智能汽车系列报告 5：更多科技公司入局 备战软件定义汽车时代

智能汽车逐渐成为继手机之后下一个重要的移动互联智能 AI 平台。软件定义汽车时代来临，科技巨头跨界而来、新势力风头正劲，与传统整车厂在产业巨变的转型期碰撞。我们复盘过去 15 年的全球智能手机产业：iPhone 给苹果带来创新者红利之后，市场开始进入“总量高增长、百家争鸣”的阶段，此后进入“总量低增长、市场集中度提升”阶段。我们判断，智能汽车市场格局开始进入“先分散、再集中”阶段，2022-2025 年将呈现持续有新进入者的“高度分散”阶段。特斯拉引领，Rivian、Lucid、小鹏、理想、蔚来等新势力跟进，大众、丰田等传统整车厂焦虑跟进，小米、百度、鸿海、立讯等科技公司入局，苹果汽车亦值得期待。

汽车智能化：电动化驱动，产业趋势确立。2021 年全球、中国新能源乘用车销量 596 万、332 万辆，对应行业渗透率 9.9%、15.5%，我们预计到 2025 年，该渗透率数字有望提升至 32%、42%。电动化作为智能化理想载体，叠加整车厂、产业配套、政策等层面合力，汽车智能化趋势确立：1）汽车电子电气架构由分布式向域集中式、中央计算架构演进，软件定义汽车成为长期必然趋势；2）硬件技术成熟、规模效应等推动核心传感器成本不断下移，ICVTank 预计 2018-2025 年期间车载激光雷达、毫米波雷达价格有望下降 97%、33%。3）特斯拉作为典型代表，智能化有助于整车厂实现产品差异化、商业模式重塑等。据车厂产品规划，2022 年全球主要一线车厂、造车新势力均有望搭载 L3 及以上自动驾驶系统。

造车新势力初具规模，科技公司加速进场。目前全球造车新势力、科

技巨头等正积极参与全球汽车产业电动化、智能化进程：1）特斯拉引领全球。2021 年销量为 93.6 万辆，我们预计 2022 年销量有望超过 140 万辆。同时特斯拉 CEO 马斯克亦表示，有信心保持每年至少 50%的交付量增长率，到 2030 年实现年销量 2000 万辆。2）造车新势力快速跟进。2021 年海外造车新势力 Lucid、Rivian 纷纷上市，成为全球前十大市值车企公司。Lucid 预计公司 2021-2022 年销量分别为 577/20,000 辆；Rivian 预计公司 2021-2022 销量分别为 920/60,000 辆。

2021 年蔚来、小鹏、理想销量分别为 9.1 万、9.8 万、9.0 万辆，我们预计 2022 年将分别增长至 18 万、20 万、18 万辆，先发优势显著；3）科技公司跑步进场，目前苹果、索尼、百度、小米、鸿海、立讯精密等公司均已开始布局整车业务。

苹果作为消费电子领域产品定义者，智能汽车有望于 2025 年上市；百度、小米等科技公司有望于 2023-2024 年推出新款车型，预计智能化是其核心卖点；鸿海&立讯精密等代工&零部件厂商亦宣布加大在整车领域中的布局，备战未来和苹果等巨头合作的可能。

手机产业复盘：过去 15 年，从功能机到智能机，竞争格局、商业模式等剧变。

1）2007 年，苹果推出第一代 iPhone，上市 74 天销量 100 万台，智能手机开始真正走向市场；2）2010 年，苹果 iPhone4 上市，出色产品设计、丰富内容应用，叠加 3G 网络在欧美发达市场规模商用，上市当年

销量达 4752 万台，全球份额为 16%，该年全球智能手机年销量突破 3 亿部，市场渗透率亦从此前 10%左右快速提升至 19%，产业进入快速发展期；3）2012 年，联发科、高通等芯片企业相继推出智能手机 Turnkey（一体化）解决方案，大幅降低手机研发周期&难度，随着谷歌安卓生态完善，大量新兴厂商、科技公司开始涌入智能手机市场，叠加期间 4G 网络在全球主要地区商用，2015 年全球智能手机销量 14.4 亿台，行业渗透率 76%，尾部厂商销量份额达 40%；4）自 2016 年开始，全球智能手机市场开始进入存量市场，销量不再增长甚至萎缩，叠加电子件在智能手机 BOM 成本中超过 80%的占比，规模效应推动市场集中度快速提升，2020 年尾部厂商销量份额不足 20%，在此期间，华为、OPPO/VIVO、小米等本土厂商依托庞大内需（国内智能手机销量占全球比重约 30%）、技术研发、规模优势等不断扩大份额，并从中国走向全球，2020 年四家厂商全球销量份额合计占比超过 50%（2015 年不足 20%）。

汽车产业展望：伴随各方积极、快速入局，市场集中度有望从短期分散逐步走向长期集中。1）类似于 2010~2011 年智能手机产业，伴随新能源汽车整车技术、电池成本等核心要素不断趋于理想，以及新势力、科技巨头、消费电子厂商等加速进入，全球新能源车产业正迈过前期的产品验证、市场培育阶段，并进入快速增长、百家争鸣的第二阶段，在此期间，我们预计头部厂商的份额可能面临一定挤压，尾部厂商份额将明显提升，市场集中度料趋于分散，该种情形预计会持续 3~5 年时间；2）之后伴随市场增速的放缓，考虑到智能化带来的电子件占整车成本比重提升、生产

&客户服务端的规模效应等，长尾厂商料将快速出局，产业份额逐步向头部企业靠拢，产品定义、整车全栈技术、算法&软件服务等综合能力突出的厂商有望最终胜出。同时考虑到国内庞大需求(全球汽车销量占比 25%)、完善整车产业链配套、IT 技术&软件服务人才储备等系列利好因素的支撑，我们看好国内领先企业销量份额不断提升，并逐步从国内走向全球的可能。

风险因素：全球疫情进一步恶化的风险；国际贸易冲突加剧的风险；产业链关键供给不足的风险；自动驾驶汽车出现严重安全事故导致估值波动的风险；动力电池产能不足的风险；电网负荷不足的风险；人工智能技术发展低于预期等风险。

投资策略：作为下一代智能硬件 AI 平台，智能汽车产业当前已逐步迈过早期市场验证、客户培育阶段，并开始进入快速发展、百家争鸣的第二阶段，造车新势力、科技巨头、消费电子厂商等跑步进场。复盘过去 15 年的智能手机产业发展，我们判断：2022-2025 年智能汽车赛道，将呈现持续有新进入者的“高度分散”

阶段。伴随市场增速的回落，以及产业规模效应、汽车智能化带来的

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_37804