

2024年车市年终盘点

闻言培

在时光的流转中,2024年的国内汽车市场在跌宕起伏中缓缓落下帷幕。这一年,是技术革新与市场变革交织的一年,是传统与新兴力量碰撞的一年,更是加速洗牌的一年。在这片广阔而复杂的市场画卷中,有人欢喜,也有人忧愁。接下来,晨报君就为大家带来2024年各大车企的年终战报。

2024年,自主品牌汽车在国内市场继续展现出强大的竞争力。比亚迪无疑是最的赢家,全年累计销量达到427.21万辆,同比增长41.26%,超额完成了年初设定的362.4万辆的销量目标。比亚迪不仅在新能源汽车市场占据领先地位,更在海外市场取得了显著进展,全年海外销量达到40.77万辆。此外,比亚迪的商用车市场也取得了不俗的成绩,全年累计销量达到2.18万辆。比亚迪的市场统治力无人能及,从年初一直领跑到了年尾,并且连续4个月单月销量超过40万辆(其中3个月超50万辆),让所有同行都望尘莫及。

吉利控股集团同样表现出色,全年累计销量达到335万辆,同比增长超32%,不仅包含吉利品牌、极氪品牌、领克品牌,还包含沃尔沃、路特斯、极星、宝腾的销量。吉利在传统油车市场以及以极氪、银河序列为主的自主新能源品牌的带领下,超额完成了全年销售200万的目标,并且创下年销量历史新高。其中,极氪品牌全年交付新车22.2万辆,同比增长87%,成为吉利新能源转型的重要力量。

奇瑞控股集团也表现出强劲的增长势头,全年累计销量达到260万辆。奇瑞成为行业唯一实现新能源、燃油车、海外出口、国内市场“四赛道”全面增长的车企。新能源方面,奇瑞实现月销“十连涨”,接连迈过5万辆、7万辆、10万辆门槛。其中,12月份新能源销量首次突破10万辆,达到10.26万辆,成为自主品牌当中,除了比亚迪、五菱、长安之后,第四家新能源月销超10万辆的车企。海外方面,奇瑞2024年出口汽车114.46万辆,同比增长21.4%,连续22年坐稳“出口第一”的宝座。

长安汽车和上汽集团也位列自主品牌销量前列。长安汽车全年累计销量为223万辆,包含长安引力、深蓝汽车、阿维塔、长安启源、长安凯程等品牌。深蓝汽车作为长安汽车的新能源品牌,在2024年取得了显著的成绩,全年销量达到20.6万辆,虽然未能完成年初设定的28万辆的“激进”目标,但已经展现出强劲的增长潜力。上汽集团自主品牌销量达到240.8万辆,包含智己品牌、荣威飞凡、名爵品牌、五菱品牌、大通品牌等。尽管上汽大众和上汽通用销量有所下滑,但上汽集团通过扩大出口规模、推出新能源车型等方式,实现了销量的稳步增长。

长城汽车和广汽集团则面临一定的挑战。长城汽车全年累计销量为123.33万辆,包含哈弗、魏牌、长城皮卡、欧拉、坦克品牌等。尽管长城汽车在海外市场和新能源车市场取得了显著进展,但整体销量仍未达到预期。广汽集团自主品牌销量预计达到110万辆,包含广汽传祺、广汽埃安、昊铂等品牌。广汽埃安在网约车市场曾经风光无限,但如今却不得不面对甩不掉“网约车”标签的烦恼。尽管推出了新车型霸王龙(第二代埃安V)和A+级轿车埃安RT,但销量增长仍然乏力。

2024年,合资车企在国内



市场的表现呈现出分化态势。一方面,部分合资车企向新能源市场的转型相对缓慢,新能源车销量占比较低,导致整体销量出现下滑;另一方面,部分合资车企在新能源转型方面取得了一定进展,开始陆续与国内科技巨头下场合作,推出符合中国消费者喜好的智能车机和NOA等全场景应用,加速本地化进程,探索新的合资模式。

一汽-大众作为国内合资车企的佼佼者,在2024年继续保持了强劲的市场表现。全年累计销量达到165.91万辆(含奥迪进口车),其中大众品牌全年交付92.8万辆,奥迪品牌终端销售61.11万辆(含进口车),捷达品牌终端销售12万辆。大众品牌在燃油车市场份额逆势增长,稳居市场TOP2;奥迪品牌则位列国产燃油豪华车市场销售份额第一。一汽-大众相关负责人表示,面对汽车市场的剧烈变化,公司积极应对智能网联、新能源等新技术对行业的深层影响,在自研混动、整车研发、IT系统国产化、营销创新等方面都取得了显著成效。

