

中国汽车市场销量动态趋势解析 (2023.03)

盖斯特管理咨询有限责任公司

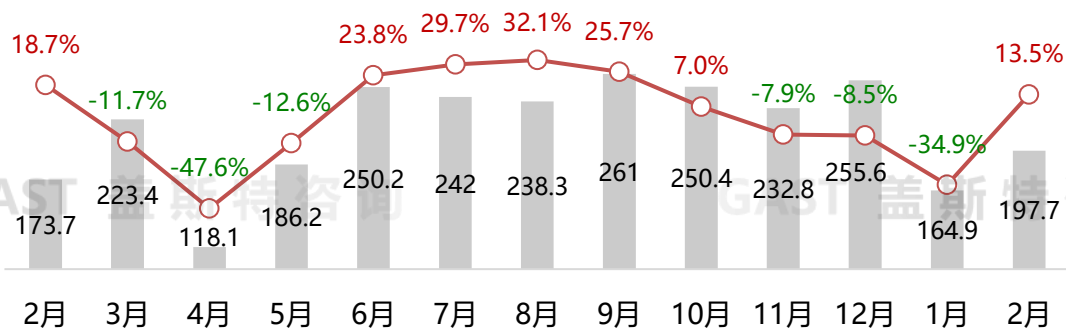
2023年3月21日

gast@gast-group.com

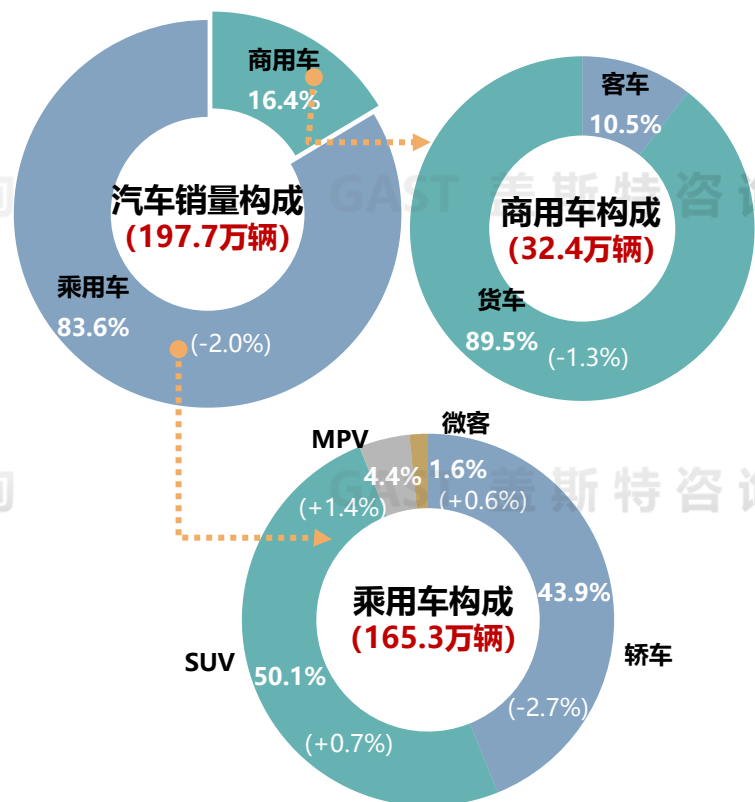
商乘维度：2月有所回升，累计仅客车微增长

- 2月，乘用车同比增长10.9%，商用车同比增长29.1%，销量有所回暖
- 1-2月，乘商累计同比均下滑15%以上→整体消费低迷

2022年2月~2023年2月汽车市场总体销量走势(万辆)



