

数据研究 · 专题

证券研究报告

2023 年 02 月 28 日

新能源汽车景气度跟踪：M2W3 需求稳步回升，伴随分化

1. 2023 年 2 月新能源车订单跟踪

2 月周订单跟踪：2 月第 3 周（2.15-2.21）9 家车企新增订单 7.0-8.0 万辆，新增订单较 1 月 W3 环比+153%至+158%，4 家车企新增订单的环比增速高于整体水平，较 22 年 12 月 W3 持平，较 22 年 11 月 W3 +0%至+5%，自主品牌增幅显著。

2 月前 3 周订单跟踪：9 家车企新增订单 21.0-22.0 万辆，新增订单较 1 月同期+109%至+114%，2 家车企新增订单的环比增速高于整体水平，较 22 年 12 月同期-7%至-12%，较 22 年 11 月同期-5%至-10%

2 月订单预测：9 家车企 2 月新增订单有望在 24.0-25.0 万辆之间，环比 1 月 +89%至+94%。

2. 2023 年 2 月新能源车销量跟踪

2 月周交付跟踪：2 月第 3 周（2.15-2.21）9 家车企共计交付 7.0-8.0 万辆，交付量较 1 月 W3 环比+57%至+62%，4 家车企新增交付的环比增速高于整体水平，较 22 年 12 月 W3 -3%至-8%，较 22 年 11 月 W3 -7%至-12%，新势力、自主品牌呈增长态势。

2 月前 3 周交付跟踪：9 家车企共计交付 17-18 万辆，新增交付较 1 月 W3 环比+15%至+20%，6 家车企交付量的环比增速高于整体水平，较 22 年 12 月 W3 -20%至-25%，较 22 年 11 月 W3 -17%至-22%。

2023 年 2 月交付预测：预计 9 家车企 2 月交付量有望在 24-25 万辆，相比 1 月 +41%至+46%。

3. 投资建议

2 月第 3 周车企、门店逐渐复工程度较为充分，消费亦在逐步修复中，带动订单数环比 1 月正增长。整体来看，第 3 周 9 家样本订单已恢复至 22 年 11 月、12 月的同期水平。但恢复中也伴随着明显分化，头部自主品牌恢复势头较好，较去年 11 月、12 月同期订单数有微增，但新势力品牌、其余自主品牌新能源、以及合资品牌的需求受到国补退坡、车型价格上涨、竞品车型降价等综合因素的影响，订单数相比 22 年 11 月、12 月同期有较大幅度的下滑。若剔除低价车型的额外增量贡献，2 月前 3 周整体订单情况大约恢复至 22 年 11 月、12 月同期的 70%-80%左右。恢复不及预期的车企，目前订单仍存在较大压力，我们认为，后续车企或将推出包括但不限于终端优惠、金融政策、置换补贴等政策刺激需求回升

交付方面，M2W3 交付 7-8 万台，环比上周 M2W2 增长 15%-20%，相较于 22 年 11 月、12 月同期有个位数下降，2 月作为汽车行业产销淡季，交付节奏在春节后稳步爬升，头部自主品牌交付节奏明显快于其余自主品牌新能源、新势力以及合资品牌，我们认为主要受到节后订单需求的影响，订单需求承压的车企或有意放缓交付节奏。

推荐国内自主品牌【比亚迪】、【广汽集团】、【长安汽车】、【吉利汽车】、【长城汽车】，造车新势力【理想汽车】、【小鹏汽车】；建议关注【蔚来汽车】。

风险提示：调研样本有限不代表行业全貌；调查问卷获取订单及销量预测数据仅供参考；行业景气度不及预期；零部件供应不稳定；疫情形势不及预期影响生产销售；新产品推出不及预期。

作者

杨诚笑 分析师
SAC 执业证书编号：S1110517020002
yangchengxiao@tfzq.com

于特 分析师
SAC 执业证书编号：S1110521050003
yute@tfzq.com

相关报告

- 1 《其他：数据研究·专题-新能源汽车景气度跟踪：M2W2 需求回暖，周度改善》2023-02-19
- 2 《其他：数据研究·专题-新能源汽车景气度跟踪：M2W1 消费复苏，需求回升》2023-02-13
- 3 《其他：数据研究·专题-新能源汽车景气度跟踪：23M1 景气度回落叠加春节因素，全月订单及交付大幅回落》2023-02-05

内容目录

1. 2023 年 2 月新能源汽车新增订单跟踪	3
1.1. 周度订单跟踪：第三周订单整体回升，伴随分化	3
1.2. 2 月订单预测：新增订单有望达到 24.0-25.0 万辆，环比 1 月+89%至+94%	4
2. 2023 年 2 月新能源车销量前瞻预测	5
2.1. 周度交付量跟踪：交付稳中有增，恢复约八成	6
2.2. 2 月交付预测：交付量有望达 24-25 万辆，环比 1 月+41%至+46%	7
3. 数据回顾及投资建议	8
3.1. 2 月第 3 周订单、交付跟踪及前瞻	8
3.2. 投资建议	8
4. 附录：市场数据、主流品牌年度销量目标及完成情况梳理	10

