

新能源车高速渗透，自主品牌强势改写市场格局

日前，乘联分会2024年8月份全国乘用车市场分析报告出炉。

数据显示，8月全国狭义乘用车零售销量为190.5万辆，同比下降1.0%，环比增长10.8%；今年以来累计零售销量达1347.2万辆，同比增长1.9%。其中，8月常规燃油车零售销量为87万辆，同比下降28%，环比增长4%，新能源乘用车零售销量则达102.7万辆，同比增长43.2%，环比增长17.0%。

这也意味着，继7月之后，8月国内新能源乘用车零售渗透率再次突破50%，达到53.9%。新能源车进入高速渗透期，对汽车产业有何影响呢？传统合资车企又将如何应对？

■新快报记者 罗晓彤

从51.1%到53.9%， 新能源车8月渗透率再创新高

如今的新能源汽车市场，已从探索阶段、培育阶段，进入到快速成长阶段，甚至是高速渗透期。

今年7月，国内新能源乘用车零售渗透率达到51.1%。这一历史性的突破，比原定的2035年国家规划目标提前了11年。而在刚刚过去的8月，新能源汽车依旧气势如虹，渗透率不仅再次突破50%，还创新高，达到53.9%。

这背后，与多方面因素有关，包括了汽车报废更新政策进一步发力，地方以旧换新政策陆续出台，国家呼吁反内卷后终端价格开始趋稳，消费持币观望情绪进一步缓解，整体车市热度有所回升以及车市能源结构变化等。其中，汽车报废更新补贴标准的提高尤为重要。

此次报废补贴新标准中，购买新能源乘用车补贴提高至2万元、购买2.0升及以下排量燃油乘用车补贴提高至1.5万元；乘联分会指出，由于报废更新的新能源较燃油车补贴多5000元的优势，新能源车市场消费热情进一步被激发，其中入门级纯电动车与狭义插混市场强势增长。

这一点，在统计数据上有所体现。比如A级纯电动车，乘联分会数据显示，8月批发销量为12.7万辆，占纯电动车份额22%，同比增加2个百分点；而A00级批发销量为9.7万辆，同比增长15%。狭义插混方面，8月批发销量为34.5万辆，同比增长84%，在当月新能源乘用车总销量中的占比为33%，较2023年末的23%增长了10个百分点。

除此以外，新能源乘用车的高速发展也与自主品牌的表现更加强势相关。乘联分会数据显示，8月自主品牌乘用车零售销量继续保持高增长态势，达到120万辆，同比增长21%，环比增长14%，国内零售份额同比增长11.4个百分点至63.4%，与同期主流合资品牌乘用车零售销量同比下滑27%形成鲜明对比。

同时，在乘联分会统计的2024年8月狭义乘用车厂商零售销量TOP 6中，自主品牌占了四席，分别是榜首比亚迪、榜二吉利汽车、榜四奇瑞汽车和榜六长安汽车，一改过去前三“南北大众一通用”的格局。

全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树认为，自主品牌乘用车保持快速增长，主要得益于其在新能源车市场和出口市场获得明显增量，特别是比亚迪、奇瑞汽车、吉利汽车、

长安汽车等头部自主品牌传统车企转型升级表现优异，市场份额提升明显。

新能源化转型加速， “金九银十”表现可期

“新能源车月渗透率突破50%，就意味着‘电油大战’中电车呈现胜势。”

深度科技研究院院长张孝荣表示，一旦新能源汽车在整体汽车市场中的占比过半，这将对汽车产业链、能源结构、交通出行方式、环保政策等方面带来深远影响。最直接的体现是新能源汽车的产量和销量将会持续增长，新能源汽车产业链上的相关企业将获得更多的发展机会。

新智派新质生产力会客厅创始发起人袁帅也认为，新能源车月渗透率突破50%，最直接的体现就是新能源车在市場中的主导地位进一步巩固，消费者对新能源车的接受度和购买意愿显著提升。这一变化将推动整个汽车行业加速向新能源化转型，促进产业链上下游的协同发展，同时也会对传统的燃油车市场造成冲击。

