

今年一季度山东新能源车零售渗透率为36.55% 虽已不在“C位”，燃油车仍有不俗销量

鹿青松 李晨昕 济南报道

新能源车渗透率过半之后 整月数据略有回落

什么是新能源汽车渗透率？乘联会秘书长崔东树在接受媒体采访时进行了解释，新能源汽车渗透率就是指新能源汽车在整体乘用车销量的占比，体现了新能源汽车在市场的份额表现。

早在3月中旬，在北京举办的中国电动汽车百人会论坛上，比亚迪股份有限公司董事长兼总裁王传福就预言，未来3个月新能源汽车的渗透率可能会突破50%甚至更高。4月中旬，多家媒体报道了国内新能源汽车零售渗透率首次达到50.39%的优异成绩。随着4月下旬汽车零售数据的出炉，5月10日，乘联会公布了4月份全国乘用车市场分析报告，4月份整月国内新能源汽车厂商批发渗透率为39.9%，新能源汽车国内零售渗透率为43.7%。值得一提的是，零售数据中，自主品牌的新能

源汽车渗透率高达66.8%，充分凸显了国产新能源汽车对渗透率的有效拉动。

虽然新能源汽车50%渗透率的“壮举”并未维持整月，但是这份里程碑式的成就已经达成，按照目前的发展趋势推断，新能源汽车月度渗透率超过50%只是时间问题。

许多网友也对新能源汽车的渗透率发展充满信心。5月8日，知名汽车博主“42号车库”发起了一个投票，问题为“你觉得6月份的新能源汽车月度渗透率会突破50%吗”，参与投票的278人中，约77%人投给了“会”。

新能源车渗透率榜单 南北方地区“泾渭分明”

近日，有汽车垂媒整理发布了2024年第一季度各省级行政区的新能源车渗透率排名，山东以36.55%位居第12位，在全国34个省级行政区中位于中上游水平。同时山东也是新能源车渗透率排名第四的北方地区省份，仅次于天津市、河南省、陕西省。

该榜单的南北方地区同样“泾渭分明”。前10名中，只有天津市、河南省属于北方地区；前20名中，东北三省只有吉林省入榜。排名第一的海南省新能源车渗透率为52.21%。有分析称，产生这一现象的原因之一在于温度影响，南方地区温度适宜，更符合新能源汽车驾驶工况，不会产生续航“打折”的情况，自然渗透率高。

山东省汽车流通协会发布的报告显示，2024年1季度，济南、青岛、济宁、临沂是山东家用汽车的销量“担当”。仅在今年1季度，济南市就售出家用汽车52266辆，是销量较低地区的近7倍。在新能源（家用）汽车市场渗透率方面，济宁市一骑绝尘，以43.46%的渗透率“领跑”全省，滨州、青岛、淄博紧随其后。济南、临沂等城市虽然在家用汽车的总销量方面领先，但是新能源汽车并未达到更高渗透率，唯一的解释便是其燃油车

4月上半月，新能源乘用车零售渗透率达到50.39%，首次超过传统燃油乘用车，创下了具有历史意义的新记录，引发了众多媒体报道。记者调查发现，尽管燃油车已经失去了曾经的绝对“C位”，在互联网上的声量也不复从前，但仍然有着不俗的销量以及众多支持者。并且在某些使用场景中，燃油车依然有着不可替代性。

从数据来看，山东新能源车第一季度零售渗透率为36.55%，位于全国第一梯队，山东各地市消费者也呈现出了不同的购车倾向。



2024齐鲁国际车展上，新能源车吸引了不少消费者的关注。

销量比例更高，冲淡了新能源汽车的销售比例。

由此可见，山东省内的家用汽车销量与新能源汽车市场渗透率并非直接相关，济南、临沂等城市的汽车总销量多由燃油车拉动。山东某些城市的汽车消费者，在买车时仍然会以燃油车为主要目标。