图表目录

图 1：2023 年 2 月第 3 周 9 家车企周订单及变动情况（单位：辆，%）	3
图 2：2023 年 2 月前 3 周 9 家车企月订单及环比情况（单位：辆，%）	3
图 3：2023 年 2 月 9 家车企月订单预测及环比情况（单位：辆，%）	4
图 4：2023 年 2 月第 3 周 9 家车企周交付及环比情况（单位：辆，%）	6
图 5：2022 年 2 月前 3 周 9 家车企交付及环比情况（单位：辆，%）	6
图 6：2023 年 2 月 9 家车企月交付量预测及环比情况（单位：辆，%）	7
表 1：2023 年 2 月 9 家车企 W3 周订单跟踪及 2 月订单回顾与月订单预测	5
表 2：2023 年 2 月 9 家车企 W3 周交付跟踪以及 2 月交付回顾与月交付预测	7
表 3：部分主流车企最新销量梳理	10

1. 2023 年 2 月新能源汽车新增订单跟踪

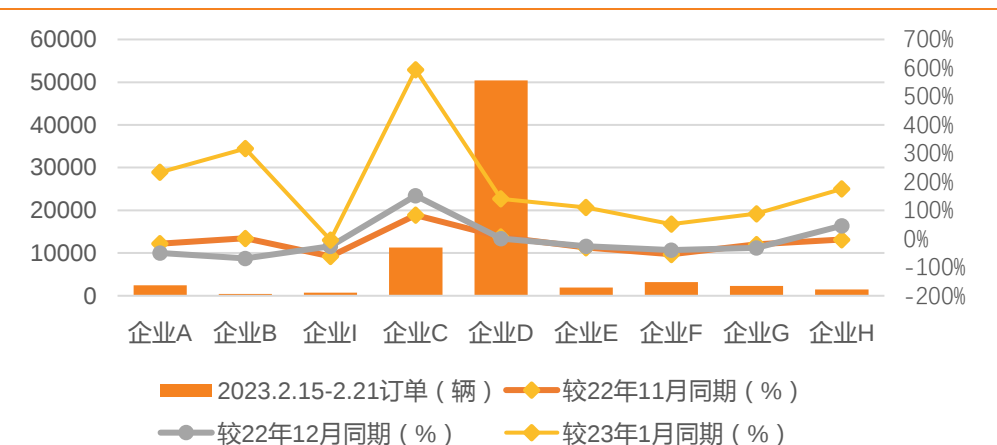
1.1. 周度订单跟踪：第三周订单整体回升，伴随分化

天风数据团队访问 60 位汽车从业人员，在 2 月单周问卷调查中，基于样本数量、代表性的考虑共收集 72 份样本进行系统梳理。本周问卷调查中共访问 9 家车企，根据我们进行的调查问卷数据得：

2023 年 2 月第 3 周（2.15-2.21）周订单跟踪：9 家车企新增订单 7.0-8.0 万辆，新增订单较 1 月 W3 环比+153%至+158%，4 家车企新增订单的环比增速高于整体水平，较 12 月 W3 持平，较 22 年 11 月 W3 +0%至+5%，其中自主品牌增幅显著。

- ✓ **造车新势力（调研合计 3 家）：**第 3 周新增订单 0-0.5 万辆，相比 1 月同期+120%至+130%，相比 22 年 12 月同期-45%至-55%，相比 22 年 11 月同期-27%至-37%。
- ✓ **自主品牌（调研合计 5 家）：**第 3 周新增订单 6.0-7.0 万辆，相比 1 月同期+150%至+160%，相比 22 年 12 月同期 0%至+10%，相比 22 年 11 月同期 0%至+10%。
- ✓ **合资品牌（调研合计 1 家）：**第 3 周新增订单 0-0.5 万辆，相比 1 月同期+170%至+180%，相比 22 年 12 月同期+41%至+51%，相比 22 年 11 月同期-8%至+2%。

