

乘联会预测

2024年新能源车渗透率达到40%

除头部企业外,仍面临一定的亏损压力

2024年中国这个全球最大的汽车市场将呈现什么样的走势?也许,从2023年最后一周密集的新车发布已经可以预见,一场更加激烈的竞争即将到来。

随着新年的钟声敲响,乘用车市场信息联席会秘书长崔东树于1月1日做出预测,他预计2024年车市将更高更强,乘用车总体零售2220万台,较2023年增长3%。其中,新能源市场将继续保持较强增长势头,预计批发销量达到1100万辆,净增量230万辆,同比增长22%,渗透率达到40%。

对于已经到来的2024年,中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟也表示:“2024年新能源汽车市场规模突破1300万辆是值得期待的,全年渗透率接近40%,单月渗透率应该能突破50%。”

■新快报记者 陈璇整理报道



■廖木兴/制图

增速或呈前高后低

崔东树介绍,从总体工作日数和乘用车季节消费特征看,2024年是车市销售的大年。2024年春节在2月10日,距2023年1月22日的春节相隔384天。春节越晚,春节前的市场火爆期越长,越是会带来车市较强节前消费增长。2024年增速前高后低,2024年新能源车市和主流燃油车市场都会实现很强的同比增长。

“楼市低、车市兴”。随着房地产回落,中国消费者投资购房热情回归理性,因此近期购车需求持续恢复。崔东树表示:“随着美联储加息结束,世界经济的逐步回暖,加之国内楼市的回归低

位,会促进乘用车市场的稳定增长。”

不过,崔东树认为,因碳酸锂价格下降、电池价格回落,油转电趋势延续,价格战将进一步持续,燃油车市场仍是较艰难的局面,特别是车企总体利润处于低位。数据显示,2023年1月-10月利润率仅有4.5%,合资车企的利润奶牛效应应进一步降低,自主车企的外部资金支持减弱。

崔东树同时提到:“燃油车是民生车型,普通百姓购车需求较大。但近两年的燃油车新品推出数量剧烈减少,产品进入新一轮蓄力期,考虑稳定燃油车市场消费很有必要。”

行业洗牌加剧

在崔东树看来,尽管2024年新能源乘用车将保持较强增长势头,但也面临一定的需求群体结构压力。从国家保险数据分类的出租、单位、私人三大购买群体来看,目前出租网约车的规模接近暂时饱和,行业处于洗牌优化前夜;单位用电动车市场的纯电动和插电混车型需求逐步平缓,增程电动车近几个月保持增长;私人市场中限购城市的新能源车占比下降,大城市高端群体购买电动车占比下降,中小城市和县乡市场的销量占比提升较大。

换言之,新能源汽车在当前市场规模发展到一定量级的背景下,增长的速度会有放缓,油电同价策略在当前市场发挥了顽强的支撑作用,但短期内相关企业利润水平承压颇深。

崔东树表示,从行业效益看,缺少稳定现金流的企业难以可持续增长。目前传统自主品牌车企的新能源车发展日益

走强,并走出像比亚迪、广汽埃安、长安汽车等强势企业。但除头部企业外,新能源车仍面临一定的亏损压力,亏损卖车的规模难以持续扩大。

无独有偶,张永伟也认为,2024年同样也是行业竞争更加激烈、竞争格局进一步分化的重塑之年。“在大浪淘沙的关键时期,行业洗牌加剧,对许多企业来说是成长机会,同时日子也越发艰难。如果没有真功夫,在新能源汽车行业就很难发展下去,所以全面提升竞争力才是企业的发展之道。”

例如,在目前国内电池技术迟迟没有明显进步,磷酸铁锂为主、平均电池能量密度在140左右的情况下,崔东树表示,希望续航和电耗等指标大幅提升;他同时提到,新能源车作为新技术必须要加速技术进步和产品提升,但面对不同消费群体的差异化需求也是应该关注之、满足之。

再如,智能化、电动化、全球化将是2024年市场关键词。当前,各大整车厂加快布局智能驾驶功能,国联证券研报认为,智驾水平有望成为销量胜负手。而从竞争格局来看,财信证券研报指出,2024年随着小米的入局,预计价格竞争有可能延续,甚至进一步扩大,整个行业可能加速出清。

2023年车企销量数据相继出炉

崔东树:“2023年车市好于预期”

新快报讯 记者陈璇整理报道 新年伊始,各大车企纷纷公布2023年销量及交付数据,截至1月2日,比亚迪、长安、吉利三大汽车集团位列2023年销量排名前三,当中比亚迪顺利达成成年销300万台的目标任务,继续稳居“销冠”宝座。

具体来看,比亚迪汽车2023年全年销量达到3024417台,同比增长61.8%,仍然处于高速增长阶段,其中王朝网与海洋网仍然是比亚迪销售的主力车型,单一车型销量排行榜上,比亚迪的车型能占据一半,热销车型以20万元以内的车型为主,如海鸥、秦PLUS、宋PLUS等,同时比亚迪出口也实现快速增长,12月已经有36095台乘用车出口,同比增长达到218.9%。

长安汽车方面,其2023年全年销量超255万台,其中自主品牌海外销量超过

23万台,自主品牌新能源销量超47万台,其中深蓝汽车2023年全年交付136912台。单一车型销量榜上,长安热销车型主要在15万元以内的车型为主,如长安CS75 PLUS、Lumin、逸动等。

吉利汽车方面,2023年全年累计销量1686516台,同比增长约18%,其中新能源车全年累计销量487461台,同比劲增超48%,海外出口274191台,同比增长38%。从具体品牌来看,吉利品牌仍然占据销量大头,全年销量1309580台,领克品牌全年销量220250台,极氪全年交付量118685台。吉利汽车主力热销车型以30万元以内车型为主,包括吉利星越L、星瑞、熊猫等,此外,领克08也有不错的销量表现。

在造车新势力方面,理想汽车2023年共交付超37.6万台新车,同比增长

182.2%,年度销量目标完成率为125.3%,领先于蔚来全年累计交付超16万台、零跑全年累计交付14.4万台新车、哪吒全年累计交付新车约12.7万台等。

与此同时,同样位居新能源第一梯队的其他自主新品牌还有埃安,埃安2023年全年累计销量超48万台,同比增长77%。此外,鸿蒙智行方面的数据显示,AITO问界系列2023年全年累计交付约9.44万台。值得一提的是,全新车型问界M9上市七天累计大定已突破3万台。

回望2023年,价格战贯穿全年,行业洗牌不断加速。尽管整体车市全年的最终销量数据尚未出炉,但乘联会秘书长崔东树在1月1日的发文提到:“2023年车市好于预期。”

崔东树认为,在2022年年末的燃油车购车购置税减半政策退出和新能源车补

贴结束的背景下,2023年中国车市开局偏弱而随后持续走强,在出口加新能源的共同推动下,2023年全年销量将创出历史新高。数据显示,2023年1至11月,全国乘用车累计零售1935万台,同比增长5%,同时12月车市零售环比走强,形成冬季时间升温的持续走强态势。

此前,乘联会发布预测称:“2023年全年汽车销量预计达到2950万台,创历史新高。”不过,从目前众多企业发布的数据来看,虽然大部分品牌都在2023年末实现了销量的同比增长,但多数企业却未能达成此前制定的销量目标。



更多优质汽车资讯
请关注新快网汽车频道