

我国新能源汽车月度新车销量占比首超60%

► 本报记者 于大勇

8月12日,中国汽车工业协会发布数据显示,今年7月份,我国新能源汽车月度新车销量占比首次超过60%,前7个月累计占比首次超过50%,实现历史性突破。值得注意的是,该数据统计口径既包含乘用车和商用车,也包括国内市场和出口市场,这意味着从汽车产业全局看,我国新能源汽车已在真正意义上占据市场“半壁江山”。

“7月30日,中共中央政治局召开会议,部署下半年经济工作,明确提出实施好更加积极的财政政策和适度宽松的货币政策,充分发挥各项存量政策效能,及时谋划出台务实管用的增量政策,加大逆周期调节力度,要有效扩大国内需求,营造公平有序的市场竞争环境。”中国汽车工业协会副秘书长陈士华认为,会议作出一系列重要部署,释放出多重积极信号,将有助于稳定信心、提振消费,推动汽车行业整体平稳运行。这将对新能源汽车市场发展产生积极影响。

新能源汽车 成为汽车市场绝对主力

在国内车市整体进入结构

性调整的背景下,新能源汽车表现异常优异。

7月份,新能源汽车产销量分别完成157.6万辆和156.1万辆,同比分别增长26.8%和23.7%。新能源汽车新车销量占汽车新车总销量的60.4%。

“7月份,新能源汽车强势领跑成为国内车市的核心主线。”中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会(以下简称“乘联分会”)秘书长崔东树表示,新能源汽车市场渗透率持续创下新高,供给端新国标合规产品集中迭代上市,行业从价格内卷全面转向价值竞争,正成为发展新亮点。

乘联分会发布的零售数据显示,7月份,新能源汽车在国内总体乘用车的零售渗透率达65.1%,较去年同期增长11.6个百分点,环比增长2.1个百分点。当月,自主品牌新能源汽车的市场零售份额为64.6%,表现依然强劲。

同时,新能源乘用车出口54万辆,同比增长147.8%,环比增长8.1%;占乘用车出口总量的58.8%,较去年同期增长14个百分点。

“伴随着中国新能源汽车的

规模优势显现和市场扩张需求,‘中国制造’的新能源汽车产品越来越多地走向国门,在海外市场的认可度持续提升。”崔东树说。

1-7月,新能源汽车产销量分别完成901.4万辆和900.7万辆,同比分别增长9.5%和9.6%,新能源汽车新车销量占汽车新车总销量的51.2%。

“这也反映出国内汽车消费市场已真正进入了新能源汽车主导的全新阶段。”在新智派新质生产力会客厅联合创始发起人袁帅看来,这也意味着新能源汽车已从政策驱动的小众品类,彻底成长为支撑汽车消费大盘的绝对主力。

对于新能源汽车市场接下来的走向,崔东树认为,利好因素可期。“7月国际油价震荡上行,国内成品油价格两轮累计上调,大幅度抬升燃油车用车、养车成本,持续压制用户燃油车购买意愿,传统燃油车需求持续走弱,也成为新能源汽车逆势走强的核心外部利好,持续拓宽新能源车的国内和海外市场增长空间。短期内,油价大幅度回落的可能性不大,会持续放大新能源汽车的成本优势。”

整体结构性调整 进一步深化

数据显示,今年7月份,国内汽车产销量分别完成257.3万辆和258.4万辆,环比分别下降6.8%和8%,同比分别下降0.7%和0.3%。其中,乘用车产销量分别完成224.6万辆和226.8万辆,环比分别下降5.4%和5.6%,同比分别下降2.1%和0.9%。商用车产销量分别完成32.8万辆和31.7万辆,环比分别下降15.4%和22.5%,同比分别增长10%和3.5%。

“7月份,汽车市场进入传统销售淡季,客流与订单自然回落,叠加半年度冲量提前释放部分需求、全国大范围持续高温及部分区域台风、洪涝灾害影响线下销售等因素,汽车市场环比呈现季节性回落,同比微降。”陈士华说。

“7月份车市走弱是油价反弹、宏观走弱、季节性淡季到来、前期需求透支及政策切换等多重因素共振所致。国际油价震荡上行,从而大幅度抬高用车成本,燃油乘用车消费需求剧烈萎缩。”崔东树认为,就乘用车市场而言,7月份呈现“总量