“未来的车市将更加注重新能源技术的发展和运用，包括电池技术、驱动技术、智能网联技术等。车企需要积极应对这一趋势，加大在新能源技术方面的研发投入，推出更多符合市

场需求的新能源车型。同时也要关注政策导向和市场需求的变化，灵活调整产品策略和市场布局，以适应新能源车市快速发展的新形势。在这个过程中，车企之间的合作也将变得更加重要，通过共享资源、技术合作等方式，共同推动新能源车市的繁荣发展。”袁帅说。

那么，9月车市的展望又如何呢？

乘联分会指出，9月共有21个工作日，相比去年多一天，由于今年中秋节在9月17日，9月末没有提早休假，因此9月的有效销售时间较长。“金九银十”是车市的美好日子，今年的“金九”效果将更加突出，有利于销量提升。

同时，随着技术升级带来的高性价比车型涌入中国车市，叠加促消费政策的落地，前期购车群体从“有没有”到“好不好”的需求也将得到有效释放，推动消费升级趋向良好的增长；尤其是各地以旧换新政策的陆续出台，势必为“金九银十”的销量带来更好的促进。

崔东树预测，随着报废更新政策进一步发力，以及地方以旧换新政策陆续出台，在接下来的4个月（9月-12月）内，国内整体乘用车市场会呈现较好增长态势，全年肯定会实现正增长。

“蔚小理”2024半年报受关注 谁会是第二个 扭亏为盈车企？

新快报讯 记者罗晓彤报道 近日，各大车企陆续披露2024半年报，其中造车新势力中的三位老大哥“蔚小理”业绩情况备受关注。

综合来看，“蔚小理”在车辆交付量、营业收入等关键指标上均有喜讯传出，不过三者的盈利能力各不一样，所注重的核心优势也不一样。

其中，在车辆交付上，理想汽车为三者之首，上半年累计交付18.9万辆新车，同比增长35.8%；蔚来则以月均近15000辆、半年累销8.7万辆、同比增长60.2%的成绩排在第二；而小鹏汽车上半年累计交付量虽然只有5.2万辆，但同比增长率也有25.6%。

在营收方面，“蔚小理”上半年营收均有明显增长，其中理想汽车当期营收达到573.1亿元，同比增长20.81%；蔚来实现营收273.55亿元，同比增长40.65%；相比之下，虽然小鹏汽车当期营收仅为146.6亿元，但同比增长率最大，为61.2%。

在净利润上，理想汽车虽同比有所下滑，但仍保持盈利状态，蔚来和小鹏汽车则还未摆脱亏损难题，不过都出现了收窄趋势。毛利率方面，二季度蔚来、理想汽车、小鹏汽车毛利率分别为12.2%、19.5%、14%，其中理想汽车的毛利率是三者之首，但也是三者之中唯一一个同比有所下滑的。

至于研发的投入，蔚来依然是最舍得砸钱的，上半年其在研发方面的投入共60.83亿元。理想汽车次之，上半年研发投入达60.76亿元。小鹏汽车上半年的研发总投入为28.17亿元，虽低于蔚来和理想，但从其整体员工人数、销量以及和营业收入的占比而言，其实并不低。

国际智能运载科技协会秘书长张翔认为：“理想汽车的核心优势在于瞄准了豪华车赛道，选择了增程式技术，相比其他车企选择纯电、插混，理想汽车的路径会更为独特，而且它起步早，已经在细分市场上取得了成功。”

同时，在张翔看来，蔚来的核心优势是豪华车的定位和换电模式，可以给车主提供与众不同的体验，另外蔚来现在也在研发芯片，这一点也不能忽略。

此外，张翔认为，小鹏汽车的核心优势在于自动驾驶，但由于整个行业L3自动驾驶迟迟不能突破，其核心技术没有落地，没办法实现商业化。

至于谁会是“蔚小理”中第二个实现扭亏为盈的车企，张翔认为是蔚来。在他看来，蔚来的技术已经落地，也实现了商业化，当下还在加快布局换电联盟，与长安、一汽等传统车企合作，扩大朋友圈，可以实现盈利。



廖木兴/制图



更多优质汽车资讯
请关注新快网汽车频道