

新能源车突破50%!“油电反转”提前11年完成目标

中国新能源汽车迎来历史性时刻!行业机构“乘联会”近日发布全国乘用车市场数据显示,4月上半月,中国新能源汽车零售渗透率首次突破50%。

4月1日至14日,我国新能源乘用车市场零售26万辆,同比增长32%,4月上半月,新能源乘用车零售渗透率为50.39%,首次超过传统燃油乘用车。

这也意味着,中国车市油电市场格局正式逆转,新能源车成为市场主流,买燃油车的人成为少数派。

此前工信部原部长苗圩在第十八届中国汽车产业论坛上表示,新能源汽车对传统燃油汽车取代之势已经形成,原来(2020年)制定的2035年新能源汽车超过50%的目标,很可能在2025年最晚2026年就会提前实现。

在刚刚过去的3月的中国电动汽车百人会论坛上,比亚迪董事长王传福在中国电动汽车百人会论坛上曾预测,新能源汽车渗透率未来三个月即将突破50%或更高。

而现实是,这个数据的到来只用了20余年,王传福向大家展示了一个技术流的“谨慎乐观”。

根据以往数据,从2005年到2015年,中国用了10年,新能源汽车渗透率才突破1%。

在2015年前后,威马汽车、蔚来汽车、小鹏汽车、理想汽车、零跑汽车等首批造车新势力先后成立。

2016年到2019年,新能源渗透率提升到5%。

在此期间,造车新势力量产交付,特斯拉正式开始在中国本土生产。

在特斯拉这条“鲑鱼”刺激下,传统车企加快新能源转型,不计成本地投入大量资源,还与互联网、智驾企业合作。

2020年后,中国新能源汽车市场迎来



消费者在车展现场体验比亚迪的新能源汽车。图/张芳烈

爆发式提升,2021年渗透率突破14%,2022年突破27%,2023年突破33%,速度超出了行业的预期。

在中国新能源车企的不懈努力下,这一目标的实现整整提前了10年。

达成这一历史性节点,比原定的2035年提前了11年。

有业内人士认为,这不仅是数字上的里程碑,更是汽车市场格局的转折点。渗透率超过50%后,整体汽车市场会产生头部品牌的集中效应。

“油电反转”的背后,是中国新能源车企持续“卷价格、卷技术”的结果。以及环保意识的提高、政府政策的支持、技术进步和品牌形象的影响都是推动这一趋势的关键因素。

技术促进产品力质的提升,消费者对新能源车的接受度提高。

近年来,中国汽车工业飞速发展,加快

电气化转型和智能化转型。800V高压平台、碳化硅电机、超级快充、一体化压铸、新型电池、数字化座舱、高速NOA、城市NOA、代客泊车等配置技术,正逐渐在中高端新能源汽车中普及,但在燃油车上却较为罕见。

这也导致新能源车在功能丰富度、智能化程度上,比燃油车有了质的提升,并成为消费者购车的决定性因素。

截至2024年3月,全国充电基础设施累计数量为931.2万台,同比增加59.4%,能够基本满足新能源汽车的快速发展。加上多年的市场教育,消费者对于新能源车,尤其是国产新能源车的接受度不断提升。

业内普遍认为,“油电反转”这与2月下旬爆发并持续至今的价格战有密切关系。

新年伊始,比亚迪带头掀起的一场“电比油低”的降价潮,数十家车企跟进。其中自主品牌与新势力是降价主力,合资降价

较少。乘联会秘书长崔东树表示,一季度降价规模已经超过2023年全年的6成,相当于2022年的降价总规模。新能源乘用车剧烈降价,但燃油车由于目前的促销已达一定底线,因此形成新能源独自降价蚕食燃油车市场的局面。

王传福在百人会论坛上还指出,新能源渗透率超过50%,表明新能源汽车将在市场中占据主导地位,反映出中国新能源汽车行业的强劲发展势头和市场接受度。

随着新能源汽车在动力、静谧性、智能化等方面对传统燃油车的超越,尤其是插电式混合动力车型,既能用电也能用油,既没有续航焦虑还大幅提升了用车经济性,再加上比亚迪汽车以“油电同价”、“电比油低”带头突破了价格关口,进一步激励了消费者选择新能源汽车。

