

特斯拉国内售价趋势分析

我们用互联网
帮助企业提升效率

免责声明：

本内容非原报告内容；

报告来源互联网公开数据；如侵权
请联系客服微信，第一时间清理；

报告仅限社群个人学习，如需它用
请联系版权方；

如有其他疑问请联系微信。



行业报告资源群



微信扫码 长期有效

1. 进群福利：进群即领万份行业研究、管理方案及其他学习资源，直接打包下载
2. 每日分享：6+份行研精选、3个行业主题
3. 报告查找：群里直接咨询，免费协助查找
4. 严禁广告：仅限行业报告交流，禁止一切无关信息



微信扫码 行研无忧

知识星球 行业与管理资源

专业知识社群：每月分享8000+份行业研究报告、商业计划、市场研究、企业运营及咨询管理方案等，涵盖科技、金融、教育、互联网、房地产、生物制药、医疗健康等；已成为投资、产业研究、企业运营、价值传播等工作助手。

特斯拉又双叻降价啦！

这次的降价可谓是史诗级别的，狠狠搅动了中国的新能源汽车圈。这无疑对刚刚购买了特斯拉的用户来说是一个沉重的打击，短短几天之内就损失了数万。不仅维权无果，特斯拉副总裁陶琳还回应称“坚持以成本定价”，并且多家门店均表示“没有任何补偿方案”。

表一： 1月6日特斯拉国产车型降价一览表

车型	原价（万元）	现价（万元）	下降（万元）	降幅（%）
Model3后驱版	26.59	22.99	3.6	13.5
Model3高性能版	34.99	32.99	2	5.7
ModelY后驱版	28.89	25.99	2.9	10
ModelY长续航版	35.79	30.99	4.8	13.4
ModelY高性能版	39.79	35.99	3.8	9.6

数据来源： 特斯拉官网

特斯拉的价格不稳已成常态

- 2022年10月24日，Model 3和Model Y才刚刚降了价，降幅在1.4万到3.7万元左右；
- 次月特斯拉又通过保险减免等方式变相降价，降幅为8000元。

但特斯拉今年一月份的这波大幅度降价可谓是打得其他新能源汽车品牌不知所措，因为国家宣布，自2023年1月1日起对新能源汽车的补贴正式取消，这就意味着厂商的单车成本将增加。因此2022年底，众多车企都纷纷对旗下的新能源汽车进行涨价，涨幅普遍在0.2-1万元。

那么问题来了，在众多新能源汽车都涨价的时候，特斯拉为何不走寻常路？今天我们就来聊一聊这个顶着无数光环，大家曾经心中新能源汽车的“白月光”- 特斯拉降价背后的秘密。

目录

- 1 股价、市占率双双下跌，销量不及预期
- 2 订单量增长缓慢，库存承压
- 3 单车利润高，降价空间大
- 4 本土新能源车企的崛起
- 5 特斯拉有望进一步降价

一、股价、市占率双双下跌，销量不及预期

- 在过去一年里，特斯拉的股价表现不尽人意，累计下跌70%，市值蒸发近7100亿美元；
- 2023年的第一个交易日，特斯拉收盘大跌12%，创2020年8月以来的新低，市值一天缩水了476亿美元。

股价的接连下挫，与马斯克在收购推特的道路上反复“折腾”有很大的关系。为了筹集推特的资金，马斯克曾多次抛售特斯拉股票，导致其股价下降。并且对特斯拉的管理也不及从前，这让投资者对特斯拉逐渐失去了信心。

