

# 2023 年汽车工业经济运行报告

中国汽车工业协会

2023 年，汽车行业企业凝心聚力、砥砺前行，紧抓发展机遇，克服不利挑战，创造出令人瞩目的业绩，推动汽车行业实现了质的有效提升和量的合理增长，成为拉动工业经济增长的重要动力。汽车产销创历史新高，乘用车延续良好发展，商用车保持较快增长，新能源汽车和汽车出口量持续攀升。

## 一、2023 年汽车工业经济运行情况

### （一）汽车产销创历史新高，行业效益稳步增长

#### 1. 汽车产销突破 3000 万辆，全年实现两位数增长

中国汽车工业协会统计数据显示，2023 年，汽车产销累计完成 3016.1 万辆和 3009.4 万辆，比上年分别增长 11.6% 和 12%，产销量双双突破 3000 万辆，均实现较快增长。从全年汽车产销变化情况来看，一季度汽车行业进入促销政策切换期，传统燃油车购置税优惠政策的退出、新能源汽车补贴的结束等造成提前消费，年初以来的新能源车降价以及 3 月以来的促销潮又对终端市场产生波动，汽车行业经济运行总体面临较大压力，产销呈现小幅下降；二季度在中央和地方促消费政策、轻型车国六实施公告发布、多地汽车营销活动、企业新车型大量上市等因素共同拉动下，叠加车企半年度节点冲量和 4、5 月同期基数相对偏低，形势明显好转，市场

需求逐步恢复；三季度，汽车产销整体表现好于预期。市场总体呈现“淡季不淡，旺季更旺”的态势，“金九银十”效应重新显现；进入四季度，伴随政策效应持续显现，各地车展及促销活动持续发力，加之企业年底收尾冲刺，车市热度延续，再现“翘尾”现象。汽车产销创造历史新高，超预期完成全年目标。

## 2. 行业经济效益平稳运行，主要指标增速高于制造业平均水平

2023年，汽车行业经济效益主要指标与产销情况走势大致相当，开局行业整体运行面临较大压力，主要指标呈现负增长，随着行业形势逐渐好转，行业经济效益持续向好，主要指标实现由负转正。下半年以来，总体保持平稳运行，主要指标高于制造业总体。

国家统计局数据显示，2023年，规模以上汽车制造业增加值比上年增长13%，高于同期规模以上制造业增加值增速8个百分点；完成营业收入增长11.9%，高于制造业营收增速10.6个百分点；实现利润总额增长5.9%，高于制造业利润增速7.9个百分点；汽车类零售总额累计完成48614亿元，增长5.9%，占社会消费品零售总额的10.3%。

## （二）乘用车延续良好发展态势，中国品牌汽车继续亮眼表现

### 1. 乘用车市场表现良好，产销实现较快增长

2023年，乘用车产销累计完成2612.4万辆和2606.3万辆，比上年分别增长9.6%和10.6%，乘用车产销量创历史新高。从月度产销变化情况来看，乘用车作为主要的消费产品，占据了市场的主体，其全年走势与汽车市场整体基本一致。开年由于受到政策切换与价格波动影响，市场承受了较大压力。伴随消费日趋回暖，乘用车市场形势逐渐好转，回归正常节奏。尤其是下半年以来，在国家及地方政策推动下，加之多地车展与促销活动火热进行，各大车企新品持续发布，进店客流显著增加，进一步拉动了乘用车消费，继重迎“金九银十”后，年底也再现“翘尾”现象。乘用车销量实现两位数增长，为稳定住汽车消费基本盘发挥重要作用。

当下，汽车消费者，特别是不断壮大的年轻一代消费群体，对品质、性能、服务等汽车产品附加属性愈加看重。汽车消费整体呈现升级趋势，乘用车市场价格结构走势持续上行，高端车型销售增长明显。这一趋势在能源革新、产品迭代的新能源汽车产品中更加凸显，高端化、智能化新能源产品越来越受到消费者的青睐。根据协会统计数据显示，传统燃油乘用车中，尽管10—15万元价格区间仍为主要销量贡献集中区段，但从增长速度来看，35万元以上市场表现相对更好，市场涨幅最大区间在50万元以上。新能源乘用车中，主力销量价格贡献区间已从前几年的10万元以下升级为15—20万元价格区间，销量结构逐步从以前的哑铃型转变为现

