

# 中国汽车市场销量动态趋势解析 (2023.04)

盖斯特管理咨询有限责任公司

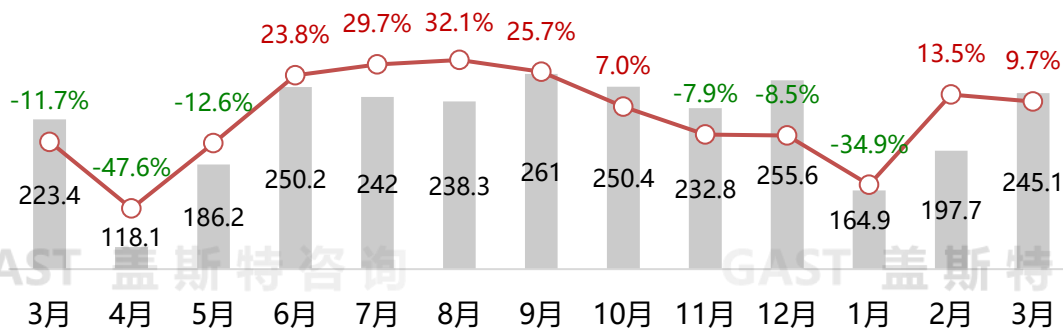
2023年4月21日

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

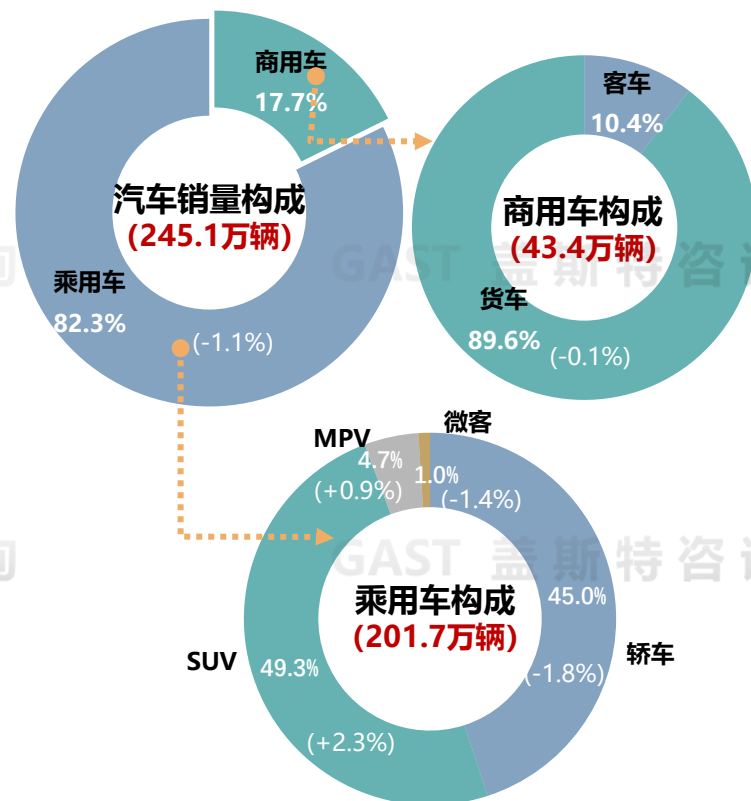
## 商乘维度：3月销量有所回升但不及预期

- 3月，乘用车同比增长8.2%（回暖不及预期），商用车同比增长17.4%
- 1-3月，乘商累计同比均下滑，其中，乘用车同比下滑幅度相对更大

2022年3月~2023年3月汽车市场总体销量走势(万辆)



