



# 汽车行业：智能汽车产业链 全景数据库



车型周期和产能周期完美共振，决战 2025 智能车超级周期。依据此前报告《汽车的革命系列报告之一：电动智能黄金十年已来，供应链升级重构长牛开启》，我们分不同情景下对 2022 年汽车销量进行了假设预测。2022H2 至 2025 年中国乘用车进入新一轮车型密集投放周期。同时，中国汽车产业新一轮车朱格拉周期（约 10 年）启动，智能化有望接力电动化成为核心驱动力。基于民生汽车投资时钟系统，一轮车型周期大约 40 个月左右，2022-2032 年的产能周期将经历三个库存周期。2022-2025 年的第一库存周期下电动化智能化呈双螺旋发展，L3 智能车渗透率有望复刻过去几年电动化的普及曲线，进入快速导入期。

产业融合嬗变，中国的智能车产业链研究需要跨产业的专业数据库。美国 SAE 和 NHTSA 对自动驾驶有相应的分级标准，而 IHSMarkit 对于 L2-L4 渗透率的预测支撑我们对“决战 2025”的判断。但由于 L3-L4 级别无人驾驶的进一步清晰化界定、相关的检测标准以及配套的法律法规有待完善，且 L3 级别无人驾驶的商业化目前处于产业导入期，相关的数据研究体系有待完善。因此为了更好地跟踪汽车产业在智能化浪潮中的微观变化，我们首次对 L2 及 L3 的过渡阶段做颗粒度更细的划分：将 L2+ 定义成 L2 叠加变道等错车道场景功能；L2++ 定义为 L2 叠加高精度地图，并对产业链做了梳理，前瞻的搭建了专业的数据库。

智能化产业盛宴关键词：反哺电动、自主崛起、品牌上攻。电动化和智能化为双螺旋关系，未来随着电动车渗透快速提升，智能车有望快速放

量，同时智能驾驶及智能座舱带来的极致体验带来电动车产品力的进一步提升，有望反向促进电动化渗透的进一步提升。现阶段合资品牌标配 L2 渗透率较高。而中国相较于欧洲、美国在电动化转型过程中拥有更为优异的行业红利和企业红利，且自动驾驶涉及核心数据自主可控，未来随着中国自主品牌份额和 ASP 的全面提升，中国企业有望在智能化的产业盛宴中充分受益。中国汽车行业已经进入成熟期，作为高端制造业的重要分支，行业未来的发展趋势为通过智能化升级实现存量硬件的替换，而智能化对行业均价的提升有望带动车企品牌上攻，价值重塑。

自动驾驶：根据交强险数据显示，标配 L2（含 L2+、L2++）功能的乘用车 22M2 终端渗透率提升至 30%左右，L2（含 L2+、L2++）级自动驾驶迎来加速普及期。其中，1) 感知层：环视摄像头搭载率较高；毫米波雷达当前渗透率近 7%，20 万以上车型为主力车型；激光雷达拐点已至；2) 决策层：高精地图渗透率为 0.34%左右；以 L2+级别的 HWA 功能渗透率来表征芯片配置情况，目前欧系、中系车 HWA 搭载率较为积极。3) 执行层：制动系统自主品牌搭载率推动 IBS 快速渗透，利好本土供应商；空气悬架渗透率较低，提升空间较大。欧系和自主品牌渗透率领先，整车

**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\\_40994](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_40994)

