

2021 年中国汽车工业经济运行报告

中国汽车工业协会

2021 年，在“两个百年”历史交汇期，以习近平同志为核心的党中央科学统筹疫情防控和经济社会发展，积极应对各种严峻挑战，国民经济呈现持续恢复发展，主要宏观指标总体处于合理区间，质量效益稳步提升。汽车行业同样经历了严峻的考验，面对芯片短缺、原材料价格持续高位等不利因素影响，全行业迎难而上，主动作为，全年汽车产销呈现稳中有增发展态势，展现出强大的发展韧性和发展动力。新能源汽车成为最大亮点，已经从以前的政策驱动全面进入市场化驱动新阶段，呈现出市场规模、发展质量双提升的良好发展局面，为“十四五”汽车产业高质量发展打下了坚实的基础。

一、2021 年汽车工业经济运行分析

（一）汽车产销稳中略增

1. 汽车产销超过 2600 万辆，继续稳居全球第一

据协会统计，2021 年，汽车产销分别达到 2608.2 万辆和 2627.5 万辆，比上年分别增长 3.4%和 3.8%，结束了自 2018 年以来连续三年下降局面。从全年汽车销量变化情况来看，与上年形成鲜明对照，一季度汽车市场总体呈现迅猛增长势头，二季度以来在上年疫情后恢复期的高基数、芯片短缺影

响不断扩大以及商用车在上半年国六切换的透支作用下，汽车市场增势逐步减弱，下半年表现明显不如上半年，但四季度表现略好于三季度。

值得一提的是，我国汽车市场表现依然明显好于世界主要汽车生产大国，产销总量连续 13 年稳居全球第一，世界第一汽车市场大国的地位没有改变。

2. 行业经济效益主要指标运行稳定

2021 年，与产销情况大致相当，汽车行业经济效益主要指标也呈现前高后低走势。影响因素主要包括以下三个方面：一是原材料价格持续高位运行，导致企业成本大幅提高；二是芯片短缺加快了芯片价格高涨；三是企业出口物流费用较高，也相应增加了企业运营成本。

据国家统计局公布的数据显示，2021 年，汽车制造业工业增加值比上年增长 5.5%；累计完成营业收入 86706.2 亿元，增长 6.7%；实现利润 5305.7 亿元，增长 1.9%。2021 年，汽车类零售总额完成 43787 亿元，比上年增长 7.6%，占社会消费品零售总额的 9.9%，略低于上年。

（二）乘用车产销表现好于行业总体，中国品牌表现更为出色

1. 乘用车市场竞争愈发激烈，消费提质升级趋势不断增强

2021 年，我国经济稳定恢复，生产需求持续回升，经济发展总体呈现稳中加固、稳中向好态势。年初政府工作报告

指出要坚持扩大内需战略，强调形成强大国内市场，构建新发展格局，要把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来，以创新驱动、高质量供给引领和创造新需求。此外，对于支持汽车消费在政府工作报告中同样给予了十分明确的表述：稳定增加汽车、家电等大宗消费，取消对二手车交易不合理限制，增加停车场、充电桩、换电站等设施，加快建设动力电池回收利用体系。这对于全面畅通汽车产业内循环，促进汽车产业全生命周期的规范化管理，营造更加完善的消费环境都起到了良好的推动作用。特别是随着一系列国家和地方相关配套支持政策的落地，对于汽车产业健康稳定发展尤其是促进乘用车市场需求稳定增长提供了强有力的保障。

与此同时，随着中国宏观经济系统性恢复、居民收入水平提高及汽车消费者对品牌、品质、服务等汽车附加属性更加关注，供需两端共同作用下消费升级趋势愈加明显。首购和换购人群购置高档车型比例不断增加，中国乘用车市场的消费结构越来越显著地体现出向高端化发展的特征。“Z世代”、“她经济”、“城市新中产”、“小镇青年”等一系列新消费群体的不断壮大，加快促进了乘用车市场转型升级趋势。

