

同创·同享·同成长

新能源车需求专题研究

日期：2024年10月

作者：金辉 从业咨询号：F3022754 投资咨询号：Z0013665

研究员：沈学昂 从业资格号：F03117515



浙商期货
ZHESHANG FUTURES

打造研究型衍生品综合服务商

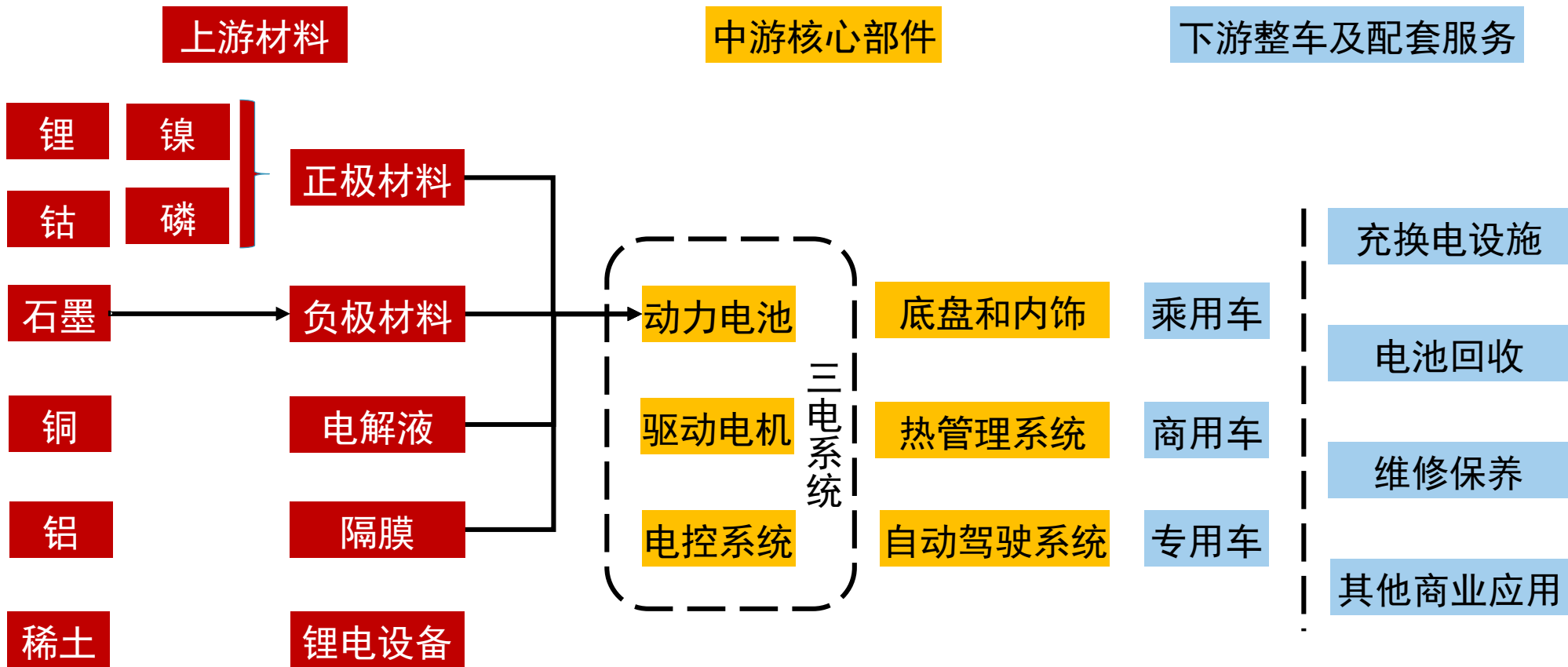


- ◆ **我们认为跟踪并预测新能源车需求，可以从“自上而下”和“自下而上”两个视角出发。**从自上而下的视角来看，各国新能源车产业的发展路径基本遵循从政策驱动到产品力驱动的过程，需要识别其产业发展阶段和主要边际变量。就中国市场来看，当前新能源车销量依然维持高增速，主要驱动因素是各种类型的补贴（油电比价、以旧换新政策）催化和新势力车企不断推出有较强竞争力的产品，但也需要警惕车企现金流紧张导致的系列问题以及高基数下的增速提升乏力。我们预测国内2024年、2025年新能源车销量（包含出口）将分别达到1215万辆、1495万辆，yoy+28%、+23%。**海外市场来看**，欧美国家补贴退坡问题严重，2024年销量大幅不及预期，我们预测欧洲2024、2025年销量为300万辆、340万辆，yoy-1.6%，+13.3%；美国2024、2025年销量为170万辆、190万辆，yoy+14.9%，+11.8%。
- ◆ **“自下而上”视角来看**，我们可以通过跟踪主力车企销量来观察月度销量变化的底层原因，以及根据厂商的年度销量指引进行预测。从我们跟踪的国内15家主力车企销量表现来看，今年1-9月比亚迪销量维持平稳增长，预计全年yoy+29%；特斯拉销量持续低迷，预计全年yoy-5%；而主流合资车企新能源车销量表现显著弱于新势力车企。总体主力车企2024年销量预计增长27%，2025年预计增长24%。

- 一、自上而下视角定位行业周期
- 二、自下而上视角跟踪车企销量

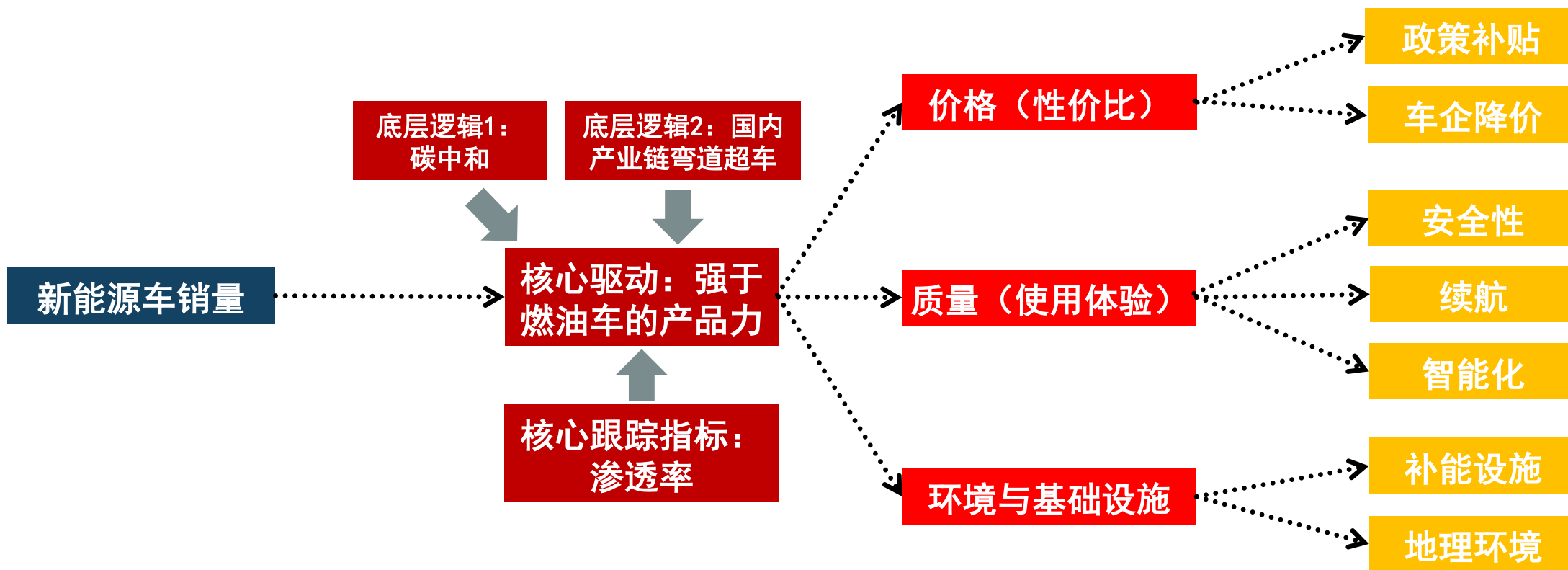
1

自上而下视角
定位行业周期

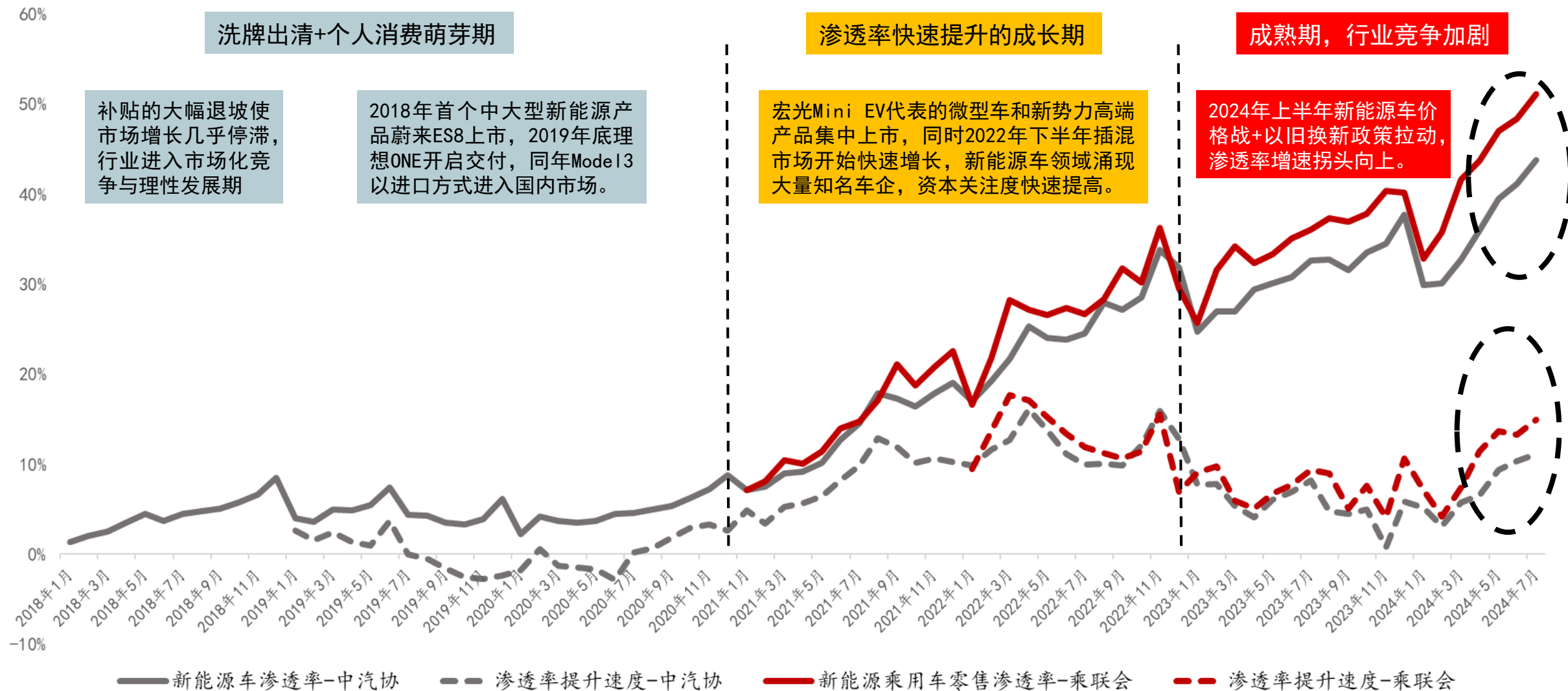


← 越往上游周期属性越强，产品同质化 越往下游消费属性越强，产品差异化 →

- ◆ 各国新能源车产业的发展路径基本遵循从政策驱动到产品力驱动的过程，需要识别其产业发展阶段和主要边际变量。一般而言早期政策波动会造成行业阶段性景气承压，而进入产品力竞争阶段则更遵循消费品逻辑。

