



新能源车月销量首超燃油车

国内零售渗透率高达51.10%

羊城晚报记者 戚耀琪

乘联会最新统计显示,7月内部有效需求相对不足,居民消费预期不强,但近期国家“以旧换新”的乘用车报废更新政策逐步见效、各地相应政策措施出台与跟进,政策推动下的消费潜力释放效果很好。7月新能源车走势好于乘用车厂商预期。

传统车企品牌份额提升明显

在首购群体规模下降和新能源车冲击带来的传统燃油车市占比下降后,由于购车人群变化和新能源渠道的变化,市场季节性节奏减弱。

7月30日召开的中共中央政治局会议明确:要强化行业自律,防止“内卷式”恶性竞争。强化市场优胜劣汰机制,畅通落后低效能退出渠道。部分品牌努力在经销商利益和销量预期之间寻求理性和审慎,因此价格竞争动力减弱,用户观望情绪减少,有力地维护了市场预期。

具体来说,7月乘用车环比增速下降2%,是近期最小降幅。市场价格拐点出现,恶性价格竞争苗头被抑制。主流自主车企持续走强,新势力表现分化,新能源车国内零售渗透率达到51.1%,实现首次月度突破50%,较去年同期36.10%的渗透率提升15个百分点。7月一共卖了87.8万辆新能源车,而燃油车只卖了84.2万辆,实现首次月销量超越。

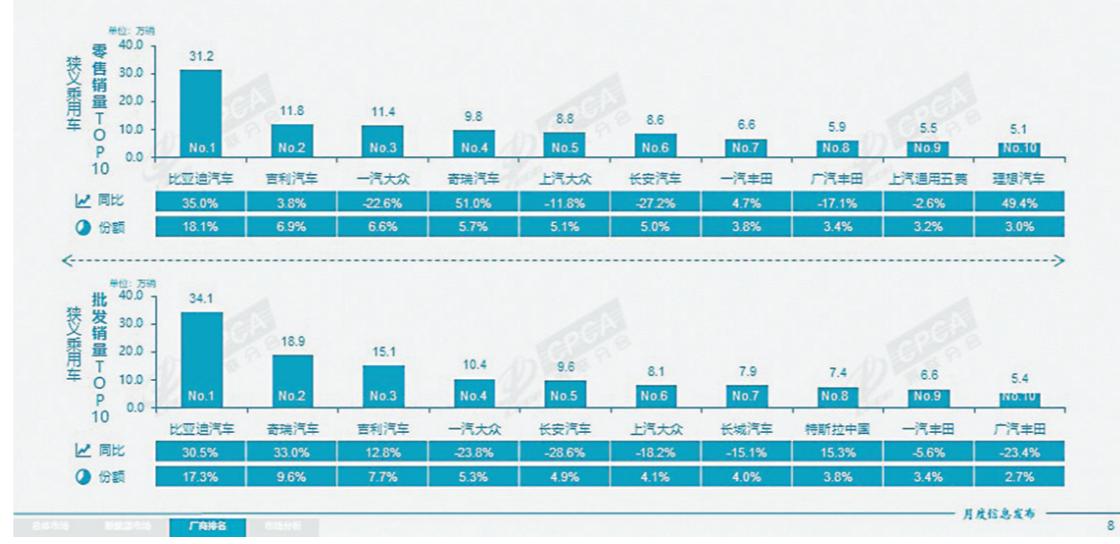
7月自主品牌零售106万辆,同比增长13%,环比增长3%。当月自主品牌国内零售份额为61.8%,同比增长8.5个百分点;2024年自主品牌累计份额57%,相对于去年同期增长7.2个百分点。头部传统车企转型升级表现优异,比亚迪、奇瑞汽车、吉利汽车、长安汽车等传统车企品牌份额提升明显。

7月主流合资品牌零售44万辆,同比下降25%,环比下降8%,其中,德系品牌零售份额17.6%,日系品牌零售份额12.9%,美系品牌市场零售份额5.8%,豪华品牌零售份额12.5%,同比下降0.9个



参观者在北京车展上体验一款使用华为鸿蒙系统的汽车 新华社发

厂商排名-2024年7月



国插混占世界插混市场78%份额的突破性优势。7月份国家实施乘用车报废更新新政,纯电插混等较常规燃油车补贴高出0.5万元,进一步助力新能源汽车发展;综上措施推动着7月淡季车市的新能源车渗透率超过了50%。