2021年，乘用车产销2140.8万辆和2148.2万辆，比上年分别增长7.1%和6.5%，结束了自2018年以来连续三年下降趋势。从全年乘用车销量月度同比增长变化情况来看，一

季度各月销量同比快速增长，4月增速明显回落，5月以后各月同比均下降，10月起降幅有所收窄，其中12月当月同比结束下降，呈小幅增长。

尽管受芯片短缺影响，高端品牌乘用车下半年增势减缓，但总体表现依然好于大市，特别是10月后同比结束6月以来下降趋势，率先呈现恢复性增长势头。2021年，高端品牌乘用车销量比上年增长20.7%，高于行业增速14.2个百分点，占乘用车销量比重比上年提高1.9个百分点。

目前，我国乘用车市场已经进入结构调整转型升级的关键时期，在新车增量市场、二手车交易存量市场、报废车市场以及汽车后市场方面都有较大的发展空间。此外，宏观经济对乘用车市场的支撑有望继续保持，但也要看到，芯片短缺危机在短期内仍旧难以缓解，很多主流车企还将面临缺芯困难，由此带来新车交付周期长，库存紧张，优惠力度减少，减配等风险持续存在，为此更需要行业形成合力，共同打赢芯片保卫战。

2. 四大类乘用车品种产销表现总体稳定，SUV和轿车继续稳居市场主导

2021年，从乘用车细分市场表现情况来看，运动型多用途乘用车(SUV)继上年后产销总量再次超过基本型乘用车(轿车)，保持了市场领先地位；基本型乘用车(轿车)在产品升级以及新能源品种旺销促进下呈现稳定增长；多功能乘用车(MPV)表现也好于上年；交叉型乘用车产销稳中略增。

2021 年，基本型乘用车（轿车）产销分别达到 990.8 万辆和 993.4 万辆，比上年分别增长 7.8%和 7.1%。其中新能源轿车产销分别增长 1.5 倍和 1.4 倍，占轿车产销总量的比重分别达到 20.9%和 20.7%。

2021 年，运动型多用途乘用车（SUV）产销再度双双超过千万辆，分别达到 1003 万辆和 1010.1 万辆，比上年分别增长 6.7%和 6.8%。其中新能源 SUV 产销增长均为 2.3 倍。从 SUV 月度销量同比增长变化趋势来看，1—4 月各月销量同比均呈快速增长，5 月后同比均呈下降，10 月后同比降幅明显收窄。

2021 年，多功能乘用车（MPV）市场总体保持了小幅增长，产销分别达到 107.3 万辆和 105.5 万辆，比上年分别增长 6.1%和 0.1%。其中新能源 MPV 产销分别增长 1.5 倍和 1.4 倍。

2021 年，交叉型乘用车产销分别达到 39.7 万辆和 39.1 万辆，比上年分别增长 0.6%和 0.8%。其中新能源交叉型乘用车产销分别增长 81.8%和 96.4%。从交叉型乘用车全年月度销量同比增长变化来看，与其他三大类乘用车走势不同，呈现更为波动的发展趋势。1 月销量同比逆势下降，2—4 月均呈增长，但增速逐月回落，5 月和 6 月同比均呈下降，7 月和 8 月呈现恢复性增长，9 月再次呈明显下降，10 月后降幅有所收窄，但 12 月降幅有所扩大。

3. 中国品牌乘用车市场份额呈明显增长

进入 2021 年,中国品牌乘用车主导企业继续大力加强产品研发和推广力度,特别是在产业变革之际,中国品牌乘用车企业抢抓新发展机遇,加速缩小与国外优势汽车企业之间的差距。目前绝大多数中国品牌主流企业均建立了比较完整的技术研发体系,包括流程、标准、设计和验证手段。在传统燃油车技术领域,行业主流企业几乎全部开发了自主的发动机产品,其性能已经不亚于合资品牌;在新能源汽车领域,中国品牌更是成为绝对主力,同时我国已成为全球动力电池出货量最大的国家;在智能网联领域,基于人工智能、5G 通信等新技术在汽车领域的应用,中国品牌乘用车企业同样占据了部分先机。因此,当前中国品牌乘用车部分产品完全可以和合资品牌比肩甚至在某些方面已经超越合资品牌。与此同时,凭借对中国汽车消费市场的精准把握,以及本土供应链优势,中国品牌也抢占了更多机会。

