

市场格局正在全面重塑，技术创新是竞争的硬实力

龚淑娟 李光一

摘要：中国汽车产业再次蝉联世界第一汽车市场，“两新”政策刺激消费、新能源汽车渗透率持续攀升、整车出口屡创新高以及自主品牌市场份额不断增长等，都是拉动整个汽车市场的重要力量。技术创新是竞争背后的硬实力。

关键词：2024 年汽车产销量；新能源汽车市场；汽车出口；技术创新

作为中国经济的支柱产业之一，中国汽车行业在极度内卷中度过了不平凡的 2024 年。从新能源到传统燃油车，从内需到出口，从自主品牌到合资企业，从高端豪华到大众消费，中国汽车市场格局正在全面重塑。

据中国汽车工业协会最新发布的统计数据，2024 年，我国汽车产销量累计完成 3128.2 万辆和 3143.6 万辆，同比分别增长 3.7% 和 4.5%，产销量继续保持在 3000 万辆以上的巨大规模，并连续 16 年卫冕世界第一汽车市场大国的地位（我国汽车产销量发展趋势如图 1 所示）。3143.6 万辆的总销量中，乘用车为 2756.3 万辆，同比增长 5.8%，商用车为 387 万辆，同比下降 3.9%。

尽管这一年大部分汽车人的“体感”并不太好，不过最终数字显示出来的市场总量趋势还是超出了预期，其中总有几家欢喜几家愁。“两新”政策刺激消费、新能源汽车渗透率持续攀升、整车出口屡创新高以及自主品牌市场份额不断增长等，都是拉动整个汽车市场的重要力量。

1 新能源汽车渗透率超四成，“势”不可挡

新能源汽车的快速转型是中国的战略选择。石化能源过度依赖进口、环境污染及碳中和目标、汽车乃至整个制造业产业跃迁等问题和目标，都是新能源汽车所肩负的重要使命。

我国新能源汽车不负厚望，成为中国汽车在全球市场的新名片，2024 年已是问鼎全球第一的第十个年头了（我国新能源汽车产销量发展趋势如图 2 所示），年内产销累计完成 1288.8 万辆和 1286.6 万辆，同比增长率继续保持高位，分别为 34.4% 和 35.5%。

最值得关注的是，我国新能源汽车的新车销量已达到汽车新车总销量的 40.9%，其中国内销量的这个数字达到了 45.3%，如果单说国内乘用车销量，新能源占比更是达到了 48.9%。

插电式混合动力车在 2024 年当中受到市场的青睐，呈现出了快速增长的态势，在新能源汽车新车销量中的占比已超过 40%，较上一年提高 10.4 个百分点，成为带动新能源汽车增长的新动能。

今后，政策支持、技术推动、结构调整等，都是继

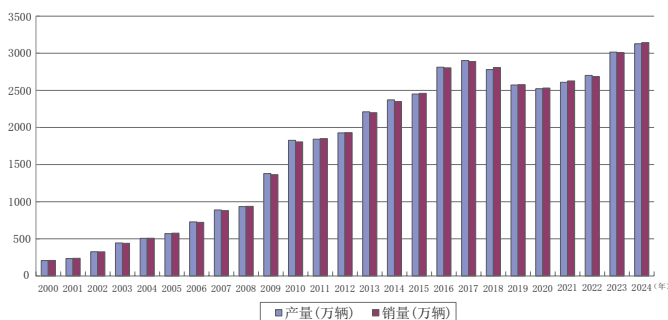


图 1 中国汽车产销量发展趋势

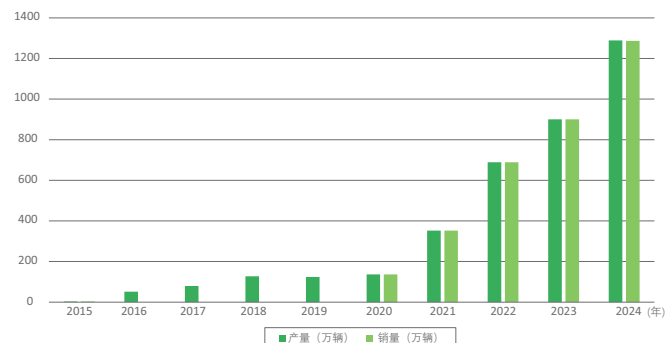


图 2 我国新能源汽车产销量发展趋势

续推动新能源汽车产业发展的强劲动力。未来几年，中国新能源汽车市场将会继续“势”不可挡地保持较快增长。

2 汽车出口巩固世界第一，增长态势喜人

中国汽车的国际竞争力近些年持续提升，特别是 2021 年以来，中国车企的海外开拓持续见效，出口数量快速提升，成为拉动中国汽车产销总量持续增长的重要因素。

2024 年全年，我国整车出口达到了 585.9 万辆，同比增长 19.3%，形势喜人。其中：乘用车出口 495.5 万辆，同比增长 19.7%；商用车出口 90.4 万辆，同比增长 17.5%。

