

# 盘点2024车市十大关键词:新能源、内卷、出海、换新、飞行汽车……

文/陈茂利

价格战、出海谋增量、飞行汽车火出圈、萝卜快跑热议……2024年,中国汽车市场跌宕起伏,热点事件应接不暇。

迈进2025年,值此时刻,《中国经营报》记者梳理了2024年中国汽车发展十大关键词,一窥车市深度转型之年如何实现“既立又破”。

## 新能源渗透率

2024年,新能源汽车销量持续攀升。根据中国汽车工业协会公布的数据,2024年1—11月,新能源汽车产销累计完成1134.5万辆和1126.2万辆,同比分别增长34.6%和35.6%。

根据中国乘用车市场信息联席会(以下简称“乘联会”)数据,2024年全国新能源乘用车市场呈现持续环比走强的态势,11月全国乘用车零售渗透率达52%,连续5个月保持在50%以上。前11个月渗透率47%。2021年、2022年、2023年渗透率分别为15%、28%、36%。

中国电动汽车百人会预计,2025年我国汽车市场销量预计在3200万辆左右,其中国内市场2600万辆左右,增速3%。在新能源汽车领域,2025年新能源汽车(含出口)销量预计达到1650万辆,增速接近30%,内需有望达到1500万辆,渗透率预计超过55%。

## 价格战轮番上演

2024年,汽车行业上演数轮价格战。几十家车企参与到价格战中,行业极度内卷。2024年,比亚迪推出新车型,提出“电比油低”的概念,把新能源汽车的价格打到8万元以下,长安、哪吒、五菱等多家车企纷纷跟进。合资品牌中北京现代喊出“油比电强”的口号迎战,宝马、奔驰、奥迪等豪华车品牌也放下身段加入价格战中。

多位业内人士预测,2025年价格战将持续。长安汽车副总裁兼深蓝汽车CEO邓承浩指出,2025年价格战将更为白热化,毛利率达到15%的车企才能勉强维持生存,而那些卖一辆亏一辆的品牌,或将难逃被市场淘汰的命运。小鹏汽车董事长、CEO何小鹏认为,比较血腥的竞争起码会持续到2026、2027年。“未来2年燃油车价格的下行会

比2024年更加猛烈和快速,因为很多看起来很好、很贵的油车,他们(的价格)有足够的能力往下走。”

## 出海谋增量

行业内卷加剧,车企加速出海步伐,谋求新增量。2024年前11个月,汽车出口量突破500万辆。中汽协数据显示,2024年1—11月,汽车出口534.5万辆,同比增长21.2%,已超过2023年全年汽车出口量491万辆。

根据乘联会数据,2024年1—11月整车出口总量的前5国家:俄罗斯106万辆、墨西哥42.22万辆、阿联酋29.19万辆、比利时25.76万辆、沙特24.24万辆。

出海队伍中,奇瑞、上汽、长安、吉利等车企是中国汽车出口大户。其中,2024年前11个月,奇瑞以22.4%增速达成104.62万辆出口成绩,创造中国车企最快达成年内百万辆出口的新纪录。

不过,中国汽车出口也遭遇了逆全球化、关税壁垒、航运运力紧张等挑战。“中国新能源产品”出口欧洲遭遇高额关税阻击。在此背景下,以比亚迪为代表的汽车品牌筹划在欧洲建立生产基地,中国车企出海从贸易出口迈入投资建厂新阶段。

## “以旧换新”效应显著

汽车“以旧换新”补贴政策对2024年车市起了不小的拉动作用。

2024年3月,国务院常务会议审议通过《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》,指出积极开展汽车、家电等消费品以旧换新,形成更新换代规模效应。同年8月,商务部、财政部等7部门《关于印发〈汽车以旧换新补贴实施细则〉的通知》,提高补贴标准,对符合条件且购买新能源乘用车、燃油车的个人分别给予2万元、1.5万元补贴。

