

2016年中国互联网造车行业研究报告

- 2014年开始，从乐视、阿里巴巴、腾讯、谷歌、百度等互联网巨头企业纷纷提出布局智能联网汽车领域，再到智车优行、小鹏汽车、蔚来汽车、威马汽车等新兴互联网造车企业的创立，互联网造车发展提速明显。2016年各种互联网造车发展的消息更是被大众所关注，先是传统车企高管跳槽互联网车企，紧接着是乐视超级汽车发布，以及蔚来汽车和江淮汽车签订代工协议等。
- 但截至目前，大部分互联网企业造车还停留在规划和概念阶段，只有部分互联网造车企业已取得一些实质性进展。具体有以下几个方面：
- 产品方面，大部分企业推出概念车，2016年7月，阿里巴巴与上汽合作发布可量产的互联网汽车荣威RX5，发布首月订单量达2.5万辆。
- 车厂布局方面，部分互联网造车企业自主生产厂已处于建设状态，如乐视汽车（浙江基地）、车和家（常州常武基地），威马汽车（温州基地）、凌云汽车（合肥基地）等；还有部分互联网造车企业已确定代工工厂，如蔚来汽车（确定江淮汽车代工）、小鹏汽车、智车优行等。
- 融资方面，大部分互联网造车企业已实现A轮融资，如乐视汽车（A轮10.8亿美元）、威马汽车（10.0亿美元）、车和家（7.8亿美元等；部分正进行B轮融资。

- 汽车生产制造资质方面，只有少部分互联网企业通过收购或合作等方式获取新能源汽车生产制造资质，如电咖汽车（通过与东南汽车合作）；和谐富腾（通过控股绿野汽车），尚未出现单独获取新能源汽车生产制造资质的互联网造车企业。
- 短期看，受汽车基础制造及生产线布局等限制，互联网造车企业发展较为悲观，仍处于车联网产品、ADAS等互联网技术产品研发投入阶段。
- 但长远来看，根据互联网造车战略规划来看，互联网造车企业与传统车企发展方向不谋而合，电动化、智能化、互联网化的汽车产品发展将促使互联网企业的硬件化与传统车企的互联网化的互相融合，最后呈现融合发展趋势。主要因素有：（1）互联网+和新能源汽车等相关利好政策；（2）个性化、定制化汽车需求增加推动；（3）互联网造车企业互联网技术优势有利于提前布局互联网汽车。
- 水清木华研究中心《2016年中国互联网造车行业研究报告》主要包括三大板块，分别是：中国互联网造车行业政策、发展进程、发展途径、融资及发展趋势等；中国汽车智能化、电动化及互联网化发展现状及企业布局及发展趋势等和中国13家互联网造车企业、核心人才、融资、工厂、战略规划及发展布局等。



表：中国主要互联网造车企业发展进程

企业名称	产品定位	生产工厂进展	整车生产资质	车型发布
乐视超级汽车	电动化、智能化、互联网化及社会化	在建浙江德清工厂和法拉第未来拉斯维加斯工厂	无	概念车
蔚来汽车	电动化、智能化、互联网化等	在建南京电机基地和英国建有汽车工厂；与江淮合作建设代工生产基地	无	无
和谐富腾	"爱迪生"和"iCar"两个品牌的电动汽车，前者主打高端品牌，后者主打经济型	在建电动车工厂预计2018年投用	有	无
车和家	电动化、智能化、互联网化；定位小而美经济型电动汽车	在建常州武进汽车生产厂和配套电池工厂	有	无
威马汽车	"电动化"、"智能化"、"大众化"、"有限定制"四方面布局	在建温州汽车生产厂	无	无
云度新能源	电动化、智能化、互联网化和轻量化四方面布局；专注于纯电动SUV	在建新能源汽车生产厂	无	无
游侠	电动化、高性能、轻量化	在建合肥汽车工厂；收购铝合金模具厂	无	概念车
百度无人车	电动化、共享化和智能化三方面布局；专注无人驾驶	无建设工厂；与宝马、福特、奔驰、奥迪、北汽新能源等均有合作	无	无
小鹏汽车	跨界SUV、智能互联、电动车；围绕三电一屏布局	已经与国内某整车制造厂达成代工协议；2020年实现5-10万辆/年电动车供应	无	概念车
智车优行	价格适中，大众家庭均有购买力的电动车	已确定合作车企代工，但尚未透露名称	无	概念车
电咖汽车	A级/A 0级为主体打造时尚科技、智能智联、经济实用的纯电动汽车	无建设工厂；与众泰汽车和东南汽车等均有合作	无	概念车
阿里巴巴	主打YunOS平台品牌斑马智行，汽车电动化、智能化和互联网化	无建设工厂；与上汽等合作	无	量产车
凌云汽车	两轮电动车，电动化、轻量化、小型化	代工模式	无	概念车

