

2022 年汽车工业经济运行报告

中国汽车工业协会

2022 年，适逢党的二十大胜利召开，开启全面建设社会主义现代化国家新征程。汽车行业在党中央、国务院领导下，在各级政府主管部门指导下，在全行业同仁的共同努力下，克服了诸多不利因素冲击，走出年中波动震荡，保持了恢复增长态势，全年汽车产销稳中有增，主要经济指标持续向好，展现出强大的发展韧性，为稳定工业经济增长起到重要作用。其中，中国品牌表现出色，市场占有率不断提升；新能源汽车持续爆发式增长，逐步进入全面市场化拓展期，迎来新的发展和增长阶段；汽车出口继续保持较高水平，屡创月度历史新高，有效拉动行业整体增长。

一、2022 年汽车工业经济运行分析

（一）汽车产销稳中有增，经济指标持续向好

1. 汽车产销恢复增长，全年实现微增

我国汽车产销总量已经连续 14 年稳居全球第一，2022 年，尽管受疫情散发频发、芯片结构性短缺、动力电池原材料价格高位运行、局部地缘政治冲突等诸多不利因素冲击，但在购置税减半等一系列稳增长、促消费政策的有效拉动下，在全行业企业共同努力下，中国汽车市场在逆境下整体复苏向好，实现正增长，展现出强大的发展韧性。2022 年，汽车产销分别完成 2702.1 万辆和 2686.4 万辆，比上年分别

增长 3.4%和 2.1%，与上年增速相比，产量增速持平，销量增速回落 1.7 个百分点。

从全年变化情况来看，1—2 月开局良好，产销稳定增长；3—5 月受吉林、上海等地疫情影响，我国汽车产业链供应链受到严重冲击，汽车产销出现断崖式下降；5 月中下旬以来，中央和地方陆续出台一系列稳增长、促消费政策，极大激发市场活力，6—9 月汽车市场持续走高，呈现恢复增长，是近三年同期最好水平；进入四季度，受疫情再度冲击，终端消费市场增长乏力，消费者购车需求释放受阻，汽车产销增速回落，与过去两年相比，产量和批发销量并未出现往年和预期政策结束应产生的年底翘尾现象。

2. 行业经济效益主要指标稳定运行

2022 年，汽车行业经济效益主要指标与产销情况大致相当，全年呈现 U 型走势，开局相对良好，3 月以来疫情冲击导致行业经营受阻，主要指标持续下行，下半年伴随行业形势逐渐好转，主要指标持续向好，保持稳定运行。这一年，动力电池原材料价格飞涨、部分芯片紧缺以及国际物流运输“舱少价贵”，极大增加企业经营成本，不断压缩企业盈利空间。

国家统计局数据显示，2022 年，规模以上汽车制造业工业增加值比上年增长 6.3%，高于同期制造业增加值增速 3.3 个百分点；完成营业收入 92899.9 亿元，增长 6.8%，高于同

期制造业增速 2.3 个百分点；实现利润总额 5319.6 亿元，增长 0.6%。

2022 年，汽车类零售总额累计完成 45772 亿元，比上年增长 0.7%，占社会消费品零售总额的 10.4%，高于上年。

（二）乘用车带动行业总体增长，中国品牌表现亮眼

1. 乘用车市场较快增长，消费升级趋势明显

2022 年，乘用车产销分别完成 2383.6 万辆和 2356.3 万辆，比上年增长 11.2%和 9.5%，增速高于行业总体。乘用车市场在购置税减半等促消费政策拉动下叠加新能源汽车持续保持高速增长，汽车出口势头良好，带动乘用车市场自 6 月份以来保持较快增长。尽管四季度增速有所放缓，全年销量增速仍接近两位数，为汽车销量实现增长贡献重要力量。