3月各细分市场占比及同比份额变化

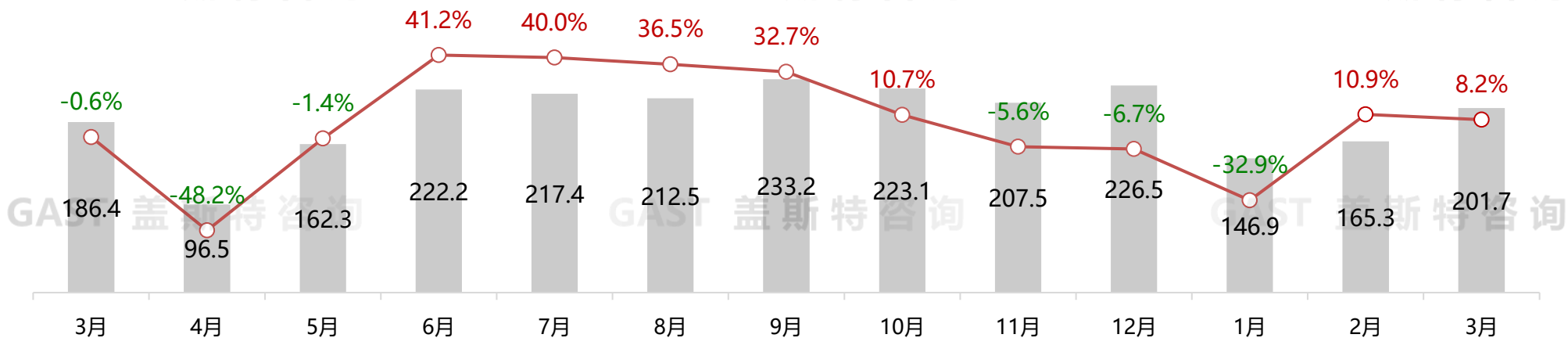


万辆	3月销量	3月环比	3月同比	1-3月累计	累计同比
<b>汽车总体销量</b>	<b>245.1</b>	<b>24%</b>	<b>9.72%</b>	<b>607.6</b>	<b>-6.65%</b>
<b>乘用车</b>	<b>201.7</b>	<b>22%</b>	<b>8.2%</b>	<b>513.8</b>	<b>-7.3%</b>
轿车	90.8	25.2%	3.6%	227.0	-12.7%
SUV	99.3	20.2%	13.3%	258.5	-3.1%
MPV	9.4	31.0%	29.4%	22.4	7%
交叉型乘用车	2.1	-23.9%	-53.9%	5.9	-34.3%
<b>商用车</b>	<b>43.4</b>	<b>34.2%</b>	<b>17.4%</b>	<b>93.8</b>	<b>-2.9%</b>
客车	4.5	35.1%	20.2%	10	9.5%
货车	38.9	34.1%	17%	83.8	-4.2%

## 乘用车整体市场：消费回暖滞后

- 3月，乘用车市场销售201.7万辆，同比增长8.2%，环比增长22.0%→价格战扰乱市场消费节奏，销量虽有所回升，但有效需求尚未完全释放

2022年3月~2023年3月乘用车销量走势(万辆)



