拉克ATS L 5.00%	奥迪赛 4.03%	凯迪拉克XT5 3.94%	理想One EREV 4.88%	理想One EREV 3.57%	凯迪拉克CT5 3.68%
TOP9	皇冠 3.55%	凯迪拉克XT4 3.86%	凯迪拉克XT4 3.64%	凯迪拉克CT5 3.32%	赛那 3.38%	赛那 3.49%
TOP10	唐 DM 2.72%	GLA级 3.85%	GLB级 3.41%	小鹏P7 EV 3.21%	汉兰达双擎 3.29%	GLB级 3.10%
TOP11	C级 NB 2.38%	艾力绅 2.98%	途昂 3.21%	GLB级 3.01%	极氪001 EV 3.23%	宝马X1 2.86%
TOP12	捷兰 2.23%	凯迪拉克ATS L 2.89%	艾力绅 2.71%	艾力绅 2.79%	奥迪Q3 3.06%	宝马i3 EV 2.40%
TOP13	3系 NB 1.89%	C级 NB 2.23%	凯迪拉克CT5 2.67%	凯迪拉克XT5 2.76%	凯迪拉克CT5 2.97%	格瑞维亚 2.12%
TOP14	沃尔沃S60L 1.76%	捷兰 2.15%	奥迪赛 2.54%	凯迪拉克XT4 2.63%	GLB级 2.65%	汉兰达双擎 1.96%
TOP15	英菲尼迪Q50L 1.67%	英菲尼迪QX50 1.80%	沃尔沃S60 2.11%	途昂 2.54%	皇冠陆放双擎 2.00%	蔚来ET5 EV 1.87%
TOP16	比亚迪e6 EV 1.22%	皇冠 1.12%	理想One EREV 2.11%	GLA级 1.84%	凯迪拉克XT5 1.93%	皇冠陆放双擎 1.73%
TOP17	捷豹XEL 1.02%	3系 NB 1.10%	3系 NB 1.65%	3系 NB 1.73%	奥迪赛 1.87%	极氪001 EV 1.52%
TOP18	英菲尼迪QX50 0.87%	英菲尼迪Q50L 1.07%	宝马X2 1.62%	汉兰达双擎 1.72%	途昂 1.75%	途昂 1.50%
TOP19	威震 0.84%	途昂X 0.99%	途昂X 1.56%	昂科旗 1.57%	艾力绅 1.57%	艾力绅 1.34%
TOP20	凯迪拉克XT4 0.79%	大指挥官 0.97%	沃尔沃XC40 1.46%	沃尔沃S60 1.46%	凯迪拉克XT4 1.47%	腾势D9 DM 1.33%
占比合计	95.92%	93.85%	87.82%	84.28%	79.25%	70.28%

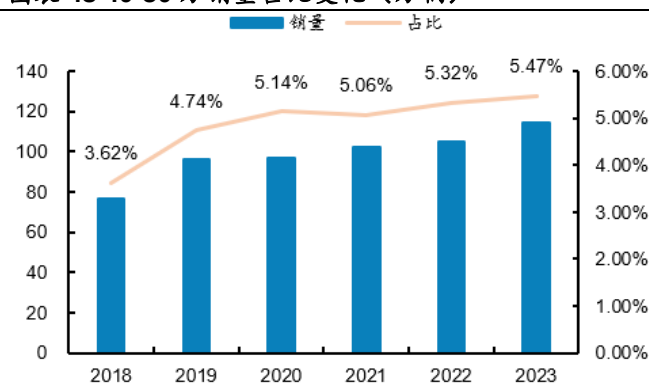
资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

综上，30-40 万价格带以下特征。整体上：份额快速增长，23 年小幅下滑；自主品牌渗透率增速很高，空间大；轿车自主品牌率较低。竞争格局上：竞争快速加剧，品牌集中度大幅降低，理想上升至第二大品牌，合资豪华长期占优。热销车型上：Model Y 仍是第一大热卖车型，BBA 的 B 级车位于前列。