伴随居民收入水平提高，汽车消费者愈加关注品牌、品质、服务等汽车附加属性。在供需两端共同作用下，汽车消费升级趋势显著增强。首购和换购人群购置高档车型比例不断增加，中国乘用车市场价格区间呈明显结构性向上趋势。年轻一代新消费群体不断壮大，且乐于接受新鲜事物，很大程度上加速了乘用车市场电动化、智能化转型升级趋势。传统燃油乘用车中，尽管 10—15 万价格区间仍为主要销量贡献集中区段，但从增长速度来看，20—25 万、30—35 万市场表现相对较好，50 万以上市场涨幅最大，高端化趋势明显。新能源乘用车也由以前的哑铃型结构逐步转向纺锤型，15—20 万车型销量最大，且增速最为显著。2022 年，高端品牌

乘用车共销售 388.6 万辆，比上年增长 11.1%，高于乘用车增速 1.6 个百分点，占乘用车销售总量的 16.5%，占比高于上年 0.7 个百分点。

2. SUV 和轿车继续占据乘用车市场主导地位

从乘用车细分市场情况看，运动型多用途乘用车（SUV）和基本型乘用车（轿车）产销量与上年相比呈两位数增长，二者销量合计占乘用车总销量的 80%以上，继续占据主导地位。多功能乘用车（MPV）和交叉型乘用车表现欠佳，产销量呈两位数下降。

2022 年，基本型乘用车（轿车）产销分别完成 1118.7 万辆和 1111.6 万辆，比上年增长 12.5%和 11.5%。其中新能源轿车产销分别达到 371.3 万辆和 365.9 万辆，增长 76.2%和 74.6%，占轿车产销总量的比重分别达到 33.2%和 32.9%。

2022 年，运动型多用途乘用车（SUV）产销继续超越轿车保持领先，分别完成 1138.1 万辆和 1118.7 万辆，比上年增长 13.5%和 10.8%。其中新能源 SUV 产销分别达到 288 万辆和 276.9 万辆，增长 1.4 倍和 1.3 倍，占 SUV 产销总量的比重分别达到 25.3%和 24.7%。

2022 年，多功能乘用车（MPV）产销跌破百万辆，分别完成 95.1 万辆和 93.7 万辆，比上年下降 11.3%和 11.2%。其中新能源 MPV 产销 7.5 万辆和 7.2 万辆，增长 1 倍和 1.1 倍，占 MPV 产销总量的比重分别达到 7.9%和 7.7%。

2022年，交叉型乘用车产销分别完成31.7万辆和32.3万辆，比上年下降20.3%和17.4%。其中新能源交叉型乘用车产销4.7万辆和4.9万辆，增长38.9%和39.1%，占交叉型乘用车产销总量的比重分别达到14.9%和15%。

3. 中国品牌乘用车市场份额不断提升

2022年，中国品牌乘用车市场占有率延续了不断提升态势，市场份额接近50%。中国品牌乘用车市场占有率不断提升，得益于中国品牌近年来不断向上发展取得的成果，特别是中国品牌紧抓新能源、智能网联转型机遇，加速产品迭代，推陈出新，不断推出满足用户需求的新一代电动化、智能化产品，越来越受到消费者的青睐。与此同时，企业也越来越重视国际化发展，产品竞争力不断提升，品牌影响力持续攀升。

2022年，中国品牌乘用车共销售1176.6万辆，比上年增长22.8%，占乘用车销售总量的49.9%，占有率比上年提升5.4个百分点。其中中国品牌新能源乘用车共销售523.3万辆，增长1.1倍，占新能源乘用车销售总量的79.9%。

（三）商用车市场表现低迷，处于低位徘徊态势

1. 商用车产销呈两位数下降，前十企业继续保持较高市场占有率

2022年，商用车产销分别完成318.5万辆和330万辆，比上年下降31.9%和31.2%，呈现两位数下滑。在商用车主要品种中，客车和货车产销均呈较快下降。2021年上半年之

前，货车受环保政策拉动，企业抢抓排放标准切换机遇，出现一轮较长时间的购车高峰，造成目前在用车换购需求动力不足。加之 2022 年上半年，基建启动较慢，建设速度不及预期，货车产销同比降幅较大。同时，疫情对旅游、客运和城市公交车的需求影响较大，客车市场也持续低迷。总体来看，商用车作为生产资料属性，市场恢复较慢，仍需各方面共同努力。