7月国内零售中,自主品牌中的新能源车渗透率73.9%;豪华车中的新能源车渗透率27%;而主流合资品牌中的新能源车渗透率仅有8.3%。从月度国内零售份额看,7月主流自主品牌新能源车零售份额70%,同比下降2个百分点;合资品牌新能源车份额4.2%,同比下降13个百分点;新势力份额19.0%,小米汽车等品牌拉动新势力份额同比增长4个百分点;特斯拉份额5.3%,同比增加0.4个百分点。

长城汽车魏建军痛批行业乱象 呼吁对汽车行业进行全面审计

文/图 羊城晚报记者 潘亮

8月7日,乘联会公布数据显示,今年前7月国内乘用车零售销量达1156.8万辆,微增2%。

同日,长城汽车董事长魏建军在采访中揭露汽车行业弊病,直指不正当竞争、造假等问题,呼吁对汽车行业进行全面审计。魏建军认为,中国汽车业需全球资源互补,而非盲目扩张,并承认与国际巨头如宝马在质量管理、供应商管理上存在显著差距,呼吁行业保持谦逊,持续学习进步。

值得注意的是,魏建军在接受采访中还直面汽车行业乱象,直指部分车企存在造假、不正当竞争等问题,呼吁全行

业进行审计,以维护市场竞争秩序,珍惜中国汽车产业的成果。“一些车企急功近利的行为何时能止?打假牌、出老千,中国车企还能进步吗?”魏建军直言道,时至今日,中国车企更应该自省,要坚守底线,有合规思维,防止“内卷式”恶性竞争。

同时,魏建军还呼吁进行汽车全行业审计:“假如政府需要的话,我们把汽车行业搞一遍审计,第一个审长城。我们是公开透明的,看看谁有问题,审计费长城包了。”魏建军在提及行业内的前辈与新兴势力,如广汽、吉利及小米汽车的崛起,表达了对良性竞争与学习态度的肯定。魏建军赞赏小米汽车的快速发展,并强调

中国汽车企业虽已取得显著成就,但仍需保持谦逊,向全球领先车企学习。

面对外资、合资车企的舆论环境,魏建军呼吁中国车企保持开放心态,尊重并认可全球同行,通过不断学习和超越,实现高质量发展。“我们现

新能源猎装车市场渐热

新势力近身对垒头部企业

羊城晚报记者 戚耀琪

近年来,新能源猎装车概念一直备受市场关注。从车型的销量来看,产品月销量能够突破万辆依然不多,与动辄3万辆以上的SUV市场、轿车市场相比,可见市场小众,但是并没有阻挡大众车企探索的步伐。很多国内车企相继推出多款新能源猎装车,极氪001、蔚来ET5T、哪吒S猎装车一台接一台。尤其是在8月,新猎装车的面世或上市又热了一把。面对新势力燃起的猎装车潮,就连比亚迪也连续推出新车加入战团。

比亚迪推出多款猎装车

猎装车这个名字最初是用来形容打猎用的一种轻便马车的,后来随着汽车工业的发展,演变成了欧洲人对三门旅行车或是加长掀背车型的统称叫法。不少的豪华汽车品牌都推出过从跑车改款的猎装车型,因而猎装车也因此有更显高贵的背景。

近日,比亚迪方面宣布,腾势Z9GT将于8月20日开启预售,新车定位豪华旗舰车型,并采用了GT跑车的设计风格,整体造型较为运动,内饰采用了环抱式座舱设计,全液晶仪表+大尺寸中控屏幕+副驾驶娱乐屏。动力方面,新车将提供纯电版和插混版车型。

早在4个月前的北京车展,全新的腾势Z9GT亮相,全新的车身结合出色的插混动力,迎合了当下汽车市场的需求。新车的长宽高分别为5180/1990/1500(1480)mm,轴距为3125mm,达到了中大型轿车的级别。

