

闻 言 培

随着2024年7月的结束,国内车市再次迎来了销量数据的揭晓。在这个传统销售淡季中,各大乘用车品牌纷纷交出了自己的成绩单。这一月,乘用车市场依旧展现出复杂的竞争态势,传统燃油车与新能源汽车之间的较量愈发激烈。

7月国内车市销量 172 万辆

新能源渗透率首次突破 50%

根据乘联会发布的最新数据,7月份国内狭义乘用车市场零售销量达172.0万辆,同比下降2.8%,环比下降2.6%,这已经是连续四个月销量低于去年同期。7月份新能源狭义乘用车销量87.8万辆,同比增长36.9%,环比增长2.8%。新能源车零售渗透率51.1%,首次超过50%,较去年同期36.1%的渗透率提升15个百分点。从车型分类来看,轿车市场零售销量为78.8万辆,同比减少6.6%;MPV市场零售销量为8.4万辆,同比减少10.2%;而SUV市场销量则达到84.8万辆,同比小幅增长1.9%。这一数据反映出,SUV市场依然是国内乘用车市场的中坚力量,而轿车和MPV市场则面临更大的挑战。

虽然传统燃油车市场仍面临一定压力,但新能源汽车的崛起已不可阻挡。随着技术的进步和消费者认知度的提高,新能源汽车的市场渗透率持续攀升,逐步成为乘用车市场的重要组成部分。此外,汽车以旧换新活动的持续开展以及地方购车政策的加持,也为乘用车市场注入了新的活力。

作为新能源汽车市场的领军企业,比亚迪在7月的表现依然抢眼。当月,比亚迪总销量达到342,383辆,其中乘用车销售340,799辆,同比增长30.5%。这一销量不仅创下了比亚迪单月销量的新高,也进一步巩固了其在乘用车市场的领先地位。其中,王朝网及海洋网共销售新车328178辆,同比增长31.3%;腾势汽车7

月销量10340辆,方程豹汽车1842辆,仰望汽车439辆。近几个月,随着比亚迪第五代DM技术大范围应用,产品矩阵更完善。伴随各品牌新车发布及战略调整,比亚迪也完成价格体系重建,这些均是助力比亚迪销量再创新高的重要举措。截止目前,比亚迪新能源汽车累计销售超830万辆,预计今年10月初将迎来第900万辆新能源汽车下线,达成新的里程碑。

奇瑞控股集团7月份销售汽车195,759辆,同比增长30.1%。其中,出口90,281辆,同比增长16.8%;新能源车销量45,370辆,同比增长254.5%。1-7月份,集团累计销售汽车1,296,380辆,同比增长45.4%。四大主力乘用车品牌表现:奇瑞品牌7月销量123,123辆,星途品牌7月销量14,443辆,捷途品牌7月销量41,106辆,iCAR品牌7月份销量6,065辆。在出口方面,1-7月份累计出口汽车622,439辆,同比增长27.4%。在目前国内车企中,奇瑞汽车是为数不多在发力新能源车市场的同时,也没有放弃燃油车市场的车企。

吉利汽车7月总销量为150,782辆,同比增长13%,但环比下降9.2%。这一数据表明,吉利汽车在面对市场挑战时依然保持了稳健的增长态势。然而,环比销量的下滑也暴露出吉利汽车在市场竞争中的压力。为了应对挑战,吉利汽车需要进一步优化产品结构,提升品牌影响力,以在激烈的市场竞争中占据更有利的位置。另外,吉利汽车今年1-7月累计销量1,106,512辆,同比增长超36%,距离200万辆的全年销量目标,目前进度已达成55.33%。具体到品牌方面,吉利品牌7

月销量113,855辆,今年1-7月累计销量855,715辆,同比增长超30%;领克品牌7月销量为21,272辆,今年1-7月累计销量147,272辆,同比增长超48%。极氪品牌7月交付15,655辆,同比增长30%,今年1-7月累计交付量103,525辆,同比增长89%。长安汽车7月销量207,743辆,同比增长3.4%,今年1-7月累计销量1,541,794辆。具体到品牌方面,长安启源7月交付12,445辆,连续交付破万;今年1-7月累计交付85,413辆。深蓝汽车7月销量16,721辆,今年1-7月累计销量100,579辆。阿维塔7月交付3625辆,同比增长103%,今年1-7月累计销量326,55辆。