2月各细分市场占比及同比份额变化

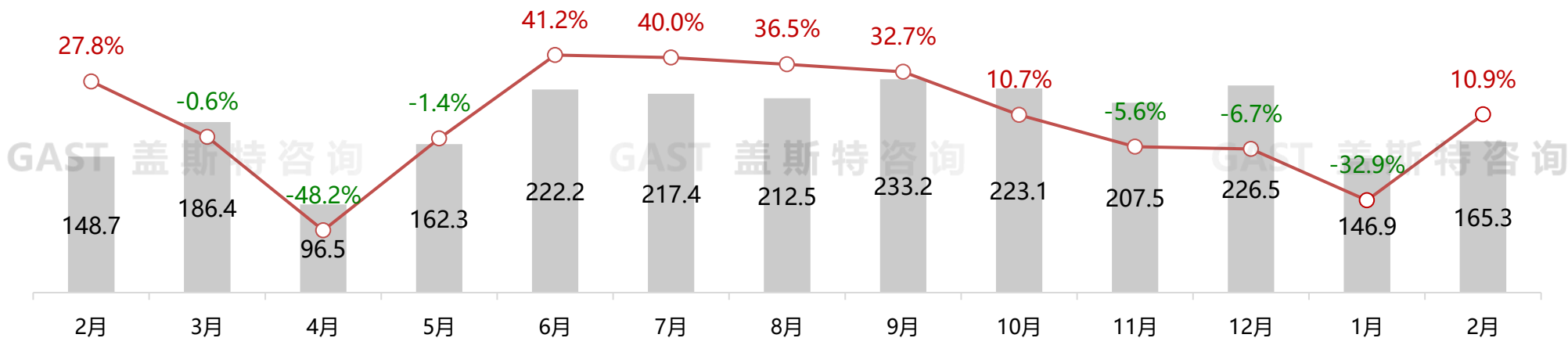


万辆	2月销量	2月环比	2月同比	1-2月累计	累计同比
汽车总体销量	197.7	19.8%	13.5%	362.5	-15.2%
乘用车	165.3	12.5%	10.9%	312.1	-15.2%
轿车	72.6	14.2%	5.0%	136.2	-20.9%
SUV	82.8	8.6%	13.2%	159.2	-11.1%
MPV	7.2	26.9%	35.4%	13.0	-5.0%
交叉型乘用车	2.7	137.6%	83.3%	3.7	-14.7%
商用车	32.4	79.4%	29.1%	50.4	-15.4%
客车	3.4	55.3%	43.1%	5.5	2.0%
货车	29	82.6%	27.7%	44.9	-17.1%

乘用车整体市场：销量不及预期

- 2月，乘用车市场销售165.3万辆，同比增长10.9%，环比增长12.5%→节后车市恢复购车潮，叠加去年基数低，销量虽有增长，但与去年单月平均相比降幅较大

2022年2月~2023年2月乘用车销量走势(万辆)



