

中国汽车市场销量动态趋势解析 (2024.08)

盖斯特管理咨询有限责任公司

2024年08月28日

gast@gast-group.com

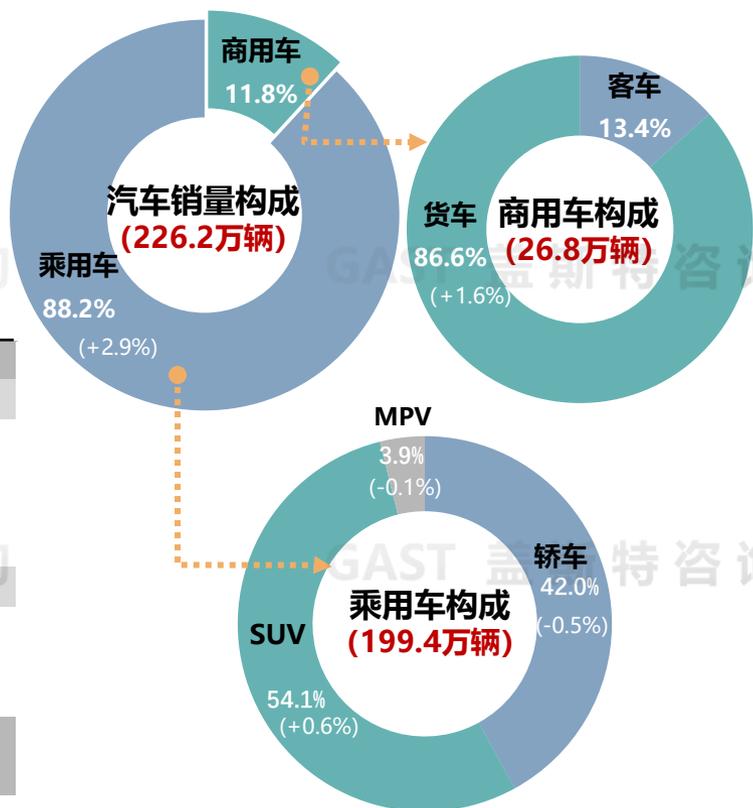
细分市场总览

- 7月，乘用车及商用车市场销量均出现同环比双下滑，其中环比降幅均超过两位数
- 7月，NEV及出口仍维持同比高增长态势，但出口销量同比增幅大幅收缩

2023年7月~2024年7月汽车市场总体销量走势(万辆)