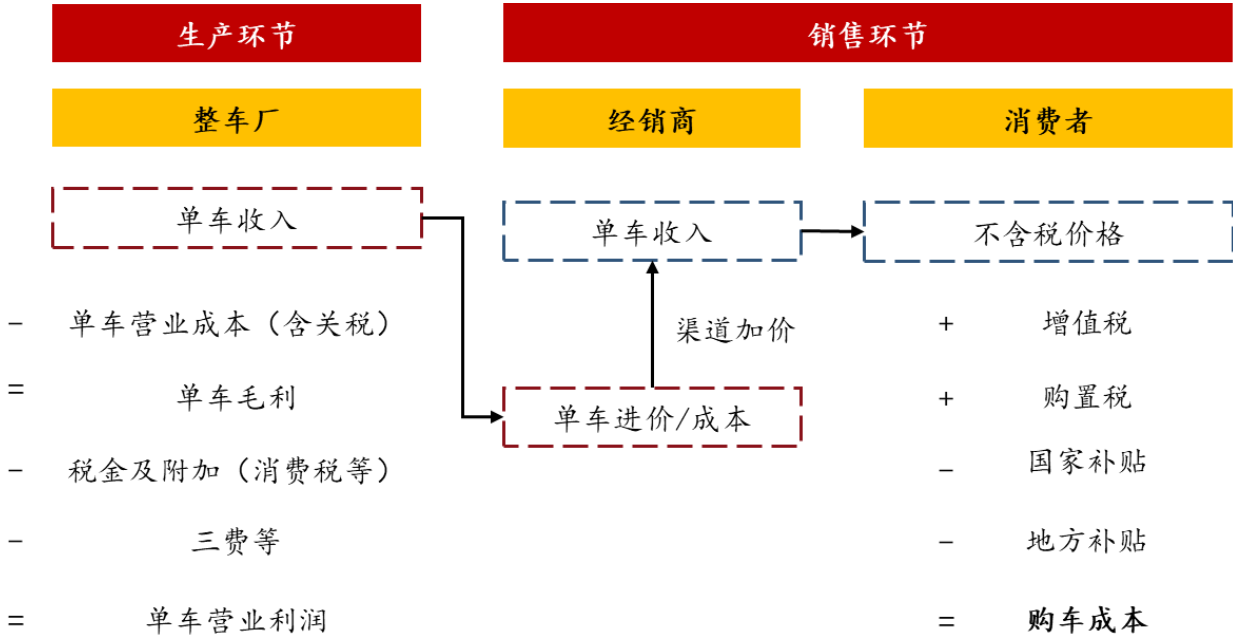


中国新能源车市场：基本情况



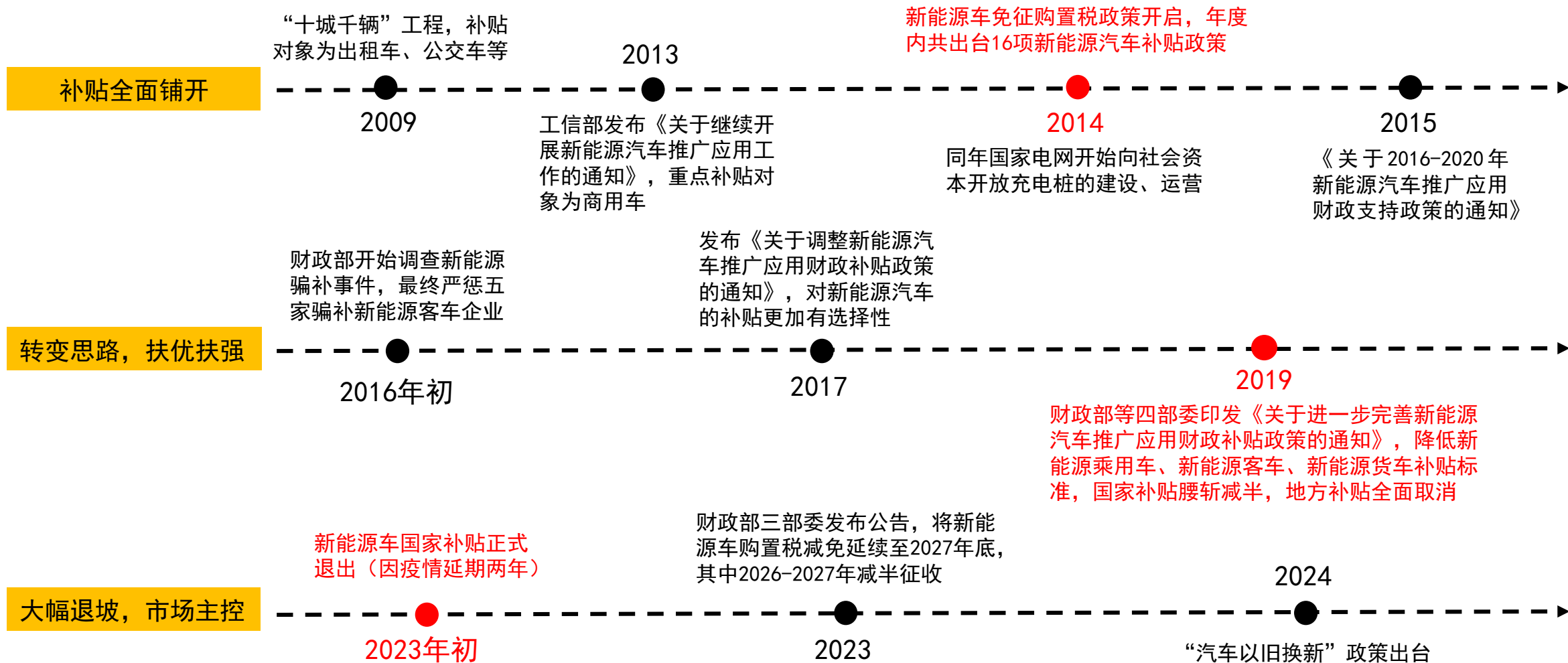
新能源车补贴政策类型

- ◆ 消费者购车成本=主机厂出厂价×（1+渠道加价率）×（1+增值税率+购置税率）-国家补贴-地方补贴；
- ◆ 财政补贴：补贴分为国家补贴和地方补贴，直接补贴给消费者。2023年国家补贴退出，地方补贴视情况各异；
- ◆ 税收减免：必须要交增值税（销售环节，13%）；对于新能源车型，排量税（生产环节，按照排量1-40%不等）、购置税（销售环节，10%）、车船税（年缴）存在一定程度的减免；
- ◆ 财政补贴是直接补给消费者，记完购置税后直接扣除，即不影响购置税的计税基础。



税种	税率				征收环节
	燃油车	EV	PHEV/EREV	HEV	
消费税		130万以上征收10%			生产环节
进口关税 (进口车)		15%			进口环节
排量税	1-40%	0%	1-40%	1-40%	生产环节
增值税	13%	13%	13%	13%	销售环节
购置税	10%	0%	0%	10%	销售环节
车船税	符合节能标准可 减半	0%	符合节能标准可 减免	符合节能标准可 减免	消费者年缴

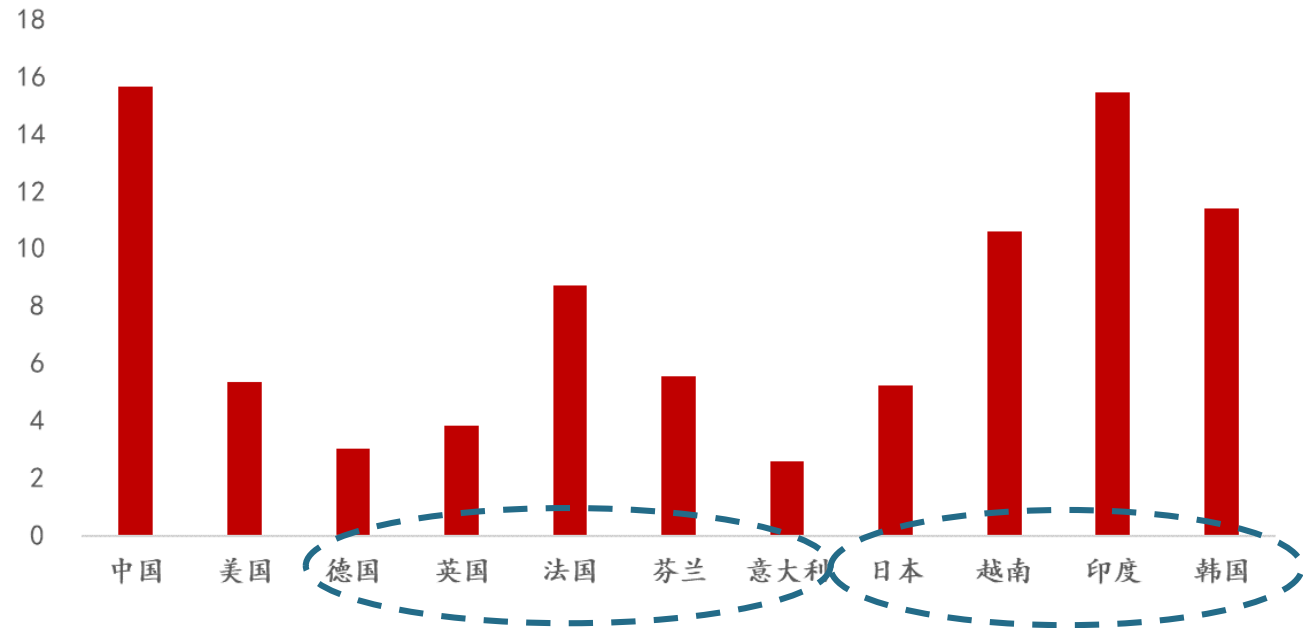
中国新能源车财政、税收补贴逐步退出



但隐性补贴力度仍然较大

◆ 当前我国新能源车财政补贴、税收补贴逐步减弱，但油电比价、路权等隐性补贴仍然较大。以油电比价为例，由于中国汽油征收高额税费，中国汽油价格/居民平均电价的比值常年位于15以上，而欧美国家该比值仅为中国的1/3或1/4。与此同时，当前中国主要一线城市均有限牌限行政策，而多数城市都推出了针对新能源车的专用上牌政策，且在限行限号等路权政策方面对新能源车给予倾斜。此外，近几年针对家电、汽车的“以旧换新”刺激消费政策也密集发布，一定程度上弥补了前期补贴的退坡。

全球部分地区油电比价情况



主要城市对新能源车仍有上牌优惠政策

杭州	小客车指标调控政策一直持续，购买的新能源车符合工业和信息化部《新能源汽车推广应用推荐车型目录》所列的小客车及进口纯电动车的条件，即可申请浙A绿牌指标。且浙A新能源号牌小客车不受杭州市区“错峰限行”限行措施的限制。
上海	对个人用户和单位用户购买新能源汽车继续给予免费专用牌照额度支持，但申请条件整体有所收紧，有效期至2024年12月31日。
北京	北京市在新能源车购买方面一直执行摇号政策，但由于需求旺盛，指标竞争较为紧张。
广州	广州市小客车增量指标以1个自然年为1个配置周期。普通车增量指标每个周期配置额度为8万个，按月度平均分配，并不得跨周期配置。参加增量指标摇号累计次数达72次以上的个人，可直接申领普通车增量指标，不占用配置额度。节能车增量指标和新能源车增量指标无额度限制。
深圳	有新能源小汽车专用增量指标，2024年5月进一步放宽，取消非深户籍人员申请新能源小汽车增量指标社保限制，放宽名下仅有1辆在深圳市登记的小汽车个人申请混合动力小汽车增量指标的条件限制。

注：油电比价计算方法为汽油价格（美元/升）÷居民平均电价（美元/KWh）

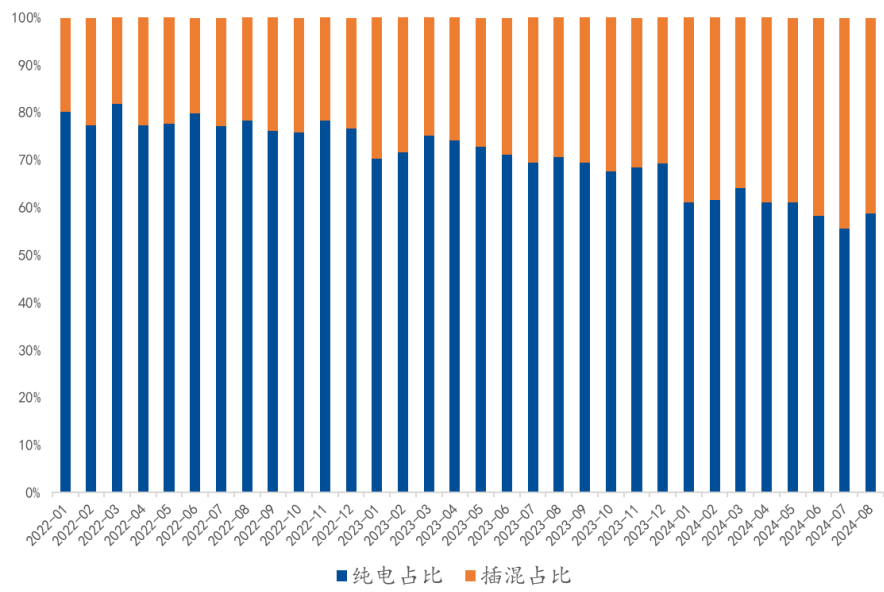
竞争格局：价格带两端清晰，中间地带淘汰加速

价格带	纯电路线	纯电代表车型	插混路线	插混代表车型
10万以下	比亚迪、上通五菱平分秋色。5万元以下纯电市场上通五菱占主导（24H1市占率36.5%），吉利、长安分居二、三位；5-10万元市场比亚迪占主导（24H1市占率61.1%）。	海鸥 五菱缤果 五菱宏光Mini EV 长安Lumin 熊猫Mini	比亚迪绝对领先。5-10万元插混市场，比亚迪24H1市占率达到74.3%，第二名上汽五菱仅18%。	比亚迪秦Plus DM-I 五菱星光 长安启源A05 吉利帝豪L
10-20万	比亚迪绝对领先，埃安跟随。10-15万纯电市场比亚迪 2024H1 市占率达到41.6%，广汽埃安18.1%；15-20万市场比亚迪市占率21.2%。	比亚迪元Plus EV 比亚迪宋Pro EV 比亚迪秦PLUS EV 海豚 Aion S、Y	比亚迪绝对领先，吉利、长城、长安等自主品牌跟随。10-15万元插混市场比亚迪24H1市占率67.6%；15-20万元插混市场比亚迪24H1市占率25.4%，长安、长城分别为25.1%和13.4%。	比亚迪宋 银河L7 长安深蓝SL03 PHEV
20-30万	特斯拉主导，国产替代空间大。20-30万市场特斯拉中国2024H1市占率达到56.1%，吉利、比亚迪、小鹏跟随。	Model 3 比亚迪汉 海豹 小鹏P7	比亚迪绝对领先。吉利等自主品牌跟随。比亚迪24H1市占率达到29.3%，赛力斯、吉利、理想分别达到15.4%、14.8%、14.7%。	比亚迪唐 比亚迪汉 比亚迪海豹DM-i 领克08 PHEV 护卫舰07
30万以上	特斯拉绝对领先，小鹏、蔚来跟随，其他厂商差距较小。	Model Y 蔚来ES6 蔚来ET5 极氪001 宝马i3	理想和问界竞争为主。以30-40万价格段为例，理想汽车24H1市占率为33.8%，赛力斯市占率为26.5%。	理想L7、L8、L9 问界M7、M9 坦克500

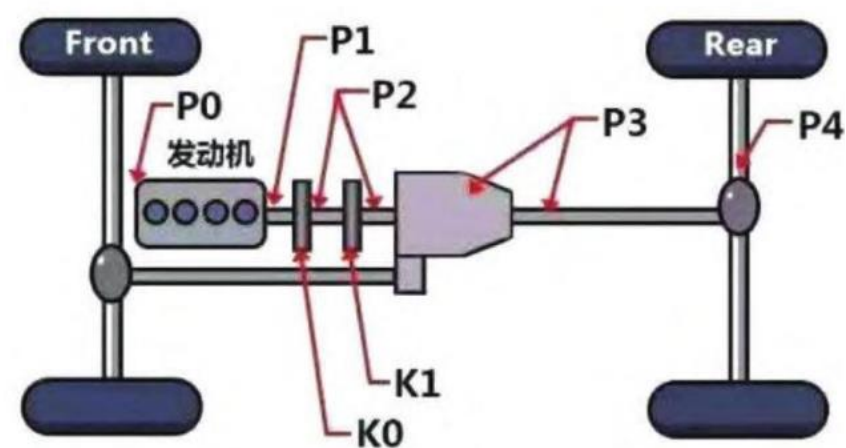
竞争格局：插混销量占比不断上升

- ◆ 当前新能源车销量占比中插混销量不断上升，2024年8月插混占比已达到41.2%。
- ◆ 中国消费者用车场景中城市通勤场景比例较高，加之制动能量回收功能，此类场景增程模式相比纯燃油车能节电30-50%。同时国内50%的消费者单程通勤距离在5km以内，如果家中或单位有充电设施，可以一直使用纯电模式通勤，进一步降低补能成本。

