

数据研究 · 专题

证券研究报告

2022 年 11 月 27 日

新能源汽车景气度跟踪：11W3 疫情反复景气度有所回落，年底重心向交付转移

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：11W2 订单环比稳增长，交付周度明显改善，自主品牌持续贡献，订单结构改善延续》2022-11-21
- 2 《其他：数据研究·专题-新能源汽车景气度跟踪：旺季后首周订单及交付稳健，自主品牌持续发力，订单结构改善，全月有望再向上》2022-11-14
- 3 《其他：数据研究·专题-新能源汽车景气度跟踪：本周订单及交付平稳，全月有望稳中有增》2022-10-31

1. 2022 年 11 月新能源车订单跟踪

2022 年 11 月周订单跟踪：11 月第 3 周（11.15-11.21）7 家车企新增订单 6.0-7.0 万辆，新增订单较 10W3 -10%至-5%，3 家车企新增订单的环比增速低于整体水平，自主品牌新增订单本周环比正增长，新势力订单本周环比降幅较大。

订单结构：11 月第 3 周（11.15-11.21）的新增订单中，A00 级新增订单 0.6-0.9 万辆，A0 级新增订单 0.7-0.9 万辆，A 级新增订单 3.4-3.8 万辆，B 级新增订单 0.8-1.3 万辆，C 级新增订单 0.5-0.9 万辆。A00-A 级车新增订单共计 4.7-5.6 万辆。

2022 年 11 月订单预测：预计 8 家车企 11 月新增订单有望达到 36.0-37.0 万辆之间，环比 10 月 0%至+5%，相比 9 月+2%至+7%。

2. 2022 年 11 月新能源车销量前瞻预测

2022 年 11 月周交付跟踪：11 月第 3 周（11.15-11.21）7 家车企交付合计 7.0-8.0 万辆，交付较 10W3 -5%至 0%，有小个位数下降，基本持平，3 家车企交付环比增速低于整体水平，新势力较 10W3 有明显改善，自主品牌和合资品牌本周交付较 11W2 有所增加。

交付结构：11 月第 3 周（11.15-11.21）的交付车型中，A00 级交付 0.5-0.8 万辆，A0 级交付 0.6-0.8 万辆，A 级交付 3.6-4.0 万辆，B 级交付 1.1-1.6 万辆，C 级交付 0.6-1.0 万辆。A00-A 级车交付共计 4.7-5.6 万辆。

2022 年 11 月销量预测：8 家车企 11 月交付有望达到 34-35 万辆，环比 10 月+10%至+15%，相比 9 月+10%至+15%。

3. 投资建议

11 月第 3 周，全国多地疫情反复，一定程度上影响整体需求，新能源汽车景气度进一步回落。进入年底，各家交付进入冲刺阶段，重心从订单获取向订单交付转移。自主品牌订单表现相对稳健，新势力品牌由于位于商超的门店较多，受到疫情冲击较大，订单有所下滑。根据前 3 周数据，全月订单有望持平或微增，交付有望呈双位数增长。现行的新能源补贴政策或将于年底退坡，叠加上游原材料价格上涨，近期比亚迪已经宣布将在 23 年上调新能源汽车指导价，或对年底订单有较强刺激作用。

我们认为，根据 11 月前 3 周数据，新能源市场景气度有所回落，临近年底各家或将推出刺激政策，有望维持订单需求，当前在疫情冲击下，订单及交付波动，应持续跟踪高频数据，关注边际改善迹象。

看好国内自主品牌【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】；建议关注【小鹏汽车】、【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。

内容目录

1. 2022 年 11 月新能源汽车新增订单跟踪.....	3
1.1. 周度订单跟踪：受部分地区疫情影响，本周订单较上周有所回落	3
1.2. 11 月订单预测：新增订单有望达到 36.0-37.0 万辆，环比 10 月增加 0%至 5%.....	4
1.3. 周订单结构：A00 级本周增幅及占比扩大	6
2. 2022 年 11 月新能源车销量前瞻预测.....	6
2.1. 周度交付量跟踪：本周交付较上周微增，新势力交付加速	6
2.2. 11 月交付预测：交付量有望达 34-35 万辆，环比 10 月增加 10%至 15%.....	7
2.3. 周交付结构：A00 和 B 级车交付及占比提升.....	9
3. 数据回顾及投资建议.....	9
3.1. 11 月第 3 周订单、交付跟踪及前瞻	9
3.2. 投资建议	10
4. 附录：市场数据、主流品牌年度销量目标及完成情况梳理.....	11

