

补贴退坡后的新能源车市场“凉凉”了吗？

——行业纵横 | 新能源+系列

分析师：常征 丛晓莉

主要观点：

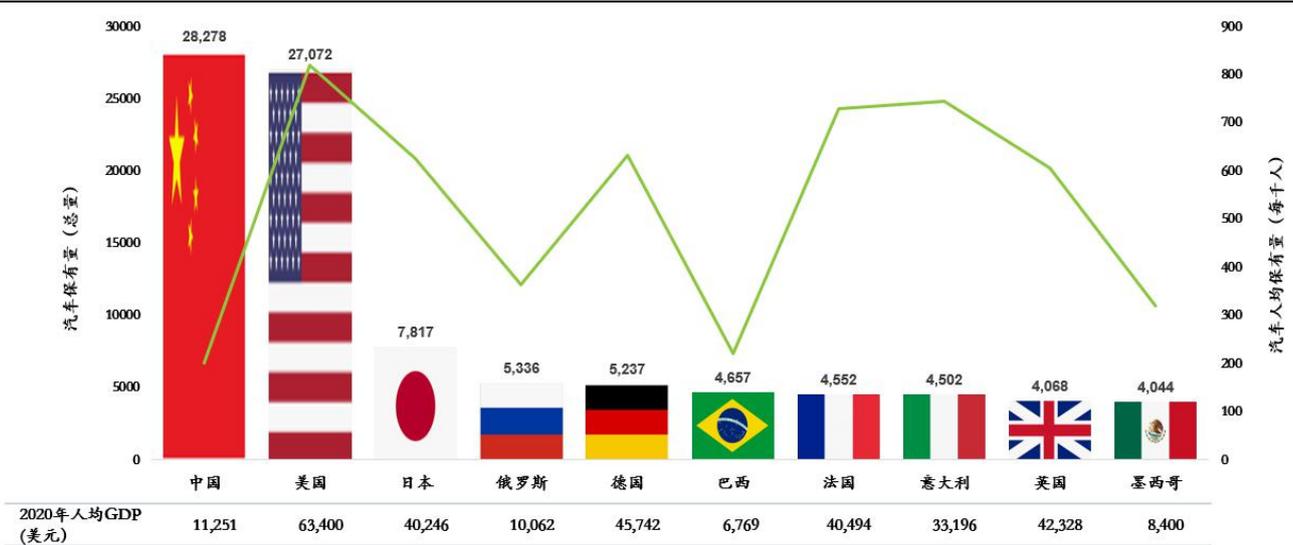
2019年新能源乘用车开始正式进入补贴大幅退坡的新阶段，3月四部委联合发布《通知》：新能源乘用车补贴退坡幅度超50%，同时取消地方补贴，降低新能源客车和新能源专用车补贴标准。随后市场销量开始缩水，2019年全年新能源汽车整体销量同比下降3.5%，新能源乘用车销量同比仅增加了0.7%。虽然2020年国务院常务会议将新能源车购置补贴和免征购置税政策各延长两年，但新能源汽车产业从政策扶持向全面市场化过渡已经是大势所趋。那么，后补贴时期的新能源车市场真的要凉了吗？消费者还会继续买单吗？东方金诚认为，脱离了政策的保护伞，将倒逼新能源汽车在技术标准、续航里程、安全性和便利性方面快速提升，而人均汽车保有量的增长、车辆的更新换代、私人端的消费升级以及区域市场的下沉将成为新能源车行业增长的强大驱动力。我们将2021年全年中国新能源汽车总销量预期调高至292万辆，同比增长约113.8%，销售渗透率为近11%。展望未来，2025年中国新能源车销量预计达到600万辆，销售渗透率20%，2021-2025年中国新能源车复合增长率将达到25%。