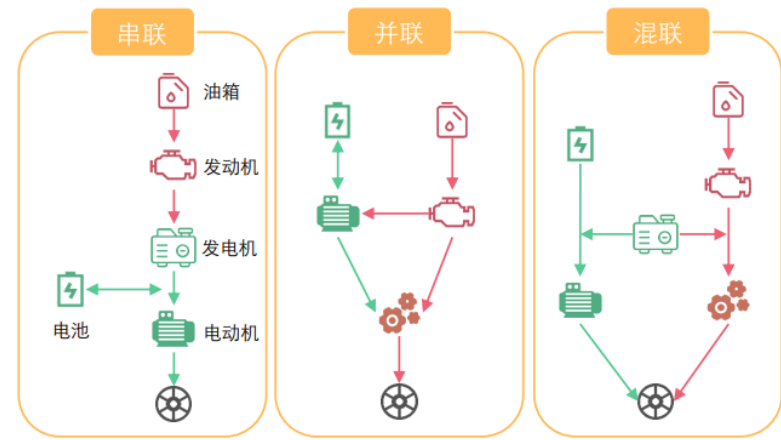
纯电和插混销量占比—中汽协



混合动力技术路线架构示意图



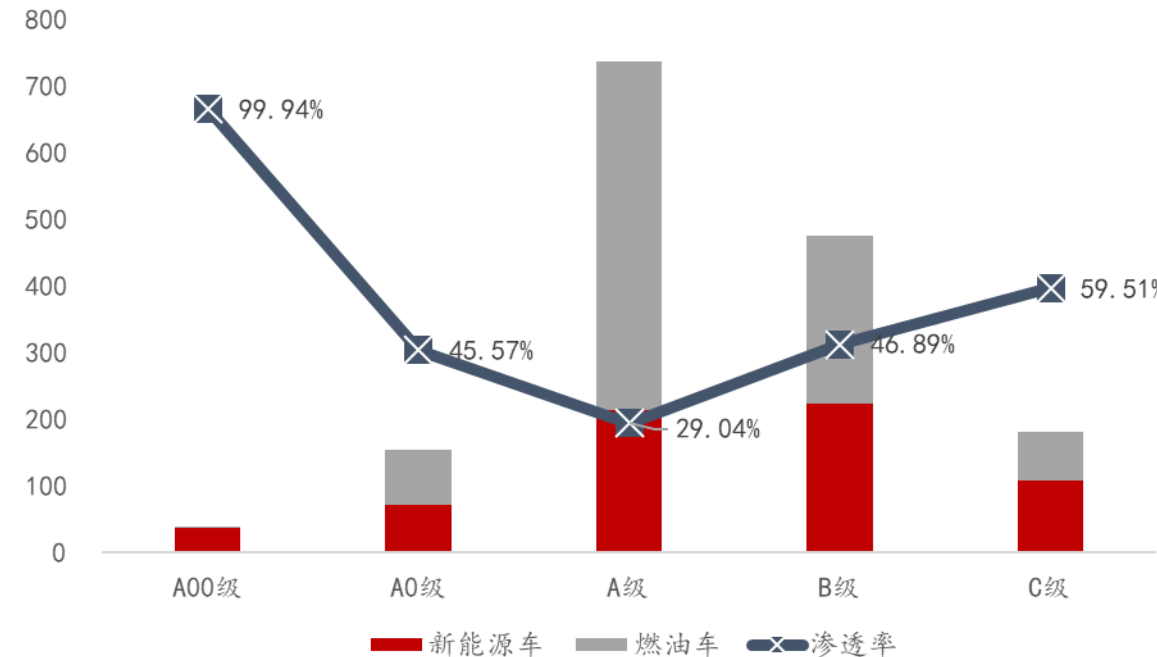
混合动力常见的技术路线



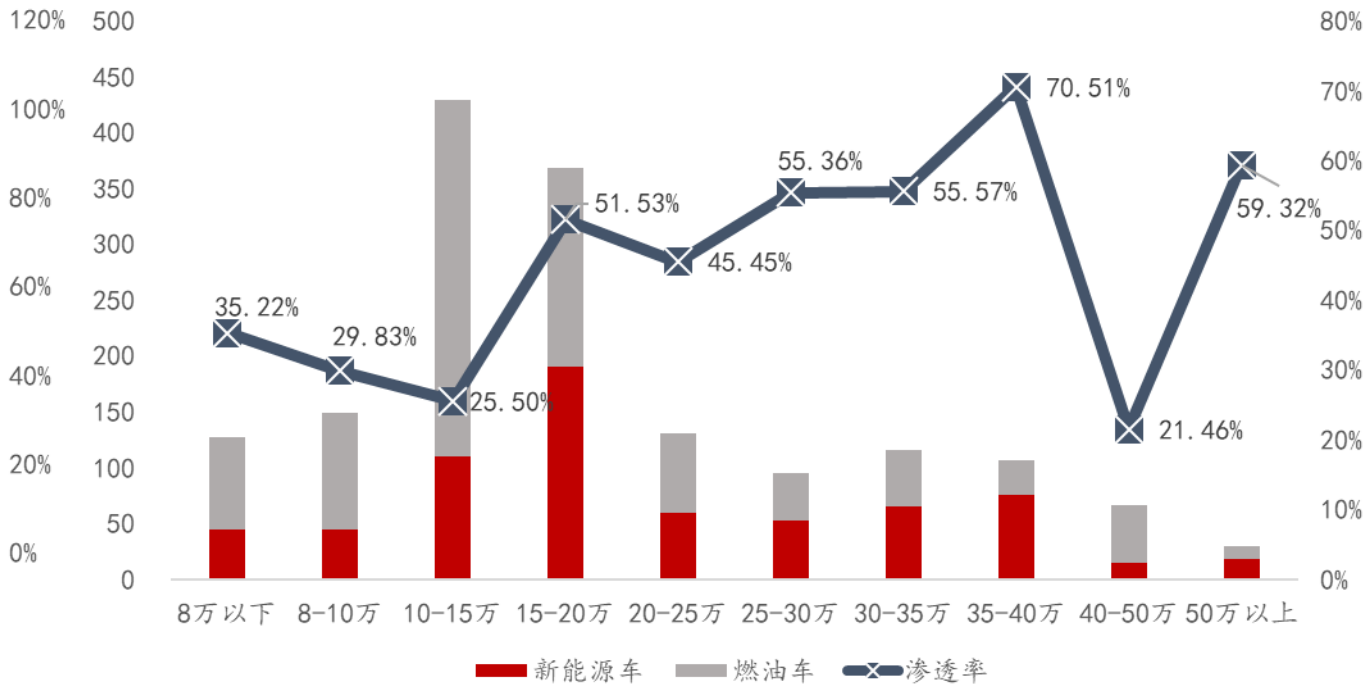
竞争格局：部分细分市场渗透率仍有较大提升空间

- ◆ 分级别看，2024年1-8月中国乘用车中A00级车新能源渗透率99%，A0级新能源渗透率45.57%，A级车新能源渗透率29.04%，B级车新能源渗透率46.89%，C级车新能源渗透率59.51%，A级车市场新能源仍有较大发展空间。
- ◆ 分价格带看，2024年1-8月中国乘用车中8-15万、40-50万市场新能源渗透率均低于30%。

分级别新能源车渗透率

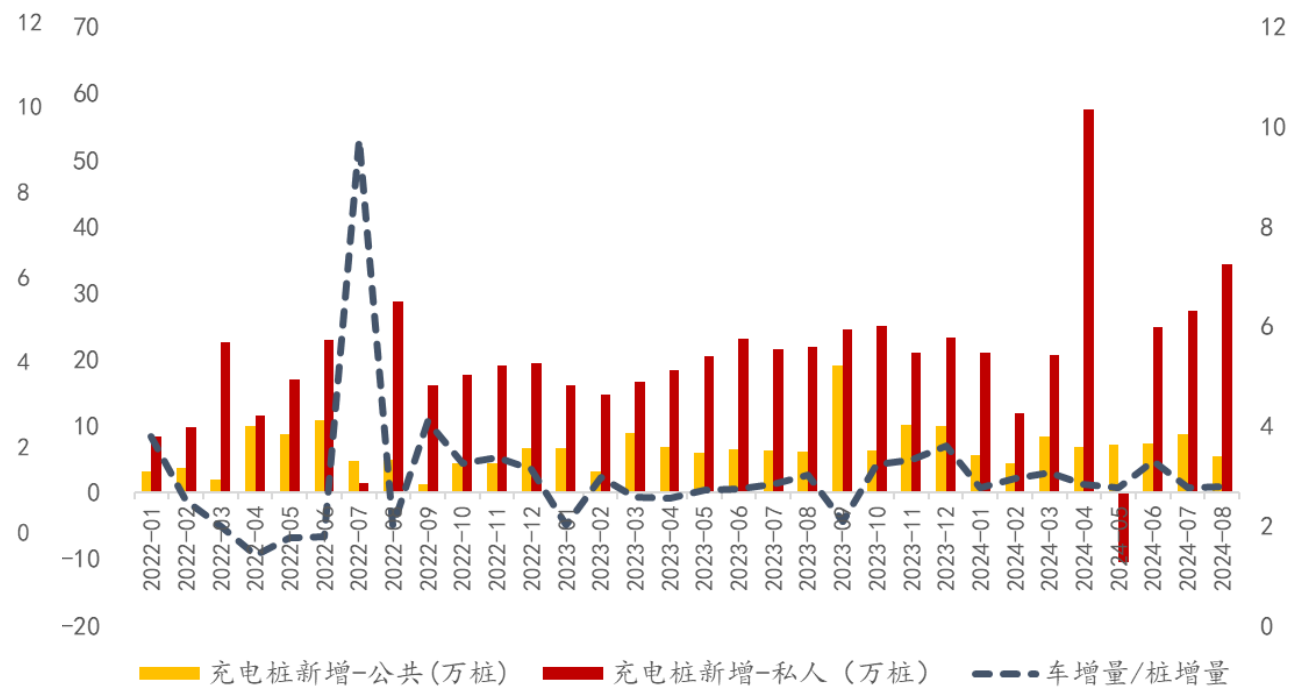
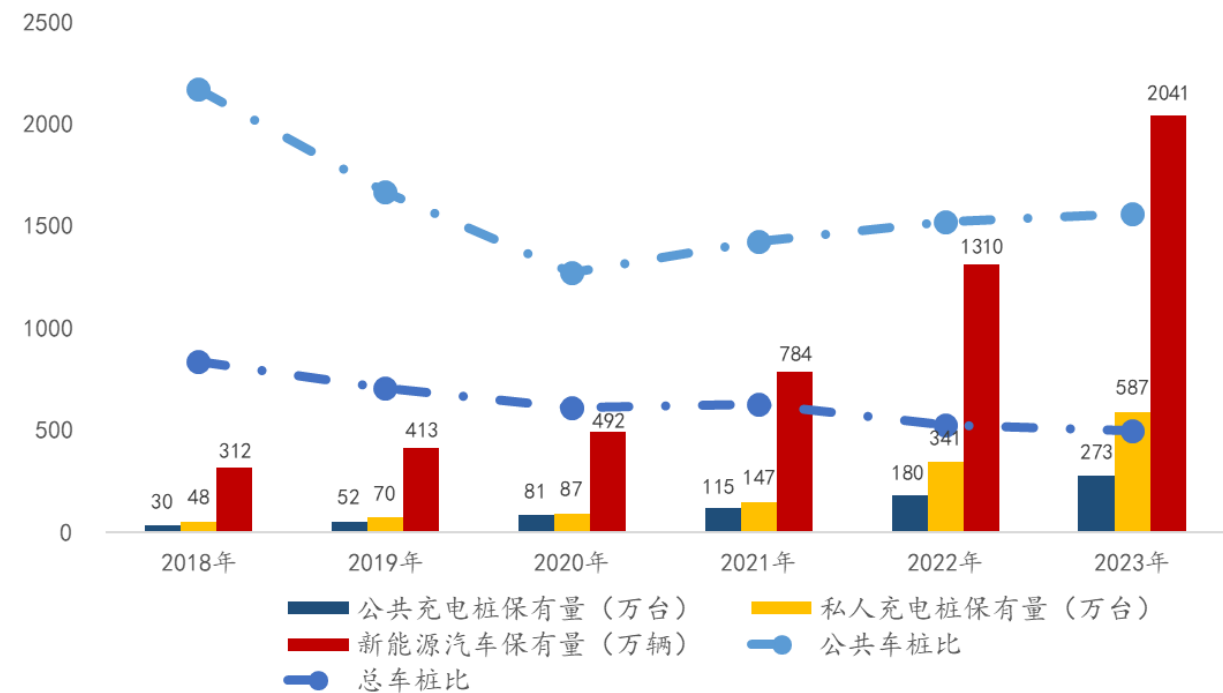


分价格段新能源车渗透率



基础设施：国内充电桩市场情况

- ◆ 充电桩细分为直流桩和交流桩两类。直流充电桩体积较大，具有高电压、大功率和充电快的特点，对电网要求更高，通常建设于高速公路服务区、公交车等场所，占比在20%以下。交流充电桩相对单价较低，安装相对容易，通常为私人所有，占比超过80%。
- ◆ 若以公共和私人充电桩来分，可以看到2020年至2023年总车桩比有所下滑（公共+私人充电桩保有量/新能源车保有量），但公共车桩比逐年上升至7.49。



中国新能源车市场历史销量及预测

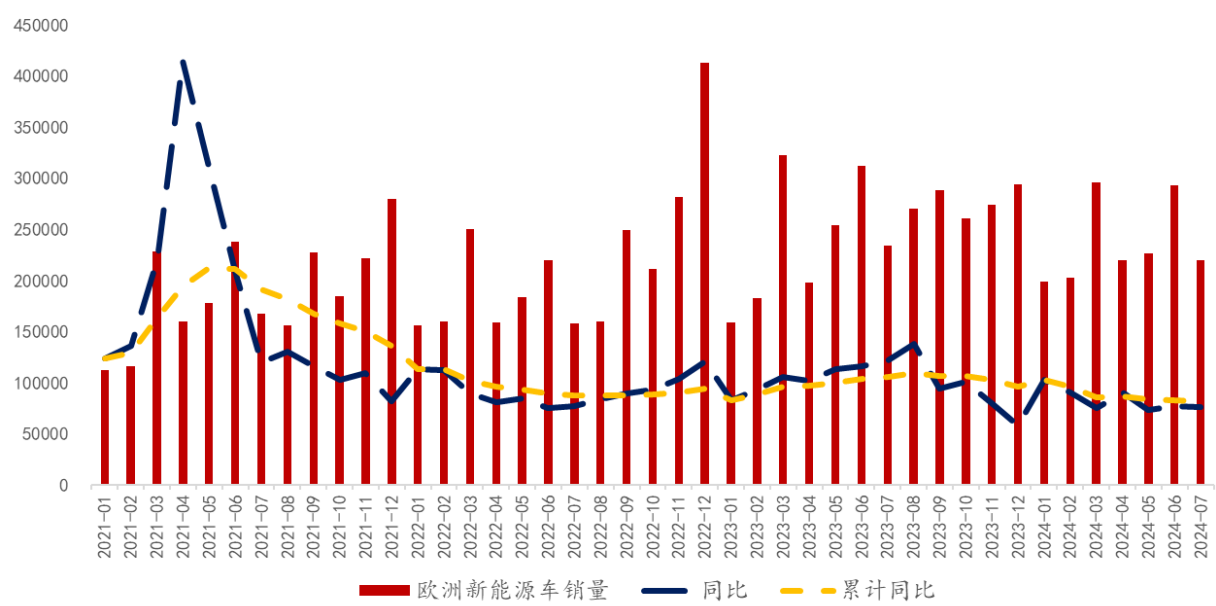
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024E	2025E
新能源乘用车销量	34	58	106	106	125	334	655	905	1160	1430
yoy	79.0%	68.9%	82.6%	0.1%	17.5%	167.3%	96.3%	38.2%	28.2%	23.3%
其中：国内零售	-	-	100	102	111	299	566	774	1020	1250
出口海外	-	-	1	2	4	26	61	104	115	125
乘用车总销量	2429	2474	2367	2143	2014	2147	2355	2601	2600	2650
yoy	15.1%	1.9%	-4.3%	-9.5%	-6.0%	6.6%	9.7%	10.4%	0.0%	1.9%
新能源乘用车渗透率	1.4%	2.3%	4.5%	5.0%	6.2%	15.5%	27.8%	34.8%	44.6%	54.0%
新能源商用车销量	16.3	19.6	19.5	14.4	11.9	18.5	33.7	44.6	55	65
yoy	39.3%	20.2%	-0.5%	-26.2%	-17.4%	55.5%	82.2%	32.3%	23.3%	18.2%
商用车总销量	364.7	419.7	436.7	432.3	513.1	478	329.9	403.3	420	430
新能源商用车渗透率	4.5%	4.7%	4.5%	3.3%	2.3%	3.9%	10.2%	11.1%	13.1%	15.1%
新能源汽车销量	51	78	126	121	137	352	689	950	1215	1495
yoy	53.2%	53.3%	61.6%	-4.0%	13.3%	157.6%	95.6%	37.9%	28.0%	23.0%
汽车销量	2803	2888	2808	2577	2531	2628	2686	3009	3020	3080
yoy	13.9%	3.0%	-2.8%	-8.2%	-1.8%	3.8%	2.2%	12.0%	0.4%	2.0%
新能源车渗透率	1.8%	2.7%	4.5%	4.7%	5.4%	13.4%	25.6%	31.6%	40.2%	48.5%