图一：特斯拉股价走势图

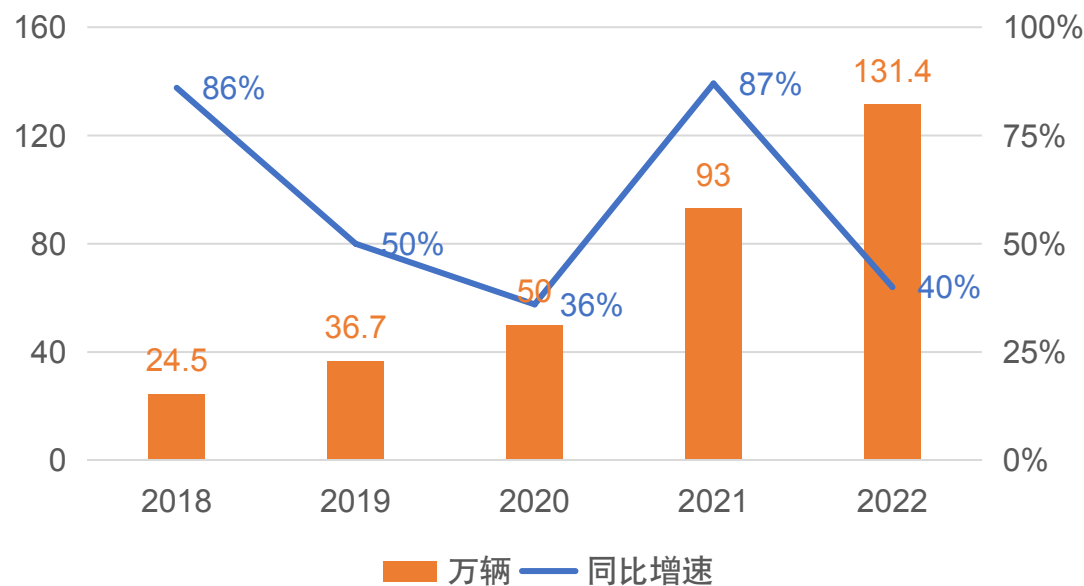


资料来源：Wind

一、股价、市占率双双下跌，销量不及预期

除此之外，2022年特斯拉的交付量不及预期。根据特斯拉近日公布的全球生产及交付报告中显示，2022全年交付量为131.4万辆，并未达到马斯克定下的150万辆的销售目标。其次，40%的交付量增幅，远不及2021年的87%，同比增速放缓不禁让人怀疑其增长乏力。

图二：特斯拉交付数量变化趋势



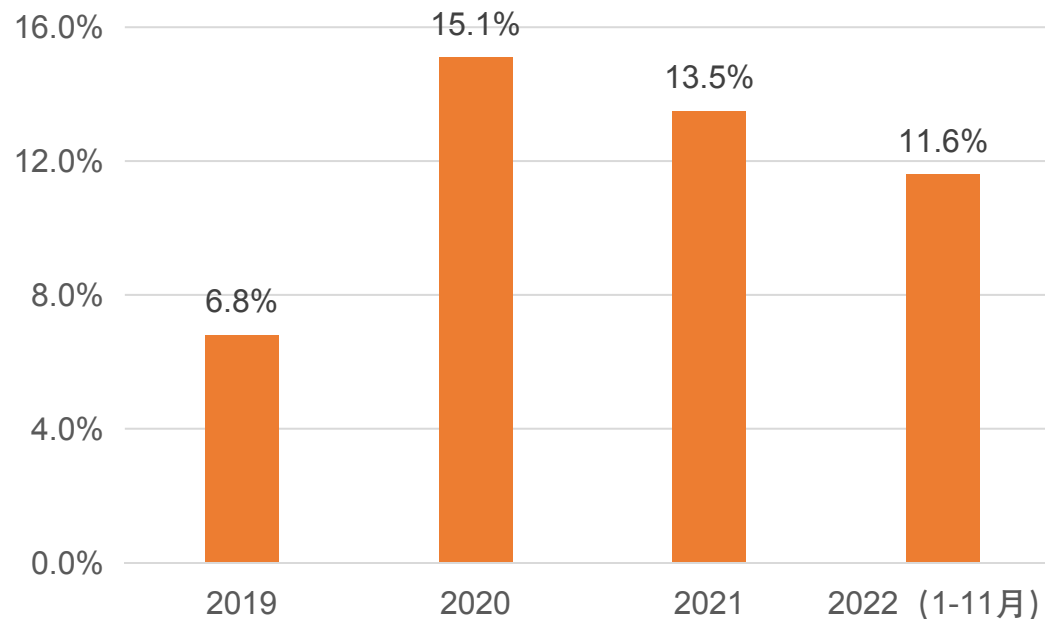
数据来源：特斯拉财报

一、股价、市占率双双下跌，销量不及预期

特斯拉无法完成目标的原因并非是产能不足，而是市场需求没有达到预期：

- 根据乘联会发布的报告显示，2019年特斯拉在中国纯电车市场的占有率仅为6.8%；
- 2020年，特斯拉的市占率就飙升到了15.1%。这得益于特斯拉实现了本土化生产，在扩大产能的同时也降低了单车售价；
- 但2020年后，特斯拉的市占率便开始下降。除了是由于国产电车的崛起瓜分了特斯拉一部分的市场份额外，也意味着大众对特斯拉的热情正不断减弱，需求出现疲软。

