

中国汽车市场销量动态趋势解析 (2022.10)

盖斯特管理咨询有限责任公司

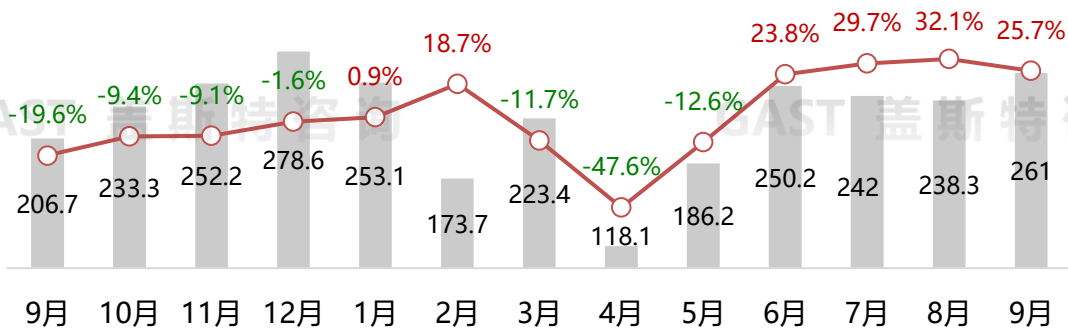
2022年10月19日

gast@gast-group.com

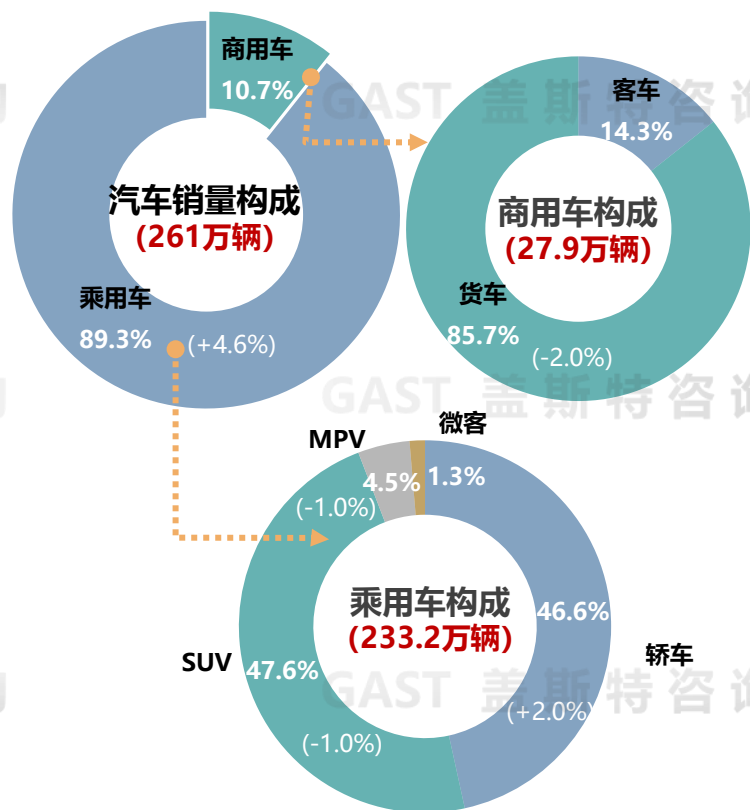
商乘维度：呈现“乘强商弱”局面

- 9月，乘用车同比增长32.7%，商用车同比下降12.5%
- 前三季度，乘用车已重回稳步增长状态，商用车恢复总体不及预期

2021年9月~2022年9月汽车市场总体销量走势(万台)