图 1：2023 年 2 月第 3 周 9 家车企周订单及变动情况（单位：辆，%）

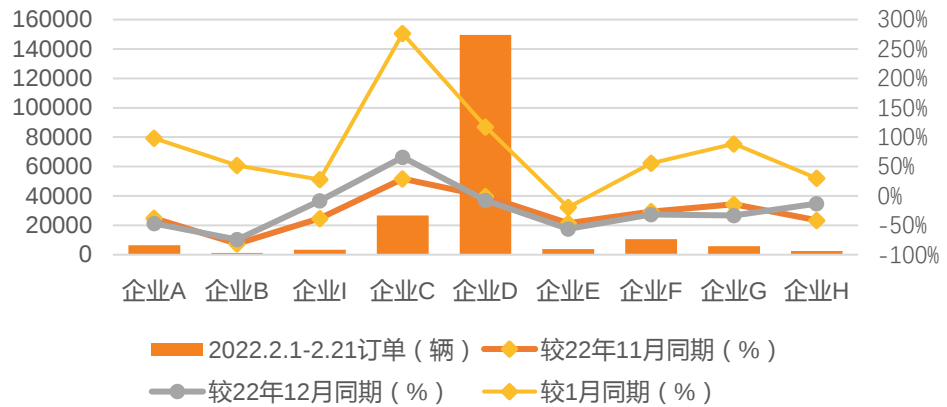


资料来源：调查问卷，天风证券研究所

2023 年 2 月前 3 周订单回顾：9 家车企新增订单 21.0-22.0 万辆，新增订单较 1 月同期+109%至+114%，2 家车企新增订单的环比增速高于整体水平，较 22 年 12 月同期-7%至-12%，较 22 年 11 月同期-5%至-10%。

- ✓ **造车新势力（调研合计 3 家）：**2 月前 3 周新增订单 1.0-2.0 万辆，相比 1 月同期+60%至+70%，相比 22 年 12 月同期-42%至-52%，相比 22 年 11 月同期-46%至-56%。
- ✓ **自主品牌（调研合计 5 家）：**2 月前 3 周新增订单 19.0-20.0 万辆，相比 1 月同期+110%至+120%，相比 22 年 12 月同期-2%至-12%，相比 22 年 11 月同期-7%至+3%。
- ✓ **合资品牌（调研合计 1 家）：**2 月前 3 周新增订单 0-0.5 万辆，相比 1 月同期+30%至+40%，相比 22 年 12 月同期-8%至-18%，相比 22 年 11 月同期-36%至-46%。

图 2：2023 年 2 月前 3 周 9 家车企月订单及环比情况（单位：辆，%）



资料来源：调查问卷，天风证券研究所

1.2. 2 月订单预测：新增订单有望达到 24.0-25.0 万辆，环比 1 月+89%至+94%

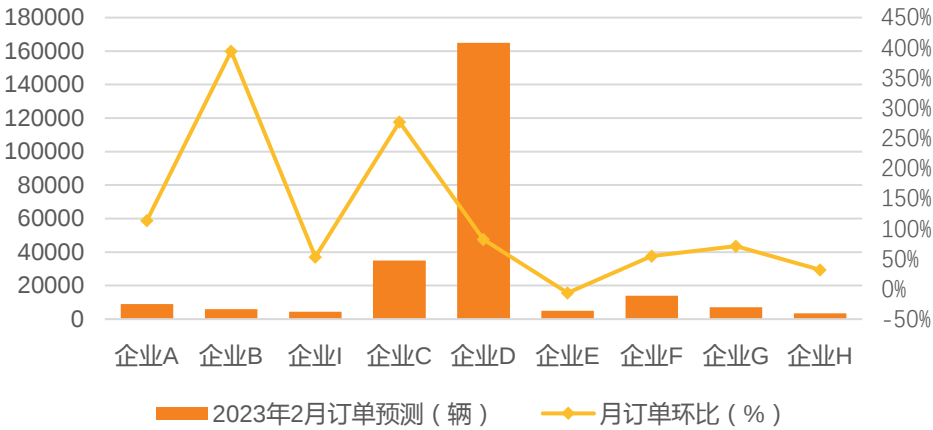
2023 年 2 月订单预测： 根据 2 月前 3 周订单表现，预计 9 家车企 2 月新增订单有望在 24.0-25.0 万辆之间，环比 1 月+89%至+94%。根据我们进行的调查问卷数据得：

- ✓ **造车新势力（调研合计 3 家）：** 2 月订单预计 1.0-2.0 万辆，较 1 月+130%至+140%。
- ✓ **自主品牌（调研合计 5 家）：** 2 月订单预计 22.0-23.0 万辆，较 1 月+90%至+100%。
- ✓ **合资品牌（调研合计 1 家）：** 2 月订单预计 0-0.5 万辆，较 1 月+30%至+40%。

我们认为，2 月第 3 周车企、门店逐渐复工程度较为充分，消费亦在逐步修复中，带动订单数环比 1 月正增长。具体来看，M2W3 订单相较上周 M2W2 降低 5%-10%，主要受到头部自主品牌推出低价车型的刺激作用边际递减的影响。整体来看，第 3 周 9 家样本订单已恢复至 22 年 11 月、12 月的同期水平。但恢复中也伴随着明显分化，头部自主品牌恢复势头较好，较去年 11 月、12 月同期订单数有微增，但新势力品牌、其余自主品牌新能源、以及合资品牌的需求受到国补退坡、车型价格上涨、竞品车型降价等综合因素的影响，订单数相比 22 年 11 月、12 月同期有较大幅度的下滑。