2021 年,中国品牌逆市上扬,市场表现明显好于大市。2021 年,中国品牌乘用车共销售 954.3 万辆,比上年增长 23.1%,占乘用车销售总量的 44.4%,占有率比上年提升 6 个百分点。其中中国品牌新能源乘用车共销售 247.6 万辆,比上年增长 1.7 倍,占乘用车销售总量的 74.3%。

在“电动化、网联化、智能化”科技革命的促进下,汽车工业发生了重大变革,在为中国汽车工业的发展带来前所未有的挑战的同时,也带来了千载难逢的发展机遇。当前,中国汽车工业正在迈向高质量发展新阶段,提升中国汽车品牌

价值和影响力，扩大市场份额，实现品牌向上突破，是“十四五”时期中国汽车工业发展最为紧迫的任务。自 2009 年以来，中国已经连续 13 年成为全球最大市场，但中国品牌在全球汽车品牌榜上的排名和价值与世界汽车强国相比尚有较大差距，在品牌溢价和盈利能力等方面与合资品牌也依然有不小差距。因此，中国品牌汽车的竞争力还有待进一步提高。

（三）商用车产销比上年有所下降，客车表现明显好于货车

1. 商用车产销呈“前高后低”

2021 年一季度，商用车市场延续 2020 年的高增长态势，市场销量再创历史新高，增长原因除国三老旧车淘汰、“双超”治理、物流行业拉动等因素外，疫情缓解下国内经济恢复性增长带动基建大规模启动、国六标准实施引起国五车提前采购更是促使其快速增长的核心因素。4 月后，市场透支消费逐步趋弱，增速大幅回落，5 月后月度同比呈现明显下降，四季度降幅虽有所收窄，但依然超过 20%。因此，全年商用车产销结束上年快速增长，呈一定下降。分别达到 467.4 万辆和 479.3 万辆，比上年分别下降 10.7%和 6.6%。

从商用车按燃料类型细分品种销售情况来看，天然气车表现明显不如上年，2021 年销量比上年下降 56.3%；柴油汽车销量下降 5.0%；汽油车也结束上年增长，下降 10.4%。相比较而言，新能源商用车表现明显好于上年，增长 49.4%。

随着国家“双碳”战略的有序推进，特别是环保法规的不断加严，传统能源商用车市场将会继续呈现萎缩态势。但总体来看，未来新能源商用车有望呈现较快增长，在技术发展和应用场景的持续探索中，商用车市场由政策支持阶段将逐步进入市场化发展阶段，这也为新能源商用车良好发展注入了“强心剂”。从技术路线来看，纯电动依然占据主导，但插电式混合动力以及氢燃料商用车未来也将有可预见的增长空间；从应用场景来看，公交市场新能源渗透率依然会保持较高水平，城市物流车也将进入快速增长阶段，并释放更大发展潜力。

2. 货车产销均呈下降，重型货车降幅更为明显

受国6标准切换影响，货车消费需求在上半年明显透支，因而下半年需求呈较快下降。2021年，货车产销分别达到416.6万辆和428.8万辆，比上年分别下降12.8%和8.5%。

在货车四大类细分品种中，总体走势均呈现明显的“前高后低”态势。其中，重型货车市场表现与排放标准切换及货运市场终端需求乏力密切相关。在排放标准切换的节点上，厂家纷纷加大了促销力度，因而不少运输从业者选择了国五车型，导致重型货车市场需求被严重透支。当下半年的市场供给与用户需求匹配出现错位时，销量数据因而大幅下降。自4月以来，物流市场持续低迷，重型货车市场需求放缓。同时，在环保限产、运力过剩、建设工程开工不足等一系列因素的影响下，终端用户订单也不及预期。2021年，重