政策特征

国家政策暂不明朗+地方政策延续

- **国家政策**：燃油车和新能源车部分政策退出后，暂未发布促消费新政
- **地方政策**：多地（杭州、大连、合肥等）延续发放汽车消费券→提振地方消费

供给特征

库存均衡+新能源带头降价

- **库存均衡**：多数车企降低渠道库存压力→保持中高安全水平
- **车企降价**：新能源降价引起蝴蝶效应，各车企促销加大力度

消费特征

开学季+首购需求放缓

- **开学季**：疫情期间多数学生长时间未去学校→开学购车潮起一定促进作用
- **首购需求放缓**：首购人群向95后和千禧人群转移（人口少）→潜在客户盘萎缩

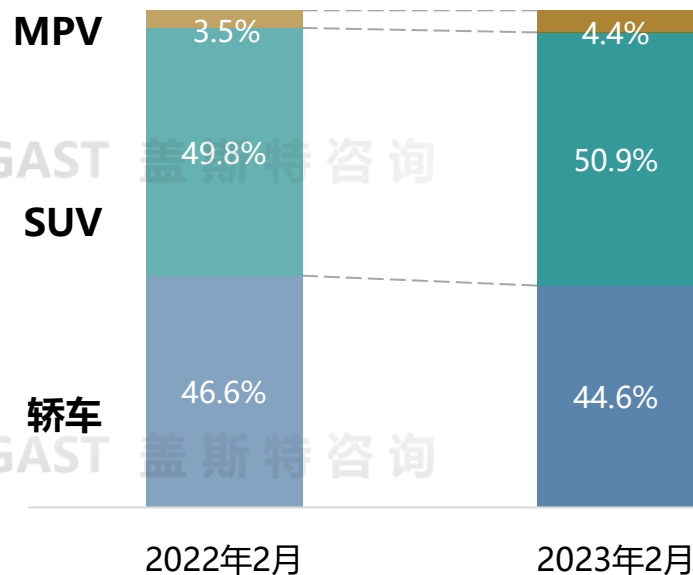
乘用车品类维度：三大品类均实现增长

■ 2月，轿车同比增长5%，SUV同比增长13.2%，MPV同比增长35.4%

GAST 盖斯特咨询

GAST 盖斯特咨询

2023年2月狭义乘用车结构同比变化

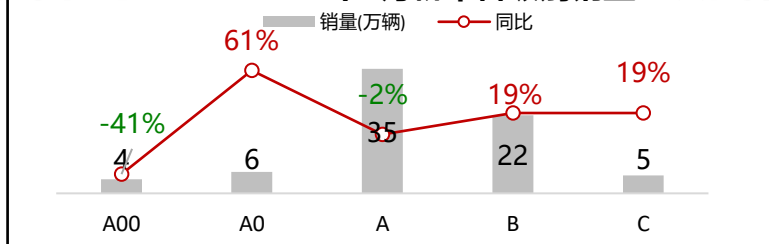


轿车

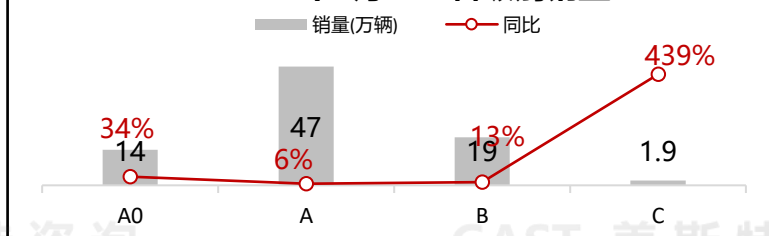
SUV

MPV

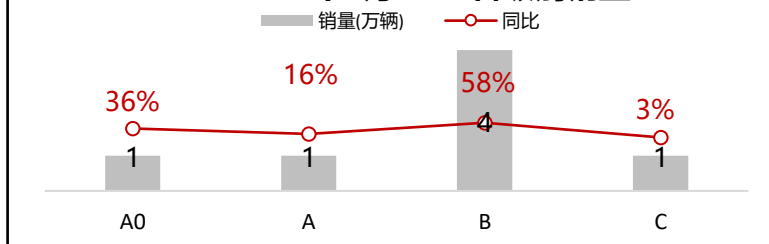
2023年2月轿车各级别销量



2023年2月SUV各级别销量



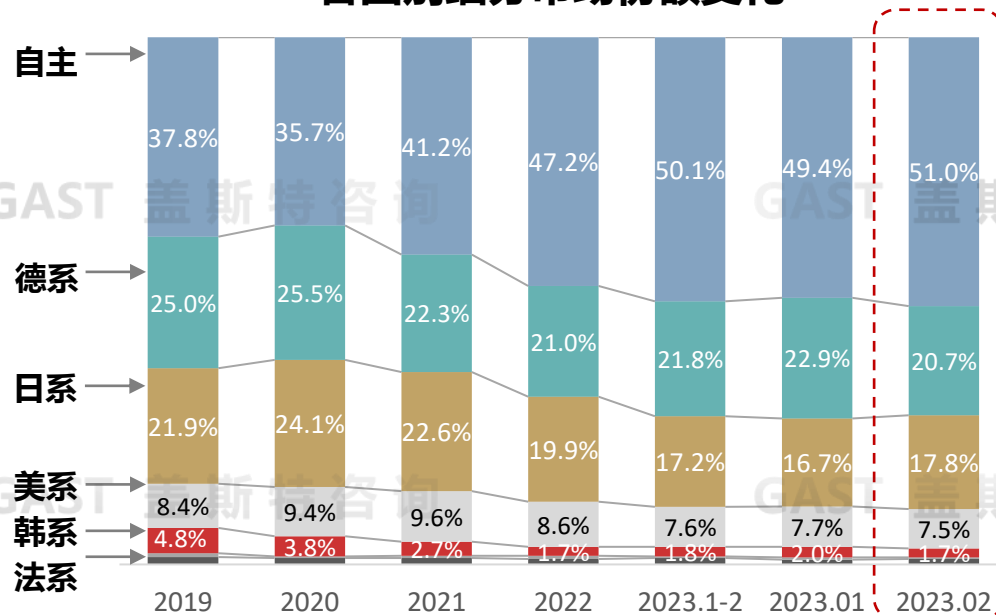
2023年2月MPV各级别销量



乘用车国别维度：自主车系回归半数份额

