

财经头条



7月10日,中国汽车工业协会发布6月及上半年汽车产销数据。今年1~6月,汽车产销分别累计完成1389.1万辆和1404.7万辆,同比分别增长4.9%、6.1%。

今年上半年,比亚迪、长安汽车、奇瑞、吉利汽车、长城汽车等自主车企的销量相比2023年同期均呈增长态势。尤其是新能源汽车领域和出口市场,自主车企获得了明显增量。长安汽车今年上半年累计销量133.4万辆,同比增长9.74%。

“伴随汽车以旧换新活动持续开展,地方配套政策陆续出台,企业新车型不断上市,叠加车企半年度节点冲量,6月汽车市场环比继续保持增长。由于国内终端市场增长乏力,企业库存压力较大,当月产销同比出现负增长,略低于此前预期。”中汽协副秘书长陈士华表示。

中国车市“年中考”成绩出炉

中国品牌乘用车市占率超60%

长安汽车销量133.4万辆,同比增长9.74%

油车疲软,纯电放缓

6月,乘用车国内销量181.2万辆,环比增长8%,同比下降7.4%。1~6月,乘用车国内销量964万辆,同比微增1.6%。

其中“燃油车的超预期低迷”一定程度上影响了车市表现。乘联会数据显示,6月常规燃油车零售91万辆,同比下降27%,与新能源车的增速差保持在55%;1~6月常规燃油车零售573万辆,同比下降13%。

“燃油车缺乏新品支撑,6月燃油车促销力度环比大幅增长,新能源车价格促销因新品和降价而回落。过去20年,燃油车年年降价、月月促销,但由于新品的推出维持了其价格稳定,即每次降价一段时间,新品的推出会将价格拉回原位,但今年燃油车推出的新品较少,导致价格压力较大。”乘联会秘书长崔东树表示。

与燃油车表现萎靡不同,新能源汽车仍是6月及上半年的主要增长引擎,今年二季度新能源汽车市场占有率持续上升,6月已达41.1%。1~6月,新能源汽车产销分别完成492.9万辆和494.4万辆,同比分别增长30.1%和32%,市场占有率达35.2%。截至6月底,国产新能源汽车累计产销已超过3000万辆。

不过,国内新能源汽车市场格局也面临着纯电、狭义插混、增程三种不同技术路径的重塑。6月,狭义插混车和增程式车型销量分别为30.8万辆和11.6万辆,同比分别增长73%和113%,环比分别增长12%和28%。与前两者的一路高歌相比,纯电车型增速放缓,6月纯电动车批发销量55.9万辆,同比和环比分别增长5.6%、5.3%。

“国内新能源汽车企正在经历动力形式的迭代,提升电动车续航里程的免购置税政策调整推动以及低端微型电动车萎缩之下,纯电动走势疲软,增程式和插混将持续走强。”崔东树分析道。

相较于国内市场降幅明显,国际市场表现良好,出口成为支撑当前我国汽车市场的重要力量。但出口以传统燃油车为主,新能源汽车出口在贸易政策等方面面临较大压力。6月新能源汽车出口8.6万辆,同比增长10.3%,环比下降13.2%,这是自4月以来,新能源汽车出口连续第三个月出现环比下降,且下降幅度持续扩大。今年1~6月,我国汽车出口279.3万辆,同比增长30.5%,其中新能源汽车出口60.5万辆,同比增长13.2%。

有业内人士对记者表示,中国新能源汽车在全球范围内拥有技术和产

业链优势,长期看新能源出口市场仍然向好。

自主品牌,持续攀升

得益于在新能源汽车领域持续发力,中国品牌的市占率持续攀升。1~6月,中国品牌乘用车共销售741.9万辆,同比增长23.9%,占乘用车销售总量的61.9%,较去年同期提升8.8个百分点。

“电动车的快速发展正促进自主品牌汽车的竞争力从‘量变’向‘质变’转化。”业内人士告诉记者,50%市场份额是品牌竞争力从“量变”到“质变”的分水岭。

此前麦肯锡预测,到2025年中国品牌市场份额将加速提高至60%,5年内实现汽车行业有史以来最大跃升。如今中国品牌市场份额已超过这一预测值。

比亚迪董事长王传福认为,到2025年,行业新能源化转型将带动自主品牌在国内汽车整体市场中的份额提高到70%。未来3~5年,合资品牌份额将从40%降到10%,其中30%是中国品牌未来增长的空间。

业内人士认为,随着换购时代的到来,自主品牌份额将比预期增长得更快。

此消彼长。由于燃油车市场的逐步收缩,外资品牌的销量和市场份额同比和环比均出现了下滑。与上年同期相比,德系品牌市占率(16%)下滑3.1个百分点,日系(12%)和美系(7.1%)分别下滑2.9个百分点和2.4个百分点。

新能源转型步伐缓慢,降价、减产、裁员、降薪似乎成为外资品牌在华战略收缩的注脚。今年5月份广汽本田削减生产团队,涉及上千人,主要集中在生产领域;6月日产宣布正式关闭其位于江苏常州的与东风汽车合资的工厂,这也是日产在中国首次关闭乘用车工厂。

记者从宝马、奔驰、奥迪、广丰、广本等多家销售人员处了解到,目前店内多款燃油车和新能源车都有不同幅度的优惠,此前售价集中在30万元

以上的“34C”(宝马3系、奥迪A4L、奔驰C级)部分车型终端售价跌到20万元级别,丰田卡罗拉、凯美瑞本田雅阁、日产轩逸等热销合资车型终端优惠在2万元至6万元不等。

全年销量或破2200万辆

2024年已过半,多家车企陆续公布“年中考”成绩单。据记者不完全统计,多数车企全年KPI完成度普遍不理想,全年销量目标完成度达到50%以上的寥寥无几,表现较好的如比亚迪、吉利汽车、长安汽车完成销量目标的四成以上,理想汽车、上汽、广汽、东风等完成年度目标的30%左右,小鹏汽车、哪吒汽车、智己、深蓝等则不足20%,下半年面临不小的压力。

“一般上半年销量小于下半年,比如新能源汽车上半年销量完成四成,下半年完成六成,燃油车这一比例约为47%和53%。总体来看,上半年销量目标完成度在35%~40%的车企基本有望完成全年目标。”崔东树告诉记者,参照2023年上半年完成全年总销量43%的进度,今年全年销量有望突破2200万辆。

展望7月,随着车市增长的结构分化,部分企业传统燃油车产能充裕,燃油车市场萎缩压力下的去库存特征明显,休高温假的时间较长,7月车市进入休整期。但崔东树认为,今年依然有可能延续近几年夏季车市“淡季不淡”的特征,但也将意味着“旺季不旺”。

陈士华指出,展望下半年,以旧换新、新能源汽车下乡等利好政策持续落地实施,企业新产品密集上市,将有助于进一步释放汽车市场消费潜力,为行业全年实现稳增长提供助力。

据21世纪经济报道、每日经济新闻等



7月3日在长安汽车重庆两江工厂总装车间拍摄的即将下线的整车。新华社发