型货车产销比上年分别下降 21.4%和 13.8%。在重型货车中，半挂牵引车同样结束上年快速增长，产销分别下降 24.1%和 18.9%。受钢材等原材料价格上涨与排放标准升级影响，半挂牵引车整车购车成本呈现较大幅度增长，再加上整体经济发展预期转弱以及运价偏低、人工成本不断上升等不利因素，均在很大程度上抑制了半挂牵引车市场需求。

中型货车市场表现总体好于其他货车品种，2021 年产量比上年下降 21.4%，销量增长 12.3%。处于重型和轻型货车双重“夹击”，中型货车龙头企业加大了产品研发和改进步伐，不断推出适应特殊场景及个性需求的产品，且产品性能和品质也明显提升，因而在下半年总体低迷的货车市场中仍能展现出难得的“亮色”。

轻型货车产销降幅略低，2021 年比上年分别下降 6.4%和 4.0%。2021 年，为进一步从源头治理轻型货车超载行为，国家主管部门着手编制新版轻型货车技术要求，其中较为严苛的标准是蓝牌轻型货车配装发动机的排量或将限制在 2.5L。为此，轻型货车生产企业纷纷加速布局配装小排量发动机产品，预计今后轻型货车市场小排量化发展特征将更为显著。同时，也有可能促进一些用户向中型货车转移。

微型货车产销降幅也明显高于行业，2021 年比上年分别下降 14.2%和 14.7%。

未来，货车市场发展也将出现更多新趋势和新变局。最为重要的变化就是市场细分程度越来越高，而不同细分市场

对车辆的不同需求使得“场景定制化”成为必然趋势。特别是随着智能网联和新能源技术不断进步，将不断催生新的应用场景，为货车市场增添发展新动能。与此同时，股比全面放开之后，外资企业加速在华高端市场布局，也相应推动了中国品牌货车企业产品向上发展的步伐。预计未来货车行业将全面进入精细化竞争为主的淘汰赛时代，行业加快整合，将从规模速度型市场转变为质量内涵型市场，领先企业最终将胜出，弱小企业跟不上行业发展脚步而逐渐掉队。此外，未来整车制造销售的利润将向出行服务、维保、二手车等后市场转移，汽车后市场增长空间巨大。因此，车企围绕“产品+服务”进行业务转型同样至关重要。

3. 客车产销表现好于商用车行业，轻型客车表现更为突出

2021 年，客车（含客车非完整车辆）产销分别为 50.8 万辆和 50.5 万辆，比上年分别增长 12.2%和 12.6%。在客车主要品种中，大型客车产销下降较快，中型客车降幅略低，轻型客车呈较快增长。从月度客车销量同比增长情况来看，前 8 月各月销量同比均保持增长，9 月后虽有所下降，但降幅明显低于货车。

2021 年，国内疫情多次反复，居民生活对线上购物的依赖度提升，在短期内促进了电子商务、城市物流的发展，释放的民生物资、医疗物资配送需求，拉动轻客自备车、厢式 VAN 销量增长，加上医疗救护车销量持续保持高位，因此，

轻型客车表现明显好于大市。此外，大中客车市场在上半年也曾出现一定回暖。主要原因是国内疫情的复发被控制在小范围之内，疫情期间被抑制的消费需求得以释放，居民对长途出行与旅游的热情增长。同时，企业单位运营生产回归正轨，加上国六排放升级的刺激，长途客车、旅游客车、团体通勤客车销量增长。然而，经过数年的调整，新能源客车进入“低补贴”时代，新能源公交市场销量下滑，减缓了整个大中客市场的增势。

客车产销占商用车比重仅在 10%左右，占汽车产销总量也不超过 2%，属于小众车型，但在行业内骨干企业多年来精耕细作下，产品质量及口碑不断提升，中国品牌客车在国际上也享有盛誉。尽管新能源客车市场增长不如大市，但也仅仅是市场爆发前的调整期，相信随着产品线不断丰富，制造成本持续下降，客车行业也终将走出“低补贴”时代的阴霾，在新能源汽车市场上有所作为。

