



## 我国新能源车能否实现“弯道超车”

作者：郭桢

电话：010-88052647

邮箱：guozhen@xinhua.org

编辑：杜少军

审核：张 骐

官方网站：[www.cnfin.com](http://www.cnfin.com)

客服热线：400-6123115



据工信部消息，截至8月31日，我国已经累计推广新能源车超过700万辆。2020年新能源汽车总补助金额105亿元，平均每辆车补贴1.8万元。

发展新能源车是我国制定的重要战略，承载着汽车工业实现“弯道超车”的重要使命和实现“双碳目标”的战略任务。为切实解决消费者普遍关注的续航里程、充电便捷、行驶安全等问题，国家和地方出台了大量措施，8月份我国新能源车销量增长近两倍。

## 目录

一、新能源汽车逆势而上 销量增长近两倍 .....	3
二、改变石油对外依赖度 破局西方技术壁垒 .....	4
三、国内自主品牌取得突破 .....	5
四、切实解决消费者关切问题 加快新能源车推广使用 .....	7

## 图表目录

图表 1：2020.1-2021.8 新能源车批发销量(万辆) .....	3
图表 2：8 月纯电动、插电式混合动力车销量增速变化 .....	4
图表 3：2020.11-2021.8 月长城、长安、吉利批发销量(万辆) .....	6
图表 4：2019.1-2021.7 各线城市销量增速 .....	6

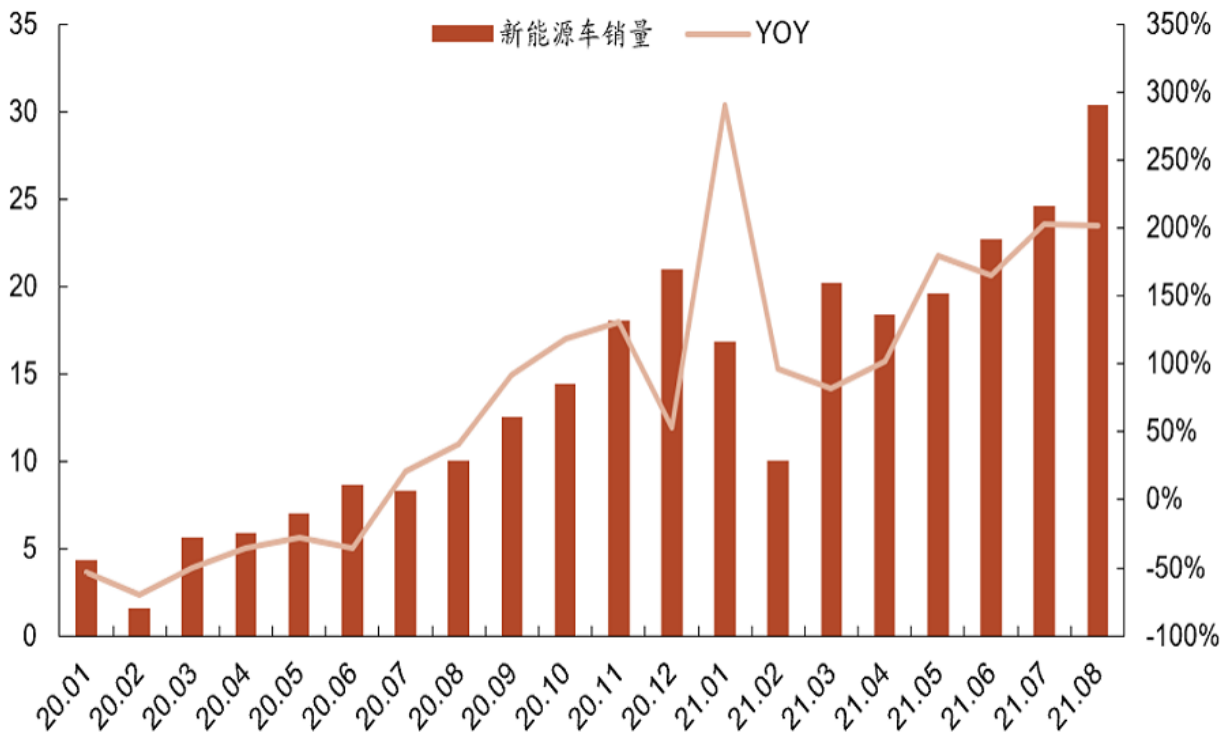
## 我国新能源车能否实现“弯道超车”