图表目录

图 1：2022 年 11 月第 3 周 7 家车企周订单及变动情况（单位：辆，%）	3
图 2：2022 年 11 月前 3 周 7 家车企周订单及环比情况（单位：辆，%）	3
图 3：2022 年 11 月 8 家车企月订单预测及环比情况（单位：辆，%）	5
图 4：11 月第 3 周 7 家车企分车型订单及变化（单位：辆，%）	6
图 5：11 月第 3 周 7 家车企分车型新增订单占比（单位：辆，%）	6
图 6：2022 年 11 月第 3 周 7 家车企周交付及环比情况（单位：辆，%）	6
图 7：2022 年 11 月前 3 周 7 家车企周交付及环比情况（单位：辆，%）	7
图 8：2022 年 11 月 8 家车企月交付量预测及环比情况（单位：辆，%）	8
图 9：11 月第 3 周 7 家车企分车型交付及变化（单位：辆，%）	9
图 10：11 月第 3 周 7 家车企分车型交付占比（单位：辆，%）	9
表 1：2022 年 11 月 8 家车企周订单跟踪与月订单预测	5
表 2：2022 年 11 月 8 家车企周交付跟踪与月交付预测	8
表 3：部分主流车企销量目标及累计销量梳理.....	11

1. 2022 年 11 月新能源汽车新增订单跟踪

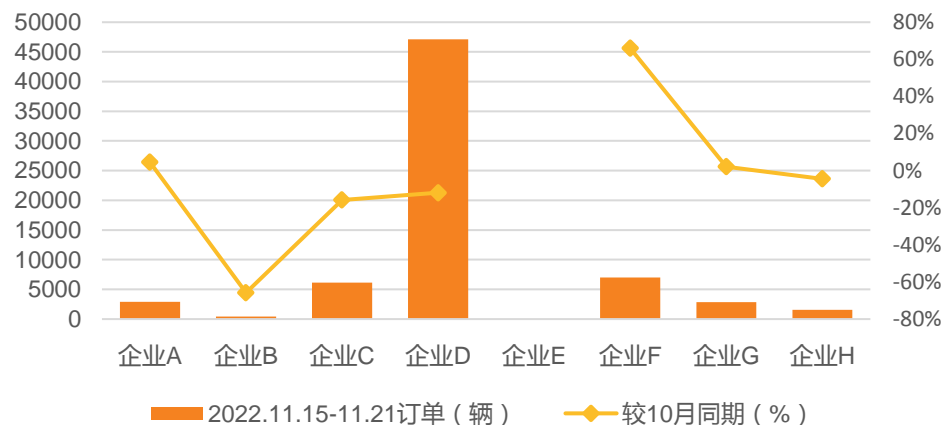
1.1. 周度订单跟踪：受部分地区疫情影响，本周订单较上周有所回落

天风数据团队访问 60 位汽车从业人员，在 11 月单周问卷调查中，基于样本数量、代表性的考虑共收集 61 份样本进行系统梳理。受疫情反复影响，本周问卷调查中自主品牌合计为 4 家，有 1 家未收集到第 3 周数据，同环比口径均调整为 7 家。根据我们进行的调查问卷数据得：

2022 年 11 月第 3 周（11.15-11.21）周订单跟踪：7 家车企新增订单 6.0-7.0 万辆，新增订单较 10W3 -10%至-5%，3 家车企新增订单的环比增速低于整体水平，自主品牌新增订单本周订单环比正增长。

- ✓ **造车新势力（调研合计 2 家）：**第 3 周新增订单 0-0.5 万辆，相比 10 月同期-20%至-10%。
- ✓ **自主品牌（调研合计 4 家）：**第 3 周新增订单 6.0-7.0 万辆，相比 10 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 10 月同期-10%至 0%。

图 1：2022 年 11 月第 3 周 7 家车企周订单及变动情况（单位：辆，%）

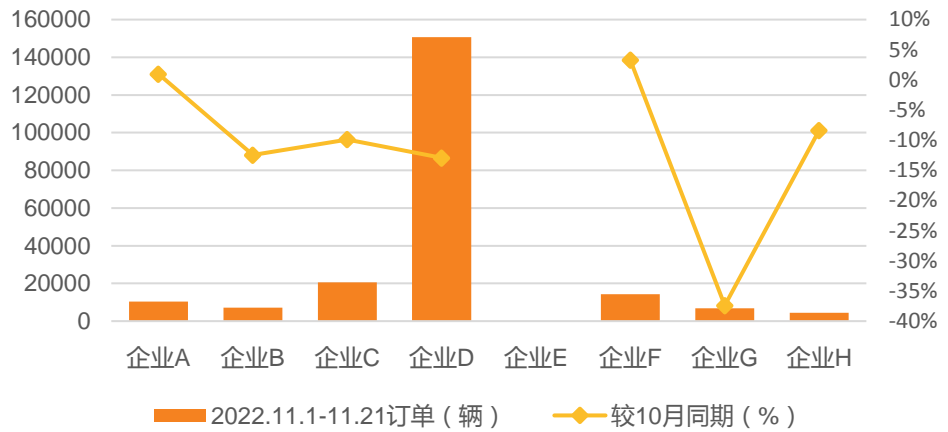


资料来源：调查问卷，天风证券研究所

2022 年 11 月前 3 周（11.01-11.21）周订单跟踪：7 家车企新增订单 22-23 万辆，新增订单较 10 月同期 -15%至-10%，2 家车企新增订单的环比增速低于整体水平。

