

2022年7月

全国乘用车市场分析

专业 | 共享 | 高效 | 创新

中国汽车流通协会汽车市场研究分会
乘用车市场信息联席会
2022年8月9日



目录

Contents

说明

批发销量：国内外批发销量

狭义乘用车：轿车、MPV、SUV

广义乘用车：轿车、MPV、SUV、微客

新能源市场：轿车、MPV、SUV

BEV：纯电动 PHEV：插电混动

第9页面图中的 [] 表示有微客的厂商

数据来源：乘用车市场信息联席会月报表-初稿



一. 总体市场

- ◆ 2022年7月产量分析表
- ◆ 2022年7月零售和批发销量分析表
- ◆ 2017-2022年7月狭义乘用车零售和批发销量走势图



二. 新能源市场

- ◆ 2022年7月产量、零售、批发分析表
- ◆ 2017-2022年7月新能源乘用车零售和批发销量走势图



三. 厂商排名





- ◆ 2022年7月狭义乘用车零售销量TOP10
- ◆ 2022年7月狭义乘用车批发销量TOP10
- ◆ 2022年7月广义乘用车零售销量TOP10
- ◆ 2022年7月广义乘用车批发销量TOP10



四. 市场分析

- ◆ 2022年7月全国乘用车市场回顾
- ◆ 2022年8月全国乘用车市场展望
- ◆ 2022年新能源乘用车销量上调到600万
- ◆ 2022年6月汽车行业收入增21%利润增47%
- ◆ 1-6月中国汽车出口133万辆
- ◆ 2.0升车型将是近期大赢家
- ◆ 燃油车税收减少后电动车征税是必然趋势

总体市场-2022年7月产量分析表

产量 (单位: 万辆)	轿车 	MPV 	SUV 	狭义乘用车 合计	微客 	广义乘用车 合计
7月份	100.8	8.7	106.3	215.8	2.7	218.5
6月份	108.5	7.9	104.1	220.5	2.1	222.6
同期	72.9	8.5	71.0	152.4	2.7	155.1
同比	38.3%	2.2%	49.8%	41.6%	0.2%	40.9%
环比	-7.1%	10.0%	2.1%	-2.2%	28.9%	-1.9%
累计	592.6	47.7	598.3	1238.6	18.5	1257.1
同期累计	525.4	56.1	526.2	1107.7	19.1	1126.8
同比	12.8%	-14.9%	13.7%	11.8%	-3.3%	11.6%

总体市场-2022年7月零售、批发销量分析表

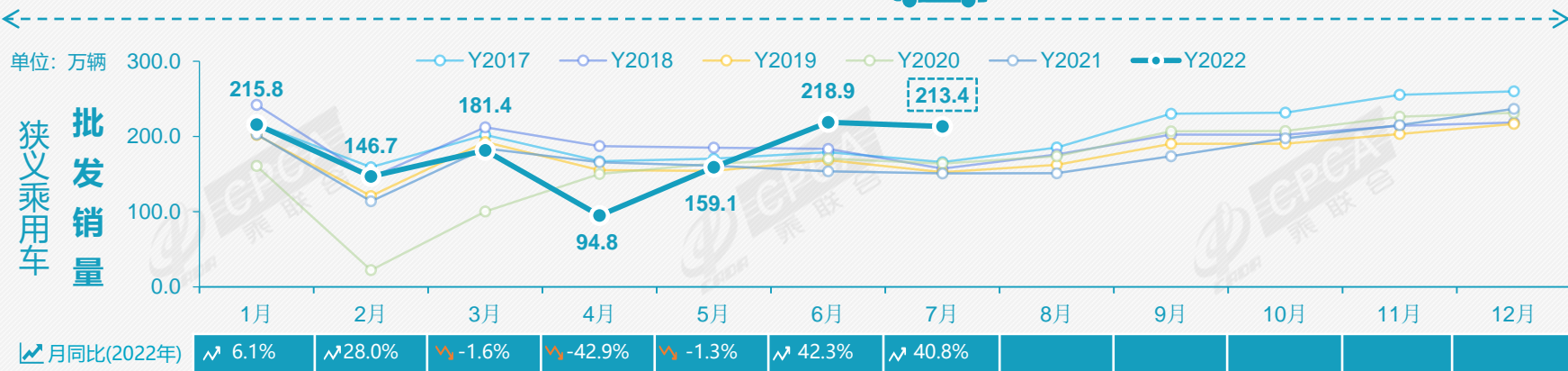
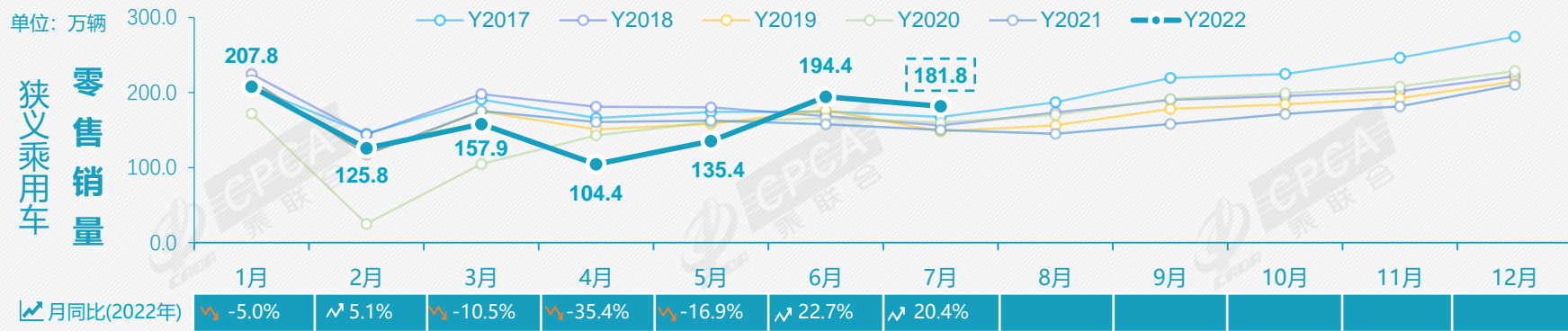
零售

