

8月8日17时,中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会发布2024年7月全国乘用车市场分析,全国乘用车市场今年7月零售销量为172万辆。其中传统燃油车零售销量为84万辆,同比下降26%,环比下降7%。而新能源车87.8万辆,同比增长36.9%,环比增长2.8%。新能源车国内零售渗透率达到51.1%,较去年同期提升15个百分点。

数据表明,在如今的汽车市场中,新能源汽车已经成为了大多数消费者的第一选择。这一突破,是中国汽车工业转型升级的生动写照,也是全球汽车行业绿色转型的重要里程碑。

新能源汽车的国内市场销量因何超过已经发展百年的传统燃油车?

绿牌成主流!市场月度渗透率首次突破50%

新能源车销量首超燃油车意味着什么

事件

“无形之手”

新能源汽车销量之所以能够超越传统燃油车,最主要最根本的原因还是市场认可度足够高。

技术的飞速迭代升级,是新能源汽车决战市场的必杀技。

由于电机驱动的天然优势,新能源汽车的加速早已成了各大车企的必选赛道。二三十万的新能源车型,零百加速最快成绩,基本都能在5秒之内。哪怕价格下探到10万元的区间,各类新能源车型的加速成绩基本也在10秒之内。不到30万元的小米SU7,零百加速能达到2.78秒,这个成绩放在传统燃油车领域里,少说也得是“百万级豪车”的水平。

除了加速这种原生优势之外,新能源汽车二十年的技术积累和迭代发展已经达到了一个新的高度。国产新能源汽车里,各家各户都有着自己拿得出手的“独门武艺”。

新能源汽车场域的细分,更加精准地找到消费者的用车痛点,给予车主更为个性化的用车体验。

在技术之外,新能源车还拥有比传统燃油车更舒适的配置。在一众传统燃油车型还在用机械仪表、传统模式,甚至连ACC自适应巡航都要选装的时候,国产新能源汽车早已卷得飞起。“10万级”的新能源车型里,L2.5级的自动驾驶都早已成了标配,8155芯片的车机系统、语音助手、自适应大灯更是屡见不鲜。甚至曾经在50万元以上燃油车型才能见到的空气悬挂,如今都被新能源厂商下放到了20万元级别的车型上。

技术有了,配置有了,舒适也有了,除此以外新能源汽车还有什么?答案就是经济。无论是纯电还是混动,新能源汽车相对于传统燃油车而言都有着更强的驾驶经济性。以目前夏季用电高峰期的情况而言,公共充电桩快充价格基本在1.4元—3元/度,慢充价格则普遍在1元/度以下。而家用充电桩价格则更为低廉。并且由于新能源汽车普遍配备了热泵空调,炎热夏季也能够肆意开空调,不用再担心能耗了。

实际上,中国新能源汽车的产量、销量不断扩大,以至于超越燃油车不仅是在二十多年的发展和积累之下的必然结果,也是实现“双碳”目标的重要手段。

中国新能源汽车产业的蓬勃发展,消费者对于新能源汽车的认可,也是出于对环境保护和可持续发展的责任与担当。

7月25日,观众在第八届南博会上体验新能源汽车。

新华社发

分析

“有形之手”

国内新能源汽车销量超越传统燃油车的背后,离不开国家政策的支持和引导。

早在1992年,钱学森就曾建议国家开展对电动汽车的研究与制造;2001年,电动汽车被列入“863计划”;2009年,《汽车产业调整和振兴规划》发布,其中明确提出了新能源汽车产业的发展目标,提出实施新能源汽车战略;2014年国务院办公厅印发《关于加快新能源汽车推广应用的指导意见》;2020年,国务院办公厅印发《新能源汽车产业发展规划(2021—2035年)》。

今年7月25日,国家发展改革委、财政部印发《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》的通知,在汽车报废更新方面,对符合条件的汽车报废更新,将补贴标准由此前的购买新能源车乘用车补贴1万元、购买燃油乘用车补贴7000元,分别提高到2万元和1.5万元,增长了一倍及以上。以旧换新新政的推行受到了社会各方面的广泛关注。

此外,“汽车下乡”“新能源汽车购置税补贴政策”等真金白银的投入也是消费者选择新能源汽车的主要因素。从消费者角度而言,购入一辆18万元左右的燃油车型需要缴纳的购置税为1.6万多元,整体算下来,到手的价格要在20万元左右。而买一辆同样18万元的新能源车,则免除了这份税费,从购车角度就省下了近10%。

除了补贴和免征购置税此类真正为消费者省钱的政策之外,还有一些其他方面的政策影响着消费者的选择。

随着国内一二线城市的汽车拥有量不断增长,城市交通压力不断增大,交管部门对于“蓝牌”的限制也越来越严格,以北京、上海而言,如果要购入一辆传统燃油车,可能需要提前三年就开始准备摇号上牌,而购买新能源车就不会再有这方面的顾虑。