据工信部消息，截至8月31日，我国已经累计推广新能源车超过700万辆。2020年新能源汽车总补助金额105亿元，平均每辆车补贴1.8万元。发展新能源车是我国制定的重要战略，承载着汽车工业实现“弯道超车”的重要使命和实现“双碳目标”的战略任务。为切实解决消费者普遍关注的续航里程、充电便捷、行驶安全等问题，国家和地方出台了大量措施，8月份我国新能源车销量增长近两倍。

### 一、新能源汽车逆势而上 销量增长近两倍

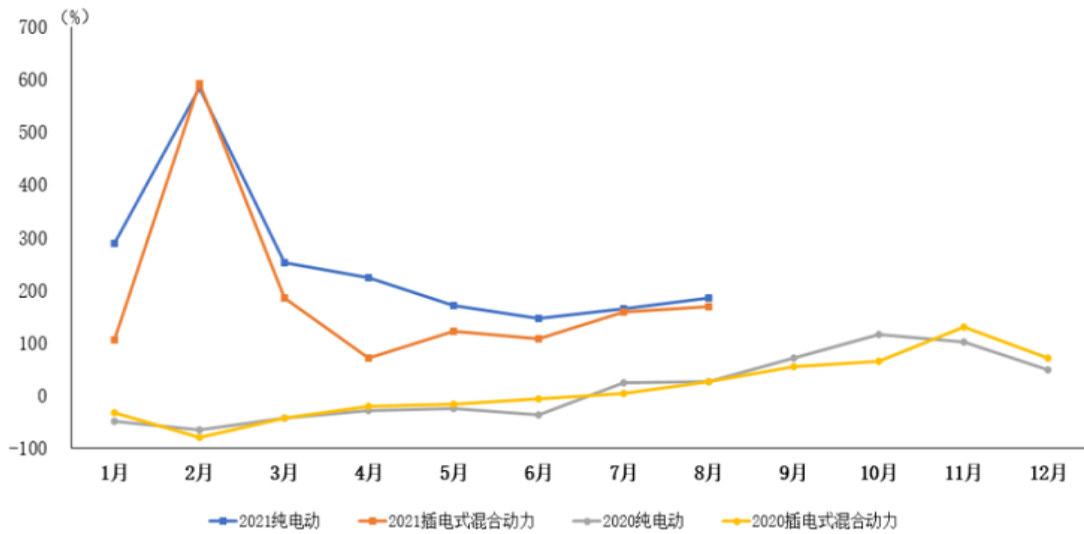
根据中汽协9月12日公布的数据显示，8月份，在汽车整体销量不佳的情况，新能源车逆势而上，销量达到32.1万辆，环比增长18.6%，同比增长181.9%。1-8月新能源车累计销量179.9万辆，同比增长192.8%。其中，纯电动车销量为24.9万辆，同比增长200.4%；插电混动销量5.5万辆，同比增长211.3%。

图表 1：2020.1-2021.8 新能源车批发销量(万辆)



来源：乘联会，新华财经

图表 2：8 月纯电动、插电式混合动力车销量增速变化



来源：中汽协，新华财经

## 二、改变石油对外依赖度 破局西方技术壁垒

发展新能源汽车是我国制定的重要战略。7月30日，中共中央政治局会议提出，要挖掘国内市场潜力，支持新能源汽车加快发展。近年来，我国出台了多项新能源汽车鼓励政策，支持新能源汽车发展，将新能源汽车产业提升至“十四五”政府产业支持发展的重点，承载着我国汽车工业实现“弯道超车”的重要使命。在国家政策支持的基础上，各地也给予不同的优惠政策和补贴措施。

