

2022年中国汽车OTA行业分析报告- 行业发展监测与投资潜力分析

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2022年中国汽车OTA行业分析报告-行业发展监测与投资潜力分析》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202112/563829.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

OTA是一种远程无线升级技术，整个OTA架构由车端、云端和通讯网络三个关键要素以及第三方运营和OEM等研发系统组成。根据升级对象的不同可分为SOTA和FOTA两种，SOTA指车机内置软件的升级，可类比为手机里APP更新，FOTA指固件更新，属于整车OTA，可类比为手机里操作系统的更新。

汽车OTA研发系统

资料来源：观研天下整理

一、汽车OTA行业现状

1.消费者对汽车OTA认同度、接受度较高

汽车OTA下游主要为各车端用户。调查显示，50%的消费者在买车、换车时会将汽车OTA作为重要选车依据。80%的消费者汽车OTA升级具有一定的了解。

买车、换车时是否会将汽车OTA作为重要选车依据

数据来源：观研天下数据中心整理

消费者对汽车OTA升级的了解情况

数据来源：观研天下数据中心整理

2.国内汽车OTA装配量、装配率快速增长

2020年我国汽车OTA前装装配量达到444.9万台，同比增长15.9%。汽车OTA装配率由2019年的19.7%增长至2021年1-5月的28.3%。

2019-2021年1-5月我国汽车OTA装配率

数据来源：观研天下数据中心整理

3.汽车OTA监管政策趋紧，行业进入规范化发展阶段

2020年以来我国汽车OTA监管政策进展明显：2020年11月23日，中国市场监管总局办公厅出台《关于进一步加强汽车远程升级（OTA）技术召回监管的通知》。2021年6月，《关于汽车远程升级（OTA）技术召回备案的补充通知》对汽车OTA技术召回进行更详细的说明。政策发布后，截至2021年6月底，沃尔沃、奔驰、宝马和特斯拉等车企发布OTA召回车辆的通知，行业进入规范化发展阶段。

我国汽车OTA产业相关政策	时间	政策名称	制定部门	主要内容	2021.07
《工业和信息化部关于加强智能网联汽车生产企业及产品准入管理的意见》		工信部	要求具有在线升级（又称OTA升级）功能的汽车产品的企业，不仅要具有相应的管理能力在升级的时候，还要确保车辆处于安全状态，并向车辆用户告知在线升级的目的、内容、所需时长、		

注意事项、升级结果等信息。其次，未经审批，不得通过在线等软件升级方式新增或更新汽车自动驾驶功能 2021.06 《关于汽车远程升级（OTA）技术召回备案的补充通知》市场监管总局质量发展局 补充内容规定生产者备案采用OTA方式技术服务活动或召回时，需提交《汽车远程升级(OTA)安全技术评估信息表》。《信息表》包含了生产者、车辆信息，以及OTA类型、升级发布时间、升级周期、升级需求来源、升级实施目的、升级失败处理机制等信息，涵盖了OTA前、中、后各个阶段。 2021.06

《工业和信息化部办公厅关于开展车联网身份认证和安全信任试点工作的通知》工信部 要求建立车、云、设备、道路之间相互通信安全信任体系，建立包括通信身份认证、数据加密等在内的技术能力，实现各类通信场景下的身份认证、数据机密性和完整性保护，要加强车联网各部分的通信安全保障能力 2020.11

《市场监管总局办公厅关于进一步加强汽车远程升级(OTA)技术召回监管的通知》市场监管总局质量发展局 要求生产者采用OTA方式消除汽车产品缺陷、实施召回的，应按要求制定召回计划，向市场监管总局质量发展局备案。对于OTA入侵方面也加强规范，要求生产者一旦获知OTA实施过程中的车辆，在中国市场上发生被入侵、远程控制等安全事故时，立即组织调查分析并向市场监管总局质量发展局报告调查分析结果 2020.11

《国务院办公厅关于印发新能源汽车产业发展规划(2021—2035年)的通知》国务院 强调在提高新能源汽车整车综合性能的同时，做好三电核心技术、网联化与智能化技术等关键零部件技术的供给，进一步加强智能网联汽车关键零部件及系统开发。支持企业跨界协同，研发复杂环境融合感知、智能网联决策与控制、信息物理系统架构设计等关键技术快速发展的同时也要注意网络安全保障，要健全新能源汽车网络安全管理制度 2020.02

《智能汽车创新发展战略》发改委 战略提出明确目标，2025年，实现有条件自动驾驶的智能汽车达到规模化生产，实现高度自动驾驶的智能汽车在特定环境下市场化应用，强调新能源汽车与智慧产业的多元融合发展，鼓励整车企业逐步成为智能汽车产品提供商，鼓励零部件企业逐步成为智能汽车关键系统集成供应商 2016.10

《电动汽车远程服务与管理系统技术规范》全国汽车标准化技术委员会 国家标准规定新生产的新能源汽车均需安装车载终端，相关企业需建立数据监测平台对新能源汽车各类关键系统实行实时数据采集，对相关车辆的运行安全状态进行监测和管理。公共服务领域车辆的数据需要收集并上传至地方监测平台