注：新能源乘用车国内零售和出口海外数据使用乘联会口径，故加总后与中汽协口径总销量有一定差异。

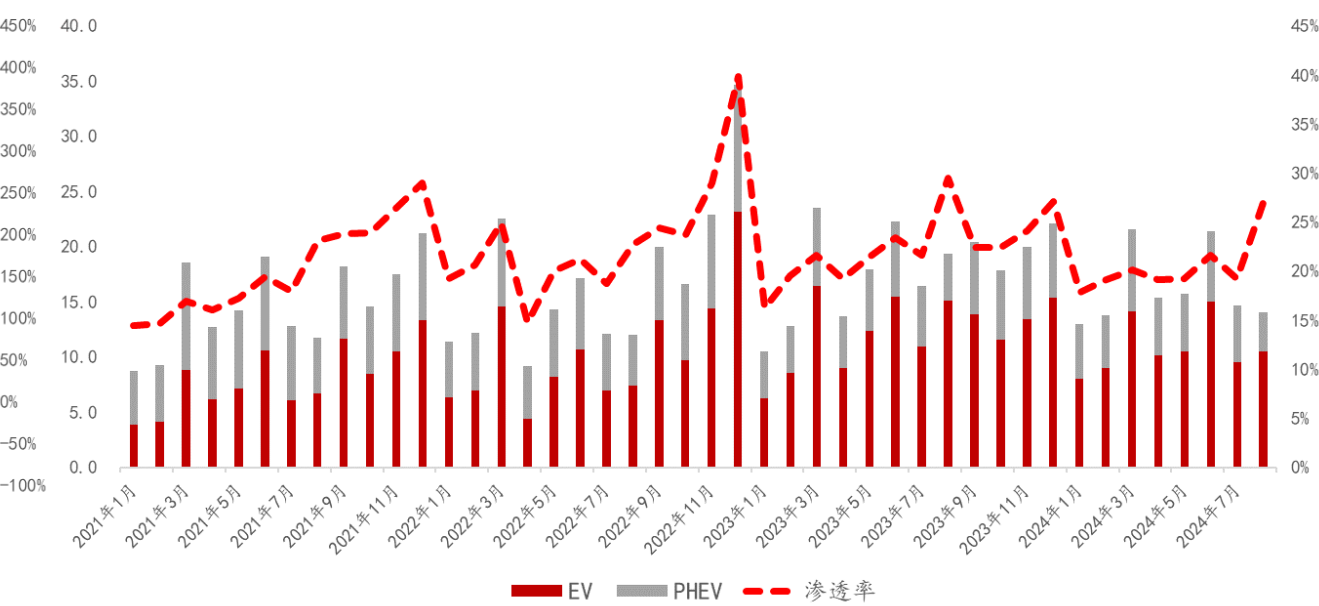
欧洲新能源车2024年销量低迷

◆ **欧洲销量与政策周期共振。**2020年欧盟实行全球最严碳排放标准：95%的新车平均CO₂排放水平须低于 95g/km，2021年考核范围扩大至100%新车，欧洲车企基于燃油车平台推出电动车应对挑战（如大众MLB、宝马UKL），实现2019-2021年电动车销量CAGR102%。（2）2022-2024年：多因素拖累增速。受地缘政治冲突、补贴退坡冲击叠加平价产品供给限制，2022-2023年电动车销量CAGR回落至20%中枢，2024年至今同比负增长。

欧洲新能源车销量及同比值



欧洲七国新能源车销量及渗透率



注：欧洲七国指德国、英国、法国、西班牙、意大利、挪威、瑞典。

数据来源：CleanTechnica、各国汽车协会官网浙商期货研究中心

欧洲补贴退坡进程加速

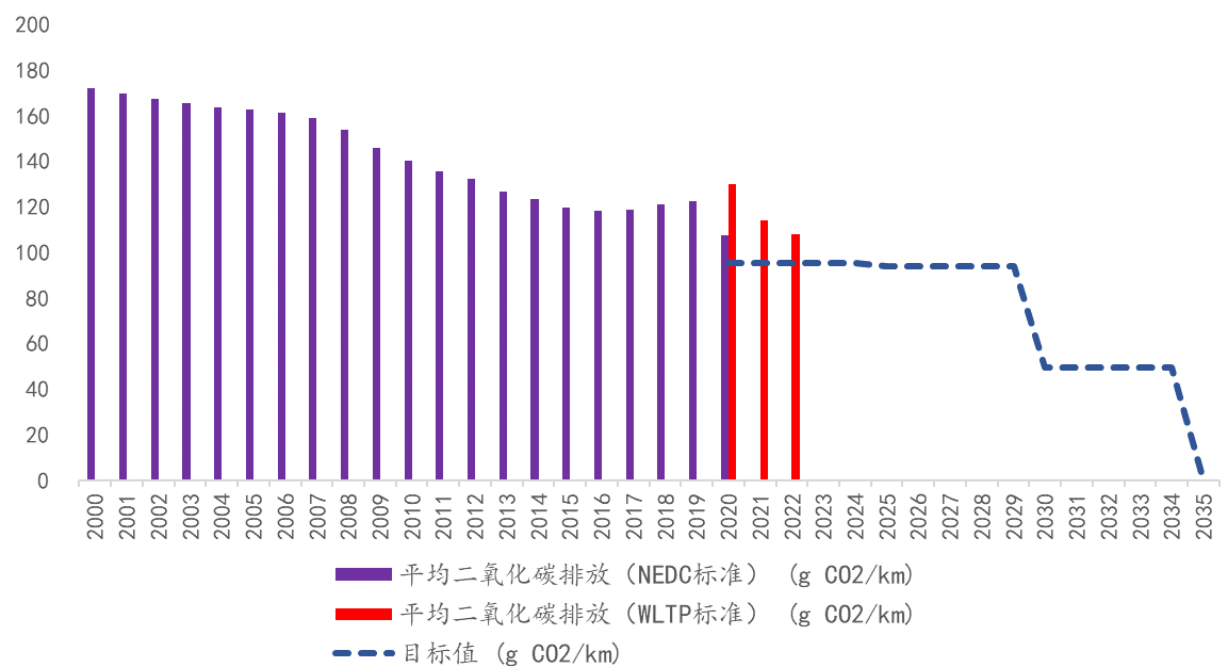
◆ 新能源车补贴财税政策推动欧洲市场销量和渗透率实现跃升，销量走势与优惠政策同频共振。从补贴进程来看，欧洲区域中的德国、英国、瑞典等8个国家已经全面取消针对新能源乘用车的补贴激励措施，大部分国家仍处于补贴退坡趋势中，整体幅度不大，但对价格区间的要求收紧，诸如法国、荷兰、匈牙利等国家。也有少数国家上调了补贴幅度如意大利，而西班牙、葡萄牙、奥地利等国家并没有调整补贴金额。

国家	技术路线	价格带	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
德国	EV	<3万欧元	4000	6000（政府补贴） +3000（企业补贴）	6000+3000	6000+3000	4500+3000	2023年12月17日提前终止
		3-4万欧元	无					
		4-6.5万欧元		5000+2500	5000+2500	5000+2500	3000+2500	
	PHEV	<3万欧元	3000	4500+2250	4500+2250	4500+2250	无	
		3-4万欧元						
		4-6.5万欧元		3750+1875	3750+1875	3750+1875		
英国	EV	<3.2万英镑	补贴车价的35%， 最高3000英镑	补贴车价的35%， 最高3000英镑	补贴车价的35%， 最高2500英镑	补贴车价的35%， 最高1500英镑	2022年6月14日起取消	无
		3.2-3.5万英镑				无		
		3.5-5万英镑			无			
	PHEV	-	无	无	无	无		
法国	EV	<4.5万欧元	6000	个人7000；企业5000	个人6000；企业5000	个人6000；企业5000	个人5000； 企业3000	低收入群体7000； 个人/企业5000， 但审核标准变严
		4.5-4.7万欧元		3000	2000	2000		
		4.7-6万欧元					无	无
	PHEV	<5万欧元	无	2000	1000	1000	无	无
		大于5万欧元		无	无	无		

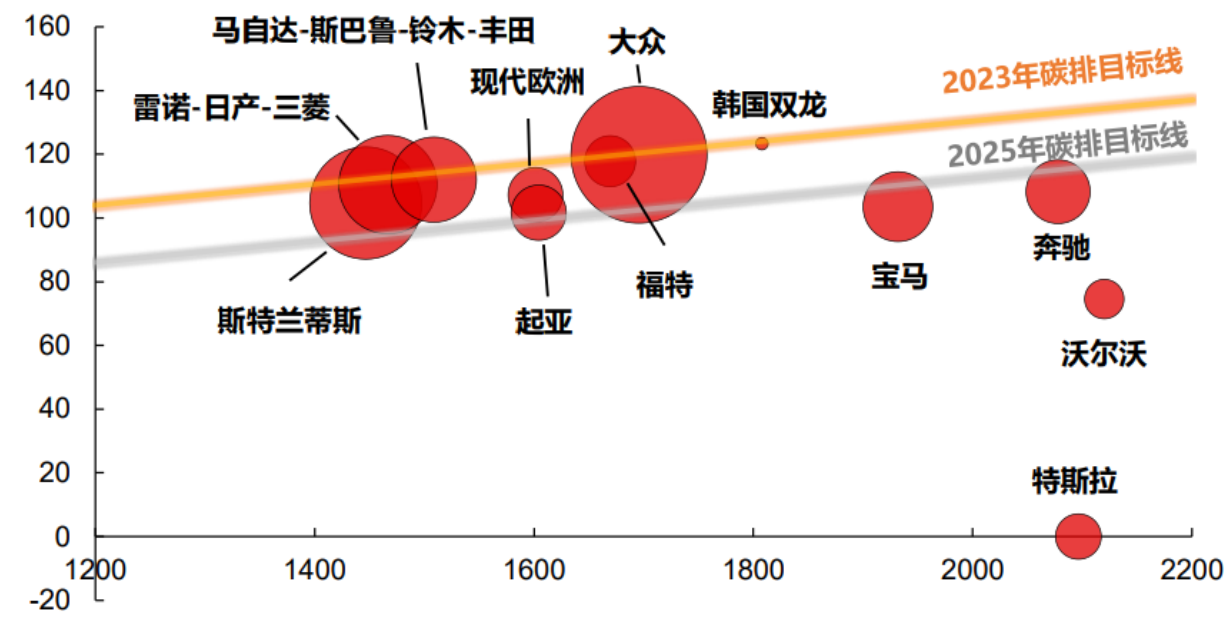
但2025年碳排放考核或倒逼车企转换销量结构

◆ 欧洲新一轮碳排放政策于2020年正式实施，并将于2025年提高要求：1) 新的碳排放目标值为93.6g/km，相比20-24阶段目标下降1.4g/km；2) 21年开始转换为WLTP测试标准，同车型碳排放测试结果将提升。2023年欧洲主流车企联盟均能满足现行考核要求，但2025年考核压力下各个车企联盟减排压力存在差距，考虑纯电占比提升，预计25年电动化渗透率如达到30%或可以帮助欧洲汽车达到减排要求。

欧洲乘用车碳排放量趋势及未来目标



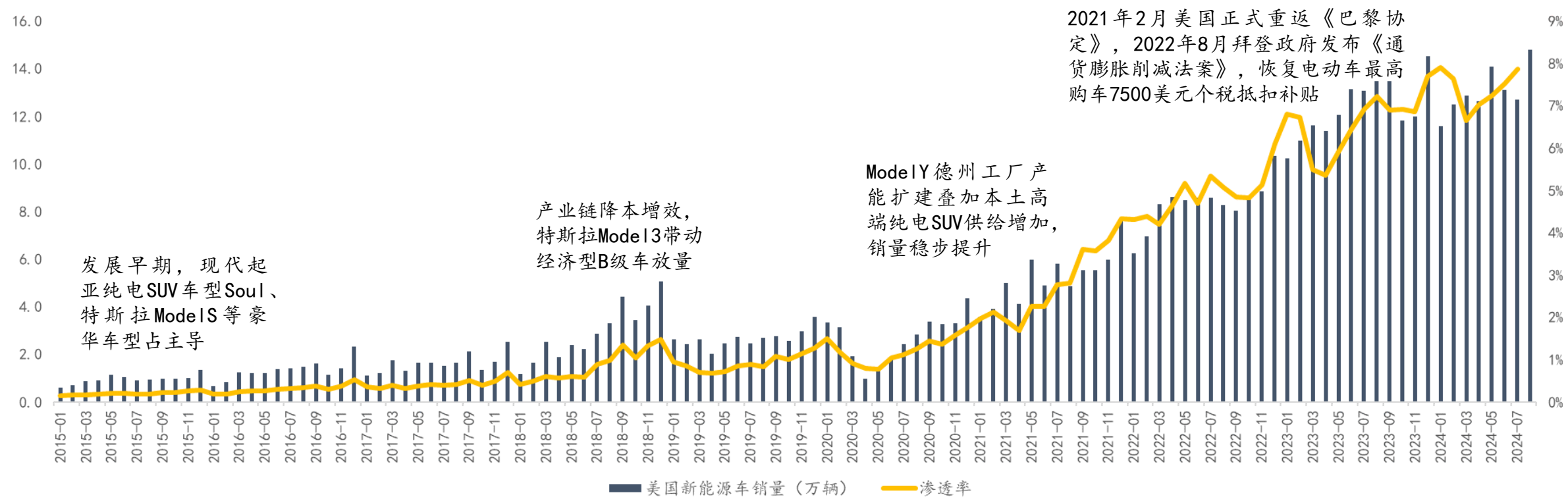
2023年欧盟主流乘用车制造商碳排放表现



美国新能源车市场复盘

◆ **复盘美国新能源车市场：**（1）**特斯拉崛起开启豪华车型周期，引领电动车渗透率0-10%突破（2011-2021年）：**Model S（2011 年）、Model 3（2018 年）先后主导豪华C/B级轿车市场放量；Model Y德州工厂产能扩建叠加本土高端纯电SUV供给结构改善，接棒助推2017-2021年电动车销量稳步增长。（2）**新政策周期助力电动化转型（2022 年-2024 年）：**2022年8月拜登政府正式发布《通货膨胀削减法案》，恢复电动车最高购车7500美元个税抵扣补贴，据Marklines，2023年美国新能源汽车销量148万辆，同比+49.6%，2024年受FE0C法案（受关注的外国实体）影响部分车型失去补贴资格，叠加平价新车型供给制约，电动车销量同比增速下滑至10%左右。

