

乘联会： 2022年新能源乘用车预期销量上调至600万辆

新快报讯 记者张磊报道 8月9日，乘联会发布2022年7月份全国乘用车市场分析。

根据乘联会数据显示，7月乘用车市场零售达到181.8万辆，同比增长20.4%，是以往10年的次高增速。新能源方面，7月新能源乘用车零售销量达到48.6万辆，同比增长117.3%，环比下降8.5%。1-7月新能源乘用车国内零售273.3万辆，同比增长121.5%。

乘联会指出，随着7月新能源乘用车增速不减，2022年中国新能源车总体进度已经超过乘联会去年底550万辆的预测，因此谨慎地看，目前需要调高新能源乘用车预测50万辆，至600万辆，四季度初仍可能调高预测。

在厂商层面，自主品牌表现优异，1-7月自主品牌累计份额48.0%，相对于2021年同期增加5.9个百分点。自主品牌在新能源市场获得明显增量，比亚迪汽车一骑绝尘，7月份乘用车销量达到15.9万辆，同比暴增172.6%，力压一汽-大众登顶。吉利汽车、长安汽车和奇瑞汽车等传统车企品牌份额提升也较为明显。

在出口方面，7月新能源乘用车出口共4.9万辆。其中特斯拉中国出口19756辆，上汽乘用车的新能源出口13413辆，东风易捷特出口6103辆，比亚迪汽车4026辆、吉利汽车1261辆、长城

汽车794辆。新势力出口也逐步启动，哪吒汽车出口1382辆，创维汽车、威马汽车也开始加大出口力度。

业内人士分析认为，伴随着疫情下复工复产政策的支持，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以及服务网络的完善，市场前景向好。

乘联会还表示，2.0升车型将是近期大赢家。车购税减半优惠政策实施以来，2.0升车型的市场表现超强，其中表现较突出的是豪华车2.0升车型和合资品牌2.0升SUV主力车型，市场份额均出现环比和同比的近1个百分点的增长。相对于政策之前，燃油车市场出现份额下降的是1.4升以下车型，在售小排量车型的空间较小，而电动车在个人出行市场中的空间和使用费用优势明显，家庭出行的车型大排量化优势明显。

乘联会还提到，燃油车税收减少后电动车征税是必然趋势。传统燃油车的车购税10%，按发动机排量征收最高40%的消费税，按成品油每升征收1.52元的成品油消费税和其他正常税收，燃油车消费者纳税负担很重。未来燃油车保有量剧烈萎缩后，国家税收的缺口仍将需要电动车税收体系的支撑。电动车的购买和使用阶段，乃至报废环节的征税是必然趋势。



对于8月份市场预测，乘联会表示，8月处于开学季前，购车接送孩子上下学等家庭第二辆车的需求更强烈，换购增购需求将带动新车和二手车市场持续较强。

此外，目前油价持续高位，有利于新

能源车的增长，尤其是自主品牌经济型电动车(A00级+A0级)会持续放量。目前车市促销力度仍处于高位，并可能按惯例在9月左右进入促销收缩期，未来政策退出前的销量持续高涨推动促销力度进一步缩小，因此8月是购车最佳时机。

从吸睛神器到高温噩梦 全景天幕变成新能源车主的最大槽点

进入7月份以后，全国多地开启了高温炙烤模式。而除了吐槽天气炎热之外，也有不少新能源车车主抱怨起了车顶上的“全景天幕”。以高级感和设计感俘获消费者芳心的全景天幕，在热天里陷入了众人嫌弃的尴尬境地。有网友直呼，除了续航和充电问题，全景天幕已经上升为新能源汽车最大的槽点。

■新快报记者 张磊

为何全景天幕逐渐成为新能源车标配？

汽车天窗市场在近年来不断升温。相关调研数据显示，国内汽车天窗的装配比例已经达到70%，其中全景天窗占比超过一半。此外，调研显示，消费者购买带天窗车型的主要原因是高级感和设计感，而关注最多的点则是天窗的隔热防晒、安全性和通风。

目前市面上主流的汽车全景天窗分为整体开启式、分段开启式和封闭式，而目前造车新势力更中意的是封闭式类型全景天窗，也称全景天幕。统计可以发现，目前市面上标配或选配全景天幕的车型已超过30款，涵盖特斯拉、AITO问界、比

亚迪、小鹏等品牌。

透光性好和设计感高级是车企推崇全景天幕的重要因素。相对传统天窗，全景天幕尺寸更大，而且通透的玻璃给予驾乘者更加开阔的视野。在汽车设计审美疲劳的当下，全景天幕的创新设计一定程度让消费者感受到了新鲜感和科技感。

部分车企也将全景天幕作为自己车型的卖点，甚至在天幕面积的参数上竞争起来。比如哪吒新车哪吒S宣称其全景隔热变色天幕尺寸达到1.9m，紫外线的隔绝率达到99.99%，埃安的AION V Plus的全景天幕长达2.2m。