9月各细分市场占比及同比份额变化

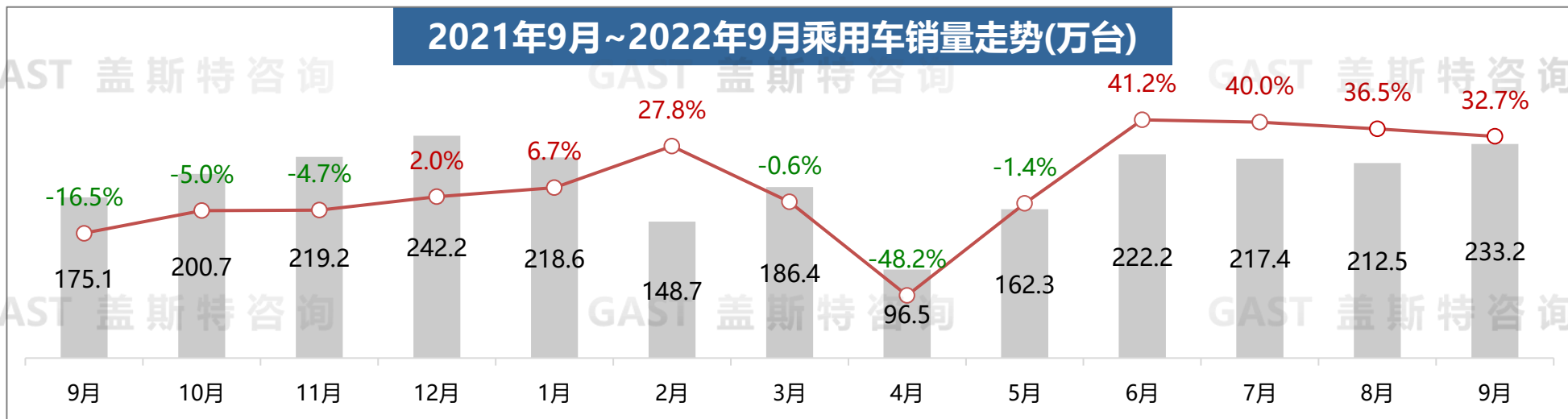


万台	9月销量	9月环比	9月同比	1-9月累计	累计同比
汽车总体销量	261	9.5%	25.7%	1947	4.4%
乘用车	233.2	9.7%	32.7%	1698.6	14.2%
轿车	108.6	8.9%	38.0%	804.7	16.7%
SUV	111.0	9.5%	30.5%	804.0	15.0%
MPV	10.5	12.9%	9.3%	66.3	-7.9%
交叉型乘用车	3.1	47.6%	29.3%	23.6	-14.6%
商用车	27.9	7.9%	-12.5%	248.4	-34.2%
客车	4	17.6%	1.1%	28.3	-23.9%
货车	23.9	6.7%	-14.4%	220.1	-35.3%

乘用车整体市场：重现旺季消费表现

- 9月为传统消费旺季，叠加前期政策持续发力 → 乘用车市场销售233.2万台，同比增长32.7%，环比增长9.7%

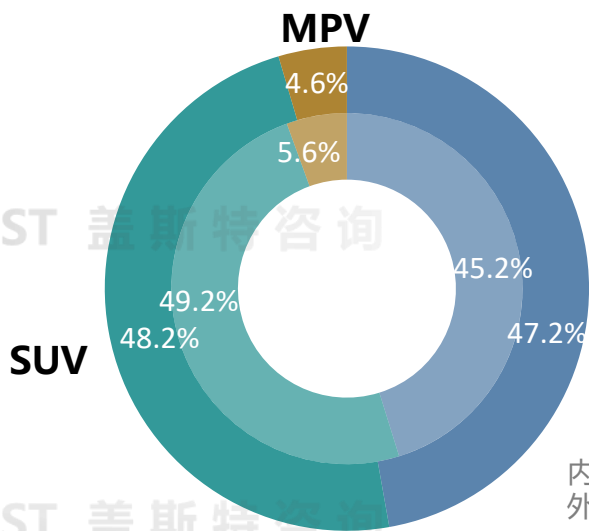
政策特征	供给特征	消费特征
<p>购置税优惠+补能建设</p> <ul style="list-style-type: none"> • 传统市场：购置税减半政策作用延续 • 新能源市场：上海、成都等地陆续发布补能设施建设相关政策 	<p>整体形势向好</p> <ul style="list-style-type: none"> • 散点疫情：成都车展等销售活动被打乱，但汽车产业链基本未受影响 • 终端促销：9月车市促销力度保持高位，多数车企追加优惠力度 	<p>新能源热潮+消费信心恢复</p> <ul style="list-style-type: none"> • 新能源持续发力：9月消费持续增长，渗透率保持高位 • 消费信心逐步恢复：在促消费政策作用下，汽车市场消费信心得到提振



