

## 本期导读：

这个时代从不辜负人，它只是磨炼我们，磨炼每一个试图改变自己命运的平凡人。有人叹息青春散场，历史已经结束了，要写回忆录了。但是可能今天更多的人开始吟唱：世界如此之新，一切尚未命名。

## 2022 汽车市场回顾：掌声涨声，苦中作乐

“时光的河入海流，终于我们分头走。”《凤凰花开的路口》歌曲中的一段歌词，很好地描述了 2022 年中国汽车产业的走势。持续向上的自主品牌，放缓的合资品牌，也不乏有出局者。

回顾 2022 年的中国汽车市场，跌宕起伏。多点散发的疫情、原材料价格上涨、供应链紧缺、金九银十遇冷等不利因素，给汽车产业带来沉重的打击。所幸的是，中国汽车市场不负众望，新能源汽车的强势增长以及国家政策和补贴支持下，历经重压之后依然平稳前行。当燃油时代过渡到电动时代，转型升级、智能网联、绿色出行等已经成为全球汽车产业发展的主旋律，无处不在的变化，也为传统车企敲响了警钟。在灰犀牛和黑天鹅频发的 2022 年，中国汽车市场落笔收官。无论是高光时刻抑或至暗时刻，都值得一一铭记。

**2022 年全年国内汽车产销分别完成 2702.1 万辆和 2686.4 万辆，同比增长 3.4% 和 2.1%，全年实现小幅增长。其中乘用车产销分别完成 2383.6 万辆和 2356.3 万辆，同比增长 11.2% 和 9.5%；商用车产销分别完成 318.5 万辆和 330 万辆，同比下降 31.9% 和 31.2%，呈现两位数下滑。新能源汽车市场一直保持着高速增长的势头。2022 年全年，新能源汽车产销分别达到 705.8 万辆和 688.7 万辆，同比增长 96.9% 和 93.4%，市场占有率达到 25.6%。**

### 1、商用车模块：

2022 年初，作为中国两大汽车生产基地的上海和长春，因疫情影响，当地车企接连遭受过停产、停工以及供应链短缺危机。尤其是作为世界第一大港口的上海港，物流的放缓，也令不少车企的交付量受到重创。

资料显示，疫情影响较为严重的 4 月份，长三角地区周边 2 万家左右的汽车供应商均受到不同程度的停工、停运。如博世、ZF、麦格纳等汽车零部件巨头，均在上海设立总部和研发生产基地。6-9 月，由于低价倾销库存车助力，轻卡市场掀起一波“购车潮”，助力商用车整体销量有所提升，但 9 月后商用车再度遭遇连降。2022 年货车市场销量下滑幅度最为明显，约为 32.6%；其中，重卡市场尤为艰难。业内分析称，一方面是多重因素导致重卡传统销售旺季接连失约，另一方面是原材料和油气价格持续攀升，增加了车辆运营成本，加之货运行业内卷严重，运费持续走低，严重打击了用户购车积极性。

### 国内商用车销量排行：

第一：福田汽车	2022 年累计销量：45.63 万辆	同比 ↓ 29%
第二：东风汽车	2022 年累计销量：39.35 万辆	同比 ↓ 38%
第三：上汽通用五菱	2022 年累计销量：29.75 万辆	同比 ↓ 25%
第四：重庆长安	2022 年累计销量：29.36 万辆	同比 ↑ 1%
第五：中国重汽	2022 年累计销量：23.2 万辆	同比 ↓ 42%
第六：江铃汽车	2022 年累计销量：20.38 万辆	同比 ↓ 29%
第七：江淮汽车	2022 年累计销量：19.53 万辆	同比 ↓ 27%

### 2、乘用车模块：

2022 年，乘用车市场在购置税减半等促消费政策拉动下，加上新能源汽车持续保持高速增长，汽车出口势头良好，带动乘用车市场自 6 月份以来保持较快增长，为汽车销量实现增长贡献重要力量。除 4 月受上海及长三角地区疫情影响外，新能源汽车市场销量基本保持了逐月上升趋势。去年国际油价一直处于历史性高位，加之疫情期间对于安全出行需求的增长和新能源汽车市场认知度提升等原因，让新能源市场持续走强。

### 自主品牌乘用车销量排行：

第一：比亚迪	2022 年累计销量：186.85 万辆	同比 ↑ 208.64%
第二：吉利汽车	2022 年累计销量：143.3 万辆	同比 ↑ 8%
第三：长安汽车	2022 年累计销量：139.04 万辆	同比 ↑ 15.46%
第四：奇瑞集团	2022 年累计销量：123 万辆	同比 ↑ 28.2%
第五：长城汽车	2022 年累计销量：106.75 万辆	同比 ↓ 17%
第六：上汽乘用车	2022 年累计销量：83.9 万辆	同比 ↑ 4%
第七：广汽集团	2022 年累计销量：63.37 万辆	同比 ↑ 116%

## 2023 年市场策略——与时偕行，行者常至

展望 2023 年，中央经济工作会议提出了“坚持稳字当头、稳中求进”“狠抓传统产业改造升级和战略性新兴产业培育壮大，着力补强产业链薄弱环节，在落实碳达峰、碳中和目标任务过程中锻造新的产业竞争优势”“增强国内大循环内生动力和可靠性，提升国际循环质量和水平”

“支持住房改善、新能源汽车、养老服务等消费”“加快新能源、人工智能、生物制造、绿色低碳、量子计算等前沿技术研发和应用推广”“积极推动加入<全面与进步跨太平洋伙伴关系协定>和<数字经济伙伴关系协定>等高标准经贸协议”等部署和要求。一方面，中央经济会议为我国汽车产业指引了前进方向、创造了有利条件；另一方面，发展新能源汽车、扩大汽车消费等也成为保障国民经济稳定运行的重要抓手。

2023 年，我国汽车消费市场仍在较多利好因素。一方面，宏观层面为汽车消费恢复奠定了基础。疫情防控政策适度优化和保稳机制有助于市场稳定。中央经济工作会议也把恢复和扩大消费摆在优先位置，明确支持新能源汽车消费。同时，中共中央、国务院印发的《扩大内需战略规划纲要(2022-2035 年)》，也为国内汽车市场今后发展指明了方向。另一方面，新能源汽车、中高档乘用车、汽车出口等细分领域有望成为整体市场增长的拉动力。预计 2023 年中国汽车销量有望达到 2800 万辆，同比增长 1.5%，其中乘用车销量为 2365 万辆，同比下滑 2.0%，商用车销量为 435 万辆，同比增长 26.4%。在乘用车销量中，我们预计国内销量为 2000 万辆，同比 -8%；但我们认为，明年乘用车的出口将成为一大亮点，出口销量预测为 365 万辆，同比 +43%，对冲内需的波动。

