

中国汽车市场结束“三连降” 2022年销量有望超2700万辆

本报记者 郭少丹 北京报道

经历了连续三年下降后,我国汽车市场重新迎来正增长。

中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)近日发布的数据显示,2021年,我国汽车生产与销售分别完成2608.2万辆和2627.5万辆,同比分别增长3.4%和3.8%,结束了自2018年以来连续三年下降趋势。

其中,新能源汽车和自主品牌的表现成为全年汽车市场中的亮点:新能源汽车2021年销量超

新能源汽车销量连续七年全球第一

2021年,新能源汽车产销分别完成354.5万辆和352.1万辆,同比均增长1.6倍。

据中汽协方面介绍,从2021年汽车销量情况来看,一季度由于同期基数较低,汽车市场同比呈现快速增长;二季度增速有所回落;三季度受芯片供给不足影响最大,出现较大幅度下降;四季度明显恢复,好于预期,确保了全年稳中有增的良好发展态势。

其中,“新能源汽车成为汽车行业最大亮点,其已经从政策驱动转向市场拉动新发展阶段,呈现出市场规模、发展质量双提升的良好局面,为‘十四五’汽车产业高质量发展打下了坚实的基础。”中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋表示。

中汽协数据显示,2021年,新能源汽车产销分别完成354.5万辆和352.1万辆,同比均增长1.6倍,市场占有率达到13.4%,高于上年8个百分点。从新能源汽车走势情况来看,2021年全年保持了产销两旺的发展局面,3月份开始月销量超过20万辆,8月份超过30万辆,11月份超过40万辆,12月份超过53万辆,表现出持续增长势头。

在工业和信息化部召开的2021年汽车工业发展情况新闻发布会上,工业和信息化部装备工业一司副司长郭守刚将新能源汽车产业发展概括为“三个快速”。“产销规模快速增长。”郭守

刚说,2021年全年累计销售352.1万辆,市场渗透率达到了13.4%,同比增长1.6倍左右,连续7年位居全球第一,创造了2016年以来的最快增速,其中私人消费占比接近80%,可持续发展能力进一步提升。

同时“质量品牌快速提高”,郭守刚列出数据称,纯电动乘用车平均续航里程从2016年的253公里提高到2021年的400公里以上,消费者质量满意度与燃油汽车持平,中国品牌新能源乘用车销量占新能源乘用车销售总量的74.3%,月销过万的车型也越来越多。

郭守刚提出的第三个快速是指“产品出口快速增长”。他指出,2021年全年实现新能源汽车出口31万辆,同比增长3倍多,超过了历史累计出口总和。同时,产业发展配套环境也进一步优化,截至2021年底,累计建成充电桩7.5万座,充电桩261.7万个,换电站1298个,在全国31个省市区设立动力电池回收服务网点超过1万个。

工信部公布的数据显示,截至到2021年末,我国新能源汽车销量已连续7年位居全球第一;搭载组合辅助驾驶系统的乘用车新车市场占比达到20%,其中新能源汽车新车搭载率超过30%。新能源汽车发展势头强劲。

郭守刚提出的第三个快速是指“产品出口快速增长”。

他指出,2021年全年实现新能源汽车出口31万辆,同比增长3倍多,超过了历史累计出口总和。同时,产业发展配套环境也进一步优化,截至2021年底,累计建成充电桩7.5万座,充电桩261.7万个,换电站1298个,在全国31个省市区设立动力电池回收服务网点超过1万个。

工信部公布的数据显示,截至到2021年末,我国新能源汽车销量已连续7年位居全球第一;搭载组合辅助驾驶系统的乘用车新车市场占比达到20%,其中新能源汽车新车搭载率超过30%。新能源汽车发展势头强劲。

中国品牌乘用车市占率提高至44.4%

2021年中国品牌乘用车销量达954.3万辆,同比增长23.1%,市场份额占44.4%。

在新能源汽车、出口市场等向好带来的拉动作用下,中国品牌乘用车市占率接近历史最好水平。

中汽协数据显示,2021年中国品牌乘用车销量达954.3万辆,同比增长23.1%,市场份额占44.4%,上升6.0个百分点。

车企方面,2021年,上汽、长城、长安、奇瑞、比亚迪、东风、一汽、广汽等中国传统品牌乘用车销量均实现两位数增长率,而造车新企总贡献94.7万辆的销量,同比增长215%,其中,蔚来、理想、小鹏、合众等企业的销量增长率高达三位数。

主流中国汽车品牌通过近几年的发展,在技术、产品力等方面已有较大突破。

中汽协轮值会长朱华荣表示,中国品牌技术能力已经全面构建,“从整车、车身、底盘、发动机、变速器,包括自动变速器,都已经完全具备了自主研发能力”。

同时,“产品创新上持续不

2022年汽车市场有望持续增长

据预测,2022年中国汽车总销量为2750万辆,同比增长5%。

2022年我国汽车市场的走势,业内观点普遍乐观。

“中国汽车市场将继续保持增长。”据付炳锋预测,2022年中国汽车总销量为2750万辆,同比增长5%,其中,新能源汽车销量将达到500万辆,同比增长42%,市场占有率有望超过18%。

