

中国汽车市场销量动态趋势解析 (2022.05)

盖斯特管理咨询有限责任公司

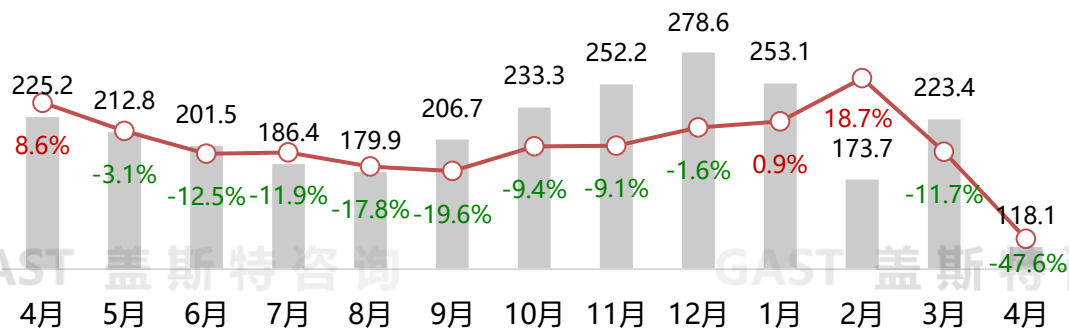
2022年5月19日

cait@gast-group.com

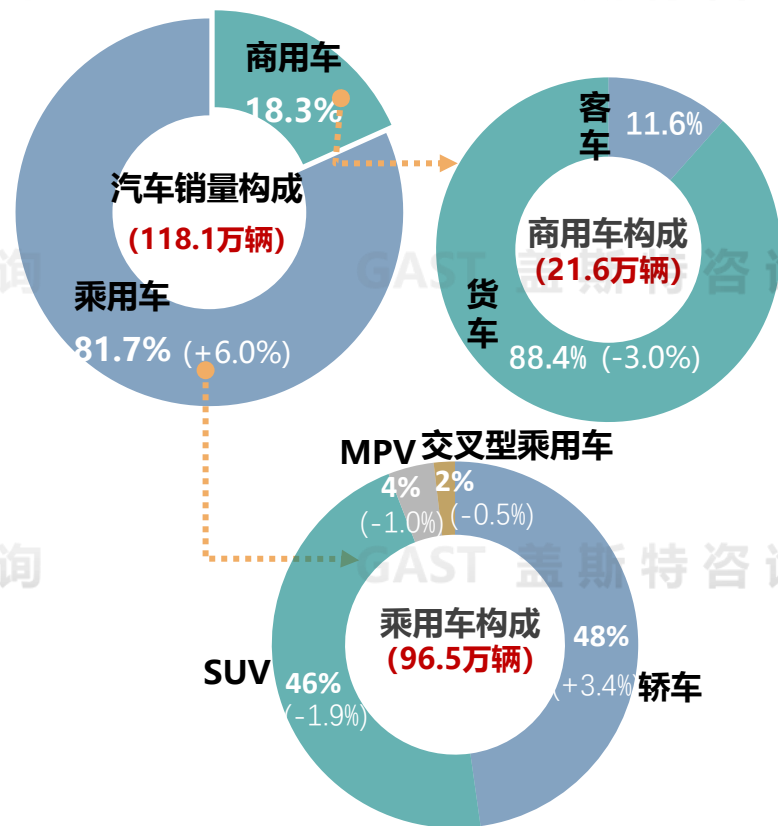
商乘维度：同比与环比均呈现大幅下降

- 4月，乘用车同比下滑43.4%，环比下滑48.2%，供给&消费两端均受疫情影响大
- 4月，商用车同比下滑60.7%（涉及干线物流的中重型货车下滑最为明显）

2021年4月~2022年4月汽车总体销量走势(万台)