- ✓ **造车新势力（调研合计 2 家）：**前 3 周新增订单 1.0-2.0 万辆，相比 10 月同期-10%至 0%。
- ✓ **自主品牌（调研合计 4 家）：**前 3 周新增订单 19.0-20.0 万辆，相比 10 月同期-15%至-5%。
- ✓ **合资品牌（调研合计 1 家）：**前 3 周新增订单 0-0.5 万辆，相比 10 月同期-10%至 0%。

图 2：2022 年 11 月前 3 周 7 家车企周订单及环比情况（单位：辆，%）



资料来源：调查问卷，天风证券研究所

我们认为，11W3的新增订单数较11W2（7家合计）环比下降10%至15%，11W3较10W3环比个位数下降。其中，新势力本周下滑幅度较大，主要由于新势力门店多为直营，位于商超及核心商圈的门店较多，受到疫情冲击较大，自主品牌相对较为坚挺，本周仍有位数增长。11W3订单整体表现较11W2有所回落。在刚刚过去的“双11”期间，部分车企组织了促销活动，提前获取意向客户订单，进入第3周，政策开始回收，订单量部分下滑。

11月前3周的新增订单总数较10月前3周下滑10%-15%。11月全国多地疫情出现反复，北京、广深、重庆等地的客流量有所降低，对新订单获取有一定影响，11月新能源景气度相比10月有所回落。

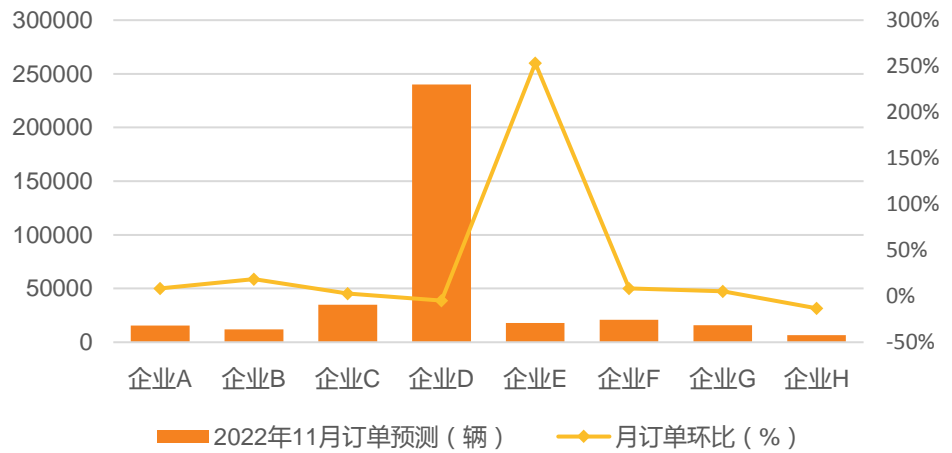
1.2. 11月订单预测：新增订单有望达到36.0-37.0万辆，环比10月增加0%至5%

2022年11月订单预测：根据11月前三周订单表现，预计8家车企11月新增订单有望达到36.0-37.0万辆之间，环比10月+0%至+5%，较9月+2%至+7%，全月订单量预计持平或微增。11月全国多地疫情反复，涉及部分一二线城市，一定程度上影响进店人数。根据我们进行的调查问卷数据得：

- ✓ **造车新势力（调研合计2家）：**11月订单预计2.0-3.0万辆，较10月+10%至+20%，较9月+20%至+30%。
- ✓ **自主品牌（调研合计5家）：**11月订单预计33.0-34.0万辆，较10月0%至+10%，较9月0%至+10%。
- ✓ **合资品牌（调研合计1家）：**11月订单预计0.5-1.0万辆，较10月-15%至-5%，较9月-20%至-10%。

11W3订单环比10W3个位数下滑，较11W2有双位数下滑，景气度进一步回落，受到疫情反复影响，全月订单量预计持平或微增。11月23日比亚迪宣布，考虑到上游原材料价格上涨以及明年国补或将退坡等因素，将对旗下新能源车型的指导价进行上调，上调幅度在2000-6000元不等，新价格于2023年1月1日起实施。我们认为，年底宣布涨价有望促使意向客户提前下定，对最后一个多月的订单有较大促进作用。