来源：水清木华研究中心《2016年中国互联网造车行业研究报告》；



报告目录

第一章 互联网造车概况

- 1.1 定义
- 1.2 分类
- 1.3 特点
- 1.4 优劣势

第二章 互联网造车市场发展情况

- 2.1 概述
- 2.2 政策
- 2.3 发展路径
- 2.4 融资
- 2.5 产品定位
- 2.6 盈利模式
- 2.7 销售渠道
- 2.8 发展趋势
 - 2.8.1 推动汽车产业变革
 - 2.8.2 互联网造车未来将实现融合性发展趋势
 - 2.8.3 电动化、智能化、互联网化等是汽车产品主要发展方向

第三章 中国汽车智能化、电动化、互联网化发展情况

- 3.1 电动汽车
 - 3.1.1 发展现状
 - 3.1.2 企业格局
- 3.2 互联网化
 - 3.2.1 概述
 - 3.2.2 发展现状
 - 3.2.3 企业布局
- 3.3 智能汽车
 - 3.3.1 概况
 - 3.3.2 发展现状
 - 3.3.3 企业布局
 - 3.3.4 发展趋势

第四章 互联网造车企业

- 4.1 乐视超级汽车
 - 4.1.1 企业简介
 - 4.1.2 核心人员
 - 4.1.3 融资
 - 4.1.4 产品
 - 4.1.5 工厂
 - 4.1.6 战略布局



4.1.7 发展动态

4.2 蔚来汽车

4.2.1 企业简介

4.2.2 核心人员

4.2.3 融资

4.2.4 工厂

4.2.5 产品

4.2.6 最新动态

4.3 和谐富腾

4.3.1 企业简介

4.3.2 核心人员

4.3.3 融资

4.3.4 产品

4.3.5 战略

4.4 车和家

4.4.1 企业简介

4.4.2 核心人员

4.4.3 融资

4.4.4 产品

4.4.5 工厂

4.4.6 战略

4.5 威马汽车

4.5.1 企业简介

4.5.2 核心人员

4.5.3 融资

4.5.4 工厂

4.5.5 战略

4.6 云度新能源

4.6.1 企业简介

4.6.2 核心人员

4.6.3 战略

4.6.4 产品

4.6.5 工厂

4.6.6 最新动态

4.7 百度无人车

4.7.1 企业简介

4.7.2 核心人员

4.7.3 合作伙伴

4.7.4 战略规划

4.7.5 无人车测试

4.8 小鹏汽车

4.8.1 企业简介

4.8.2 核心人才

4.8.3 产品

4.8.4 融资

4.8.5 战略规划



4.9 智车优行

4.9.1 企业简介

4.9.2 核心人员

4.9.3 合作伙伴

4.9.4 融资

4.9.5 产品

4.9.6 战略规划及进展

4.10 电咖汽车

4.10.1 企业简介

4.10.2 核心人员

4.10.3 产品

4.10.4 合作伙伴

4.10.5 战略定位

4.11 阿里巴巴

4.11.2 企业简介

4.11.3 核心人员

4.11.4 产品

4.11.5 合作伙伴

4.11.6 战略定位

4.12 游侠汽车

4.12.1 企业简介

4.12.2 产品

4.12.3 合作伙伴

4.12.4 工厂

4.12.5 战略布局

4.13 凌云汽车

4.13.1 企业简介

4.13.2 经营情况

4.13.3 融资

4.13.4 产品

4.13.5 战略规划



图表目录

- 图：互联网汽车生态布局
- 图：互联网造车分类
- 表：中国互联网造车企业发展优劣势
- 表：互联网造车企业 VS 传统汽车企业
- 图：互联网企业的第四个互联网入口
- 表：中国互联网造车主要发展历程
- 表：中国互联网造车相关政策
- 表：2013-2020年中国电动乘用车补贴标准
- 图：新建纯电动乘用车企业准入规定
- 图：中国电动汽车车创业公司投资分布
- 表：中国互联网造车企业生产发展模式及进展
- 表：中国互联网造车企业融资情况
- 表：中国互联网造车产品布局及量产规划
- 图：互联网造车可能的盈利模式
- 表：截至2016年7月底中国主要互联网造车企业专利申请量
- 图：互联网造车需求拉动式销售模式
- 图：互联网汽车销售渠道
- 图：传统车企研发生产流程VS互联网造车汽车生产流程
- 图：互联网造车售后改革趋势
- 图：2015&2025年汽车产业结构