资料来源：观研天下整理

2021年主要主机厂因软件问题召回车辆事件 车企 召回事件 沃尔沃 2021年3月，沃尔沃汽车旗下极星汽车宣布召回2021年款国产极星2首发版纯电动汽车，共计2031辆。原因是，动力电池能量控制模块(BECM)存在软件问题，在极端情况下，行驶途中可能失去动力，存在安全隐患。 奔驰 2021年3月梅赛德斯-奔驰宣布召回高达260多万辆汽车，原因是车辆通信模块软件的设计问题，当车辆发生碰撞且自动触发紧急呼叫服务时，可能导致救援延迟，存在安全隐患 华晨宝马 2021年5月，华晨宝马宣布自2021年6月1日起，召回生产日期从2020年

9月1日到2021年4月30日的部分国产ix3电动汽车，共计6636台。原因是车辆电池控制单元的软件存在设计问题。

特斯拉

2021年6月，特斯拉备案了召回计划，决定召回合计285520万辆进口Model 3、国产Model 3以及Model Y电动汽车。本次召回范围内的车辆由于主动巡航控制系统问题，易造成驾驶员在以下情形误激活主动巡航功能:1、当车辆处于D挡，驾驶员再次拨动右侧控制杆试图切换挡位时;2、在车辆急转弯，驾驶员误触碰并拨动右侧控制杆时等。

资料来源：观研天下整理

二、汽车OTA行业竞争情况

1.造车新势力领先发展

截至2021年6月，包括造车新势力、自主品牌、外资品牌在内的31个汽车品牌进行了约215次OTA升级，其中造车新势力车企统计到7家，进行了125次OTA升级，占比约为58.1%。造车新势力车企中，特斯拉是OTA升级次数最多的车企。截至2021年6月，特斯拉共进行了56次OTA升级，占造车新势力的44.8%。

截至2021年6月国内汽车品牌OTA升级占比情况

数据来源：观研天下数据中心整理

截至2021年6月特斯拉OTA升级占造车新势力的比重

数据来源：观研天下数据中心整理

2.自主品牌车企、外资品牌车企快速追赶

除造车新势力外，比亚迪、红旗、本田、广汽埃安等传统主机厂也正快速追赶。目前比亚迪在OTA升级方面具备SOTA的能力和部分FOTA升级能力，其OTA升级主要应用于旗舰车型汉。外资品牌中通用和卡尔玛在OTA升级方面相对领先于其他车企，宝马、沃尔沃、路虎、捷豹等车企具备SOTA和部分FOTA能力。大众、奔驰、本田、日产、福特目前只针对IVI系统功能提供OTA升级。

自主品牌车企、外资品牌车企OTA升级进展

升级进展	自主品牌车企	外资品牌车企
FOTA	吉利、通用汽车、卡尔玛	部分FOTA & SOTA
SOTA	比亚迪、宝马、沃尔沃、路虎、捷豹	SOTA
北汽	大众、奔驰、本田、日产、福特	部分SOTA
-	奥迪、帕拉梅拉、丰田、现代	

资料来源：观研天下整理

三、汽车OTA行业前景

未来，随着各车企加大车联网的应用程度，使得其逐渐成为汽车的标配，给汽车OTA搭建基础通讯平台，预计到2025年，我国OTA装机量或将达到1800万辆。

2020-2025年我国OTA装机量及预测

数据来源：观研天下数据中心整理（zlj）

观研报告网发布的《2022年中国汽车OTA行业分析报告-行业发展监测与投资潜力分析》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章2018-2022年中国汽车OTA行业发展概述

第一节 汽车OTA行业发展情况概述

一、汽车OTA行业相关定义

二、汽车OTA行业基本情况介绍

三、汽车OTA行业发展特点分析

四、汽车OTA行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、汽车OTA行业需求主体分析

第二节 中国汽车OTA行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、汽车OTA行业产业链条分析

三、产业链运行机制

（1）沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国汽车OTA行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国汽车OTA行业生命周期分析

一、汽车OTA行业生命周期理论概述

二、汽车OTA行业所属的生命周期分析

第四节 汽车OTA行业经济指标分析

一、汽车OTA行业的赢利性分析

二、汽车OTA行业的经济周期分析

三、汽车OTA行业附加值的提升空间分析

第五节 中国汽车OTA行业进入壁垒分析

一、汽车OTA行业资金壁垒分析

二、汽车OTA行业技术壁垒分析

三、汽车OTA行业人才壁垒分析

四、汽车OTA行业品牌壁垒分析

五、汽车OTA行业其他壁垒分析

第二章2018-2022年全球汽车OTA行业市场发展现状分析

第一节 全球汽车OTA行业发展历程回顾

第二节 全球汽车OTA行业市场区域分布情况

第三节 亚洲汽车OTA行业地区市场分析

一、亚洲汽车OTA行业市场现状分析

二、亚洲汽车OTA行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲汽车OTA行业市场前景分析

第四节 北美汽车OTA行业地区市场分析

一、北美汽车OTA行业市场现状分析

二、北美汽车OTA行业市场规模与市场需求分析

三、北美汽车OTA行业市场前景分析

第五节 欧洲汽车OTA行业地区市场分析

一、欧洲汽车OTA行业市场现状分析

二、欧洲汽车OTA行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲汽车OTA行业市场前景分析

第六节2022-2027年世界汽车OTA行业分布走势预测

第七节2022-2027年全球汽车OTA行业市场规模预测

第三章 中国汽车OTA产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国汽车OTA行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国汽车OTA产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国汽车OTA行业运行情况