7月各细分市场占比及同比份额变化

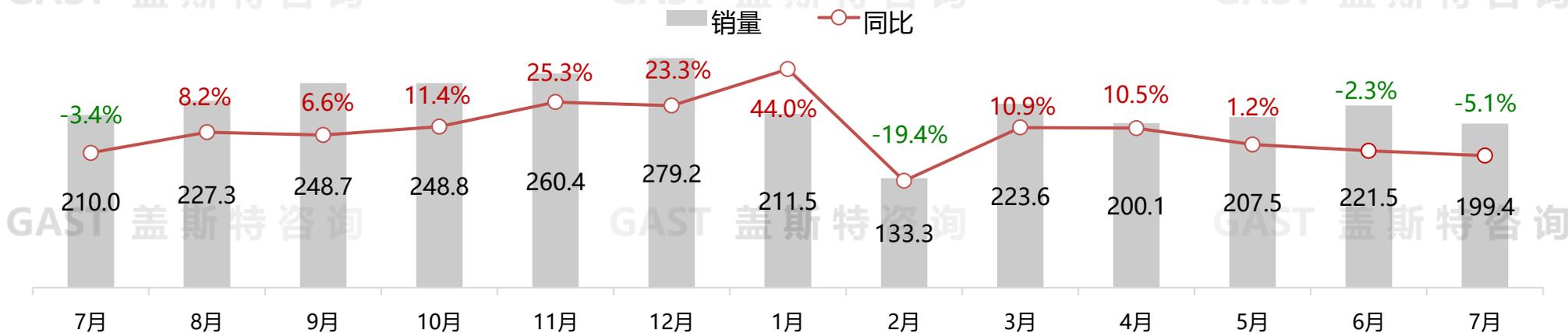


万辆	7月销量	7月环比	7月同比	7月NEV渗透率	1-7月累计	累计同比	累计渗透率
汽车总体销量	226.2	-11.4%	-5.2%	-	1631	4.4%	-
乘用车	199.4	-10%	-5.1%	-	1397.4	4.5%	-
轿车	83.8	-11%	-10.1%	-	598.4	-0.4%	-
SUV	107.9	-7.7%	0.2%	-	743.9	9.7%	-
MPV	7.7	-15.5%	-11.3%	-	55.1	-7.8%	-
新能源销量	95.3	-4.9%	27.7%	47.8%	565.5	30.8%	40.5%
商用车	26.8	-20.4%	-6.6%	-	233.6	3.5%	-
客车	3.6	-16.9%	-7.6%	-	27.9	6.8%	-
货车	23.2	-20.9%	-6.4%	-	205.7	3%	-
新能源销量	3.8	-19.1%	11.6%	14%	27.9	37.3%	11.9%
新能源总销量	99.1	-5.5%	27%	43.8%	593.4	31.1%	36.4%
出口销量	46.9	-3.2%	19.6%	-	326.2	28.8%	-
新能源出口量	10.3	20.6%	2.2%	22%	70.8	11.4%	21.7%

乘用车整体市场：销量处于近一年低位

- 7月，乘用车市场销售199.4万辆，同比下降5.1%，环比下降10%
- 原因分析：①6月厂家冲量提前透支部分销量；②乘用车出口增速大幅放缓

2023年7月~2024年7月乘用车销量走势(万辆)



政策特征

国家、地方出台多项措施

- **国家政策：**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》
- **地方政策：**北京向无车家庭增发新能源指标；上海发布加快汽车更新消费行动方案