2.6 40-50 万价格带：头部效应显现，自主轿车蓝海

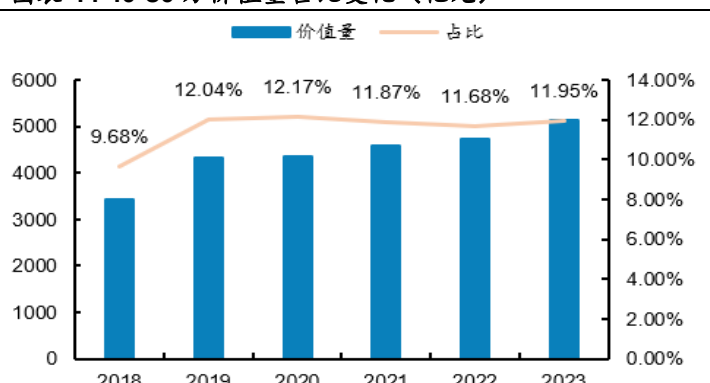
40-50 万价格带，销量占比呈现小幅上升态势，体现了乘用车消费升级的大趋势，价格战尚未在该赛道的官方指导价中体现不明显。从 2018 年的 3.62% 上升至 2023 年的 5.47%，增长幅度较小。随着我国经济的上升，消费结构升级，故使该价格段的份额增加。40-50 万价格带，市场份额相比 30-40 万骤减，价值量占比在 11-12%，但该价格带已进入进口车主要覆盖的区间，国产车之外也有可观的进口车市场规模。

图表 43 40-50 万销量占比变化（万辆）



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

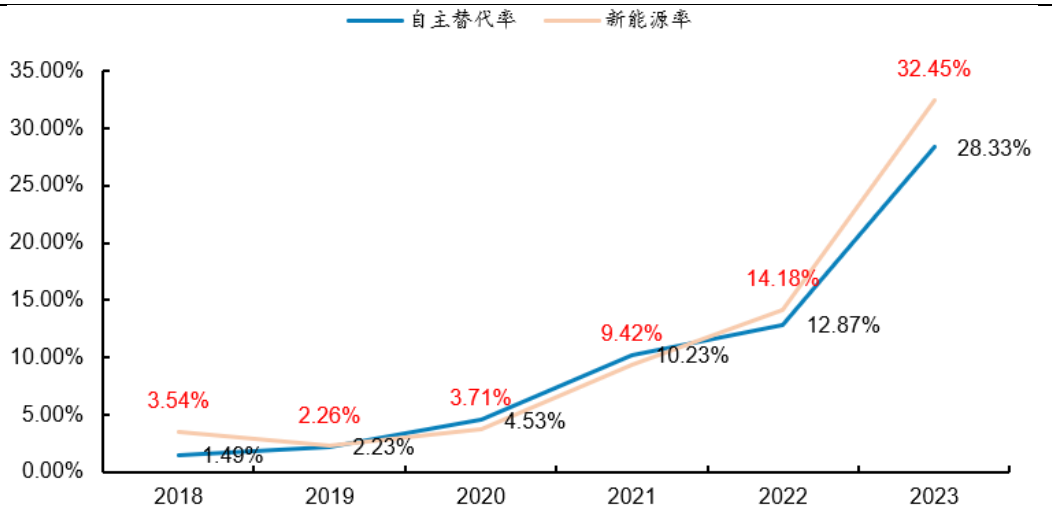
图表 44 40-50 万价值量占比变化（亿元）



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

40-50 万价格带市场，自主品牌率近年来增长迅猛，由 2018 年的 1.49% 上升至 2023 年的 28.33%，在最近的一年大幅提升。该赛道自主替代率提升的原因主要是理想、腾势、蔚来等自主品牌销量上升。40-50 万新能源渗透率从 2018 年的 3.54% 增加至 2023 年的 32.45%，新能源渗透率走势与自主替代率走势基本一致。40-50 万价格带自主品牌率在过去五年增速略高于 30-40 万，但销量和价值量份额和 30-40 万相差明显。