- 市场份额：相比上月，自主份额增加1.6个百分点，德系份额下滑2.2个百分点
- 同比增幅：除自主和德系外，其余车系均有不同幅度下降

各国别细分市场市场份额变化



车系	2月销量	同比	1-2月销量	累计同比
自主	708,163	27.3%	1,342,143	-10.3%
德系	286,894	11.8%	582,686	-22.0%
日系	246,654	-14.9%	461,980	-33.3%
美系	103,985	-8.1%	204,435	-27.6%
韩系	22,941	-5.5%	49,219	-33.1%
法系	4,655	-33.7%	9,191	-49.8%
其他	15,526	31.2%	28,825	-1.5%

单位：辆

- 自主车系：销量保持高速增长，持续蚕食合资份额
- 合资车系：德系增长幅度追平整体市场，日系、法系销量下滑较大

乘用车厂商排名TOP15

■ 2月，各车企表现相对分化：TOP15车企中8家实现正增长，7家实现负增长，其中负增长的主要为合资车企（占5席）

2023年2月乘用车企业广义批发销量TOP15

合资/外资品牌

自主品牌

➢ 比亚迪同比增幅最大，2月份终端价格开始出现松动；插混和EV车型销量继续保持平衡

➢ 奇瑞汽车旗下奇瑞、捷途、星途品牌2月增速均超过50%（其中捷途145%）
➢ 特斯拉降价效果明显，Model 3/Y价格降至历史最低，带来订单量大幅增长

➢ 广汽丰田加大终端优惠力度（凯美瑞、威兰达等提供5000元额外厂家补贴）→成为唯一正增长的主流合资车企
➢ 长城汽车正处于新能源转型的“换挡提速”期，叠加车市价格战影响→表现不及大盘