### 政策特征

#### 国家、地方陆续出台多项政策

- **国家政策：**多部委提出稳定汽车消费+促进汽车高质量发展
- **地方政策：**多地（湖北、广州、杭州等）出台汽车相关政策→促进汽车消费

### 供给特征

#### 渠道库存增加

- **渠道库存增加：**厂商生产恢复，但零售增速相对慢→渠道增库存
- **车企谨慎应对：**部分主力车企产销谨慎，持续降低渠道库存保安全

### 消费特征

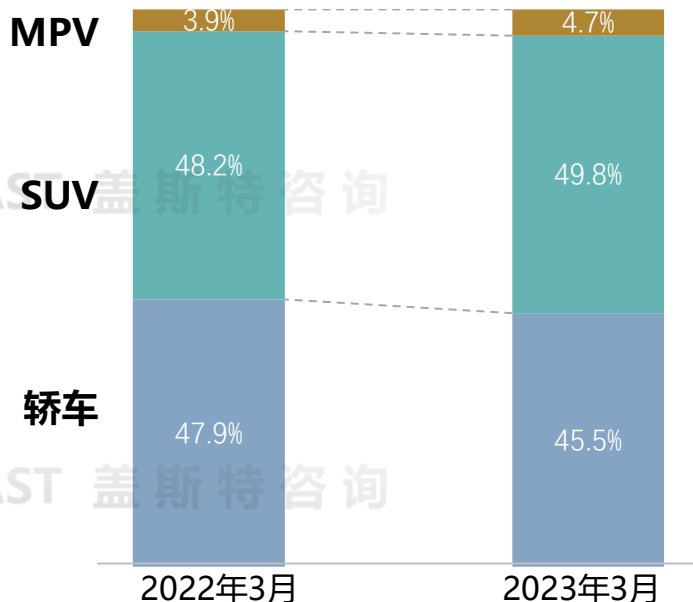
#### 降价并未带来市场大幅增长

- 局部强力促销导致消费者大面积观望，市场恢复慢（3月后两周市场才出现回暖迹象）→销量增长不及预期

## 乘用车品类维度：MPV同比增长相对明显

- 3月，轿车同比增长3.6%，SUV同比增长13.3%，MPV受高端电动MPV带动同比增长29.4%

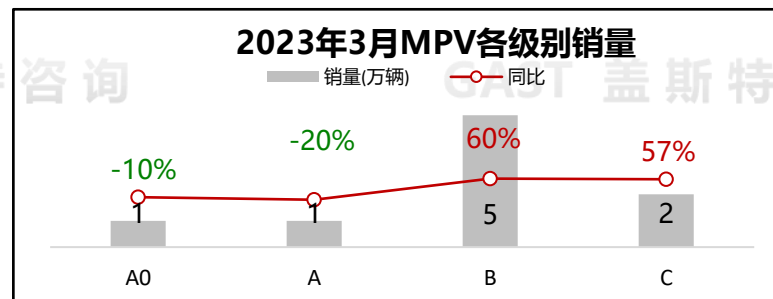
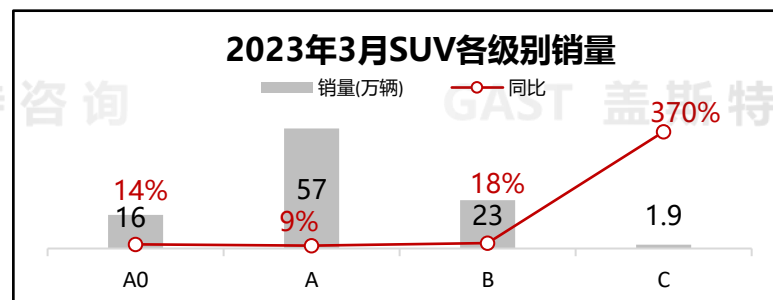
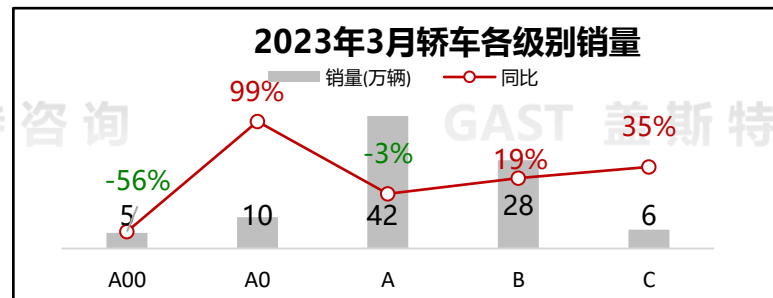
2023年3月狭义乘用车结构同比变化