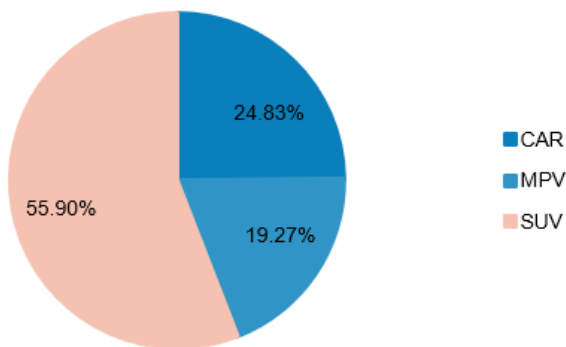
图表 45 40-50 万价格带自主替代率与新能源渗透率变化



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

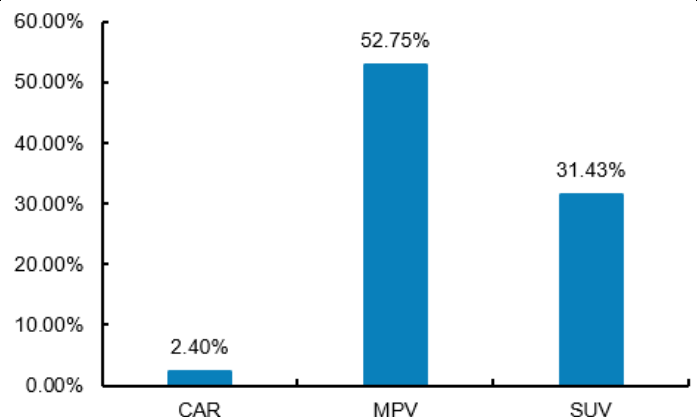
40-50 万价格带，SUV 车型占比最高为 55.90%，保持稳定，轿车的份额被 MPV 进一步挤压，占比为 24.83%，MPV 占比 19.27%。目前 SUV 中销量占比较高的车型为奥迪 Q5L、理想 L9 EREV。该赛道目前自主品牌率，占比最高的是 MPV 达 52.75%，其中销量较高的自主品牌为腾势、极氪等。轿车尽管份额只有四分之一，但自主品牌占比为 2.4%，属于蓝海市场，自主品牌轿车在 40-50 万空间很大。

图表 46 40-50 万价格带 2023 年分车型占比



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

图表 47 40-50 万价格带 2023 年各类型自主品牌率

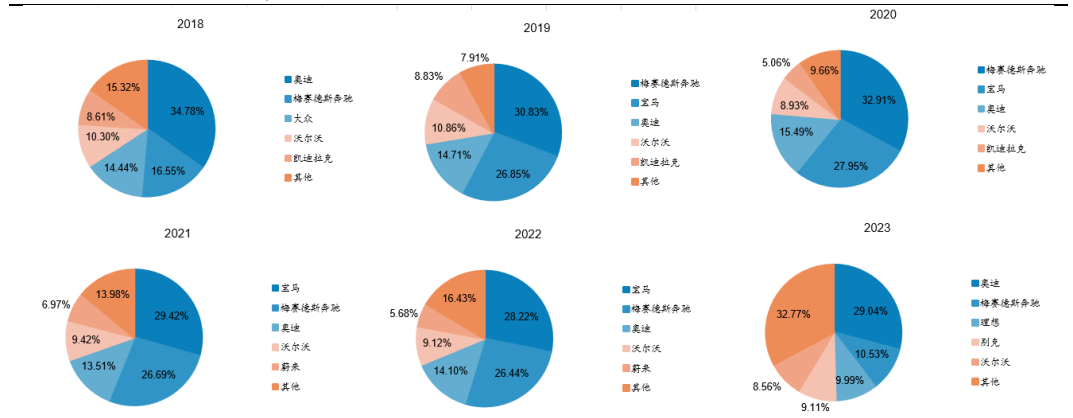


资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

40-50 万价格带品牌集中度下降明显，竞争格局发生变化，竞争程度上升；车型的丰富度也在提升。

该价格带的 CR5 从 2018 年的 84.68% 下降到 2023 年的 67.23%，CR5 下降超过 17 个百分点，但随着价格的提升，整体竞争格局好于价格较低的赛道。奥迪、梅赛德斯奔驰、沃尔沃连续六年保持在前五大品牌序列中，凯迪拉克、宝马退出了前五大品牌，理想和别克进入到了头部品牌序列中。40-50 万区间，头部效应明显，第一大品牌份额长期维持在 30% 左右，第二大品牌 22 年以前份额也在 25% 左右。BBA 由于产品策略的变动，排位变化较大，奥迪 A6 等指导价下沉进入 40-50 万，因此占比大幅提升。奔驰宝马合资款重要车型在 50 万以上依然有较多布局，因此在 40-50 万价格带份额不明显。

图 48 40-50 万品牌的 CR5



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

热销车型上，当前 40-50 万价格带主流车型主要有欧系、中系、美系等，自主品牌理想 L9 EREV 在热销车型中排名第三。目前，40-50 万前十五车型合计占比为 85.12%，相比之前减少了 12 个百分点。当前该赛道前十五车型里，占比较多的车型是：奥迪 A6L、奥迪 Q5L、理想 L9 EREV、别克 GL8、GLC 级 L 等。与过去相比，途昂、发现神行、辉昂、捷豹 XFL 等逐渐退出热销车型，理想 L9 EREV、腾势 D9 DM、蔚来 ES6 EV、极氪 009 EV 等自主品牌进入热销车型矩阵中。该价格带热销的自主品牌车型，无一例外的特点都是具备“大空间”，可适用于家庭尤其是多子女家庭的用车需求。