从商用车按燃料类型细分品种销售情况来看，与上年相比，主要传统燃料类型产品均呈现明显下降。其中天然气车 2022 年销量比上年下降 25.5%，柴油汽车销量下降 41.8%，汽油车销量下降 18.8%。相较而言，新能源商用车延续快速增长势头，销量增长 81.7%，占商用车销售总量的 9.4%。

2. 货车产销均呈下降，重型货车降幅更为明显

在经历 2020 年爆发式增长和 2021 年上半年高增长后，以重型车国六排放标准实施为转折点，载货车行业发展进入调整期。消费需求提前释放，加之基建等利好因素不及预期，货车市场延续 2021 年下半年的下行趋势，全年产销分别完成 277.8 万辆和 289.3 万辆，比上年下降 33.4%和 32.6%。

在货车主要品种中，四大类货车品种均呈现明显下降。2022 年，重型货车产销量分别比上年下降 51.4%和 51.8%，中型货车产销量分别下降 45.1%和 46.5%，轻型货车产销量分别下降 25.4%和 23.4%，微型货车产销量分别下降 19.3%和 16.2%。

3. 客车产销均呈下降，降幅好于商用车整体

2022年，客车产销分别完成40.7万辆和40.8万辆，分别比上年下降19.9%和19.2%。在客车主要品种中，大型客车产销小幅增长，中型客车和轻型客车产销呈现两位数下降。其中，2022年大型客车产销量分别比上年增长6.6%和7%；中型客车产销量分别下降19.2%和19.5%；轻型客车产销量分别下降23.1%和22.3%。

2022年，受疫情影响，长途、旅游等公路客车需求萎缩，且近几年伴随高铁、城市轨道交通等资源的高速发展，公路客车客源被不断抢占、压缩；蓝牌新规落地影响了轻客物流车的销量，导致轻型客车销量大幅下滑。种种不利因素叠加，致使客车市场较上年出现明显下滑。

其中也不乏亮点，由于2022年是享受新能源客车补贴政策的一年，加之国家一系列利好新能源汽车市场发展的政策落地以及“双碳”战略持续发力，新能源客车市场利好，助力城市客车增长。同时，中国客车在出口方面仍保持着稳定增长的态势。

为响应国家“双碳”战略等相关政策，各大客车企业也在积极转型，布局新能源产品，寻求新运营模式。未来，新能源客车市场预计将有较大发展空间，相信随着产品线不断丰富，制造成本持续下降，客车行业也将逐渐适应“后补贴”时代发展，在新能源市场上有更大作为。

4. 皮卡车产销小幅下降

中国汽车工业协会数据显示，2022年，皮卡车产销分别完成52.6万辆和51.9万辆，分别比上年下降3.9%和6.4%。

2022年下半年以来，珠三角地区、长三角地区大规模掀起皮卡解禁风潮，解禁程度更彻底，解禁区域由点成片，解禁城市等级有所提高，其中不乏南京、西安等大中城市，以及像安徽这样的全面放开皮卡进城的省份。10月末，国务院办公厅第三次发文提及皮卡进城，为政策落地实施再度加码，并让皮卡解禁向更多一二线城市推进，预计将进一步刺激皮卡消费市场，释放消费动能。

分燃料类型情况看，柴油车、汽油车产销均呈下降。其中柴油车产销量分别比上年下降4.5%和7.2%；汽油车产销量分别下降6.3%和7.8%。

（四）新能源汽车持续爆发式增长，产销再创历史新高

2022年，新能源汽车继续保持高速增长，产销连创月度新高，分别达到705.8万辆和688.7万辆，分别比上年增长96.9%和93.4%，市场占有率达到25.6%。其中纯电动汽车产销量分别增长83.4%和81.6%；插电式混合动力汽车产销量分别增长1.6倍和1.5倍；燃料电池汽车产销量均增长1.1倍。

新能源汽车产销尽管也受疫情及动力电池原材料价格高位运行等不利因素影响，但党中央及各地政府对于新能源汽车发展高度重视，在税收、补贴等方面出台多项促新能源汽车消费的政策，同时企业也积极开发新能源汽车产品，供

