



宏观研究

【粤开宏观】汽车消费，谁主沉浮？ ——影响中国汽车消费的长期因素

2022 年 05 月 30 日

分析师：罗志恒

执业编号：S0300520110001

电话：010-83755580

邮箱：luozhiheng@y kzq.com

研究助理：原野

近期报告

《【粤开宏观】走出“至暗时刻”，建议尽快发行特别国债》2022-05-16

《【粤开宏观】全球通胀大变局：当前特征、长期趋势和政策启示》2022-05-16

《【粤开宏观】财政大规模退税主动作为，维护宏观经济稳定：1-4 月财政数据点评》2022-05-17

《【粤开宏观】透视地方财政负增长：假象与真相》2022-05-22

《【粤开宏观】汽车消费刺激政策重出江湖，稳消费稳增长》2022-05-29

摘要

汽车作为国民经济中除地产、基建之外最重要的行业，不仅牵动工商百业，更关乎国计民生。供给侧，建设汽车强国是实现制造强国的重要支撑；需求侧，壮大汽车消费有利于实现以消费促生产的良性循环，为构建新发展格局提供助力。

今年受到疫情影响，汽车产业发展遭遇“逆流”。尤其是上海市，作为国内汽车产业重镇，全球近半数汽车零部件巨头总部和部分工厂都位于上海，包括采埃孚、安波福、佛吉亚、法雷奥、博世/联合电子、博格华纳、飞思卡尔、上汽英飞凌、福耀玻璃、银轮股份、大洋电机等芯片制造商以及座椅、仪表、轮胎、线束供应商。与此同时上海疫情还波及至长三角其他省市，造成超过八成的零部件企业停产，给全国的汽车企业造成极大影响。多家车企停工停产，除了上汽、特斯拉等，其他地区如广汽本田、广汽丰田也出现了被动停工停产的现象。根据中汽协数据 2 月汽车产量仍保持同比正增，但 3 月产量为 224.1 万辆，同比增长-9.1%，4 月产量为 120.5 万辆，同比增速进一步下跌至-46.1%。目前，上海、江苏“白名单”企业仍面临人员返岗复工率低、产能利用率低等诸多困难，复工复产进展缓慢。

但从中长期来看，疫情影响终将消退，叠加新一轮汽车消费刺激政策密集出台，汽车产业将逐步回归正常轨道。我们在《汽车消费刺激政策出台，稳消费稳增长效果将如何？》一文中就短期市场和政策进行了分析。本文将基于长期视角，探讨国内汽车市场呈现怎样的发展格局？长期影响汽车消费的因素有哪些？以及未来关注哪些方面问题？

一、国内汽车市场的发展格局

1、从整体看，中国是全球最大的汽车市场，产销规模位列第一，近年来虽有波动，但保持了稳中有增的发展态势。2021 年汽车产销分别完成 2608.2 万辆和 2627.5 万辆，同比增长 3.4%和 3.8%，结束了三年的平台调整期，增速企稳回升。2022 年疫情再度对汽车市场产生较大冲击，政策护航下汽车行业已进入周期复苏。

2、从汽车耗能结构看，新旧能源分化显著，绝对量上燃油车仍是消费主力，但新增乏力；新能源汽车发展迅猛，“油换电”不断提速。据中汽协数据，2021 年传统燃油车销量为 2275.4 万辆，同比减少 5%；新能源汽车累计销量 352.1 万辆，同比增长 157.5%。新能源汽车全年渗透率 13.4%，增长 8 个百分点，12 月数据更是超过 20%。

目前看，新能源汽车以纯电动为主，纯电动车占比超过 80%，同时市场呈“哑铃状”结构，中端市场仍具潜力。2021 年销售居前的车型中，A00 级的宏光 MINI 始终居榜首，而特斯拉 ModelY、Model3、理想 ONE 等 B+级车型也居于前列。