图三：特斯拉纯电车市场占有率变化情况

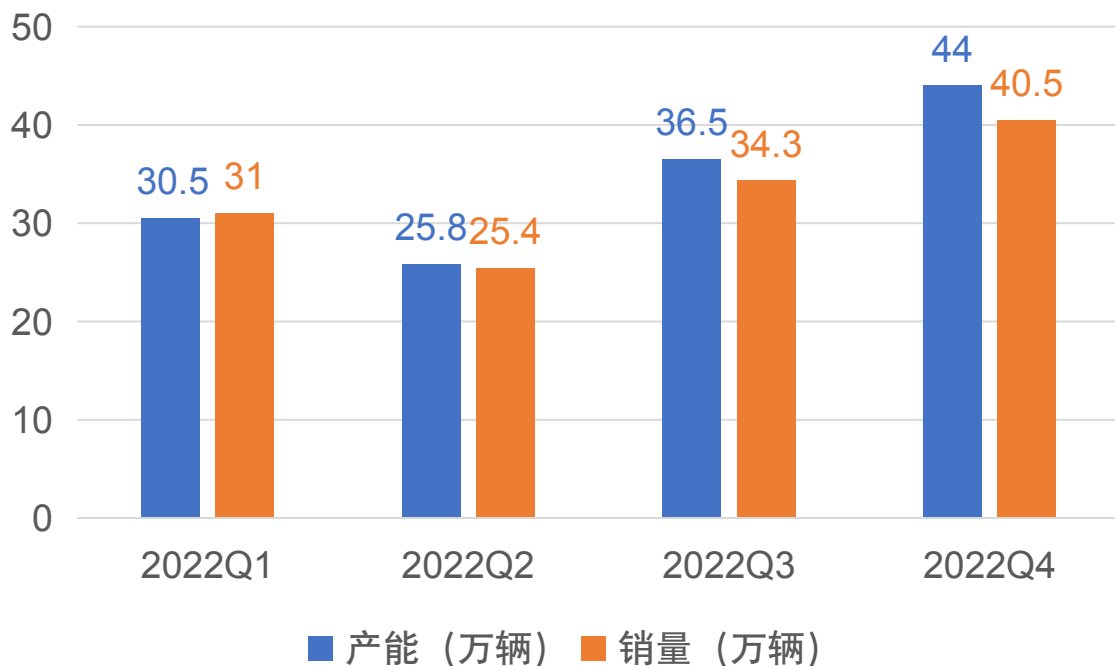


数据来源：乘联会

二、订单量增长缓慢，库存承压

- 从去年第二季度开始，特斯拉的产能就超过了销量；十月份更是上海超级工厂产销差距最大的一个月，产量比交付量多了约1.6万辆；
- 特斯拉在中国积压的订单数减少也十分明显，从7月的17.4万辆到9月的1.6万辆，再到12月只剩下5879辆。结合去年十月及今年一月特斯拉的两波降价，足可以看出其内部的库存压力不小。