整车出口的排名前十的企业依次是奇瑞、上汽、长安、吉利、长城、比亚迪、北汽、特斯拉、江淮和东风，其中奇瑞出口首次超过 100 万辆，交出了 114.4 万辆的亮眼成绩单。

从出口的目的国来看，前三大出口市场为俄罗斯、墨西哥和阿联酋；从区域发展趋势来看，东南亚、中东和非洲等，是我国汽车出口的新兴市场；从出口结构来看，乘用车仍然是出口的主力军，包括轿车、SUV 和 MPV 等。

尽管面临外部关税壁垒、全球市场竞争加剧以及内部供应链压力等多重挑战，中国汽车企业出海远航的决心和步伐依然坚定，一路披荆斩棘勇往直前，誓要闯出一番天地。

3 中国品牌表现出色，市场份额近三分之二

经过多年的自主创新和艰苦打拼，自主品牌不断提升和突破，并逐步形成了自己的特色和优势，在当今汽车产业的大格局中，从边缘化一点点向主流化迈进。

数据显示，2024 年我国自主品牌车企的市场份额达到了 65.2%，同比增加 9.2%，其中 10 月的市场占有率曾一度接近 70%。

技术创新是竞争背后的硬实力。近年来，自主品牌在技术研发方面不吝投资，特别是在“三电技术”和智能化等关键领域积极探索，成果斐然。2024 年，比亚迪发布了第五代 DM 插混技术、“易三方”整车智能控制技术平台和 e 平台 3.0 Evo；吉利汽车发布了雷神 EM-i 超级电混技术、神盾短刀电池、极氪第二代金砖电池、GEA 全球智能新能源架构、浩瀚-M 架构，以及银河“Flyme Auto”智能座舱、星睿 AI 大模型；奇瑞则重点在“火星架构、鲲鹏动力、雄狮智舱、大卓智驾、银河生态”五大技术领域快速迭代升级，打造自己独特的技术生态；长城汽车重点发力新一代智驾系统 Coffee Pilot Ultra、新一代智慧空间系统 Coffee OS 3，实现了长城全场景 NOA 全国开城，Coffee OS 3.1 正式发布，

全新智能四驱电混技术 Hi4 也优势明显……

中国人最懂中国人，在“新汽车”时代，自主品牌在理解中国用户需求并快速应用新技术方面占据先天优势。通过技术创新和用户体验的持续提升，自主品牌不断颠覆消费者的原有认知，产品竞争力、品牌知名度、用户认可度及市场份额均得到了显著提升。

未来汽车市场的竞争，必将以智能网联为主要阵地，这其中对人工智能、大模型、大数据等新兴技术的应用，对基于智能网联的出行服务的盈利模式的探索，将成为各家车企今后发力的重点。

4 2025 年保持乐观

国际宏观形势复杂多变，国际、国内“双循环”仍面临多方面的挑战。未来全球汽车市场，多极化的格局导致了前所未有的不确定性，逆全球化和贸易保护抬头带来了远超预期的难度，技术路线的区域分化也形成了一定的市场差异。

在这样的市场环境下，中国汽车及零部件企业一方面要通过自身的组织机制变革、流程优化等，积极寻求降本增效的有效途径，改善当下行业普遍存在的盈利困境；另一方面要通过差异化的技术创新和产品定义、新技术的跨界融合，以及相关核心零部件的垂直整合，重塑价值体系；此外还要继续积极探索数字化转型，利用新技术提升用户体验和运营效率，谋求长远发展。

国家也非常重视汽车产业的发展，中央经济工作会议部署的 2025 年的 9 项重点任务中，有 6 项与汽车行业息息相关。比如：“两新”政策会加力扩围实施，继续刺激消费；“人工智能+”行动，将有利于加速发展智能网联汽车技术，培育未来产业增长点；综合整治“内卷式”竞争，规范地方政府和企业行为，引导企业通过技术创新、产品创新以及差异化优势走上良性发展道路……

在各方的齐心努力之下，2025 年或许将是更为不凡的一年。中国汽车工业协会的预测相对乐观：2025 年我国汽车总销量预计将达到 3290 万辆，同比增长 4.7%。其中：2025 年国内乘用车总销量预计达到 2890 万辆，同比增长 4.9%；商用车总销量预计达到 400 万辆，同比增长 3.3%；新能源汽车总销量预计约 1600 万辆，同比增长 24.4%；出口总量预计实现 620 万辆，同比增长 5.8%。

在本土竞争中历经千锤百炼的中国车企及零部件企业，凭借更具性价比的产品和用户体验，将继续顽强地在白热化的竞争中谋求生存和发展，并加速融入全球汽车产业链。