发展新能源汽车有助于改变我国能源长期过度依赖石油进口的窘境，“以电代油”是全球汽车产业发展的长期趋势。我国是世界最大石油净进口国，油气对外依存度不断上升，2020年原油对外依存度达到73.5%，汽车所消耗的燃油占到整个中国石油消耗总量的70%。加快可再生能源产业发展速度，大力发展电动汽车，减少石油的消耗，成为我国保障国家能源安全的战略措施。

随着国家“双碳”战略目标的提出，新能源产业发展进入了新阶段。交通运输行业是资源消耗和碳排放的大户，占我国碳排放总量约10.4%，特别是公路运输占全国交通运输碳排放总量85%以上。在此背景下，实现“3060双碳”战略目标，汽车及相关产业链的升级势在必行，发展新能源汽车产业促进“净零排放”已势不可挡。

在传统燃油车时代，欧美等发达国家在发动机、变速箱等核心技术领域，长期对我国设置技术壁垒，制约了我国汽车业的发展，国内汽车业没有和国外汽车公司抗衡的条件和能力，也没有话语权。但是在新能源车赛道上，中国建立了上下游贯通的完整产业体系，突破了电池、电机、电控等

关键技术，连续六年新能源车产销量全球第一。比亚迪、蔚来、小鹏、理想等品牌掌握了多项自主研发技术，存在打破西方技术壁垒“弯道超车”的可能性。

电动汽车最重要的部件是动力电池，成本占整车的40%以上。从2012年中科院研制出第一块高性能锂电池以来，经过近10年研发，我国动力电池技术已经全球领先，单体能量密度提高2.2倍，生产成本降低了85%，这种速度对于传统燃油汽车来说是不可能实现的。随着成本的降低和实用性提高，我国锂电池出货量持续增长，已发展成为世界第一大电池生产国。2021年上半年，骨干企业公布锂离子电池产业链投资项目近百个，总投资金额超过4900亿元，其中电池和四大材料投资额分别超过3100亿元、1800亿元。20余家锂离子电池产业链企业申请上市，融资总规模近240亿元。国内国际双循环新格局加快建立，国内龙头企业在海外重点地区投资建厂，国际资本及企业通过参股、长单等形式与国内企业加强合作。对于电动车的三电系统来说，除了在电控方面国产技术还略逊一筹外，在电池和电机方面，国内厂商与海外发达国家厂商技术已经处于同一水平线甚至有所超越。整体来看，中国企业在三电系统的布局，已经优于当前在燃油车三大件的布局。