图 3：2022 年 11 月 8 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 1：2022 年 11 月 8 家车企周订单跟踪与月订单预测

企业名称	2022.11.15-11.21 订单 (辆)	较 10 月同期 (%)	2022.11.1-11.21 订单 (辆)	较 10 月同期 (%)	2022 年 11 月 订单预测 (辆)	较 10 月变化 (%)	较 9 月变化 (%)
造车新势力							
企业 A	0-5000	0%至 10%	10000-20000	0%至 10%	10000-20000	0%至 10%	30%至 40%
企业 B	0-5000	-70%至 -60%	5000-10000	-20%至 -10%	10000-20000	15%至 25%	5%至 15%
合计	0-5000	-20%至 -10%	10000-20000	-10%至 0%	20000-30000	10%至 20%	20%至 30%
自主品牌							
企业 C	5000-10000	-20%至 -10%	20000-30000	-10%至 0%	30000-40000	0%至 10%	持平
企业 D	40000-50000	-20%至 -10%	150000-160000	-20%至 -10%	230000-250000	-10%至 0%	0%至 10%
企业 E					10000-20000	250%至 260%	110%至 120%
企业 F	5000-10000	60%至 70%	10000-20000	0%至 10%	20000-30000	0%至 10%	20%至 30%
企业 G	0-5000	0%至 10%	5000-10000	-40%至 -30%	10000-20000	0%至 10%	-10%至 0%
合计	60000-70000	0 至 10%	190000-200000	-15%至 -5%	330000-340000	0%至 10%	0%至 10%
合资品牌							
企业 H	0-5000	-10%至 0%	0-5000	-10%至 0%	5000-10000	-15%至 -5%	-20%至 -10%
总计	60000-70000	-10%至 -5%	220000-230000	-15%至 -10%	360000-370000	0%至 5%	2%至 7%

资料来源：调查问卷，天风证券研究所

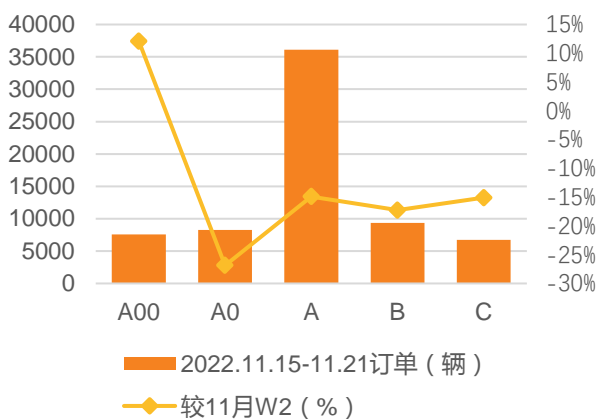
1.3. 周订单结构：A00 级本周增幅及占比扩大

从车型结构看，本周 7 家车企的新增订单中，A00 级车订单及占比有所提升。根据我们进行的调查问卷数据得：

- ✓ **11 月第 3 周（11.15-11.21）的新增订单中：**A00 级新增订单 0.6-0.9 万辆，A0 级新增订单 0.7-0.9 万辆，A 级新增订单 3.4-3.8 万辆，B 级新增订单 0.8-1.3 万辆，C 级新增订单 0.5-0.9 万辆。A00-A 级车新增订单共计 4.7-5.6 万辆。

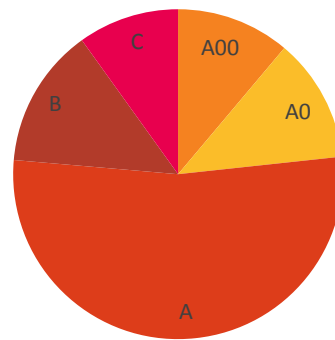
相较于 11W2，本周订单总数有双位数下滑，但 A00 级车订单较 11W2 呈双位数上升，并且占比有所提升，相反 A0 级车本周新增订单较 11W2 下滑 20%-30%，占比下降，A0 级车型订单向 A00 级转移，本周 A、B、C 级车占比与 11W2 持平。