图四：特斯拉季度产销数量变化情况

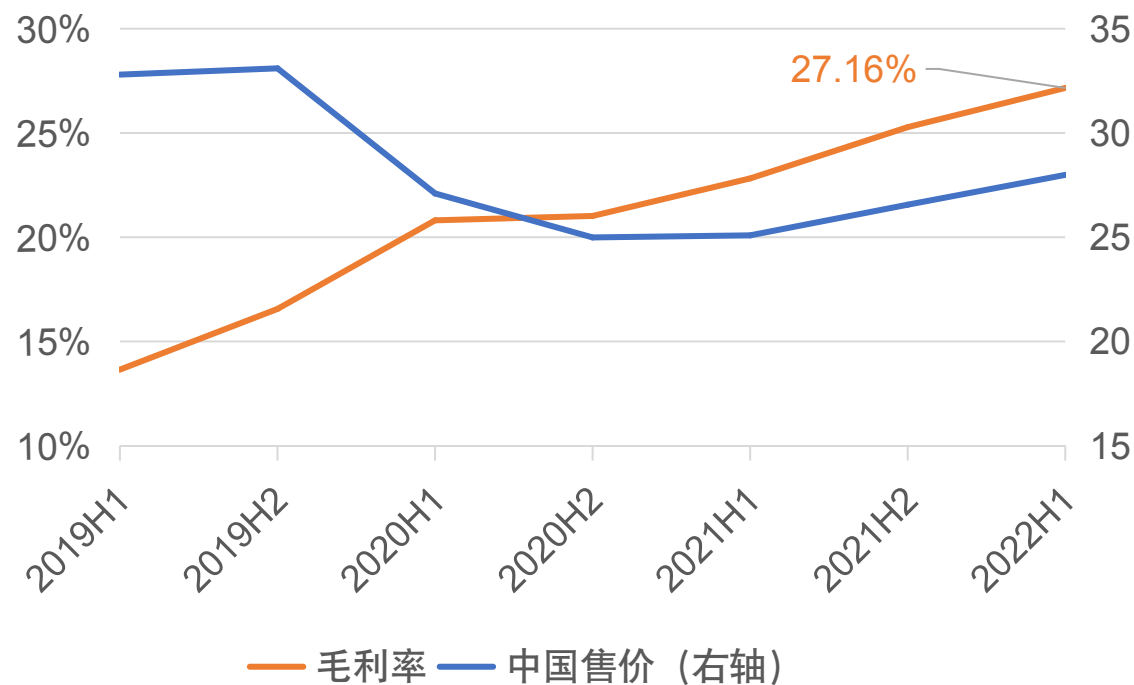


数据来源：特斯拉产销数据

三、单车利润高，降价空间大

- 自2019年底特斯拉上海超级工厂开始量产以来，公司的毛利率呈逐年上涨的趋势，在2022年上半年达到了最高的27.16%；
- 结合代表车型Model 3标准续航版在中国的售价来看，其价格整体呈下降趋势，虽然2021年以来年因为“缺芯潮”和“俄乌冲突”导致成本上升，售价有所上涨，但这种情况显然不会一直存在。