4月各细分市场占比及同比份额变化



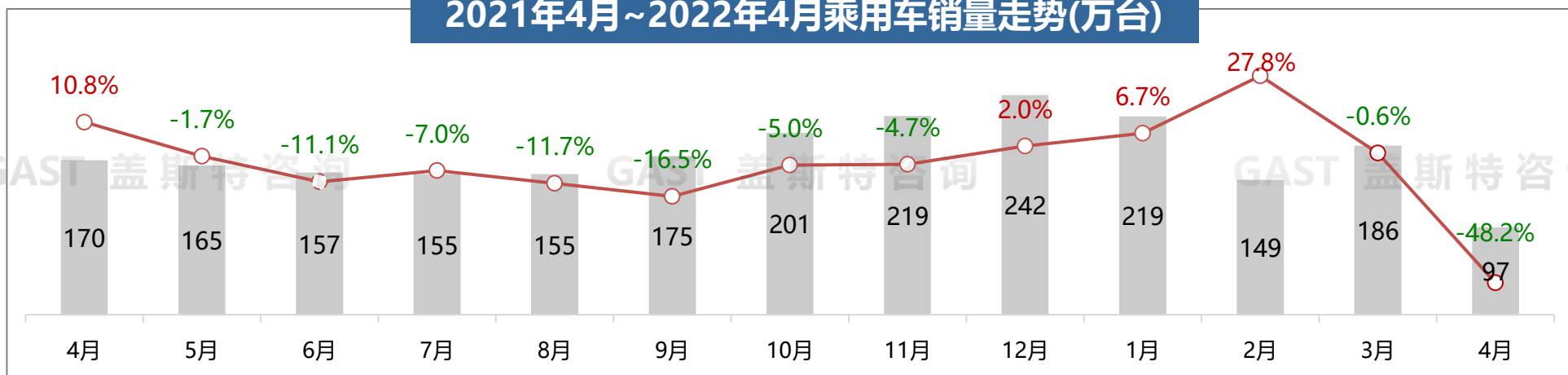
万台	4月销量	4月环比	4月同比	1-4月累计	累计同比
汽车总销量	118.1	-47.1%	-47.6%	769.1	-12.1%
乘用车	96.5	-48.2%	-43.4%	651.0	-4.2%
轿车	46.1	-47.1%	-39.1%	304.5	-3.0%
SUV	44.7	-49.0%	-45.6%	311.4	-3.8%
MPV	3.9	-45.9%	-54.6%	24.3	-20.8%
交叉型乘用车	1.8	-59.4%	-55.7%	10.8	0.4%
商用车	21.6	-41.6%	-60.7%	118.1	-39.8%
客车	2.5	-33.2%	-46.6%	11.6	-27.0%
货车	19.1	-42.6%	-62.0%	106.4	-41.0%

乘用车整体市场：同比大幅下跌

- 4月，乘用车市场出现大幅下滑：由于疫情造成上游零部件供应不足，导致部分主机厂停工减产，加上整车物流也受到一定影响，使月度产销均剧烈下滑

供给特征	渠道特征	消费特征
<ul style="list-style-type: none"> • 供给不足：上海及周边零部件供应商停产 → 主机厂产量下滑 • 原材料价格持续上涨：进一步加剧供给不足 → 燃油车开始加价 	<ul style="list-style-type: none"> • 运输受限：物流不畅导致经销商库存不足，新车交付节奏放缓 • 闭店损失：受封控区管控影响，经销商闭店，进一步流失客流 	<ul style="list-style-type: none"> • 消费意愿不足：疫情导致家庭收入减少和就业前景趋弱，使消费信心出现明显下降 • 消费结构：新能源趋向于平行结构