轿车

SUV

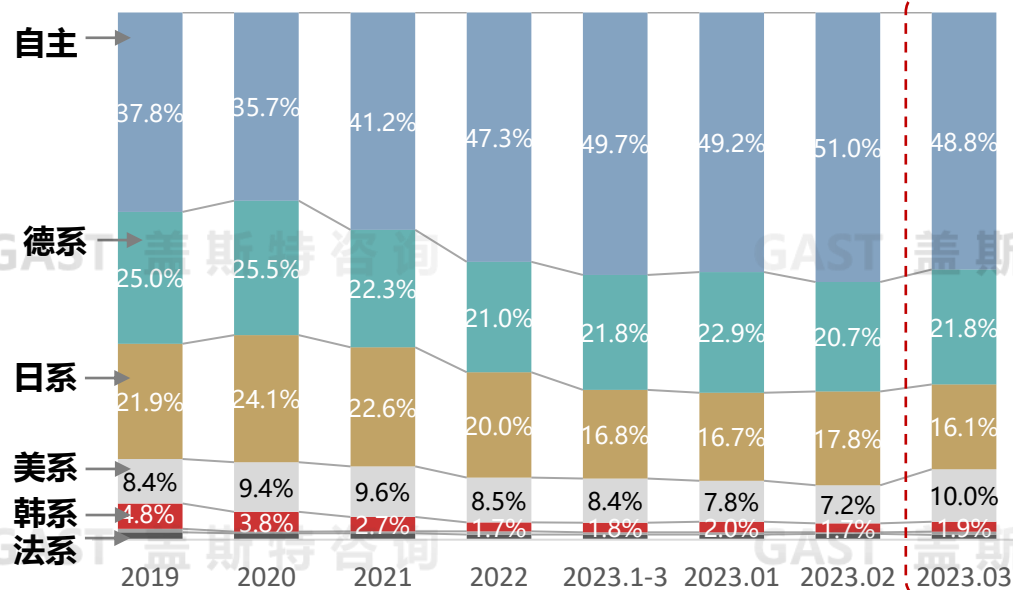
MPV



## 乘用车国别维度：合资车总体份额略有回升

- 市场份额：自主份额环比下滑2.2%，合资中美系提升2.8%，日/法系略有下滑
- 同比增幅：韩系（去年同期基数较低）与德系（主要受一汽大众带动）增幅较大

各国别细分市场市场份额变化



车系	3月销量	同比	1-3月销量	累计同比
自主	775,945	2%	2,118,152	-6.2%
德系	347,475	17.8%	930,161	-10.8%
日系	255,722	-20.9%	717,702	-29.4%
美系	158,404	2.3%	358,668	-18.0%
韩系	29,633	37.2%	78,852	-17.2%
法系	9,179	-18.5%	18,370	-37.9%
其他	14,399	-9.1%	43,224	-4.2%