销量 (单位: 万辆)	轿车	MPV	SUV	狭义乘用车 合计	微客	广义乘用车 合计
7月份	90.3	8.3	83.2	181.8	2.6	184.3
6月份	98.7	7.8	87.9	194.4	2.4	196.8
同期	72.4	8.7	69.9	151.0	2.5	153.5
同比	24.8%	-4.4%	18.9%	20.4%	0.5%	20.1%
环比	-8.5%	6.2%	-5.3%	-6.5%	5.1%	-6.3%
累计	549.0	51.4	507.6	1107.9	16.5	1124.4
同期累计	556.4	65.0	527.1	1148.5	20.5	1169.0
同比	-1.3%	-21.0%	-3.7%	-3.5%	-19.6%	-3.8%

批发

销量 (单位: 万辆)	轿车	MPV	SUV	狭义乘用车 合计	微客	广义乘用车 合计
7月份	101.1	8.3	104.0	213.4	3.2	216.5
6月份	108.0	8.0	103.0	218.9	2.5	221.4
同期	71.9	8.1	71.6	151.6	3.2	154.7
同比	40.5%	2.2%	45.4%	40.8%	0.0%	40.0%
环比	-6.4%	3.8%	1.0%	-2.5%	26.2%	-2.2%
累计	593.3	47.8	589.4	1230.6	18.6	1249.2
同期累计	538.7	55.1	541.1	1134.9	19.0	1153.9
同比	10.1%	-13.3%	8.9%	8.4%	-2.3%	8.3%

总体市场-2017~2022年7月销量走势



新能源市场-2022年7月产量、零售、批发分析表

产量

产量 (单位: 万辆)	BEV 	PHEV 	NEV 合计
7月份	43.5	14.5	57.9
6月份	44.2	12.2	56.4
同期	21.8	4.8	26.7
同比	99.2%	199.1%	117.3%
环比	-1.8%	18.7%	2.6%
累计	241.5	68.0	309.4
同期累计	114.4	22.4	136.8
同比	111.0%	204.2%	126.2%