图 49 40-50 万 top15 热销车型变化

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
TOP1	奥迪 A6L 19.41%	E 级 L 16.17%	GLC 级 L 16.99%	5 系 L 14.60%	5 系 L 14.73%	奥迪 A6L 14.99%
TOP2	GLC 级 13.69%	GLC 级 L 14.60%	E 级 L 15.92%	E 级 L 13.25%	GLC 级 L 14.16%	奥迪 Q5L 11.66%
TOP3	奥迪 Q5 11.70%	奥迪 Q5L 14.54%	奥迪 Q5L 15.49%	GLC 级 L 13.22%	奥迪 Q5L 12.78%	理想 L9 EREV 9.99%
TOP4	途昂 11.20%	5 系 L 14.19%	5 系 L 13.98%	宝马 X3 12.59%	E 级 L 11.77%	别克 GL8 9.11%
TOP5	凯迪拉克 XT5 8.61%	宝马 X3 12.66%	宝马 X3 13.92%	奥迪 Q5L 12.33%	宝马 X3 10.95%	GLC 级 L 8.64%
TOP6	沃尔沃 XC60 5.99%	沃尔沃 XC60 6.39%	沃尔沃 XC60 6.40%	沃尔沃 XC60 5.99%	沃尔沃 XC60 6.08%	腾势 D9 DM 6.15%
TOP7	发现神行 4.34%	凯迪拉克 XT5 6.02%	蔚来 ES6 EV 2.87%	蔚来 ES6 EV 4.03%	蔚来 ES6 EV 4.03%	沃尔沃 XC60 5.38%
TOP8	沃尔沃 S90 4.30%	沃尔沃 S90 4.47%	凯迪拉克 XT6 2.79%	凯迪拉克 XT6 3.42%	理想 L9 EREV 3.83%	蔚来 ES6 EV 4.89%
TOP9	宝马 X3 4.00%	发现神行 2.94%	凯迪拉克 CT6 2.27%	沃尔沃 S90 3.34%	沃尔沃 S90 2.95%	宝马 iX3 EV 3.46%
TOP10	奥迪 Q5L 3.34%	凯迪拉克 CT6 2.23%	沃尔沃 S90 2.23%	红旗 H9 3.26%	宝马 iX3 EV 2.54%	沃尔沃 S90 3.15%
TOP11	辉昂 3.24%	辉昂 1.48%	发现运动版 2.18%	蔚来 EC6 EV 2.94%	红旗 H9 2.13%	宝马 X3 2.23%
TOP12	捷豹 XFL 2.11%	蔚来 ES6 EV 1.20%	极光 1.22%	发现运动版 2.26%	凯迪拉克 XT6 2.05%	极氪 009 EV 1.61%
TOP13	GLC 级 L 1.81%	蔚来 ES8 EV 0.96%	红旗 H9 1.16%	宝马 iX3 EV 2.22%	航海家 1.66%	凯迪拉克 XT6 1.34%
TOP14	5 系 L PHEV 1.73%	极光 0.63%	辉昂 0.94%	凯迪拉克 CT6 1.89%	蔚来 EC6 EV 1.65%	奥迪 A7L 1.26%
TOP15	极光 1.66%	捷豹 XFL 0.63%	捷豹 XFL 0.60%	极光 1.37%	发现运动版 1.38%	极光 1.25%
合计占比	97.13%	99.11%	98.98%	96.73%	92.68%	85.12%

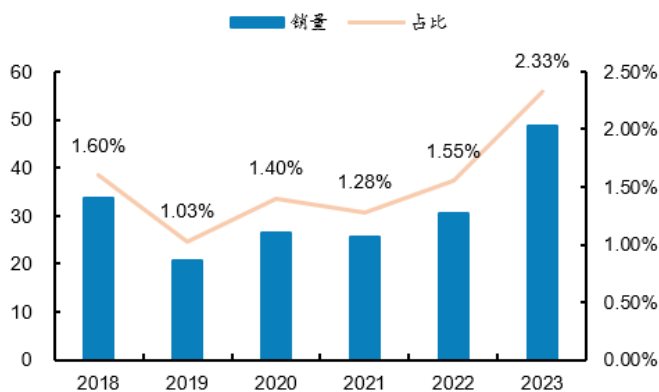
资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

