

今年乘用车零售销量或达2056.7万辆

将同比去年微增2%

新快报讯 记者张磊报道 近日,乘联会发布了对于12月狭义乘用车市场的销量预估,根据推算,12月狭义乘用车零售市场在220.0万辆左右,同比增长4.5%,其中新能源零售在70.0万辆左右,同比增长47.4%,渗透率约31.8%。按照乘联会的预估,我国今年全年乘用车零售销量将达2056.7万辆,相比去年微增2%。

乘联会分析指出,12月以来,疫情防控措施发生巨大调整,车市回补效应显现。临近年末,燃油车购置税优惠和新能源补贴政策即将到期,终端维持快速交车节奏,预计第四周市场延续第三周增长走势。考虑到各地感染高峰的到

来,消费者行为比较谨慎,聚集性活动和出行减少,年底翘尾效应可能受到抑制,第五周预计日均零售同比与去年持平,综合估算12月零售将达到220.0万辆。

此外,新能源车市需求相对坚挺,年底新能源车补贴退出仍将推动部分新能源用户的提前购买行为。为应对补贴退坡,各新能源企业陆续出台限时保价措施。比亚迪、广汽埃安官宣的涨价幅度均小于即将年底退出的补贴额度,为明年的订单收集打下良好基础。

业内人士分析认为,防疫政策的改善长期有利于稳定消费信心,推动消费恢复,前期压抑的消费需求有望稳步释放。年底车市政策调整在即,燃油车购

置税减半这一强刺激政策拉动作用显著,燃油车稳中向好,对年底销量构成强力支撑。

乘联会秘书长崔东树认为,2022年新能源市场的突出特征是市场更加强势增长,自主品牌冲高,主力厂家表现更加优秀。国内汽车产业链的韧性较强的优势也充分体现,国内汽车出口市场近两年表现超强增长。此外,崔东树分析认为,稳增长就要稳汽车消费,呼吁燃油车和新能源汽车享受同样的消费政策环境、延续和优化税收调节和支持政策、加快落实二手车新政、全面取消汽车限购措施。

展望明年车市,各研究机构的销量

预期普遍为微增或微跌。中信证券发布的研究报告显示,考虑到当前的宏观经济的不确定性以及刺激政策的退出,2023年乘用车消费内需可能承压。中信证券预计2023年中国乘用车销量为2365万辆,同比下滑2%。中汽协则预计明年我国汽车总销量为2760万辆,同比增长3%。其中,乘用车将同比增长1.3%至2380万辆。新能源汽车将依旧保持高态势增长,明年将增长35%至900万辆。



更多优质汽车资讯
请关注新快报汽车频道

特别报道

始终与“新青年”并肩同行,
东风日产 打造车企社会责任样本

青年一代已经成为影响国家和社会进步的重要力量,无数次的历史变革都见证着青年人对未知世界的探索与追寻。陈独秀在《新青年》的发刊词中写道:“青年如初春,如朝日,如百卉之萌动,如利刃之新发于硎,人生最可宝贵之时期也。”对于企业的发展来说,青年群体的重要性亦是如此。

与百万青年学子深度对话、支持高校青年梦想、搭建青年共创平台……这些场景,都是东风日产关注青年群体发展的剪影。青年“造梦”事业如火如荼地开展,像东风日产这样领域的龙头企业纷纷投身其中,为祖国未来的人才发展保驾护航。通过走进高校提供机遇,挑起社会责任重担,助力青年群体高质量发展。

连续多年帮高校学子圆梦,
与青春力量共频

青年群体是时代的中坚力量,是最具有创造力的一个群体,肩负着突破边界,寻找未知的责任和使命。作为一家年轻的车企,东风日产也深谙此道,也一直在创新和改变,不断探索未来的出行方式,与青年群体一起,共同去发现和迎接未知。

事实上,东风日产的高校情结可以追溯至多年之前。早在2015年,东风日产就携手凤凰网举办“寻找未知的自己”系列活动,围绕“创业就业”“理想现实”等社会热议话题展开讨论,分享和倡导全社会关注当代青年群体的价值观和理想。而后此大型IP活动更是延续了多季,活动主题和形式也更加多元化和紧跟时代步伐,激励每一位青年敢想敢为,勇敢打破舒适圈。

值得一提的是,行业内关于与青年群体走在一起的探索都是围绕冠名的单点进化,而东风日产实现了各场景间的断点打通,与每一位青年群体进行深度对话,助力更多年轻人找到属于自己的方向。