图 4：11 月第 3 周 7 家车企分车型订单及变化（单位：辆，%）



资料来源：调查问卷，天风证券研究所

图 5：11 月第 3 周 7 家车企分车型新增订单占比（单位：辆，%）



资料来源：调查问卷，天风证券研究所

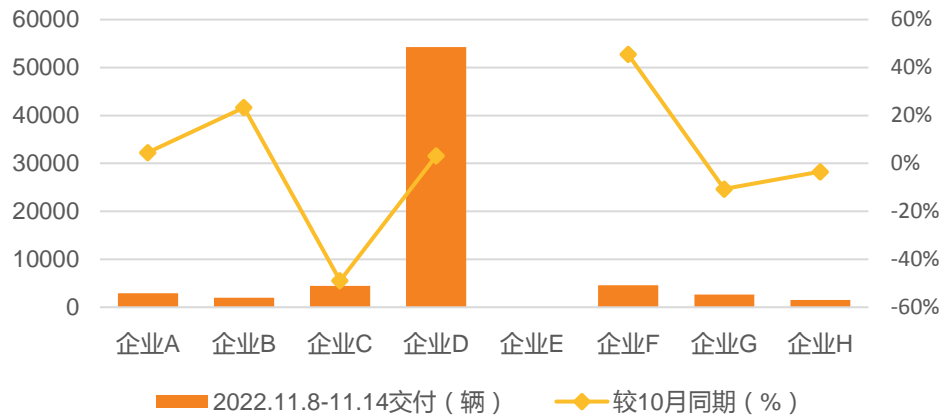
2. 2022 年 11 月新能源车销量前瞻预测

2.1. 周度交付量跟踪：本周交付较上周微增，新势力交付加速

2022 年 11 月第 3 周（11.15-11.21）交付量跟踪：7 家车企交付合计 7.0-8.0 万辆，交付较 10W3 -5%至 0%，有小个位数下降，基本持平，3 家车企交付环比增速低于整体水平。根据我们进行的调查问卷数据得：

- ✓ **造车新势力（调研合计 2 家）：**第 3 周交付 0-0.5 万辆，相比 10 月同期+10%至+20%。
- ✓ **自主品牌（调研合计 4 家）：**第 3 周交付 6.0-7.0 万辆，相比 10 月同期-10%至 0%。
- ✓ **合资品牌（调研合计 1 家）：**第 3 周交付 0-0.5 万辆，相比 10 月同期-10%至 0%。

图 6：2022 年 11 月第 3 周 7 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

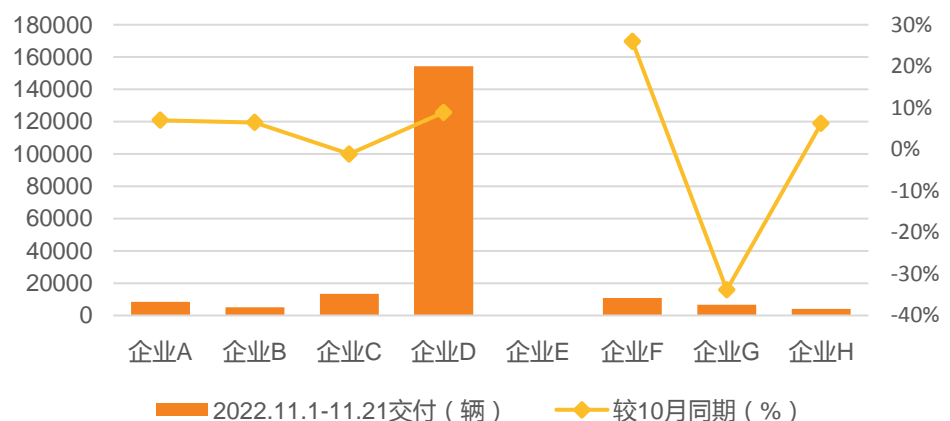
2022年11月前3周(11.01-11.21)交付回顾：7家车企交付20.0-21.0万辆，相比10月同期+5%至+10%，2家车企交付环比增速高于整体水平。

- ✓ **造车新势力(调研合计2家)：**前3周交付1.0-2.0万辆，相比10月同期0%至+10%。
- ✓ **自主品牌(调研合计4家)：**前3周交付18.0-19.0万辆，相比10月同期0%至+10%。
- ✓ **合资品牌(调研合计1家)：**前3周交付0-0.5万辆，相比10月同期0%至+10%。

我们认为，11W3的交付数较11W2(7家合计)微增，较10W3(7家合计)基本持平，第3周新势力交付数较10W3有所回升。11月前3周的交付总数较10月前3周呈个位数上升，除10W1放假交付基数较低因素外，11月交付节奏整体加速，其中自主品牌周度持续改善，做出主要贡献。

整体来看，2022年进入尾声，车企的重心从订单获取向交付转移，各家的交付节奏加快，但考虑到部分地区疫情反复，以及疫情控制需要一定的时间，在此期间部分车企的交付节奏或将有所放缓，我们预计11月第4周交付有望稳中有增。