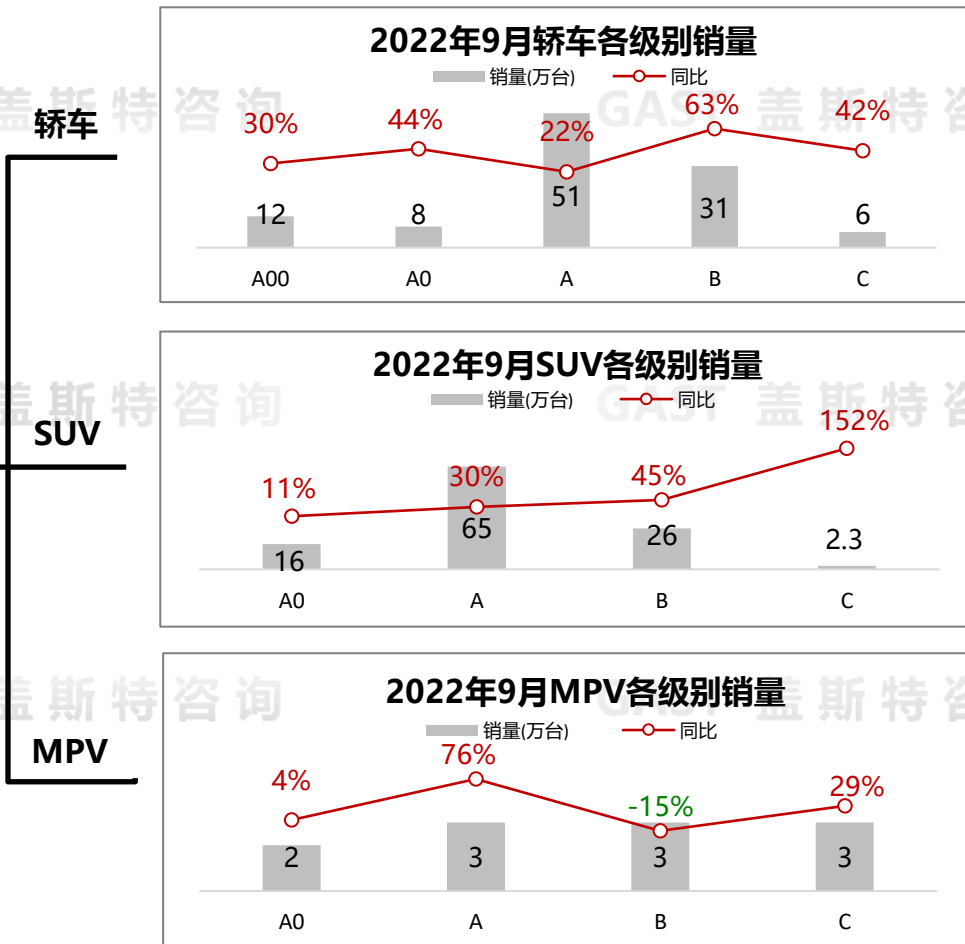
乘用车品类维度：三大品类均实现增长

■ 9月，轿车同比增长38%，SUV同比增长30.5%，MPV同比增长10.5%

2022年9月狭义乘用车结构同比变化



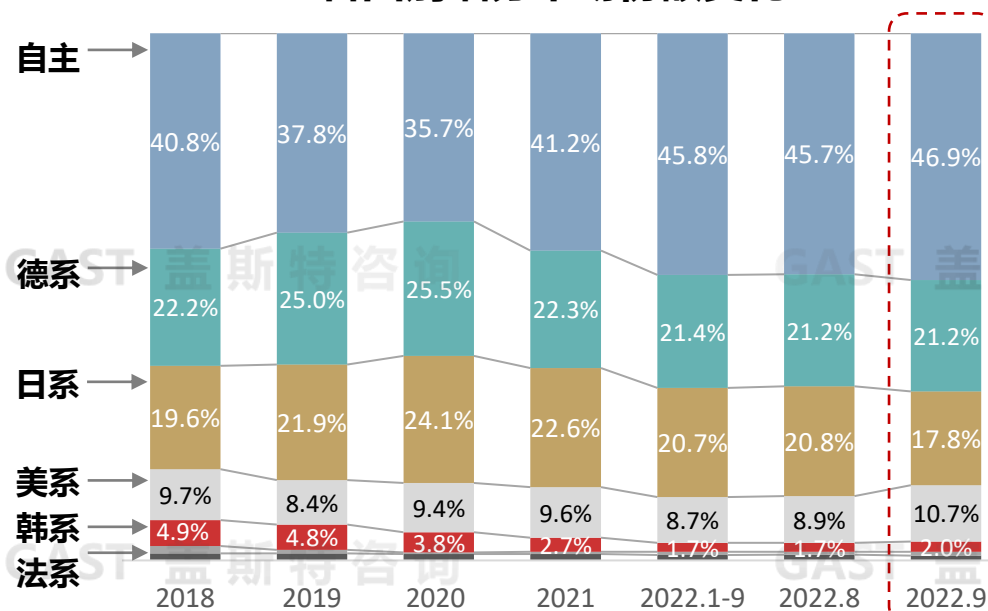
内环：2021年9月
外环：2022年9月



乘用车国别维度：日系份额降幅较大

- 市场份额：相比上月，日系下降3个百分点，自主提升1.2个百分点
- 同比增幅：9月，日系销量同比增速远低于平均值(+21.5%)

各国别细分市场市场份额变化



车系	9月销量	同比	1-9月销量	累计同比
自主	902,487	28.9%	6,813,946	19.0%
德系	403,864	30.7%	3,187,453	-7.1%
日系	341,476	3.6%	3,079,000	-6.2%
美系	206,185	17.0%	1,298,427	-8.9%
韩系	37,525	-12.7%	260,239	-37.0%
法系	13,353	29.9%	92,955	54.2%
其他	17,848	24.6%	143,758	-21.2%

