

# 中国汽车市场销量动态趋势解析 (2024.02)

盖斯特管理咨询有限责任公司

2024年02月28日

[gast@gast-group.com](mailto:gast@gast-group.com)

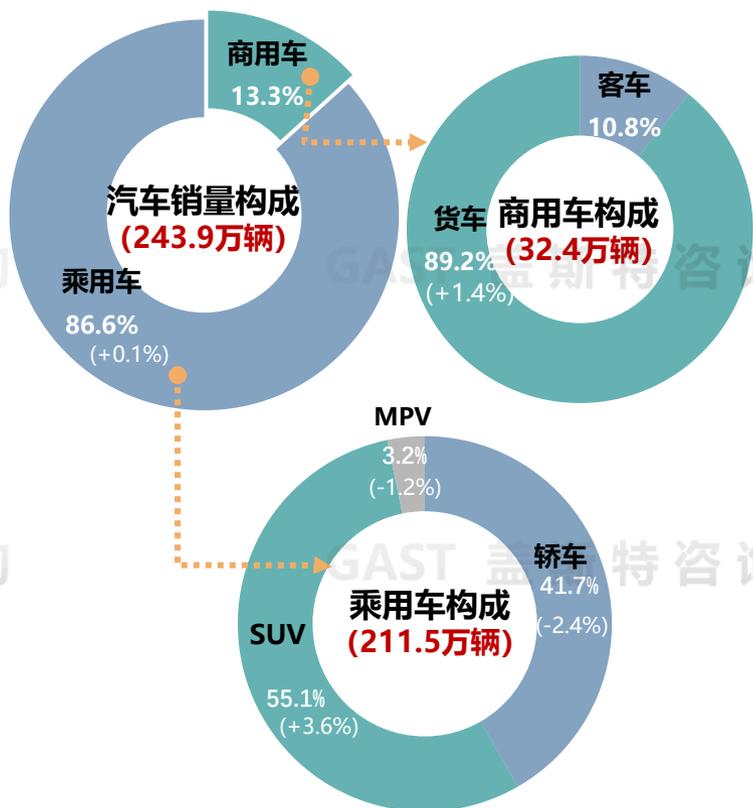
# 细分市场总览

- 1月，各细分市场销量环比均有较大幅度回落，同比依旧保持高增长态势
- 1月，新能源销量不及预期，环比大幅下滑；出口延续良好表现：环比降幅较小

2023年1月~2024年1月汽车市场总体销量走势(万辆)



1月各细分市场占比及同比份额变化



| 万辆            | 1月销量         | 1月环比          | 1月同比         | 1月NEV渗透率     |
|---------------|--------------|---------------|--------------|--------------|
| <b>汽车总体销量</b> | <b>243.9</b> | <b>-22.7%</b> | <b>47.9%</b> | -            |
| <b>乘用车</b>    | <b>211.5</b> | <b>-24.2%</b> | <b>44%</b>   | -            |
| 轿车            | 88.3         | -28.6%        | 37.9%        | -            |
| SUV           | 116.4        | -17.8%        | 51.8%        | -            |
| MPV           | 6.8          | -42.2%        | 18.9%        | -            |
| <b>新能源销量</b>  | <b>69.9</b>  | <b>-38%</b>   | <b>78%</b>   | <b>33%</b>   |
| <b>商用车</b>    | <b>32.4</b>  | <b>-11.1%</b> | <b>79.6%</b> | -            |
| 客车            | 3.5          | -36.5%        | 63.4%        | -            |
| 货车            | 28.9         | -6.6%         | 81.8%        | -            |
| <b>新能源销量</b>  | <b>3.0</b>   | <b>-53.1%</b> | <b>99.7%</b> | <b>9.4%</b>  |
| <b>新能源总销量</b> | <b>72.9</b>  | <b>-38.8%</b> | <b>78.8%</b> | <b>29.9%</b> |
| <b>出口销量</b>   | <b>44.3</b>  | <b>-11.2%</b> | <b>47.4%</b> | -            |
| <b>新能源出口量</b> | <b>10.1</b>  | <b>-9.8%</b>  | <b>21.7%</b> | <b>22.8%</b> |