在的纺锤型，而从增长速度来看，35—40 万元价格区间涨幅最大。

2023 年，高端品牌乘用车延续良好发展态势，继续保持两位数增长。全年高端品牌乘用车共销售 451.6 万辆，比上年增长 15.4%，高于乘用车增速 4.8 个百分点，占乘用车销售总量的 17.3%，占比较上年提高 0.8 个百分点。

## 2. SUV 和轿车占据乘用车细分市场主导

从乘用车细分市场表现情况来看，运动型多用途乘用车（SUV）和多功能乘用车（MPV）产销呈现两位数明显增长，基本型乘用车（轿车）产销小幅增长，交叉型乘用车产销呈较快下降。其中，运动型多用途乘用车（SUV）和基本型乘用车（轿车）二者销量合计占据乘用车总体销量的 90%以上，占据主导地位。

2023 年，基本型乘用车（轿车）产销累计完成 1150.8 万辆和 1149 万辆，比上年增长 2.9%和 3.4%。其中，新能源轿车产销分别完成 452.7 万辆和 452.2 万辆，增长 21.9%和 23.6%，占轿车产销总量的比重分别达到 39.3%和 39.4%。

2023 年，运动型多用途乘用车（SUV）产销月度数次创新高，继续超越基本型乘用车（轿车），保持领先地位。全年产销累计完成 1324.2 万辆和 1320.6 万辆，比上年增长 16.4%和 18%。其中，新能源 SUV 产销分别达到 433 万辆和 427.1 万辆，增长 50.3%和 54.3%，占 SUV 产销总量的比重分别达到 32.7%和 32.3%。

2023年，多功能乘用车（MPV）产销累计完成111.2万辆和110.2万辆，重回百万辆，比上年分别增长16.8%和17.7%。其中，新能源MPV产销23.8万辆和23.1万辆，均增长2.2倍，占MPV产销总量的比重分别达到21.5%和20.9%。

2023年，交叉型乘用车产销累计完成26.2万辆和26.5万辆，比上年分别下降17.2%和18.1%。其中，新能源交叉型乘用车产销2.7万辆和2.5万辆，分别下降43.7%和49.2%，占交叉型乘用车产销总量的比重分别达到10.1%和9.3%。

### 3. 中国品牌乘用车市场份额稳步提升

2023年，中国品牌乘用车月度市场占有率保持在50%以上，累计份额稳步提升。中国品牌汽车依托多年的技术沉淀和科技创新，紧抓电动化、智能化、网联化转型契机，不断提升技术研发水平，加速产品迭代升级，持续打造出丰富多元的汽车产品，可以更好满足不同消费群体的个性化与极致追求，越来越得到大众的认可与青睐，逐步形成品牌的新特征和新优势，实现向上突破。与此同时，企业国际化步伐不断加快，越来越多中国品牌汽车特别是新能源汽车产品进入国际主流汽车市场，中国汽车品牌综合竞争力持续提升。

2023年，中国品牌乘用车共销售1459.6万辆，比上年增长24.1%，占乘用车销售总量的56%，占有率比上年提升6.1个百分点。其中，中国品牌新能源乘用车共销售728.9万辆，增长39.3%，占新能源乘用车销售总量的80.6%。

2023年，外国品牌乘用车共销售1146.7万辆，比上年下降2.8%，占乘用车销售总量的44%。其中，德系、日系、美系、韩系和法系五大主要外国品牌乘用车分别销售462.7万辆、375.9万辆、228.4万辆、42.3万辆和12.9万辆，分别占乘用车销售总量的17.8%、14.4%、8.8%、1.6%和0.5%。与上一年度相比，日系和法系品牌乘用车销量呈两位数下降，其他三大主要品牌乘用车销量呈不同程度增长。