图7：2022年11月前3周7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

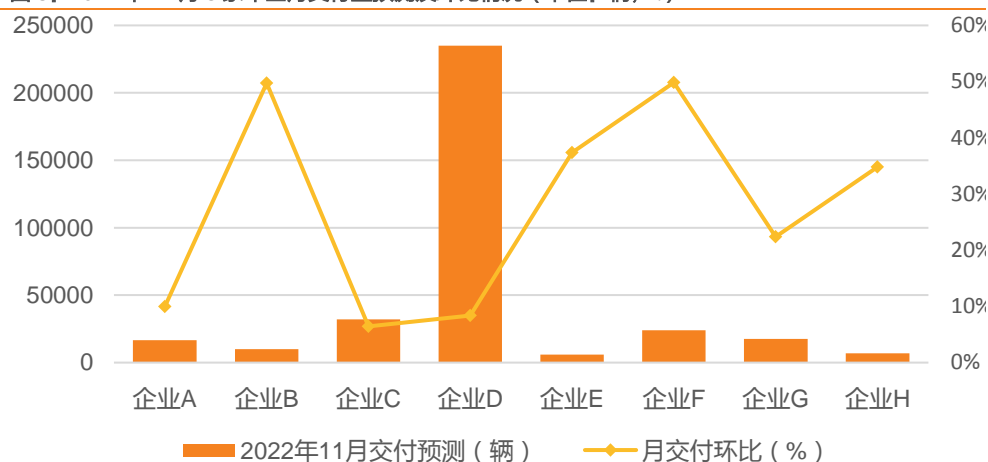
2.2. 11月交付预测：交付量有望达34-35万辆，环比10月增加10%至15%

2022年11月交付预测：根据11月前三周交付表现，预计8家车企11月交付量有望达到34-35万辆，相比10月+10%至+15%，相比9月+10%至+15%。2022年最后两个月，

各车企或将进一步提升产能利用率，加快消化在手订单，向全年销量目标进行最后冲刺，后两个月交付量有望持续攀升。根据我们进行的调查问卷数据得：

- ✓ **造车新势力（调研合计 2 家）**：11 月预计交付合计 2.0-3.0 万辆，较 10 月+20%至+30%，较 9 月-15%至-5%。
- ✓ **自主品牌（调研合计 5 家）**：11 月预计交付合计 31.0-32.0 万辆，较 10 月+10%至+20%，较 9 月+15%至+25%。
- ✓ **合资品牌（调研合计 1 家）**：11 月预计交付合计 0.5-1.0 万辆，较 10 月+30%至+40%，较 9 月-25%至-15%。

图 8：2022 年 11 月 8 家车企月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 2：2022 年 11 月 8 家车企周交付跟踪与月交付预测

企业名称	2022.11.15-11.21 交付 (辆)	较 10 月同期 (%)	2022.11.1-11.21 交付 (辆)	较 10 月同期 (%)	2022 年 11 月交付预测 (辆)	较 10 月变化 (%)	较 9 月变化 (%)
造车新势力							
企业 A	0-5000	0%至 10%	5000-10000	0%至 10%	10000-20000	10%至 20%	-10%至 0%
企业 B	0-5000	20%至 30%	0-5000	0%至 10%	10000-20000	45%至 55%	-15%至 -5%
合计	0-5000	10%至 20%	10000-20000	0%至 10%	20000-30000	20%至 30%	-15%至 -5%
自主品牌							
企业 C	0-5000	-50%至 -40%	10000-20000	-10%至 0%	30000-40000	0%至 10%	0%至 -10%
企业 D	50000-60000	0%至 10%	150000-160000	0%至 10%	230000-240000	0%至 10%	10%至 20%
企业 E					5000-10000	30%至 40%	持平
企业 F	0-5000	40%至 50%	10000-20000	20%至 30%	20000-30000	45%至 55%	70%至 80%
企业 G	0-5000	-20%至 -10%	5000-10000	-40%至 -30%	10000-20000	15%至 25%	0%至 10%
合计	60000-70000	-10%至 0%	180000-190000	0%至 10%	310000-320000	10%至 20%	15%至 25%
合资品牌							
企业 H	0-5000	-10%至 0%	0-5000	0%至 10%	5000-10000	30%至 40%	-25%至 -15%
合计	70000-80000	-5%至 0%	200000-210000	5%-10%	340000-350000	10%至 15%	10%至 15%