4. 皮卡车产销逆势增长，增速明显快于上年

据中国汽车工业协会统计的皮卡车企业数据显示，2021 年，皮卡车产销分别完成 54.7 万辆和 55.4 万辆，比上年分别增长 11.2%和 12.9%，增速比上年分别加快 3.2 个百分点和 4.3 个百分点。从月度皮卡车销量同比增长变化情况看，与上年形成鲜明对照，1—4 月销量月度同比呈快速增长，5 月后增速大幅回落，6—11 月各月销量同比均呈下降，其中 6 月、8 月降幅更为明显，12 月结束下降，再次呈现较快增长。

自 2016 年皮卡开启解禁序幕以来，国内陆续有 90 多座城市完全或部分对皮卡路权进行解禁，近两年皮卡以其自身独有的“乘商结合”成为消费的新热点，特别是龙头主力车企推出的“爆款”产品也在很大程度上提升了皮卡车市场需求。分燃料类型情况看，柴油车表现较为出色，2021 年产销比上年分别增长 12.8%和 15.4%，增速明显快于上年。汽油车呈小幅增长，产销比上年分别增长 5.8%和 5.3%。

据中汽协会预测，在皮卡解禁稳步推进的前提下，到 2030 年，国内皮卡市场需求可达到 100 万辆以上，如果加上出口需求，皮卡总体销量可实现 200 万辆左右。可以预见，如果国内皮卡得以解禁，将进一步助力国产皮卡走向海外，有望形成国内国际良性互动的局面。皮卡也将成为继 SUV、新能源汽车之后，我国汽车产业又一赶超世界领先品牌的重要赛道。此外，由国家市场监督管理总局牵头制订的《多用途货车通用技术条件》将于 2022 年 5 月 1 日正式实施。作为我国首部定义皮卡技术标准的权威性文件，《技术条件》在产品定义上更加精准，在技术要求上更加明确，在发展方向上也体现了皮卡乘用化的趋势，不仅对产品高标准、高品质发展起到良性互动作用，也有助于皮卡在产品、管理、需求上更加规范。无疑对今后皮卡市场更加健康发展起到较好的促进作用。

（四）新能源汽车产销呈现爆发式增长，产品品质和市场认可全面提升

2021 年，新能源汽车产销表现最为出色，分别达到 354.5 万辆和 352.1 万辆，比上年均增长 1.6 倍。占汽车产销总量的 13.6%和 13.4%，与上年相比，分别提升 8.2 个和 8.0 个百分点。其中纯电动汽车产销比上年分别增长 1.7 倍和 1.6 倍。插电式混合动力汽车产销分别增长 1.3 倍和 1.4 倍。

总体来看，2021 年我国新能源汽车产业呈现市场规模、发展质量“双提升”的良好势头。不仅产销规模再创新高，中国品牌也取得蓬勃发展，占比超过 70%，明显好于合资品牌。总体来看，我国新能源汽车产业能取得良好发展主要得益于以下四个方面：**首先**，随着全球新一轮科技革命和产业变革蓬勃发展，汽车与能源、交通、信息通信等领域加速融合，新能源汽车已经成为全球汽车产业转型发展的主要方向；**第二**，中国作为全球最大的汽车生产国和消费国，深入实施发展新能源汽车国家战略，新能源汽车产业发展取得积极成效与政府部门在市场推广、基础设施建设等方面给予的大力支持密不可分；**第三**，行业企业尤其是中国品牌企业在新能源产业上发力较早，在关键零部件、上下游有效贯通等方面均有很大的成效，目前看，我们的新能源汽车产业链全球最为完善，产品供给丰富多样；**第四**，国内消费者对新能源汽车从试探消费已经达到放心消费，消费观念因而产生了较大转变，且绿色消费的意愿也在逐步增强。

