



汽车行业 1 月汽车产销分析： 产销同比小幅增长 新能源车 加速渗透



投资要点

1月汽车行业总体平稳，产销同比小幅增长：据中汽协2月18日发布的数据，2022年1月全国汽车产销量分别完成242.2万辆和253.1万辆，环比分别下降16.7%和9.2%，同比分别增长1.4%和0.9%。在去年同期基数较高的背景下，汽车产销仍实现同比微增，行业持续向上态势持续。

据中国汽车流通协会发布的2022年1月“汽车经销商库存”调查结果：汽车经销商综合库存系数为1.46，同比下降4.6%，环比上升2.1%，库存水平回升，但仍处于警戒线下方。高端豪华&进口品牌库存系数为1.22，环比上升2.5%；合资品牌库存系数为1.46，环比上升3.5%；自主品牌库存系数为1.58，环比上升2.6%。由于去年四季度缺芯状况缓解，汽车供给逐步恢复，经销商库存水平进一步恢复。2022年1月节前消费进入尾声，受散点疫情影响，返乡过节人数仍未恢复至疫情前水平，节前消费受到一定影响。考虑到2月是春节假期，厂家生产清淡，预计2月份汽车库存依然将处于较低水平，进入3、4月份经销商库存预计将继续回升。

新能源汽车加速渗透，插混车型同比增速领先：1月，新能源汽车产销分别完成45.2万辆和43.1万辆，同比分别增长1.3倍和1.4倍。其中，纯电动汽车产销分别完成36.7万辆和34.6万辆，同比均增长1.2倍；插电式混合动力汽车产销均完成8.5万辆，同比均增长2.0倍；燃料电池汽车产销分别完成142辆和192辆，同比分别增长3.9倍和2.0倍。新能源汽车市场渗透率达到17.0%，加速渗透。

在政策支持以及供给驱动下，我国新能源车产业链逐渐成熟，多元化新能源车产品不断满足市场需求，今年新能源汽车有望继续保持超预期的高增长。

乘用车产销同比增速好于行业水平，SUV表现亮眼：1月，乘用车产销分别完成207.7万辆和218.6万辆，环比分别下降17.8%和9.7%，同比分别增长8.7%和6.7%，表现好于行业整体。细分车型来看除MPV产销外，其余三类车型均实现正增长，SUV增速领先。

1月，中国品牌乘用车销售100.4万辆，同比增长15.9%，占乘用车销售总量的45.9%，比去年同期增长3.7个百分点。

由于中国乘用车市场正逐步由增量市场转为存量市场，竞争加剧，分化将成为未来自主品牌的主旋律，技术薄弱、新车推出缓慢、规模较小的品牌将逐渐被淘汰出局，市场份额将加速向长城、吉利等拥有品牌及技术优势的龙头企业集中。

商用车产销同比大幅下降，重卡环比增长：1月，商用车产销分别完成34.5万辆和34.4万辆，环比分别下降9.3%和5.5%；同比分别下降28.0%和25.0%。

分车型看，客车、货车均呈现同比下降。

1月，重卡销量为9.5万辆，同比下降48%，环比增长69%。主要车企中国重汽重卡1月销量2.7万辆，同比增长7.3%。重卡前九强企业中有

4家市占率上升，其中中国重汽市占率上升最大，比去年同期提升15.0pct至28.4%。我们预测随着重卡2-3月的淡季结束，以及稳增长政策的陆续出台，重卡行业复苏或将早于预期。

投资建议：2022年1月汽车产销表现平稳，同比小幅增长。我们预计一季度汽车市场需求相对稳定，缺芯将继续缓解，但考虑到去年同期高基数因素，今年一季度汽车产销会实现同比小幅增长，新能源车依然延续高增长，全年超预期概率较大。我们重点推荐三条主线：

(1) 新品周期强劲的自主品牌龙头：长城汽车、比亚迪。

(2) 与电动智能化产业链紧密相关，成长确定性高的零部件企业：德赛西威、香山股份、三花智控、星宇股份、玲珑轮胎。

(3) 市占率不断提升，有望迎来业绩拐点的重卡企业：中国重汽。

风险提示：上游原材料价格大幅上涨；车用芯片短缺影响持续；经济增长乏力影响汽车需求。

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_37378