第一梯队

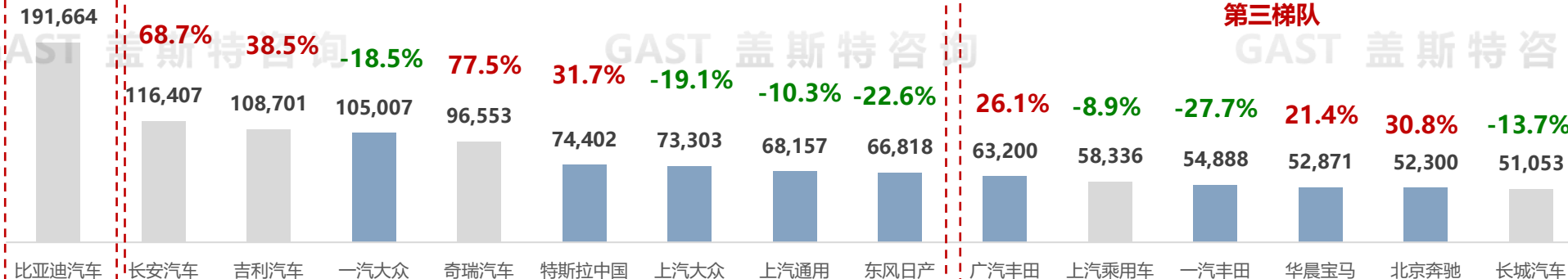
112.3%

191,664

第二梯队

单位：辆

第三梯队

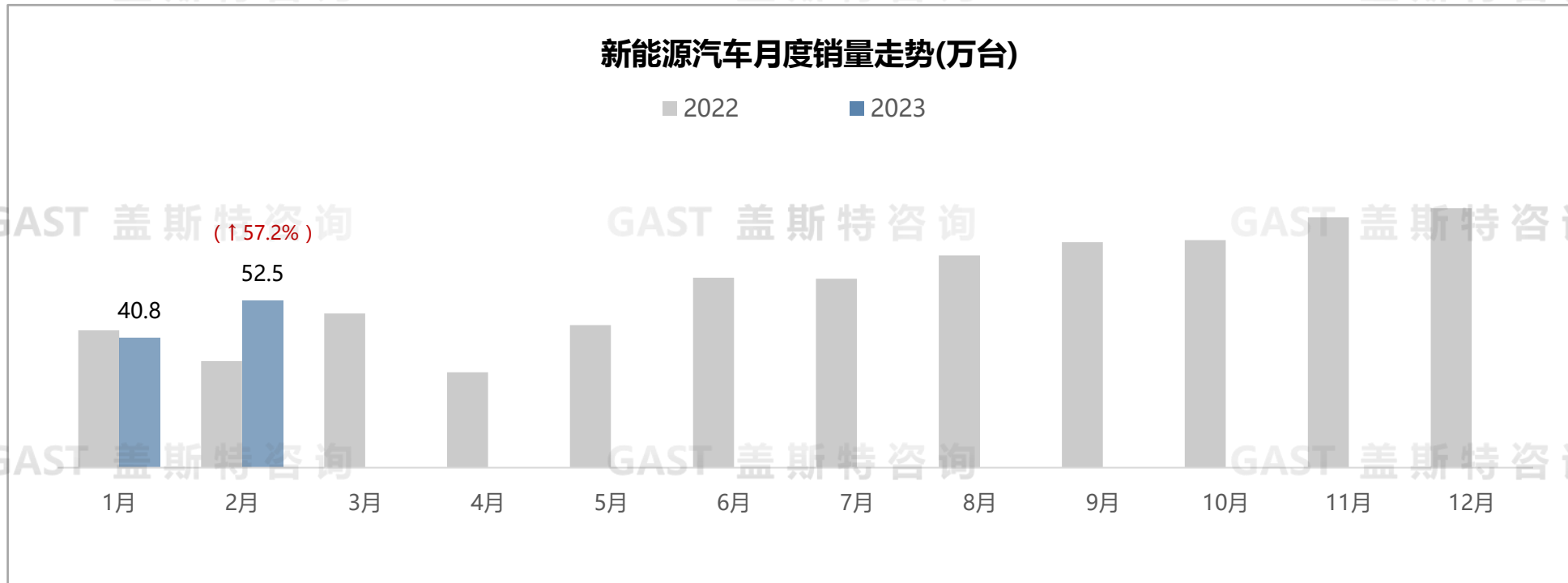


新能源汽车总体概况：恢复增长

- 2月，新能源汽车销售52.5万辆，同比增长55.9%，环比增长28.7%
- 新能源渗透率：全市场渗透率26.6%，乘用车市场渗透率30.6%

新能源汽车月度销量走势(万台)

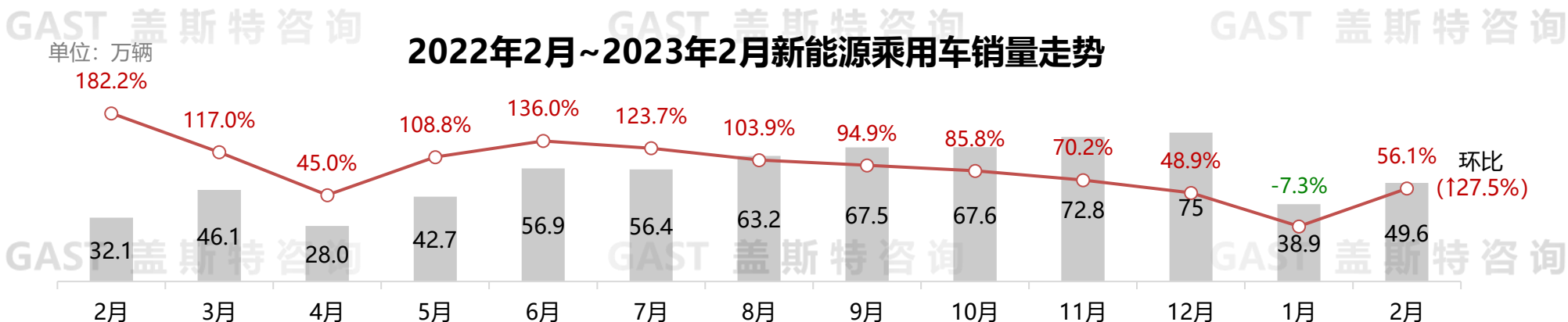
■ 2022 ■ 2023



□ 地方政府推出新能源专项补贴政策提振消费→2月新能源汽车市场逐步调整到位，同比、环比均恢复正增长

新能源乘用车市场概况

■ 2月，新能源乘用车销售49.6万，同比增长56.1%，环比增长27.5%



政策导向
<ul style="list-style-type: none"> ➢ 中共中央：鼓励有条件的地区开展新能源汽车下乡；工信部等八部门：启动公共领域车辆全面电动化先行区试点工作 ➢ 广州市：加快推广新能源汽车应用