今年1月,比亚迪王朝首款B级先锋猎装SUV——宋L上市。新车共推出5款车型,售价区间为18.98万-24.98万元。宋L整车尺寸为4840/1950/1560mm,轴距为2930mm,拥有前备箱和后备箱,容积可扩充至1100L。作为B级先锋猎装SUV,宋L基于e平台3.0打造,搭载CTB电池车身一体化技术、云辇系统等科技。

比亚迪还透露,继海豹06 DM-i之后,海洋网将推出海豹06 GT进一步拓展海豹IP,强化海洋网在个性化轿车领域的产品布局。海豹06 GT将于8月30日成都车展首发亮相,计划于9月

中旬正式上市。该车基于e平台3.0 Evo打造,定位大两厢轿车,从流出的申报图可见,区别于典型的两厢车或SUV,这又是满满的猎装车风格。

新势力同级争抢激烈

有了宋L和腾势Z9GT,比亚迪的猎装车地位是不是能够稳固呢?其实未必。市场上的猎装车并未停止争抢底盘。因为三年前,已经有极氪001作为先锋,先拔猎装车头筹。这种把旅行车做得具有豪华感的001因而能叫猎装车,一下子让新能源汽车打开了除了SUV和轿车之外的第三类个性化市场,且指向豪华级别。

极氪001基于SEA浩瀚智能进化体验架构打造,该平台是全新一代原生纯电架构,也是围绕动态迭代开发的满足工业4.0要求的智能汽车架构。极氪官方还宣布,2025款极氪001与2025款极氪007于8月13日发布。新款极氪007或将迎来智驾系统的全面优化升级,而极氪007则有望在轮毂设计上实现革新。数据显示,1至7月期间,极氪品牌共交付新车103525辆,同比增长89%。

8月8日,哪吒汽车官方正式揭晓哪吒S猎装版。作为一款基于山海平台2.0架构打造的力作,首款搭载浩智超算融合域控+800V高压快充,哪吒S猎装版继承了哪吒家族的设计。然而,作为后进品牌,能否真的在动力、智能化以及驾乘体验上实现了全面升级,且被广大消费者认知和喜爱,这依然是个问题。

作为蔚来品牌的最新力作,ET5T搭载了蔚来新一代高效电驱平台,应用了碳化硅功率模块,电机功率高达150kW。通过优化能耗和成本,ET5T的CLTC工况续航里程可达1010km,展现了蔚来在电池技术上的积累。这款车的价格区间为29.8万元-35.6万元。

至于阿维塔12,则采用了宁德时代联合开发的高集成“H型”三元锂电池,其超薄设计和高能量密度使得车辆续航里程显著增加,同时保证了良好的空间利用率和乘坐舒适性。

从网友的反应来看,猎装车依然处于偏彰显个性的市场,对年轻人有一定的拉动作用。尤其是对于想确立年轻地位的企业来说,价格适中的猎装车的确具有相当大的吸引力。至于最后会不会因为这个外形而买单,则是和产品的定价关系最密切。以比亚迪为例,习惯了价格战的做法,也会给人等等再买的想法,而给竞争者不敢抬价的顾虑。



比亚迪推出猎装车新产品

广汽集团1-7月产销超百万辆 海外投资覆盖68个国家和地区

羊城晚报记者 戚耀琪

广汽集团近日发布的产销快报显示,今年1-7月全集团累计汽车产销超百万辆,累计汽车出口7.5万辆,同比增长156.6%。8月5日,广汽集团连续12年入围《财富》世界500强排行榜,最新排名181,稳居200强以内。

今年以来,在市场竞争激烈环境下,广汽集团聚焦“XEV(混动)+ICV(智能网联)”和“EV(电动化)+ICV(智能网联)”同步发展,围绕纯电动、插电混动、油电混动等技术进行多能源结构产品布局,持续提升新能源和节能汽车的销售比例。

7月,广汽埃安多款车型在中国汽车质量网“2024年上半年汽车质量排行榜”中位居前列,其中AION Y、AION LX和昊铂GT质量在新能源各自细分领域排名第一。7月23日第二代AION V上市80分钟即收获订单超过1万辆。

广汽传祺7月MPV家族销售13728辆,历年累计销量已超63万辆,位居中国MPV品牌第一,传祺M8保值率排名前列,传祺M6保值率、质量排名位列紧凑型MPV第一;传祺新能源E系列月销4636辆,传祺