## 乘用车整体市场：同比稳健增长，环比预期内回落

- 1月，乘用车市场销售211.5万辆，同比增长44%，环比下降24.2%
- 原因分析：①开年促销扩大；③年末上市新品开始上量；②出口延续强势表现

2023年1月~2024年1月乘用车销量走势(万辆)



### 政策特征

#### 国家、地方出台促进新能源消费政策

- **国家政策：**工信部等五部门开展智能网联汽车“车路云一体化”应用试点工作
- **地方政策：**广州等地发布限时上牌补贴；河南等地发布最新新能源汽车补贴政策

### 供给特征

#### 促销政策延续、新品供给丰富

- 车企延续年末降价促销力度，推出春节前限时购车权益等
- 年末新品高频次上市+价格普遍低于预期→新品1月开始逐渐上量

### 消费特征

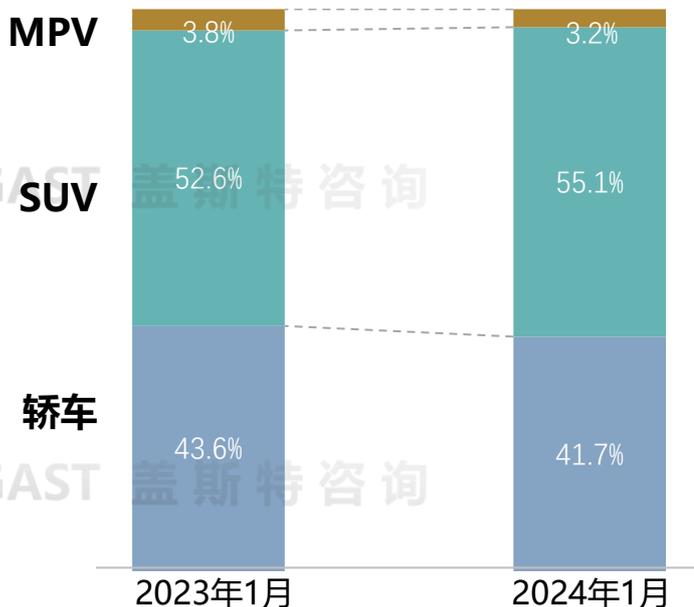
#### 节前消费需求回升

- 春节前首购用户需求集中释放，整体消费需求有所回升
- 燃油A级轿车降价幅度扩大→轩逸、朗逸等车型销量有较大回升

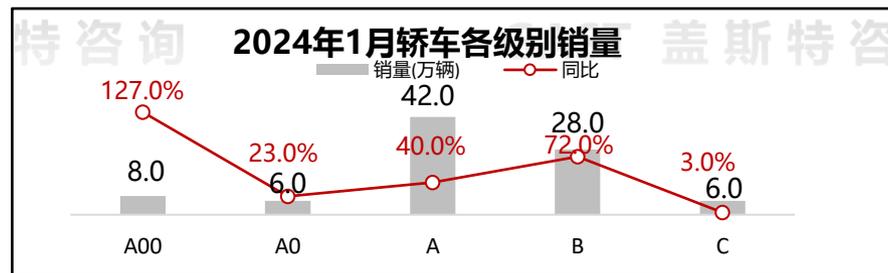
## 乘用车品类维度：轿车和MPV环比回落幅度较大

- 从份额变化看：1月SUV份额同比增长2.5个百分点，轿车同比下滑1.9个百分点