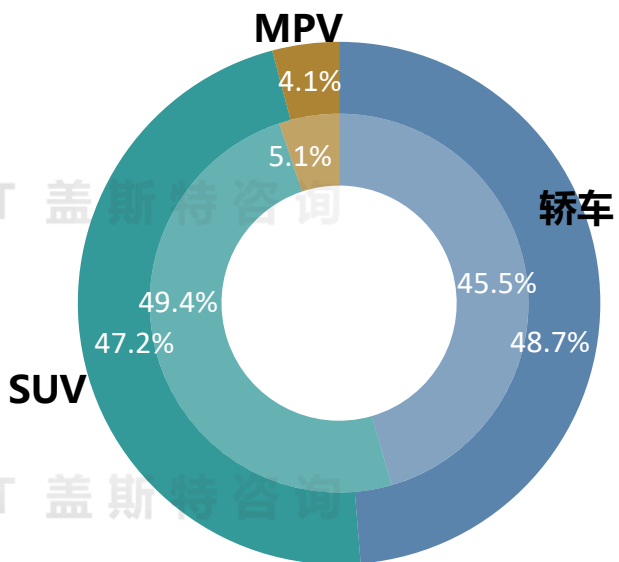
2021年4月~2022年4月乘用车销量走势(万台)



乘用车品类维度：各品类同比下滑

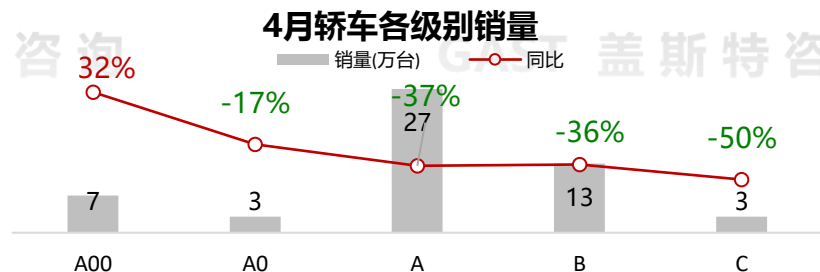
- 4月，轿车同比下滑39.1%，SUV同比下滑45.6%，MPV同比下滑54.6%
- 各品类细分市场中仅有A00级轿车实现同比增长