2 月前 3 周的累计订单为 21-22 万台，相较 22 年 11 月前三周和 12 月前三周有 10%以内的下降，2 月整体订单预计在 24-25 万台，若剔除低价车型的额外增量贡献，2 月前 3 周整体订单情况大约恢复至 22 年 11 月、12 月同期的 70%-80%左右。恢复不及预期的车企，目前订单仍存在较大压力，我们认为，后续车企或将推出包括但不限于终端优惠、金融政策、置换补贴等政策刺激需求回升。

图 3：2023 年 2 月 9 家车企月订单预测及环比情况（单位：辆，%）



资料来源：调查问卷，天风证券研究所

表 1：2023 年 2 月 9 家车企 W3 周订单跟踪及 2 月订单回顾与月订单预测

企业名称	2023.2.15-2.21 订单 (辆)	较 22 年 11 月同期 (%)	较 22 年 12 月同期 (%)	较 23 年 1 月同期 (%)	2023.2.1-2.21 订单 (辆)	较 22 年 11 月同期 (%)	较 22 年 12 月同期 (%)	较 23 年 1 月同期 (%)	2023 年 2 月订单预测 (辆)	较 1 月变化 (%)
造车新势力										
企业 A	0-5000	-20%至-10%	-50%至-40%	230%至240%	5000-10000	-40%至-30%	-50%至-40%	90%至100%	5000-10000	110%至120%
企业 B	0-5000	0%至 10%	-70%至-60%	310%至320%	0-5000	-90%至-80%	-80%至-70%	50%至 60%	5000-10000	390%至400%
企业 I	0-5000	-70%至-60%	-30%至-20%	-10%至 0%	0-5000	-40%至-30%	-10%至 0%	20%至 30%	0-5000	50%至 60%
合计	0-5000	-40%至-30%	-50%至-40%	120%至130%	10000-20000	-60%至-50%	-50%至-40%	60%至 70%	10000-20000	130%至140%
自主品牌										
企业 C	10000-20000	80%至 90%	150%至160%	590%至600%	20000-30000	20%至 30%	60%至 70%	270%至280%	30000-40000	270%至280%
企业 D	50000-60000	0%至 10%	0%至 10%	140%至150%	140000-150000	-10%至 0%	-10%至 0%	110%至120%	160000-170000	80%至 90%
企业 E	0-5000	-40%至-30%	-30%至-20%	110%至120%	0-5000	-50%至-40%	-60%至-50%	-20%至-10%	0-5000	-10%至 0%
企业 F	0-5000	-60%至-50%	-40%至-30%	50%至 60%	10000-20000	-30%至-20%	-40%至-30%	50%至 60%	10000-20000	50%至 60%
企业 G	0-5000	-20%至-10%	-40%至-30%	80%至 90%	5000-10000	-20%至-10%	-40%至-30%	80%至 90%	5000-10000	70%至 80%
合计	60000-70000	0%至 10%	0%至 10%	150%至160%	190000-200000	-10%至 0%	-10%至 0%	110%至120%	220000-230000	90%至100%
合资品牌										
企业 H	0-5000	-10%至 0%	40%至 50%	170%至180%	0-5000	-50%至-40%	-20%至-10%	30%至 40%	0-5000	30%至-40%
总合计	70000-80000	-1%至 4%	-3%至 2%	153%至158%	210000-220000	-10%至-5%	-13%至-8%	109%至114%	240000-250000	89%至 94%

资料来源：调查问卷，天风证券研究所

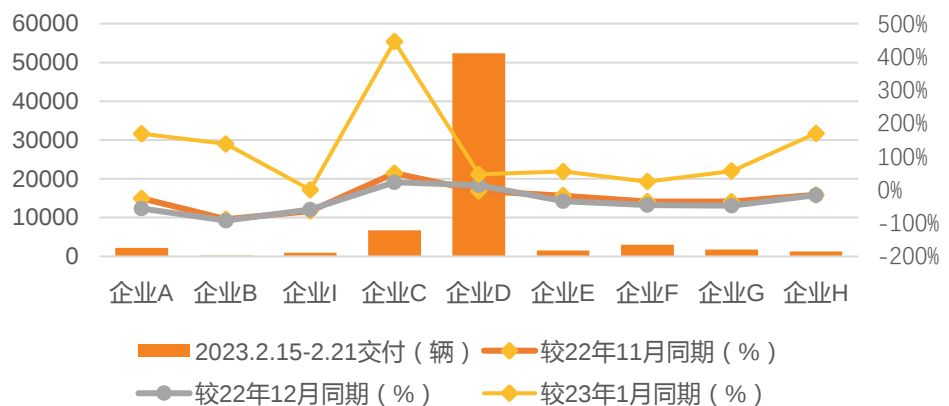
2. 2023 年 2 月新能源车销量前瞻预测

2.1. 周度交付量跟踪：交付稳中有增，恢复约八成

2023年2月第3周（2.15-2.21）交付量跟踪：9家车企共计交付7.0-8.0万辆，交付量较1月W3环比+57%至+62%，4家车企新增交付的环比增速高于整体水平，较22年12月W3 -9%至-4%，较22年11月W3 -12%至-7%。根据我们进行的调查问卷数据得：