*交付预测较 11W2 未作调整

资料来源：调查问卷，天风证券研究所

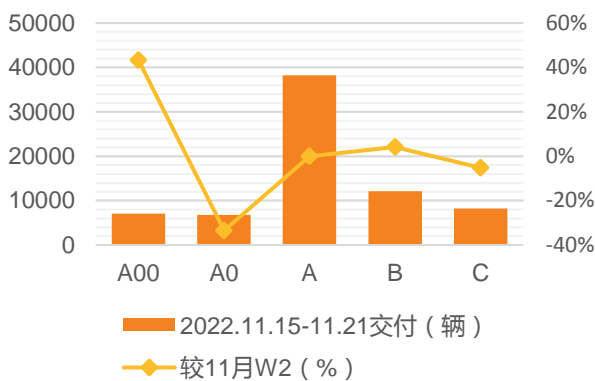
2.3. 周交付结构：A00 和 B 级车交付及占比提升

从车型结构来看，7 家车企中 A 级车占比仍过半，A00-A 级占比与上周持平，A00 和 B 级车交付及占比提升。根据我们进行的调查问卷数据得：

- ✓ **11 月第 3 周 (11.15-11.21) 付车型中：**A00 级交付 0.5-0.8 万辆，A0 级交付 0.6-0.8 万辆，A 级交付 3.6-4.0 万辆，B 级交付 1.1-1.6 万辆，C 级交付 0.6-1.0 万辆。A00-A 级车交付共计 4.7-5.6 万辆。

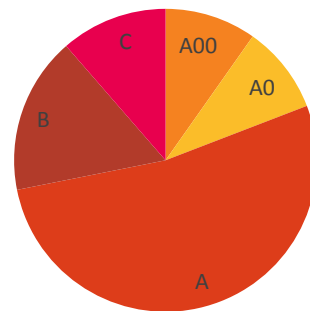
相较 11W2，本周交付量较上周微增，其中 A00 交付量较 11W2 提升 40%-50%，B 级车较 11W2 有个位数增长，A00、A 和 B 级车占比提升，A0 和 C 级车占比下降。我们认为，B 级车交付量稳步提升反映出订单结构的逐步改善。

图 9：11 月第 3 周 7 家车企分车型交付及变化 (单位：辆，%)



资料来源：调查问卷，天风证券研究所

图 10：11 月第 3 周 7 家车企分车型交付占比 (单位：辆，%)



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. 11 月第 3 周订单、交付跟踪及前瞻

在对 7 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：**11 月第 3 周 (11.15-11.21) 7 家车企新增订单 6.0-7.0 万辆，新增订单较 10W3 -10%至-5%，3 家车企新增订单的环比增速低于整体水平，自主品牌新增订单本周环比正增长，新势力订单本周环比降幅较大。
- ✓ **月订单预测：**8 家车企 11 月新增订单有望达到 36.0-37.0 万辆之间，环比 10 月 0%至+5%，相比 9 月+2%至+7%。
- ✓ **周交付跟踪：**11 月第 3 周 (11.15-11.21) 7 家车企交付合计 7.0-8.0 万辆，交付较 10W3 -5%至 0%，有小个位数下降，基本持平，3 家车企交付环比增速低于整体水平，新势力较 10W3 有明显改善，自主品牌和合资品牌本周交付较 11W2 有所增加。
- ✓ **月销量预测：**8 家车企 11 月交付有望达到 34-35 万辆，环比 10 月+10%至+15%，相比 9 月+10%至+15%。
- ✓ **本周看点：**11 月第 3 周 (11.15-11.21)，11W3 订单较 10W3 有个位数回落，较 11W2 有双位数下滑，主要受到疫情影响，导致进店客流量下降，一定程度上影响订获取。11W3 交付较 11W2 微增，较 10W3 基本持平，整体受到疫情影响，交付有所放缓。整体来看，11W3 需求进一步回落，年底车企重心转移到交付。在订单结构方面，本

周 A00 级车辆订单数及占比均有所提升；在交付结构方面，近期 B 级车交付数呈周度改善。

3.2. 投资建议

11 月第 3 周，全国多地疫情反复，一定程度上影响整体需求，新能源汽车景气度进一步回落。进入年底，各家交付进入冲刺阶段，重心从订单获取向订单交付转移。自主品牌订单表现相对稳健，新势力品牌由于位于商超的门店较多，受到疫情冲击较大，订单有所下滑。根据前 3 周数据，全月订单有望持平或微增，交付有望呈双位数增长。现行的新能源补贴政策或将于年底退坡，叠加上游原材料价格上涨，近期比亚迪已经宣布将在 23 年上调新能源汽车指导价，涨价消息或对年底订单有较强刺激作用。

我们认为，根据 11 月前 3 周数据，新能源市场景气度有所回落，临近年底各家或将推出刺激政策，有望维持订单需求，当前在疫情冲击下，订单及交付波动，应持续跟踪高频数据，关注边际改善迹象。

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**】；建议关注【**小鹏汽车**】、【**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 11 月 10 日中汽协发布的数据：