随着销量快速增加,充电桩等设施的全面普及,消费者对新能源汽车的性能、使用体验、用车成本等方面的感知有了切身的体会,大大改变了消费者的认知度和接受度,迅速实现了新能源汽车对传统燃油车的逆转,新能源取代燃油油成定局。

中国消费者已经对传统燃油车“祛魅”。

新能源汽车在动力、静谧性、智能化等方面全面超越传统燃油车,尤其是插混、集燃油、插电、增程、纯电动的功能于一体。在价格关口突破以后,燃油车再无竞争优势,很多用户一旦开过新能源车,就再也不会选择燃油车。并且,随着中国新能源汽车的迅猛发展,中国品牌正在发挥核心技术、产业供应链和本土品牌优势,将技术更强、价值更优、价格更好的产品惠及中国消费者。

国际清洁交通委员会在一份报告中指出,“中国是全球汽车产业电动化转型的引领者。中国已经在汽车电动化转型方面取

得了令人瞩目的巨大进展”。

借助新能源汽车和智能网联的东风,汽车供应链出现了一批像宁德时代、比亚迪等掌握核心技术的企业。而得益于产品、技术、供应链等多方面的进步,中国汽车出口爆发式的增长。

中国电动车还实现了反向技术出口,大众汽车集团入股小鹏汽车、Stellantis集团入股零跑汽车、奥迪与上汽集团联合开发,欧洲两大豪华品牌也要买奇瑞的高端纯电平台。

瑞典斯德哥尔摩,弗里哈姆嫩港口。这里坐落着蔚来汽车在瑞典的第六座换电站,一个连接斯德哥尔摩、哥德堡、马尔默三大城市的充电网络已经形成。

上汽已布局泰国、印尼、印度、巴基斯坦4座整车制造基地,2024年1月比亚迪乌兹别克斯坦工厂正式投产……

2023年,我国新能源汽车出口120.3万辆,同比增长77.6%。2023年6月,由我国牵头制定的国际标准《道路车辆 功能安全 新能源汽车可充电储能系统的应用》以技术报告形式正式发布。

2024年3月25日,比亚迪第700万辆新能源汽车下线,成为全球首个达到这一销量里程碑的汽车品牌。2023年全球新能源汽车前20位销量排名中,中国品牌高达16款。

2023年,我国汽车产销量首次均迈上3000万辆台阶,跃升为全球最大的汽车出口国。其中,新能源汽车产销量占全球比重超过60%,连续9年位居世界第一。

今年一季度,中国汽车销量同比增长10.6%,新能源汽车国内销量同比增长33.3%,出口同比增长23.8%。

随着新能源汽车渗透率超过五成,一个新的市场格局正在形成——中国自主车企为主,合资车企为辅的时代,正在加速到来。(柴佳宇)

特斯拉再降价,4月车市价格战激化!

特斯拉再次降价!

4月21日,特斯拉中国官网显示,特斯拉Model 3/Y/S/X全系在中国大陆地区降价1.4万元,其中Model 3起售价降至23.19万元,Model Y起售价降至24.99万元。

