



中国新能源汽车保有量、产销量、充电桩数量均居世界第一——

增长5倍，新能源车改变出行格局

“十四五”，我们见证这些“第一”⑨

本报记者 徐佩玉



国家发展改革委近日发布数据显示，2024年，全国新能源汽车保有量达到3140万辆，比“十三五”末增长5倍多。

这一对比折射出中国新能源汽车产业5年来的跨越式发展——从年产百万辆，到成为全球首个年产突破1000万辆的国家，如今，中国新能源汽车保有量、产销量及充电桩数量均稳居全球首位。

新能源汽车产业正以势不可挡的态势重塑出行格局，为经济运行、日常生活带来实实在在的变化。

数据链接

◆ 2024年，全国新能源汽车保有量达到3140万辆，比“十三五”末的492万辆增长5倍多

◆ 2024年，中国新能源汽车年产销量分别达到1288.8万辆和1286.6万辆，连续10年位居全球第一

◆ 2024年底全国充电基础设施总量达1281.8万台，形成全球最大规模充电网络

数据来源：国家发展改革委、中国汽车工业协会等

对话“十四五”

问：“十四五”规划纲要明确，突破新能源汽车高安全动力电池、高效驱动电机、高性能动力系统等关键技术，加快研发智能（网联）汽车基础技术平台及软硬件系统、线控底盘和智能终端等关键部件。如今，这些目标实现得如何？

中国汽车战略与政策研究中心新能源汽车研究部部长朱一芳：近年来，中国新能源汽车相关企业在电池技术、智能驾驶、轻量化材料等关键领域不断加大研发投入，重要成果竞相涌现。

看关键技术——全固态电池研发取得突破性进展。宁德时代近期宣布其全固态电池研发进入量产阶段，国轩高科首条全固态电池中试线正式贯通，设计产能达0.2吉瓦时。

看关键部件——我国智能网联汽车产业体系基本形成，已有50多个城市开展智能网联汽车道路测试示范，开放测试道路3.2万公里，完成约1万公里道路智能化改造，安装路侧单元8700多套。目前，我国具备L2级组合辅助驾驶功能的乘用车新车占比达到57.3%。

可以说，“十四五”时期，中国新能源汽车产业完成了从追赶者到领跑者的身份蜕变，正从规模扩张向

从追赶者到领跑者

质量跃升转型，并牢牢把握住电动化、智能化、低碳化、国际化发展机遇，不断提升原始创新和自主创新能力，加强共性基础技术研发，持续巩固扩大产业发展优势。

问：随着产业发展进入新阶段，车企要如何更好站稳脚跟、赢得市场？

比亚迪集团高级副总裁、汽车新技术研究院院长杨冬生：如果说新能源汽车上半场竞争的焦点是电动化，那么下半场制胜的关键就是智能化。

从2023年上半年开始，比亚迪将辅助驾驶升级为核心战略之一，和Momenta（初速度）、地平线、博世等多家供应商合作，同时加大自研投入。目前光是核心算法团队就超过1000人，团队已经有5000人左右。

消费者对辅助驾驶有一个接受的过程。以泊车功能为例。企业告诉用户，“你可以用”，消费者也会想

“万一不行怎么办”。为此，我们推出了泊车兜底服务。目前，比亚迪自动泊车使用率从40%提升至60%以上，正逐渐建立起用户信任。

中国汽车市场很大，世界汽车市场很大，我们很开心看到更多企业进入这条赛道。我们会继续参与这场世界级比拼，看谁能做到更好。

问：从消费者的角度看，新能源汽车呈现出怎样的消费趋势？

国家发展改革委产业经济与技术经济研究所工业室副主任李子文：消费者愿意主动选购新能源汽车，关键还是新能源汽车驾驶体验、续航里程、充电速率、底盘质感、安全性能等方面实现了巨大提升，从单一的出行代步工具升级为“大号智能终端”，能够满足消费者多方面的需求。

我们观察，新能源汽车消费正在出现一些新的趋

势增长。当前中国已形成涵盖原材料供应、电池生产、整车制造、充换电设施建设等在内的智能新能源汽车产业链。一分钟生产一辆新能源汽车的效率，正是产业链高度协同与高效运转的结果。

另一头，是消费者对新能源汽车的接受程度越来越高，消费需求持续释放。在很多消费者看来，新能源汽车已从代步工具变为智能终端，选择新能源汽车的理由不再是“不限号”“省钱”，而是更多看重其智能化功能、人性化服务、个性化外观。