美国新能源车销量及渗透率



美国IRA补贴退坡导致2024H1新能源车销量降速

- ◆ 2022年8月16日，美国总统拜登正式签署《通货膨胀削减法案》，根据法规满足电池组件要求可以获得3750美元抵免：电池组件必须来自美国或FTA国家，电池组件占比在2023年至少达到50%，从2024起到2029年每年递增10%、直到100%；满足关键矿物要求可以获得3750美元抵免：电池中的关键矿物必须在美国或FTA国家提取、加工或北美回收。关键矿物的占比在2023年至少达到40%，从2024起到2029年每年递增10%、直到80%。24年初FEOC政策扰动部分车型失去补贴资格，二季度部分车型开始重归目录，或拉动下半年美国新能源车销售回暖。

计算关键矿物 价值百分比

制造商需要确定每种关键矿物的采购链。采购链指组成材料生产过程中，涉及提取、加工或回收活动的序列。单个关键矿物的来源可能由多个采购链。

评估关键矿物是否合规。对电池中的每个关键矿物采购链进行评估。确定从该链中采购的关键矿物是否满足：

计算电池中所含的“合格关键矿物”的价值百分比。该价值百分比是用电池中包含的所有“合格关键矿物”（每个采购链单独确定）的价值之和除以电池中所含所有关键矿物的价值之和。

在美国或FTA国家提取或加工：
(1) 关键矿物提取活动产生的增值的比例X以上发生在美国或FTA国家【或】
(2) 关键矿物加工活动产生的增值的比例X以上发生在美国或FTA国家。

北美回收：需要满足关键矿物回收活动产生的增值的比例X以上发生在北美

*关键矿物比例X要求

	2023	2024	2025	2026	2027	≥2027
X	40%	50%	60%	70%	80%	

*电池组件价值比例Y要求

	2023	2024	2025	2026	2027	2028	≥2029
Y	50%	60%	70%	80%	90%	100%	

计算电池组件 价值百分比

确定电池组件是否在北美制造或组装

*电池的定义不包括热管理系统。结构件不算电池

确定每个电池组件的增量价值。需要确认电池组件所产生的增量价值是否归属于北美。

确定电池组件总值

计算电池组件价值百分比

举例
假设电池组件只有阴极、阳极、隔膜、电解质、电芯、模组，其中阴极、阳极、电芯、模组在北美制造或组装

确认阴极、阳极、隔膜、电解质、电芯、模组价值量分别为A、B、C、D、E、F

电池组件总值=A+B+C+D+(E-A-B-C-D)+(F-E)

电池的价值比例Y=[A+B+(E-A-B-C-D)+(F-E)]/[A+B+C+D+(E-A-B-C-D)+(F-E)]

Federal Tax Credits for Plug-in Electric and Fuel Cell Electric Vehicles
(Vehicles placed in service on or after January 1, 2024 and before January 1, 2025)

Attention: Not every version of the models listed below will necessarily qualify. Please check with the dealer/seller to determine the eligibility of your specific vehicle.						
Make	Model	Model Year	Vehicle Type	Credit Amount	MSRP Limit	Eligibility
Acura						
	ZDX	2024	EV	\$7,500	\$80,000	Check w/ dealer
Audi						
	Q5 PHEV 55 TFSI e quattro	2023-2024	PHEV	\$3,750	\$80,000	Check w/ dealer
	Q5 S Line 55 TFSI e quattro	2023-2024	PHEV	\$3,750	\$80,000	Check w/ dealer
Cadillac						
	LYRIQ	2024	EV	\$7,500	\$80,000	Check w/ dealer
Chevrolet						
	Blazer EV	2024	EV	\$7,500	\$80,000	Check w/ dealer
	Bolt EUV	2022-2023	EV	\$7,500	\$55,000	Check w/ dealer
	Bolt EV	2022-2023	EV	\$7,500	\$55,000	Check w/ dealer
	Equinox EV	2024	EV	\$7,500	\$80,000	Check w/ dealer
Chrysler						
	Pacifica PHEV	2022-2024	PHEV	\$7,500	\$80,000	Check w/ dealer
Ford						
	Escape Plug-in Hybrid	2022-2024	PHEV	\$3,750	\$80,000	Check w/ dealer
	F-150 Lightning (Extended Range Battery)	2022-2024	EV	\$7,500	\$80,000	Check w/ dealer
	F-150 Lightning (Standard Range Battery)	2022-2024	EV	\$7,500	\$80,000	Check w/ dealer

海外地区新能源车销量预测

	2019	2020	2021	2022	2023	2024E	2025E
欧洲新能源车销量	54	137	227	260	305	300	340
yoy	40.6%	151.4%	66.3%	14.6%	17.2%	-1.6%	13.3%
欧洲七国新能源车销量(德英法西意挪瑞)	-	-	179	205	217	200	230
yoy	-	-	-	14.8%	5.8%	-7.7%	15.0%
其中：EV	-	-	98	126	148	140	150
PHEV	-	-	81	79	68	60	80
欧洲七国汽车销量	-	-	891	859	966	950	940
欧洲七国新能源车渗透率	-	-	20.0%	23.9%	22.4%	21.1%	24.5%
美国新能源车销量	32	32	63	100	148	170	190
yoy	-8.8%	0.9%	94.7%	58.8%	48.0%	14.9%	11.8%
其中：EV	24	26	46	81	120	140	155
PHEV	8	6	16	19	28	30	35
美国汽车销量	3544	2560	2376	2043	2252	2300	2300
美国新能源车渗透率	0.9%	1.3%	2.6%	4.9%	6.6%	7.4%	8.3%
其他地区新能源汽车销量	10	10	20	40	70	120	160
yoy	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%	75.0%	71.4%	33.3%
海外地区合计	96	179	310	400	523	590	690

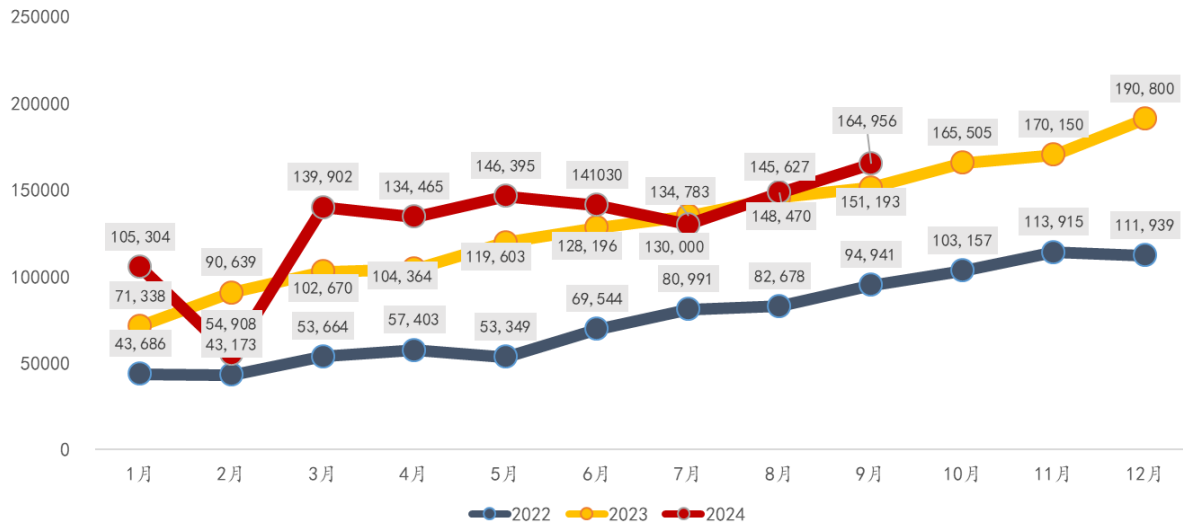
2

自下而上视角
跟踪车企销量

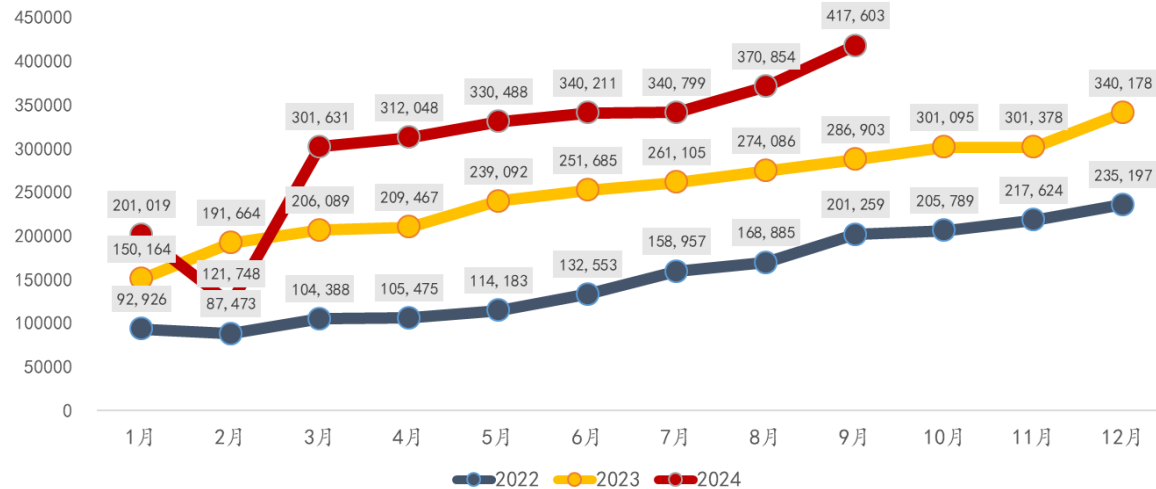
比亚迪：预计2024全年销量实现390万辆

◆ 2023年比亚迪新能源车销量302万辆，占新能源车市份额34%，同比增长62%。2024年1-9月比亚迪新能源车销量达到273万辆，同比+32%，其中混动车型销量同比增长53.74%，纯电车型销量同比增长11.2%。预计2024年全年销量达到390万辆，同比+29%，2025年维持20%左右增速。