- 从单月环比看：三大品类均有所下滑，其中SUV降幅最小，依旧维持销量高位

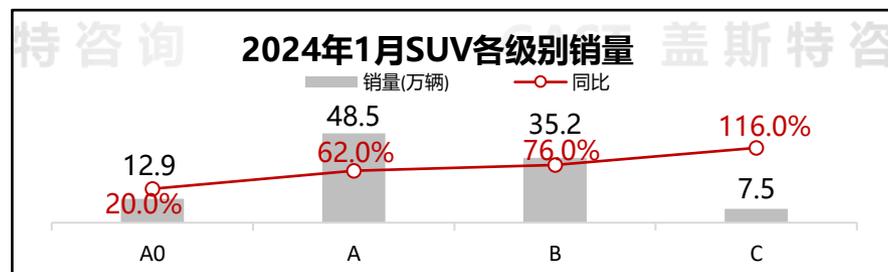
2024年1月狭义乘用车结构同比变化



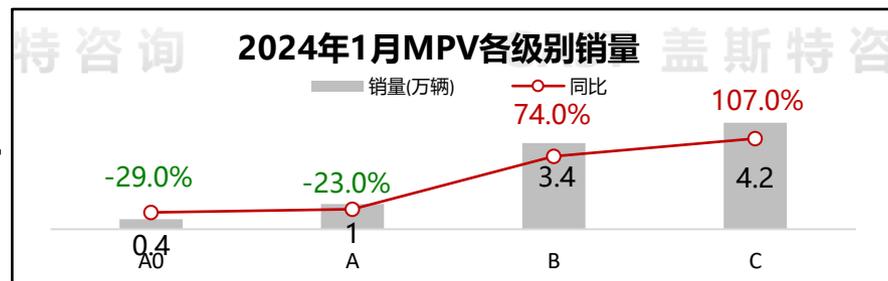
轿车



SUV



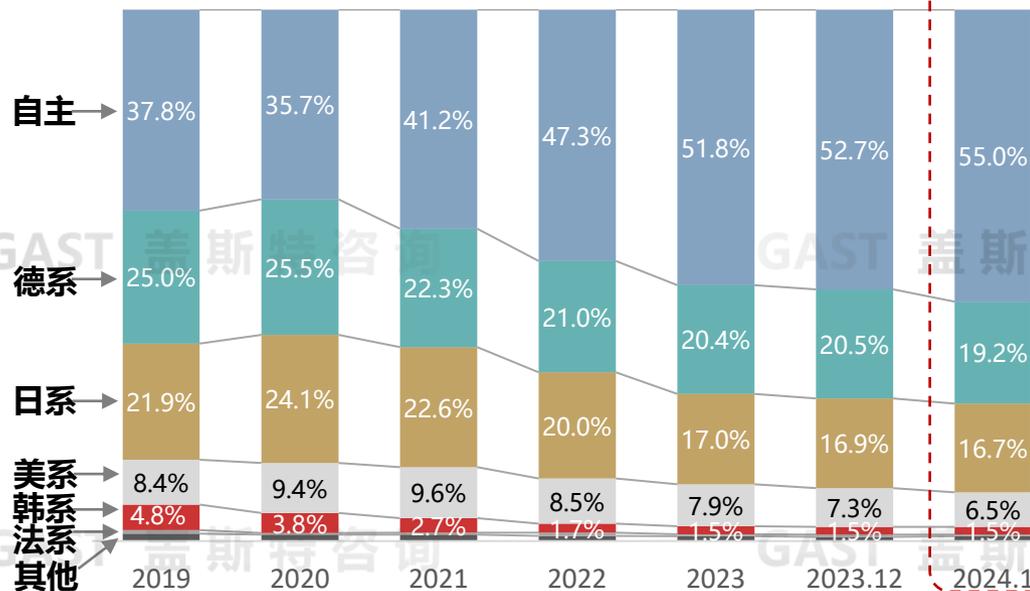
MPV



## 乘用车国别维度：自主品牌份额持续提升

- 市场份额：自主品牌份额再次突破55%，德系市场份额环比有较大幅度下滑
- 同比增幅：各国别车系同比均呈增长态势，自主与日系增幅超过整体市场（44%）

GAST 盖斯特 各国别细分市场市场份额变化



| 车系 | 1月销量      | 同比    |
|----|-----------|-------|
| 自主 | 1,118,458 | 75.5% |
| 德系 | 390,667   | 32.1% |
| 日系 | 340,183   | 58.0% |
| 美系 | 131,323   | 31.2% |
| 韩系 | 30,500    | 16.1% |
| 法系 | 5,204     | 14.7% |
| 其他 | 18,241    | 37.2% |