单位：台

□ 日系销量不佳原因：市场端--①NEV整体表现不佳，主流市场部分头部产品被自主新能源车蚕食；②混动市场受自主混动车挑战大；车企端--主要本田品牌表现较为低迷

乘用车企业排名TOP15

■ 9月相比上月排名最明显的变动是：长安汽车上升9位，华晨宝马进入TOP15榜单

2022年9月乘用车企业广义批发销量TOP15

GAST 盖斯特咨询

➢ 比亚迪累计销量突破百万台(117.53万台)，DM、EV车型各占一半份额

GAST 盖斯特咨询

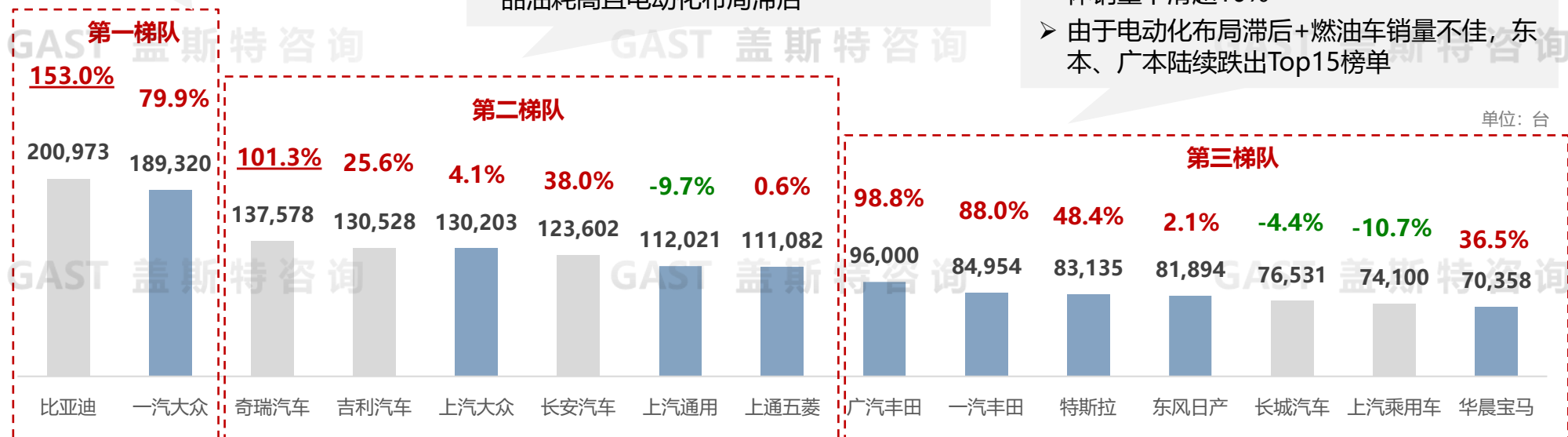
➢ 奇瑞依靠新能源(如奇瑞eQ)+出口业务(如瑞虎8)，延续高增长势头
➢ 长安摆脱限电影响，恢复至正常状态
➢ 上汽通用是Top10唯一下滑车企，主要是产品油耗高且电动化布局滞后