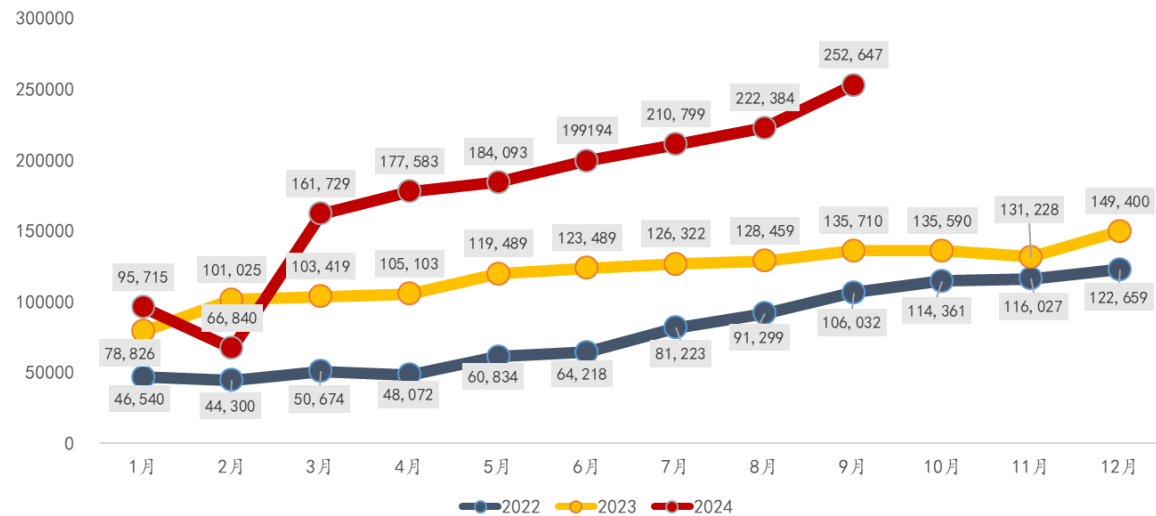
比亚迪新能源乘用车纯电车型销量



比亚迪新能源乘用车销量



比亚迪新能源乘用车混动车型销量



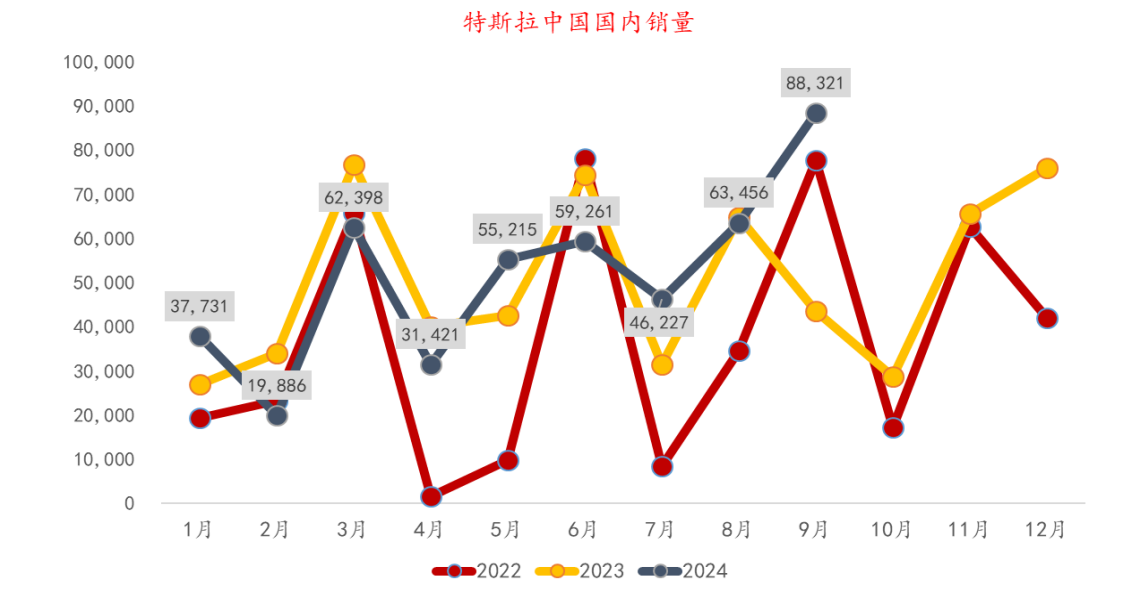
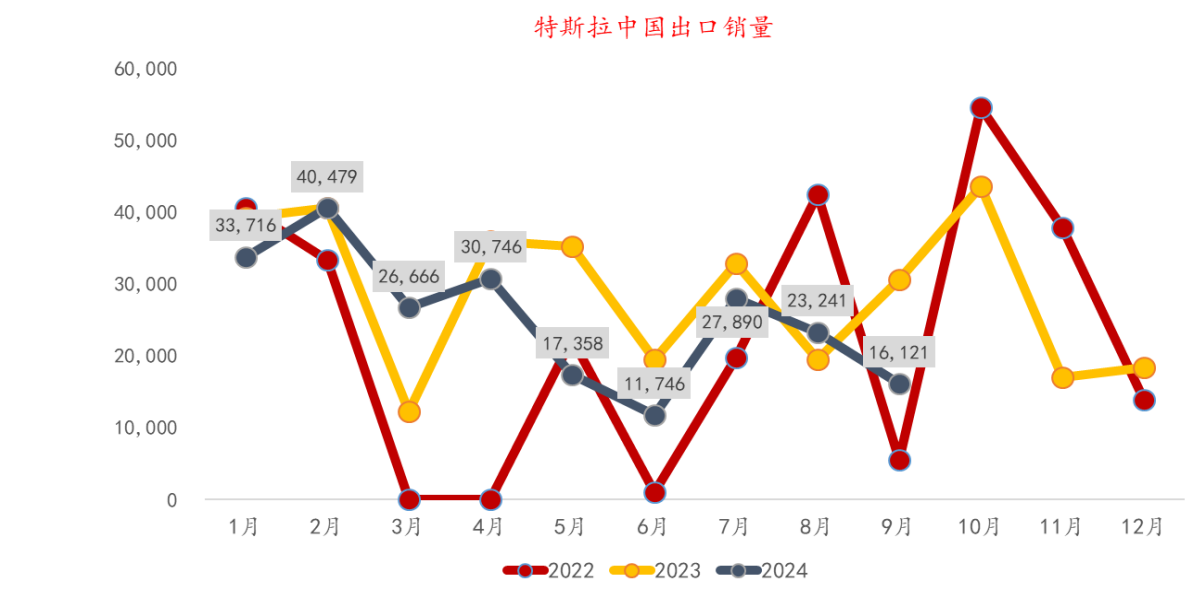


◆ 23年初公司推出冠军版，降价1-2万实现“油电平价”，将新能源车中份额维持在30%+；24年行业内价格战氛围强，叠加碳酸锂价格下跌给主机厂留出降价空间，公司2月推出秦PLUS荣耀版，起售价仅为7.98万元，相较于之前下探2万元，实现“电比油低”，价格战目标对准燃油车，抢占低价价格带中油车市场份额。但从高频销量来看，价格战对短期销量提升有脉冲效应，中期来看对销量提升有限，且对品牌价值有所损害。

Category	2024年1月	2024年2月	2024年3月	2024年4月	2024年5月	2024年6月	2024年7月	2024年8月	2024年9月
秦	30,000	28,000	51,000	50,000	50,000	57,000	73,000	80,000	78,000
汉	11,000	6,000	20,000	20,000	17,000	18,000	18,000	15,000	18,000
唐	8,000	4,000	10,000	10,000	10,000	12,000	12,000	12,000	12,000
宋	60,000	27,000	68,000	58,000	59,000	55,000	56,000	77,000	83,000
元	18,000	9,000	24,000	32,000	34,000	32,000	37,000	47,000	55,000
海鷗	28,000	14,000	28,000	28,000	33,000	35,000	34,000	47,000	48,000
海豚	16,000	9,000	24,000	32,000	34,000	32,000	37,000	47,000	55,000
海獅	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
海豹	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
护卫舰	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
驱逐舰	6,000	4,000	19,000	20,000	25,000	20,000	19,000	22,000	20,000
e系列	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
腾势	8,000	4,000	10,000	10,000	12,000	12,000	10,000	10,000	10,000

特斯拉中国：销量持续低迷，FSD入华或带来转机

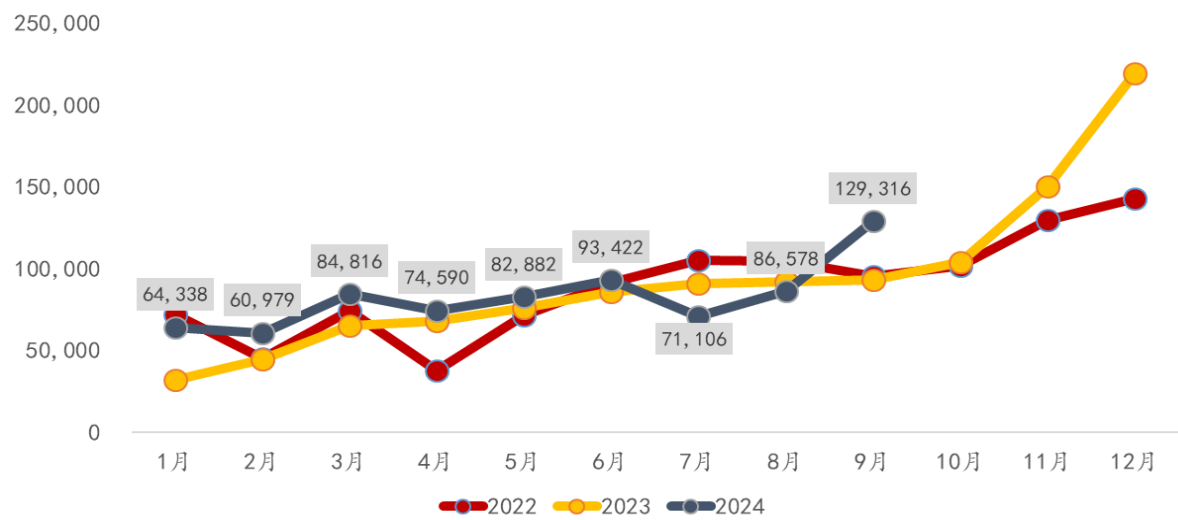
- ◆ 2023年特斯拉中国批发销量为94.8万辆，yoy+33.35%；2024年1-9月为67.6万辆，yoy-3%；其中出口销量yoy-14.1%，国内销量yoy+7%。预计今年批发销量为90万辆。
- ◆ 特斯拉近两年新车型推出缓慢，国内市占率连续下滑，频繁使用降价手段拉动销量。但若明年FSD入华实现，特斯拉或将凭借自动驾驶上的领先优势实现销量突破。



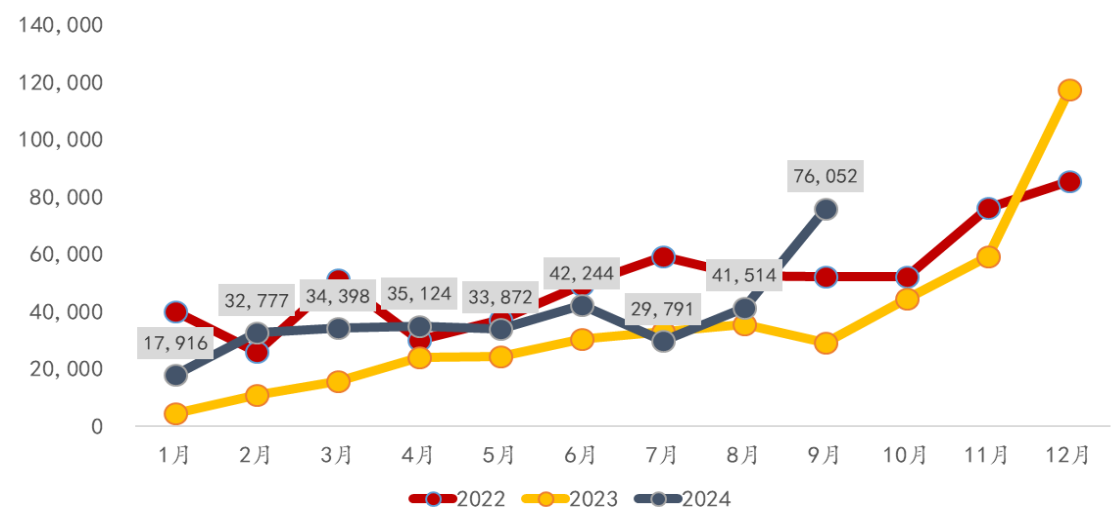
上汽集团：纯电小车市场龙头，产品线丰富

◆ 2024年1-9月上汽集团新能源车销量为74.8万辆，同比+15.3%，维持平稳增长态势；旗下上汽通用五菱1-9月完成批发销量34.4万辆，同比+65.4%（有冲刺5月截止的购置税减免政策因素影响），具体车型来看公司推动五菱宏光MINIEV向五菱缤果升级基本完成，纯电小车市场龙头地位稳定。

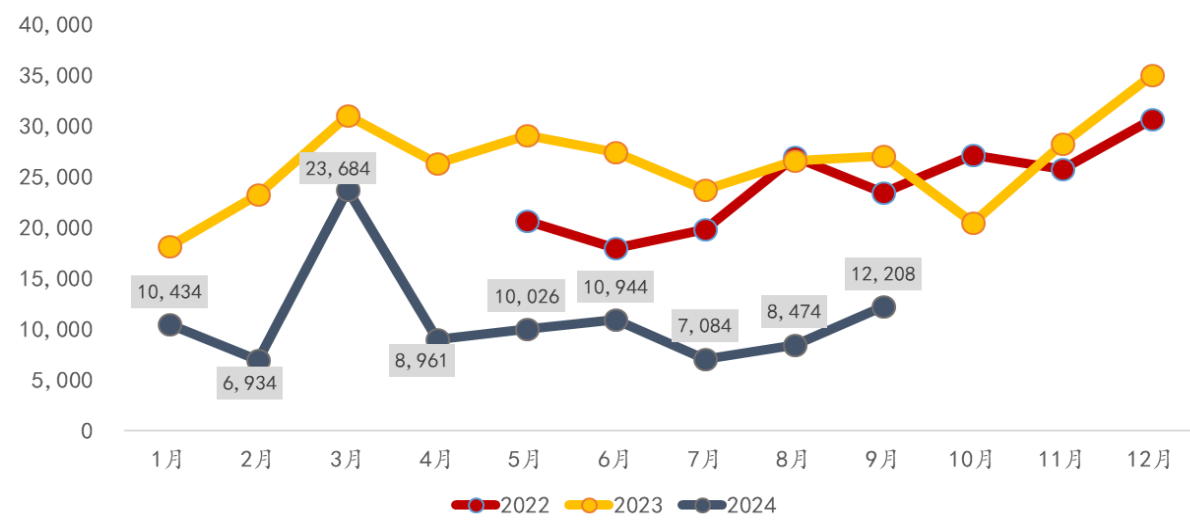
上汽集团新能源车月度销量



上汽通用五菱公司新能源车月度销量

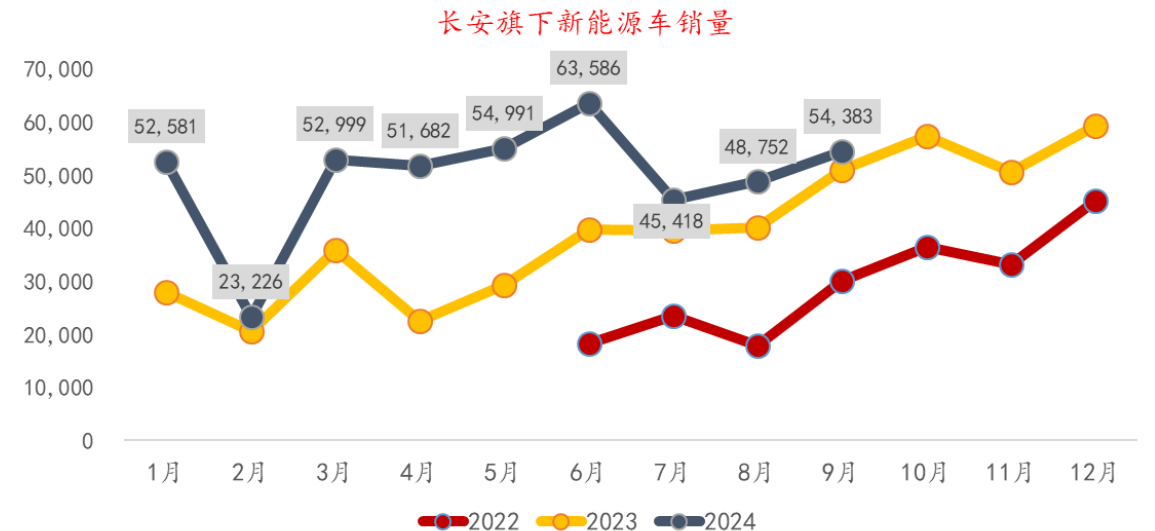
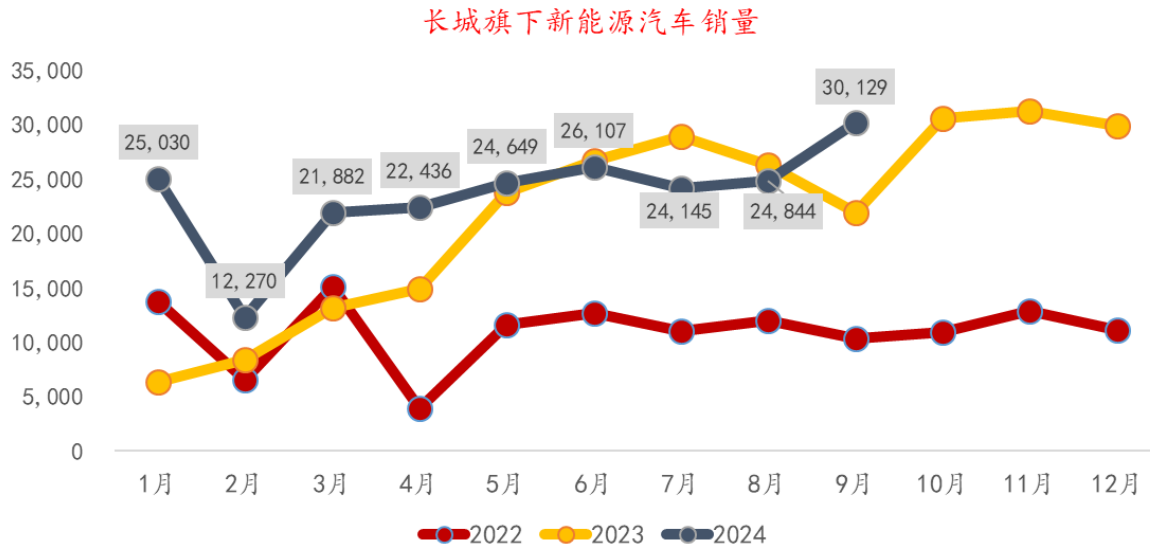
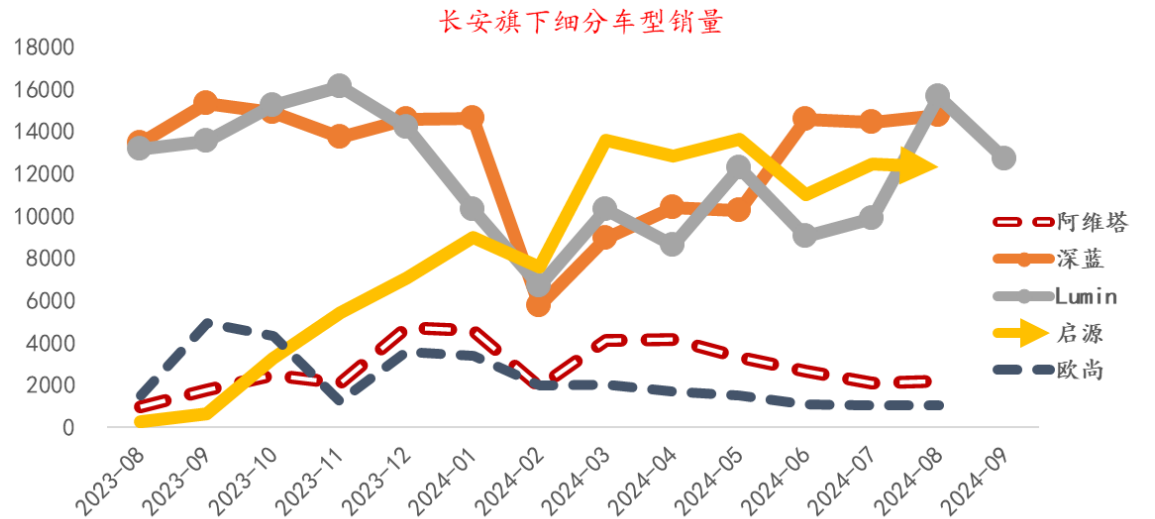