图五：特斯拉毛利率及Model 3 中国售价对比（万元）

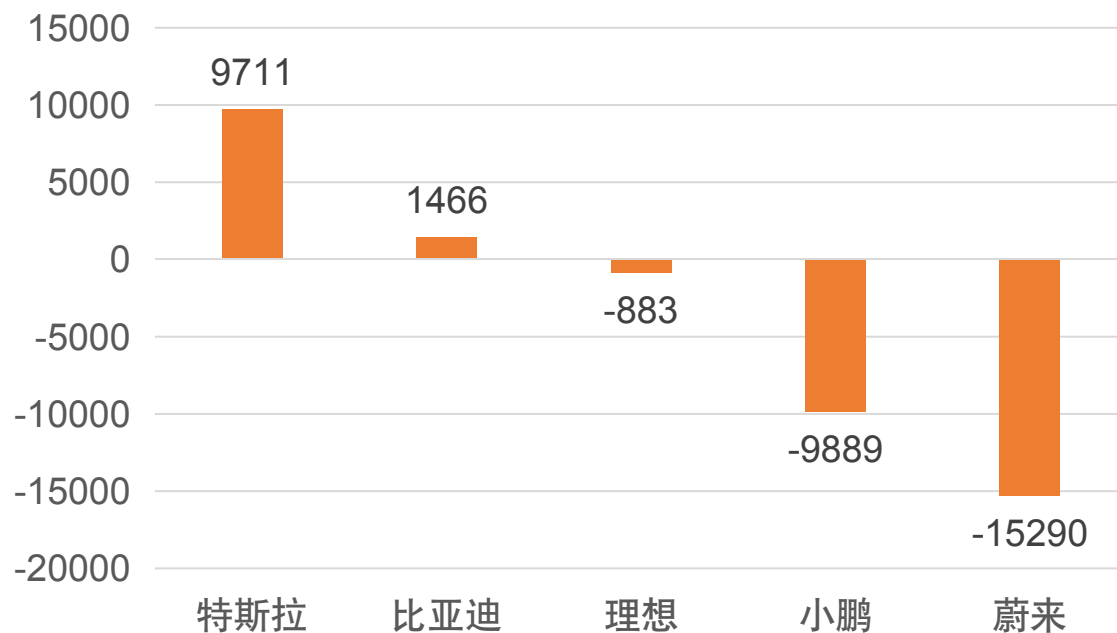


数据来源：特斯拉财报、新闻整理

三、单车利润高，降价空间大

- 2022年12月31日新能源汽车购置补贴的终止，众多车企都纷纷对旗下的新能源汽车进行涨价。而特斯拉之所以敢在补贴取消之际打响价格战，关键在于它拥有相当大的利润空间；
- 据公司财报统计，2022年三季度特斯拉每卖一辆车的净利润为9711美元，这个数字是比亚迪的6.6倍，而同期理想、小鹏、蔚来都在亏损。

图六：车企每售一辆车净利润对比（美元）



数据来源：公司财报整理

三、单车利润高，降价空间大

特斯拉之所以单车利润如此高，主要是因为我国的新能源汽车制造产业链愈发成熟：

- 2022年上海超级工厂年产能已超过75万辆，占全球特斯拉总量的三分之一。如此大规模的订单，不仅可以增加产业链上的话语权，摊薄研发成本，还可以进一步催化本土供应链企业的发展；
- 在2021年，国产特斯拉的本地化生产率已超过了90%，2022年则超过了95%。大到电池，小到座椅模具，其背后则是一家家在该领域成熟的国内企业。无论是规模经济带来的优势，还是产品线的精简，都使得特斯拉较其他国内新能源车企有更高的单车利润。