- ✓ **造车新势力（调研合计3家）：**第3周交付量为0-0.5万辆，相比1月同期+80%至+90%，相比22年12月同期-70%至-60%，相比22年11月同期-60%至-50%。
- ✓ **自主品牌（调研合计5家）：**第3周交付量为6.0-7.0万辆，相比1月同期+50%至+60%，相比22年12月同期0%至+10%，相比22年11月同期-10%至0%。
- ✓ **合资品牌（调研合计1家）：**第3周交付量为0-0.5万辆，相比1月同期+170%至+180%，相比22年12月同期-20%至-10%，相比22年11月同期-20%至-10%。

图4：2023年2月第3周9家车企周交付及环比情况（单位：辆，%）

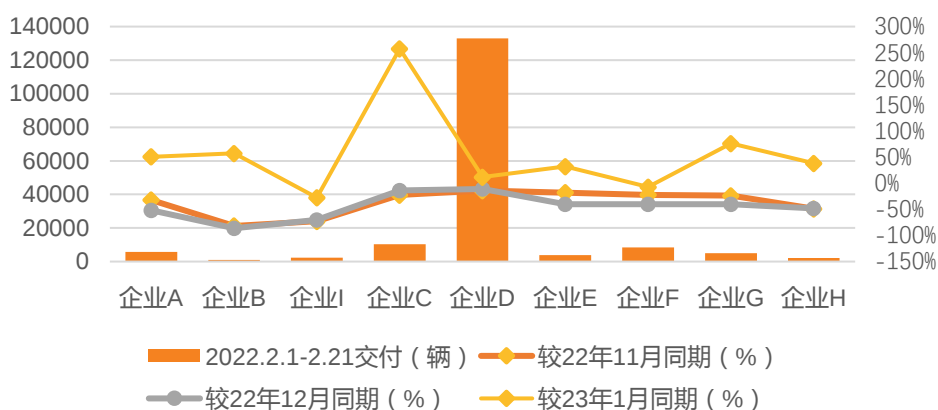


资料来源：调查问卷，天风证券研究所

2023年2月前3周交付回顾：9家车企共计交付17-18万辆，新增交付较1月W3环比+15%至+20%，6家车企交付量的环比增速高于整体水平，较22年12月W3 -25%至-20%，较22年11月W3 -23%至-18%。

- ✓ **造车新势力（调研合计3家）：**2月前3周共计交付0.5-1.0万辆，相比1月同期+10%至+20%，相比22年12月同期-70%至-60%，相比22年11月同期-60%至-50%。
- ✓ **自主品牌（调研合计5家）：**2月前3周共计交付16.0-17.0万辆，相比1月同期10%至+20%，相比22年12月同期-20%至-10%，相比22年11月同期-20%至-10%。
- ✓ **合资品牌（调研合计1家）：**2月前3周共计交付0.0-0.5万辆，相比1月同期+30%至+40%，相比22年12月同期-50%至-40%，相比22年11月同期-50%至-40%。

图5：2022年2月前3周9家车企交付及环比情况（单位：辆，%）



资料来源：调查问卷，天风证券研究所

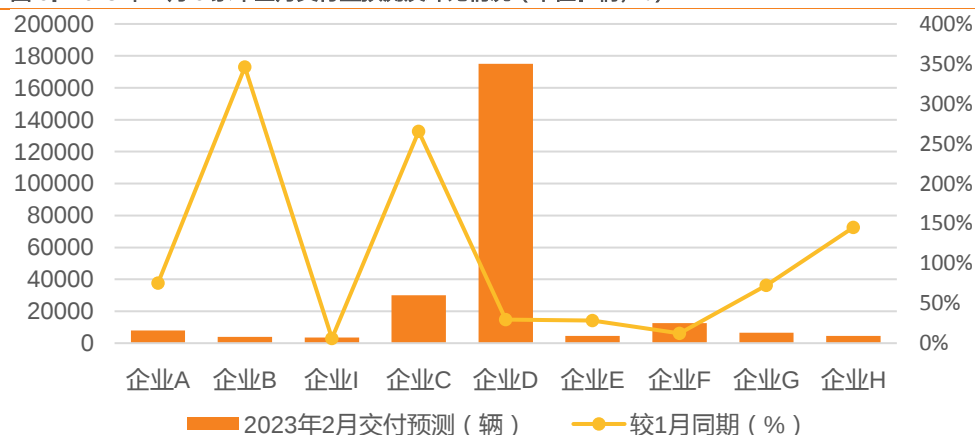
2.2. 2月交付预测：交付量有望达 24-25 万辆，环比 1 月+41%至+46%