上汽乘用车公司新能源车月度销量



长安、长城积极布局新能源板块

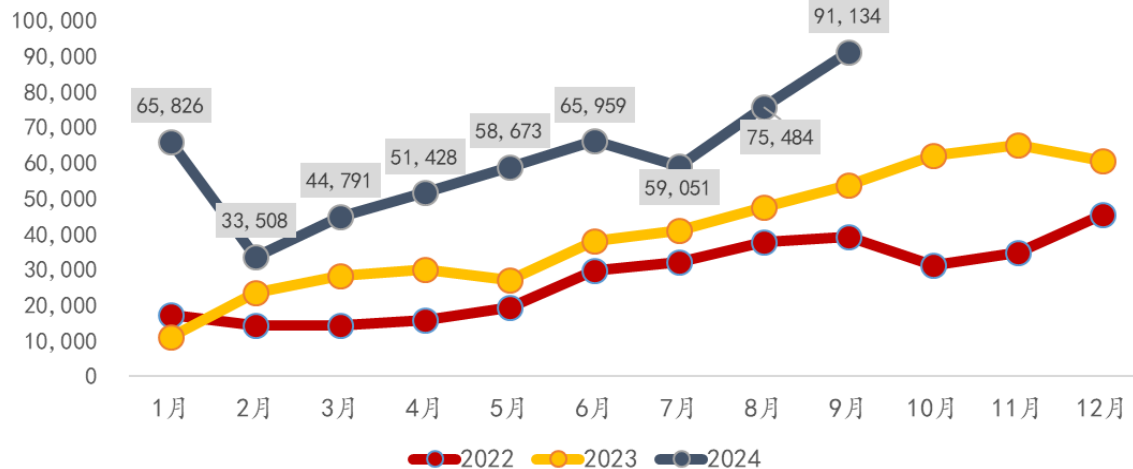
- ◆ 2023年长安汽车实现新能源车销量47.4万辆，2024年1-9月实现销量44.8万辆。今年长安汽车将有深蓝S05、启源E07、阿维塔07等多款新车型上市，**预计全年实现销量70万辆。**
- ◆ 2023年长城汽车实现新能源车销量26.2万辆，距原60万辆目标差距较大，2024年1-9月实现销量21.1万辆。长城新能源车品牌以魏牌、欧拉为主，**预计全年实现销量35万辆。**



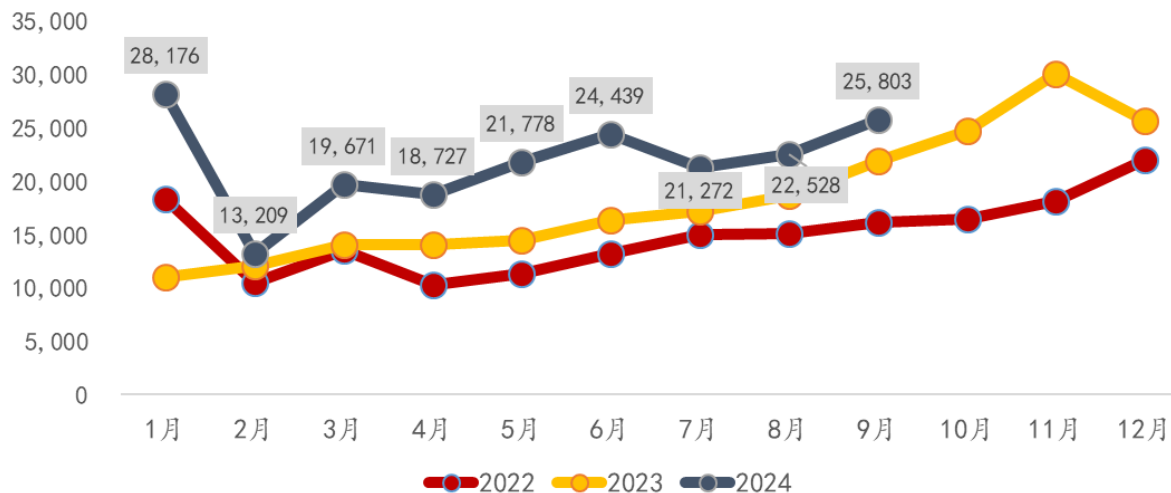
吉利：极氪销量有所波动，银河系列发力

◆ 2023年吉利新能源车总销量为48.7万辆，2024年1-9月吉利新能源车销量为54.6万辆，同比+82.4%，8月单月销量首破7万辆；其中极氪系列有所波动，但整体表现亮眼，2024年1-9月极氪系列销量14.3万辆，同比+81%，随着银河系列逐渐开始放量，预计吉利新能源车今年总销量达到80万辆。

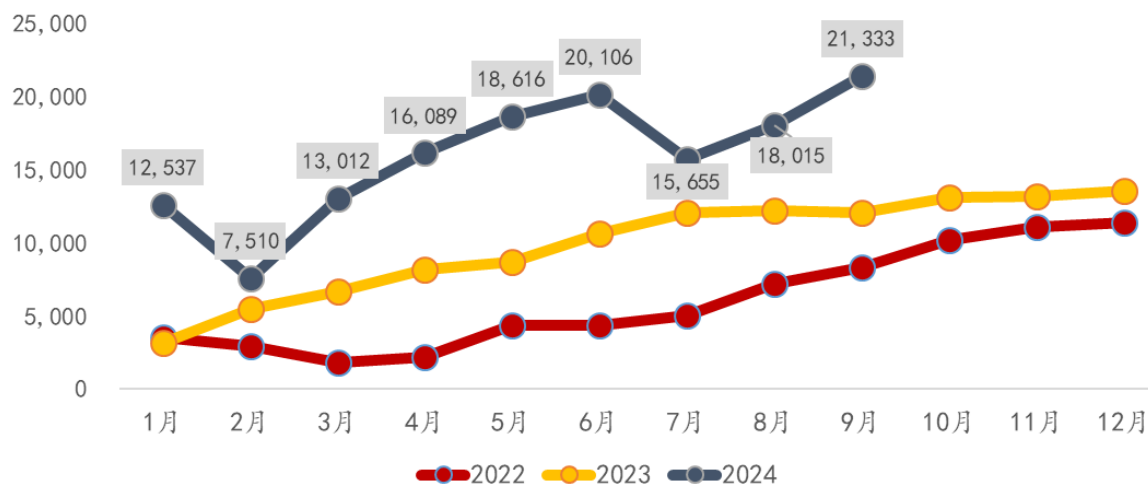
吉利新能源车总销量



吉利旗下领克系列销量



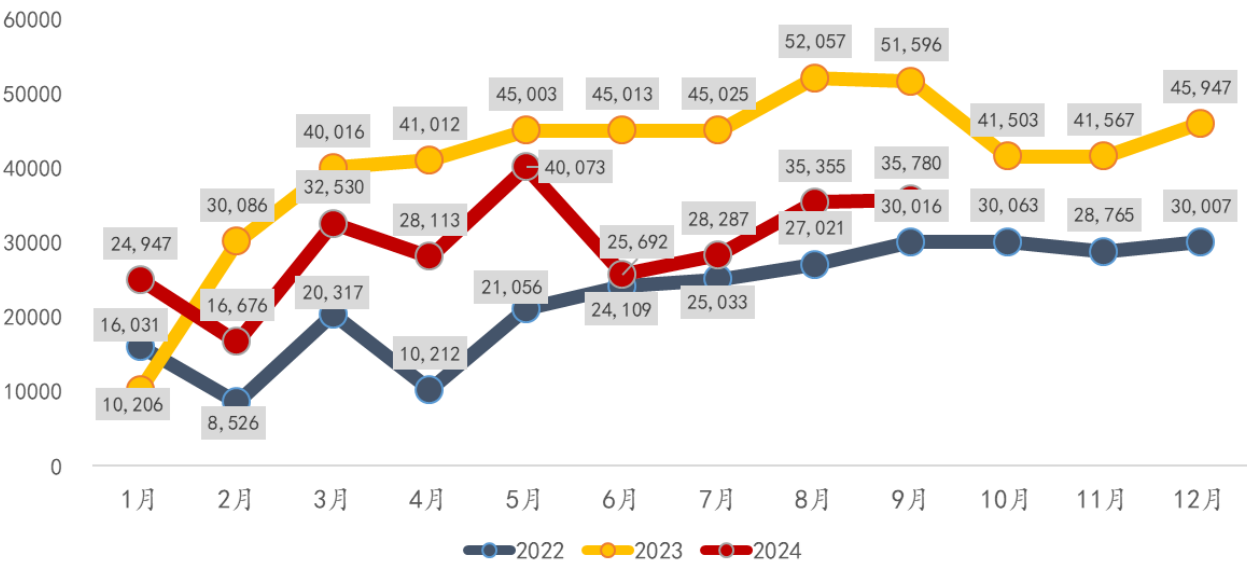
吉利旗下极氪系列销量



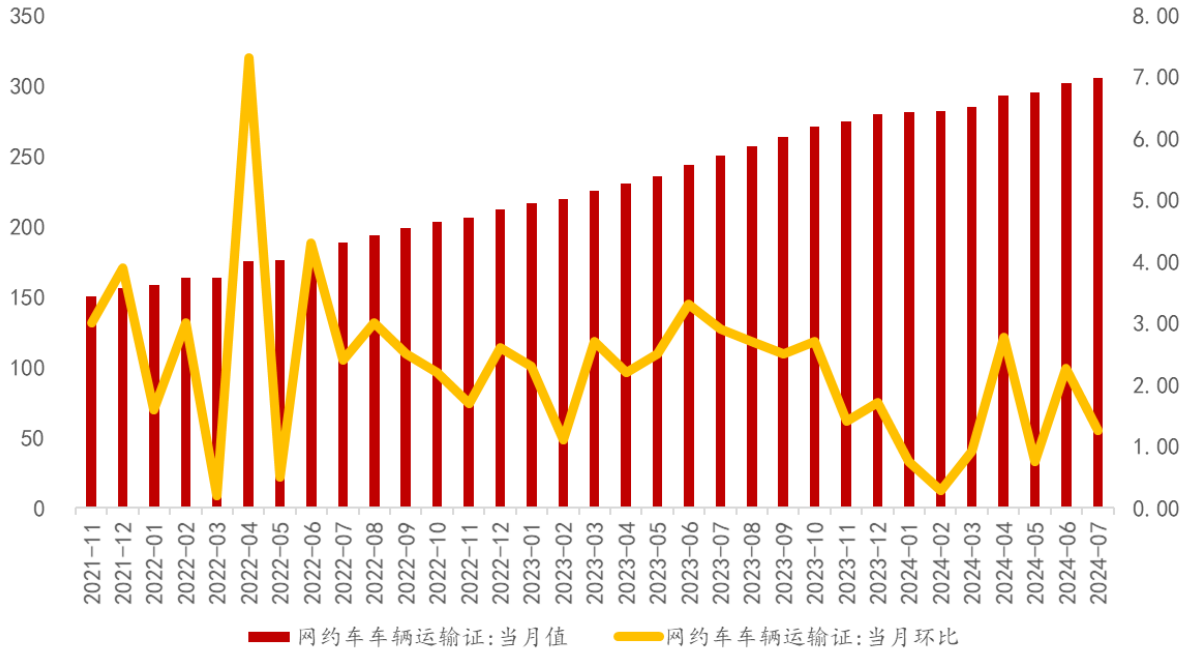
广汽埃安：网约车市场增速放缓导致销量承压

- ◆ 广汽埃安2023年实现销量48.9万辆，同比+80.4%，2024年1-9月销量仅为26.8万辆，同比下滑25.7%。根据乘联会数据，2023年全国网约车市场共销售84.4万辆新车，其中广汽埃安销量21.9万辆，市场份额25%，受网约车市场增速回落影响埃安销量承压。集团曾将埃安24年销量目标定为70万辆，预计仅能完成40万辆。
- ◆ 2022年9月广汽埃安推出豪华纯电品牌昊铂，并相继推出昊铂GT和昊铂HT两款量产车型，但受品牌形象、宣传力度不足影响导致销量表现不佳。