而且,目前许多大中城市都已经推行政限行政策,这对传统燃油车影响较大,而新能源汽车一般均不在限行之列,能够更好地方便消费者日常使用,这也是许多大中城市消费者最为看重的一点。

“未来已来”

2020年9月,我国新能源汽车生产累计达500万辆;2022年2月突破1000万辆;2023年7月第2000万辆下线;到2024年6月底,国产新能源汽车累计产销量均超过3000万辆。

这一系列数字背后,是市场、政策、技术等多方面因素的共同助力。

乘用车市场月度渗透率首次突破50%,新能源汽车将“越跑越快”!购车选择更多。随着销量增加,车企

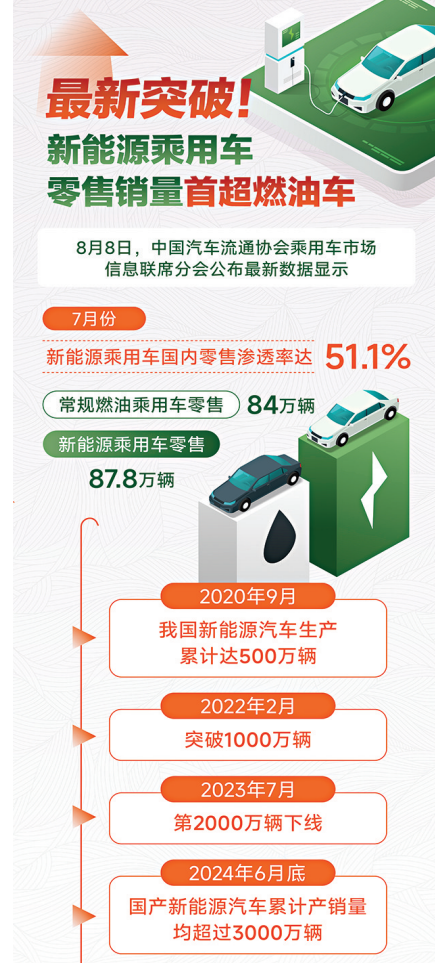
汽车行业加速向电动化、智能化、绿色化转型

中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会秘书长崔东树透露,中国汽车流通协会乘联分会对国内乘用车新能源渗透率突破50%的原因作了多维思考。

除了以旧换新政策的推动,中国制造业不断强大,促进了电池、电机、芯片等零部件产业崛起;同时中国乘用车产业的开放力度,也促进了互联网企业、智能消费制造企业、国际新能源车企等全面进入,激活了行业竞争和创新能力。

此外,崔东树认为,中国车企创新性地发展插混技术,实现狭义插混和增程式的技术突破,丰富了世界新能源发展的技术线路,也进一步促进了新能源汽车渗透率的提升。

具体来看,在新能源汽车细分市场中,自主品牌优势较为突出。数据显示,7



推出的新能源车型也将越来越多,从经济型轿车到高端豪华车,从SUV到MPV,满足群众多样化、个性化消费需求。

经济成本更低。充电性价比高,新能源汽车的充电费用远低于燃油费用,同时维护成本也相对较低。

用车体验更佳。随着电池、电机、智能网联和人工智能等技术的提升,新能源汽车的续航里程不断增加,动力性能和智能化水平也越来越强。

出行更加便捷。截至今年6月底,全国充电桩总量达到1024.4万台,同比增长54%,保障了2400万辆新能源汽车的充电需求,为纯电出行带来更多便利。

随着新能源汽车市场的扩大,相关产业链也将迎来重塑。未来,车企将加速向新能源汽车领域倾斜,投入更多资源进行技术研发和市场推广。传统燃油车的市场份额将继续缩小,最终可能被新能源汽车完全取代。电池制造、充电基础设施等领域将获得更大的发展空间,而传统燃油车相关的产业链则可能面临转型或衰退的压力。

从全局视角来看,新能源汽车零售销量首次超过传统燃油车型,对于国内蓬勃发展的新能源汽车产业而言是一个标志性的事件。这绝不会是一次“突变”,也不会是一个“个例”。它可能意味着我国的汽车销售市场终于跨过了历史性的拐点,新能源汽车的未来已经到来。

7月国内零售中,自主品牌中的新能源车渗透率73.9%;豪华车中的新能源车渗透率27%;而主流合资品牌中的新能源车渗透率仅有8.3%。出口方面,7月海关统计汽车出口55.3万辆,同比增长26%,环比增长14%;出口金额99.9亿美元,同比增长14%,环比增长14%。

崔东树认为,近期人民币汇率变化有利于出口,由此判断中国乘用车8月出口仍会保持平稳增长,将有力地缓解国内燃油车销量下滑带来的增长压力。

“顺应时代,汽车行业将加速向电动化、智能化转型。”崔东树认为,未来,随着智能网联、人工智能等新技术的不断融入,汽车将被赋予更多可能性,扬帆远航驶向智能化、绿色化出行的远方。

综合新华社、央视财经、《大众日报》报道