汽车整体：10 月汽车产销分别完成 259.9 万辆和 250.5 万辆，环比分别下降 2.7%和 4%，同比分别增加 11.1%和 6.9%。受疫情多发散发等影响，终端市场承压，生产供给比 9 月略有下降。由于车辆购置税减征政策的持续发力，与上年同期相比，产销量仍保持增长势头；

1-10 月，汽车累计产销分别完成 2224.2 万辆和 2197.5 万辆，累计同比分别增加 7.9%和 4.6%，增速较 1-9 月扩大 0.5pct 和 0.3pct。

乘用车：10 月乘用车产销分别完成 233.4 万辆和 223.1 万辆，同比分别增长 16.9%和 10.7%。其中，传统燃油乘用车国内销量 137.8 万辆，比上年同期减少 12.5 万辆，环比先将 5.2%，同比下降 8.3%；1-10 月乘用车累计产销分别完成 1955.1 万辆和 1921.8 万辆，同比分别增长 17.3%和 13.7%，乘用车在市场购置税减半等政策促进、新能源汽车保持高速增长、汽车出口势头良好等因素拉动下，6 月以来持续保持快速增长。

自主品牌乘用车：10 月自主品牌乘用车销量 118.7 万辆，同比增长 23.5%，市场份额达 53.2%，上升 5.5pct；1-10 月自主品牌乘用车销量 935 万辆，同比增长 26.1%，市场份额达 48.7%，上升 4.8pct。自主品牌市场份额延续良好势头。

商用车：10 月商用车产销分别完成 26.5 万辆和 27.3 万辆，同比分别下降 22.7%和 16.2%；1-10 月商用车累计产销量分别完成 269.1 万辆和 275.7 万辆，同比分别下降 31.7%和 32.8%，商用车整体仍处于低位徘徊，客车和货车的产销均呈较快下降。

新能源汽车：10 月新能源汽车产销分别完成 76.2 万辆和 71.4 万辆，同比分别增长 87.6%和 81.7%，市场占有率达 28.5%。其中，纯电动汽车产销分别为 58.1 万辆和 54.1 万辆，同比分别增长 71.9%和 66.6%；插电式混合动力汽车产销分别为 18.1 万辆和 17.2 万辆，同比分别增长 1.6 倍和 1.5 倍；燃料电池汽车产销均为 0.03 万辆，同比分别增长 3.7 倍和 5.4 倍；

1-10 月新能源汽车累计产销分别完成 548.5 万辆和 528 万辆，同比均增长 1.1 倍，市场占有率达 24%。其中，纯电动汽车产销分别为 426.8 万辆和 411.9 万辆，同比分别增长 97.5%和 93.1%；插电式混合动力汽车产销分别为 121.5 万辆和 115.9 万辆，同比分别增长 1.8 倍和 1.7 倍；燃料电池汽车产销分别为 0.27 万辆和 0.24 万辆，同比分别增长 1.8 倍和 1.5 倍。

根据不完全统计，下表中 13 家主流品牌 1-10 月已累计实现销量 299.23 万辆，其中：

5 家造车新势力：1-10 月已累计实现销量 51.70 万辆；

7 家自主品牌：1-10 月已累计实现销量 247.53 万辆，其中，比亚迪年度销量目标 150 万辆，10 月销量突破 21 万，1-10 月累计销量 139.79 万辆。

表 3：部分主流车企销量目标及累计销量梳理

分类	22 年销量目标 (万辆)	2022 年 1-10 月销量 (单位: 万辆)
造车新势力		
哪吒	15	12.92
小鹏	25	10.37
零跑	25 年销量达 80 万辆	9.46
理想	20	9.7
蔚来	15-20	9.25
合计		51.70
自主品牌		
广汽埃安	30	21.24
比亚迪	150	139.79
长城汽车	190	10.79 (新能源车)

小康股份	20	10.68
长安汽车	245	19.29 (新能源车)
奇瑞汽车	150-200	20.79 (新能源车)
吉利集团	165	24.95 (新能源车)
合计		247.53
总合计		299.23

资料来源：汽车之家、哪吒汽车微信公众号、新车快报网、小鹏汽车微信公众号、车家号、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、东方财富网、广汽集团产销公告、同花顺财经、比亚迪产销公告、长城汽车产销公告、赛力斯产销公告、长安汽车 2021 年报、长安汽车产销公告、程力集团汽车网、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 号平安金融中心 71 楼
邮编：100031	A 栋 23 层 2301 房	邮编：200086	邮编：518000
邮箱：research@tfzq.com	邮编：570102	电话：(8621)-65055515	电话：(86755)-23915663
	电话：(0898)-65365390	传真：(8621)-61069806	传真：(86755)-82571995
	邮箱：research@tfzq.com	邮箱：research@tfzq.com	邮箱：research@tfzq.com