GAST 盖斯特咨询

合资/外资品牌

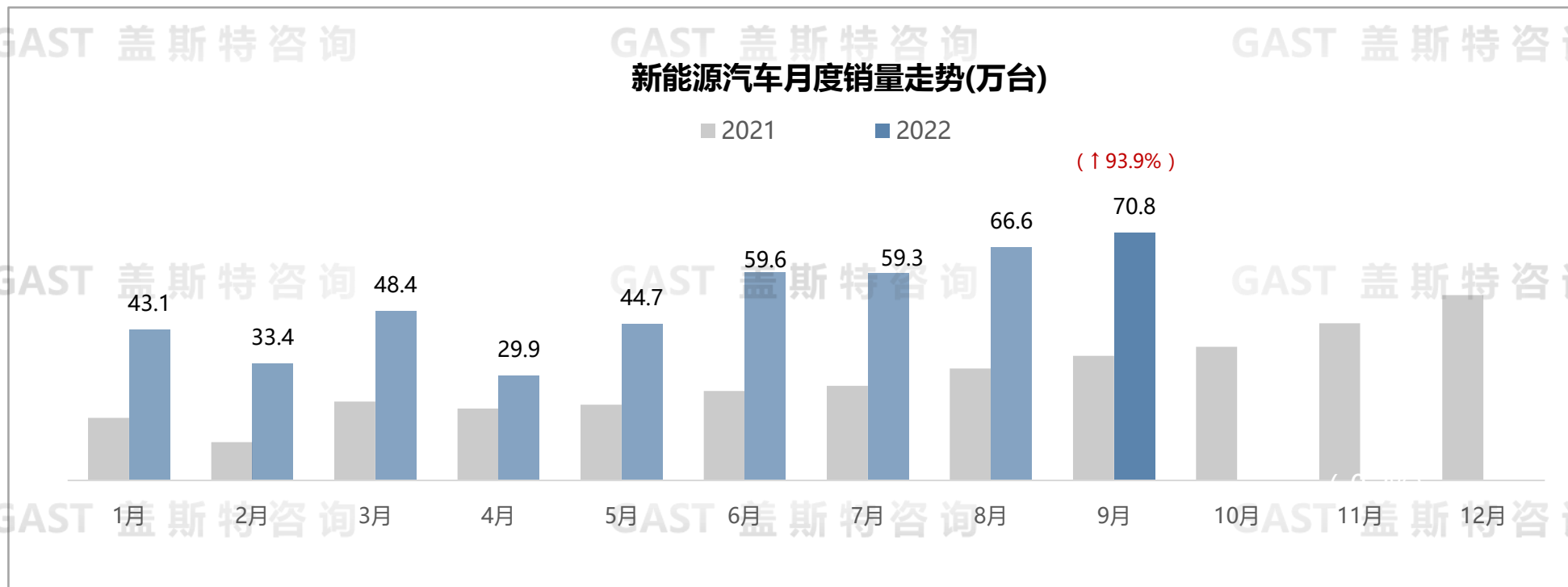
自主品牌

➢ 除坦克品牌外，长城汽车其余品牌均出现下降，导致整体销量下滑
➢ 受荣威RX5销量下滑的影响，上汽乘用车整体销量下滑超10%
➢ 由于电动化布局滞后+燃油车销量不佳，东本、广本陆续跌出Top15榜单



新能源汽车总体概况：延续高增长态势

- 9月，新能源汽车销售70.8万台，同比增长93.9%，环比增长6.2%
- 新能源渗透率：全市场渗透率达27.1%；乘用车市场渗透率达28.9%



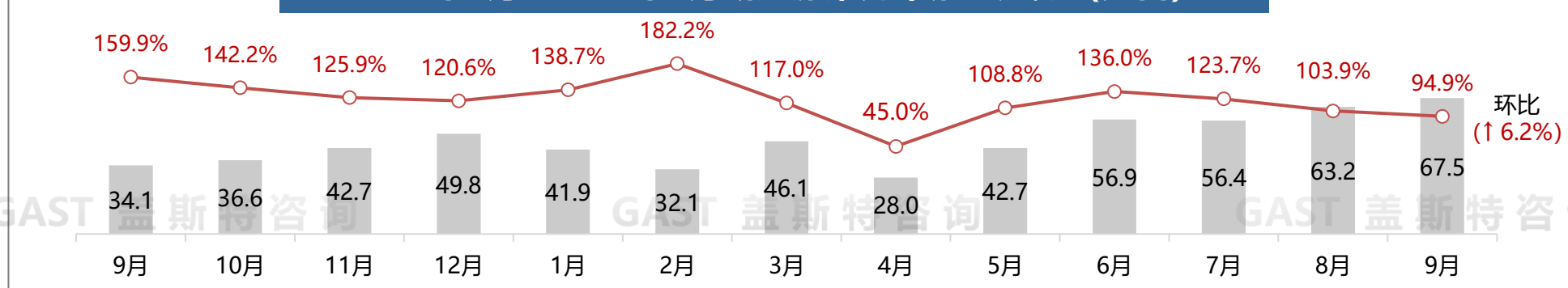
供给端产品种类不断丰富，消费端用户接受度日趋上涨，叠加购置税优惠等补贴政策推动 → 新能源汽车市场仍将保持高增长

新能源乘用车市场概况：增速略有回落，但仍保持高位

■ 9月，新能源乘用车销售67.5万台，同比增长94.9%，环比增长6.2%

政策导向	区域特征	车系特征
<ul style="list-style-type: none"> ➢ 国家能源局：《能源碳达峰碳中和标准化提升行动计划》，推进电动汽车充电等灵活性调节标准制修 ➢ 上海：自2023年1月1日起，消费者购买或受让插电混动汽车(含增程式)，不再发放专用牌照额度 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 限购特大城市：销量增速逐步放缓 <ul style="list-style-type: none"> • 相比去年，今年1-8月新能源车市场份额下降8个百分点 ➢ 非限购大城市：部分城市增长较快 <ul style="list-style-type: none"> • 成都同比增长151% • 苏州同比增长138% 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 9月，新能源乘用车渗透率： <ul style="list-style-type: none"> • 自主品牌为48% • 主流合资品牌为3.9% • 豪华品牌为29%

2021年9月~2022年9月新能源乘用车销量走势 (万台)