区域上，限购的特大城市依然是新能源汽车消费的主力，但近两年需求趋



稳，销量增速和占比有所下滑，而未实施限购的大中型城市、县乡市场的销量占比逐步提升。2021 年成都、苏州、佛山等城市，新能源乘用车同比增速分别为 181.9%、236.4%和 341.4%。新能源汽车在非限购地区的快速渗透，反映出新能源汽车产业发展已从政策驱动逐步转向市场驱动。

3、从品牌结构看，国潮当红，合资式微，自主品牌强势崛起，造车新势力呈“千帆竞发”的多元发展格局。根据乘联会数据，2021 年自主品牌销售 829.8 万辆，同比增长 20.6%，市场占有率为 41.2%，较上年提升 5.5 个百分点；而合资及外资品牌销售 1184.8 万辆，同比减少 4.5%。**自主品牌的崛起主要得益于新能源市场渗透率的大幅提高。**2021 年新能源乘用车零售销量前 15 的车企中，自主品牌占据 12 席，其中 4 家为造车新势力。

4、从未来发展看，过去十年世界汽车产业竞争格局较固化，自主品牌难与老牌车企比肩，但随着全球减碳的深化，叠加汽车产业电动化、智能化的发展趋势，产业格局面临重塑，部分自主品牌有望实现变道超车。燃油车时代，合资/外资企业在动力总成等方面具有技术优势，产品性能优于国内自主品牌。2010-2020 年间仅上汽集团和吉利汽车跻身全球前 15 家整车厂，排名前列的整车厂商仍以丰田、大众、通用、福特等日美德系品牌为主。但随着汽车产业变革加速，中国有望成为新的汽车工业中心。

二、影响汽车消费的主要因素

汽车作为传统的大宗消费品，主要受到人口结构、收入水平、消费意愿、市场政策、配套基础设施建设和相关商品等因素的影响。

1、我国的人口老龄化快速上升，生育率偏低，青壮年人数减少，或将抑制汽车消费需求。但人口是慢变量，且老龄化引致了增换购需求，人口结构恶化对汽车消费的抑制作用整体有限。

2、收入水平越高，未来预期收入越高，汽车消费越多，全社会汽车保有量也越多。收入水平直接影响居民的消费能力，历史上汽车消费和收入水平相关性较强。此外，国际经验显示，人均 GDP 越高的经济体，千人汽车保有量越高。根据公安部数据，2021 年我国汽车保有量 3.02 亿辆，千人汽车保有量 214 辆，距离发达国家 500 辆的平均水平仍有较大提升空间。

3、消费意愿强弱决定了收入转换为消费的程度，其背后是收入分化问题。疫情导致低收入阶层的消费意愿大打折扣，收入更多转换为预防性储蓄，表现为社会边际消费倾向下滑；而高收入阶层消费影响较小，甚至出现报复性消费。反映在汽车消费上，2020 年下半年以来豪华车消费增长较快，例如 9 月高档 SUV 同比增速为 105.3%，远超中低档销量增速，但汽车市场整体销量较 2019 年仍较低。

4、汽车消费受短期政策影响大，如财政税收、货币政策和限购政策。一是近十年购置税刺激和退坡几乎是汽车销售趋势性波动的主线。二是货币政策对汽车消费产生影响，汽车销量与 M2 同比增速较一致。三是过去部分城市出于缓解拥堵、治理污染的考虑采取了汽车限购政策，或对汽车消费空间产生挤压，但长期看限购政策将逐步放宽，政策将从购买管理转向使用管理。

5、长期看，城市道路的不断优化，公路网络的深入蔓延，充电桩、换电站等设施的完善，停车位等配套设施的丰富将改善汽车使用环境，对汽车消费形成正向促进。基础设施的完善必然也会提高公共交通体系的便捷性，地铁、公交、网约车等或对汽车消费产生一定的替代，但这种影响较小。例