全文：

一、中国是全球最大的乘用车市场

受宏观经济和政策调整影响，乘用车市场在近几年增长率开始放缓。但中国在增量和存量两个维度上仍然是全球最大的乘用车市场。从各国汽车保有量统计来看，中国内地汽车保有量在2019年首次超越美国居世界第一，总量超过美国1000万余台。根据公安部数据，截至2021年9月全国机动车保有量达3.90亿辆，其中汽车2.97亿辆，全国机动车驾驶人4.76亿人。但中国每千人拥有的汽车量仅为201辆是美国的四分之一，未来的市场增长潜力巨大。

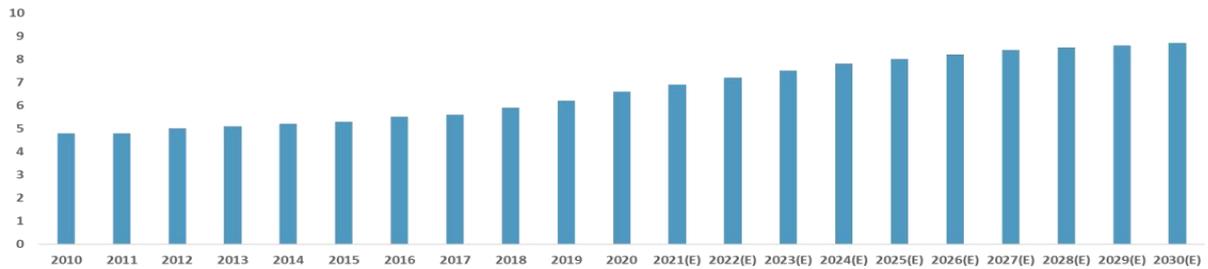
表1. 2020年主要国家汽车总保有量和每千人保有量（单位：辆/千人）



资料来源：世界银行，东方金诚收集整理

另外随着新车销量增速放缓和保有量稳健增加，中国平均车龄呈上升趋势。2025年预计国内汽车平均车龄将达到7.98年，由于汽车的使用寿命一般在十年左右，这一时期购买汽车的消费者将逐渐进入到换车周期，我国汽车行业的更新换代需求和消费升级便成为下一个阶段的驱动力。鉴于中国经济发展韧性强，居民消费提升空间大，中国汽车市场预期在新能源及智能网联技术的推动下，迎来新一轮高质量的增长。

表 2. 2010-2035 年中国汽车平均车龄（年）



资料来源：产业信息网，东方金诚收集整理

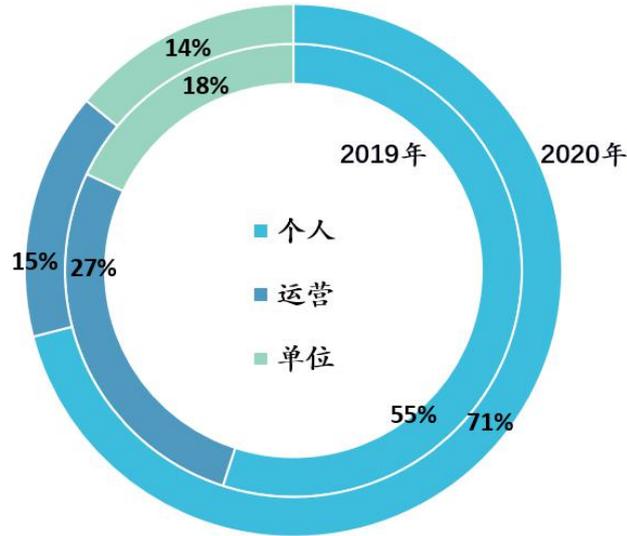
二、新能源汽车消费端都在买什么车型？

1. 私人消费端开始占据主要市场份额

新能源乘用车的终端需求可以细分为C端私人消费者需求，和B端运营需求（包括网约车、出租车和分时租赁车辆等）。在行业发展之初，产品竞争力有限，主要需求多为政策拉升，因此B端消化了主要产能。随着续航、充电、电池、拥车成本等主要问题被逐一缓解，新势力车企推出一系列具有科技化、个性化等产品力显著增强的新车型，私人消费端自发需求抬头，非运营车辆占比提升，因此私家车的更新换代和消