4月狭义乘用车结构同比变化

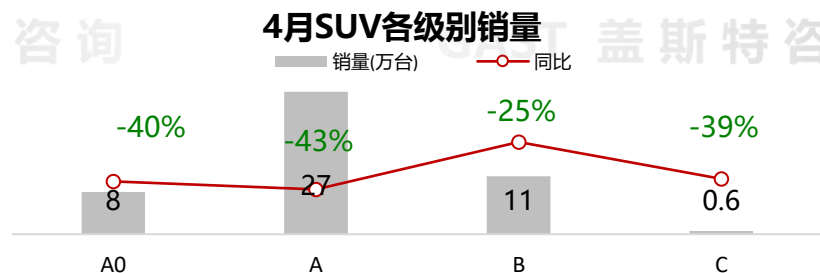


内环：2021年4月
外环：2022年4月

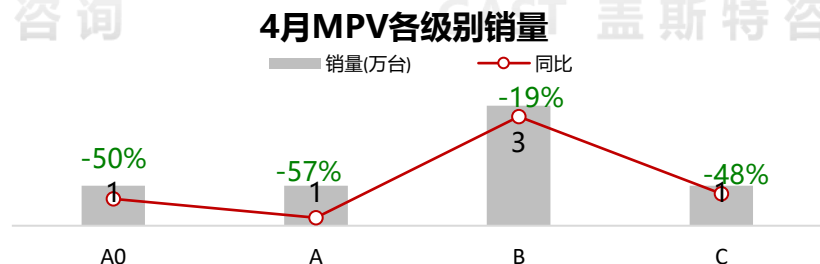
轿车



SUV



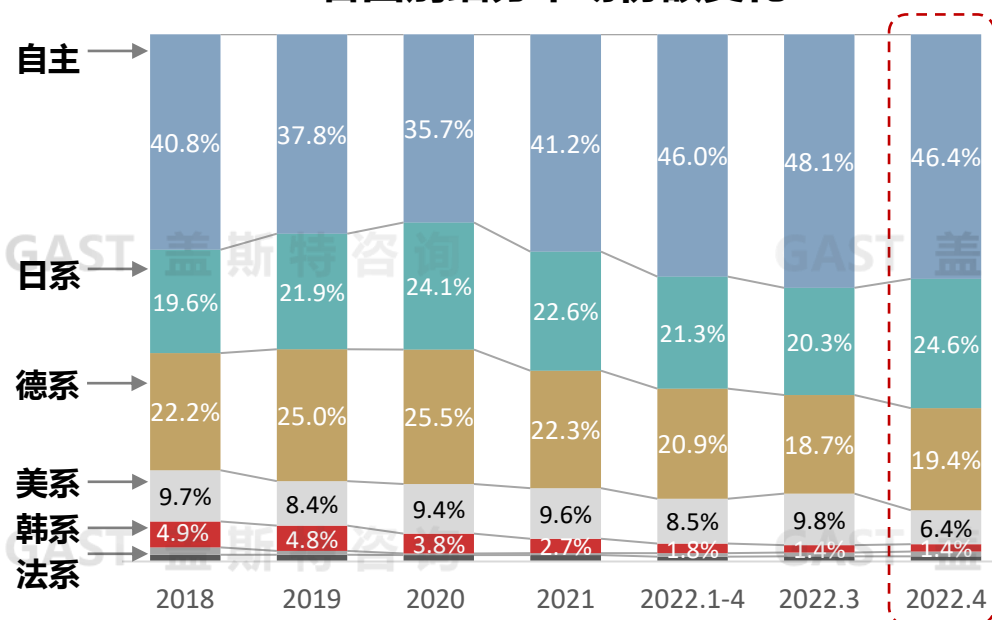
MPV



乘用车国别维度：自主份额处于波动高位

- 市场份额：4月自主品牌市场份额46.4%，相比上月下降1.7个百分点
- 同比增幅：除法系同比增长外，其他系别均有不同程度下滑

各国别细分市场市场份额变化



车系	4月销量	同比	1-4月销量	累计同比
自主	484,178	-18.5%	2,739,461	6.5%
日系	256,298	-36.5%	1,266,761	-17.7%
德系	202,182	-49.0%	1,244,475	-27.1%
美系	66,543	-56.2%	503,929	-21.7%
韩系	14,793	-65.5%	109,972	-43.3%
法系	9,444	88.8%	39,019	86.3%
其他	10,436	-52.2%	55,551	-36.3%

单位：台

- 日系份额环比上升，主要与疫情导致上汽大众与上汽通用的经营停滞有关
- 缺芯和疫情因素叠加，对主流整车厂产品生产和销售造成持续影响

乘用车企业排名TOP15

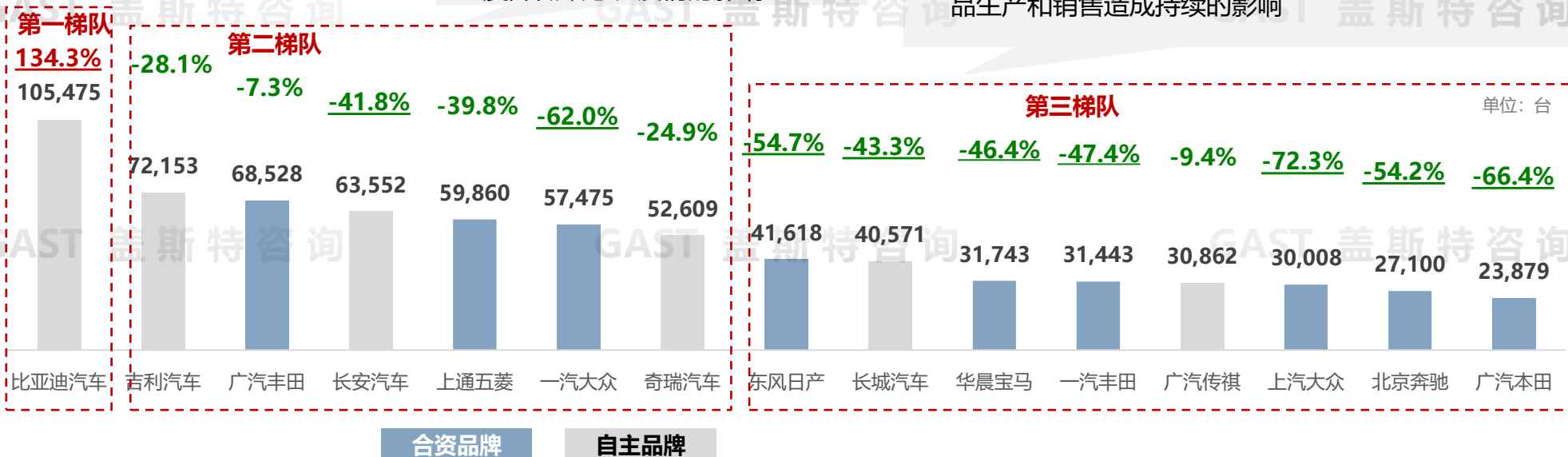
■ 4月，相比上月排名最明显的变动是：自主车企比亚迪、吉利跃居前两位；比亚迪成为唯一正增长车企；受上海疫情影响，特斯拉掉出TOP15榜单