22日,理想汽车全产品线开始大降价,其中MEGA降价3万元。

中国汽车市场的价格战达到空前程度。

自小米SU7的发布后,特斯拉中国宣布全系车型降价,引发了市场的广泛关注。紧随其后,一汽-大众、小鹏汽车、广汽埃安等知名汽车品牌也纷纷推出了各种

优惠政策,以期在激烈的市场竞争中抢占更多的市场份额。

这场价格战的升温,不仅仅是单一品牌的营销策略调整,而是整个汽车行业在面对日益激烈的市场竞争和消费者需求变化时的集体反应。

特斯拉作为电动车领域的领头羊,其价格调整无疑是对市场的一次重要测试,也给同行业的竞争对手带来了压力。

4月份以来,特斯拉中国市场已经进行了三轮价格调整。

特斯拉中国的降价策略,是在全球经

济复苏不确定性增加、原材料成本上涨以及国内外竞争加剧的背景下进行的。这一策略的实施,旨在通过价格优势吸引更多广泛的消费群体,提升销量。

一汽-大众作为国内老牌汽车制造商,面对特斯拉的降价,迅速做出反应,推出了包括现金优惠、金融贴息等多种形式的促销活动。

官方发布的促销海报上,一汽-大众打出:1天1亿真给“利”的字样,全系车型都参与“以旧换新”活动,包括宝来、速腾、探歌以及ID.4 CROZZ等等,综合优惠至

高达到7万元。

小鹏汽车和广汽埃安不甘示弱,通过提供购车补贴、增值服务等方式,试图在竞争中占据一席之地。

小鹏汽车也增加优惠力度,日前,官方的促销海报发布,小鹏汽车针对“五一”节日推出换新补贴,补贴额度高达5亿元。这其中,小鹏G9的力度颇高,现车减免至高达20000元,还能享受以旧换新购车补贴。

4月的汽车市场价格战,不仅是一场品牌间的销量争夺战,更是整个行业适应市场变化、寻求发展的一次大考。

对于很多汽车品牌来说,如果不能在这场价格战中全身而退,很可能意味着在激烈竞争中被淘汰出局。(王思思)

华为Pura 70再成爆款,苹果面临销量压力

近日,华为Pura 70系列先锋计划突然官宣正式上市,售价为5499元起。

吊足市场胃口的华为Pura 70系列,和Mate 60系列一样,依然是“未发先售”,突击上市,让市场猝不及防。

该机上线不到1分钟就被抢购一空,延续了Mate 60系列的火行情。

华为Pura 70系列分四个版本,其中的Pro和Ultra于4月18日当天在官方渠道直接发售,不到一分钟,纷纷显示“暂不售卖”或“暂时缺货”字样,京东、淘宝等华为官方旗舰店也均显示售罄。

标准版和Pro+将于4月22日上架。

标准版的价格定位和Mate 60系列一致,更高阶的版本定价比Mate 60系列还高。具体来看,第一轮开售的Pura 70 Pro和Pura 70 Ultra,分别是6499元起、9999元

起,三天后开售的Pura 70和Pura 70 Pro+,分别是5499元起、7999元起。

Pura 70系列的火爆表明,自华为Mate 60系列发售以来,华为手机正在收复失地。

从财报来看,华为终端业务回到增长轨道,其2023年终端业务销售收入2515亿元,同比增长17.3%。

这意味着华为正快速抢占国内智能手机市场。

华为今年的攻势更猛。

数据显示,2024年前六周,华为国内手机销量同比增加64%,市场份额达到16.5%,排名第二,超越了苹果。

Pura 70系列的推出将给苹果带来更大的竞争压力,预计iPhone在中国市场的销售表现将会受到影响。

目前华为在国内市场快速回归,但在全球手机市场还未挤进前五。

数据也显示,2023年四季度,因为华为手机的大量出货,鸿蒙在中国手机操作系统领域的市场份额达到16%,接近苹果iOS的20%;而在全球范围,鸿蒙操作系统的市场份额约为4%,低于苹果iOS的23%和安卓的74%。

在800美元以上的高端手机市场,用户的选择不多,尤其是中国市场,苹果和华为是主要对手。

从华为Mate 60系列和苹果iPhone 15赶在同一个发布周期,以及后续的市场份额变化看,华为已经对苹果造成影响。

今年前六周,苹果的iPhone手机在华销量同比下滑了24%。这让苹果在中国手机厂商中整体排名,滑落到第四位。

与之形成对比的是华为大涨。

而在华为Mate系列手机回归的2023年三季度,数据显示,苹果手机在中国的销量同比下滑10%,市场占有率从上一同期的15.3%下降到14.2%。

根据苹果财报,2023财年第四财季(对应2023年三季度)、2024财年第一财季(对应2023年四季度),其在大中华市场的营收分别同比下滑3%、13%。

大中华地区是苹果第三大市场,为了阻止销量下滑的颓势,这个长期依赖品牌溢价的高端品牌,不得不主动降价。

除了第三方渠道出现价格下降,去年双11期间在官方授权渠道,刚发售一个月的iPhone 15系列竟然也来了一轮全面降价,降幅600元-800元。

为了挽回颓势,苹果CEO库克不久前专门来了一趟中国,以发动魅力攻势。

但现在Pura 70系列的热销表明,库克也许白来了一趟。(柴佳宇)

周鸿祎卖掉迈巴赫,再来一波流量营销?

