

# 乘联会：7月国内新能源汽车零售渗透率突破50%

文 | 余聪

7月国内新能源乘用车单月零售渗透率首次超过50%，达到51.1%，同比提升15个百分点。8月8日，全国乘用车市场信息联席会（下称“乘联会”）发布以上数据。

这意味着在乘用车终端销售中，新能源汽车销量已经超过燃油车，成为市场主流。

近年来新能源汽车渗透率呈快速增长态势。据乘联会统计，2021年至2023年，中国新能源汽车零售渗透率分别达到14.8%、27.6%和35.7%。国内主管部门先前制定的目标是2025年新能源汽车渗透率达到20%，这一目标提前三年完成。行业预计，2024年新能源汽车渗透率有望达到40%。

7月，新能源乘用车零售共计87.8万辆，同比增长36.9%；燃油车零售84万辆，同比下跌26%。一增一减之下，新能源汽车实现反超。

国内官方定义的新能源汽车包括纯电动、插电式混合动力（含增程）和燃料电池汽车三类。7月，新能源汽车中纯电车型和插电混动车型的零售销量分别为48.2万辆和39.6万辆，同比分别增长14.3%和80.4%，插电混动车型展示出更强劲的增长势头。

乘联会分析称，中国车企创新性地发展插电式混合动力技术，国内插电混动车型销量占比提升至全球插电混动市场的78%，这也是国内乘用车新能源渗透率突破50%的关键原因。

插电式混合动力车型因为性价比优势获得市场青睐，新能源汽车销量冠军比亚迪（002594.SZ）即受益于此。2024年上半年，比亚迪累计售出新能源汽车160.7万辆，其中插混车型占比为54.8%，较2023年提升约4个百分点。

7月12日，东风汽车集团原董事长竺延风在中国汽车论坛中指出，未来纯燃油车基本会消失，汽车会以各种方式的混动和纯电动方式出现，只是混动的方式、程度不同。

7月全国乘用车零售实现172万辆，同比下降2.8%；2024年前七个月，乘用车累计零售1155.6万辆，同比增长2.3%。乘联会秘书长崔东树分析称，前七个月累计销量实现同比微增，主要得益于年初春节假期之前的销量增长，4月至7月销量同比增长压力较大。2023年同期基数较高、2024年汽车消费需求不强是压力主要来源。

汽车经销商对市场冷热感知深切。

中国汽车流通协会调查显示，2024年上半年，仅18.4%的经销商完成半年销售任务，34.8%的经销商完成了八成以上任务，而13.5%的经销商尚未完成任务的50%。

当前不少车企选择稳产降库存，减轻渠道压力。乘联会数据显示，7月，全国狭义乘用车（即轿车、MPV、SUV）产量为198.2万辆，同比减少5.3%，环比减少7.1%。具体来看，7月豪华品牌生产同比下降1%，环比增长4%；合资品牌生产同比下降29%，环比下降18%；自主品牌生产同比增长5%，环比下降6%。

崔东树提到，7月初，豪华品牌价格战已经到了非常惨烈的状态，厂家需要帮助经销商度过难关，减产降库存可能在短期内造成销量波动，但稳定价格、稳定经销商可能比短期销量更为重要。

另一名汽车流通行业资深人士告诉说，以BBA（梅赛德斯-奔驰、宝马、奥迪）为代表的豪华品牌在中国面对供过于求难题，即厂家的生产计划超出了市场实际的需求，这造成了终端价格的剧烈波动。他认为，BBA应当调低全年销售目标、平衡市场供需。MFC