三、单车利润高，降价空间大

➤ 截至2023年1月6日，国产Model 3标准续航版在中国的售价已经进行了14次调整，目前来到了历史最低的22.99万元。

表二：Model 3标准续航版售价变动情况

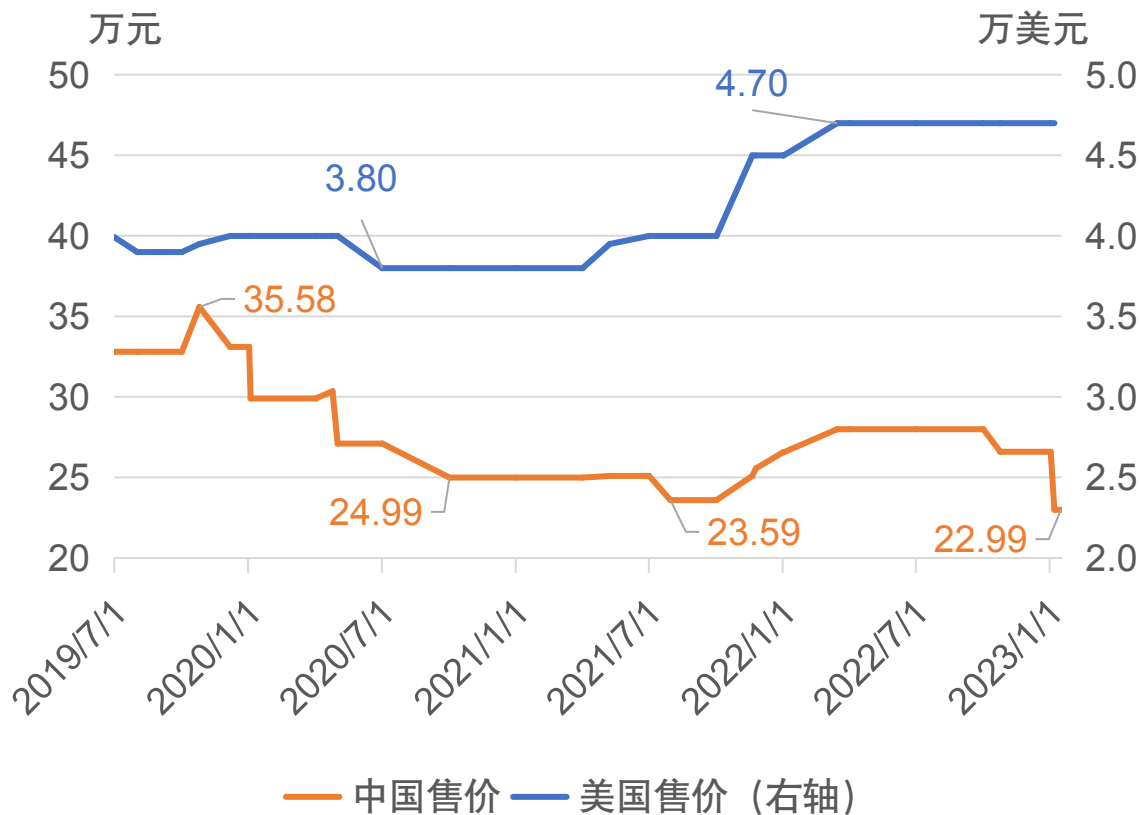
时间	价格 (万)	幅度 (万)	备注
2019.06.01	32.8	/	发布价
2019.10.25	35.58	涨2.78	预订价
2019.12.06	33.1	降2.48	获国家补贴
2020.01.03	29.9	降3.2	配件价格调整
2020.04.24	30.35	涨0.45	补贴新规
2020.05.01	27.1	降3.25	补贴新规
2020.10.01	24.99	降2.11	磷酸铁锂版本推出
2021.05.08	25.09	涨0.1	
2021.07.30	23.59	降1.5	成本进一步降低
2021.11.19	25.09	涨1.5	
2021.11.24	25.56	涨0.47	补贴退坡
2021.12.31	26.56	涨1.0	芯片、电池供应不足
2022.03.15	27.99	涨1.4	俄乌危机材料涨价
2022.10.24	26.59	降1.4	
2023.01.06	22.99	降3.6	

数据来源：通过新闻整理

三、单车利润高，降价空间大

- 从2019年6月1日到2023年1月6日，Model 3标准续航版在中国的售价整体呈下降趋势，且中国的售价为全球最低。而在美国的售价趋势则截然相反，整体呈上涨趋势。这也得益于我国有着成熟、完整的新能源汽车制造产业链。