国务院发展研究中心市场经济研究所副所长王青在谈到2022年车市走势时也曾表示,将呈现“前低后高”。据其分析,2022年一季度可能会出现一个比较明显的市场增速回落过程,这主要与同比基数变化直接相关。但从下半年开始,增速会缓慢回升,整体呈现前低后高的态势。2022年汽车销量在2700万辆左右,同比增速约



有专家预估,2022年我国汽车市场销量增速将达10%左右,是业内主流预估估值5%的两倍。

本报资料室/图

断”,在朱华荣看来,中国品牌现在已经形成了造型美、颜值高、技术配置高、新技术应用多等品牌特征,满足了中国市场消费者升级的需求。

而产品质量方面,“中国品牌达到甚至已经超过了某些国际品牌的水平”,朱华荣以千车故障率为例,称国际上大多数品牌千车故障率大概在8-10,而现

在有的中国品牌千车故障率在5-7这样一个优秀水平,已经超过了平均水平,特别是中国品牌在服务方面还凸显出高效、快捷等优势。

值得关注的是,近10年来,中国汽车出口一直在100万辆左右徘徊,而2021年受国际市场恢复、中国品牌竞争力提升等因素推动,我国汽车出口表现出色,首次突破

200万辆。

在汽车产业变革下,中国品牌抓住了新一轮发展机遇,新能源和智能网联汽车的发展在全球领先。“下一步,中国品牌要抓住历史机遇,特别是未来3-5年发展的机遇期,抓住国际市场,加速品牌向上。未来10年有望诞生世界级的中国品牌。”朱华荣表示。

车企销量差异愈发明显

造车新势力变阵进行时:人局者众 赛道拥挤

本报记者 夏治斌 张家振 上海报道

作为近年来最火热的赛道之一,新能源汽车产业正不断迈向全新的发展阶段。

中国汽车工业协会日前发布的统计数据显示,2021年国内新能源汽车产销量分别达到354.5万辆和352.1万辆,同比增长均为1.6倍,市场占有率提升至13.4%。“新能源汽车成为最大亮点,已经从政策驱动转向市场拉动新发展阶段。”中国汽车工

“头部玩家”格局生变

在国家政策引导和市场推动的双重影响下,新能源汽车市场2021年的产销规模进入快速增长期。

记者注意到,造车新势力“头部玩家”中的蔚来汽车2021年交付91429辆新车,同比增长109.1%,连续两年实现翻番。截至2021年12月31日,蔚来汽车累计交付167070辆智能电动汽车,并连续七个季度实现了正增长。

对于2021年取得的成绩,蔚来汽车相关负责人向记者表示:“依托于‘以研发、制造、数字化管理、商业模式等为核心,以车、全生命周期的服务、数字体验和超越汽车的生活方式为触点’的体系竞争力,公司产品、技术持续创新,不断提升用户满意度,保持全天候营销优势,因而交付量整体攀升。通过全体员工进入全球市场之后,产品也获得了行业及市场的好评。”

业协会常务副会长兼秘书长付炳锋表示。

《中国经营报》记者注意到,在国内汽车产业不断向上的大背景下,新能源汽车赛道的人局者交出的2021年“成绩单”也更加亮眼。造车新势力“头部玩家”中的蔚来汽车、小鹏汽车、理想汽车的人局者均突破9万辆,但交付量排名发生变化,长期的“蔚小理”格局变成了“小蔚理”。

除头部玩家销量“三国杀”外,哪吒汽车也凭借交付近7万

不过,即便蔚来汽车总销量在2021年实现了翻番,但也只能位居造车新势力年度交付总量排行榜第二位;小鹏汽车则以98155辆的交付量夺得造车新势力年度销量冠军;理想汽车以90491辆的年度交付量位居排行榜第三位。

这也意味着,长期被外界称为“蔚小理”的“头部玩家”竞争格局,已经变成了“小蔚理”。对此,汽车分析师任万付告诉记者:“造车新势力头部企业排名发生变化是必然的,蔚来汽车和理想汽车目前的产品均定位低一些。不同市场的容量不同,车企销量差异也会越来越明显。”

“以往‘蔚小理’的格局被打破,是因为三家企业的产品结构存在差异。”北方工业大学汽车创新中心研究员张翔亦向记者表示,小鹏汽车现有的产品结构

的成绩单进入造车新势力第一梯队,而紧随其后的威马汽车和零跑汽车的年交付量也均超过了4万辆,分别达44157辆和43121辆。

不过,在业内人士看来,虽然造车新势力在2021年取得了优异成绩,但2022年面临的挑战仍然不少,其中包括“缺乏”影响排名发生变化,长期的“蔚小理”格局变成了“小蔚理”。

比较平衡,覆盖面比较广;蔚来汽车的产品结构偏高端,以后要想重回市场销量第一的位置,需要开发面向中低端的产品,公司推出蔚来ET5也是出于这一考虑;而理想汽车的产品结构比较单一,目前主要靠理想ONE一款车打天下,产品也需要下沉市场,不然很难保住“第一集团军”的位置。