2022年4月乘用车企业广义批发销量TOP15

- 比亚迪依靠垂直一体化供应链优势，疫情对其影响较小
- 停售燃油车，且新能源产品矩阵日渐丰富 (DM-i+EV)

- 吉利通过扩大新能源占比和提供产品附加值，实现较低降幅
- 广汽丰田全力保供稳产，最大限度降低缺芯、疫情的影响

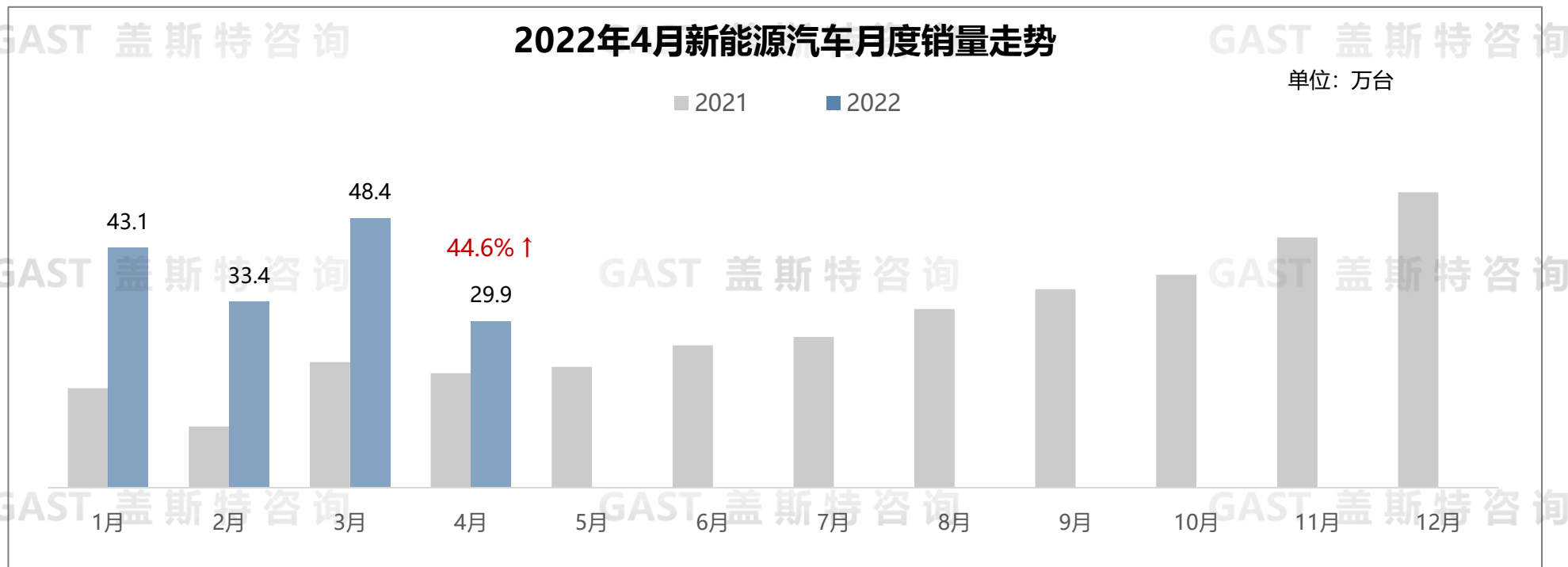
- 东风日产、上汽大众、北京奔驰、广汽本田等车企销量腰斩，主要因持续的芯片短缺、供应链中断等对产品生产和销售造成持续的影响