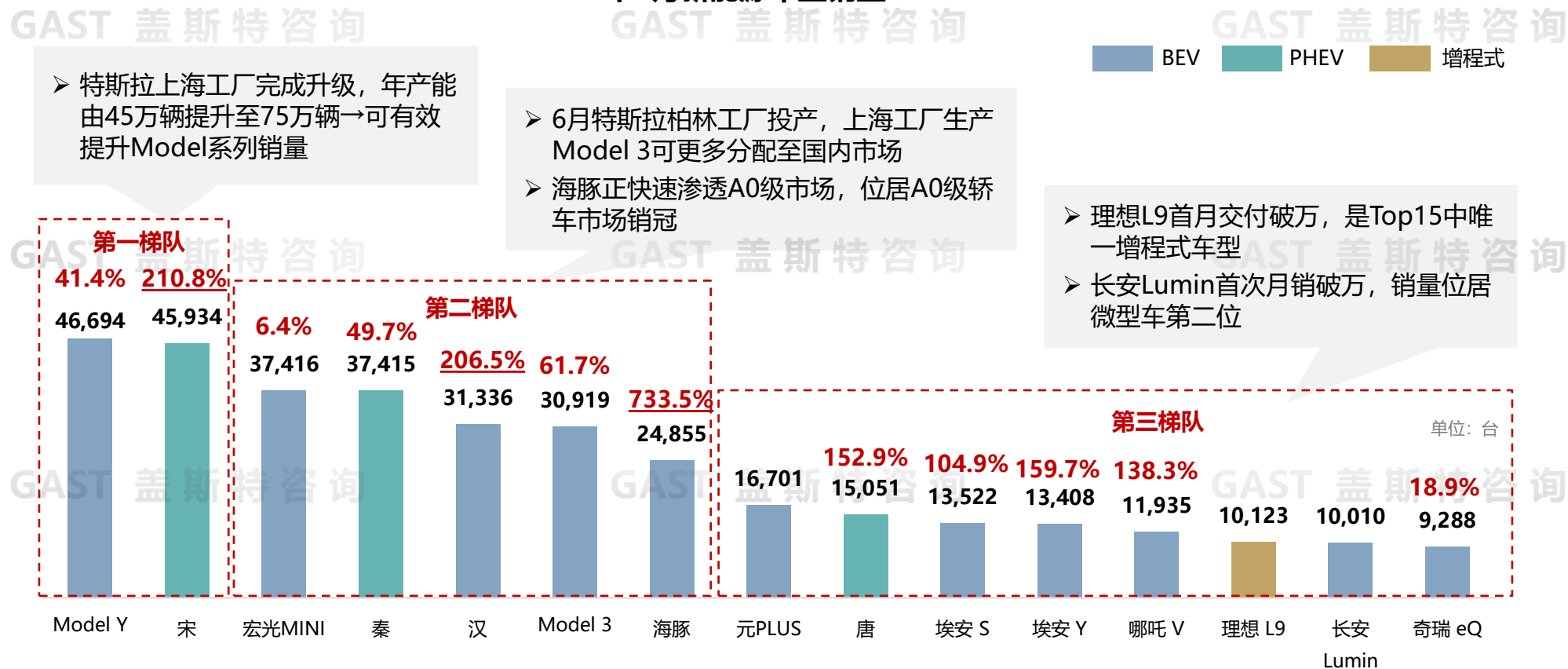


□ 国家出台政策推动补能生态完善，有助于促进新能源市场继续下沉

新能源乘用车TOP15车型

■ 9月相比上月最明显的变动是，Model 3/理想L9进入Top15榜单

2022年9月新能源车型销量TOP15



➢ 特斯拉上海工厂完成升级，年产能由45万辆提升至75万辆→可有效提升Model系列销量

➢ 6月特斯拉柏林工厂投产，上海工厂生产Model 3可更多分配至国内市场
➢ 海豚正快速渗透A0级市场，位居A0级轿车市场销冠

➢ 理想L9首月交付破万，是Top15中唯一增程式车型
➢ 长安Lumin首次月销破万，销量位居微型车第二位

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