图七：Model 3中国售价 VS 美国售价

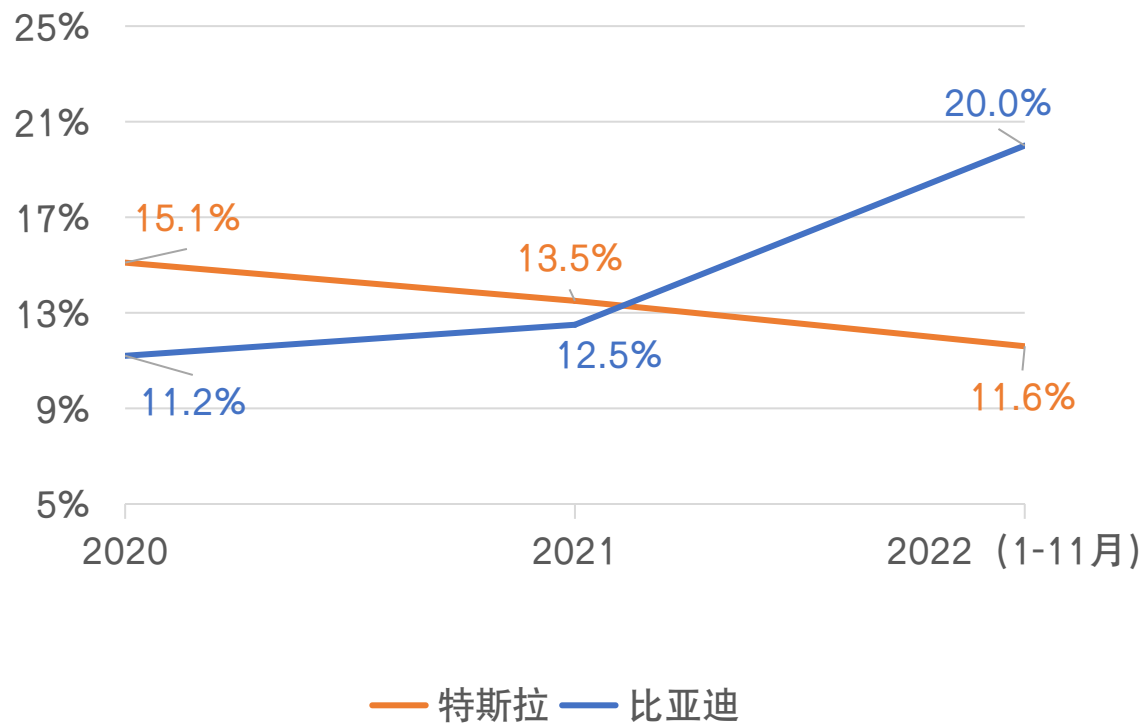


数据来源：通过新闻整理

四、本土车企的崛起

- 据乘联会最新数据显示，2022年前11个月纯电动市场占比最高的厂商是比亚迪，市占率达到了20%，和2020年相比增加了8.8%；而同期特斯拉的市占率则跌到了11.6%，和2020年相比减少了3.5%。

图八：特斯拉 VS 比亚迪纯电动市场占比



数据来源：乘联会

四、本土车企的崛起

- 不仅如此，其他的本土车企也陆续推出了“爆款车型”，吸引了越来越多的消费者。2022年前11个月销量排名前5的纯电动车，国产车型占据了3位，在国产车型普遍增长的趋势下，Model 3销量增速出现了下滑，特斯拉在国内的优势也逐渐被削弱。

表三：纯电动车型销量排名

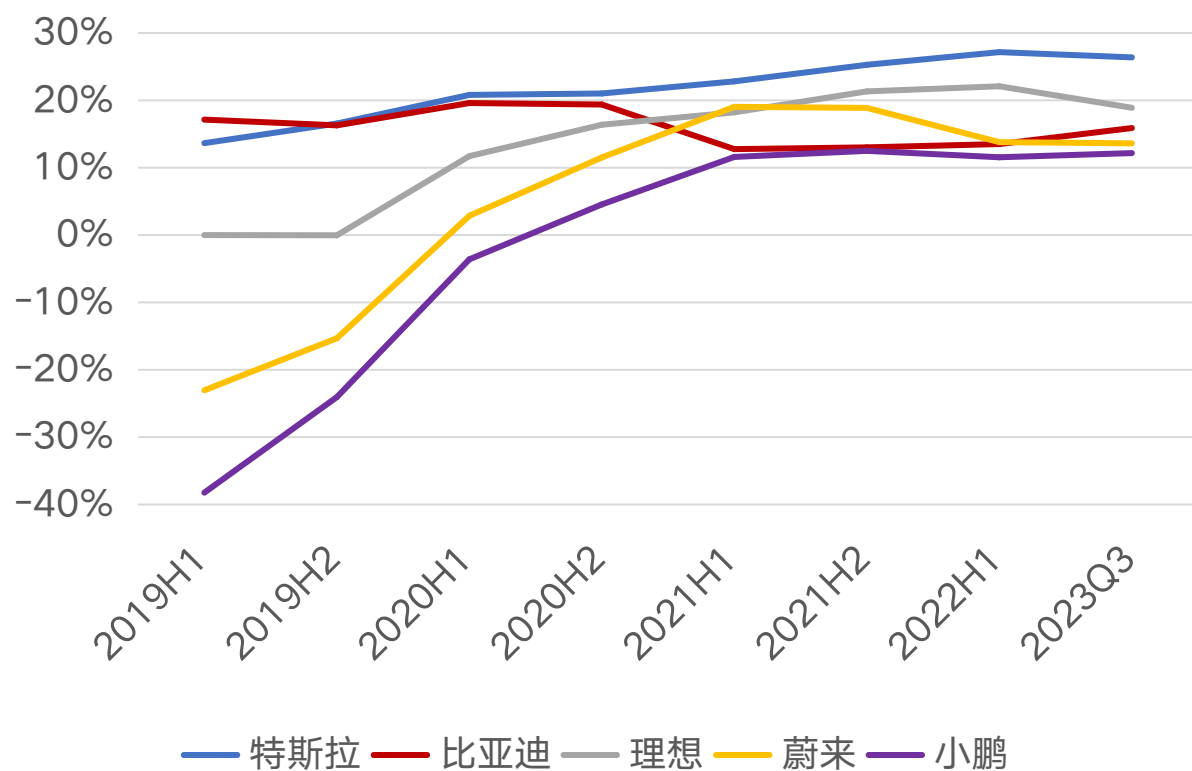
排名	车型	销量	同比
1	宏光mini EV	376443	9.4%
2	Model Y	287272	120.1%
3	海豚	156541	1220.8%
4	元Plus	127336	/
5	Model 3	112738	-7.0%