费升级成为新能源车行业下一个阶段的驱动力。

表 3. 2019-2020 新能源车用户结构变化 (%)



资料来源：上险数，东方金诚收集整理

2. 私人端需求热销车型¹呈两极分化趋势，A00型和B型车占据了近一半的电动车市场，代表车型分别是A00型的宏光MINI和B型国产特斯拉Model3。

A00级微型车初期在国内纯电动乘用车领域占据近60%的销量比重，用户主要为短途代步，对购置价格和使用成本高度敏感，对科技性和续航里程有一定容忍度。2019年正式版新能源购置补贴政策将续航里程门槛提高至250公里，典型续航150公里的A00级电动车每台补贴退坡约3.6万元，随后A00级销量占比下降至2021年上半年的28%，2020年下半年，新能源汽车下乡促进了低端电车市场的需求快速增长，宏光MINI凭借较低的价格占据销量榜首位，但整体A00级别的车型产品力不再具有优势。B级型车的客户群更重视动力性能、科技含量、驾驶体验和车辆配置，对购置价格和使用成本敏感度不高，受补贴下降影响较少。特斯拉国产化后，B级车或成为替代传统燃油车的主力车型。随着家庭可支配收入的提高，高价位新能源车型市场份额逐年增加，接受度最高的价格区间从14-20万逐步上移至20-40万，中高端车消费潜力可期。