广汽埃安新能源车销量



网约车车辆运输证数量及环比

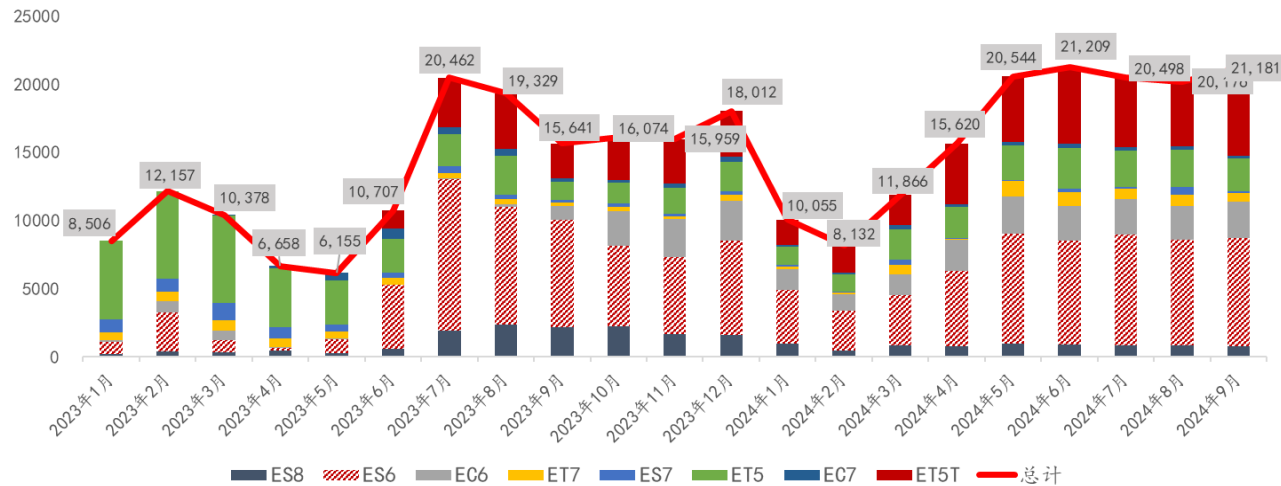


注：广汽埃安月初公布销量值和公司正式公告值口径有差异，此处采用公司正式公告值。

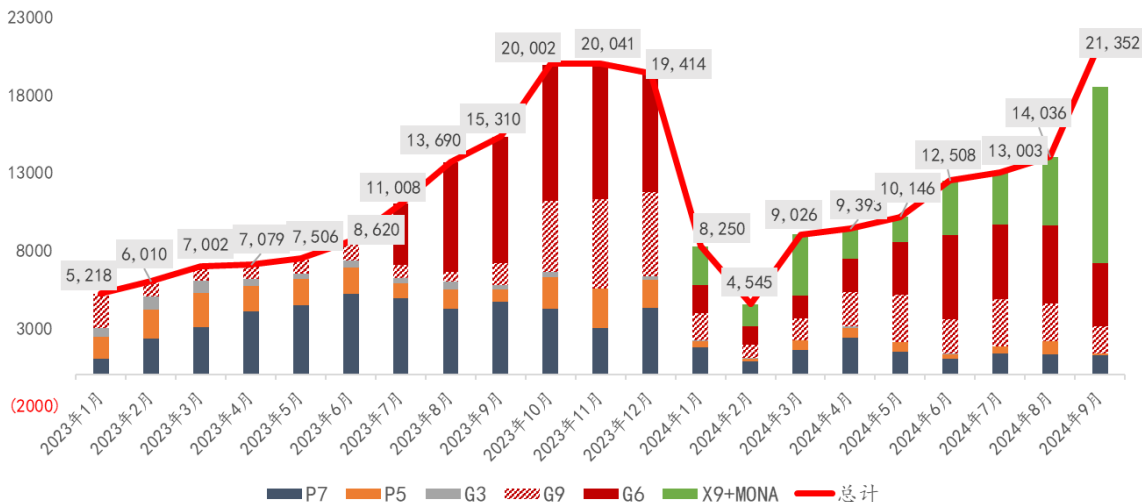
新势力车企：“蔚小理”销量稳定提升

◆ 2023年理想汽车交付37.6万辆，2024H1交付18.9万辆，预计全年交付55万辆。2023年蔚来汽车交付16万辆，2024H1交付8.7万辆，预计全年交付20万辆。2023年小鹏汽车交付14万辆，2024H1交付5.4万辆，预计全年交付18万辆。

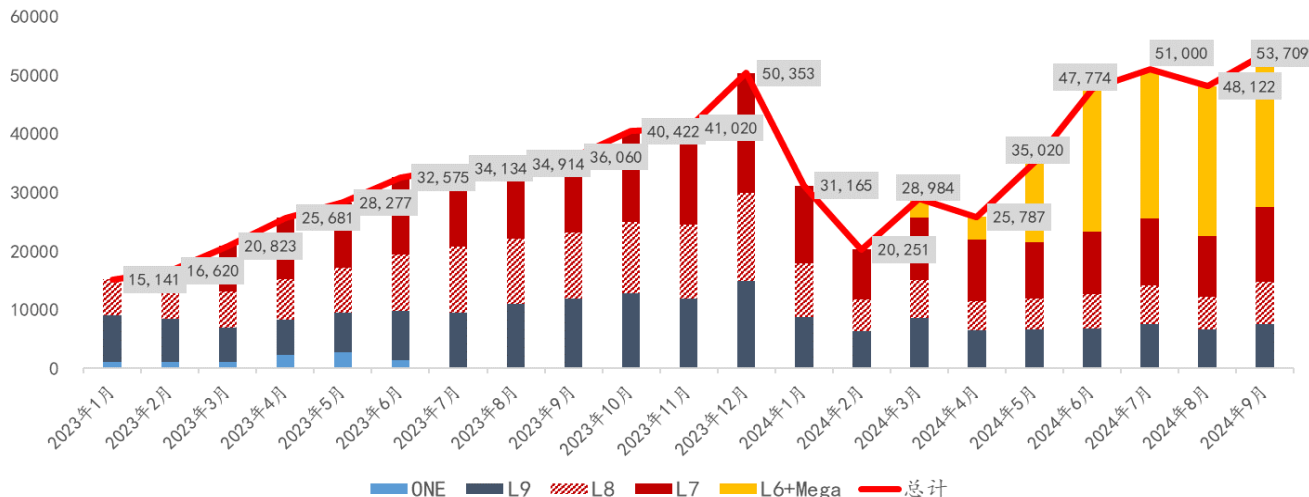
蔚来月度交付情况



小鹏月度交付情况



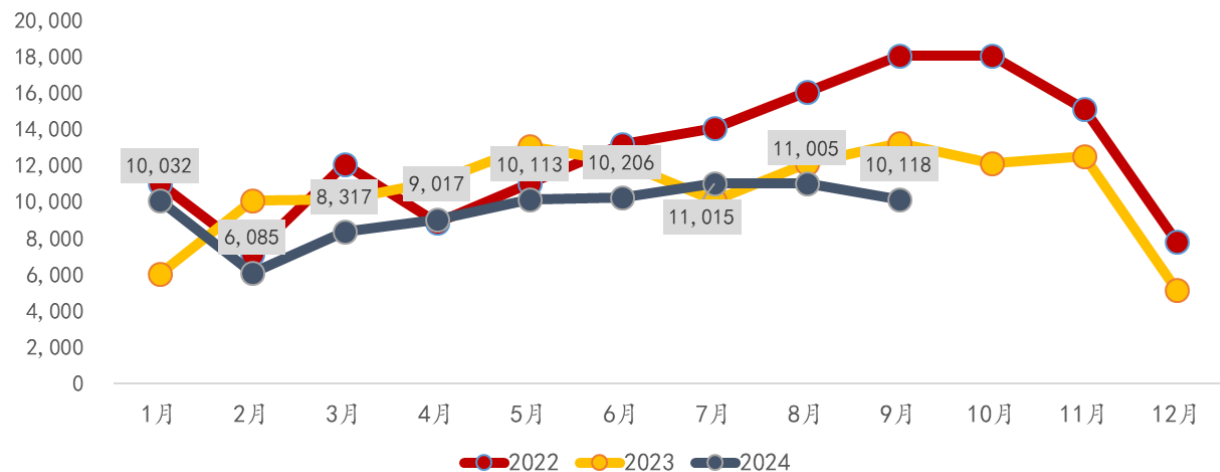
理想月度交付情况



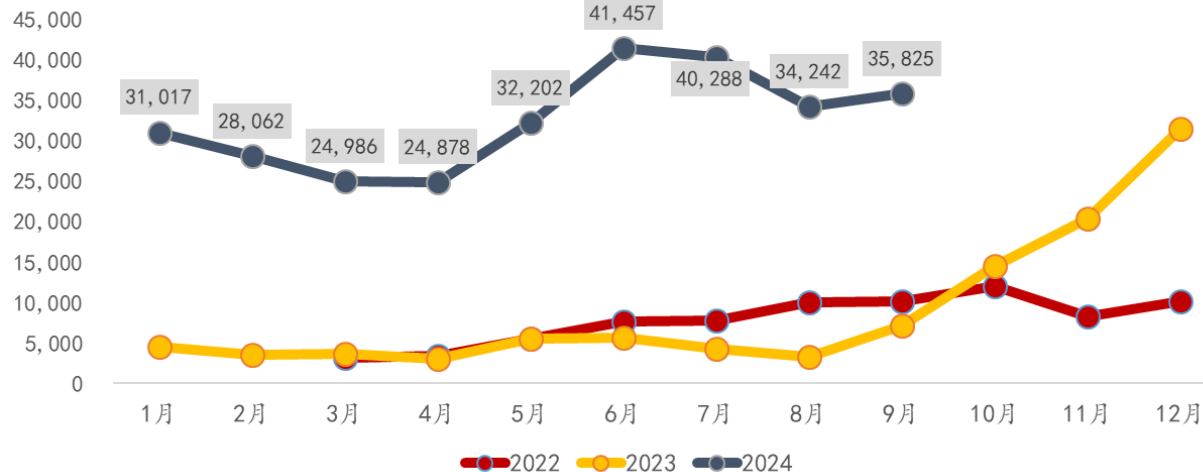
新势力车企：问界爆发，零跑成为黑马

◆ 随着2023年9月AITO问界新M7系列上市成为爆款车型，2024年上市的M9同样热销，问界已进入国内新品牌Top行列，**2024年1-9月问界系列新能源车销量达到29.3万辆，预计全年销量达到40万辆；**而零跑则凭借对增程技术路线的押注实现逆转，2024年1-9月零跑销量达到17.3万辆，8月、9月单月销量破3万辆。

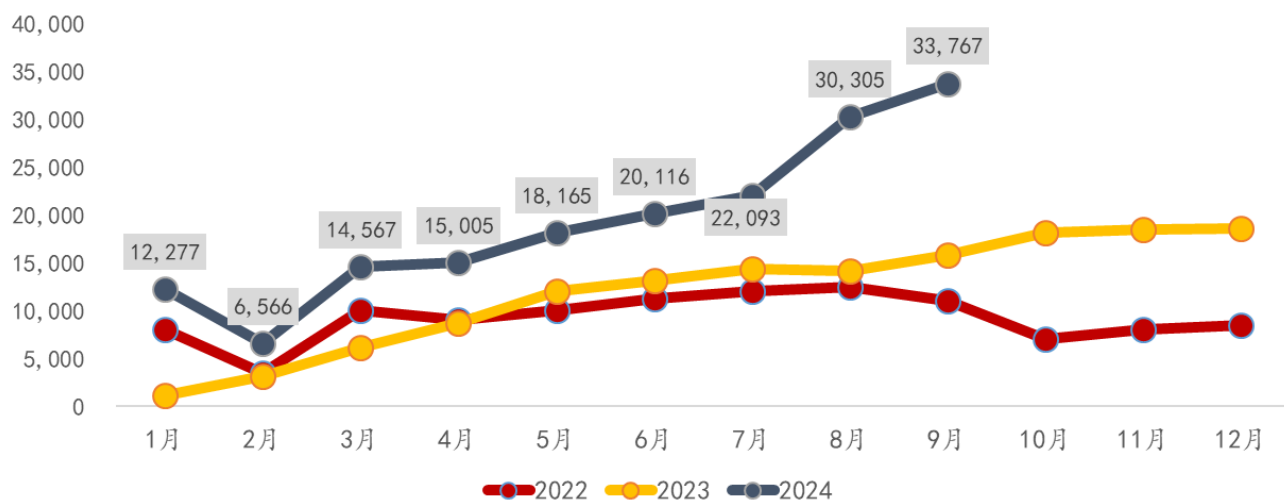
哪吒汽车月度销量



问界汽车月度销量



零跑汽车月度销量



预计2024年主力车企销量同比+27%

◆ 从我们跟踪的国内15家主力车企销量表现来看，今年1-9月比亚迪销量维持平稳增长，预计全年yoy+29%；特斯拉销量持续低迷，预计全年yoy-5%；而主流合资车企新能源车销量表现显著弱于新势力车企，预计6家合资车企2024年销量yoy+18%，新势力车企2024年销量yoy+68%。 **总体主力车企2024年销量预计增长27%，2025年预计增长24%。**

	2022年	2023年	yoy	2024年1-9月	2024E	yoy	2025E	yoy
比亚迪	183	302	65%	273	390	29%	460	18%
特斯拉中国	71	95	33%	68	90	-5%	100	11%
上汽通用五菱	61	43	-30%	34	48	12%	50	4%
上汽乘用车	22	32	45%	10	18	-43%	20	11%
广汽埃安	27	49	80%	27	40	-18%	50	25%
长安	21	47	131%	45	70	48%	95	36%
长城	13	26	98%	21	35	34%	45	29%
吉利	33	49	48%	55	80	64%	120	50%
合计1	177	246	39%	192	291	18%	380	31%
理想	13	38	182%	34	55	46%	70	27%
蔚来	12	16	31%	15	20	25%	25	25%
小鹏	12	14	17%	10	18	29%	22	22%
赛力斯	8	11	37%	29	40	275%	60	50%
零跑	11	14	30%	17	22	53%	25	14%
哪吒	15	13	-16%	9	12	-6%	10	-17%
小米	0	0	-	8	10	-	20	100%
合计2	72	105	47%	122	177	68%	232	31%
重点车企合计	502	748	49%	654	948	27%	1172	24%



浙商期货
ZHESHANG FUTURES

免责声明

本报告版权归“浙商期货”所有，未经事先书面授权，任何人不得对本报告进行任何形式发布、复制。如引用、刊发，需注明出处为“浙商期货”，且不得对本报告进行有悖原意的删节和修改。本报告基于我公司及其研究人员认为可信的公开资料或实地调研资料，但我公司及其研究人员对这些信息的准确性和完整性不作任何保证。报告中的信息或所表达意见不构成投资、法律、会计或税务的最终操作建议，我公司不就报告中的内容对最终操作建议做出任何担保。我公司的关联机构或个人可能在本报告公开发布前已使用或了解其中信息。

THANK YOU

www.cnzsqh.com