商务部发布的数据显示,截至2024年11月18日24时,全国汽车报废更新和置换更新补贴申请均突破200万份,合计超过400万份。

“国家政策对汽车产业的拉动作用明显,如果按量算的话,大概在150万辆。”中国汽车工业协会副秘书长陈士华指出,“从现在国家的政策方向来看,2025年仍然是要促消费,还要对关键的产业进行拉动,所以2025年大概率还有政策。”



2024年,中国汽车市场正在发生翻天覆地的变化。

## 飞行汽车火出圈

2024年以来,低空经济持续出圈。“济南市平阴县9.24亿元‘卖天’”更是引发互联网多番热议。据中国民航局数据显示,到2025年,低空经济市场规模将达1.5万亿元,到2035年有望达3.5万亿元。

低空经济出圈,也带火飞行汽车。2024年之前,飞行汽车赛道只有小鹏汇天、吉利、广汽等少数几个玩家。2024年,低空经济火了以后,奇瑞、长安等车企纷纷宣布入局飞行汽车赛道。

尽管低空经济被视为未来出行的前沿领域,但飞行汽车的落地应用和商业化运营仍面临诸多挑战,加快开展飞行汽车顶层设计与规划,针对产品管理、产品认证、标准体系设计以及完善的运行体系等方面做好前瞻性顶层规划迫在眉睫。

## Robotaxi元年

2024年,Robotaxi(无人驾驶出租车)迎来“摘果子时期”。2024年,百度Apollo推出的自动驾驶出行服务平台萝卜快跑“在武汉投放400多辆无人车”消息迅速火出圈,引发互联网热议。

萝卜快跑投入运营后,支持者和反对者均不少。以网约车司机和出租车司机为代表的反对者认为,Robotaxi的出现将直接威胁他们的生计和饭碗,他们担心被替代。而一些有良好使用体验的“尝鲜者”则表示支持,“萝卜快跑打车价格低”“车内没有异味”“不用看司机脸色”。当然,观望者也不少,

提出Robotaxi的安全性如何、出现交通事故谁来负责、未来如何解决大量出租车司机失业等问题。

萝卜快跑进入市场后,2024年10月,特斯拉发布Robotaxi,产品定名为Cybercab。根据特斯拉方面提供的信息,Cybercab计划在2026年投放市场,成本低于3万美元,运营成本可低于0.2美元/英里。小鹏也正在加快Robotaxi业务步伐,何小鹏透露,小鹏将聚焦如何提升Robotaxi场景的行泊车能力,定制车内外场景提升乘客体验、强化安全冗余等,计划2026年正式推出Robotaxi。

## NOA加速“开城”

2024年,华为问界、比亚迪、小鹏、理想、长城等国内多家车企向城市NOA(导航辅助驾驶)发起冲锋。所谓的城市NOA,即面向城市场景的智能辅助驾驶,车辆可以实现在城市道路自主行驶,完成跟车、变道、超车、转弯、过红绿灯等动作,最终到达目的地。城市NOA被视为L2级辅助驾驶的最后一步。

2024年年底,比亚迪、长城宣布进入全国开城阶段。2024年12月24日起,比亚迪高阶智能驾驶辅助系统“天神之眼”在全国范围内正式开通无图城市领航(CNOA)功能。2024年11月,长城宣布全场景NOA正式进入全国推广阶段。该技术实现了无需依赖高精地图的点到点导航,全面覆盖从城市街道到乡村小路的各类驾驶场景。

早于比亚迪、长城,2024年7月,小鹏在其AI智驾技术发布会上宣布,小鹏XNGP将从“全国都能开”正式升级为“全国都能开”,实现“不限城市、不限路线、不限路况的”全国全量开放。

## 固态电池量产表出炉

2024年,固态电池赛道很热。随着现有液态锂离子电池密度接近理论极限,产业链上的企业正在攻关新一代电池技术。其中,全固态电池被行业视为最具潜力的“下一代动力电池”。

全固态电池具有高安全性、高能量密度、高功率特性,以及温度适应性更宽等特点。多家机构的研报显示,目前,液态锂电池能量密度的理论极限在350Wh/kg左右;主流液态三元电池的能量密度可以做到260Wh/kg—280Wh/kg,对应续航500—700公里;而固态电池能量密度有望达到500Wh/kg,续航里程有望翻倍实现1000公里以上。