供应链资源优先向新能源汽车集中，整体产销完成情况超出预期。

发展新能源汽车是推动绿色发展，实现产业转型升级，支撑国家碳中和、碳达峰目标的重要战略举措。近几年，在国家战略和发展规划引领下，通过各方面共同努力，我国新能源汽车产业蓬勃发展，已从政策驱动转向市场拉动，逐步进入全面市场化拓展期。

（五）重点企业集团总体表现稳定

2022年，汽车销量排名前十位的企业集团销量合计为2314.8万辆，比上年增长2.3%，占汽车销售总量的86.2%。行业内骨干企业集团的稳定发展为汽车市场全年健康平稳运行提供了有力保障。

当前，行业转型处于关键窗口期，行业内骨干企业均已整装待发，紧密结合电动化、智能化、网联化、数字化发展方向，持续加强新能源、智能网联领域关键技术研发，不断夯实产业基础，支撑和引领我国汽车产业高质量发展。

（六）汽车出口快速增长，出口量突破300万辆

据对行业内整车企业报送的出口数据统计，2022年，汽车生产企业共出口311.1万辆，比上年增长54.4%，占汽车销售总量的11.6%，以上年提升3.9个百分点。从全年汽车企业出口情况来看，除4月因疫情冲击产销受阻导致负增长外，其余各月出口均保持较快增长，其中8月份以来月均出口量超过30万辆。分车型看，乘用车出口量增长56.7%；商

用车出口量增长 44.9%。其中新能源汽车出口延续迅猛增长势头，累计出口 67.9 万辆，增长 1.2 倍。

2022 年，我国汽车出口继续延续快速增长势头，屡次创造单月历史新高。中国汽车出口的快速发展为我国汽车产业畅通“双循环”新发展格局和“十四五”开好局、起好步做出了积极贡献。中国汽车产业正迈入全球化发展新阶段。

二、当前行业运行中存在的主要问题及困难

（一）汽车消费市场增长乏力，商用车表现不及预期

2022 年 8 月以来，全国疫情呈现点多、面广、频发等特点，对消费市场冲击较大。与过去两年相比，汽车产销疲弱，产量及批发销量并未出现往年和预期政策结束应产生的年底翘尾现象。

（二）新能源汽车上下游产业发展不匹配

高速发展的新能源汽车对上游动力电池原材料带来极大的需求，上游资源开发跟不上下游发展速度，我国锂材料对外依存度高，叠加市场炒作，动力电池等大宗原材料价格持续高位运行，产业链成本压力向下游传导，不断压缩主机厂和供应商利润空间。

（三）新能源存在结构性产能过剩矛盾

近几年来，新能源、智能网联汽车行业发展潜力好、规模大、利润高，加之国家政策支持，市场前景乐观，吸引了众多不同领域的企业和资本入局，使新能源汽车行业存在资本过热问题。当前我国新能源汽车企业主要由传统车企、传

统车企转向发展新能源汽车的企业、蔚来小鹏等新势力车企，还有通过投资建厂、控股车企、切入供应链等方式进入新能源汽车行业的资本或技术势力组成。从目前的产能情况看，存在优势企业产能不足、劣势企业产能过剩的结构性矛盾。

（四）企业用工存在结构性缺口

伴随智能化加速推进，智能网联核心人才紧缺已成一大挑战。智能网联相关的 ADAS 技术人才、人工智能与算法人才紧缺程度居高不下。此外，环境感知、数据和芯片人才也处于紧缺状态。

三、2023 年汽车行业发展形势研判

党的二十大开启了以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴的新征程，各项工作都出现了新气象。2022 年中央经济工作会议明确了 2023 年经济工作总体目标，积极推动经济运行整体好转，实现质的有效提升和量的合理增长，提出大力提振市场信心，实施扩大内需战略，突出做好稳增长、稳就业、稳物价工作等。随着相关配套政策措施的实施，将会进一步激发经营主体和消费活力。

据中国汽车工业协会预测，2023 年，中国汽车市场将呈现 3%左右的增长，销量预计达到 2760 万辆。其中，乘用车预计 2380 万辆，比 2022 年增长 1.3%，商用车预计 380 万辆，增长 15%。新能源汽车将继续保持快速增长势头，有望超过 900 万辆。