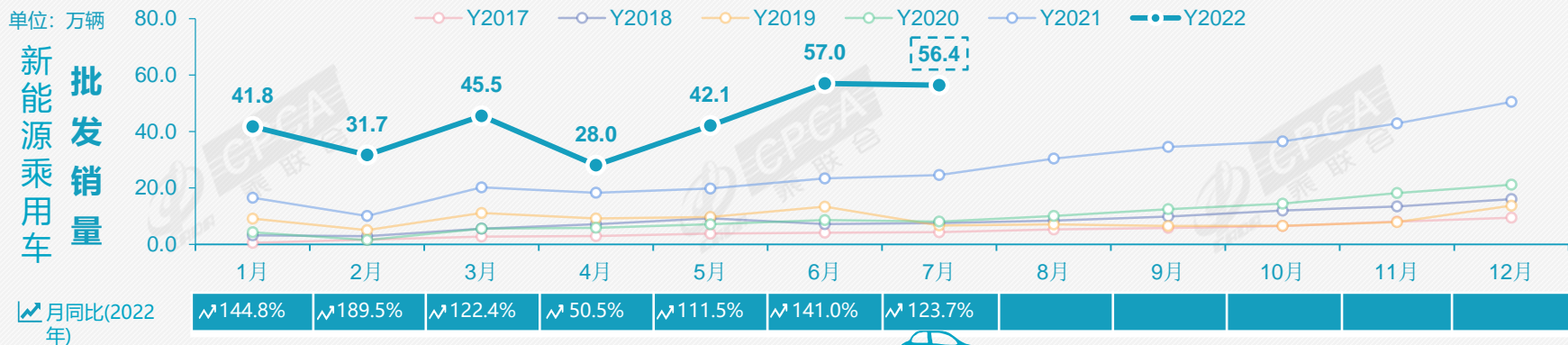
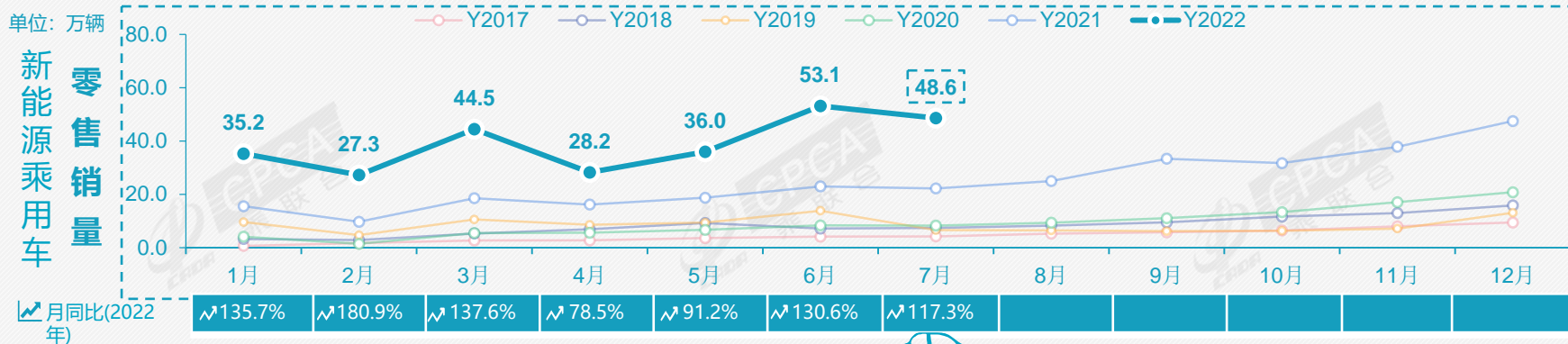
零售

销量 (单位: 万辆)	BEV 	PHEV 	NEV 合计
7月份	36.2	12.4	48.6
6月份	42.3	10.8	53.1
同期	17.9	4.5	22.4
同比	102.6%	175.7%	117.3%
环比	-14.5%	14.7%	-8.5%
累计	210.7	62.6	273.3
同期累计	101.9	21.6	123.4
同比	106.9%	190.5%	121.5%

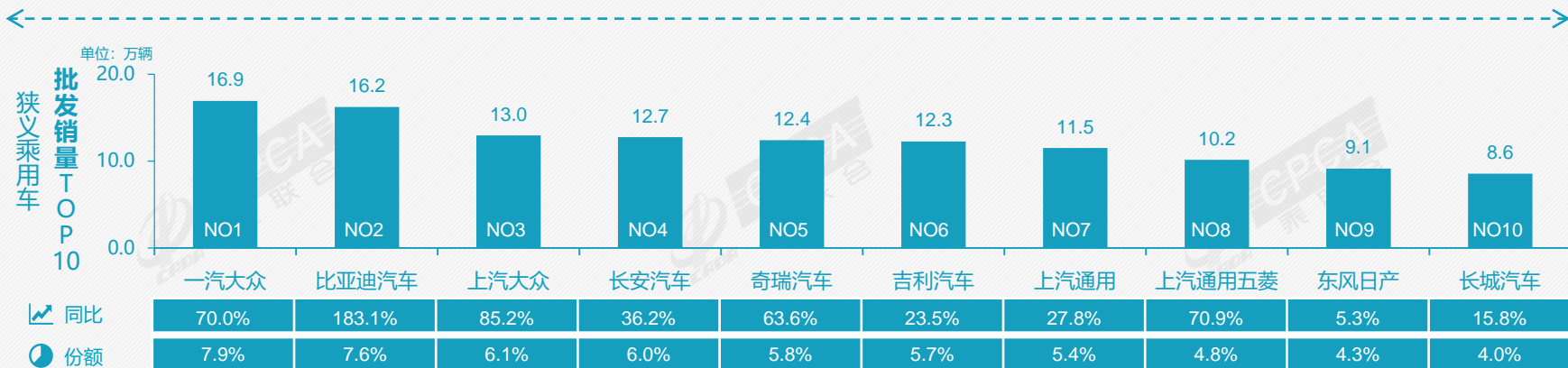
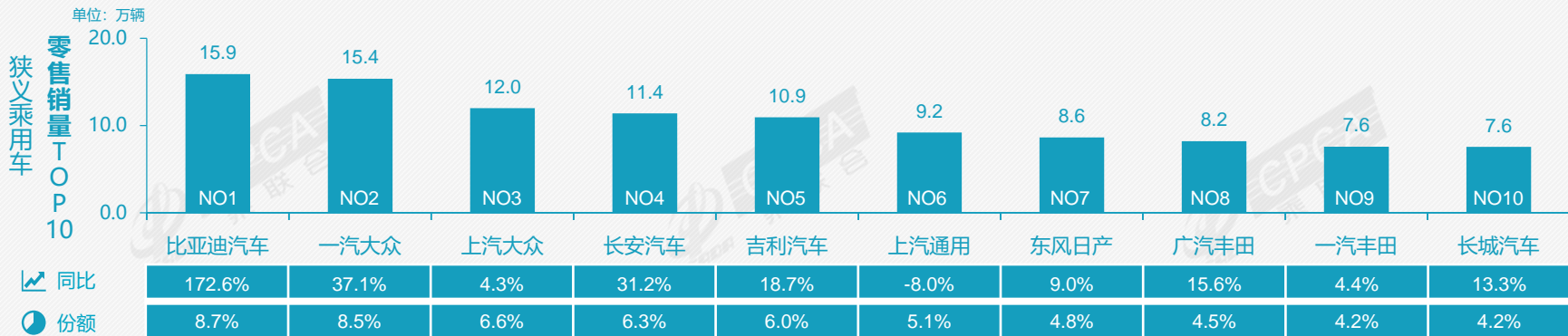
批发