新能源汽车总体概况：月度波动大，但同比保持增长

- 4月，新能源汽车销售29.9万辆，同比增长44.6%，环比下滑38.3%
- 新能源渗透率再创新高：全市场渗透率达25.3%；乘用车市场渗透率达29.0%

2022年4月新能源汽车月度销量走势

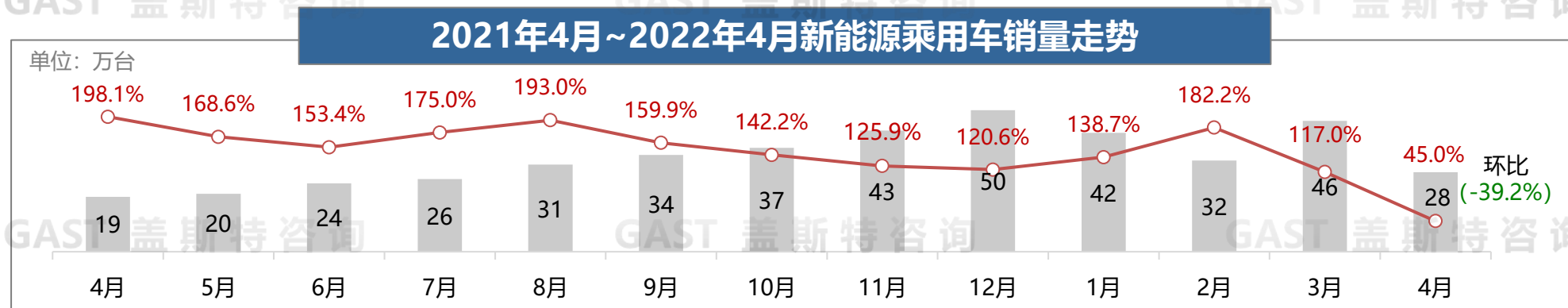


□ 新能源车受外在冲击相对较小：供给端，车企优先生产新能源车；需求端，消费者认可度上升+疫情提升私车出行需求

新能源乘用车分月走势：同比增速收窄

■ 4月，受疫情影响，新能源乘用车同比收窄至45.0%，环比下滑39.2%

政策导向	区域特征	车系特征
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 国办：《进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》，各地区不得新增汽车限购措施 ➤ 中办、国办：《关于推进以县城为重要载体的城镇化建设的意见》，完善县城交通设施，加快充电桩建设 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 限购城市中，上海受疫情影响出现下滑(-9.6%)，北京(107%)、广州(89%)、深圳(44%)等保持增长 ➤ 非限购城市中，成都(235%)、重庆(261%)、佛山(523%)等大城市，成为增长主力 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 4月，新能源乘用车渗透率： <ul style="list-style-type: none"> • 自主品牌为54.4%，比上月增长8.5个百分点 • 合资品牌为3.9%，比上月下降8.3个百分点