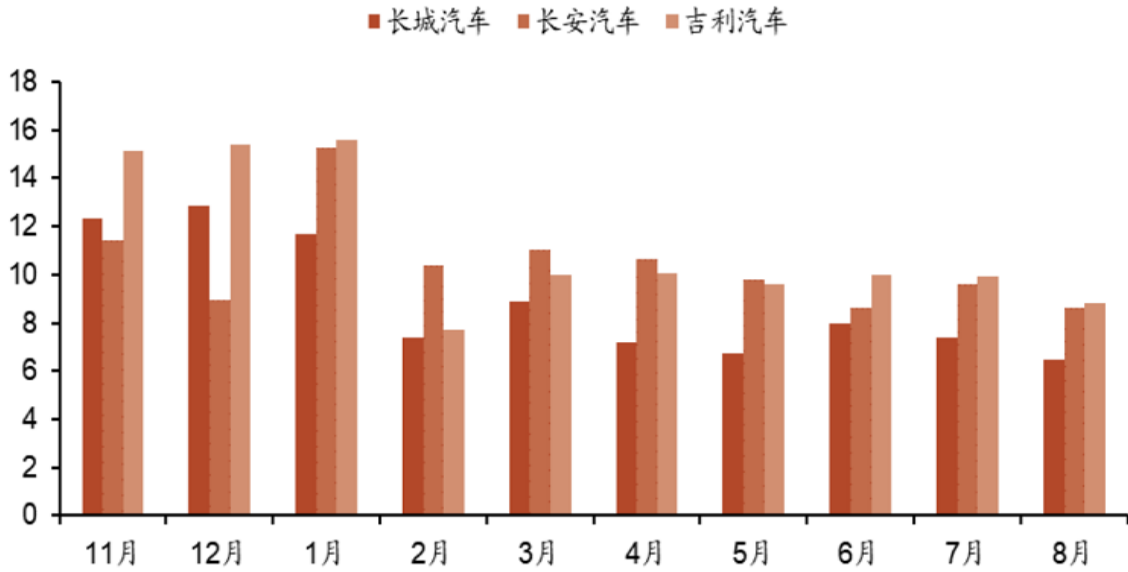
### 三、国内自主品牌取得突破

当前，我国新能源汽车发展正处在加速发展期，主要表现为三方面变化：其一是自主品牌向上突破，其二电动化趋势加速，其三智能驾驶商业化应用。汽车行业进入变革的新时代，一线合资丰田、大众、本田等在传统燃油车领域保持一定的优势，二线合资厂商全面落后，而国内自主品牌在电动化和智能驾驶领域优势明显，未来有望在市场竞争中获得更多的市场份额。

从销量结构看，8月A00级新能源批发8.3万辆，占比纯电动车的33%；A级电动车占纯电份额的27%，B级电动车批发6.1万辆，占比24%；8月插电混动乘用车中，比亚迪DM-i销量达到3万辆，环比增长20.2%，可以看出性价比较高的混动车型成为新能源车的增量。分企业看，比亚迪6.09万辆，特斯拉4.43万辆，上通五菱4.37万辆，上汽乘用车1.7万辆，广汽埃安1.16万辆。造车新势力中，理想、小鹏、蔚来销量分别为9433辆、7214辆和5880辆，其中蔚来受缺芯影响较大。

8月国内新能源汽车国内批发、零售渗透率分别达到20.1%和17.1%；1-8月累计批发、零售渗透率分别为12.8%和11.6%，较2020年同期提升7和5.8个百分点。其中自主、豪华、合资品牌新能源车零售渗透率分别为35%、10%和2.8%。自主品牌在新能源车领域处于行业领先水平，产品竞争力较强，未来市场份额有望持续提升。从自主品牌销量表现可以看出自主乘用车竞争力逐渐提高，一线自主品牌在电动智能化时代市场份额有望持续提升，具备长期成长价值。