销量 (单位: 万辆)	BEV 	PHEV 	NEV 合计
7月份	42.8	13.6	56.4
6月份	45.1	11.9	57.0
同期	20.5	4.7	25.2
同比	109.0%	187.2%	123.7%
环比	-5.1%	14.3%	-1.1%
累计	237.2	65.8	303.0
同期累计	112.7	23.2	135.9
同比	110.4%	184.2%	123.0%

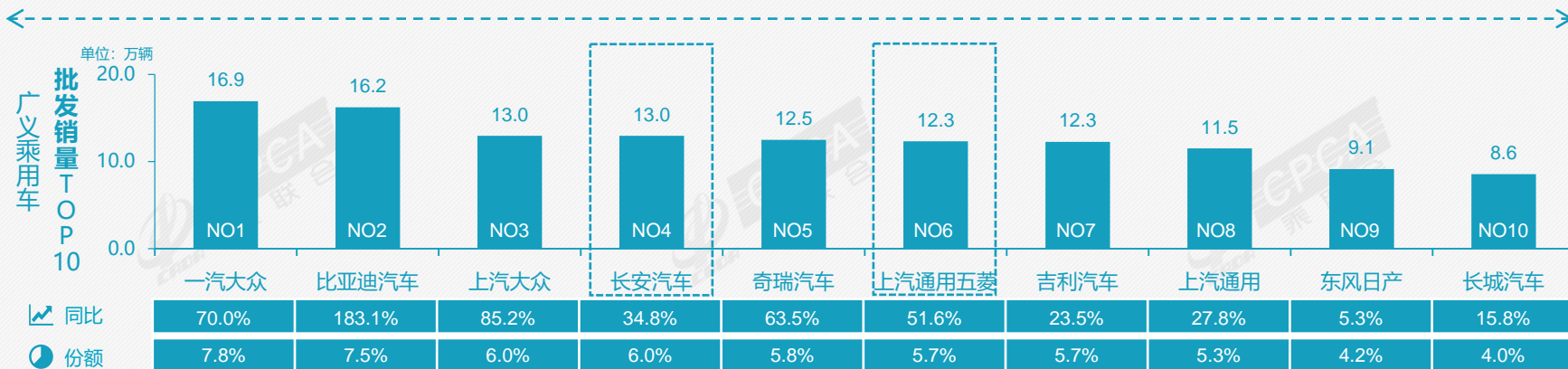
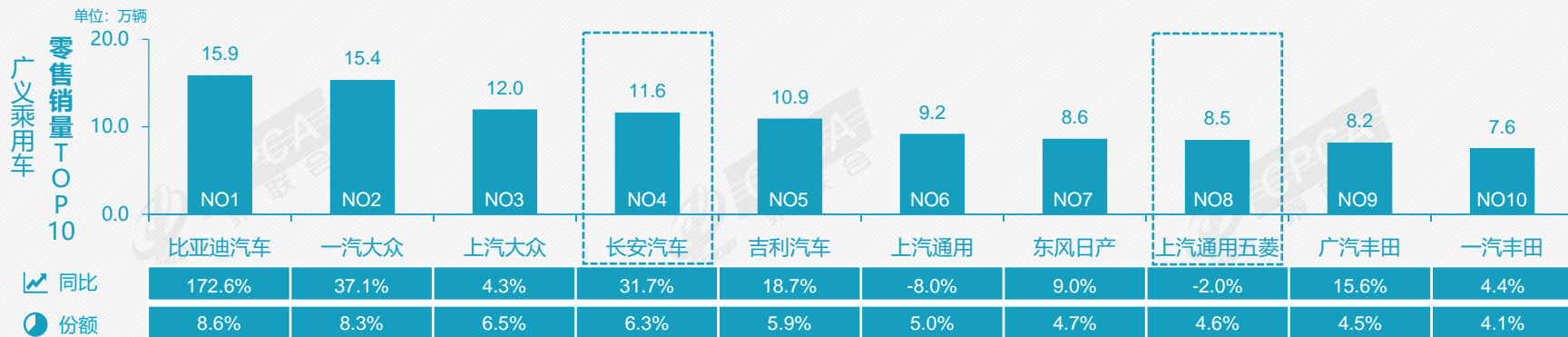
新能源市场-2017~2022年7月销量走势