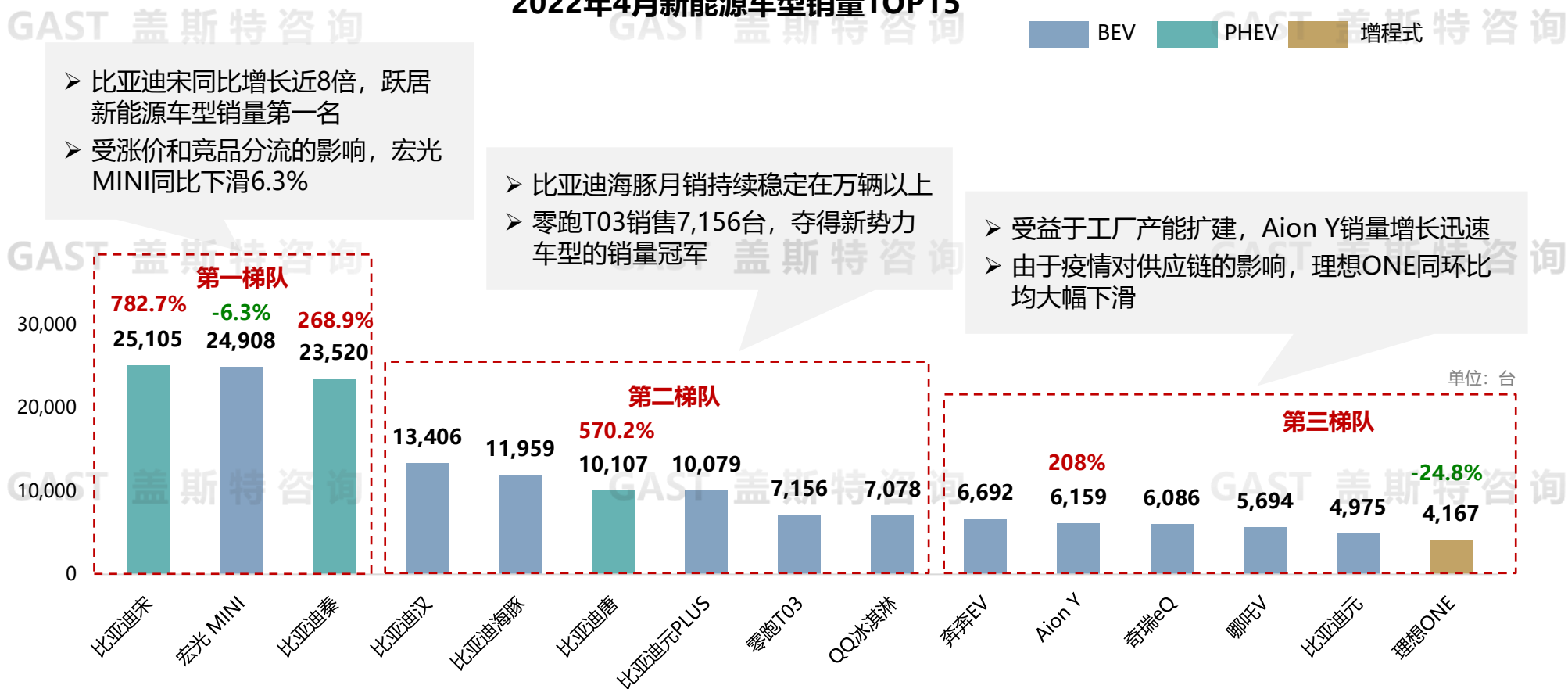


□ 从区域看，受疫情影响，东北、长三角地区销量下滑较大
□ 从车系看，本月自主品牌渗透率超过50%，后续有望继续提升

新能源乘用车TOP15车型

- 4月，相比上月排名变动明显的是比亚迪唐(上升8名)和理想ONE(下降7名)
- 涨幅超过200%的有4款车型：3款比亚迪车型(宋秦唐)、1款埃安车型(Aion Y)