自从上次在直播间内把哪吒汽车CEO张勇贬得一无是处,并收获超高流量后,周鸿祎的流量玩法又有了新花样。

4月18日上午,360公司创始人及董事长周鸿祎在社交媒体上发布视频,宣布他计划出售自己长期使用的迈巴赫600,并表示他将转向使用一款国产的互联网新能源汽车。

周鸿祎表示,希望通过亲身体验这些

新型汽车,来了解其性能和特点。

他还公开邀请网友们为他推荐合适的车型,并表示愿意接受国内汽车制造商提供的试驾机会。

这条消息发布后,周鸿祎收到了大量网友的回音,其中包括小米SU7、问界M9等车型的推荐,甚至有网友提出360公司应该自己制造智能汽车。

熟悉的热闹场景又回来了。

老周打出去的流量炮弹,很快有了效果。

他在后续的视频中透露,蔚来汽车创始人李斌已经主动联系他,询问他是否愿意试驾蔚来的汽车。

周鸿祎表示,他并不是要占友商的便宜,而是真诚地希望了解和体验各种新型汽车。

老周自己投资了哪吒,他的确是蔚来的“友商”。

但仅从话题角度看,感觉老周又掘开了一座流量富矿。

因为现在老周自带流量,蔚来也是流量大户,再加上迈巴赫作为即将被老周淘汰的坐骑,也能提供一些反派流量价值,这波炒作又能让老周在网红领域更进一步。

现在周鸿祎已经开始开课,对流量如饥似渴,“换车”作为一个系列,又能让他赚得盆满钵满。(王思思)

摊上大事了!哈尔滨麦道啤酒被检出「呕吐毒素」?

近日,香港消费者委员会对市面上常见的30款啤酒成分进行了检测。

其中,哈尔滨麦道啤酒的检测结果显示,实际酒精含量比标注含量略高,且检出摄入过量对人体有害的脱氧雪腐镰刀菌烯醇(又称呕吐毒素),检出量为每公斤26微克。

呕吐毒素是一类强力免疫抑制剂。

当人摄入了被呕吐毒素污染的食物后,会导致厌食、呕吐、腹泻、发烧等急性中毒症状,严重时可能损害造血系统导致死亡。

香港消费者委员会认为,尽管中国香港并没有法例或标准设定啤酒或酒精饮品所标示数值与实际含量的容忍极限,但参考欧盟条例来看,标示酒精浓度不超过5.5%的啤酒,标示浓度与实际浓度的偏差容忍上限为0.5%,而标示酒精浓度高于5.5%的啤酒,容忍上限为1.0%。

哈尔滨啤酒麦道未能符合欧盟要求。

报告在汇总30款产品测试结果图表中,将哈尔滨啤酒麦道排在倒数第一位,且给予的评分仅为两星半(总分为五星)。

哈尔滨麦道啤酒厂商回应称,该公司从未将检测的产品出口到香港以及销售。该产品一直以来只在内地生产及销售,而该产品的整个生产及销售过程均符合内地相关法律法规。

目前在京东等电商平台未搜索到哈尔滨啤酒麦道产品的,拼多多目前有不少商家销售该款产品。

不过,报告并未就检测结果给受检产品的安全情况定性,并且也提及目前啤酒中的呕吐毒素含量并没有相关安全规定或标准上限。

中国香港消费者委员会提醒消费者,避免过量进食酒精饮品。

另一方面也提醒啤酒生产商,在不可能完全消除谷物中霉菌的背景下,采用优质、纯化和储存良好的原材料去酿造啤酒,尽可能减少谷物受到霉菌感染的机会。

目前,哈尔滨啤酒母公司百威亚太股价未受影响。(柴佳宇)