如网约车确实降低了购车性价比，但同时也提高了汽车的使用频率，加快了报废速度，反而可能引致网约车换新的需求。

6、微观主体对于某一商品的消费需求很大程度上受该商品与其他商品之间的替代与互补关系影响。就汽车而言，对其影响最大的当属住房消费。

2013 年以前，地产周期和汽车消费周期同步性较强，两者呈现一定“互补性”。一方面，归因于我国居民“先有房后有车”的传统消费理念；另一方面，由于房地产带来了财富效应。但近年来这种强“互补”性逐渐减弱，主要由于居民杠杆率处于高位，“六个钱包”被大幅透支，加杠杆力度有限，制约了汽车销量高增长。

综上，我们对未来汽车消费有以下四点判断：

- 1) 人口结构对汽车消费的影响有限，人口基数仍将对汽车消费提供支撑。
- 2) 随着我国居民收入水平的不断提升，收入结构的加速优化，汽车保有量将不断趋向发达经济体水平，汽车消费的增长空间仍然巨大。
- 3) 2022 年“稳增长”政策的效力将逐步显现，宽货币逐渐向宽信用传导，促消费政策落实落细，地产的挤出作用减小都将对汽车消费形成支撑，提高汽车销量。
- 4) 疫情只是短期扰动，中国汽车产业仍处于景气向上周期，新能源汽车快速发展，产业链节点加速完善，2022 年自主品牌崛起的逻辑仍将持续演绎，汽车市场有望加速复苏，并在再度迎来产销两旺局面。

三、未来需要重点关注的问题

1、锂、钴、镍等矿石资源涨价，叠加补贴退坡导致新能源车集体提价，可能削弱其价格优势。工信部明确提出：新能源汽车动力电池，面临锂钴镍等矿石资源保障和价格上涨的压力，必须要提高锂钴镍等关键资源保障能力。

2、乘用车制造外资持股比例限制取消可能与自主品牌产生更大竞争。2021 年 12 月 27 日，国家发改委公布了《外商投资准入特别管理措施（负面清单）（2021 年版）》，在汽车制造领域，取消乘用车制造外资股比限制以及同一家外商可在国内建立两家及两家以下生产同类整车产品的合资企业的限制。

3、供给端技术的发展与突破，重点关注八个方向。一是内燃机技术研发和性能提升；二是混动技术的深化发展；三是轻量化的发展与应用，一体化压铸技术的趋势；四是新体系、新结构的动力电池以及电池的安全性；五是电动车网联化的进展；六是氢燃料电池技术的应用；七是智能化推动汽车电子架构颠覆性变革，关注域控制器、智能座舱；八是换电模式推广应用。

风险提示：疫情反复扰动、新能源汽车销量不及预期



目 录

一、国内汽车市场的发展格局	5
二、影响汽车消费的主要因素	12
三、未来需要重点关注的问题	21

图表目录

图表 1：我国汽车产销规模稳中有增	5
图表 2：大城市汽车保有持续提升	6
图表 3：2020 年以来新能源汽车当月销售增速显著高于传统燃油车	6
图表 4：新能源汽车渗透率不断提升	7
图表 5：新能源汽车市场呈“哑铃状”结构，A00 和 B 级以上销量较多	7
图表 6：2021 年 12 月排名前 10 的热销款新能源汽车中 A00 级、B 级车居多（单位：辆）	8
图表 7：新能源汽车高度集中于东部省份	9
图表 8：2021 年新能源乘用车销量前 10 的城市	9
图表 9：新能源汽车在非限购的大中城市及县乡市场快速渗透	10
图表 10：2021 年下半年自主品牌销量增速显著快于合资/外资品牌	10
图表 11：2021 年新能源厂商零售销量排行榜	11
图表 12：近 10 年来全球排名前 15 整车厂商的市场份额	12
图表 13：1990 年后生育率持续低迷导致近年来人口结构恶化	13
图表 14：青年人数减少对汽车消费产生抑制	13
图表 15：人口结构老龄化下增换购需求对汽车销售的拉动作用提高	13
图表 16：人均收入和汽车消费走势较一致	14
图表 17：汽车保有量和收入水平强相关	15
图表 18：主要经济体千人汽车保有量	15
图表 19：疫情以来收入分化显著，收入均值显著高于中值，2021 年逐步改善	16
图表 20：高档 SUV 销量增速显著高于中低档	16
图表 21：近年来，购置税刺激和退坡几乎是汽车销售趋势性波动的主线	17
图表 22：汽车消费与货币周期具有一致性	18
图表 23：千人公路网长度与千人汽车保有量相关性较强	19
图表 24：近年来高速公路增速有所放缓	19
图表 25：汽车消费周期与地产周期较一致，但近年来同步性大幅减弱	20



