禾赛 20260831

禾赛科技 2026-2027 投研分析：跨越 ASP 下行期，静待 L3 量价齐升

摘要

- 禾赛科技稳居全球激光雷达龙头，全口径市占率近 40%，主激光雷达市占率超 55%且环比提升，领先速腾聚创（16%）及华为（38%-40%，含大量补盲雷达）。
- 2026 年为行业“青黄不接”小年，受汽车需求疲软及 ASP 下行（10%-20%降幅）影响，毛利承压；预计全年收入增 40%-50%，净利润约 5-6 亿元。
- 主力产品 ATX（约 150 美元）于 2026 年 4 月量产，全固态补盲 FTX 预计出货 20-30 万颗；高端 ETX 及全彩雷达计划 2026 年底量产，贡献 2027 年增量。
- 泛机器人业务贡献 40%收入，因下游议价权弱，毛利率超 50%，利润贡献度高于车载业务；SGI 新业务预计 2027 年实现盈亏平衡，收入目标 7 亿元。
- 2027 年核心逻辑转向 L3 级自动驾驶落地，单车雷达需求升至 3-6 颗，带动 ASP 止跌回升；禾赛已获奔驰、大众定点，海外工厂 50 万颗产能将于 2026 年落地。

Q&A

请介绍一下禾赛科技当前的核心业务构成、各业务板块的收入占比，以及与同业公司速腾聚创在业务结构上的主要差异？

禾赛科技的核心业务主要分为两大板块：车载 ADAS 激光雷达业务和泛机器人激光雷达业务。从收入构成来看，车载 ADAS 业务的收入占比约为 60%，而泛机器人业务的收入占比约为 40%。相较于速腾聚创，禾赛在 ADAS 业务领域的收入占比较高。泛机器人业务覆盖的应用场景广泛，包括 Robotaxi、Robotruck、人形机器人、割草机、无人叉车和无人机等。



禾赛科技在车载ADAS激光雷达领域的产品线布局是怎样的，包括哪些主要系列、各自的定位、价格区间以及2026年的量产和交付情况？

禾赛科技的车载ADAS激光雷达产品线主要包括AT、ET和FT三大系列。 AT系列是主打高性价比的主流产品线。其中，AT128的早期价格约为200至300美元，该型号将于2026年停产，预计当年交付量在十几万颗。当前的主力交付产品是新一代的ATX，其价格约为150美元，对应人民币千元级别，自2026年4月起已启动量产交付。 ET系列定位为高端超远距离激光雷达，其探测距离可达400米左右，接近普通激光雷达（200-300米）的两倍，价格也相应更高。该系列中的高性能产品ETX计划于2026年年底量产，因此预计2026年的整体交付量不会太大。 FT系列是用于车载补盲的全固态激光雷达，单价在100美元左右。预计2026年，FTX等全固态补盲雷达的出货量可达到20万至30万颗。

禾赛科技新发布的全彩激光雷达采用了哪些核心技术，旨在解决什么行业痛点，其市场定位、价格及交付计划如何？

禾赛科技新发布的全彩激光雷达基于公司自研的“毕加索”6D超感光芯片，该技术实现了RGB信息与XYZI信息的芯片级前融合。此举旨在解决激光雷达与视觉数据在感知层面可能出现的冲突，从而降低智能驾驶算法的开发难度并节省算力。在交付计划方面，预计将在2026年年底开始向车企交付测试样本。关于市场定位与价格，其定价将高于AT128，预计在接近2000元人民币的水平。

禾赛科技在泛机器人业务领域的产品线是如何构成的，主要有哪些系列及其应用场景？

禾赛科技在泛机器人业务领域主要布局了三大产品系列：Panda系列、XT系列和QT系列。Panda系列是机械式旋转旗舰激光雷达。XT系列属于工业级激光雷达，主要应用于手持测绘、固定安装、人形机器人以及割草机器人等场景。QT系列是用于机器人的补盲激光雷达，通常与主激光雷达搭配使用，以实现更全面的空间信息采集。

禾赛科技目前的客户结构是怎样的，尤其是在国内外主流主机厂的覆盖情况、核心客户以及订单获取方面取得了哪些进展？

在客户结构方面，禾赛科技已全面覆盖国内一线主机厂，并与全球主流主机厂建立了合作关系。国内市场，禾赛与销量排名前十的汽车品牌均有合作，核心客户包括理想、小米、比亚迪、零跑、长安、吉利、长城、奇瑞，以及上汽奥迪、上汽通用、丰田旗下合资品牌等头部车企。其中，理想和小米已实现全系车型标配激光雷达。新产品ATX的换代版本已累计获得超过400万台的订单。国际市场方面，公司正处于逐步放量的阶段，例如2026年3月获得了奔驰的定点，5月与大众签订了新的定点，预计海外主机厂的整体订单规模已超过100万台，并将从