数据来源：乘联会

四、本土车企的崛起

- 虽然国内车企目前的盈利能力仍不及特斯拉，但普遍呈增长趋势。反映了消费者对国产新能源汽车的认可度在逐渐提高；
- “内卷”正在国内新能源汽车的赛道上愈演愈烈。在此竞争格局下，特斯拉通过降价来抢夺市场占有率也不足为奇。

图九：新能源车企毛利率对比



数据来源：公司财报

五、特斯拉有望进一步降价

- 在纯电动市场中，电池往往是整车中成本占比最高的组件，约占40-60%；
- 据特斯拉官方消息称，其自研的“4680电池”在2023年将陆续批量生产并投入使用。该电池相较目前的“2170电池”不仅能够提升16%的续航里程，同时也降低了14%的生产成本；
- 通过公式：官方售价*40%*14%，以Model 3标准续航版为例，使用新款电池所带来的降价空间保守估计约为1.3万元。



五、特斯拉有望进一步降价

- 特斯拉不断优化整车设计，使生产尽可能简化，提升生产效率。规模化的生产体系，结合直销的经营模式，特斯拉的生产成本有望进一步降低；
- 特斯拉在中国也面临着“对赌协议”带来的压力。上海政府要求超级工厂从2023年年底起，每年须纳税22.3亿元，否则将收回建厂的土地，这无形中也成为特斯拉要继续保持销量增长的“催命符”。

结合上述提到的特斯拉销量不及预期、库存承压、国内新能源汽车的竞争环境等因素，在目前单车利润高、未来成本将进一步降低这样的底气下，2023年特斯拉或将进一步通过降价来维持销量增长，Model 3的起步售价有望来到20.99万元。

勤策消费研究，专注全球消费洞察与市场研究。结合当下热点话题，通过全面的数据分析，输出专业、有态度的行业观点和研究报告。



勤策
消费研究

钱旭明

勤策消费研究资深分析师

保持独立思考，抽丝剥茧
关注消费领域，研判行业趋势



勤策
消费研究

杨珊

勤策消费研究分析师

保持思维严谨，透过现象看本质
关注消费热点、洞察行业趋势

免责声明：

本内容非原报告内容；

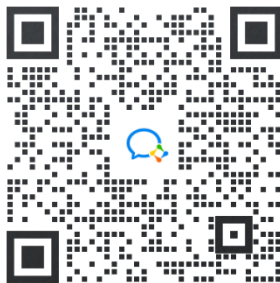
报告来源互联网公开数据；如侵权
请联系客服微信，第一时间清理；

报告仅限社群个人学习，如需它用
请联系版权方；

如有其他疑问请联系微信。



行业报告资源群



微信扫码 长期有效

1. 进群福利：进群即领万份行业研究、管理方案及其他学习资源，直接打包下载
2. 每日分享：6+份行研精选、3个行业主题
3. 报告查找：群里直接咨询，免费协助查找
4. 严禁广告：仅限行业报告交流，禁止一切无关信息



微信扫码 行研无忧

知识星球 行业与管理资源

专业知识社群：每月分享8000+份行业研究报告、商业计划、市场研究、企业运营及咨询管理方案等，涵盖科技、金融、教育、互联网、房地产、生物制药、医疗健康等；已成为投资、产业研究、企业运营、价值传播等工作助手。



消费品行业数字化服务商

我们用软件帮助企业提升效率