目前，我国新能源汽车产业已经由初级向中高级发展迈进，开始从以前着重解决三电技术、提高安全性和破解续航

短、充电难、买车贵、不安全等电动汽车自身的问题，转向以更多的精力关注与相关行业以及高科技变革的协同，充分挖掘未来汽车造福社会的潜能。与此同时，新能源汽车作为汽车产业转型升级的主要方向，也是我国实现二氧化碳减排目标和产业高质量发展的战略选择。今后我国新能源汽车产业将进入加速发展新阶段，既面临重大机遇，也面临技术、市场等诸多挑战。为此，**一是要坚持创新驱动**，充分发挥企业的创新主体作用，加快车用芯片、操作系统等关键技术研发和产业化；**二是要坚持跨界融合**，协同构建新型产业生态，推动网联化、智能化与电动化技术齐头并进，加快汽车产业与新一代信息通信、新材料、人工智能、大数据等新兴产业的深度融合；**三是要坚持市场主导**，完善产业管理和支持政策，加快基础设施建设，促进公共领域和私人领域新能源汽车消费，持续扩大新能源汽车应用规模；**四是要坚持开放合作**，充分利用多边和双边国际合作机制，深入推进政策协同、技术创新等合作，积极融入全球产业链和价值链体系。

(五) 出口呈现快速增长, 汽车企业出口量首次超过 200 万辆

据对行业内整车企业报送的出口数据统计，2021 年，汽车生产企业共出口 201.5 万辆，比上年增长 1.0 倍。占汽车销售总量的比重为 7.7%，以上年提升 3.7 个百分点。从全年汽车企业出口情况来看，各月出口同比均呈快速增长，其中四季度月均出口量超过 20 万辆，表现更为突出。

2021 年，我国汽车出口快速增长主要受三个方面因素拉动：一是全球汽车市场回暖；二是新能源汽车出口带动作用明显；三是我国汽车企业国际竞争力持续提升，品牌国际影响力不断增强。此外，我国汽车行业产业体系完整，配套能力比较强；另一方面，我国科学统筹疫情防控和经济社会发展，国内生产秩序总体稳定，也在很大程度上推动了出口的快速增长。但是，也应该看到，未来海外产能继续恢复将导致我国“出口替代”效应逐步减弱。疫情期间我国出口持续高增长，很大程度上是由于疫情引发短期全球生产“停摆”和部分商品需求激增，中国产能率先修复，国内部分产业供给全球，发挥了“补缺口”作用。随着国外疫苗普及率提高和管控措施不断放松，之前回流到中国的订单可能再度转移，我国出口替代效应趋弱，将带来一定下行压力。

2021 年，乘用车出口达到 161.4 万辆，比上年增长 1.1 倍；商用车出口 40.2 万辆，增长 70.7%。其中新能源汽车出口也延续了迅猛增长势头，累计出口达到 31 万辆，增长 3 倍，占汽车出口总量的 15.4%，比上年提升 8.4 个百分点。

二、当前行业存在的主要问题

（一）汽车芯片供应不足

当前，汽车芯片供应不足的问题虽然逐月在缓解，但短缺依然存在。原有的汽车芯片供应链体系平衡已经被打破，企业为保证未来产品生产的平顺性，芯片采购需求普遍提高，因此建立新的供应链体系还需要一定时间，目前来看，

2021 年初全球晶圆产能开始增加，产品在市场端投放需要 1—2 年周期。总体来看，在没有新的不确定因素发生的条件下，按照产业规律，预计最早到 2022 年下半年，汽车芯片供应紧张问题才能得到一定的缓解。

（二）企业成本压力不断加大

原材料价格依然维持高位。2021 年以来上游原材料价格处于高位，特别是部分原材料如动力电池材料价格仍在上涨，给企业生产经营带来了巨大压力。燃动成本也呈现明显增长。据企业反映，能源价格中蒸汽涨幅 76%，天然气涨幅 30%。人工成本、物流成本、包装成本、仓储成本也呈现上涨趋势。当前整车企业出口物流费用较高，运能不足。从 2020 年至今，国际市场运价飞涨，极大增加了企业海外运营成本。此外，运能不足导致企业形成违约订单，对整车出口企业带来较大经营压力。