### （三）商用车市场回暖，产销保持较快增长

#### 1. 商用车产销呈两位数增长，天然气车销量大幅增长

2023年，商用车产销累计完成403.7万辆和403.1万辆，比上年分别增长26.8%和22.1%，呈现两位数较快增长。在商用车主要品种中，与上一年度相比，货车和客车产销均呈明显增长。受宏观经济持续回升向好、物流行业回暖升温、旅游市场强势复苏、海外出口市场需求旺盛等利好因素影响，加之上年商用车产销位于近年来历史低位、同期基数相对较低，2023年我国商用车市场企稳回升，实现恢复性增长。其中，新能源商用车、天然气重卡和海外出口市场表现尤为亮眼，成为拉动整体市场复苏增长的主要动能。

从商用车按燃料类型细分品种销售情况来看，与上一年度相比，主要传统燃料类型产品均呈现不同程度增长，其中天然气车得益于油气价差进一步拉大涨幅最为显著，成为拉动商用车市场快速增长的主要动能之一。具体来看，2023年，天然气车累计销售21.2万辆，比上年增长3.6倍；柴油车

累计销售 209.5 万辆，增长 8.7%；汽油车累计销售 128.7 万辆，增长 26.5%。新能源方面，在行业加快转型升级、推动绿色低碳发展的浪潮下，得益于利好政策加持、补能技术发展等多重因素驱动，继 2022 年实现爆发式增长后，2023 年新能源商用车市场同样延续良好发展势头，呈现较快增长。全年累计销售 44.7 万辆，比上年增长 32.3%，占商用车销售总量的 11.1%，市场占有率持续提升。

## **2. 货车产销明显增长，重型货车表现更为突出**

2023 年，货车产销累计均完成 353.9 万辆，比上年分别增长 27.4%和 22.4%。在货车主要细分品种中，与上一年度相比，四大类货车品种产销均呈两位数增长。其中，重型货车增幅最为显著。受益于经济复苏、基建投资走强、物流运输升温，重型货车市场回暖势头明显，购车需求持续增长。此外，天然气重卡和海外出口市场的优异表现，也为重型货车市场复苏注入了强劲动能。

具体来看，2023 年，重型货车产销累计完成 91.7 万辆和 91.1 万辆，比上年分别增长 45.1%和 35.6%；中型货车产销累计完成 10.6 万辆和 10.7 万辆，分别增长 15.4%和 12%；轻型货车产销累计完成 188.4 万辆和 189.5 万辆，分别增长 20.7%和 17.1%；微型货车产销累计完成 63.3 万辆和 62.6 万辆，分别增长 28.2%和 23.6%。

## **3. 客车产销两位数增长，市场呈现一定复苏态势**

2023年，客车产销累计完成49.8万辆和49.2万辆，比上年分别增长22.5%和20.6%。在客车主要品种中，与上一年度相比，三大类客车品种产销均呈不同程度增长，其中轻型客车增长更为明显。具体来看，大型客车产销累计完成5.5万辆和5.4万辆，分别增长5.1%和4%；中型客车产销累计完成3.9万辆和3.8万辆，分别增长5.9%和3.8%；轻型客车产销累计完成40.4万辆和40万辆，分别增长27.2%和25.1%。

2023年，伴随经济形势持续好转，三年疫情防控平稳转段，旅游市场强势复苏，人民出行意愿高涨，国内客车市场需求得到逐步释放，长途客车和旅游客车销量大幅增长。且随着乡村游、周边游、精品游等线路越来越受到民众青睐，使得中小型、高端化的旅游客车变得愈发受欢迎，加之营运车辆“7改9”“大改小”的发展趋势、电商物流的快速发展、蓝牌轻卡的替代效应等利好因素叠加，推动轻型客车市场快速增长。与此同时，客车海外市场需求依旧旺盛，继续保持高速增长，新能源客车出口也处于快速发展期，为客车市场的复苏增长提供了有力支撑。

未来，城镇化的发展、公交都市的建设、万人标台的提升、农村客运公交化运营持续推进等有利因素预计将对客车市场需求形成有力支撑。“双碳”目标的达成，公共领域全面电动化试点的推动，将加快传统燃油客车向新能源客车转化的进程，加之各大客车企业都在积极布局新能源领域，相