单位：辆

**受价格战影响，3月份合资份额有所回升：①美系份额 ↗ 主要受特斯拉带动；②降价促销对传统合资车企效果有限（如法系环比销量有所提升，但份额下滑）**

# 乘用车厂商排名TOP15

■ 3月，TOP15中各车企表现分化明显：TOP7企业均实现同比正增长，尤其比亚迪等头部车企增长明显；排名靠后企业同比以负增长为主

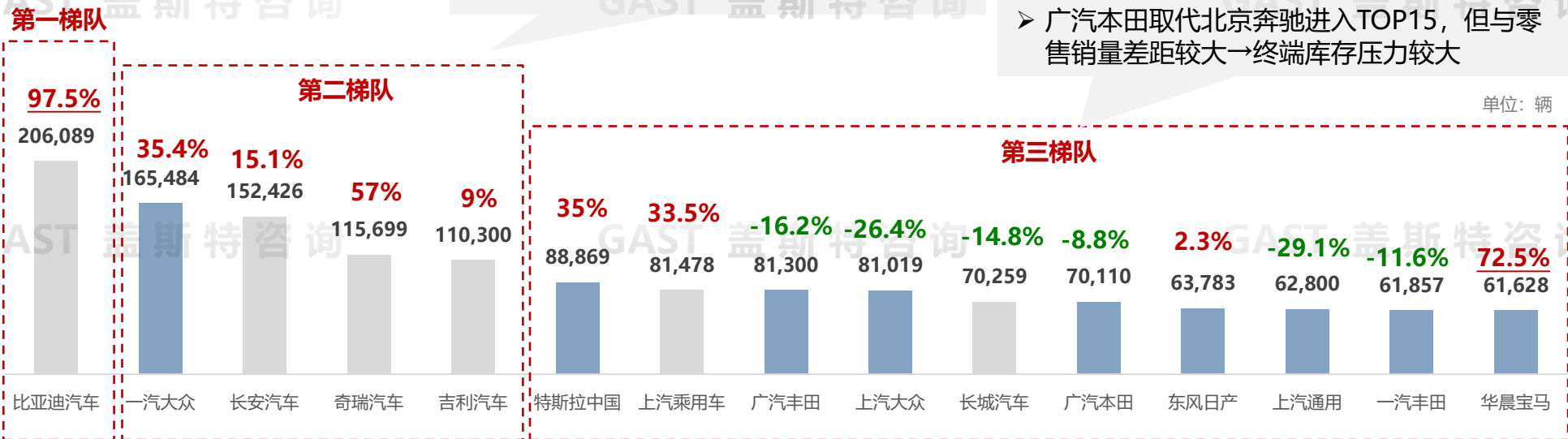
## 2023年3月乘用车企业广义批发销量TOP15

合资/外资品牌      自主品牌

➢ 比亚迪秦、汉、唐等车型推出冠军版，价格进一步下探，取得良好的市场效果

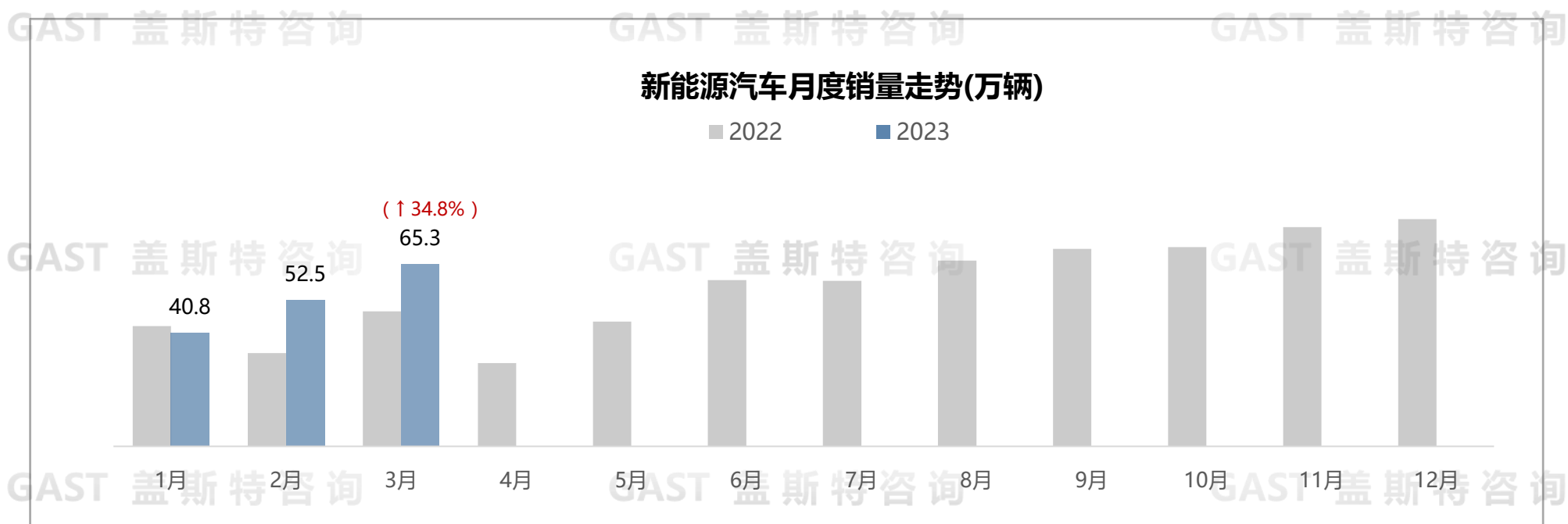
➢ 一汽大众销量主要由燃油车贡献（迈腾、速腾、探岳、Q5L等车型销量大幅回升）  
➢ 奇瑞大单品策略初见成效（瑞虎8、瑞虎7各贡献近2万辆销量，捷途X70贡献超1.3万辆销量），同比增长接近60%

➢ 特斯拉降价效果持续显现，较上月销量增加约1.5万辆  
➢ 宝马进行价格调整+去年同期基数较低→增幅仅次于比亚迪  
➢ 广汽本田取代北京奔驰进入TOP15，但与零售销量差距较大→终端库存压力较大



## 新能源汽车总体概况：延续回暖态势

- 3月，新能源汽车销售65.3万辆，同比增长34.8%，环比增长24.4%
- 新能源渗透率：全市场渗透率26.6%，乘用车市场渗透率31%



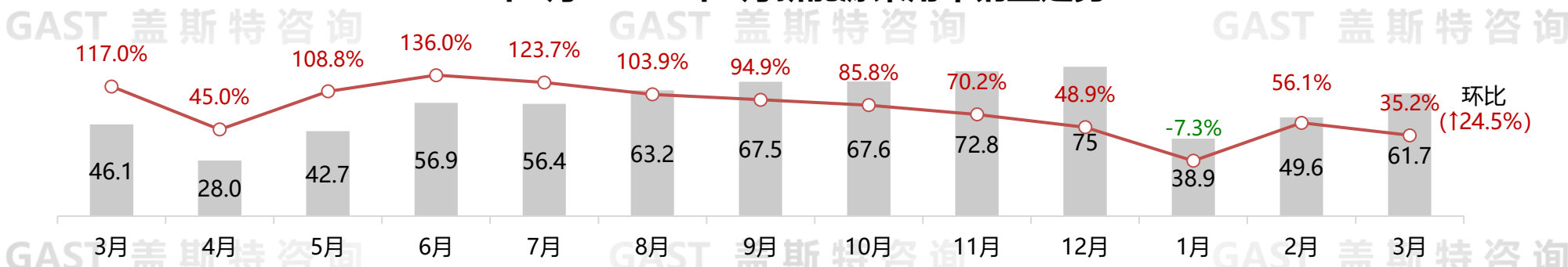
**补贴退出影响逐步减退，部分新能源车企顺应降价和提升用户权益，需求持续恢复→保持一定的同比增速，但仍未达到去年第四季度的单月水平**

