



特斯拉系列报告三：北美主场 优势明显 2024 年将完善产 品矩阵



总量：北美轻型新车市场年销超 2,000 万辆，疫情削减约 300 万辆。2020 年以前，北美轻型新车市场年销稳定超过 2,000 万辆。2020 年疫情对宏观经济、汽车供应链冲击明显，相反利好北美二手车市场交易。疫情后三年，北美轻型新车市场规模下降至约 1700 万辆/年，其中美国约 1400 万辆、加拿大约 200 万辆、墨西哥约 100 万辆。市场发展仍以美国市场为风向标。

新能源：“0-1” 的市场阶段缺乏优质供给，特斯拉单核驱动逆势增长。2020-2022 年，北美新能源车销量分别为 36/72/107 万辆，市场渗透率才达到 6.5%，仍处于早期的“0-1”阶段。北美市场依旧缺少与特斯拉竞争的优质电动车。在非特斯拉车型中，除福特电马/Mustang Mach-E 年销接近 4 万辆外，其余电动车年销不足 3 万辆。而北美特斯拉销量分别为 22/39/56 万辆，电动市占率分别为 62%/54%/53%，是增长的核心驱动。

品牌格局：美系、日系二分天下，消费者分化明显。美国 Top10 车企品牌市占率超 90%，其中美系超 40%、日系超 30%，近 8 年合计持有市场约 72%-80% 份额。美国市场中，美系的大空间、本土品牌属性占优，日系的经济性也获得消费者认可。特别地，2022 年特斯拉已超越戴姆勒跻身销量第十名。

车型格局：轿车/皮卡/SUV 份额约 1:1:3，美系向上、日系向下。2022 年美国 C-E 级轿车/皮卡/C-E 级 SUV 销量分别为 271/273/754 万辆，份额比例大致为 1:1:3。日系占据中低端轿车市场优势、美系占据皮卡市场优

势，而 SUV 市场中美系与日系缠斗。疫情对中低端市场影响更大，日系份额受损较明显。而偏爱大空间、本土品牌的美系消费需求受冲击更小。近 8 年，畅销 Top10 车型中美系份额从 10.5% 提升至 15.1%（不含特斯拉），日系份额从 14.2% 跌至 8.4%。

从空间级别、售价角度出发，讨论特斯拉在美销量可能性：

Model3：空间不够电动智能来凑，年销有望接近 30 万辆。美国轿车的紧凑型市场在萎缩、中大型市场体量小，中型的 Model3 比同级别车型空间小、价格贵，性价比几乎无优势。但考虑电动智能、降价与 IRA 税收优惠，2023 年仍有望蚕食日系的新购/升级置换需求，对标丰田凯美瑞，在美年销接近 30 万辆。

ModelY：空间性价比更好、市场潜力大，年销有望超 35 万辆。虽然 ModelY 与 Model3 畅销板较同级畅销车型价格均高出约 1.3 万美元（考虑 IRA 法案），但空间更大、适配人群更广。降价后对中型/中大型的 SUV 消费者吸引力更强。

有望与同级 SUV 拉开销量身位、向丰田 RAV4 靠近，在美年销超 35 万辆。

CyberTruck：美系主场易成爆款，2024 年将全面量产。美国皮卡市场年销接近 300 万辆，竞争格局清晰，福特/通用/道奇的爆款产品年销超过 45 万辆。

随着 2024 的量产及规模提升，主场作战的 CyberTruck 若能解决续航、补电等问题，有望成为皮卡市场的新爆款，年销向销量前三的级别靠近。

ModelQ：下沉至紧凑型市场，2024 年有望量产补齐矩阵。特斯拉规划的 ModelQ 有望于 2024 年量产，将是完善特斯拉产品矩阵的重要拼图。预计将面向下沉的紧凑型轿车/SUV 市场，进军 2-3 万元价格带，与日韩系产品竞争。

ModelS/X：加州产能 10 万台/年，预计 ModelS/X 维持高端定位、产销平衡。

不难看出，特斯拉的产品谱系布局以美国市场特点为首要考虑：1) ModelS/X 高举高打；2) Model3/Y 进军主流；3) CyberTruck/ModelQ 补齐细分。虽然在全球其他地方的矩阵适配性或有欠缺，但在北美市场的冲阵能力强劲。

投资建议：特斯拉全球范围以价换量，北美主场优势明显。考虑 2023 年立口困期，北美主场销量弹性，Model3/Ys CyberTruck 预期，ModelQ

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_51992