山东省也在多个方面积极部署。为进一步推动山东省新能源汽车产业提质扩量，打造全国重要的新能源汽车生产基地，2023年末，山东省政府印发《山东省新能源汽车产业高质量发展行动计划》，力争到2025年，山东省新能源汽车新车市场渗透率达到45%左右，保有量达到240万辆左右，新能源汽车产业规模达到5000亿元。

销量排行榜上 多款燃油车型依旧霸榜

在一片对新能源汽车的叫好声中，燃油车未能引发大批量的讨论，好像已经失去了往日的核心市场地位。即使在近期热度极高的“周鸿祎卖车”事件中，拍出990万元天价的燃油豪车奔驰迈巴赫S600也仿佛沾染着“没落贵族”的气质——周鸿祎将他的卖车行为形容为“一个（燃油车）旧时代的结束，一个（新能源汽车）新时代的开始”。然而燃油车的真实销量与

市场占有率达到可观。

虽然在新能源汽车的“蚕食”下，燃油车的销量优势已经不再明显，但是某些燃油车型在特定领域仍保持着领先地位。打开各大汽车垂媒的销量排行榜，可以看到多款燃油车型依旧“霸榜”。例如在轿车的半年零售销量排行榜中，朗逸、速腾、帕萨特、迈腾等燃油车型组成的“大众家族”仍牢牢占据着多个领先地位。在SUV、MPV的排行榜中，也有多款燃油车型销量坚挺。

记者采访过程中发现，在许多购车者的认知中，本田、丰田、大众、别克等品牌的燃油车型仍是他们的购车首选。“耐用、大品牌、油耗低”更是许多消费者选车时颠扑不破的标准。

5月11日，记者在济南市历山路某路口对过往车辆进行了统计，在共1000辆过往汽车中，有378辆悬挂绿色新能源牌照，燃油车比例仍高达约62%。如果将新能源网约车、出租车去除，这一比例仍将进一步提高。

对大部分车企来说，为了抢占市场、打造品牌，造新能源汽车，特别是纯电动汽车，几乎就是“卖一台亏一台”。国内的新能源车企中，连续亏损的更是比比皆是，小米集团创始人雷军曾表示：“在巨亏的行业里不要谈性价比，纯电轿车里边，基本都是亏损

的。”国产造车新势力“蔚小理”中，也只有理想一家在去年扭亏为盈，实现盈利。

保持燃油车型的销量，是许多车企维系良好现金流的解决方案。以豪华汽车品牌宝马、奔驰、沃尔沃等车企为例，虽然众车企都在着力开发新能源车型，但是目前依然要依靠燃油车型保证业绩。5月初，广汽丰田公布4月份销量，总共52251台，其中电动化车型销量25598台，占比49%，仍未超过非电动化车型。

起亚中国首席运营官杨洪海认为，“油电各占半壁江山”会是最终的结局，起亚会在中国坚持燃油、混动、纯电三线并进的战略路线。在5月10日举行的长城汽车年度股东大会现场交流会上，长城官方更是表示“长城要皮卡有皮卡、要新能源有新能源，混动、插电混动、汽油、柴油全都有。”

保值、续航长、不怕冷 燃油车优势明显难取代

出于实用性考虑，新能源车型被许多消费者排除在外。在记者近日对多位消费者的采访中，排除情怀、个人喜好等主观因素，最大的购车影响因素之一，莫过于温度对于新能源汽车续航的影响。

“以东北的气候、温度来说，一到冬天新能源汽车续航几乎要打对折，会有非常多的不方便。”哈尔滨的周先生表示，先天条件决定了他几乎只能考虑燃油车：“想买新能源车，首先得有个地库，不能把车露天停放。其次要有充电桩，不然无法满足频繁的充电需求。最后车的电池容量还得大，不然很容易‘趴窝’或者‘亏电’。”