厂商排名-2022年7月



厂商排名-2022年7月



市场分析-2022年7月全国乘用车市场回顾(一)

- ◆ **零售**：2022年7月乘用车市场零售达到181.8万辆，同比增长20.4%，是以往10年的次高增速；7月零售环比下降6.5%，环比增速处于近10年同期历史第3高位。1-7月累计零售1107.9万辆，同比下降3.5%，同比减少42万辆，其中6-7月同比增加67万辆的增量贡献较大。
- ◆ 7月新冠疫情在全国各地散发局面得到有效遏制，全国23个省在7月报告有2584例确诊病例较6月的836例稍有回升。4月疫后物流和供应链的持续改善、出口的韧性、产业的复工、积极政策的叠加，有效促进车市增长。各地的经销商4S店客户进店和成交都基本恢复正常。7月全国乘用车零售同比增20.4%，较6月23%的增速基本持平，车购税优惠政策举措逐步显现效果。4、5月因疫情迟滞的产能和需求将在6-7月持续释放。7月车市促销力度保持高位，主流车企均强化了优惠活动，努力弥补前期因疫情造成的销量损失、追回年度预期目标
- ◆ 7月豪华车零售22万辆，同比增长14%，环比下降28%。前期京沪等豪华车主销区域受防疫封控形势变化影响较大，近期改善明显。
- ◆ 7月自主品牌零售85万辆，同比增长34%，环比增长4%。7月自主品牌国内零售份额为47.4%，同比增长4.8个百分点；1-7月累计份额47.0%，相对于2021年同期增长8.9个百分点。7月自主品牌批发市场份额49.8%，较去年同月份额增加3.4个百分点；1-7月自主品牌累计份额48.0%，相对于2021年同期增加5.9个百分点。自主品牌在新能源市场获得明显增量，头部企业表现优异，比亚迪汽车、吉利汽车、长安汽车和奇瑞汽车等传统车企品牌份额提升明显。上海车企产销增幅较强，体现产业稳工复产的效果持续突出。

市场分析-2022年7月全国乘用车市场回顾(二)

- ◆ 7月主流合资品牌零售74万辆，同比增长10%，环比下降9%。7月的德系品牌零售份额21.6%，同比增长0.5个百分点，日系品牌零售份额20.8%，同比下降2.1个百分点。美系品牌市场零售份额达到7.0%，同比下降2个百分点。
- ◆ **出口**：7月乘联会统计口径下的乘用车出口（含整车与CKD）22.6万辆，同比增长70%，环比增长19%。7月新能源车占出口总量的21.8%。7月自主品牌出口达到17.2万辆，同比增长86%；合资与豪华品牌出口5.5万辆，同比增长32%。
- ◆ **生产**：7月乘用车生产215.8万辆，同比增长41.6%，环比下降2.2%，产业链保供措施见效。其中豪华品牌生产同比增长19%，环比下降15.0%；合资品牌生产同比增长39.0%，环比下降6%；自主品牌生产同比增长51.0%，环比增长5%。1-7月的车企生产达到1238.6万辆，同比增长11.8%。
- ◆ 受疫情影响的进口零部件短缺问题改善，涉及长三角地区的国产零部件体系供应商逐步恢复基本供货，促进全国7月的生产迅速恢复。上海是全国汽车行业的枢纽核心，其地位仍需进一步强化，近期保供复产效果良好。长春和上海产业链保供政策下的生产提升明显。
- ◆ **批发**：7月厂商批发销量213.4万辆，同比增长40.8%，环比下降2.5%，受新能源市场拉动，部分车企表现分化明显。1-7月的厂商批发销量达到1230.6万辆，同比增长8.4%。

市场分析-2022年7月全国乘用车市场回顾(三)

- ◆ 7月的产销环比改善较大，形成厂商产量高于批发2.4万辆、厂商国内批发高于零售31.6万辆的推动式产销走势，5-7月厂商批发的增长量为年末的零售强增长奠定基础。
- ◆ **库存：**2021年四季度以来厂商库存迅速回补，2022年1-7月累计补库近8万，其中5-7月库存稳定回补。由于购置税减半政策在6月实施，5月以来厂商备库增量贡献较大。7月份厂商库存环比增长2万辆，1-7月累计增长8万辆，而2021年1-7月厂商库存下降了26.0万辆，今年的厂商库存改善较大。7月渠道库存环比增长9万辆，1-7月渠道库存增长13万辆，较2021年1-7月下降85万辆形成强烈对比。
- ◆ 世界疫情下的缺货严重，中国车市库存恢复到中高位水平是难得成就，为出口和内销奠定稳定局面。由于库存有保障，7月初的终端零售在政策推动下明显走强，经销商库存转化为零售增量。



