

●全省覆盖 ●权威发布 ●精准投递

## 今年或是新能源车企的关键年

一年之计在于春,2024年才过了2个多月,车市却早已风起云涌,价格战硝烟弥漫;新车发布你方唱罢我登场……

来自乘联会的统计显示:2月乘用车市场零售109.5万辆,同比下降21%,环比下降46.2%;今年累计零售313.3万辆,同比增长17%。一直以来高歌猛进的新能源汽车,在龙年春节消费中首度遇冷。但市场人士对于我国新能源车发展前景继续保持乐观:国家为鼓励新能源汽车下乡提供政策利好;“以旧换新”集中爆发期带来市场红利;纯电、增程、插混……中国的新能源车多元化发展形成产业优势。凡此种种,都为我国新能源车后期的持续发展铺垫了坚实的底气。

木易文

### 前热后冷 春节汽车消费两极分化

今年前2个月的汽车销量呈现出典型的春节消费特点:1月车市,由于是春节前的完整月,零售实现开门红;而处于农历正月的2月则呈现环比和同比剧烈下滑。

分析2月车市低迷的原因,业内专家表示,春节后价格战迅速升温,导致市场上形成较大的观望走势;结合3月的政策细则出台预期,均构成了不利于2月的销量走势。

冬季雨雪冰冻天气叠加及电动车保有量规模的快速提升,让电动车的续航补能短板进一步凸显,2月的经济型电动车零售环比走势普遍较弱。乘联会统计数据显示,2月新能源乘用车生产为42.6万辆,同比下降17.7%,环比下降42.3%;市场零售38.8万辆,同比下降11.6%,环比下降42.1%。其中,增程式因弥补了纯电动车的续航焦虑,份额保持提升,成为近期新能源乘用车市场中少有的亮点。

2月自主品牌零售62万辆。前2月自主品牌累计份额为55%,相较去年同期增加5.2个百分点。自主品牌批发市场份额60.4%,较去年同期增长7.2个百分点;自主品牌在新能

源市场和出口市场获得明显增量,头部传统车企转型升级表现优异,奇瑞、比亚迪、吉利、长安等传统车企品牌份额提升明显。

2月主流合资品牌零售33万辆,同比下降31%,环比下降51%。其中德系品牌零售份额20.5%,同比份额下降0.2个百分点;日系品牌零售份额14.4%,同比下降3.4个百分点;美系品牌市场零售份额6.4%,同比下降0.9个百分点。

2月豪华车零售16万辆,同比下降21%,环比下降35%。前期持续受芯片供给短缺影响的豪车缺货问题已逐步改善,但传统豪车市场需求并不很强。

今年前2月,汽车出口总体延续去年年末强势增长特征。1—2月海关出口汽车83.1万辆,增长22%,出口额157亿美元,增长13%。随着出口运力的提升,2月自主品牌出口达到24.8万辆,同比增长28%。伴随着中国新能源的规模优势和市场扩张需求,中国制造新能源产品品牌越来越多地走向国门,在海外的认可度持续提升。从自主出口的海外市场零售数据监控看,A0级电动车占比近60%,是自主出口的绝对主力。

### 看涨3月 新能源车发展仍有大空间

进入3月,各行各业快速转入正常运作。专家预测,3月乘用车环比产销增长将较为迅猛。

“春节后是新品推出的重要时间点,诸多厂商的新车大量密集推出。同时,在国家促消费政策推动下,很多省市出台了相应促消费地方政策,车展等线下活动的全面恢复也将加速聚拢人气。由于近期的碳酸锂等原材料价格处于低位,有利于厂商推出更具性价

比的新款新能源车型,车市关注度也将持续升温。随着国家以旧换新政策的即将推出,市场淘汰更新和换购更新的消费潜力将逐步体现,有利于3月车市逐步走强。”市场人士表示。

今年以来新能源车市场信息复杂多元,让一季度新能源的增长呈现放缓趋势。但市场人士分析指出,相对于欧美短期内过度偏重于纯电动,中国的多元化新能源线路拥有更大的发展空间。依托中国强大的创新能力和产业制造体系、强大的供应链,中国新能源车的转型相对顺畅。中国的新能源车发展是全面组合型的发展线路,纯电动、插混和增程式的多元化线路带来更广泛的适应性,必有一款适合某类环境用户。比如今年1月东北和西北的插混以及增程占比均超过66%,而华东地区的插混和增程仅占33%,区域差异极其明显,多元化线路为不同地区用户提供各自更合适的选择。

随着电池成本不断下降,锂矿资源不断被探明,电动车节能减排的效果和碳资产变现场景逐步优化,新能源车发展仍有巨大的提升空间。

2023年全国新能源乘用车厂商销量达到888万辆,已经超过2009年的全国乘用车市场总体销量规模。在经历几年的新能源高速增长后,2024年是新能源车企站稳脚跟的关键年,竞争注定非常激烈。

本世纪初,中国车市迎来家用车的爆发式增长,按照15年非营运车辆报废的判断值,专家预测,2024年前后这一波人群将进入乘用车“以旧换新”的需求暴增期。市场预估需求在600万辆左右,这无疑为2024年的零售车市预备下了很好的基本盘。有理由相信,2024年的车市在新购、增购、换购的需求推动下,仍有平稳增长的良好空间。