不过,固态电池行业只做出一些器件样品,仍在实验验证阶段。从实验室到工厂,从样品到量产,仍需时日。比亚迪首席技术官(CTO)孙华军判断,2027—2029年将会是硫化物固态电池的示范期,主要针对中高端电动汽车。2030—2032年,硫化物固态电池会进入拓展期,将运用到主流电动汽车。

## 行业加速洗牌

极越解散、高合破产、哪吒陷人生死边缘……2024年是汽车行业动荡洗牌的一年。新势力上演

淘汰赛的同时,传统车企也着手进行战略收缩。

吉利控股集团宣布将几何汽车品牌并入吉利银河。单飞3年的飞凡汽车,又回归了上汽乘用车。欧拉汽车App停止运营并迁移至长城汽车App。

与此同时,市场上仍涌入小米汽车、鸿蒙智行等新势力。小米SU7爆火让小米汽车成为搅动市场新“鲇鱼”。2024年12月28日,小米汽车宣布,截至目前,小米SU7全年交付量已超过13万辆,提前完成全年所有目标。小米汽车创下新势力车企中销量最快达10万辆目标。

## 合资2.0时代

反向合资,跨界合资在2024年成为新潮流。与合资1.0时代不同,在合资2.0时代,中外合资双方主动权逐渐易位,在与外资车企合作中,中方话语权、主动权增强。

合资进入2.0全新阶段,合资车企在研发方面更注重中国消费者需求,以丰田、现代为代表的跨国车企更喊出“在中国,为全球”口号。

外资车企主动寻求与中国汽车品牌或互联网公司就智能电动汽车开展合作。上汽与大众签署延长合资协议,将上汽大众的合资期延长至2040年,双方一改“技术引进”合作模式,转向“技术共创”。中国零跑汽车与荷兰斯特兰蒂斯集团(Stellantis)在2023年牵手联姻后,其合资生产的首批电动汽车于2024年9月在欧洲销售。

# 中汽协陈士华:中国整车出口模式增长空间短期即将触顶

文/尹丽梅 张硕

尽管2024年汽车行业过得并不平静,但从销量来看2024年车市大概率会交出一份还算不错的答卷。

根据中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)披露的数据,2024年前11个月,我国汽车产销分别完成2790.3万辆和2794万辆,同比分别增长2.9%和3.7%。中汽协预计,2024年我国汽车销量将达到3100万辆,新能源汽车总销量高于年初预期将接近1300万辆,汽车出口将达到580万辆左右。

中汽协副秘书长陈士华告诉《中国经营报》记者:“2024年补贴政策对促进内需的增长起到了非常重要的作用。国家汽车以旧换新补贴和地方汽车置换更新补贴‘两新’政策在2024年约带动了150万辆汽车消费增量。”

此外,陈士华认为,现阶段新能源汽车的发展受到市场和政策双重因素的刺激和影响,其中最为关键的因素是市场,而非政策起到最主要的作用。

据悉,汽车报废更新和置换更新补贴政策原计划于2024年12月31日结束,但为应对国际、国内市



中汽协副秘书长陈士华

场的压力,近期召开的中央经济工作会议透露出政策将延续到2025年的信号。

## “电进油退”趋势延续

2024年4月以来,商务部和财政部等先后发布汽车报废更新和置换更新补贴措施,随后到了7月底报废更新补贴标准进一步提高,补贴政策的落地为汽车市场注入了活力。

“2024年上半年终端市场的库存压力非常大,4月份出台的政策大家觉得力度还不够,还不足以刺

激消费者去买车。到7月25日加力出台政策以后,确实起到了刺激消费者的更新需求。到了三季度,终端库存基本得到消化,厂家也主动放缓了生产、供应节奏。进入四季度,汽车市场终端库存压力小了很多,行业才开始加大生产把生产经营节奏提上去。”陈士华对记者说道。