2022年4月新能源车型销量TOP15



➢ 比亚迪宋同比增长近8倍，跃居新能源车型销量第一名
 ➢ 受涨价和竞品分流的影响，宏光MINI同比下滑6.3%

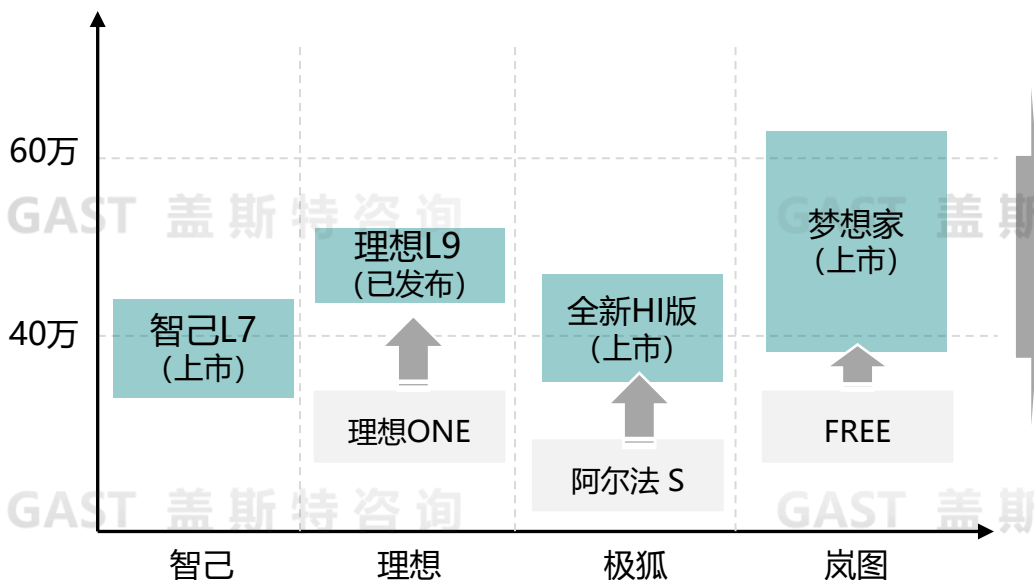
➢ 比亚迪海豚月销持续稳定在万辆以上
 ➢ 零跑T03销售7,156台，夺得新势力车型的销量冠军

➢ 受益于工厂产能扩建，Aion Y销量增长迅速
 ➢ 由于疫情对供应链的影响，理想ONE同环比均大幅下滑

自主“新品牌”持续冲击更高端市场

- 近期，智己、理想、极狐及岚图等品牌针对40万元及以上市场推出新品
- 品牌向上基础：自主品牌的技术实力尤其是智能化积累到了一定水平

近期自主“新品牌”高端产品发布&上市情况



① 智己：推首款高端纯电产品L7

- L7定位：高端智能纯电SUV；定价：36.9万元起
- A轮3,000名用户已下订→现阶段开启B轮预售

② 理想：跨越式上探→冲击45万以上市场

- L9定位：豪华智能电动SUV；六座+增程式
- 延续“高端”+“实用主义”打法→侧重用户体验

③ 极狐：推高性能版车型→价格上探至40万

- 阿尔法SHI版亮点：搭载华为鸿蒙操作系统+智能座舱

④ 岚图：推首款MPV车型→价格突破至40万

- 梦想家：提供EV+REV两种选择；面向高端商务出行市场

自主“新品牌”持续向上发力的目的：①40万以上高端燃油车市场规模约150万辆，具备一定市场替代空间；②高举高打树立并巩固高端品牌形象



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，聚焦于产业、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。为汽车产业链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，为各级政府提供决策支持和实施方案。自创立以来，盖斯特以成为世界顶级汽车智库为愿景，以智慧的传播者为使命，以帮助客户创造真正价值为指引，关注实效、致力于长期合作与指导，凭借全面、系统、先进、务实的咨询方法，已经与近百家国内外企业、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。

服务领域

为客户提供多样化、开放式的服务，供客户灵活选择合作模式，包括但不限于：

- 面向高层的战略、管理、技术咨询服务
- 全方位定制式专题研究：涵盖宏观战略、产业发展、政策法规解读、互联网、商业模式、企业战略与管理、汽车市场、产品研究、产品设计方法、车展研究、论坛解读、节能减排、新能源汽车、智能汽车、汽车综合技术等领域
- 作为客户长期可依赖的智库资源，提供随时可满足客户特殊需求的开放式合作
- 提供行业沟通交流及深度研究的高端共享平台（CAIT）
- 公司拥有中、英、日三种语言的近千份专题研究报告供选购

联系方式

邮箱：GAST@gast-group.com

网址：www.gast-auto.com