2026 年末至 2027 年开始逐步放量。

在当前全球及国内激光雷达市场中，禾赛科技的市场份额和竞争地位如何，特别是在主激光雷达领域的表现是怎样的？

在全球激光雷达市场，中国供应商占据主导地位。国内市场主要由禾赛、速腾聚创、华为和图达通四家构成。从全口径出货量来看，禾赛的市场份额接近 40%，稳居行业第一，且市场份额呈环比提升趋势。速腾聚创的市占率约为 16%，华为约为 38%至 40%，图达通为中高个位数水平。 需要指出的是，华为的激光雷达主要供应给鸿蒙智行生态伙伴，且补盲雷达出货占比较高；图达通则主要绑定蔚来汽车。若仅从第三方供应商的竞争格局看，市场主要由禾赛和速腾主导。 在技术门槛和产品含金量更高的主激光雷达领域，禾赛的领先地位更为显著。其主激光雷达的市场占有率超过 55%，并且环比持续提升，而法雷奥、Ouster 等海外厂商的份额则为个位数水平。

推动车载激光雷达市场发展的核心驱动力是什么？L3 级自动驾驶的推广和车型价格的下探分别对市场渗透率和产品需求产生了怎样的影响？

车载激光雷达市场的核心驱动力主要来自两个方面：L3 级自动驾驶的推广和搭载激光雷达车型的价格下探。 首先，L3 级自动驾驶的推广是关键驱动因素。L3 级别意味着事故责任主体从驾驶员转移至车企，这要求车企必须配置更高的安全冗余，从而推动了激光雷达的搭载需求。为满足 L3 级自动驾驶的要求，单车激光雷达搭载量预计将提升至 3 到 6 颗，并且对雷达性能提出了更高要求。这将带动高性能、高利润产品的放量，并可能提升平均销售价格。 其次，搭载激光雷达的车型价格持续下探也促进了渗透率的提升。随着激光雷达进入千元级别，搭载该配置的新能源车型售价已下探至 8 万元左右，例如零跑 A10 车型。比亚迪“天神之眼”等配置的推出也表明，激光雷达正从 20 万元以上车型向 10 万元级别市场普及，进一步扩大了市场空间。

如何评估当前激光雷达行业的竞争格局、渗透空间以及禾赛科技自身的业务结构与盈利能力？

从行业竞争来看，激光雷达的远期渗透空间相对较大。尤其是在欧美及新兴市场，激光雷达的搭载率仍处于非常初级的阶段，全球市场渗透率大约在 3%左右。国内厂商由于已占据全球市场的主要份额，因此能够受益于全球化的趋势。行业发展的核心驱动力在于 L3 级自动驾驶的推进以及车载激光雷达在国内外市场的渗透率提升，这两个逻辑具有较高的确定性。 从禾赛科技自身来看，其业务结构中，汽车车载雷达收入占比约 60%，机器人雷达占比约 40%。然而，从利润贡献角度分析，机器人雷达业务更为重要。由于机器人雷达的下游应用场景更分散，订单呈现小批量、多批次的特点，下游厂商的议价能力较弱，使得机器人雷达的单价和毛利率均高于车载雷达，其毛利率可达 50%以上。因此，机器人雷达的利

润贡献占比要高于车载雷达，其放量是公司的一个重点方向。

2026 年激光雷达行业面临的主要挑战是什么？特别是 ASP 下降对禾赛科技的毛利率和利润产生了怎样的影响？

2026 年激光雷达行业面临的核心挑战是产品平均销售价格的持续显著下降，这直接导致了毛利率的下滑，对利润端构成了明显影响。ASP 的下降主要源于两方面因素：首先是市场竞争加剧，例如速腾聚创采取了较有竞争力的定价策略，引发了一定程度的价格竞争。其次是产品结构的变化，高价产品占比降低，而低价产品占比提升。这一结构性变化不仅是价格战的结果，也与 2026 年整体汽车市场需求疲软有关。在终端需求较弱的背景下，车企基本不会进行激光雷达的升级增配，反而会更严格地推行降本措施，加速向低成本产品切换，从而对 ASP 产生了负向影响。

展望未来，激光雷达产品的价格趋势将如何演变？禾赛科技的毛利率和利润水平在 2027 年是否会趋于稳定？

激光雷达以核心技术驱动降本的阶段已基本结束，未来单一产品的降价幅度预计将进入收敛区间。展望 2027 年，预计年度降幅将收窄至个位数水平，远低于 2025 年及当前约 10%至 20%的 ASP 降幅。此外，禾赛科技价值量更高的新产品预计将于 2026 年底至 2027 年逐步放量。综合来看，产品迭代带来的性能提升、价格降幅的收敛趋稳、规模效应的显现，以及公司自研芯片产品的逐步放量，将共同对毛利率形成支撑。预计到 2027 年，公司的毛利率和利润端将呈现出更为稳定的状态。