2023 年 2 月交付预测：根据 2 月交付表现，预计 9 家车企 2 月交付量有望在 24-25 万辆，相比 1 月+41%至+46%。根据我们进行的调查问卷数据得：

- ✓ **造车新势力（调研合计 3 家）：**2 月预计交付合计 1.0-2.0 万辆，较 1 月+70%至+80%。
- ✓ **自主品牌（调研合计 5 家）：**2 月预计交付合计 22.0-23.0 万辆，较 1 月+40%至+50%。
- ✓ **合资品牌（调研合计 1 家）：**2 月预计交付合计 0-0.5 万辆，较 1 月+140%至+150%。

2 月第 3 周，交付情况随着复工复产程度进一步提升而呈周度改善，M2W3 周度交付 7-8 万台，环比上周 M2W2 增长 15%-20%，相较于 22 年 11 月、12 月同期有个位数下降，2 月作为汽车行业产销淡季，交付节奏在春节后稳步爬升中。2 月前三周 9 家样本车企共计交付 17-18 万台，相较于 22 年 11 月、12 月同期下降约 20%左右。在交付节奏逐渐修复的过程中，头部自主品牌交付节奏明显快于其余自主品牌新能源、新势力以及合资品牌，我们认为主要受到节后订单需求的影响，订单需求承压的车企或有意放缓交付节奏。2 月全月 9 家样本车企交付有望在 24-25 万台，环比 1 月增长 41%-46%。

图 6：2023 年 2 月 9 家车企交付量预测及环比情况（单位：辆，%）



资料来源：调查问卷，天风证券研究所

表 2：2023 年 2 月 9 家车企 W3 周交付跟踪以及 2 月交付回顾与月交付预测

企业名称	2023.2.1 5-2.21 交 付 (辆)	较 22 年 11 月同 期 (%)	较 22 年 12 月同 期 (%)	较 23 年 1 月同期 (%)	2023.2.1 -2.21 交 付 (辆)	较 22 年 11 月同 期 (%)	较 22 年 12 月同 期 (%)	较 23 年 1 月同期 (%)	2023 年 2 月交付 预测	较 1 月变 化 (%)
企业A	~5000	~50%	~30%	~60%	~5000	~50%	~30%	~60%	~24000	~41%
企业B	~5000	~50%	~20%	~60%	~5000	~50%	~20%	~60%	~24000	~46%
企业I	~5000	~50%	~20%	~40%	~5000	~50%	~20%	~40%	~24000	~41%
企业C	~30000	~50%	~40%	~250%	~30000	~50%	~40%	~250%	~24000	~41%
企业D	~130000	~50%	~40%	~50%	~130000	~50%	~40%	~50%	~24000	~41%
企业E	~5000	~50%	~30%	~60%	~5000	~50%	~30%	~60%	~24000	~41%
企业F	~5000	~50%	~30%	~40%	~5000	~50%	~30%	~40%	~24000	~41%
企业G	~5000	~50%	~30%	~70%	~5000	~50%	~30%	~70%	~24000	~41%
企业H	~5000	~50%	~30%	~60%	~5000	~50%	~30%	~60%	~24000	~41%

(辆)

造车新势力										
企业 A	0-5000	-30%至-20%	-60%至-50%	160%至170%	5000-10000	-40%至-30%	-60%至-50%	50%至60%	5000-10000	70%至80%
企业 B	0-5000	-90%至-80%	-100%至-90%	130%至140%	0-5000	-90%至-80%	-90%至-80%	50%至60%	0-5000	340%至350%
企业 I	0-5000	-70%至-60%	-60%至-50%	0%至10%	0-5000	-80%至-70%	-70%至-60%	-30%至-20%	0-5000	0%至10%
合计	0-5000	-60%至-50%	-70%至-60%	80%至90%	5000-10000	-60%至-50%	-70%至-60%	10%至20%	10000-20000	70%至80%
自主品牌										
企业 C	5000-10000	50%至60%	20%至30%	440%至450%	10000-20000	-30%至-20%	-20%至-10%	250%至260%	30000-40000	260%至270%
企业 D	50000-60000	-10%至0%	10%至20%	40%至50%	130000-140000	-20%至-10%	-20%至-10%	10%至20%	170000-180000	20%至30%
企业 E	0-5000	-20%至-10%	-40%至-30%	50%至60%	0-5000	-20%至-10%	-40%至-30%	30%至40%	0-5000	20%至30%
企业 F	0-5000	-40%至-30%	-50%至-40%	20%至30%	5000-10000	-30%至-20%	-40%至-30%	-10%至0%	10000-20000	10%至20%
企业 G	0-5000	-40%至-30%	-50%至-40%	50%至60%	0-5000	-30%至-20%	-40%至-30%	70%至80%	5000-10000	70%至80%
合计	60000-70000	-10%至0%	0%至10%	50%至60%	160000-170000	-20%至-10%	-20%至-10%	10%至20%	220000-230000	40%至50%
合资品牌										
企业 H	0-5000	-20%至-10%	-20%至-10%	170%至180%	0-5000	-50%至-40%	-50%至-40%	30%至40%	0-5000	140%至150%
合计	70000-80000	-11%至-7%	-9%至-4%	57%至62%	170000-180000	-23%至-18%	-25%至-20%	15%至20%	240000-250000	41%至46%