- **新能源：**7月新能源乘用车批发销量达到56.4万辆，同比增长123.7%，环比下降1.1%，在车购税减半政策下，新能源车不仅没有受到影响，环比改善超过预期。1-7月新能源乘用车批发303.0万辆，同比增长123.0%。7月新能源乘用车零售销量达到48.6万辆，同比增长117.3%，环比下降8.5%，1-7月形成“W型”走势。1-7月新能源乘用车国内零售273.3万辆，同比增长121.5%。
- 新能源车市场方面，供给改善叠加油价上浮预期带来市场火爆，油价上涨而电价锁定，带动电动车订单表现火爆。7月的新能源车与传统燃油车环比走势都受到政策推动明显。各地出台鼓励消费政策力度大，客户订单饱满改变了淡季规律，进一步拉动7月车市火爆。
- 1) 批发：7月新能源车厂商批发渗透率26.4%，较2021年7月16.6%的渗透率提升9.8个百分点。7月，自主品牌新能源车渗透率45.9%；豪华车中的新能源车渗透率15.8%；而主流合资品牌新能源车渗透率仅有5.2%。7月纯电动批发销量42.8万辆，同比增长109.0%；插电混动销量13.6万辆，同比增长187.2%。7月B级纯电动车车型销量同比增长53%，环比下降38%，占纯电动份额20%。纯电动市场的A00+A0的经济型电动车市场崛起，其中A00级批发销量13万辆，环比增长11%，占纯电动的30%份额；A0级批发销量8.9万辆，占纯电动的21%份额；A级电动车占纯电动份额27%；B级电动车销量一枝独秀。7月五菱宏光MINI达56,605辆，列总体乘用车销量第一位。

市场分析-2022年7月全国乘用车市场回顾(五)

- 2) 零售：7月新能源车国内零售渗透率26.7%，较2021年7月14.8%的渗透率提升11.9个百分点。7月，自主品牌中的新能源车渗透率51.7%；豪华车中的新能源车渗透率8.7%；而主流合资品牌中的新能源车渗透率仅有4.9%。从月度国内零售份额看，7月主流自主品牌新能源车零售份额73%，同比增加9个百分点；合资品牌新能源车份额6.5%，同比下降0.9个百分点；新势力份额16.5%，同比下降4.6个百分点；特斯拉份额1.7%，同比下降2.2个百分点。
- 3) 出口：7月新能源乘用车出口4.9万辆，伴随着疫情下复工复产政策的支持，中国制造新能源产品品牌越来越多地走出国门，在海外的认可度持续提升以及服务网络的完善，市场前景向好。7月，特斯拉中国出口19756辆、上汽乘用车的新能源出口13413辆，东风易捷特出口6103辆，比亚迪汽车4026辆，哪吒汽车1382辆、吉利汽车1261辆、，长城汽车794辆、神龙汽车745辆、爱驰汽车651辆、奇瑞汽车新能源出口301辆、江淮汽车出口274辆，一汽红旗出口193辆，新势力出口也逐步启动：创维汽车出口181辆，威马汽车也开始加大出口力度。

- 4) 车企：7月新能源乘用车市场创历史新高，比亚迪纯电动与插混双驱动夯实自主品牌新能源领先地位；以奇瑞集团与广汽集团为代表的传统车企在新能源板块表现相当突出。在产品投放方面，随着自主车企在新能源路线上的多线并举，市场基盘持续扩大，厂商批发销量突破万辆的企业有16家（环比持平，同比增加了11家），占新能源乘用车总量83.4%。其中：比亚迪162214辆、上汽通用五菱59336辆、吉利汽车32030辆、特斯拉中国28217辆、广汽埃安25033辆，奇瑞汽车24753辆，长安汽车22286辆、上汽乘用车19867辆、上汽大众14564辆、哪吒汽车14037辆、一汽大众13185辆、零跑汽车12044辆、小鹏汽车11524辆、长城汽车10994辆、理想汽车10422辆、蔚来汽车10051辆。
- 5) 新势力：7月小鹏、哪吒、理想、蔚来、零跑、威马等新势力车企销量同比和环比表现总体很强，尤其是第二阵营的哪吒、零跑等表现较强，这也是细分市场赛道的优势。主流合资品牌中,南北大众满血复活，新能源车批发27749辆，占据主流合资62%份额，大众坚定的电动化转型战略初见成效。其他合资与豪华品牌仍待发力。
- 6) 普混：7月普通混合动力乘用车批发81905辆，同比增长81%，环比降9%。其中丰田45729辆，本田26181辆，广汽乘用车2842辆，东风日产2042辆、吉利汽车1791辆，长城汽车525辆，混合动力的自主品牌逐步走强。