“蔚小理”竞争格局生变的同时,哪吒汽车作为2021年造车新势力的销量黑马,凭借近7万辆的表现,顺利跻身造车新势力第一梯队。数据显示,哪吒汽车2021年全年交付量累计为69674辆,同比增长362%,增速位列造车新势力第一。

“公司2021年的汽车销量占历年总销量的72%。此外,在2021年的用户中,来自一线、新一线、二线城市的用户占比已提升至约64%。”哪吒汽车相关负责人向记者介绍道。

新人局者不断涌入

在“头部玩家”格局生变的同时,位居第二梯队的造车新势力也趁势追击,年度交付量攀上了新的高峰。

威马汽车便是其中的典型代表。数据显示,2021年,威马汽车全年累计交付智能纯电汽车44157辆,同比增长96.3%,接近公司过去三年累计交付量的总和。威马汽车相关负责人告诉记者:“取得出色的成绩背后,离不开公司在产品规划、优质产能、技术研发、供应链和售后服务等方面的综合体系能力。”

记者注意到,在新能源汽车市场持续火热的同时,行业竞争也日趋激烈。除了造车新势力外,还包括传统车企孵化的智能电动汽车公司,例如上汽集团旗下的智己汽车、东风公司旗下的岚图汽车、小米、百度和华为等互联网巨头也参与到了跨界造车的浪潮中。

构筑体系竞争力“护城河”

在新玩家不断入场,市场混战更加激烈的同时,新能源汽车产业也面临着补贴退坡等政策因素带来的新挑战。

2021年12月31日,财政部等四部门发布的《关于2022年新能源汽车推广应用财政补贴政策的通知》明确指出,2022年新能源汽车补贴标准在2021年基础上退坡30%。2022年新能源汽车购置补贴政策于2022年12月31日终止,2022年12月31日之后上牌的车辆不再给予补贴。

“从新能源汽车的使用成本角度来看,即使补贴退坡甚至退出,新能源汽车依然有着很强的市场竞争力。相对于汽油车而言,新能源汽车的优势已经不再只是补贴利好,而是在使用过程中性价比高。当然,补贴退坡在短期内或将延缓

高速增长的同时,也将对新车产生拉动效应;此外,随着房地产行业的平稳发展,更多资金将流向制造业,这将促进汽车金融业的发展,也有利于汽车销量的提升。

付炳锋在分析支撑汽车市场的驱动因素时也重点提到新能源汽车。他指出,“从中长期来看,智能网联汽车技术的加持、商业模式创新,将在很大程度上促进新能源汽车的普及,尤其是‘双碳’目标的实施,更加快了转型的进度,到2025年新能源汽车占比的规划目标很可能提前实现,将有效支撑2022年国内汽车市场保持增长的态势。”

同时,伴随芯片短缺逐渐缓解,也将助力汽车供给能力进一

步释放。在付炳锋看来,随着芯片市场调节机制逐步发挥作用,以及在政府、主机厂和芯片供应商的共同努力下,供应短缺正逐渐缓解。届时,汽车供给能力的释放,将成为2022年汽车市场增长的积极因素。

另一有力因素是,我国汽车出口量将持续快速增长。中汽协预计,2022年我国汽车出口增速在20%左右。据记者了解,中汽协将联合中国品牌汽车企业,在法规认证、关税、海外金融、物流运输、知识产权保护和品牌培育等方面开展工作,提出建议和措施,解决企业在出口方面遇到的主要共性问题,推动中国品牌汽车海外发展持续增长。

去汽油车积累的汽油发动机技术专利壁垒被打破。随着新能源汽车产业链、供应链不断成熟,未来新能源汽车行业的门槛将越来越低,人局者也必然越来越多。

面对竞争对手日益增多的现状,蔚来汽车上述负责人表示,传统造车企业和以华为、小米和百度为代表的科技企业,也使得原本竞争激烈的新能源汽车市场热度更加高涨。“从国家和行业发展的角度来看,新能源汽车产业将吸引更多技术、人才、资金和政策等的关注,这对新能源汽车产业发展和消费者而言具有重要意义。”

威马汽车相关负责人则告诉记者:“智能网联是汽车产业发展的大势所趋,可以预见2022年新能源汽车市场将持续增长。同时,随着消费者对智能新能源汽车的认可度不断提高,销量也将迎来爆发式增长。”

汽车产品和车企的后续服务能力、补能基建等。这就使得企业更加关注消费者的用车体验、服务体验和生活体验。“蔚来汽车将持续在这些方面努力,践行用户企业的理念,不断筑牢体系竞争力‘护城河’。”

在新能源汽车补贴进一步退坡的大背景下,造车新势力也纷纷开始修炼内功,以期提升企业竞争力。哪吒汽车相关负责人告诉记者,公司基于山海平台打造的首款车型——哪吒S将会在2022年底上市交付。同时,2022年哪吒汽车还将基于哪吒V和哪吒U推出年度车型。

威马汽车相关负责人表示,公司旗下首款全场景智能纯电轿车M7将正式上市。“在技术上,威马汽车将会继续加大对自动驾驶、智能座舱和三电方面的研发投入。”