信随着技术水平的不断进步、产品线的愈加丰富，新能源客车制造成本将逐渐下降，产品质量将持续提升，需求将进一步增长，新能源客车市场发展前景向好，将成为推动客车行业高质量发展的重要动力。“一带一路”倡议的推进和国际市场的开拓，新能源客车认可度的不断提高，环保意识的加强，各国节能减排政策的日趋加严，以及后疫情时代海外市场需求的逐步恢复，都将为我国客车行业海外出口提供更为广阔的发展空间，特别是新能源客车出口预计将迎来更快发展。

#### **4. 皮卡车产量微降，销量微增**

据中国汽车工业协会统计的皮卡车企业数据显示，2023年，皮卡车产销累计完成52.2万辆和52.1万辆，产量比上年下降0.9%，销量增长0.3%。分燃料类型看，汽油车产销实现两位数增长，柴油车产销小幅下降。具体来看，汽油车产销累计完成14.7万辆和14.6万辆，比上年分别增长20.8%和21.5%；柴油车产销累计完成36.3万辆和36.4万辆，分别下降8.4%和7.2%。

#### **（四）新能源汽车保持较快增长，产销再创历史新高**

2023年，新能源汽车延续快速增长态势，月度产销数次创历史新高，全年产销也再次刷新纪录，分别完成958.7万辆和949.5万辆，比上年分别增长35.8%和37.9%，市场占有率达到31.6%。其中，纯电动汽车产销累计完成670.4万辆和668.5万辆，分别增长22.6%和24.6%；插电式混合动力

力汽车产销累计完成 287.7 万辆和 280.4 万辆，分别增长 81.2%和 84.7%；燃料电池汽车产销累计均完成 0.6 万辆，分别增长 55.3%和 72%。尽管纯电动汽车从数量上来说仍占据绝对主导，但仅就增长势头而言，适应性更强、更能满足消费者需求与偏好的插电式混合动力汽车表现更优。

2023 年，在全球经济复苏缓慢、发展动能减弱的背景下，我国宏观经济持续稳定复苏，持续回升向好。国家层面密集出台多项促汽车消费、稳行业增长措施，延续新能源汽车购置税减免、充电基础设施建设、新能源汽车下乡等利好政策相继出台、落地，政策指引性强，进一步加速了新能源汽车产业发展，为推动新能源汽车消费释放新活力。关键技术水平不断提高，三电等关键领域创新活跃，智能座舱、智能驾驶等技术加快发展应用。产业配套体系逐步健全，动力电池、关键材料、电驱动等配套能力有效满足产业发展需要，充、换电基础设施建设加速布局。产品供给质量持续提升，消费者认可度日益提高。

#### （五）重点企业集团整体运行平稳

2023 年，汽车销量排名前十位的企业（集团）依次为：上汽集团、中国一汽、比亚迪股份、长安汽车、广汽集团、东风公司、吉利控股、奇瑞控股、北汽集团和长城汽车，销量合计为 2571.5 万辆，比上年增长 9.9%，占汽车销售总量的 85.4%，低于上年 1.7 个百分点。行业内重点企业集团整

体运行平稳，骨干企业的稳定发展为汽车行业的健康运行打下了坚实的基础。

当前，新一轮科技革命正在加速演进，汽车行业正在积极向电动化、智能化、网联化转型，行业内重点企业（集团）纷纷抢抓新机遇，积极探索新的发展思路，寻求新的商业运营模式，加大技术研发力度，加快塑造新品牌，布局新产品，提升综合竞争力，更好支撑和引领我国汽车产业实现高质量发展。

#### （六）汽车出口接近 500 万辆，再创历史新高

中国汽车工业协会统计数据显示，2023 年，汽车累计出口 491 万辆，比上年增长 57.9%，占汽车销售总量的比重为 16.3%，较上年提升 4.7 个百分点。从全年汽车出口形势来看，汽车出口一直延续快速增长态势，各月出口量均保持在 30 万辆以上，其中自 8 月份以来月度出口量更是突破 40 万辆。

分车型看，乘用车累计出口 414 万辆，比上年增长 63.7%；商用车累计出口 77 万辆，增长 32.2%。分燃料类型看，传统燃油汽车累计出口 370.7 万辆，增长 52.4%；新能源汽车累计出口 120.3 万辆，增长 77.6%。