资料来源：调查问卷，天风证券研究所

3. 数据回顾及投资建议

3.1. 2 月第 3 周订单、交付跟踪及前瞻

在对 9 家车企相关渠道专家进行的调查问卷及研判后，总结如下：

- ✓ **周订单跟踪：**2 月第 3 周（2.15-2.21）9 家车企新增订单 7.0-8.0 万辆，新增订单较 1 月 W3 环比+153%至+158%，4 家车企新增订单的环比增速高于整体水平，较 22 年 12 月 W3 持平，较 22 年 11 月 W3 +0%至+5%，自主品牌增幅显著。
- ✓ **月订单预测：**9 家车企 2 月新增订单有望在 24.0-25.0 万辆之间，环比 1 月+89%至+94%。
- ✓ **周交付跟踪：**2 月第 3 周（2.15-2.21）9 家车企共计交付 7.0-8.0 万辆，交付量较 1 月 W3 环比+57%至+62%，4 家车企新增交付的环比增速高于整体水平，较 22 年 12 月 W3 -9%至-4%，较 22 年 11 月 W3 -12%至-7%。
- ✓ **月销量预测：**9 家车企 2 月交付量有望在 24-25 万辆，相比 1 月+41%至+46%。

3.2. 投资建议

2 月第 3 周车企、门店逐渐复工程度较为充分，消费亦在逐步修复中，带动订单数环比 1 月正增长。整体来看，第 3 周 9 家样本订单已恢复至 22 年 11 月、12 月的同期水平。但恢复中也伴随着明显分化，头部自主品牌恢复势头较好，相较去年 11 月、12 月同期订单数有微增，但新势力品牌、其余自主品牌新能源、以及合资品牌的需求受到国补退坡、车型价格上涨、竞品车型降价等综合因素的影响，订单数相比 22 年 11 月、12 月同期有较大幅度的下滑。2 月前 3 周整体订单情况大约恢复至 22 年 11 月、12 月同期的 70%-80%

左右。恢复不及预期的车企，目前订单仍存在较大压力，我们认为，后续车企或将推出包括但不限于终端优惠、金融政策、置换补贴等政策刺激需求回升

交付方面，M2W3 交付 7-8 万台，环比上周 M2W2 增长 15%-20%，相较于 22 年 11 月、12 月同期有个位数下降，2 月作为汽车行业产销淡季，交付节奏在春节后稳步爬升，头部自主品牌交付节奏明显快于其余自主品牌新能源、新势力以及合资品牌，我们认为主要受到节后订单需求的影响，订单需求承压的车企或有意放缓交付节奏。

推荐国内自主品牌【比亚迪】、【广汽集团】、【长安汽车】、【吉利汽车】、【长城汽车】，造车新势力【理想汽车】、【小鹏汽车】；建议关注【蔚来汽车】。

4. 附录：市场数据、主流品牌年度销量目标及完成情况梳理

根据 2023 年 2 月 10 日中汽协发布的数据：

汽车整体：2023 年 1 月产销分别为 159.4 万辆和 164.9 万辆，环比分别下降 33.1%和 35.5%，同比分别下降 34.3%和 35%。受传统燃油车购置税优惠政策和新能源汽车补贴等政策退出、年末厂家冲量效应，同时叠加今年春节假期提前至 1 月，企业生产经营时间减少等因素影响，消费者提前透支需求；

与 2022 年春节月 2 月份相比，产销量分别下降 12.1%和 5.1%，与 2019 年（疫情前）春节月 2 月相比，分别增长 13%和 11.3%。

乘用车：1 月乘用车产销分别完成 139.7 万辆和 145.9 万辆，环比分别下降 34.3%和 35.2%，同比均下降 32.9%。在乘用车主要品种中，四大类车型销量环比、同比均呈现明显下降，其中交叉型乘用车降幅更为显著，同比下降 62.4%。1 月传统燃油乘用车国内销量 90.4 万辆，比上年同期减少 73.2 万辆，环比下降 31%，同比下降 44.8%。

自主品牌乘用车：1 月自主品牌乘用车共销售 75.8 万辆，环比下降 41.1%，同比下降 24.8%，占乘用车销售总量的 51.6%，占有率较上月减少 5.2 个百分点，比上年同期提升 5.6 个百分点。

商用车：1 月商用车产销分别完成 19.7 万辆和 18 万辆，环比分别下降 23.9%和 38.1%，同比分别下降 43.1%和 47.7%。商用车企业春节期间普遍复工复产较晚，但疫情过后市场需求仍需时日恢复，商用车产销低位运行态势仍未明显改善。