单位：辆

- 自主份额持续增长：①NEV新品供给丰富；②开年NEV和燃油车同步促销
- 日系同比大幅增长：同期基数低+日产和本田销量回升大（主销车型优惠扩大）

# 乘用车厂商排名TOP10

- 1月，TOP10中多数车企保持高同比增长；自主品牌占据TOP4，吉利和奇瑞同比增幅超过100%；合资品牌中，东风日产和东风本田销量大幅回升，重返TOP10

GAST 盖斯特咨询

## 2024年1月乘用车企业广义批发销量TOP10

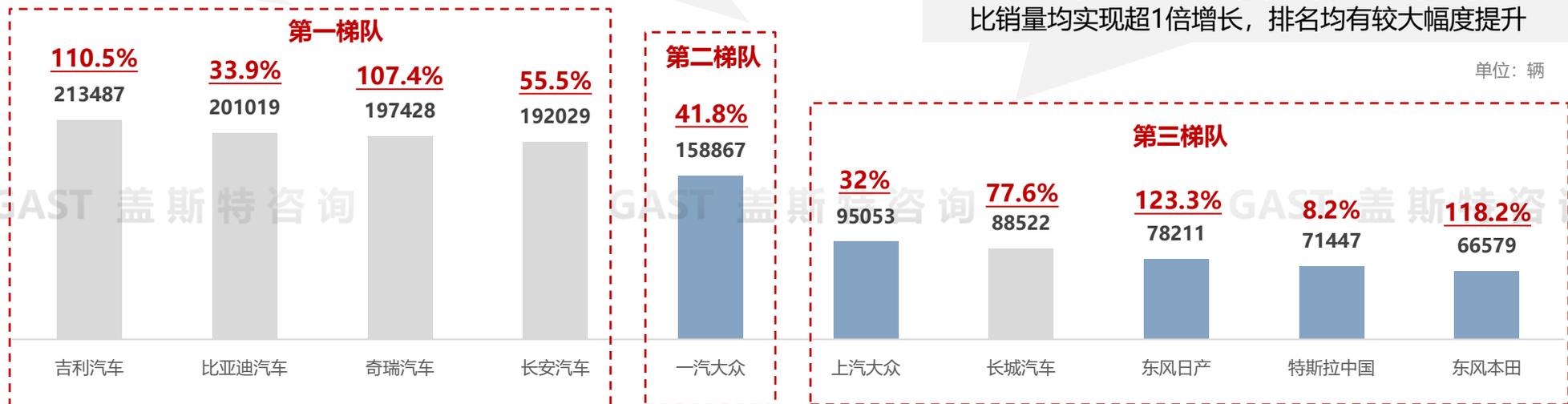
GAST 盖斯特咨询

- 吉利单月销量连续两月突破20万，销量反超比亚迪排名第一位（新能源销量占比突破30%）
- 比亚迪同比延续高增长态势，但环比大幅下滑（12月冲刺销量目标，1月缓解部分库存压力）
- 长安新能源（NEV销售4.6万辆）和海外（出口3.8万辆）市场同步发力，同环比增幅均超50%

合资/外资品牌    自主品牌

- 一汽大众环比销量有所回落，排名下滑至第五位（年末优惠政策扩大导致部分购车需求前置）

- 上汽大众销量保持同比稳定增长：ID家族销量持续破万，贡献关键增量
- 1月特斯拉销量主要供给出口（出口量超过3万辆），销量同比有小幅增长，排名重返TOP10
- 东风日产和东风本田主销车型维持高促销政策，同比销量均实现超1倍增长，排名均有较大幅度提升