# 新能源乘用车市场概况

■ 3月，新能源乘用车销售61.7万，同比增长35.2%，环比增长24.5%

单位：万辆

2022年3月~2023年3月新能源乘用车销量走势



## 政策导向

- **工信部**：将稳住新能源汽车等大宗消费作为扩大消费的重要手段
- **地方政府**：北京市延续新能源置换补贴；无锡、西安、成都、北京、合肥等发放新能源汽车消费补贴

## 区域特征

- **限购特大城市**：需求持续下行，特大城市总销量中占比下降至19%，较2022年下降4个百分点
- **中大型城市**：需求旺盛
- **县乡市场**：新能源逐步启动

## 车系特征

- 3月，新能源乘用车渗透率：
  - 自主品牌为46.4%
  - 主流合资品牌为3.7%
  - 豪华品牌为36%

**多地政府发放补贴支持新能源汽车消费 + 碳酸锂价格下探提供降价空间 + 大部分新能源车企持续促销 → 推动新能源汽车销量持续增长**



# 新能源乘用车TOP15车型

■ 3月新能源乘用车销量TOP15的车型中，比亚迪占6个席位，自主新势力无车型上榜；第一、二梯队入榜车型较为固定，第三梯队入榜车型更替相对频繁

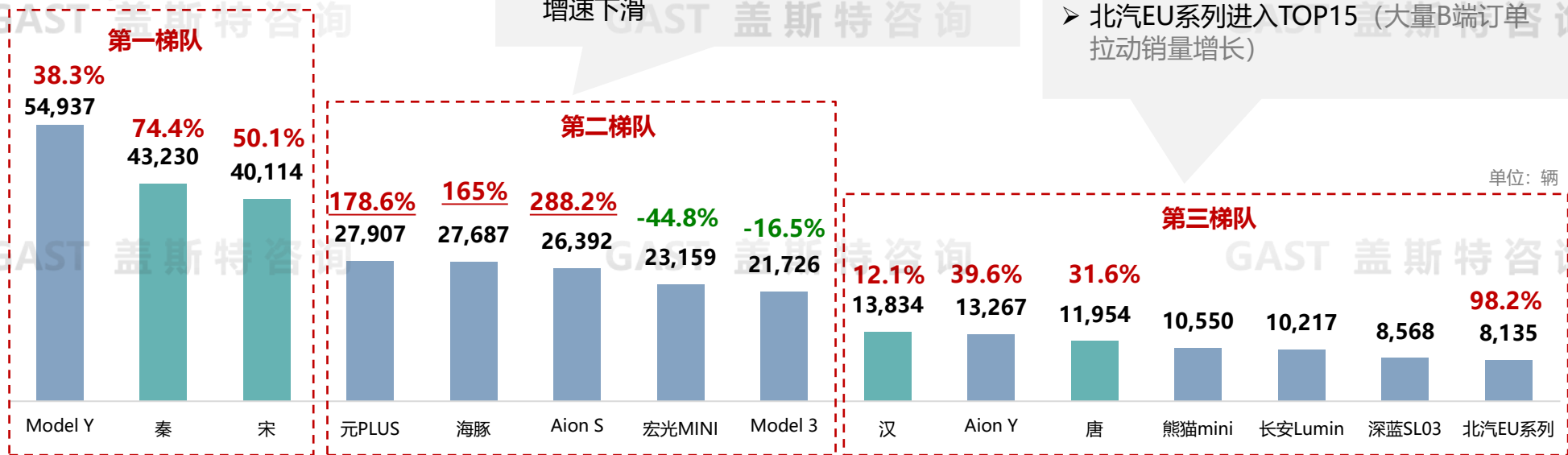
2023年3月新能源车型零售销量TOP15

BEV PHEV

- ▶ 特斯拉降价效果明显，3月产能主要供给国内，Model Y 再次登顶
- ▶ 秦PLUS冠军版拉动秦家族销量

- ▶ 埃安AION S 继续保持高同比增长，销量达2.6万辆
- ▶ Model 3销量较上月增加超1.3万辆，但因去年同期基数较高（2.6万辆），同比增速下滑

- ▶ 深蓝SL03推出现金补贴，销量较2月实现翻倍增长，重返TOP15
- ▶ 北汽EU系列进入TOP15（大量B端订单拉动销量增长）



注：比亚迪宋/秦/汉/唐动力类型通过主销车型判定



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