供给特征

新品仍处于预热阶段

- 7月，车型推新节奏较慢，部分重点新车型如乐道L60、小鹏MONA M03等仍未正式上市
- 部分车企优惠政策、权益有所回收

消费特征

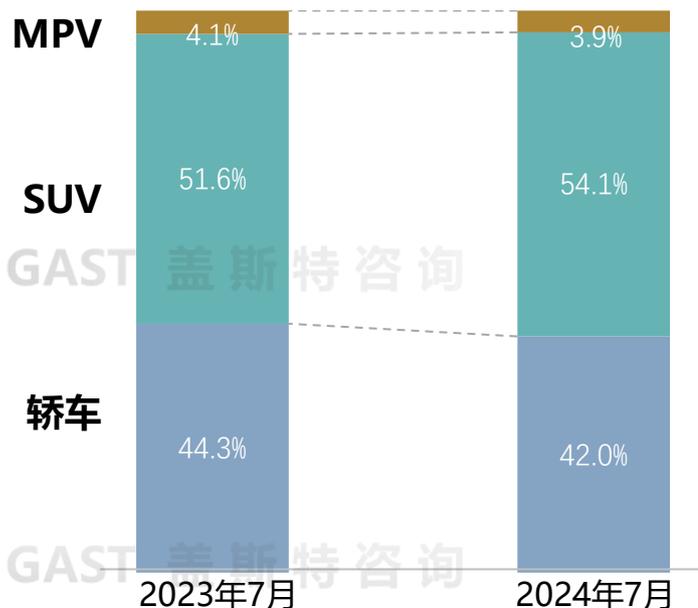
传统淡季，购车需求不足

- 7月，整体汽车消费动力不足
- 以旧换新补贴力度加大+部分地区放宽限购、增发指标等 → 预计将在8月拉动购车需求提升

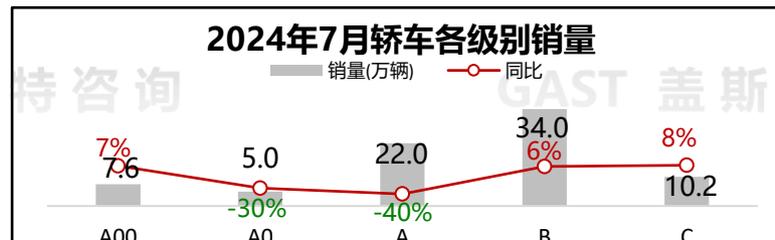
乘用车品类维度：仅SUV销量保持同比正增长

- 从份额变化看：7月SUV份额同比增长2.5个百分点，轿车同比下滑2.3个百分点
- 从销量变化看：7月轿车及MPV同环比均下滑，仅SUV销量实现同比微增

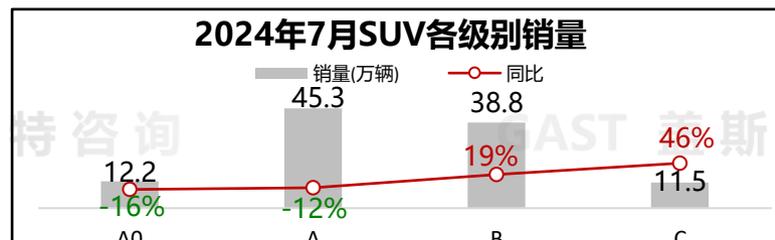
2024年7月狭义乘用车结构同比变化



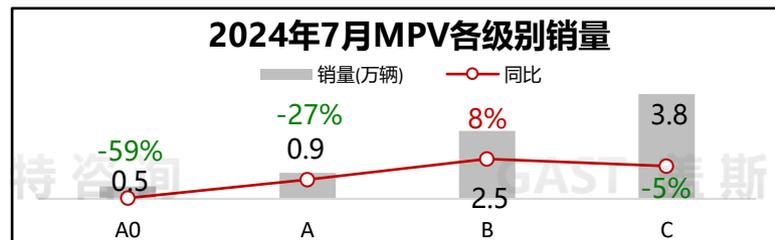
轿车



SUV



MPV

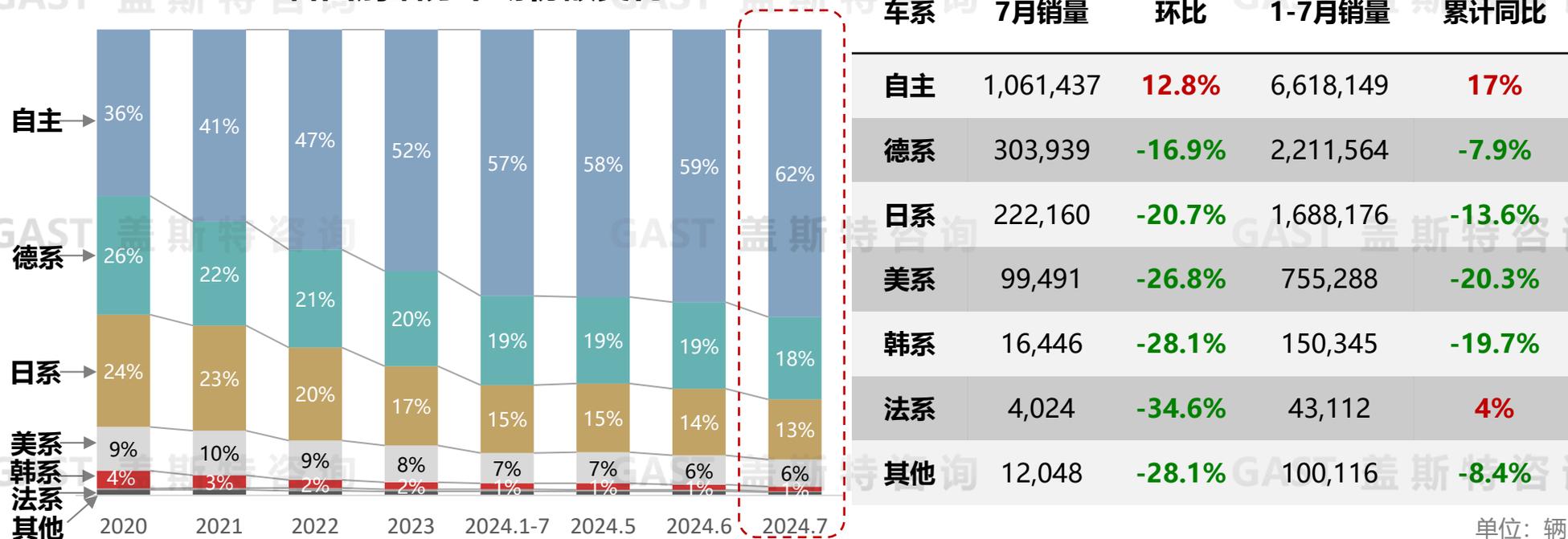


- SUV同比正增长原因：①SUV仍维持较快的新品供给速度；②出口持续拉动
- 轿车同比下滑原因：①主流市场ICE需求下滑；②中高端NEV表现不及预期

乘用车国别维度：自主品牌份额突破60%

- 市场份额：7月自主品牌市场份额达到62%，较去年同期增长8.5个百分点
- 环比增幅：7月仅自主品牌实现环比增长；主流合资品牌降幅均超过两位数

各国别细分市场市场份额变化