长城汽车7月总销量为91,285台,同比下降16.32%。这一数据反映出长城汽车在市场竞争中面临的严峻挑战。为了扭转销量下滑的趋势,长城汽车需要加快产品更新换代的步伐,提升产品竞争力。同时,长城汽车还需要加强品牌建设和市场营销工作,以吸引更多消费者的关注和购买。

理想汽车在7月创下了单月交付新高,交付量达到5.1万辆,同比增长49.4%。这一数据表明,理想汽车在市场上表现抢眼,赢得了消费者的广泛认可。理想汽车的成功得益于其精准的市场定位和优秀的产品品质。未来,随着新能源汽车市场的不断扩大和消费者需求的不断升级,理想汽车有望继续保持良好的发展态势。

鸿蒙智行在7月交付了4.41万辆新车,同比增长508.25%。这一惊人的增长速度表明,鸿蒙智行作为新势力品牌正在迅速崛起。鸿蒙智行的成功得益于其独特的技术优势和创新的营销策略。未来,随着新能源汽车市场的不断发展和消费者对智能化、网联化需求的不断提升,鸿蒙智行有望成为市场上的重要力量。

小米汽车在7月继续保持月销过万的势头,SU7车型的交付量突破10000台。这一数据表明,小米汽车在市场上已经初具规模,并展现出巨大的发展潜力。小米汽车的成功得益于

其强大的品牌影响力和丰富的产品线。未来,随着小米汽车在技术研发、产品创新和市场拓展等方面的不断努力,其市场表现有望进一步提升。

此外,哪吒汽车7月共交付11015台,环比增长8%,今年1-7月累计销量64,785辆。旗下紧凑型SUV——哪吒X在海外双国上市,其中泰国72小时订单突破1000台,而新哪吒X也即将重磅上市。智己汽车7月销售6017台,同比增长249%,其中智己LS6充夺中大型纯电SUV市场7月销冠,智己L6也有着不俗的表现,在20万级中大型纯电轿车销量榜排名前三。

随着中国汽车工业的高速发展,自主品牌的风头已经无法阻挡。据统计,7月自主品牌国内零售份额为61.8%,同比增长8.5个百分点。业内人士分析,自主品牌的成功得益于其技术创新、品质提升和品牌影响力增强等多方面的努力。未来,随着自主品牌在新能源汽车领域的不断发力和消费者对自主品牌认可度的不断提升,其市场份额有望进一步扩大。

与自主品牌的强势相比,合资品牌就显得格外落寞。7月主流合资品牌零售44万辆,同比下降25%,环比下降8%。这一数据表明,合资品牌在国内乘用车市场中的表现并不尽如人意。面对激烈的市场竞争和消费者需求的不断变化,合资品牌需要加快产品更新换代的步伐、提升产品品质和服务水平以应对挑战。

7月广汽丰田销售59118辆,同比下滑23.43%,一汽丰田销售70165辆,相较6月份73545辆的销量明显下滑;7月本田汽车销售52567辆。2024年1-7月,本田在中国市场的终端汽车累计销量为468,473辆,销量同比减少了24.4%;7月日产汽车销售47102辆。其中东风日产(包括日产、启辰和英菲尼迪品牌)销量为44101台;轻型商用车事业板块(郑州日产)销量为3001台,总计47102台。环比下滑10.88%;7月长安福特销售16799辆,同比下滑18.53%。

总的来说,2024年7月的乘用车市场呈现出稳中有变、竞争激烈的特点。比亚迪、吉利汽车等主流品牌继续保持稳健的增长态势;理想汽车、鸿蒙智行等新势力品牌则展现出强劲的增长势头;新能源汽车市场持续增长并逐渐成为市场的主流;自主品牌份额不断提升而合资品牌则面临挑战。未来,随着新能源汽车市场的不断扩大和消费者需求的不断升级,乘用车市场将继续保持快速发展的态势。同时,市场竞争也将更加激烈和多元化。各大品牌需要不断创新、提升产品品质和服务水平以应对市场的变化和挑战。