## 新能源汽车总体概况

- 1月，新能源汽车共销售72.9万辆，环比下降38.8%，同比增长78.8%
- 新能源渗透率：1月全市场渗透率29.9%，乘用车市场渗透率33%

### 2024年1月新能源汽车销量情况



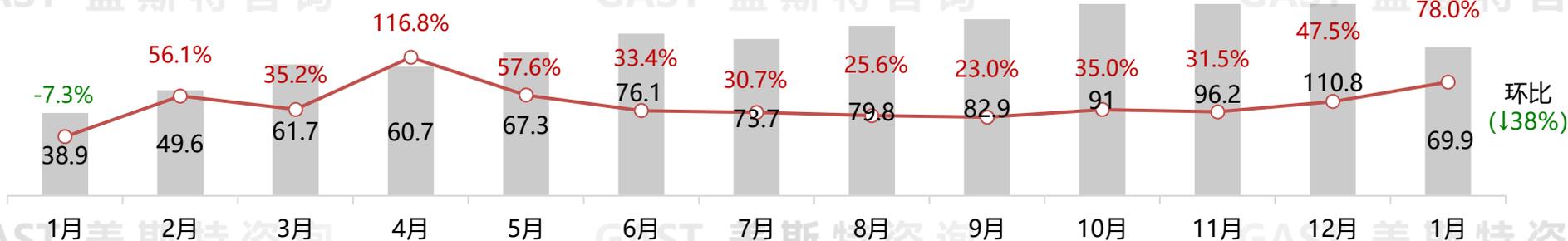
□ **NEV销量环比出现较大回撤原因：①合资品牌主销ICE车型优惠扩大，销量实现短暂回升；②年末各新能源车企冲刺全年销量目标，部分销量提前释放**

# 新能源乘用车市场概况

■ 1月，新能源乘用车累计销售69.9万辆，同比增长78%，环比下降38%

单位：万辆

2023年1月-2024年1月新能源乘用车销量走势



## 政策导向

- **国家政策：**发改委积极推动扩大新能源汽车消费；金融监管总局规范新能源车险承保
- **地方政策：**郑州、义乌等发放补贴；苏州发文构建高质量充电基础设施

## 区域特征

- **大型城市：**大型城市NEV整体增速持续放缓，主要由插混车型市占率下降导致
- **中小型城市和县乡：**纯电市占率基本不变，插混车型市占率持续提升

## 车系特征

- 1月，新能源乘用车渗透率：
  - 自主品牌43.8% (同比↑4.4%)
  - 主流合资品牌7.2% (同比↑4.8%)
  - 豪华品牌34.5% (持平)

□ 各新能源车企年末冲量保交付+部分购车需求前置→1月新能源销量环比下滑幅度较大，处于近半年低位

# 新能源乘用车TOP15车型

■ TOP15车型排名发生较大变化：比亚迪依旧占据6席；上市未满一年的新车型达5款；问界M7排名快速攀升至第二位；五菱星光排名首次进入TOP15

2024年1月新能源车型零售销量TOP15

BEV PHEV REV

➢ 宋PLUS销量同比微降，但宋PRO同比增加5000辆→宋家族总销量同比小幅增长

➢ 问界M7自9月新款上市以来，销量快速攀升，单月销量已逼近3万辆  
➢ 年末冲量（连续4月批发量超4万辆），叠加竞品影响扩大，海鸥销量较上月减少近1.3万辆

➢ 长安Lumin价格优惠持续扩大，排名首次超过宏光MINI，成为微型车销量冠军  
➢ 理想L7受竞品分流影响，销量创近4个月新低  
➢ 五菱星光上市第二个月销量破万，排名首次进入TOP15  
➢ Aion Y因同期基数较低，销量同比大幅增长，但环比下滑约56%