新能源汽车：1 月新能源汽车产销分别达到 42.5 万辆和 40.8 万辆，环比分别下降 46.6%和 49.9%，同比分别下降 6.9%和 6.3%，市场占有率达到 24.7%。与 2022 年春节月 2 月份相比，产销分别增长 15.4%和 22.2%。

根据不完全统计，下表中 11 家主流品牌 1 月实现销量 23.73 万辆，其中：

6 家造车新势力：1 月已实现销量 4.04 万辆；

已公布的 5 家自主品牌：1 月已实现销量 19.69 万辆，其中，比亚迪 1 月销量为 15.13 万辆。

表 3：部分主流车企最新销量梳理

分类	2023 年 1 月销量（单位：万辆）
造车新势力	
哪吒	0.6
小鹏	0.52
零跑	0.11
理想	1.51
蔚来	0.85
小康股份	0.45（新能源车）
合计	4.04
自主品牌	
广汽埃安	0.82（新能源车）
比亚迪	15.13
长城汽车	0.63（新能源车）
长安汽车	2.8（新能源车）
奇瑞汽车	未公布
吉利集团	0.31（新能源车）
合计	19.69

总合计

23.73

资料来源：哪吒汽车微信公众号、小鹏汽车微信公众号、零跑汽车微信公众号、理想汽车微信公众号、蔚来汽车微信公众号、赛力斯产销公告、广汽集团产销公告、比亚迪产销公告、长城汽车产销公告、长安汽车产销公告、奇瑞汽车微信公众号、吉利汽车产销公告、天风证券研究所

分析师声明

本报告署名分析师在此声明：我们具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，本报告所表述的所有观点均准确地反映了我们对标的证券和发行人的个人看法。我们所得报酬的任何部分不曾与，不与，也将不会与本报告中的具体投资建议或观点有直接或间接联系。

一般声明

除非另有规定，本报告中的所有材料版权均属天风证券股份有限公司（已获中国证监会许可的证券投资咨询业务资格）及其附属机构（以下统称“天风证券”）。未经天风证券事先书面授权，不得以任何方式修改、发送或者复制本报告及其所包含的材料、内容。所有本报告中使用的商标、服务标识及标记均为天风证券的商标、服务标识及标记。

本报告是机密的，仅供我们的客户使用，天风证券不因收件人收到本报告而视其为天风证券的客户。本报告中的信息均来源于我们认为可靠的已公开资料，但天风证券对这些信息的准确性及完整性不作任何保证。本报告中的信息、意见等均仅供客户参考，不构成所述证券买卖的出价或征价邀请或要约。该等信息、意见并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对任何人的个人推荐。客户应当对本报告中的信息和意见进行独立评估，并应同时考量各自的投资目的、财务状况和特定需求，必要时就法律、商业、财务、税收等方面咨询专家的意见。对依据或者使用本报告所造成的一切后果，天风证券及/或其关联人员均不承担任何法律责任。

本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断。该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。过往的表现亦不应作为日后表现的预示和担保。在不同时期，天风证券可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。

天风证券的销售人员、交易人员以及其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点。天风证券没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。天风证券的资产管理部门、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

特别声明

在法律许可的情况下，天风证券可能会持有本报告中提及公司所发行的证券并进行交易，也可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问和金融产品等各种金融服务。因此，投资者应当考虑到天风证券及/或其相关人员可能存在影响本报告观点客观性的潜在利益冲突，投资者请勿将本报告视为投资或其他决定的唯一参考依据。

投资评级声明

类别	说明	评级	体系
股票投资评级	自报告日后的 6 个月内，相对同期沪深 300 指数的涨跌幅	买入	预期股价相对收益 20%以上
		增持	预期股价相对收益 10%-20%
		持有	预期股价相对收益 -10%-10%
		卖出	预期股价相对收益 -10%以下
行业投资评级	自报告日后的 6 个月内，相对同期沪深 300 指数的涨跌幅	强于大市	预期行业指数涨幅 5%以上
		中性	预期行业指数涨幅 -5%-5%
		弱于大市	预期行业指数涨幅 -5%以下

天风证券研究

北京	海口	上海	深圳
北京市西城区佟麟阁路 36 号	海南省海口市美兰区国兴大道 3 号互联网金融大厦	上海市虹口区北外滩国际客运中心 6 号楼 4 层	深圳市福田区益田路 5033 号
邮编：100031	A 栋 23 层 2301 房	邮编：200086	平安金融中心 71 楼
邮箱：research@tfzq.com	邮编：570102	电话：(8621)-65055515	邮编：518000
	电话：(0898)-65365390	传真：(8621)-61069806	电话：(86755)-23915663
	邮箱：research@tfzq.com	邮箱：research@tfzq.com	传真：(86755)-82571995
			邮箱：research@tfzq.com