- 自主NEV仍延续超20%同比正增长 → 自主品牌单月市场份额首次突破60%
- 部分合资+豪华品牌收缩ICE市场优惠政策 → 合资市场份额进一步压缩

乘用车厂商排名TOP10

■ 7月，TOP10中自主品牌占据5席，且TOP3自主品牌均保持同比高增长态势；合/外资品牌中，仅特斯拉实现同比正增长，其他合资品牌均出现不同程度下滑

2024年7月乘用车企业广义批发销量TOP10

▶ 第五代DM技术发布，比亚迪插混车型销量（单月销售21.1万辆）进一步提升 → 助推单月销量连续5个月突破30万

▶ 奇瑞出口维持高增长（单月出口量达9万辆），叠加NEV销量首次突破4万辆 → TOP10中同比增幅最高
▶ 吉利NEV销量（5.9万辆）占乘用车销量比例近40%；1-7月NEV累计销量达38万辆，同比增长105%
▶ 一汽大众旗下大众和奥迪品牌批发量较上月销量均下降超1万辆 → 同比降幅超过20%

▶ 长安受高温限电导致停产影响，7月批发量较上月减少近4万辆，TOP10中同比降幅最高
▶ 特斯拉推出“5年0息”等购车金融政策 → 月销量快速回升，Model Y销量同比增幅超50%
▶ 6月广汽丰田批发量超7万辆，提前透支部分销量（单月降幅超20%），单月销量连续6个月出现同比下滑

合资/外资品牌

自主品牌



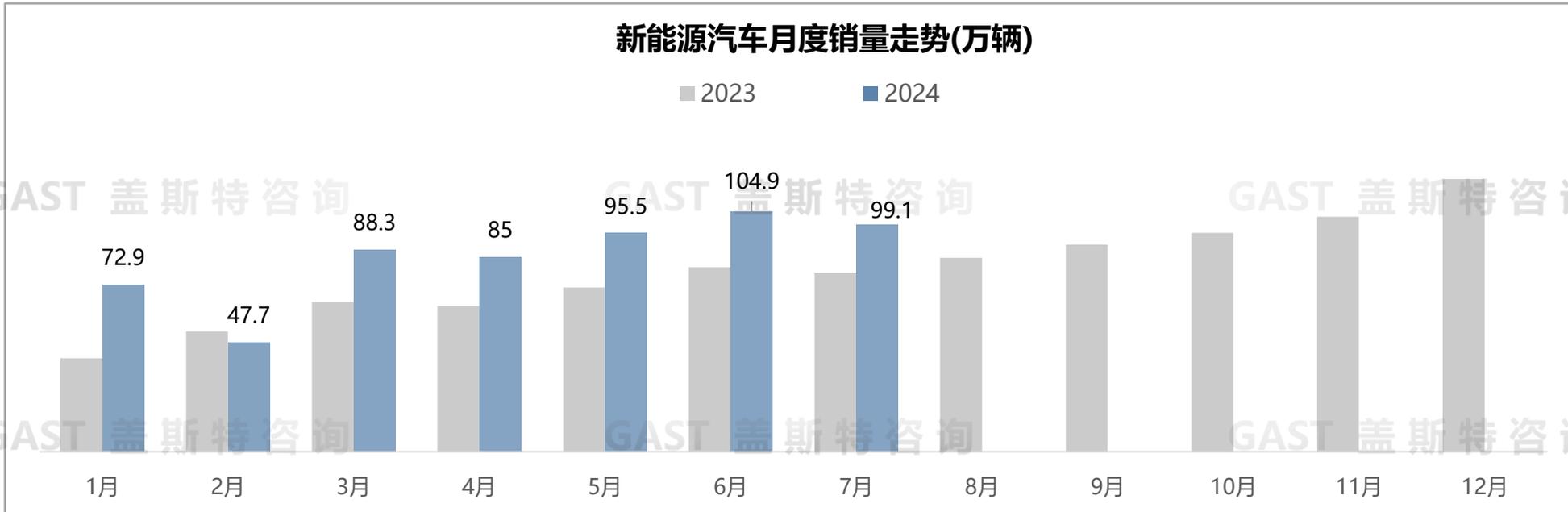
新能源市场总体概况

- 7月，NEV汽车共销售99.1万辆，同比增长27%；全市场NEV渗透率43.8%
- 7月，整体乘用车市场NEV渗透率达48%，其中国内乘用车NEV渗透率突破50%