在汽车产业内部,受多种因素影响,市场也在发生一系列变化。2024年,在新势力车企“电比油低”的猛烈攻势下,国内燃油车市场继续下滑。

根据中汽协披露的数据,2024年11月,传统燃料乘用车国内销量为121万辆,同比下降8%,比上年同期减少10.5万辆。2024年1—11月,传统燃料乘用车国内销量1025.7万辆,比上年同期减少243.6万辆,同比下降18.8%。

陈士华对记者表示,从2024年1—11月的数据来看,燃油车下降的幅度非常明显。主要是受两方面因素影响:一是燃油车型更新换代慢;二是消费者对于新能源汽车的认可度越来越高。“新能源汽车成本下探,具有一定程度的价格优势,而且续航里程基本能够满足日常需要,功能也非常完善,这些因素对于消费者最终选

择购买新能源汽车起着非常重要的支撑作用。”

相较之下,新能源汽车的“盘子”越来越大。根据中汽协数据,2024年1—11月,我国新能源汽车产销分别完成1134.5万辆和1126.2万辆,同比分别增长34.6%和35.6%,新能源汽车新车销量占汽车新车总销量的40.3%,国内新能源乘用车新车销量占比已连续6个月超过50%。

不同于早期新能源汽车主要依托政策扶持而成长壮大,陈士华认为,现阶段新能源汽车的发展受到市场和政策双重因素的刺激和影响,其中最为关键的因素是市场而非政策。新能源汽车产品品质好以及供给能力的提高,才是消费者愿意购买的最主要原因。

展望2025年,陈士华判断,在政策延续的背景下,2025年中国车市仍会保持增长。不过他指出,在当前的环境下,建议出台长效汽车促销政策,并且有必要对“两新”政策做进一步细化,并且建议政策覆盖到轻型货车。

## 汽车出口总量超出年初预期

近两年,出口是我国汽车产业较强的增长动力。数据显示,2024

年1—11月,我国汽车出口534.5万辆,同比增长21.2%,出口增速虽然相较于去年有所回落(2023年汽车出口同比增长57.9%),但相对于同期国内汽车市场0.3%的增长而言仍然颇具看点。

“现在国际局势非常复杂,中国企业走到海外面临很多难题,但是2024年汽车出口市场还是超过了年初的预期,我们当时预测2024年汽车出口会达到550万辆,从现在看来,全年应该会达到580万辆左右。”陈士华说道。

值得关注的是,在总量增长的同时,我国新能源汽车出口相较于2023年同期出现了明显的减缓趋势。

中汽协披露的数据显示,2024年11月,我国新能源汽车出口8.3万辆,环比下降35.2%,同比下降14.1%。2024年1—11月,我国新能源汽车出口同比增长4.5%,而在2023年同期,新能源汽车出口的增速为同比增长83.5%。

“从数据来看,11月新能源汽车国内市场好于出口市场,这个月新能源汽车出口市场表现并不好。”陈士华告诉记者,当前新能源汽车在海外面临较大的压力,国际局势不平稳,海外市场政策变动大,影响了我国新能源汽

车的出口。他认为,现阶段新能源汽车在海外市场发展仍然面临很大的困难。“从各方面来看,海外市场发展新能源汽车的条件还差得很远,可能需要一个比较长的过程。”

纯电动汽车面临的出口压力比较大。根据中汽协统计的数据,2024年1—11月,纯电动汽车出口89.4万辆,同比下降10.8%,而2023年同期实现了87.7%的同比增长。

美国、欧盟等挥舞的关税大棒影响了我国新能源汽车的出口。陈士华认为,采用直接贸易进行出口的模式未来将难有大的增长空间,在这种模式下,中国汽车出口的规模最多能达到600万—700万辆。未来,车企应把更多精力放到在海外建厂上。

海外市场机遇与挑战并存。陈士华强调,在海外市场,中国车企最关键的是要注意合规风险。“目前,很多中国企业对这一问题的重视程度还不够。在出海方面,除了人才和金融服务等缺乏外,重视合规问题是最为重要的一个点。一旦出现了不合规的情况,企业在当地的利润可能会立马遭到吞噬,这对我们来讲将是巨大的损失。”