区域特征
<ul style="list-style-type: none"> ➢ 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18.6% ➢ 中大型城市：由于人口基数大、公共交通差，近期需求旺盛 ➢ 县乡市场新能源逐步启动

车系特征
<ul style="list-style-type: none"> ➢ 2月，新能源乘用车渗透率： <ul style="list-style-type: none"> • 自主品牌为45.7% • 主流合资品牌为3.1% • 豪华品牌为35%

宏观政策鼓励新能源汽车消费 + 供给端车企降价促销 + 市场活跃度回升 → 共同推动市场回暖

新能源乘用车TOP15车型

■ 2月新能源乘用车销量TOP15的车型中，比亚迪占7个席位；除4款新车外，其余车型销量同比增速均恢复正增长

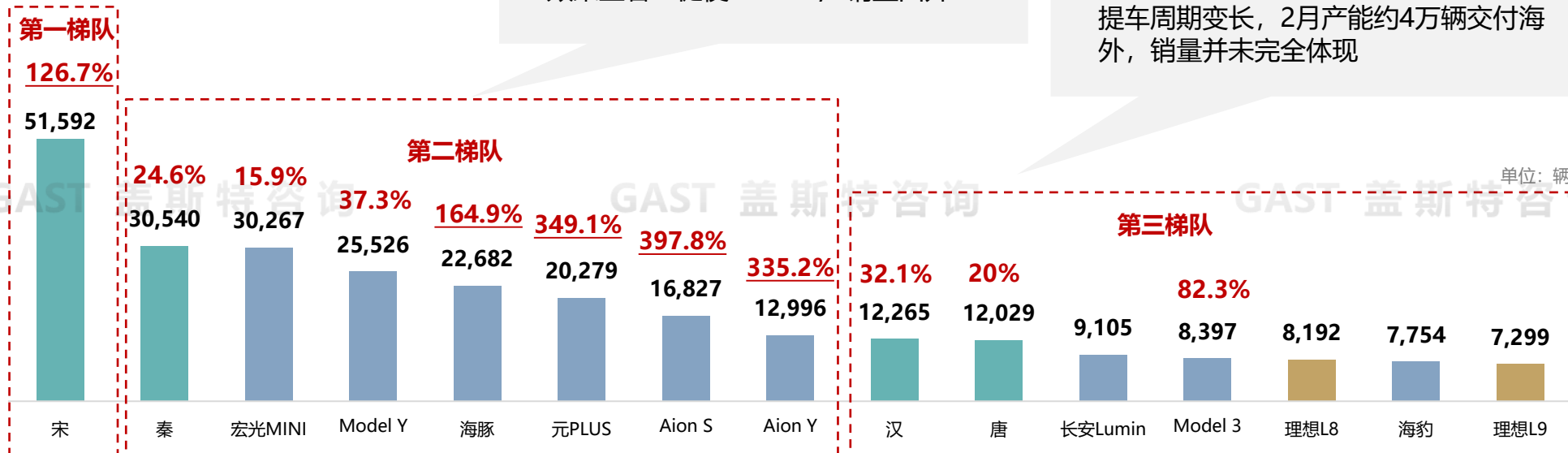
2023年2月新能源车型零售销量TOP15

BEV PHEV 增程式

➢ 宋家族销量再次破5万，连续霸榜5个月

➢ 秦PLUS冠军版改款上市，价格下探至10万以下，大幅拉动秦家族销量
➢ 埃安2月推出的促销优惠及限时金融补贴效果显著→促使AION S/Y销量回升

➢ 海豹受Model 3降价直接影响，销量回升相对较慢
➢ Model 3降价后订单量持续大幅上涨，提车周期变长，2月产能约4万辆交付海外，销量并未完全体现



单位：辆

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