综上，40-50 万价格带以下特征。整体上：份额保持稳定，有微增；自主品牌渗透率增速很高，空间大；轿车份额进一步被 MPV 压缩，且自主品牌率很低。竞争格局上：竞争快速加剧，但优于 30-40 万区间，奥迪下沉后成为第一大品牌，理想位列第三。热销车型上：自主品牌热销车型几乎都具备大空间。

2.7 50+万价格带：自主品牌空间广阔，高度头部集中

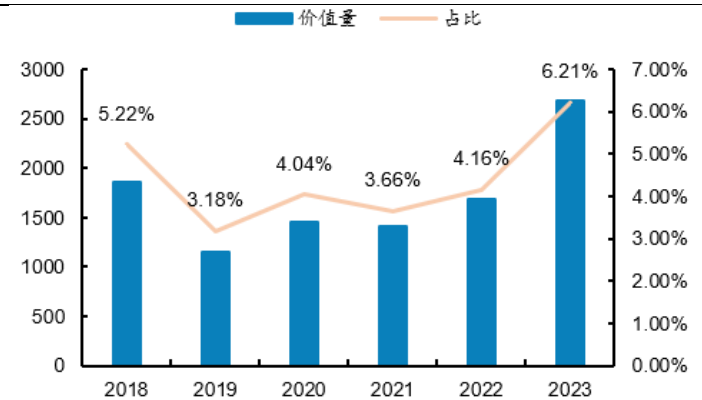
50 万以上价格带，乘用车销量占比呈现出波动上升趋势，但总体占比较小。该赛道销量占比从 2018 年的 1.60% 上升至 2023 年前 11 的 2.33%，这表明该赛道受众用户变动较小，一方面消费升级的逻辑依然适用于高端车市场，另一方面，价格战尚未在明面上影响到高端车的指导价。50 万以上的市场，更多的车型为进口车型，因此在自主品牌和合资品牌的统计口径之下，50+万价格带占比不高。

图表 50 50 万以上销量占比变化（万辆）



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

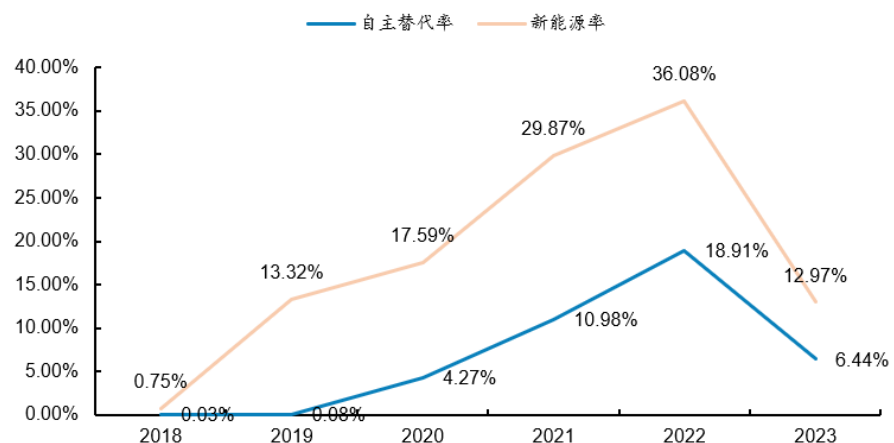
图表 51 50 万以上价值量占比变化（亿元）



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

50 万以上乘用车市场，自主品牌空间巨大，仅考虑自主+合资的情况，自主替代率仅有 6.44%。50 万以上价格带的自主替代率从 2018 年的 0.03% 增加至 2022 年的 18.91%，但 2023 年下降到 6.44%，下降的主要原因是该价格带自主品牌销量主要由蔚来贡献，自主品牌率受单一车型销量波动影响大。该价格带新能源渗透率的趋势与自主替代率趋势一致，自主品牌之外，也有部分 BBA 的新能源车型。

