

走向市场驱动,转战高端智能化 新能源汽车市场即将

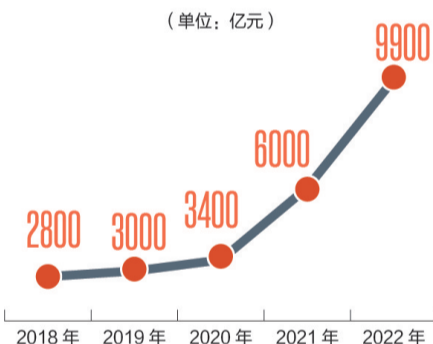
在 经历黄金增长期后,新能源汽车市场正迎来市场化盘整期。不少自主品牌开始崭露头角,比亚迪、小鹏、埃安等头部新能源车企不断向合资品牌发起挑战,与此同时,消费者对于智能网联的追捧,也加速提升了新能源汽车的市占率。艾媒咨询数据显示,中国新能源汽车市场规模,从2017年到2021年逐年上升,2021年中国新能源汽车市场规模为6000亿元,同比增长76.5%。

但值得注意的是,当前新能源行业正由补贴驱动向市场驱动转变,随着国家补贴退坡与取消,缺乏产品竞争力的车企将有可能被淘汰出局,新一轮洗牌后,技术领先、产品竞争力强、定位清晰的企业有望享受长期行业高增长红利。

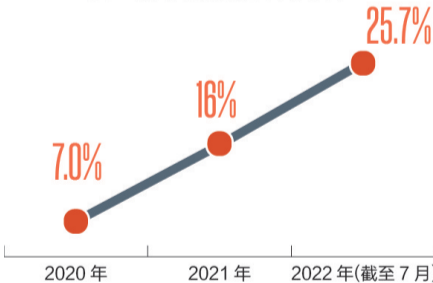


市场规模将突破万亿 从政策驱动转向市场驱动

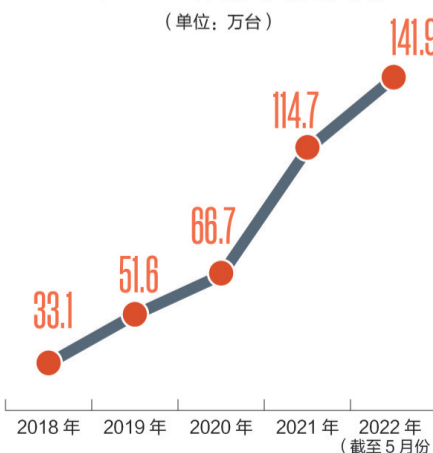
2018-2022年中国新能源汽车市场规模及预测



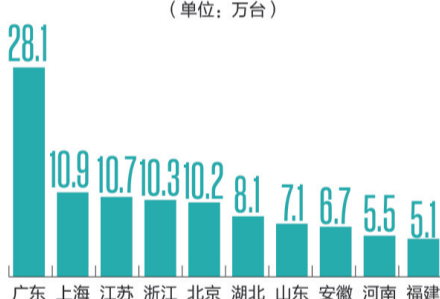
近三年国内新能源汽车渗透率



2018年-2022年国内公共充电桩保有量



国内公共充电桩保有量十大省/市



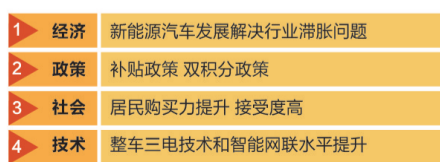
中国新能源汽车发展历程



中国新能源汽车产业相关政策



国内新能源汽车发展驱动主要因素



01 今年国内新能源乘用车销量冲刺650万辆

新能源汽车市场规模即将达到万亿级规模,市场潜力巨大,成为热门投资标的。以造车新势力、华为、小米等互联网企业为代表的众多玩家争相入局,整个行业呈现百花齐放局面。艾媒咨询近期发布《2022-2023年全球及中国新能源汽车行业消费趋势监测与案例研究报告》显示,新能源行业正由补贴驱动向市场驱动转变,预计未来四年里,中国新能源汽车市场规模仍会保持快速上升趋势。

具体来看,根据乘联会统计的数据,9月国内新能源乘用车零售销量达到61.1万辆,同比增长82.9%;1-9月新能源乘用车国内零售387.7万辆,同比增长113.2%。2021年中国新能源汽车产销量达到了近年来的最大值,分别为354.5万辆和352.1万辆,实现了超大幅度的增长。此前,乘联会上调对全年新能源乘用车的销量预测数据,从550万辆调整至600万辆,综合商用车表现,新能源车全年销量有望实现650万辆。

此外,今年7月,国内新能源车零售渗透率已达到26.7%,较2021年7月14.8%的渗透率提升11.9个百分点,从目前的市场发展看,2023年新能源车的渗透率或有望达到35%。值得一提的是,中国新能源汽车市场的销售额比2021年同期增长了一倍以上,占全球增长的大部分。

政策的利好,也给足了新能源汽车市场持续升温的信心。5月底,四部门联合发布《关于开展2022新能源汽车下乡活动的通

知》、财政部及税务总局减征部分乘用车车辆购置税;8月份,国务院常务会议决定,新能源汽车免征车辆购置税政策延长至2023年底。吉林省、河南省近期也在进一步研究出台支持新能源汽车消费的政策措施。乘联会表示,当前各地对于新能源车型的促消费政策,无论在补贴金额还是覆盖面上均不低于燃油车,有助于新能源汽车市场保持高速增长态势。

全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树指出,新能源汽车购置税免税政策延期符合预期。他表示,今年底面临新能源汽车购置税补贴退出,继续免征一年购置税将会为市场提供缓冲。

高速向好的态势,也推动了新能源产业基础设施的快速发展。数据显示,中国充电桩保有量最多的三个省份分别依次为:广东省、江苏省和浙江省。此外,公共充电桩运营企业中TOP5占据市场份额七成,星星充电和特来电公共充电桩保有量超27万台,国家电网和云快充充电桩保有量超17万台。

艾媒咨询分析师认为,作为新能源汽车重要“补给站”,充电桩的布局情况很大程度上影响了整个新能源汽车产业的发展。此外,受益于政策推动,加之下游新能源汽车行业需求持续上涨,中国私人充电桩增长状况较公共充电桩发展更快,但相较于市场需求仍有较大差距。同时从产品结构来看,纯电动市场“哑铃型”结构仍需改善,国内高端新能源产品还需突围。