“五一”假期期间，小鹏汽车每日公布使用小鹏城市智驾、智能泊车的城市天梯榜，整份榜单与前文所述省级行政区的新能源渗透率排名近似，都有着非常明显的区位特征，上海、北京、重庆、深圳、苏州等城市多次上榜，这些多是一、二线城市，且全年温度基本保持在电车的适宜工作温度范围内。

除了温度影响，新能源汽车的折旧率、使用成本等因素也“劝退”了许多购车者。

中国汽车流通协会发布的2024年4月中国汽车保值率报告显示，4月份新能源汽车的3年车龄保值率在50%—55%之间。虽然在“降价潮”的影响下，燃油车的保值率受到了一定程度影响，奔驰、雷克萨斯、宝马等多个以燃油车型为主力的汽车品牌保值率仍达到了60%以上。中国汽车工业协会常务副秘书长罗军民发布保值率报告时表示：“买车不一定买贵的，但一定要买对的，不要只顾颜值，还要看保值率。”

“有句话叫‘电车省油不省钱’，虽然新能源汽车不用加油，但是保险费用会更高，保险之外的维修也比较贵。以后想卖车的话，打折出售都是常态。如果把所有这些成本算到综合成本里，新能源车的使用成本并不比燃油车低多少。”在4月中旬的齐鲁国际车展上，前来逛展的济南市民孔女士如此表示。

延伸阅读

燃油车与新能源车 竞争将走向何方

4月上半月，我国新能源汽车市场渗透率突破50%，燃油车的市场地位开始动摇。在记者连日来的采访中，不少业内专家坦言，随着环保法规的实施和新能源技术的持续发展，燃油车为了维持其在市场的竞争力，势必要进行革新和改良。未来，燃油车会采取更加环保节能的设计，或与新能源技术融合，以适应日益变化的市场需求。在较长时间内，汽车市场可能呈现双轨并行，新能源车与燃油车将在不同领域竞争共存。

乘联会的数据显示，4月1日至4月14日，全国乘用车市场零售51.6万辆，其中新能源汽车销量同比增长32%，达到26万辆，渗透率达50.39%；全国乘用车厂商批发53.4万辆，其中新能源汽车批发26.8万辆，渗透率达50.19%。新能源汽车零售、批发渗透率双双突破50%，达成这一历史性节点，比许多人预估的要快。从2005年到2015年，中国新能源汽车用了10年，市场渗透率才超过1%。但近几年来，其发展明显提速。“要做到全年新能源汽车渗透率超过50%，仍然还有一段路程要走，新的阶段也意味着前所未有的挑战。”中国汽车流通协会副会长兼秘书长肖政三表示。

长安汽车国家级技能大师蔡渝东坦言，当前新能源汽车车用芯片、基础软件等方面还有明显短板，在一些区域和时段，消费者仍面临补电焦虑。另外，目前动力电池回收体系尚不够完善，能源再利用和环境污染问题也亟待解决。

除了技术上仍需进一步突破，新能源汽车的发展还面临着市场的考验。今年，汽车市场价格竞争仍然较为激烈。乘联会秘书长崔东树表示，去年市场降价总体相对均衡，但今年达到超强程度。从2023年初算起，这场价格战已打了一年多，而且目前还没看到止战的迹象。

“新能源车以环保、节能、经济等优势迅速占领市场，但燃油车以加油便捷、稳定续航和较高保值率等仍具市场地位。”蔡渝东说，政策和技术支持将推动新能源汽车发展，钠电池技术或为未来关键。较长时间内，新能源车与燃油车将在不同领域竞争共存。

重庆工商大学教授莫远明认为，对于一些消费者来说，新技术带来的不确定性是购车过程中的一个阻碍因素。燃油车的续航能力稳定，不受温度等因素的影响，尤其适合在长途旅行中使用，而且其在性能、可靠性和技术上都经过了时间的考验。而电动汽车则需要更多的时间来证明其可靠性。随着技术的不断发展和消费者需求的多样化，汽车市场将更加丰富和灵活，以适应不同消费者的需求和偏好。

据《工人日报》