2022年,东风日产青春热爱之帆再度起航,继续以实际行动支持青年梦想。在技术革命、科技创新的时代浪潮

下,打造五年高校青年IP计划——“创造NI的热爱”。“创造NI的热爱”旨在帮助青年群体点燃、释放、拥抱心中的热爱,通过支持高校青年梦想、搭建青年共创平台,传递青年正能量。

具体来看,东风日产携手华南理工大学、武汉理工大学、湖南大学、北京理工大学、天津大学五大顶尖高校车队,出征2022年中国大学生方程式系列赛事,参与电动方程式、无人驾驶方程式的比赛,全力支持年轻人对赛车的热情。同时,今年东风日产还发起“创造NI的热爱—青年敢创大赛”,为全国青年学子提供发声、展示和实现梦想的舞台,自今年9月大赛发起以来,赛事共吸引到了全国近70所高校超过2000名高校青年参与创作,共征集到了648件优秀创意作品。同时邀请企业高层及知名专业评审团,对入围作品进行指导评选,并为优胜者提供东风日产梦想基金或入职offer。

一直以来,关爱青年成长都是东风日产践行社会责任的重要一环。以75年电驱技术积淀与独有的赛道基因助力青年实现梦想,这无疑是特色且伟大之举。相信年轻人的力量。通过支持高校车队、与青年共创、搭建产学研一体的平台等方式,东风日产向青年学子提供资金、技术、平台资源支持,助力学子追逐梦想,成就热爱,真正做到了做时代青春力量的同行者。

敢于变革,
成长为车界风华正茂的“新青年”

汽车领域向来是技术革新的前沿阵地。这些新时代的青年也大胆创新,为心中热爱敢于做时代的弄潮儿,这与东风日产的初心相一致。在品牌从年轻化向智能化转型过程中,东风日产在跨界



互动营销方面玩出了新花样,从产品到企业文化都深得年轻人的喜爱。

与青年群体玩到一起不仅是帮助他们实现梦想,更是读懂他们的需求,这也是东风日产与年轻人同行的先见之举。当代青年人的追求,是在平时努力工作赚钱之外,奔赴自己向往的生活。而过精致的生活,已然成为了当代青年生命中的一个目标。东风日产精准挖掘了这一需求,推出好物“躺赢大沙发”,成为当代青年新宠,让他们收获了更多的精神慰藉,也有更充沛的元气去面对生活的挑战。

同样,加速拥抱青年,成为青春“合伙人”,也让东风日产迈向更远的时代机遇与责任。随着新能源产业的兴起,近年来东风日产通过聚焦绿色低碳和数字智能,布局多品牌、多赛道战略,提出了燃油、e-POWER和纯电三大技术路线多管齐下的多赛道动力路径,在保持传统竞争力的同时,持续强化新能源赛道的领导力。

不止于此,从2003年第一台SUNNY阳光下线,到2022年的1500万达成,东风日产在跨越19年的征途中,创造了诸多“东风日产速度”,充分展现东风日产的体系韧性。而在取得亮眼成绩的同时,东风日产持之以恒地支持青年梦想,与年轻人一路同行,创造梦想,也将自己成长为车界意气风发的“新青年”。

事实上,在十多年的发展历程中,东风日产每一次决策,都是在基于社会责任的视角考虑问题。一个企业的成长与发展离不开社会各方面的支持,而回馈社会,践行社会责任也一定会助力企业提速发展。而作为国内践行企业社会责任的先行者,东风日产的企业社会责任可追溯到2008年,自那时起,东风日产就确立并坚守“共创价值、共谋福祉”的企业使命。

如今,东风日产已经形成了一套清晰的企业社会责任体系,为提升品牌形象以及整个汽车行业的向上发展提供了一个良好的范本。

写在最后

因为热爱和坚持,东风日产让社会和世界看到中国青年的实力与梦想。同时,因为热爱和坚持,我们也从东风日产身上看到了中国汽车工业的蓬勃未来。

“天戴其苍,地履其黄。纵有千古,横有八荒。前途似海,来日方长。”可以这样说,东风日产一直怀抱年轻人的姿态,始终与青年并肩同行,创造属于这个时代的青春精神,成为年轻人追逐梦想的见证人。相信未来,东风日产将持续履行企业社会责任,为推动社会进步和建造美好生活方式不断贡献力量。(张磊)

