

2024年，中国新能源汽车产业发展新趋势

产品名称	2024年，中国新能源汽车产业发展新趋势
公司名称	北京广阳日盛信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	北京公司:名下带一个车牌 北京公司:名下带两个车牌 北京公司:名下带多个车牌
公司地址	通州万达广场B座2321
联系电话	18911766141

产品详情

对新的一年汽车行业的发展变化，百人会研究团队zui近一两周做了一些梳理，或许可以抛砖引玉，大家一起探讨下。

、2024年中国新能源汽车在国家发展和全球地位将进一步提升。

2024年可能是中国新能源汽车行业在全球地位进一步提升，和在国家经济社会发展当中的作用进一步巩固的关键一年。

从全球来看，过去十年中国新能源汽车换道先行：我们先走了几年，别人可能比我们慢了几年。但是我们是不是新能源汽车的强国，是不是把先行的优势变成了产业的发展优势？目前还不能盲目下结论，所以2024年可能就是关键的一年，我们要继续扩大规模，继续提升竞争力，先行者才能变成行业头者，所以2024年乃至2025年，应该是巩固提升的关键年份。

如此一来，我们在全球的地位就会发生变化，也就是说汽车行业很多新技术可能会在我们的市场率先应用。目前已经有这样的趋势：新技术在中国汽车产业率先应用，这是全球的风向标，新车型率先在中国投放，也是一个风向标。过去不是这样的，过去都是别人的车卖了几年之后到中国投放，别人的技术在西方国家验证之后才能够推广到中国来，所以这两个“率先”就是风向标，是代表性的标志。中国市场可能会来定义下一代汽车是什么，也就是说汽车的定义策源地更多是在中国，这个比重会越来越大。在2024年、2025年，中国不仅仅会保持量的领头，销量会继续在全球占比50%以上，另外我们在技术和规则上也会保持领头。这就是从先行到巩固产业优势的关键一步。

从国内来看，大家都很关心中国经济，汽车行业是唱响中国经济光明论的重要支撑，在国民经济出口、投资、消费三驾马车当中，汽车产业发挥了巨大作用，是我们经济发展一个重要的动能。这么大的体量

还能够保持持续增长，甚至创造了历史新高：3000万辆，是难能可贵的。因此，汽车行业特别是新能源汽车行业在国民经济当中的地位和作用空前提升。经济大国一定要有重要产业来作为支柱，所以新能源汽车当之无愧。我想，明后天经济发展还得要看汽车产业。

、产业竞争格局进入深度重塑期

从竞争来看，大格局应该远未定型，但是确实进入深度重塑期，也就是到了要定型还没有定型的时候，所以明年应该是竞争更加激烈、竞争格局更加分化重塑的年份，明年包括后年实在太关键了：很多企业可能在这两年就退出了，反之可能就迅速崛起了。所以2024、2025年，从全球格局来看，在智能化上，中国和美国会成为两个主角，智能汽车就是中美之间在PK。

从国内来看，也有很大的变化，有些地方可能就发展不起来了，有些地方利用新能源汽车的发展快速崛起成为新的产业聚集区，有些地方汽车产量很大，但是新能源占比很低，就意味着它转型压力更大，因为油电比在加速调整，某区域的油电比也要加速，跟得上，起码不能低于全国的平均水平，才能称之为汽车大省和汽车大市。新能源占地方汽车产业的比重是一个地方汽车产业转型是否成功的重要指标，这个比例高了转型就加速了，或者说走在成功的道路上，而我们也看到很多地方面临着压力。因此区域的产业布局一定是在分化，过去的领头者不一定再继续领头，新的力量在崛起。有些城市迅速就进入了百万级的台阶，这个台阶上很关键，一个地方有百万以上的新能源产量，几百万的产能，这是崛起的基本支撑。

企业竞争，明年一定是大浪淘沙的关键时期，行业洗牌应该会加速，对很多企业来说，是成长的机会，对另一些企业来说，明年日子就更加难过，这就是市场。所以新能源汽车行业是制造业中市场化竞争非常激烈的一个行业，这里面容不得投机取巧。过去靠投机取巧想实现发展还有可能，以后没有真功夫，在新能源汽车行业就很难混下去，所以要全面提升竞争力才是企业的发展之道。

大家可能也很关注合资企业，明后天就是个分水岭，有些企业在中国市场上能够赶上中国电动化、智能化的节奏，就可以继续以合资的模式在中国发展，或者叫做持续发展，有的跟不上中国市场的电动化、智能化“两化”的节奏，就难以续命。所以明后两年对合资企业来讲是关键的两年，是个分水岭，能够在中国发展壮大，还是为续命而挣扎，确实值得我们好好观察。这就是产业内部竞争格局的变化。

、企业发展环境将会呈现更加内卷的特征。

从竞争环境来看，我们汽车行业，特别是新能源汽车行业，2024年、2025年的发展环境呈现更加内卷的特征，更不容易。有的行业我觉得还有喘息的机会，累了喘一喘，在新能源汽车行业只能越跑越快，它不给你提供停下来、慢下来、喘口气的机会，这就是我们行业的竞争环境，比的是看谁比谁跑的快，看谁比谁能够抗压，所以不容易。这个行业能够出一些企业真的是可敬可叹的，这就是中国市场的特点，我们把它叫内卷2.0，不是不卷了，是进入了新的卷的模式。

去年中国市场新车型会密集发布。2023年哪个国家一年能推出超过1000种新车型？这证明我们的市场足够大，也证明竞争足够激烈。同时，一个新车型的生命周期在加速缩短，过去一辆车卖10年，现在一辆车能卖2年算是很好的了，单车销售规模已经不再是企业重要的目标了，企业的目标就是看你推新的速度。4年一款新车这是燃油车时代的常态，现在汽车产业遵行摩尔定律，就是18个月必须更新一次，这是芯片行业的基本规律，一年半一定要有个新东西出来，汽车产业也差不多了也进入了“摩尔时代”，12个

月到18个月必须推出新的汽车产品投放，拼的是创新的速度。因此产品迭代的速度会加快，于企业来讲，创新的频度必须跟得上。这种卷不仅仅是停留在商业层面的内卷，商业层面内卷就是看谁会卖车、谁愿降价；现在这种内卷是在竞争力层面的卷，看谁更能创新，高频创新，这是汽车“摩尔时代”很重要的特征。

另外市场也在变化，中国的市场更加多元化和个性化，这种多元化、个性化是一把双刃剑，消费者更加喜新厌旧，你推出新产品他可能就忘掉旧产品，对很多企业来讲必须缩短汽车产品的生命周期，必须去满足新的需求，这是双刃剑。反过来讲，谁能够拥有这种快节奏，以快打快，这些车企就是领头的企业。所以汽车行业由于多元化、个性化的消费特征，由过去耐用消费品的属性变成了快消品的属性，就像家电一样、手机一样，这些特征会越来越强化。因此我们把它称之为发展环境内卷的新特征，所以容不得我们慢下来，容不得我们停下来。