禾赛科技 2026 年的整体业绩预期如何？包括收入增长、产品交付量、毛利率及净利润等关键指标的预测是怎样的？

预计禾赛科技 2026 年全年收入同比增长约 40%至 50%。在交付量方面，雷达产品总体交付量预计在 300 万至 350 万颗之间，其中 ADAS 雷达接近 300 万颗，机器人雷达约 50 万颗。尽管交付量增长显著，但由于 ASP 下降，2026 年整体毛利率仍面临较大压力。因此，在利润端，预计 2026 年全年净利润约为 5 亿至 6 亿元人民币。

除了主营的雷达业务，禾赛科技在新业务方面有哪些布局？这些新业务的进展、收入预期以及对公司估值可能产生的影响是怎样的？

禾赛科技将业务划分为主业雷达业务和 SGI 新业务两大板块。SGI 新业务主要包含两个方向：一是 Cosmos 3D 空间感知平台，二是机器人动力模组。 Cosmos 平台旨在推动从 2D 向 3D 的数据感知升级，可作为物理 AI 的数据基础设施。其应用场景分为 To B 和 To C 两类。To B 场景包括为机器人训练采集高精度几何信息与全彩纹理信息以提升其泛化能力，以及用于广告、电影制作和 3D 直播等领

域。To C 场景则面向消费级的 3D 内容采集需求，可能推出便携式小型化设备，支持 3D 旅行记录、生活场景拍摄，并可与 VR 设备结合提供沉浸式体验。Cosmos 产品已于 2026 年第三季度开始交付并产生收入，初期将主要在 B 端场景放量。该产品的硬件设备单价较高，约在数万元至近 10 万元人民币的量级，预计 2026 年可贡献小几千万元的收入。 机器人动力模组业务利用了公司在激光雷达研发生产过程中积累的电机控制、热管理等底层技术能力。该业务已于 2026 年第二季度开始产生收入，并与 Shaper 展开合作，于 8 月份在上海部分门店进行商业试点。目前，机器人动力模组的交付量已超过 1 万套。 综合来看，Cosmos 平台和机器人动力模组这两项新业务，预计在 2026 年全年合计可实现 2 亿至 3 亿元人民币的收入。展望 2027 年，这两块业务的合计收入有望达到 7 亿元，高于此前市场预期的 5 亿元，并可能实现盈亏平衡（break-even）。尽管目前新业务在公司的估值体系中尚未充分体现，但随着 2027 年实现盈亏平衡，预计将开始对公司估值产生正向贡献，至少不会形成负向拖累。

从市场周期的角度看，2026 年激光雷达行业处于怎样的阶段？回顾 2024 年和 2025 年的市场动态，禾赛科技与速腾聚创的竞争格局有何演变？

从市场周期来看，2026 年激光雷达行业整体处于一个相对的“小年”，或可称之为“青黄不接”的阶段。上一轮由 L2 智驾平权推动的行情主要发生在 2024 年第四季度至 2025 年第二季度，而 2027 年市场预期将转向 L3 级自动驾驶的主题。2026 年恰好处于两者之间的断档期，缺乏明确的行业主线，加之整体汽车市场景气度不高，导致行业发展相对平淡。 在竞争格局方面： 2024 年是禾赛科技的“小年”，其市场份额一度被速腾聚创赶超。 2025 年则是禾赛科技的“大年”，公司不仅重新超越了速腾聚创，并且在出货量上的领先优势明显扩大。 进入 2026 年，禾赛科技虽然仍保持行业龙头的地位，但其相对于速腾聚创的领先优势有所收窄。这主要是因为速腾聚创在价格策略上更为激进，进行了一定程度的降价竞争。市场在 2025 年第四季度已对 2026 年的这一竞争态势有了较为清晰的预期。

展望 2027 年，激光雷达行业的核心增长逻辑和市场关注点将是什么？L3 级自动驾驶和出海业务将如何影响行业格局？

展望 2027 年，激光雷达行业的核心增长逻辑主要有两点：L3 级自动驾驶的商业化落地和海外市场的拓展。 首先，L3 级自动驾驶的推进将带来量价齐升的效应。与 L2 方案相比，L3 方案对激光雷达的需求在数量和性能上都有显著提升。单车可能需要搭载 3 到 6 颗激光雷达，且主雷达需要采用性能更强、价格更高的产品（如单价两三千元级别），而非 L2 普及阶段的千元级产品。这一转变将改善过去两年行业因 ASP 持续下行而导致利润承压的局面，有望在未来一到两年内推动 ASP 呈现向上趋势。各家厂商在 L3 订单上的斩获将成为 2027 年市场竞争的关键变量。 其次，出海业务将成为重要的增量市场。禾赛科技和速腾聚创均已在东南亚布局工厂，年产能规划均为 50 万颗，并于 2026 年逐步落地，但当年的出货量预计很少。禾赛科技的海外定点主要来自德系厂商，而速腾聚创则在美系厂商

方面有所布局。2027 年海外市场的放量情况将是决定两家公司增长潜力的另一核心因素。 综合来看，L3 订单的落地情况和出海业务的进展清晰度，将是决定 2026 年第四季度至 2027 年上半年激光雷达板块市场表现的关键催化剂。