3. 纯电车B端网约车运营主要集中在A0级和A级车型，代表车型分别是A0级的北汽新能源EV系

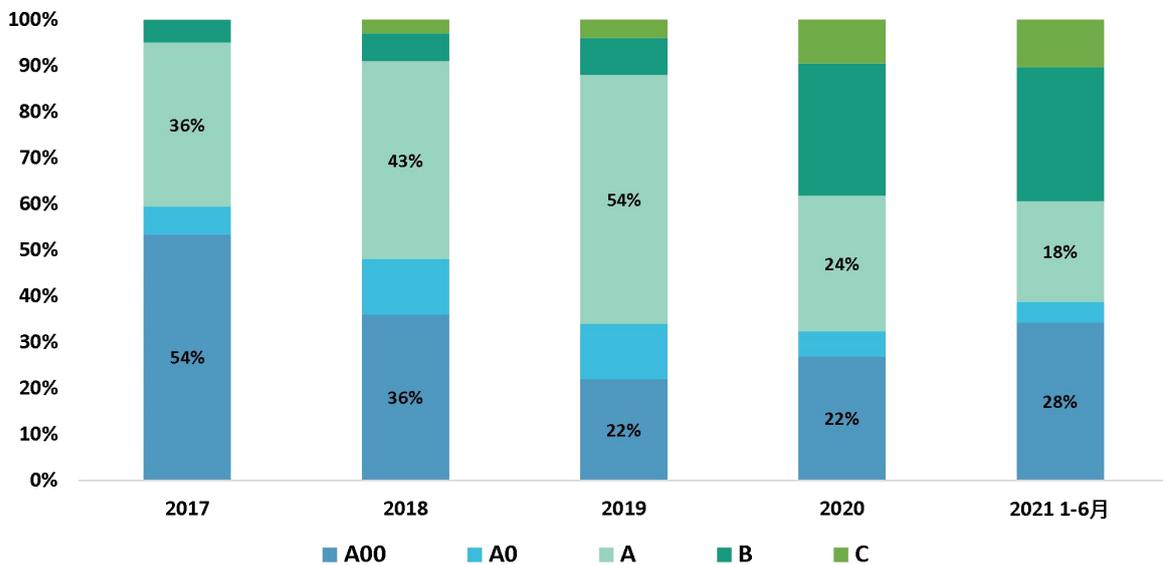
¹车型的等级划分（参考德国汽车界的划分方式）：

- 1、 A级车型，指小型乘用车，有A00级（发动机排量小于1L，轴距为2.2-2.2米）、A0级（发动机排量在1L—1.3L之间，轴距一般为2.2-2.3米）、和A级（发动机排量为1.3-1.6L之间，轴距为2.3-2.45米）三个等级；
- 2、 B级轿车，中档乘用车，排量为1.6-2.4L之间，轴距为2.45-2.60米；
- 3、 C级轿车，高档乘用车，排量为2.3-3.0L之间，轴距为2.6-2.8米；
- 4、 D级车，豪华乘用车，排量在3.0L以上，轴距不小于2.8米。

列和比亚迪元 EV360；以及 A 级的北汽 EU 系列和比亚迪 e5 等。

受限购限行及各地鼓励政策影响，运营端用车主要集中在13-20万的A级车型和13万以下的A0级（部分城市）。特点为使用成本较低，对车辆配置、安全性和便利性等产品综合实力要求较高。对性能和科技配置要求有一定容忍度。A0车的初始购置成本和日常运营成本较低，但后期网约车的政策逐步把A0级纯电动乘用车排除在外，补贴退坡进一步压制了A0级车型的需求。随着动力电池能量密度提升、里程焦虑弱化、续航普遍提升至400km后，A级车成为网约车、出租车市场的主要配置车型，新增网约车与燃油出租车、公务用车的存量替代成为运营端新能源车的主要驱动点。

表 4. 新能源车车型结构变化 (%)

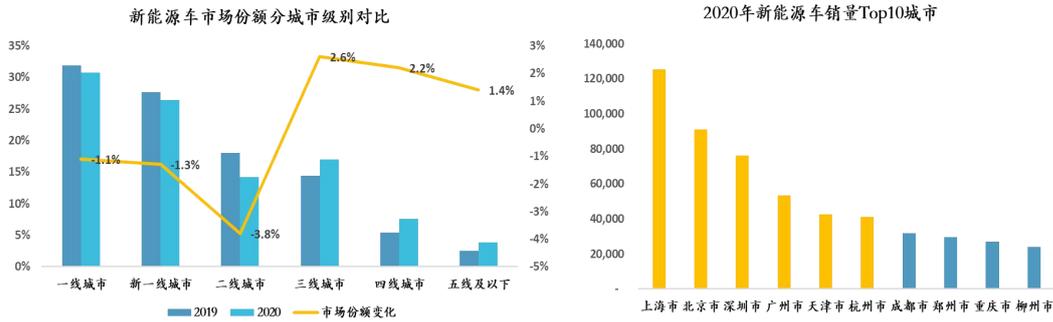


资料来源：乘联会，东方金诚收集整理

三、新能源车都卖去哪里了？

新能源乘用车销售仍以一、二线城市为主，但近年来三线及以下城市份额上升明显。由于新能源汽车享受不限购、不限行政策优惠，发展初期市场主要集中于限购地区，销售占比一度接近五成。目前从区域上来看，上海、北京、深圳、广州、天津、杭州等一、二线限购城市仍是主要的新能源汽车市场。随着产品技术的成熟和消费者接受度提升，三线及以下城市市场份额增长较快。2020年一线和新一线城市占全国整体销量比重为30.8%和26.4%，较2019年分别下降了1.1%和1.3%；而三、四、五线城市市场份额分别增长了2.6%、2.2%和1.4%。