上汽大众2024年销量突破120万辆,虽然较2023年有小幅下滑,但仍然保持了较大的市场份额。其中,大众品牌2024年销量突破114万。其中,帕萨特家族年销量达到252580辆,朗逸家族12月销量突破3.9万辆,途观家族销量12月销量26697辆。上汽奥迪方面,2024年全年累计销量达43220辆,并实现了新车交付70%的增长。

另一家合资巨头上汽通用累计终端销量67.3万辆(含出口),总体呈现厚积薄发的趋势。尤其是在刚刚过去的12月,上汽通用汽车终端销量为73,058辆(含出口),再度创下当年月度销量新高,且连续6个月实现环比上涨,加速回暖迹象明显。另外,新能源板块呈现出较为迅猛的增长势头,全年销量合计超10万辆,达104,905辆,同比劲增56%,新能源渗透率在主流合资车企中排名靠前,充分表明企业在智电转型方面取得了积极成效。

随着新能源汽车的市场渗透率逐渐提高,合资车企也在加速新能源转型。例如,一汽丰田在2024年实现了销量的连续两年正增长,全年累计销量达到80.02万辆。其中,电动化车型全年销量38.46万辆,同比增长36%,占比达48%。长安马自达汽车有限公司2024年销量同比增长8%。

然而,合资品牌的整体形势仍然严峻。大部分合资车企仍处于新能源转型的阵痛期,在新能源汽车领域的布局相对滞后,具有竞争力的新能源车推出节奏较慢,车型数量较少,导致在新能源市场的竞争力不足。尽管部分合资车企在新能源市场有所布局,但销量占比仍然较低。从最近的消息不难发现,为了应对中国市场的残酷竞争,越来越多曾经“高高在上”的合资车企开始低头,积极探索新的合资模式,从传统的“外资提供产品与技术,中方负责生产与市场”的老合资模式,向

本土品牌技术反哺和供应链创新的新合资模式转变。

在这场百年难遇的汽车变革洪流中,获益最大的当属国内的造车新势力。理想汽车全年共交付新车50.05万辆,同比增长33%,成为新势力“销冠”。其中,12月单月交付量达到5.85万辆,同比增长16.2%,创交付新高。从全年表现看,理想汽车从2024年5月开始销量明显提升,这主要得益于定位较低的理想L6上市为理想汽车带来了新的增长点,该车上市7个月累计交付突破15万辆。另外,理想汽车还在2024年4月开启了首次官方降价策略,最高降幅达3万元。

问界全年实现了42.7万辆销量,同比增长182.84%,是所有新汽车品牌中增速最快的。问界销量表现亮眼,主要得益于华为智驾系统的赋能。不过,随着华为与其他车企的合作深入,问界身上的光环有被弱化的风险。问界从2024年9月开始销量呈持续下滑趋势。尽管如此,鸿蒙智行全年44.5万辆的销量,依然印证了华为在新造车行业中的强大影响力。

蔚来汽车全年共交付新车22.197万辆,同比增长38.7%。其中,12月单月交付量突破3万辆,达到3.11万辆。蔚来旗下的乐道品牌也在2024年取得了不俗的成绩,全年交付新车2.08万辆。在成交均价30万元以上的纯电市场,蔚来品牌持续引领,已连续23个月市场占有率稳居第一,市场份额超过40%。

小鹏汽车虽然面临一定的挑战,但仍然展现出强劲的增长潜力。全年总交付量为19.01万辆,12月单月交付量达到3.67万辆。小鹏汽车通过不断推出新产品、提升服务质量等方式,努力扩大市场份额。同时,小鹏汽车也在加速新能源转型,推出更多符合市场需求的新能源车型。

小米汽车在2024年取得了令人瞩目的成绩。全年交付已超过13.5万辆,12月交付超2.5万辆。小米汽车凭借出色的产品力和营销策略,成功吸引了大量消费者的关注。同时,小米表示2025年全年交付目标30万辆。新车小米YU7将于2025年6-7月迎来正式上市,预计价格区间30-40万元。小米汽车的出色表现,为新势力品牌树立了新的标杆。

零跑汽车同样表现出色。全年累计交付新车29.37万辆,同比增长超100%。零跑汽车凭借好而不贵的产品力和稳扎稳打的节奏,成功实现了销量的快速增长。目前,零跑已经连续两个月交付破4万辆,紧追理想和鸿蒙智行,并且把蔚来和小鹏都远远甩在了身后。

作为每年汽车行业受关注的重点,新造车企业的淘汰赛在2024年又来到一个小高潮。曾经的新势力“黑马”哪吒汽车、有着百度吉利撑腰的极越,均在2024年爆发危机。对于非头部新势力车企来说,如何保持留在牌桌上,已经成为它们最为迫切的需求。2025年,国内车市的竞争将愈发加剧,价格战与智驾技术的比拼依旧是市场的主旋律。