2023 年，我国汽车出口继续保持快速增长主要由以下几方面因素共同驱动：一是海外刚需拉动。后疫情时代经济逐步恢复，被抑制的消费需求逐步释放。二是国际供给不足。俄乌冲突等因素导致西方汽车供应链恢复缓慢，海外汽车制

造商供应能力出现一定程度下滑，而我国汽车产业链相对完备，并通过转型升级形成新优势，可及时向海外市场提供优质汽车产品，有效弥补海外市场的供应缺口。三是中国品牌自身实力提升。近年来，在汽车行业“四化”变革的大背景下，国内汽车行业加速创新转型，在新能源、智能网联等领域竞争力快速提升，助力中国汽车品牌和产品更好走出去、走进来和走上去。四是海外投资促进。中国汽车企业积极响应“一带一路”倡议，加快海外市场布局，通过海外建厂、联合海外销售渠道、独立建设海外销售渠道等多种方式，加快市场开拓，促进我国汽车出口量持续攀升。

过去十多年，我国汽车出口一直在 100 万辆左右徘徊。自 2021 年，我国汽车出口迎来了爆发式增长，实现了跨越式的突破，相继突破 200 万辆、300 万辆大关，2023 年出口量更是逼近 500 万辆。出口的高速增长为推动我国汽车产业高质量发展、畅通“双循环”新发展格局发挥了积极作用。当前，我国汽车产业国际化发展也进入了新的阶段，国际竞争环境、产业变革和技术发展也在经历着巨大变化，需要政府、行业和企业协同联动，加强顶层设计、加强国际合作、加强品牌塑造，推动我国汽车出口与国际化发展量质并举，行稳致远。

## **二、当前行业运行中存在的主要问题及困难**

### **（一）行业盈利能力偏低**

许多企业新能源板块尚未形成规模效益，而传统燃油车盈利能力在市场份额不断遭受挤压、“油电竞争”愈演愈烈的大背景下逐渐下降，导致行业整体利润率逐年下滑。国内市场的供需矛盾，加剧了行业的“内卷”，降价速度快于降本速度，非理性价格竞争现象时有发生。行业整体面临着“增量增收不增利”的尴尬局面。2023年，规模以上汽车制造业营收利润率仅为5%，不及规模以上工业企业5.8%的平均水平。

### （二）国际市场不确定性带来经营风险

地缘政治和贸易保护主义形势依然严峻，已经存在或有可能发生的事件一定程度将会影响企业出海。例如：红海事件造成集装箱运力损失达22%—24%，导致到欧洲的运期至少延迟15天，欧洲航线成本翻倍，且对供应链稳定产生较大影响，我国主机厂零部件进口面临空运成本增加、停产停线等问题。中国新能源汽车欧洲拓展面临较大的政策不确定性。

### （三）出口面临着认证、标准、金融等问题

近年来，我国汽车出口快速增长，随着出口车型和出口国家增多，由于中国与各国认证标准不统一、认证资源缺乏等问题，导致认证周期加长、成本增高。金融方面，全球流动性收紧加剧了新兴国家资本外流压力，部分对外资依存度较高的国家受到冲击，引发货币市场波动，加大企业海外经营风险和管理成本。

## 三、2024年汽车行业发展形势研判

2024年，我国经济工作将坚持“稳中求进、以进促稳、先立后破”总基调。宏观经济会持续回升向好，有助于汽车行业的稳定增长。政府工作报告中明确提出要“巩固扩大智能网联新能源汽车等产业领先优势”和“提振智能网联新能源汽车等大宗消费”。相信后续随着相关政策的进一步细化和落实，将有助于进一步激发市场活力和消费潜能，持续巩固拓展汽车行业稳中向好发展态势，激发企业创新动力，推动产业高质量发展。

据中国汽车工业协会预测，2024年，中国汽车市场将继续保持增长，相较2023年快速增长的高基数，增速将有一定回落。预计2024年中国汽车总销量将超过3100万辆，增长3%以上。其中，乘用车销量2680万辆，增长3%；商用车销量420万辆，增长4%；新能源汽车销量1150万辆。汽车出口550万辆。