一、国内汽车市场的发展格局

1、中国是全球最大的汽车市场，产销规模位列第一，近年来虽有波动，但保持了稳中有增的发展态势。

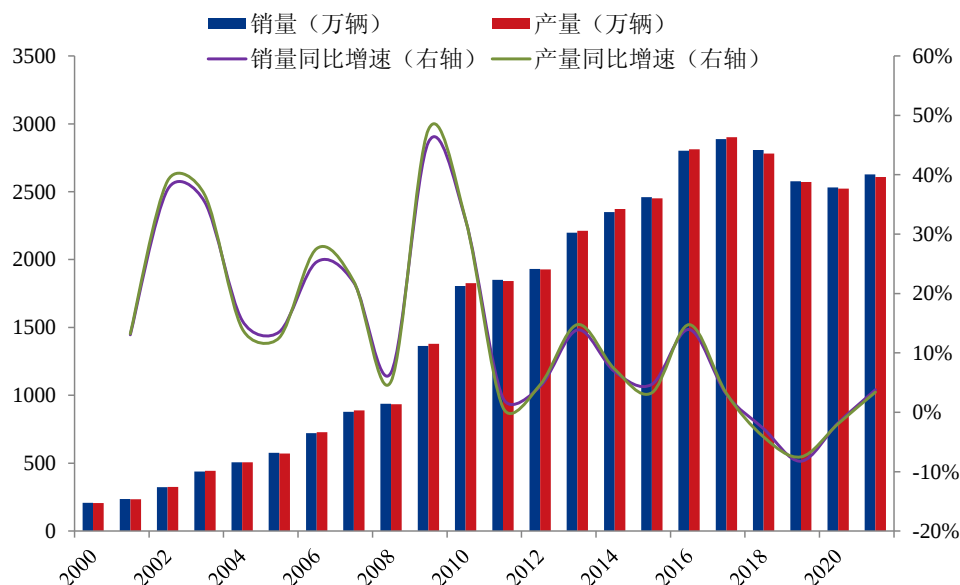
自我国加入 WTO 以来，汽车消费需求不断被释放，产销规模迅速增长，2009 年超过美国，成为全球最大的新车消费市场，并始终保持较高增速。2017 年汽车销量达到峰值 2887.9 万辆，随后，国内信贷收缩，中美贸易摩擦加剧导致经济下行压力较大，汽车销量有所下滑，2020 年世纪疫情更为汽车市场蒙上阴影，产销再度受挫，2 月销量一度下滑 79.1%。但得益于我国疫情防控得当，复工积极，叠加宽松的信贷环境和对新能源汽车的大力扶持，汽车销售在当年实现“V 型”反转。

2021 年汽车产销结束三年下滑态势，增速企稳回升。2021 年以来，疫情反复、芯片短缺、上游涨价对市场供需产生制约，并对市场信心产生消极影响。然而全年产销数据表现良好，分别完成 2608.2 万辆和 2627.5 万辆，同比增长 3.4%和 3.8%，结束了 2018-2020 年的下降趋势，连续 13 年保持全球汽车产销量第一。一方面，说明消费需求仍有潜力，尤其新能源汽车的认可度在不断提高；另一方面，反映我国生产具有韧性，部分自主品牌供应链管理能力强，政策接续发力下，我国迈向世界汽车强国的步伐不断加速。