第一梯队  
5.1%

52,219

第二梯队

1629.5% 110.9% 152.3%

29,997 29,912 29,244 28,050

第三梯队

17.4% -6.8% 240.5% -5.5%

16,831 16,386 16,041 15,520 13,343 11,746 11,248 11,092 10,103 10,079

单位：辆

宋 问界M7 Model Y 秦PLUS 海鸥 元PLUS 海豚 长安Lumin 宏光MINI 理想L7 五菱缤果 汉 熊猫 五菱星光 Aion Y

110.3%

# 1月市场热点①：自主品牌明确全年销量目标

■ 自主车企普遍调低旗下合资品牌销量预期→重点关注旗下自主品牌销量目标提升

2024年部分自主品牌销量目标（按销量目标排名）

| 车企       | 2023年销量 (万辆) | 2024年目标 (万辆) | 同比增幅                |
|----------|--------------|--------------|---------------------|
| 传统自主品牌   | 比亚迪          | 302          | 450 (预估) 49%        |
|          | 长安           | 210          | 220 (NEV: 75) 4.8%  |
|          | 奇瑞           | 188          | 220 (预估) 12.8%      |
|          | 吉利           | 168          | 190 (NEV: 80) 13.1% |
|          | 长城           | 123          | 190 54.5%           |
|          | 广汽           | 89           | 110 (埃安: 80) 19%    |
| 新势力&科技企业 | 理想           | 38           | 80 110.5%           |
|          | 问界           | 9            | 60 567%             |
|          | 哪吒           | 13           | 30 131%             |
|          | 零跑           | 14           | 30 114%             |
|          | 小鹏           | 14           | 28 100%             |
|          | 蔚来           | 16           | 23 43.8%            |

## 传统自主：目标较理性，追求稳中有升

- 整体目标制定较保守（目标增长率普遍在10%-15%）
- 部分传统自主面临燃油车销量收缩风险，但对新能源和出口（持续加大海外投入）增长保持相对乐观
- 新能源多品牌全细分市场覆盖→旗下新能源车型目标销量增长率普遍超过50%

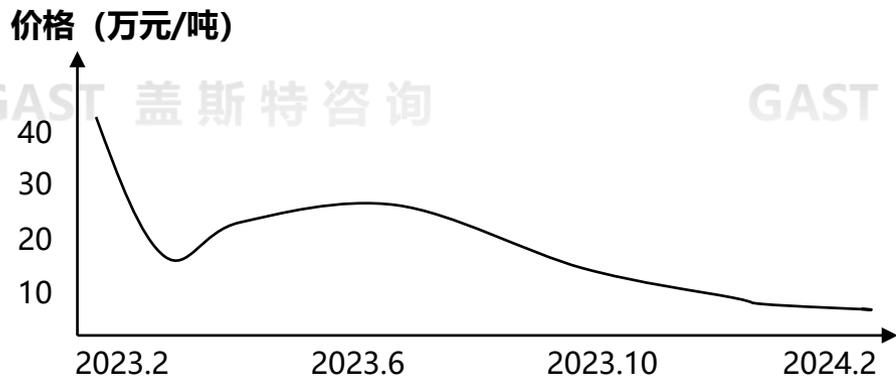
## 新势力&科技企业：目标较激进，力求更大突破

- 新势力品牌目标销量增长率普遍超过50%（理想、问界销量目标逼近传统自主NEV销量目标）
- 多款战略车型密集推出，且车型改款换代节奏加快
- 多数新势力和科技企业普遍将20万作为2024年国内市场的销量底线（否则将增加掉队风险）

**自主品牌明确2024年销量目标：进一步巩固市场份额，取得更大销量突破，力求在更“卷”的市场竞争中突围**

# 1月市场热点②：锂价持续走低带来更大降价空间

动力电池产业链供需失衡问题加剧 → 2024年开年电池级碳酸锂价格延续低位运行态势



**锂电产业供需错位突出，供给过剩问题显现**

- **供应端过剩**：碳酸锂原料及碳酸锂产能快速增长
- **需求端疲软**：NEV销量增速放缓，动力电池需求量下滑

**碳酸锂价格处于下行周期 → 逐渐回归合理区间**

- 2023年锂价整体处于剧烈波动期，年末已跌破10万元/吨；预计2024年全年将延续低位运行态势

**锂价下行 → 电池和整车仍具备降本空间**

- 锂价下行将首先影响动力电池厂商 → **动力电池成本仍具备进一步下降空间** (预计动力电池厂商率先开启价格竞争：头部动力电池厂商首先降价，二线厂商快速跟进)
- ↓
- 整车成本进一步下降 → 并进一步向产品价格段传导