- ◆ 8月份全月工作日有23天，较7月工作日多2天，有利于产销增量。目前国内疫情控制日趋有序稳定，目前产能释放顺畅，各地生产恢复良好，8月乘用车生产能力很强，由于2021年8月的缺芯严重低迷，今年8月预计产销同比实现高增长，可实现淡季不淡的良好局面。
- ◆ 从供给端来看，7月燃油车市场推出44款新车型，其中有25款符合消费升级的2.0升排量车型，占比57%；而上半年的2.0升排量车型占比是28%，这必将进一步推动车市实现较高的产销增量。
- ◆ 在疫情常态化的持续防控形势下，乘用车私车出行也成为出行安全的重要保障。8月的开学季前，购车接送孩子上下学等家庭第二辆车的需求更强烈，换购增购需求带动新车和二手车市场持续较强，也将继续作为支撑汽车市场维持现有规模的基石。
- ◆ 目前油价持续高位，有利于新能源车的增长。新能源车市场仍将全面加速，尤其是自主品牌经济型电动车（A00级+A0级）会持续放量；新能源新品持续推出，覆盖广泛的价位段和产品特点，各主流厂商的推广积极性处于高位，增程等插混车型在市场面的接受度也有所提升，带来新能源的同比较大增量。
- ◆ 有了车购税减半政策的加持，换购必然升级为更强动力的燃油车，也是自驾游出行的最佳前序工作，因此近期的燃油车换购升级市场很火爆。纳税光荣，开燃油车的高成本主要是给国家巨额缴税，也是车主以实际行动促消费，把稳经济落到实处，为国家做出贡献。
- ◆ 车购税减半政策的效果在政策启动前期的6月份较突出，随后7月的市场淡季的到来和政策进入平稳实施中期，政策效力应该是在8月逐步体现，而9月末进入了政策实施较为明显的阶段，总体而言市场预期较为稳定。目前车市促销力度仍处于高位，并可能按惯例在9月左右进入促销收缩期，未来政策退出前的销量持续高涨推动促销力度进一步缩小，因此8月是购车最佳时机。

市场分析-2022年新能源乘用车销量上调到600万（一）

- ◆ 按照乘联会数据1-6月新能源乘用车批发246.6万辆，同比增长122.8%。随着7月的新能源乘用车厂商批发销量56.4万辆，增长123.7%的增速不减。2022年中国新能源车总体进度已经超过乘联会去年末550万辆乘用车的预测，因此谨慎的看，目前需要调高新能源乘用车预测50万辆到600万辆，四季度初仍可能调高预测。
- ◆ 根据6月的燃油车车购税减半政策实施两个月的情况来看，新能源车市场增长并未受到冲击，6-7月的传统车和新能源车全面实现强势增长。展望8月后乘用车市场的电动化趋势依旧保持旺盛。剔除特斯拉扩产的特殊因素，7月的新能源乘用车环比6月仍有增长，没有体现出车市应有的季节性回落的规律，说明车市的总体增长特征是需求强于供给，正常的季节规律暂时失灵。当前新能源购车以增换购为主，这部分客户的收入没有受到疫情太大影响，很多家庭第二辆车用户需求被激发。即使原来没有购买第二辆车的需求，由于电动车的超低使用成本和灵活便利的城市短途出行优势，加之周围关注或购买新能源车的用户大增，购新能源车热情被有效激发。因此目前传统车企的比亚迪汽车、上汽通用五菱、长安汽车、吉利汽车、奇瑞汽车等都呈现良好增长态势，而二线新势力车企的销量提升进一步体现了新能源车从高端市场向主流消费市场的快速挺进。

市场分析-2022年新能源乘用车销量上调到600万（二）

- ◆ 未来几个月的新能源乘用车市场增长主要看供给侧的提升能力。随着近期的新能源车新品持续推出，部分企业的产能提升工程逐步完成，新能源乘用车的销量将保持环比持续增长的良好局面。预计8-12月的月均新能源乘用车销量将超过60万辆，实现持续高增长。
- ◆ 考虑到新能源客车在2022年仍保持调整态势，专用车保持良好增长态势，乘联会新能源商用车工作部预计2022年新能源商用车销量超35万辆，因此总体预测新能源汽车销量在650万辆左右。



市场分析-2022年6月汽车行业收入增21%利润增47%

- ◆ 根据国家统计局的统计测算，2022年6月的汽车行业收入8,351亿元，同比增21%；成本7,237亿元增20%，利润595亿元，同比增47%，汽车行业利润率7.1%，相较于前两个月的严重低迷，政策驱动下的6月汽车行业改善较大。1-6月汽车行业收入40,893亿元，收入降4%；成本35,431亿元，降3%；利润2,129亿元，总体利润同比下降26%，销售利润率5.5%，上半年汽车行业总体表现不强，但6月改善明显。
- ◆ 3-4月份，国内部分地区疫情散发多发，给工业企业生产经营造成巨大冲击，工业企业利润出现下降。5-6月生产销售持续回升，营业收入实现较快增长，特别是6月份，随着产业链供应链明显修复，2022年6月的汽车行业收入增21%，成本增20%，总体利润同比增47%，利润率7.1%，相对低于整个工业企业利润增6.5%的平均水平，汽车行业是改善较大的。1-6月汽车行业利润总体表现不强，收入降4%，成本降3%，利润总体同比下降26%。汽车收入增速不断回升，生产销售继续边际改善，企业效益逐步恢复。汽车行业效益明显改善，销售利润率达到7.1%。