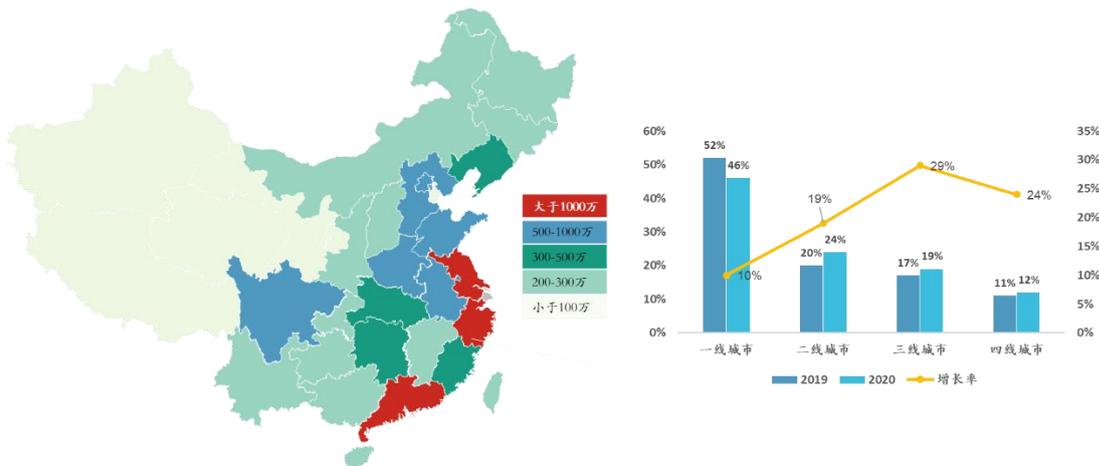
表 5. 2020 年新能源车区域销售对比



资料来源：中国汽车工业协会，东方金诚收集整理

从新能源汽车在百度上的区域搜索热度来看，广东、江苏、浙江、上海分列前四位，安徽关注度增长最快。分城市级别来看，关注占比向低线城市渗透，三、四线城市用户关注度显著提高了29%和24%。