在新能源汽车的设计构造层面，搭载全景天幕是延展空间之举。汽车资深从业人员黄唯深告诉记者，对于相当一部分新能源车型，电池组侵占了底盘部分，使车内空间受到影响，导致消费者的车内头部空间体验不佳，而全景天幕的搭载就会起到优化车内视觉效果作用。

此外，全景天幕的设计，也为车企减少了生产成本。相较于电动全景天窗而言，全景天幕的构造仅为整块玻璃，电机、排水系统、遮阳帘等生产费用便可以省去。有数据显示，一辆市售价20万元的车，搭载一套电动全景天窗的成本在2000元左右，全景天幕则只需1000元。

全景天幕防晒不隔热如何解决？

对于全景天幕的功能，车企在宣传时都给出了具体参数。具体来看，大众ID系列全景天幕采用了半钢化夹层玻璃，可以阻隔99.9%紫外线和83%红外线；蔚来EC6天幕玻璃采用双层散热，可以隔绝83%的热量和99.9%以上的紫外线；小鹏P5天幕透光率16%，紫外线透过率小于0.1%。

尽管市面上主流搭载全景天幕的车型都宣称有效阻隔紫外线和红外线及多层隔热，但效果却不尽如人意。

此前，有网友晒出视频吐槽，在40℃的天气开特斯拉，需要不停地往车顶泼水降温。这段视频随后也引发热议，不少新能源车车主都加入吐槽队列。有网友表示，在车内戴上草帽，打起遮阳伞，披上防晒衣，这些都是常规操作。

一位广汽埃安车主告诉记者，买车时觉得天幕的设计很高级，但在高温天气下开车体验真的很差。就算车内空调调到了最低，但阳光透过全景天幕照进来的时候还是很热很晒，头顶晒得难受，遮阳帘是必须要买的。

目前，特斯拉、蔚来、小鹏汽车、比亚迪等品牌均可以提供遮阳配件，但是部分品牌需要单独购买安装。

记者在某电商平台搜索“汽车遮阳”关键词可以发现，汽车遮阳帘、遮阳伞等产品很受欢迎，甚至有商家的月销量超过了10万单，有榜单将其评为“车上用品年度好物”。

有业内人士对此分析表示，全景天幕最大的弊端，是玻璃本身会在暴晒下温度飙升，导致驾乘者在车内有明显的灼热感。高温的玻璃会通过热传导和热辐射，加热玻璃下方的空气。热空气由于密度较低，会一直盘绕在车顶附近，开空调也不能达到降温效果。

此外，全景天幕的安全性也一度遭到质疑。消费者认为全景天幕车辆的防护效果完全取决于玻璃的材质种类与面积，高空落物等意外情况下对车内人员的保护程度未知。不过，中博联智库特聘专家张翔表示，新能源汽车密封的天幕更安全，且要在天窗中间加设一根起到加固作用的横梁，否则在做安全碰撞实验时会得分较低。

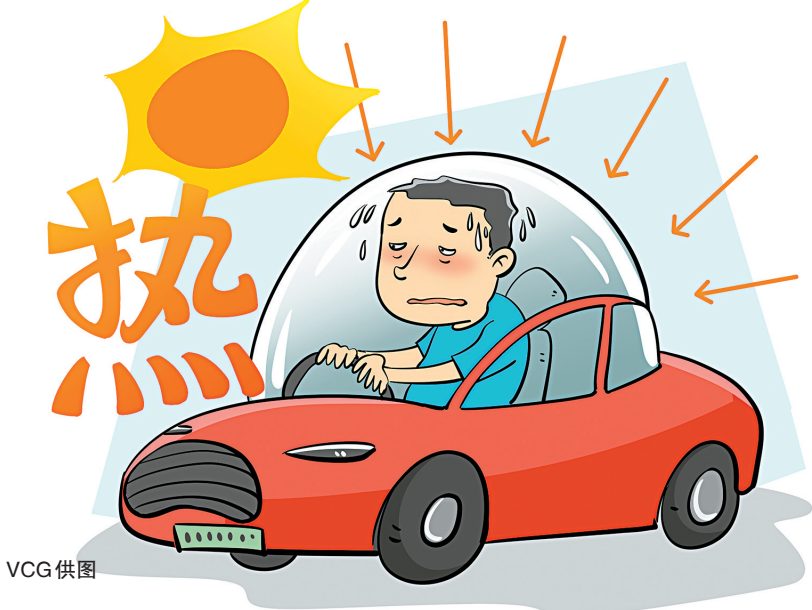
记者点评

出于审美变化、成本、空间等多方面因素影响，全景天幕诚然在现阶段已经成为新能源汽车“标配”。在视觉体验及设计感方面，全景天幕确实为用户带来了极佳的高级感、科技感，但夏日高温下，车内的暴晒还是很大的痛点。车企也应当加大技术成本投入解决隔热防晒和通透感之间的兼容矛盾，在选车时也应给予消费者更多选择，为消费者提供更好的用车体验。

(张磊)



更多优质汽车资讯
请关注新快网汽车频道



VCG供图