第一节 中国汽车OTA行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国汽车OTA行业市场规模分析

第三节 中国汽车OTA行业供应情况分析

第四节 中国汽车OTA行业需求情况分析

第五节 我国汽车OTA行业细分市场分析

- 1、细分市场一
- 2、细分市场二
- 3、其它细分市场

第六节 中国汽车OTA行业供需平衡分析

第七节 中国汽车OTA行业发展趋势分析

第五章 中国汽车OTA所属行业运行数据监测

第一节 中国汽车OTA所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国汽车OTA所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国汽车OTA所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章2018-2022年中国汽车OTA市场格局分析

第一节 中国汽车OTA行业竞争现状分析

一、中国汽车OTA行业竞争情况分析

二、中国汽车OTA行业主要品牌分析

第二节 中国汽车OTA行业集中度分析

一、中国汽车OTA行业市场集中度影响因素分析

二、中国汽车OTA行业市场集中度分析

第三节 中国汽车OTA行业存在的问题

第四节 中国汽车OTA行业解决问题的策略分析

第五节 中国汽车OTA行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章2018-2022年中国汽车OTA行业需求特点与动态分析

第一节 中国汽车OTA行业消费市场动态情况

第二节 中国汽车OTA行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 汽车OTA行业成本结构分析

第四节 汽车OTA行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国汽车OTA行业价格现状分析

第六节 中国汽车OTA行业平均价格走势预测

- 一、中国汽车OTA行业价格影响因素
- 二、中国汽车OTA行业平均价格走势预测
- 三、中国汽车OTA行业平均价格增速预测

第八章2018-2022年中国汽车OTA行业区域市场现状分析

第一节 中国汽车OTA行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区汽车OTA市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区汽车OTA市场规模分析
- 四、华东地区汽车OTA市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区汽车OTA市场规模分析
- 四、华中地区汽车OTA市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区汽车OTA市场规模分析
- 四、华南地区汽车OTA市场规模预测

第五节 华北地区汽车OTA市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区汽车OTA市场规模分析
- 四、华北地区汽车OTA市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析

三、东北地区汽车OTA市场规模分析

四、东北地区汽车OTA市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

一、西部地区概述

二、西部地区经济环境分析

三、西部地区汽车OTA市场规模分析

四、西部地区汽车OTA市场规模预测

第九章2018-2022年中国汽车OTA行业竞争情况

第一节 中国汽车OTA行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国汽车OTA行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国汽车OTA行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 汽车OTA行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章2022-2027年中国汽车OTA行业发展前景分析与预测

第一节 中国汽车OTA行业未来发展前景分析

一、汽车OTA行业国内投资环境分析

二、中国汽车OTA行业市场机会分析

三、中国汽车OTA行业投资增速预测

第二节 中国汽车OTA行业未来发展趋势预测

第三节 中国汽车OTA行业市场发展预测

一、中国汽车OTA行业市场规模预测

二、中国汽车OTA行业市场规模增速预测

三、中国汽车OTA行业产值规模预测

四、中国汽车OTA行业产值增速预测

五、中国汽车OTA行业供需情况预测

第四节 中国汽车OTA行业盈利走势预测

一、中国汽车OTA行业毛利润同比增速预测

二、中国汽车OTA行业利润总额同比增速预测

第十二章2022-2027年中国汽车OTA行业投资风险与营销分析

第一节 汽车OTA行业投资风险分析

- 一、汽车OTA行业政策风险分析
- 二、汽车OTA行业技术风险分析
- 三、汽车OTA行业竞争风险分析
- 四、汽车OTA行业其他风险分析

第二节 汽车OTA行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章2022-2027年中国汽车OTA行业发展战略及规划建议

第一节 中国汽车OTA行业品牌战略分析

- 一、汽车OTA企业品牌的重要性
- 二、汽车OTA企业实施品牌战略的意义
- 三、汽车OTA企业品牌的现状分析
- 四、汽车OTA企业的品牌战略
- 五、汽车OTA品牌战略管理的策略

第二节 中国汽车OTA行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国汽车OTA行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章2022-2027年中国汽车OTA行业发展策略及投资建议

第一节 中国汽车OTA行业产品策略分析

- 一、服务/产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国汽车OTA行业营销渠道策略

一、汽车OTA行业渠道选择策略

二、汽车OTA行业营销策略

第三节 中国汽车OTA行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国汽车OTA行业重点投资区域分析

二、中国汽车OTA行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202112/563829.html>