（三）动力电池供不应求

伴随新能源汽车的快速发展，其上游的电池产业出现了供不应求的情况。高端电池产能不足，低端产能过剩。车企电池需求规划具备超前性，头部企业优质产能投产仍需一定时间。上游材料短缺，疫情环境稳定后，下游市场增长速度超预期引起供需错配，关键材料供需紧张。

（四）产能利用率不均衡

随着新能源汽车产业快速发展，产能利用率不均衡问题逐渐凸显，有些企业的产能利用率很低甚至为零，但又不能

为其他企业代工，导致产能利用率高的企业扩充产能困难重重。

（五）疫情散发对于企业生产经营造成一定影响

此外，天津疫情造成当地部分零部件企业停产停运，导致其无法按期供货，从而影响整车生产。香港疫情也给相关地区汽车产业链、供应链带来一定风险。

（六）市场需求不足风险加大

当前，宏观经济下行压力较大，消费者购买意愿受到一定影响，未来终端市场订单增长将愈发乏力。

三、2022 年行业发展形势研判

2021 年 12 月 6 日召开的中共中央经济工作会议，对于做好 2022 年全年经济工作，提出要继续坚持稳中求进工作总基调，继续做好“六稳”、“六保”工作，持续改善民生，着力稳定宏观经济大盘，保持经济运行在合理区间，保持社会大局稳定。预计 2022 年随着供给端逐步改善，汽车市场需求有望得到较快恢复，因而产销表现将有望好于 2021 年。

具体到汽车工业来看，有利因素有：**一是**宏观经济继续保持稳定发展，将继续支持汽车消费发展；**二是**国内共同富裕政策的不断推动，将进一步带动消费复苏，推动汽车消费；**三是**国内疫情防控总体保持平稳，生产正常，也有力支撑市场发展；**四是**海外需求还会呈现增长，新能源汽车出口继续快速增长；**五是**芯片供应将逐步回升。

不利因素包括：宏观经济仍存在下行压力，疫情的不确定性、大宗商品价格上涨、人口老龄化、房地产市场债务风险等因素的影响以及实现碳达峰目标的产业调整（能耗双控）等。同时，芯片短缺尚没有太大的改观，渠道库存基本已经清空，全球补货压力依然较大，补库存也给批发销量带来不确定因素；商用车高峰已过，未来是替代需求。

预计 2022 全年汽车销量有望达到 2750 万辆，增长 5.4%；其中：乘用车销量有望达到 2300 万辆，增长 8%；商用车 450 万辆，下降 6%。新能源汽车有望继续保持快速增长，全年销量预计达到 500 万辆，增长 47%。

四、相关政策建议

（一）推动汽车芯片行业健康发展

加强车用芯片产业链布局，持续支持芯片行业发展。构筑中国自主的车规半导体标准体系。维护芯片市场健康秩序，严格管控哄抬价格行为，严厉打击芯片造假行为，保证稳定的市场环境。

（二）稳定上游原材料行业运行

健全原材料供应端市场价格管理规范，对于恶意哄抬、炒作原材料价格的行为予以处罚。对原材料采购方给予短期政策上支持，降低其经营和财务恶化的风险。加强宏观调控并适当通过国家战略储备投放的方式来平抑市场价格。

（三）着力为企业减负

建议税务部门延长缴纳期以缓解经销商的经营压力。针对汽车企业出口物流给予支持。建议研究制定整车出口物流方面的扶持政策，以支持汽车出口企业可持续健康发展。

（四）建议优化“有序用电”管理

协调增产增供。进一步加大重点地区、重点煤企增产增供工作推进力度，提高长协合同兑现率。同时督促发电企业加快提升机组出力，做到应发尽发。对于产业链长、牵一发而动全身的行业，应在全国范围内建立协调机制，保障全产业链稳定运行。

（五）促进新能源产业健康发展

为新能源汽车继续创造良好环境，明确补贴、购置税政策预期，优化积分管理办法；优化产能统筹布局，实行一企一策，提供审批便利，并稳步淘汰落后产能；加快出台汽车下乡、取消新能源汽车限购、以旧换新等促进汽车消费的相关政策。