2024年7月新能源汽车销量情况

新能源汽车月度销量走势(万辆)

■ 2023 ■ 2024



□ 7月，整体NEV市场延续同比增长态势：其中国内市场成为增长主力

新能源乘用车市场概况

■ 7月，新能源乘用车销售95.3万辆，同比增长27.7%，环比下降4.9%

单位：万辆

2023年7月-2024年7月新能源乘用车销量走势



政策导向

- **国家政策：**发改委、财政部进一步加大对重点领域更新换新补贴力度
- **地方政策：**北京、海南、杭州等发放新能源汽车消费补贴/券

区域特征

- **大型城市：**新能源渗透率持续上升，且纯电占比超70%
- **中小型城市和县乡：**由于补能基础设施不完善，插混、增程汽车销量比例不断提高

车系特征

- 7月，新能源乘用车渗透率：
 - 自主品牌62.6% (同比↑1.9%)
 - 主流合资品牌8.1% (同比↑0.7%)
 - 豪华品牌37.2% (同比↑2.8%)

□ **NEV乘用车销量连续3个月突破90万辆，但NEV出口受到贸易壁垒增多影响 (NEV出口同比仅增长2.2%)，导致整体NEV乘用车增速有所回落 (低于30%)**

新能源乘用车TOP15车型

■ 7月，NEV乘用车TOP15车型销量均突破1.4万；其中比亚迪占据TOP10中的7席；TOP15车型中插混+增程车型数量超过纯电，TOP10中仅有3款纯电车型

2024年7月新能源车型零售销量TOP15

BEV PHEV REV

➢ 宋家族销量延续同比两位数增长，单月销量仍处于断层式领先

- 秦PLUS销量受到秦L冲击，单月销量连续两个月低于4万辆
- Model Y 推出零首付、零息贷款等金融政策方案 → 同比销量恢复大幅增长
- 秦L上市第二个月销量再创新高 → 单月销量突破3万辆（较6月增加1.4万辆）

- 问界M9单月销量连续三个月突破1.5万辆（继续保持50万以上豪华车型全动力形式销量第一）
- 比亚迪全新汉车型预计年内上市，导致部分用户观望情绪，现款汉车型同比降幅超过30%
- 理想L6上市第四月销量突破2.4万辆（成为理想单月销量最高车型）