中心城市新车的保有水平持续提升。随着以城市群、都市圈为核心的新型城镇化建设不断推进，中心城市日益发展壮大，相应的汽车保有量提升较快。有 79 个城市的汽车保有量超百万辆，较 2020 年增加 9 个。其中北京、成都、重庆超过 500 万辆；苏州、上海、郑州、西安四市超过 400 万辆；武汉、深圳、东莞等 13 个城市超过 300 万辆。

2022 年疫情再度对汽车市场产生冲击，但随着 6 月复产复工加速，叠加购置税减免、汽车下乡等政策呵护，汽车行业已进入周期复苏。

图表1：我国汽车产销规模稳中有增



资料来源：中汽协、粤开证券研究院



图表2：大城市汽车保有持续提升

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
汽车保有量超 100 万辆的城市数量	49	53	61	66	70	79
汽车保有量超 300 万辆的城市数量	6	7	8	11	13	20

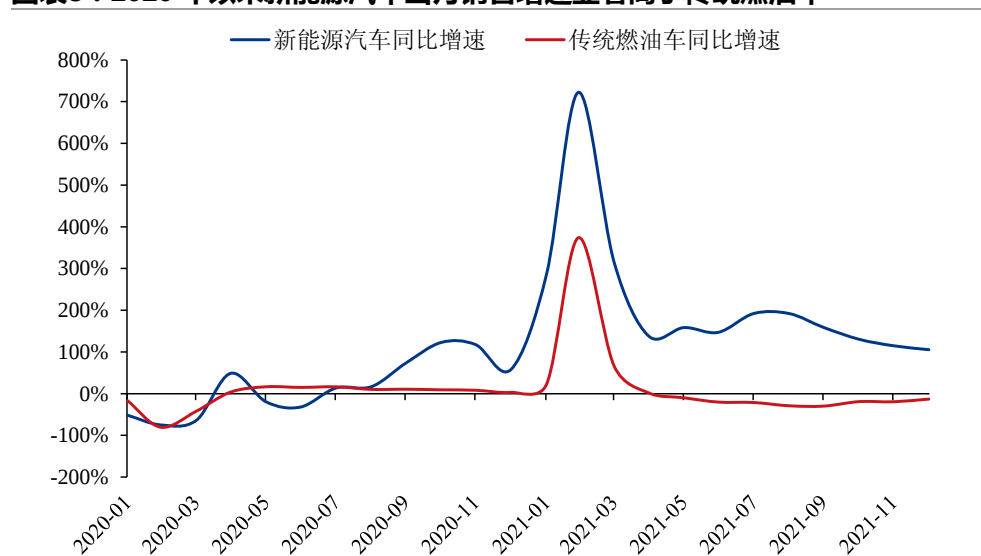
资料来源：公安部、粤开证券研究院

2、新旧能源分化显著，绝对量上燃油车仍是消费主力，但新增乏力；新能源汽车发展迅猛，“油换电”不断提速。

据中汽协数据，2021 年传统燃油车累计销量为 2275.4 万辆，同比减少 5%，新能源汽车累计销量 352.1 万辆，同比上涨 157.5%。2020 年以来，新能源汽车销售增速显著高于传统燃油车，渗透率不断提升，2021 年 12 月新能源汽车渗透率达到 19.1%，乘用车渗透率更是超过 20%，全年渗透率 13.4%，增长 8 个百分点。