E9以81.5%保值率位居插电混动MPV第一。此外,广汽传祺SUV家族月销也过万,达到15204辆,其中GS3影速月销4461辆,居国产品牌小型SUV销量前列。

广汽丰田全面提升混动产品占比,7月终端销量实现5918辆,混动车型销售占比53.2%。广汽本田7月销量33270辆,并发布了“蕴新智远”企业战略转型计划,年内投产。

7月12日,广汽集团携影酷、影豹、GS3影速、全新第二代GS8、M8五款明星车型正式进入地处欧亚大陆心脏地带的阿塞拜疆市场,在“一带一路”沿线又下一城。目前,广汽海外市场累计覆盖68个国家和地区,已全面布局东盟地区,同时积极拓展共建“一带一路”国家沿线市场,在当地构建销售网络和服务体系。

在本地化运营方面,广汽集团第三家海外KD工厂、首期年产能达5万辆的广汽埃安泰国智能工厂已于7月17日竣工投产;广汽埃安首批500辆AION Y Plus已于7月26日发往印尼,预计今年年底前后将实现印尼工厂的建成投产。

届时,广汽埃安将以“泰国+印尼”双工厂为核心,满足东南亚市场需求,并辐射至全球其他国家。第二代AION V迎来全球同步下线,标志着广汽集团进入新的全球增长期。

某新能源车企生产车间



每逢车展人气十足

广州白云站暑运以来发送旅客超80万人次

文/图 羊城晚报记者 严锦程
通讯员 董剑锋

四角进站,八方迎客。站场规模11台24线,地上3层,地下4层,可满足1万多人同时候车,这就是亚洲特大型综合交通枢纽——广州白云站。

2023年12月26日,广州白云站正式投入运营;如今,这座城

市新地标迎来暑运首秀。

羊城晚报记者从广铁集团获悉,暑运以来,广州白云站累计发

送旅客超80万人次,目前每日开行营业列车152列,其中动车组列车104列,开行占比近七成。

目前,广州白云站乘坐动车组列车能够到达深圳、长沙、武汉、郑州、西安、济南、合肥、汕头、张家界、怀化、巴东、上饶、张家界等城市。广铁集团将持续优化列车开行方案,根据客流变化灵活

调整运力,加强车站服务管理,为旅客提供更加舒适、高效的出行体验。

广州白云站位于广州市白云区,是在始建于1916年的棠溪站基础上进行升级扩建而成。从空中俯瞰,站房外形好似广州市的市花——木棉花的花瓣,站房造型以“云山珠水,盛世花开”为主题,以连绵起伏的建筑体和灵动变幻的自然光线虚实结合,寓意山水交织,生生不息。”广州白云站客运车间党支部书记唐涛介绍。

广州白云站车站站房共分7层,其中地上3层、地下4层,构成既融又分的“站城融合”模式,在高架候车厅南北两侧设置广场,日均可作为城区的慢行空间,春运等高峰期则可扩容为临时候车场所。

唐涛表示,自广州白云站开

通以来,为了更好服务旅客出行,车站推出了多项便民利民新举措,打造舒心的候乘环境,满足旅客多样化出行需求。今年年初,在高架候车大厅5A检票口旁设置了爱心候车区(含哺乳区、儿童游乐区、老人候车区、军人和消防救援人员候车区)、内设儿童游乐区、专用哺乳室、护理区和消洗区,并且有独立的卫生间。为服务好重点旅客出行,成立专职服务队,做好重点旅客的接待、引导、服务等工作。

据了解,广州白云站是广



从空中俯瞰,白云站站房外形好似木棉花瓣

广州白云站出行指南

地铁方面:旅客乘坐地铁8号线到达石潭站后,可从B出口的便捷换乘通道直达广州白云站。

公交方面:目前421、426、510、523、925、840、807A、夜22、夜77、夜75路公交车等10条公交线路可直接到达广州白云站3层公交站场,从北平台1号进站口进站。

出租车、网约车方面:可选择广州白云站1至4号进站口,到达相应落客平台;出站需要乘坐网约车的旅客可根据指示牌前往P2停车场乘车。

自驾方面:旅客可以在导航软件搜索“广州白云站P1北停车场”直达停车场停放车辆,通过地下通道直接抵达进站口。