第一梯队

30.1%

52,642

第二梯队

54.7%

39,710

53.6%

36,299

39.2%

34,789

32,466

宋

秦PLUS

Model Y

海鸥

秦L

8.5%

25,594

24,856

21,659

107.8%

18,693

17,151

-32.5%

17,008

-6.0%

16,788

1.7%

15,765

1932.9%

15,633

1.1%

14,536

元PLUS

理想L6

海豹06

驱逐舰05

问界M9

汉

AION Y

宏光MINIEV

问界M7

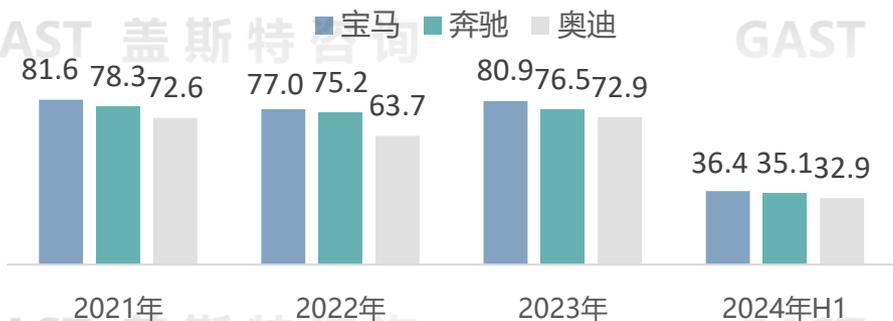
五菱缤果

单位：辆

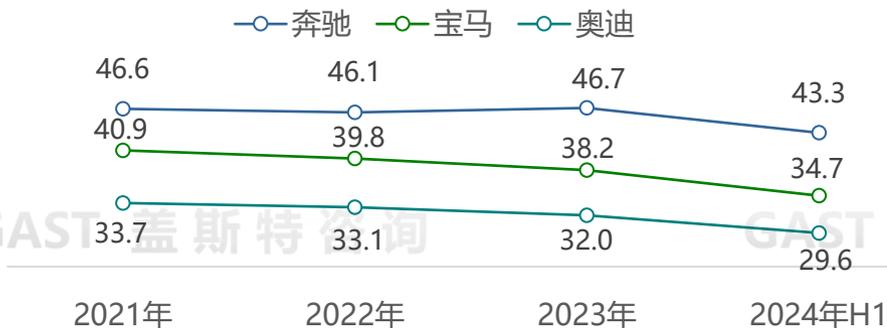
市场热点①：部分传统豪华品牌退出价格战竞争

■ 上半年，传统豪华品牌面临的销量和利润压力扩大，部分品牌退出价格战竞争

传统豪华品牌在华销量走势(万辆)



2020-2024年传统豪华品牌成交均价 (万元)



现状：上半年多数传统豪华品牌处于“量价皆失”状态

- **从销量看**：2021年至2023年BBA销量总和均突破210万辆；2024年上半年奔驰和宝马同比销量有下滑
 - 上半年，奔驰同比下滑10.1%，宝马同比下滑5.4%
- **从成交均价看**：2021年为最近5年豪华品牌成交均价峰值；2024年上半年较2023年均价有超7%同比下滑

市场竞争和成本压力扩大→传统豪华品牌相继退出价格战

- 宝马公开表态退出价格战（部分区域取消经销商销量目标考核，减少终端促销力度）；奔驰、奥迪部分经销商门店跟进
- 传统豪华品牌相继退出价格战原因：
 - 豪华品牌参与价格战效果不理想 → 保持利润率成为现阶段关键
 - 维持品牌形象（品牌均价大幅下滑 → 降价对品牌伤害巨大）
 - 经销商库存压力大（大面积亏损） → 缓解经销商终端补贴压力

□ 豪华品牌退出价格战更多是“以价换量”策略不理想背景下，选择进一步稳住产品价格体系和利润率 → 但降价容易，价格回调难（终端售价回升不明显）

市场热点②：汽车以旧换新补贴政策升级

- 7月底，商务部等出台政策调整汽车以旧换新政策，进一步提高汽车报废更新补贴

以旧换新（汽车领域）新旧政策要点对比

细分领域		原有政策	新政策
乘用车	提高报废更新补贴	报废符合条件旧车，购买符合标准的NEV或ICE，分别补贴1万元/7000元	报废符合条件旧车：①购买符合标准的NEV乘用车，补贴2万元；②购买2.0升及以下排量ICE乘用车 → 补贴1.5万元
	置换更新	鼓励有条件的地方支持汽车置换更新	中央安排超长期特别国债资金，支持地方开展乘用车置换更新
商用车	老旧营运货车报废更新补贴	未明确补贴	① 报废并更新 购置符合条件货车 → 平均每辆车 补贴8万元 ② 只更新 → 平均每车 补贴3.5万元 ③ 只报废 → 平均每车 补贴3万元
	NEV公交及动力电池更新补贴	未明确补贴	更新车龄≥8年的NEV公交车及动力电池 → 平均每辆车 补贴6万元

以旧换新补贴政策实施效果

- 汽车以旧换新政策开展3个月以来，已收到汽车报废更新补贴申请超45万份 → 有效提振乘用车消费
- 以旧换新政策全面实施 → 有效避免价格战进一步恶性发展 → 整体汽车行业的盈利水平有所改善

新一轮以旧换新政策补贴细则落地

- 新一轮以旧换新政策提高汽车报废更新补贴标准
 - 补贴范围扩大：乘用车 → 乘用车+商用车
 - 补贴金额扩大：满足报废条件旧车**购买符合标准的NEV和ICE** → 补贴金额在原有基础上分别提高1万元和0.8万元
- 新一轮以旧换新补贴力度扩大 → 全年报废换新车型规模有望拉升至200万辆（约占国内乘用车市场9%左右份额）

新一轮以旧换新政策：①进一步扩大乘用车补贴力度 → 加速乘用车置换；②明确营运货车和NEV公交车补贴标准 → 提高商用车领域更新换代积极性



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