新能源汽车以纯电动为主，市场呈“哑铃状”结构，中端市场仍具潜力。从动力类型看，新能源汽车分为纯电动汽车（EV）、包括增程式在内的插电式混合动力车（PHEV）以及燃料电池车（FCV），其中纯电动车占比最大，超过 80%，插混车占比约 18%。2021 年以来，比亚迪王朝系列推出秦 DM-i、唐 DM-i 等高性价比混动车型，避免了纯电动车的里程焦虑问题，带动混动车销量提升，加速了对燃油车的替代，也驱动比亚迪市市场份额的提升。比亚迪在混动车市场的市占率超过 40%，而排名第二的理想相关比例为 16%。**从车型来看**，新能源车市场呈“哑铃状”结构，价格低于 10 万元的 A00 级车和价格高于 25 万元的 B 级以上车销量较多。例如 2021 年销售居前的车型中，A00 级的宏光 MINI 始终居榜首，而特斯拉 ModelY、Model3、理想 ONE 等也居于前列。A00 型车主要满足了对于电动摩托车、电动三轮车等低速电动车的替代需求，而 B 级以上车型热销则反映了一线城市消费者对辅助驾驶功能、科技感的支付意愿，中端市场的开发空间仍较大。

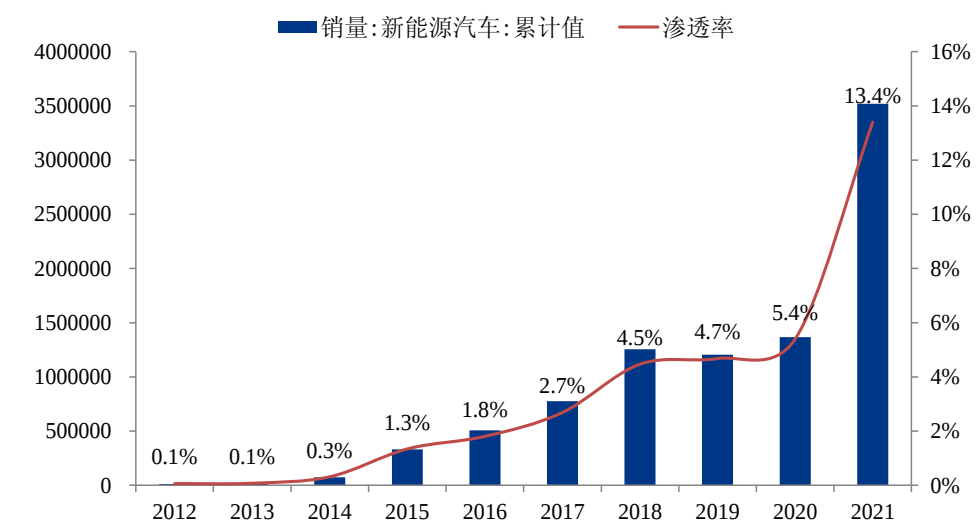
图表3：2020 年以来新能源汽车当月销售增速显著高于传统燃油车



资料来源：中汽协、粤开证券研究院

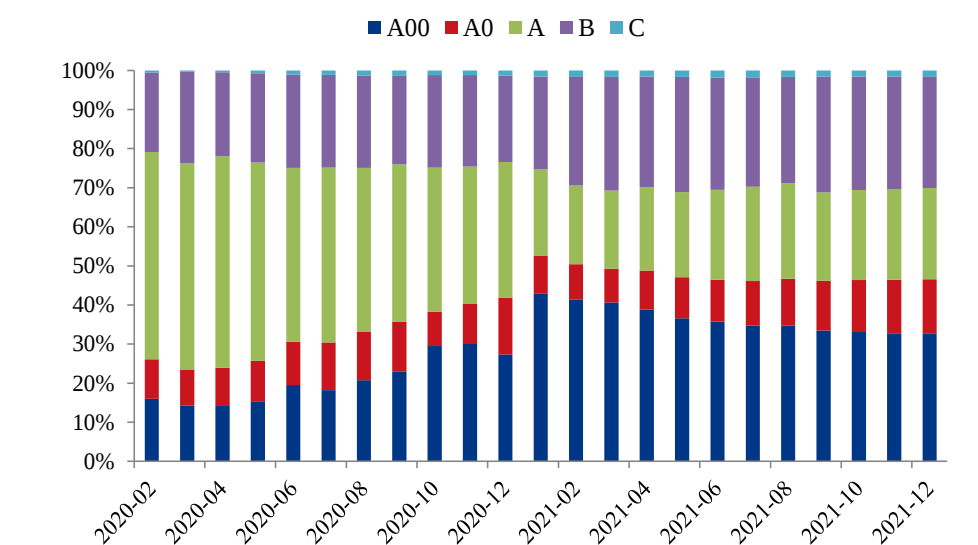


图表4：新能源汽车渗透率不断提升



资料来源：中汽协、粤开证券研究院

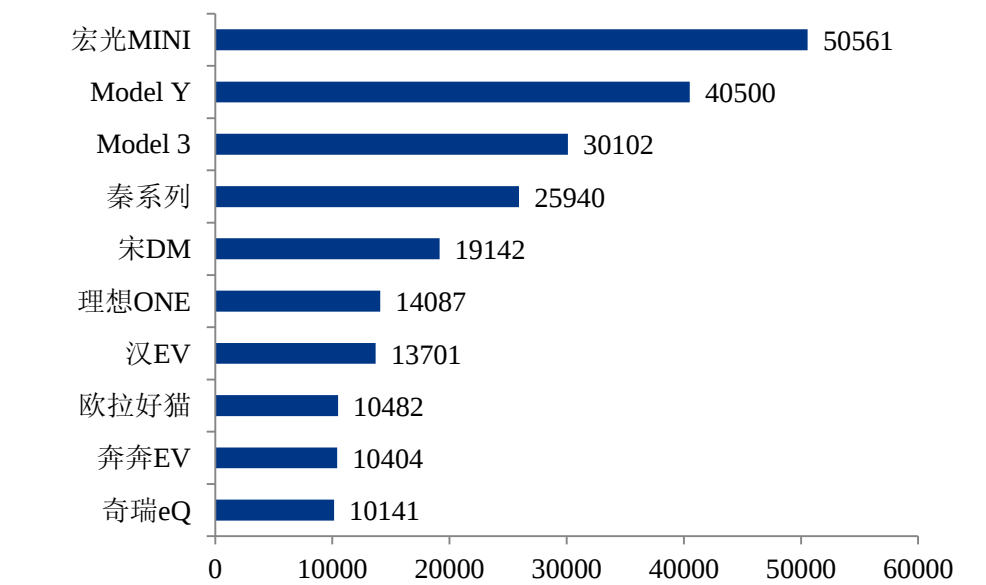