持续承压、环比走弱、结构极致分化”的运行态势,淡季下行特征凸显,行业结构性调整进一步深化。

“多重因素共同造成产销量环比回落。”崔东树表示,7月份,CPI(居民消费价格指数)、PPI(工业生产者出厂价格指数)环比回落、PMI(采购经理指数)景气下行,居民收入与消费预期偏谨慎,大额耐用品消费意愿低迷,住行消费持续走弱,拖累车市终端需求。叠加高温淡季压制线下到店客流,6月份车企为冲击半年业绩目标而提前透支市场需求,造成终端订单与客流同步回落。

虽然车市7月份承压力度较大,但前7个月车市表现依然不俗。1-7月,国内汽车产销分别完成1756.7万辆和1760.2万辆,同比均下降3.7%,降幅比上半年进一步收窄。其中,乘用车产销量分别完成1496.7万辆和1498.8万辆,同比分别下降5.5%和5.4%。商用车产销量分别完成260万辆和261.4万辆,同比分别增长8.4%和7.7%。

“本轮市场下行属于阶段性结构性波动,并非行业趋势性恶化。”崔东树说。

西部(重庆)科学城汽摩产业智能化焕新



在海外展出的隆鑫通用无极摩托车

西部(重庆)科学城 供图

摩产业的龙头企业,隆鑫通用依托智能化、数字化改造率先完成产业迭代,为辖区传统汽摩产业转型升级树立了标杆,也生动展现了老牌制造业向高端智造转型的全新面貌。

隆鑫通用还是西部(重庆)科学城摩托车出口的一张“名片”。其旗下的高端品牌无极摩托车经过数年深耕,已在欧洲市场站稳了

脚跟。尤其是在西班牙,无极摩托车的市场占有率达7%。

西部(重庆)科学城另一家摩托车企业——重庆鑫源摩托车股份有限公司(以下简称“鑫源摩托车”)借力专业赛事赛场,推动其在动力平台升级、车身轻量化等领域持续攻关。

“想在国际赛事中获奖,车辆性能必须强。”鑫源摩托车品

牌市场部部长聂建伟透露,近年来,面对赛事严峻考验,鑫源摩托车的控股股东——东方鑫源集团有限公司(以下简称“鑫源集团”)收购专研镁铝合金新材料的上市公司鑫源智造,聚焦镁铝合金车架、零部件、轮毂等产品研发,全力突破轻量化核心技术。

另外,在创新链上,鑫源摩托车与多家高校及研究机构共建动力平台、轻量化材料实验室以及智能网联技术中心,推动核心技术自主攻关;在产业链上,建设了智能焊接、机器人装配等生产线,实现关键环节的可视化追溯;在资金链上,借助AEO(认证经营者)高级认证,让通关效率提升50%;在人才链上,冠军车手与顶尖工程师共同参与研发,建立“赛道验证—工程改进—量产落地”的闭环机制。持续的技术革新与品质升

级,让鑫源摩托车实现全球市场版图持续扩张。

如今,鑫源摩托车的产品与服务已覆盖全国31个省份、全球约100个国家和地区,成为重庆市摩托车“出海”的标杆企业。

近年来,西部(重庆)科学城以产业链“链长制”为核心抓手,聚焦10条核心产业链,搭建纵向整合、横向协同的产业生态圈,从项目落地、建设投产到稳产扩产,提供全周期、一站式服务,精准破解企业发展难点。

同时,西部(重庆)科学城主动搭建对外经贸合作桥梁,组织辖区重点企业参与跨境产业对接活动,拓宽海外合作赛道,助推本土汽摩产业集群“出海”。西部(重庆)科学城依托重庆国际物流枢纽通道优势,打通跨境电商陆海空多式联运通道,拓宽东南亚、欧洲、中亚等海外市场,推动辖区企业优质产品走向国门,实现“渝货出海”常态化、规模化发展。

数据显示,2025年,西部(重庆)科学城36家规模以上摩托车整车及零部件企业实现规模以上工业产值118.84亿元、同比增长23.1%。

赵丁颐