浙江杭州车主王先生说，他去年入手了一辆新能源汽车，最吸引他的是车辆的智能交互系统。“语音控制特别灵敏，打开天窗、调低空调、播放音乐等指令都能迅速响应。导航还能根据实时路况自动规划最优路线，遇到堵车会提醒切换车道。”他表示，现在开车像带了个智能助手，一个人长途也不难熬了。

中国车企不仅在国内市场占据领先地位，更在全球新能源汽车市场中扮演着越来越重要的角色。以比亚迪为例，其在西班牙的市场占有率已突破10%，在巴西稳坐巴西新能源汽车销量榜首。中国汽车工业协会最新数据显示，1—7月，中国汽车出口368万辆，其中新能源汽车出口130.8万辆，同比增长84.6%。新能源车已经成为中国汽车出口增长的主要拉动力。

出行体验更美好

——“从北京到武汉，沿途十几个服务区的充电桩数量都比较充足，很少遇到需要排队的情况”

“我开着电动汽车往返北京和武汉已经两次了。从港澳高速一路南下，约1200公里，加上中途休息充电，差不多要15个小时。”周先生是湖北武汉人，在北京工作10多年，去年购入了一辆新能源汽车。

2025年春节，他第一次自驾从北京回武汉过年。“一来是带着老人和小孩，还有一些玩具、衣服需要运回武汉，开车更方便。二来我也想体验一把电动车跑长途的感觉。”周先生说，第一次体验长途电车自驾，他不免有些紧张，提前规划了充线路。实际行驶下来，他发现沿途十几个服务区的充电桩数量都比较充足，很少遇到需要排队的情况，比预期顺利许多。“仅有一个服务区车比较多，需要排队充电。特别暖心的是，一位大哥看我的车辆电量不多且车上有老人和小孩，就说‘看上去你比我更着急，你先充吧’。”

如今，服务区新能源汽车充电设施的紧张问题已基本缓解。在国新办日前举行的“高质量完成‘十四五’规划”系列主题新闻发布会上，交通运输部副部长刘伟介绍，高速公路充电桩数量4年翻了两番多。“针对充电繁忙服务区，我们实行了‘一区一策’来强化服务，已经累计建成了充电停车位6.2万个，服务区充电桩覆盖率达到98.4%，有效缓解了‘里程焦虑’，高速公路日均通行的新能源车占比已经提高到20%左右。”

放眼全国，2024年底全国充电基础设施总量已达1281.8万台，中国已形成全球最大规模充电网络。中国电动汽车充电基础设施促进联盟最新数据显示，今年上半年，中国桩车增量比为1:1.8，充电基础设施建设能够基本满足新能源汽车的快速发展。

“我家是武汉附近的一个小县城，现在县里充电都很方便了。”周先生说，一些废弃场馆建成了公共充电站，这两年不少老家的亲戚朋友都开上了新能源汽车。

国家能源局数据显示，全国除西藏、青海外，其他省份均实现了充电站“县县全覆盖”的建设目标，全国县域充电设施覆盖率达97.31%；13个省份实现充电桩“乡乡全覆盖”，乡镇充电设施覆盖率达76.91%。

势性变化：

一是更加注重智能化功能。随着新能源汽车智能化技术水平的提升，消费者对于智能座舱、语音交互、远程控制等功能的精确性、敏捷性、安全性等提出了更高要求，是否具有优秀的智能化功能成为影响消费者购车决策的重要因素。

二是更加注重享受型体验。不少消费者将新能源汽车作为“第二客厅”“可移动的家庭空间”，希望汽车能够提供按摩座椅、车载冰箱、平板电视等享受型功能，让汽车能够随时成为“家庭影院”“露营基地”“亲子乐园”，让家庭出行成为生活场景的延伸。

三是更加注重社交需求和情绪价值。一些消费者愿意为新能源汽车的社交属性和“颜值”买单，将选购特定款式和功能的汽车产品作为一种消费潮流，将购车行为转化为社交群体的身份认同。

四是更加注重品牌价值。我国自主品牌在新能源汽车领域具备先发先行的领先优势，不少消费者倾向于购买由自主品牌原创设计的“爆款”车型，并在汽车使用过程中不断增强对自主品牌的价值、质量、技术等认可度。

（本报记者 徐佩玉采访）

图①：在山东省临沂市雷驰新能源汽车有限公司生产车间，工人们在组装新能源重型卡车。王彦冰摄（人民视觉）

图②：位于安徽省合肥市新桥智能电动汽车产业园蔚来第二工厂的新能源汽车生产线。新华社记者 周牧摄

图③：游客在宁夏回族自治区银川市永宁县境内的高速公路服务区为汽车充电。袁宏彦摄（人民视觉）

底图：在江苏省连云港市东海县境内，滚装轮停泊在泊位装载出口汽车。王春摄（人民视觉）