



汽车与零部件行业：论证 新能源汽车需求的四大长 期问题



目前到底是谁在消费新能源汽车？1985~1995 年出生人群的家庭增购。

2020 年以前消费以 B 端运营和限牌城市牌照因素驱动为主，2020 年特斯拉 Model3/宏光 mini/欧拉黑猫/理想 ONE 以及 2021 年 ModelY/比亚迪 DM-i 等明星车型先后出现，聚焦不同细分市场以 1985~1995 年出生人群的家庭增购和部分换购消费，以产品空间+外观+续航等关注因素区分不同性别/年龄和使用场景需求，新能源汽车消费由以政策驱动转为以市场驱动，至 2021 年渗透率飞跃提升至 15%左右。

节奏：2022~2025 年新能源汽车渗透率会持续提升吗？大概率会复制 SUV 高增长之路。

1) 需求端：人口规模+25-30 岁成家立业+6-8 年换车周期核心决定了 2022-2025 年将是新能源车消费集中期。复盘轿车+SUV 历史：轿车以 60/70 后用户首购为主，SUV 以 70 后换购先行 80 后首购接棒。1980-2000 年出生的 4 亿人口+90 后首购+2012-2017 年购车人群增换购需求将驱动本轮新能源汽车渗透率提升【以 85 后增换购先行，90 后首购接棒】。

2) 供给端：同轿车/SUV，每一轮均有领导品牌推出各个价格带的标志性产品，跟随品牌将推动供给的丰富。新能源汽车以特斯拉为领导品牌，新势力-传统车企-手机等三方造车陆续进场，2022-2025 年将迎来新品上市最集中期。

峰值：2025 年新能源汽车渗透率会超过 50%吗？大概率会！智能手机发展历程参考意义更大。

1) 产品体验质的变化是核心原因。新能源汽车相比燃油车在技术（独立操作系统+三方软件接入+自主开发）以及产品体验（软硬件流畅+多媒体娱乐功能+加速驾驶操控）等均发生本质性变化。

2) 能源战略倒逼燃油车退出历史舞台。双积分政策收紧+碳中和目标措施不断落地下，新能源汽车完全代替燃油车实现国家能源战略目标是大势所趋。我们认为新能源汽车渗透率峰值大概率会超过 SUV 的 50%，而且 2025 年或许就能实现（核心看技术进步的节奏）。

总量：2025 年中国乘用车销量会突破历史峰值吗？大概率会！被压抑的购车需求有望集中释放。

1) GDP 与峰值的关系。复盘日美乘用车历史，人口出生率+消费者观念是汽车消费的底层驱动力，一个国家汽车消费峰值出现往往是伴随着 GDP 进入零增长阶段，中国经济增长韧性依然存在。

2) 每一轮峰值出现都是阶段性压抑需求的集中释放。国内乘用车自 2017 年开始进入下行期且于 2020Q3 见底复苏，但因全球疫情的爆发带来了经济放缓，加上供给端（尤其是芯片的紧缺）导致了本轮乘用车需求复苏节奏不断被延迟，需求被压抑。我们预计 2023-2025 年或迎来需求集中释放。

投资建议：2022 年是承上启下的关键时刻，上半年无法忽视提价对需求观望的影响，下半年重视供给&需求正循环开启的爆发力。整车和供应链板块机会多点开花且会出现好的买点。2022 年 8 大金股：

整车【长城-比亚迪-理想-小鹏】，供应链【德赛西威-拓普集团-华阳集团-伯特利】。

风险提示：全球疫情控制低于预期，电动化/智能化技术进步低于预期。

关键词：新能源 新能源汽车 特斯拉 疫情 芯片

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_36966