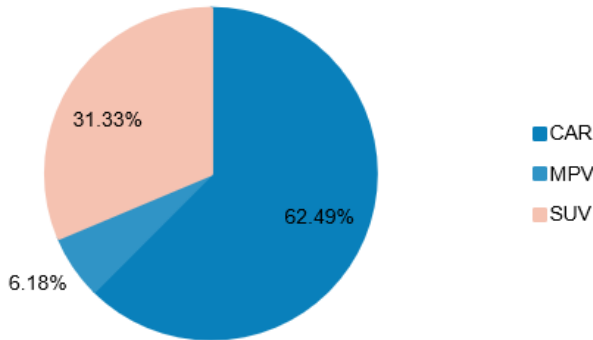
图表 52 50 万以上价格带自主替代率与新能源渗透率变化



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

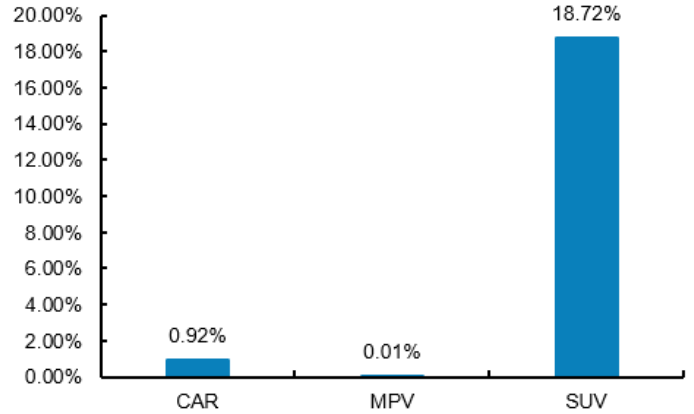
50 万以上价格带车型中，轿车占比最高，达到 62.49%，其次是 SUV 达到 31.33%，占比最低的是 MPV。轿车中 C 级车型最受欢迎，主流车型是梅赛德斯奔驰的 E 级以及宝马 5 系。当前该赛道自主品牌率最高的是 SUV，达到 18.72%，C 轿车和 MPV 的自主品牌率都极低。

图表 53 50 万以上价格带 2023 年分车型占比



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

图表 54 50 万以上价格带 2023 年各类型自主品牌率

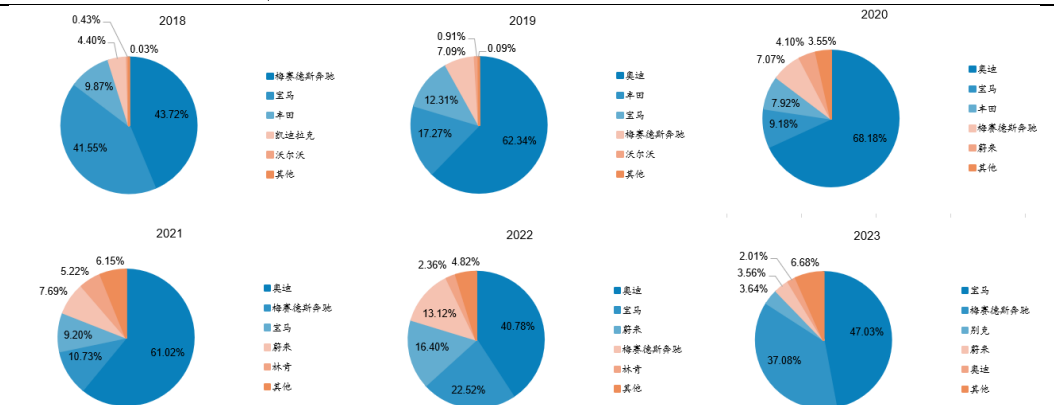


资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

竞争格局上，50 万元以上价格带竞争程度略有提升，但前二大品牌份额占比较大，呈现高度头部集中化。

50 万元以上汽车市场，品牌 CR5 从 2018 年的 99.97% 下降至 2023 年的 93.32%，小幅下降；CR2 从 2018 年的 85.27%，经历了下滑之后，2023 年回升至 84.11%，头部集中。当前第一大品牌宝马占比为 47.03%，第二大品牌梅赛德斯奔驰占比为 37.08%。沃尔沃、丰田逐渐退出，自主品牌蔚来进入前五大品牌序列中。BBA 中，宝马、奔驰份额大幅提升，过去几年表现优异的奥迪，由于主力车型指导价下移，在 50 万以上的市场占比大幅下滑。

图表 55 50 万以上品牌的 CR5



资料来源：ThinkerCar，上险量数据，华安证券研究所

当前 50 万元以上价格带热销车型主要是合资品牌，自主品牌蔚来逐渐进入到前十热销车型中。该赛道前十车型合计占比从 2018 年的 99.99% 下降至 2023 年的 90.60%，下降超过 9 个百分点，车型的丰富度有所提升。当前热销车型中，合资品牌占比较高，前三热销车型占比达到 75.63%，分别是 E 级 L、5 系 L、宝马 X5，自主品牌蔚来销售份额有所下降。

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/638024140067006031>