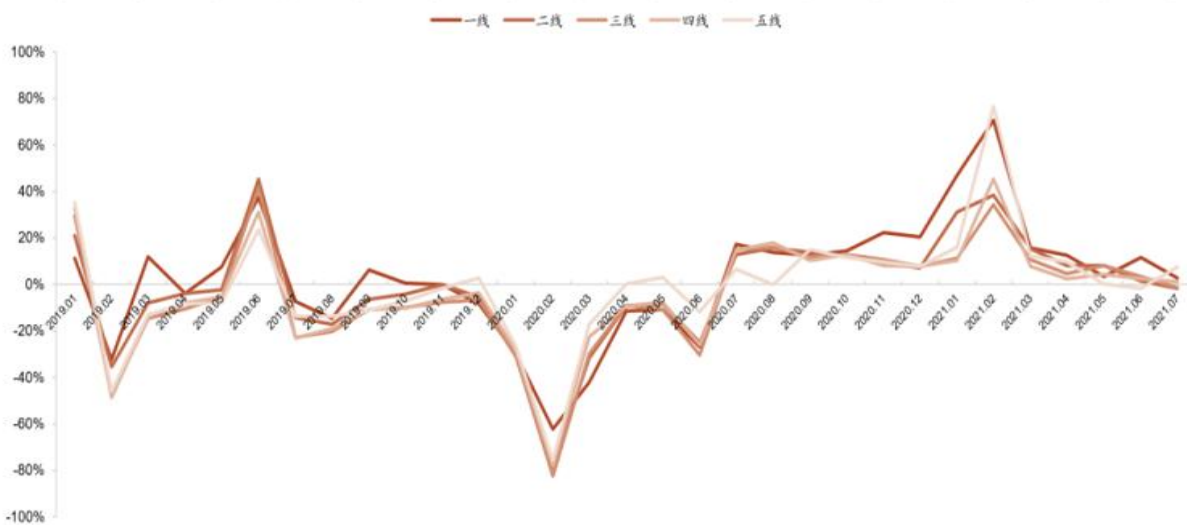
图表 3：2020.11-2021.8 月长城、长安、吉利批发销量(万辆)



来源：乘联会，新华财经

从销售数据来看，一线城市同比增长2.91%，二、三线城市同比分别下降1.67%、1.30%，四、五线城市同比分别增长1.19%、7.57%。其中，一二三四线城市新能源增速分别为147%、231%、133%、184%、188%。二线城市增速较高，主要是由于国内高性价比的新能源汽车上市，消费者对于电动车的接受度提高，二线城市的需求开始释放。

图表 4：2019.1-2021.7 各线城市销量增速



来源：乘联会，新华财经



## 四、切实解决消费者关切问题 加快新能源车推广使用

对于普通消费者来说,人们最关心的是新能源汽车续航里程、充电便捷和驾驶安全等现实问题,这些问题直接关系到新能源汽车推广和普及,不仅需要车企的努力,更需要中央和地方政府以及全社会的共同协作。

从技术层面看,我国新能源汽车续航里程大都达到500公里以上,虽然实际运行中还有一些问题,但总里程提升幅度比较大,消费者不必过度担心续航能力不足问题。从推广层面看,据工信部消息,截至8月31日,我国已经累计推广新能源车超过700万辆。9月6日,工信部公示了开展2016-2020年度新能源汽车推广应用补助资金清算审核工作。根据公示内容,2020年,企业申报推广新能源汽车数量为620611辆,企业申请清算资金为1114778.279万元。经过专家组核定,推广数为584973辆,应清算补助资金为1053712.249万元。平均下来,通过核定,每一辆新能源汽车补贴1.8万元。在质量安全、低温适用等各方面,国家将制定更高标准、更严要求,引导企业提升产品质量、提高服务水平、树立品牌形象,让消费者更喜欢买,用起来更放心。

我国正在全国范围加快充换电基础设施建设,持续开展好新能源汽车下乡活动,抓好公共领域汽车全面电动化的城市试点,推动提高城市公交、出租以及物流配送等领域新能源汽车的比例。此外,各地方政府为新能源汽车应用提供了区域特点的优惠政策,优化汽车限购措施,为促进新能源汽车消费进一步提供良好环境。目前,各方面对发展新能源汽车的热情很高,对新能源汽车发展有很大促进,但新能源车行业呈现出企业数量太多,小而散的特征。9月13日,工信部部长肖亚庆在国新办发布会上表示,新能源汽车具有技术含量高的特点,资源应该尽可能避免分散,进行市场化集中,鼓励企业通过兼并重组做大做强。

## 重要声明

新华财经研报由新华社中国经济信息社发布。报告依据国际和行业通行准则由新华社经济分析师采集撰写或编发,仅反映作者的观点、见解及分析方法,尽可能保证信息的可靠、准确和完整,不对外公开发布,仅供接收客户参考。未经书面许可,任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用。