**从产业端视角考虑：为NEV产品降价提供更大空间**

- 新能源市场整体增速放缓 + 各车企销量目标压力 → 整体市场竞争加剧 → 更“卷”
- 锂价持续下跌为新能源车型降价带来更大空间 → 更考验车企供应链垂直整合能力
  - 比亚迪动力电池产业链完整布局 → 拥有更大降价主动权 (秦PLUS荣耀版7.98万起)

**□ 碳酸锂价格下跌将会持续带动中国新能源市场格局调整：①新能源产品价格逐渐步入更合理区间；②主流市场NEV车型的渗透率有望进一步提升**

# 1月市场热点③：“价格战”升级将加速行业“淘汰赛”进程

- 2024开年延续2023年的价格战，但本次主要由自主NEV发起，铺开速度更快、覆盖范围更广

## 2024年价格战主要特点

### 价格战 主要特点

#### ①开年便升级，且范围广

- 比亚迪开年便将插混价格下探到8万以内，多家车企当日跟进降价
- 1月以来降价品牌已超20个，几乎涵盖所有的主流NEV品牌

#### ②降价幅度大

- 比亚迪秦plus/驱逐舰05荣耀版、长安启源A05已实现“电比油低”
- 目前自主、合资、豪华品牌最大降幅分别为4万、5万、8.5万

#### ③手段更丰富

- 除直接降价外，置换补贴、保险补贴、尾款/定金抵扣、赠送权益礼包等手段齐发

## 车企视角：2024年价格战趋势预判

### 趋势预判

#### 价格战将贯穿2024全年

- “淘汰赛”将持续至新格局形成 → 2024年车企将面临更严峻的生存环境
  - 价格战升级或将引发更多车企被淘汰

#### ①20万以下市场竞争更加激烈

- 20万以内主流市场各NEV品牌参与价格战力度将提升
  - 头部NEV车企加速承压 → 主导价格战以获取份额 → 20万以下主流价格带竞争将加剧

#### ②进一步掌握NEV细分市场定价权

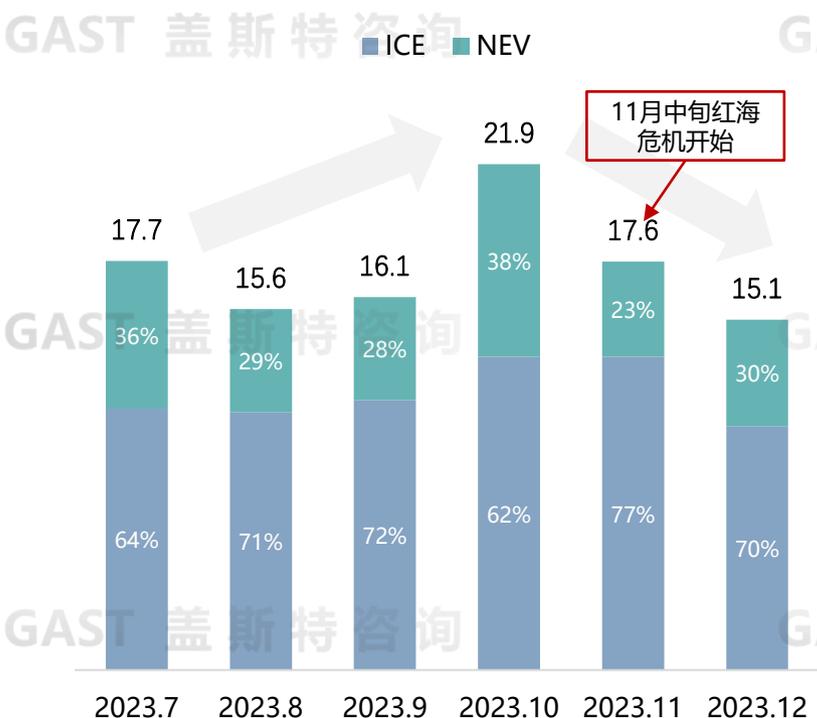
- 比亚迪秦plus荣耀版推出 → 进一步争取8万级紧凑级轿车市场定价权
  - 问界、特斯拉、比亚迪已经开始掌握40万级、25万级、10-20万级市场的定价权