图表5：新能源汽车市场呈“哑铃状”结构，A00和B级以上销量较多



资料来源：乘联会、粤开证券研究院 (EV 批发销量)



图表6：2021 年 12 月排名前 10 的热销款新能源汽车中 A00 级、B 级车居多
(单位：辆)



资料来源：乘联会、粤开证券研究院

新能源汽车销量高度集中于东部沿海省份，主力仍在限购的特大城市，但近两年销量增速和占比趋势性下滑，而非限购的大中型城市、县乡市场的占比逐步提升。根据交强险数据，2021 年广东、浙江、上海、江苏新能源乘用车销量居前，占全市场新能源汽车销量的比重分别为 14.2%、10.8%、8.4%和 8.3%。东部沿海省份销量领先的原因有三：一是经济较发达，需求本身较旺盛；二是人口结构较好，青壮年占比高，对于新能源车的接受度更高；三是没有寒冷气候导致电池续航缩水的困扰。近两年限购城市需求趋稳，销量占比有所下滑，而非限购城市新能源汽车销量增长较快。例如 2021 年成都、苏州、佛山等城市，新能源乘用车同比增速分别为 181.9%、236.4%和 341.4%。

新能源汽车的快速发展得益于政策布局早、行动早，经过多年的战略性引导，新能源汽车的发展已经逐步从政策驱动转向市场驱动。从科技部启动国家 863 新能源汽车研发计划，到全国新能源汽车推广应用补贴计划，再到推动汽车网联化、智能化与电动化协同发展，极大地推动了我国新能源汽车从研发到产业化发展进程。2020 年 11 月

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_42485