表 6. 2020 年新能源车区域热度



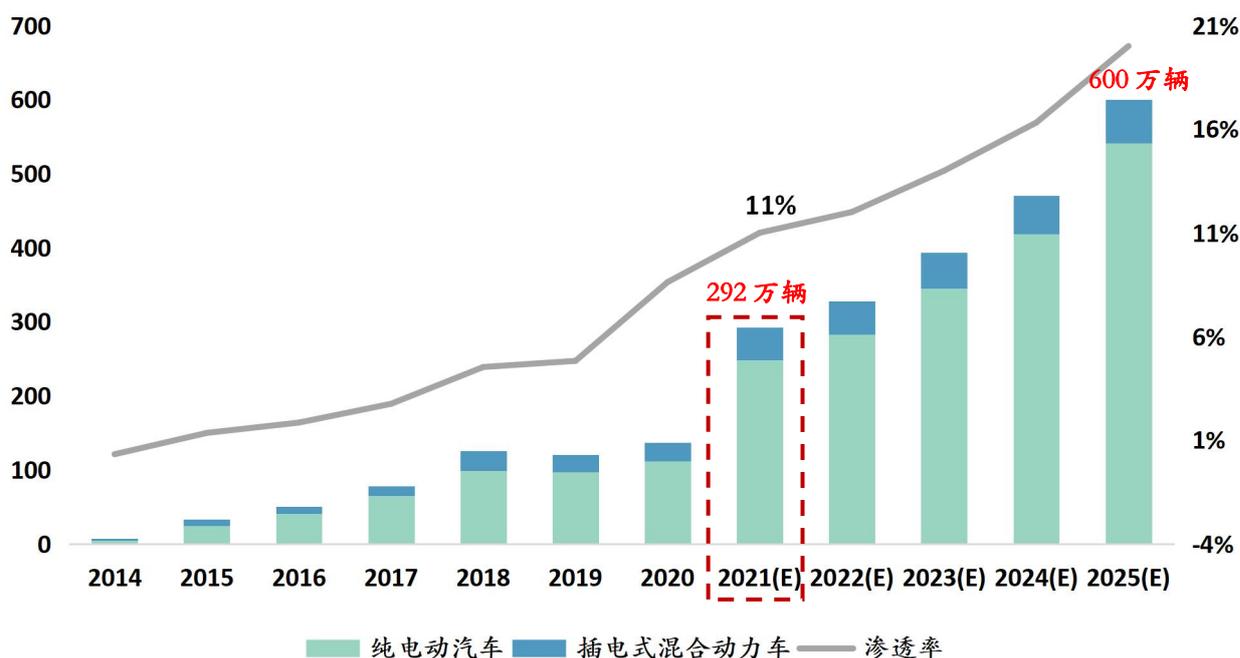
资料来源：百度观星盘，东方金诚收集整理

2019年3月四部委联合发布《通知》：新能源乘用车补贴退坡幅度超50%，同时取消地方补贴，降低新能源客车和新能源专用车补贴标准，新能源乘用车开始正式进入补贴大幅退坡的新阶段。受补贴退坡影响市场销量开始缩水，2019全年新能源汽车整体销量同比下降3.5%，新能源乘用车销量同比仅增加了0.7%。东方金诚认为，虽然行业脱离了政策的保护伞在短期内出现销量萎缩的现象，但转向全面市场竞争后，将倒逼新能源汽车将在技术标准、续航里程、安全性和便利性方面快速提升。中长期来看，人均汽车保有量的增长、车辆的更新换代、私人端的消费升级以及区域市场的下沉将成为新能源车行业强劲增长的驱动力。

根据乘用车市场信息联席会和汽车工业协会的数据，2020年中国新能源汽车销量达136.7万辆，较2019年增加了16.1万辆，同比增长13.35%，2021年1-10月，新能源汽车产销分别达到256.6万辆和254.2万

辆，同比增幅均超过180%，再创历史新高。随着补贴时代的退坡和“双碳”目标的市场化，新能源汽车必将成为未来的主流供应产品。消费端的更新换代、消费升级和区域市场的持续渗透，将成为新能源汽车行业高速增长的强大内在需求驱动力。我们将2021全年中国新能源汽车总销量预期调高至292万辆，同比增长约113.8%，销售渗透率为近11%。展望未来，2025年中国新能源车销量预计达到600万辆，销售渗透率20%，2021-2025年中国新能源车复合增长率将达到25%。

表 7. 2014-2025 年中国新能源汽车销量及渗透率预测



资料来源：Marklines、中国汽车工业协会、东方金诚预测

*本图只统计了产销量占主流的纯电动汽车和插电式混动车

权利及免责声明：

本研究报告及相关的信用分析数据、模型、软件、评级结果等所有内容的著作权和其他相关知识产权均归东方金诚所有，东方金诚保留一切与此相关的权利，任何机构及个人未经东方金诚书面授权不得修改、复制、逆向工程、销售、分发、储存、引用或以其他方式传播。

本研究报告中引用的标明出处的公开资料，其合法性、真实性、准确性、完整性均由资料提供方/发布方负责，东方金诚对该等资料进行了合理审慎的核查，但不应视为东方金诚对其合法性、真实性、准确性及完整性提供了任何形式的保证。

由于评级预测具有主观性和局限性，东方金诚对于评级预测以及基于评级预测的结论并不保证与实际情况一致，并保留随时予以修正或更新的权利。

本研究报告仅用于为投资人、发行人等授权使用方提供第三方参考意见，并非是对某种决策的结论或建议；投资者应审慎使用本研究报告，自行对投资行为和投资结果负责，东方金诚不对其承担任何责任。

本研究报告仅授权东方金诚指定的使用者使用，且该等使用者必须按照授权确定的方式使用，相关引用必须注明来自东方金诚且不得篡改、歪曲或有任何类似性质的修改行为。

未获授权的机构及人士不应获取或以任何方式使用本研究报告，东方金诚对本研究报告的未授权使用、超授权使用和非法使用等不当使用行为所造成的一切后果均不承担任何责任。