**□ 价格战在新格局形成前将成为常态化竞争手段，持续考验车企成本控制能力；车企既要保证在短期内不被淘汰，又要做好企业的长远发展规划**

# 1月市场热点④：红海危机加剧，出海欧洲面临新挑战

## ■ 红海危机已然全方位影响到中国汽车出海欧洲，引发行业关注

近半年中国出口欧洲汽车数量变化（万辆）



### 红海危机影响：导致中国车企出海欧洲步伐放缓

- 出口欧洲车辆数持续下滑
  - 红海危机开始后，11月下降至17.6万台，12月持续下滑至15万台
- 供应链协同失序
  - 成本增加：绕航导致燃油费、运费、保险等费用上涨
  - 运力减少：在途集装箱剧增，集装箱周转率降低

### 预测：红海危机预计会持续半年以上

- 红海危机为地缘政治冲突 → 受政治局势影响，短期仍无法结束
- 与疫情引发危机不同 → 属于阶段性事件（周期相对短，但不确定性大）

### 车企应对策略

- 短期：①更改运输策略（由海运变为陆运）；②更改销售策略（出口目的地从欧洲市场逐渐向东南亚市场倾斜）
- 长期：建立本地化生产能力（完善本地供应链，增加抗风险能力）

**□ 红海危机的影响可能仍会持续，车企需做好短期和长期两手准备：短期主要寻求其它运输方式，长期重点围绕本地化建设**



智慧的传播者

Sharing Wisdom with You

## 公司简介

盖斯特管理咨询公司立足中国、面向世界，专注汽车全产业链生态，聚焦产业、企业、技术三大维度，进行战略设计、业务定位、管理提升、体系建设、流程再造、产品规划、技术选择及商业模式等深度研究。为汽车及相关行业的各类企业提供战略、管理、技术等全方位的高端专业咨询服务，为各级政府提供重要决策支持和实施方案建议。自创立以来，盖斯特以成为全球领先的汽车咨询公司为愿景，以“智慧的传播者”为使命，以帮助客户创造真正价值为目标，注重实际效果和长期合作，凭借全面、系统、先进、务实的咨询方法，已经与150余家国内外企业、行业机构及各级政府建立起了战略合作伙伴与咨询服务关系



公众号二维码

## 服务领域

为客户提供多样化的专业服务，供客户灵活选择合作模式，包括但不限于：

- 面向企业高层以及各级政府的战略、管理、技术等咨询服务
- 全方位定制式的专题研究服务：涵盖宏观经济、产业发展、政策法规、万物互联、商业模式、企业战略与管理、汽车市场与用户、产品研究、产品开发方法、关键技术、综合技术、节能汽车、新能源汽车、智能汽车、数字化转型、智能制造、车展研究、论坛解读等各个领域
- 作为客户长期可依赖的智库资源和伴随式顾问，提供可随时满足客户各种需求的定制式咨询服务，以及智力投资服务
- 提供会员制的沟通交流与深度研究的行业高端共享平台（CAIT）
- 拥有中、英、日三种语言的专题研究报告百余份供选购



网站二维码

联系方式  
0512-69576333: 电话  
GAST@gast-group.com: 邮箱  
www.gast-auto.com: 网址