市场分析-1-6月中国汽车出口133万辆

- ◆ 自2021年以来，随着世界新冠疫情的爆发，中国汽车产业链的韧性较强的优势充分体现，中国汽车出口市场近两年表现超强增长。2021年的出口市场销量213.8万辆，同比增长102%。2022年1-6月的出口市场销量133万辆，同比增长40%。1-6月汽车出口均价1.55万美元，同比去年的1.53万美元，均价小幅提升。
- ◆ 6月中国汽车出口24.9万辆，同比增长31%，表现较强，相对于国内汽车销量6月回暖，出口市场的表现仍是较强的。由于上海本地企业出口占全国出口的20%，因此上海疫情后改善较多，带动全国出口形势大幅好转。
- ◆ 目前国际汽车市场仍处于严重短缺时期，部分低配车型供给不足，总体车市库存严重偏低，因此导致新车价格偏高，二手车出口偏少。旺盛的国际需求下，国内汽车专用滚装船等远洋运输能力建设滞后，国际物流运输通道不顺畅，近期明显制约了汽车出口规模和效益的持续提升。中国车企需借助国内淡季之时加大出口，如何克服海运的滚装船等瓶颈是加大出口的重要保障，也是期待国家给予更多支持。
- ◆ 地缘冲突已经对中欧班列正常运行带来持续影响。目前，线路调整、时效降低、成本波动和结算困难等已成为部分发货方、货代方和承运方面临的主要问题，各方对风险预警及示范性的解决举措及建议保持高度期待。因此也需要我们国家相关部门有效的对应，抓住欧洲缺车机遇，实现汽车出口跨越式发展。

市场分析-2.0升车型将是近期大赢家

- ◆ 车购税减半优惠政策实施以来，2.0升车型的市场表现超强。其中2.0升增压和自吸的车型表现均很好，轿车、MPV及SUV均表现很好。2.0升以上车型份额虽然稍有下降，但因为近期高排量化是消费升级趋势，因此2.0升以上车型相对去年的2.0升以上车型表现仍是走强的，其中表现较突出的是豪华车2.0升车型和合资品牌2.0升SUV主力车型，市场份额均出现环比和同比的近1个百分点的增长。
- ◆ 相对于政策之前，燃油车市场出现份额下降的是1.4升以下车型，在售小排量车型的空间较小，而电动车在个人出行市场中的空间和使用费用优势明显，从中长期看或将加快实现新能源对燃油车的替代效应；家庭出行的SUV大排量化优势明显。
- ◆ 目前看，自主品牌燃油车在目前的消费升级的政策促进中表现有待提升，因此近期部分自主品牌也是加速推出2.0升车型产品，提升产品竞争力，实现未来更大的销量提升。7月2.0升新款车型的推出较多，期待8月的自主品牌2.0升车型获得更强增长。

市场分析-燃油车税收减少后电动车征税是必然趋势

- ◆ 近期瑞士政府表示由于近年来来自传统燃油汽车的税收减少，尤其是汽柴油的税收很高，该国计划对以电力和其他替代能源为动力的车辆征收新税，以此来帮助填补道路建设和维护方面的资金缺口。
- ◆ 近两年国际原油价格持续暴涨到120美元左右。中国车市的A00级和A0级电动车近两年持续走强，低成本的优势是新能源发展的核心推动力。今年高油价下的电动车爆发式增长也充分说明了是用户市场选择的结果。
- ◆ 电费价格低和居民电价优惠带来的电动车使用成本低是电动车最大优势，尤其是我们消费者受电动化车使用成本低的驱动购买电动车，智能化主要体现在中高端的需求特征。根据国际能源相关机构的统计，2019年我国居民电价，在可获得数据的28个国家中位列倒数第二，平均每度是0.542元。与国际上其他国家相比，我国居民电价偏低，工商业电价偏高。估计国家下一步要完善居民阶梯电价制度，逐步缓解电价交叉补贴，使电力价格更好地反映供电成本，还原电力的商品属性，形成更加充分反映用电成本、供求关系和资源稀缺程度的居民电价机制。
- ◆ 传统燃油车的车购税10%，按发动机排量征收的最高40%的消费税，按成品油每升征收的1.52元的成品油消费税和其他正常税收，这些都是汽车行业对经济发展和国家税收的贡献。纳税光荣，燃油车消费者纳税负担很重。
- ◆ 未来燃油车保有量剧烈萎缩后，国家税收的缺口仍将需要电动车税收体系的支撑。电动车的购买和使用阶段，乃至报废环节的征税是必然趋势。

如有疑问或需求请联系乘联会秘书处



上海市普陀区武宁路423号18号楼1103室



021-52680968



200062



cpcanews@sxtauto.com.cn



www.cpcauto.com



更多内容敬请关注乘联会官网及公众号
感谢关注!

愿 景：最具价值的汽车信息交流平台和行业研究机构

宗 旨：为汽车企业服务 为中国汽车产业发展做贡献

价值观：专业 共享 高效 创新