- 图：互联网造车投资机会
- 图：互联网造车发展格局
- 图：智能驾驶企业趋势
- 图：未来汽车产品
- 图：智能汽车发展趋势及投资机会
- 图：无人驾驶产业链进程
- 图：2015-2016年中国节能与新能源（EV、PHEV）乘用车销量
- 图：2011-2020年中国电动乘用车（EV&PHEV）销量
- 图：2015年中国电动乘用车（EV&PHEV）竞争格局
- 图：2016年1-9月中国新能源乘用车（EV、PHEV）企业市场份额
- 表：2016年中国新能源乘用车（分企业）销量
- 图：车联网应用场景
- 表：2016年1-9月中国在售车型当月及累计车联网系统渗透率
- 表：截止到2016年9月中国在售车型车联网搭载率为18.12%
- 图：2016年1-9月车联网系统排名TOP15（按照车联网系统）
- 表：重点厂商车联网布局
- 图：智能汽车发展的五大阶段
- 表：2016年中国市场在售车型智能化主要功能渗透率以及预装量（当月）
- 图：2016年1-9月中国市场在售车型ADAS各功能搭载率
- 图：2016年1-9月中国市场在售车型ADAS各功能搭载款数（分价格）
- 图：智能汽车金字塔产业链
- 图：智能驾驶企业路径选择



- 图：互联网企业切入智能汽车
- 表：截至**2016年10月底**主要互联网企业智能汽车布局
- 表：主流厂商智能汽车进展
- 表：主流车企无人驾驶领域布局
- 图：智能网联汽车发展思路
- 图：智能网联汽车技术架构与发展愿景
- 图：智能网联汽车发展规划
- 图：智能网联乘用车发展历程
- 图：智能网联汽车项目列表
- 表：乐视汽车主要高管人员
- 表：乐视汽车融资情况
- 表：乐视超级汽车已发布的概念车
- 表：乐视汽车工厂建设
- 图：乐视汽车生态全景
- 表：蔚来汽车高管人员
- 表：蔚来汽车融资情况
- 表：蔚来汽车生产基地建设
- 表：和谐富腾高管人员
- 表：和谐富腾布局
- 表：车和家核心高管人员
- 表：车和家融资
- 图：车和家产品



- 表：车和家生产基地建设
- 图：车和家电动汽车战略
- 图：威马组织结构
- 表：威马汽车子公司
- 表：威马汽车主要高管人员
- 表：威马汽车生产基地
- 图：云度新能源股东结构
- 表：云度新能源核心人员
- 图：云度产品技术
- 图：云度新能源核心技术
- 图：云度新能源产品定位
- 表：百度无人车核心人员
- 表：百度汽车主要合作伙伴及合作事项
- 图：百度汽车发展方向
- 表：小鹏汽车核心人员
- 图：小鹏汽车BETA版
- 表：小鹏汽车融资
- 表：智车优行核心人员
- 图：智车优行合作伙伴
- 表：智车优行融资
- 图：电咖汽车股东
- 表：电咖汽车核心人员



- 表：电咖汽车EV10
- 图：电咖汽车定位
- 表：阿里巴巴汽车业务相关核心人员
- 图：阿里巴巴互联网汽车
- 图：上汽&阿里合作汽车
- 表：游侠汽车产品
- 表：游侠汽车生产基地布局
- 表：2015年凌云智能经营业绩
- 表：凌云智能融资情况
- 表：凌云智能两轮电动概念车
- 图：凌云智能电动汽车战略布局



购买报告

价 格	电子版: 8000元	电话：010-8260.1561
	纸质版: 4000元	传真：010-8260.1570
页数：95页		邮箱：hanyue@waterwood.com.cn
发布日期：2016-11		网址：www.pday.com.cn
链接： http://www.pday.com.cn/Htmls/Report/201611/24514133.html		
地址：北京市海淀区苏州街18号长远天地大厦C座3单元502室		

如何申请购买报告

1, 请填写《研究报告订购协议》

(http://www.pday.com.cn/research/pday_report.doc), 注明单位名称、联系人、
联系办法(含传真和邮件)、申请报告名称, 然后签字盖章后传真到: 86-10-
82601570。

2, 研究中心在签订协议后, 将回复传真给您。

3, 会员或客户按照签订的协议汇款到以下帐户:

开户行: 交通银行世纪城支行

帐号: 110060668012015061217

户名: 北京水清木华科技有限公司

4, 研究中心在收到会员或客户汇款凭证的传真确认后, 按时提供信息服务资料或研究报告的文档。

电话: 86-10-82601561

传真: 86-10-82601570

版权声明

该报告的所有图片、表格以及文字内容的版权归北京水清木华科技有限公司（水清木华研究中心）所有。其中，部分图表在标注有其他方面数据来源的情况下，版权归属原数据所有公司。水清木华研究中心获取的数据主要来源于市场调查、公开资料和第三方购买，如果有涉及版权纠纷问题，请及时联络水清木华研究中心。

