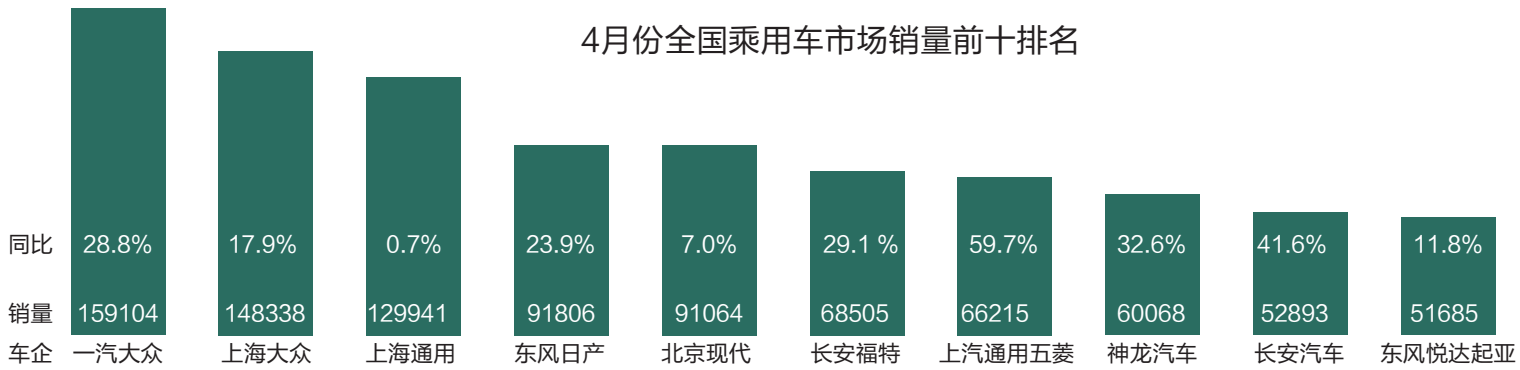
4月汽车销量超200万辆，一季度新能源车同比增长120%

新能源汽车发展步入快车道

2014年中国汽车市场进入了平稳的发展期。4月汽车产销数据显示超200万辆，同比增长8.8%，这也是在预料之中。

让人欣喜的是新能源车出现了爆发式的增长，一季度同比增长120%。专家预测2014年，中国新能源汽车销量或将达到3.5万辆，增长100%。中国的新能源汽车正在逐步从实验室走向市场。

■三湘华声全媒体记者 杨刚



乘用车增幅较一季度小幅提升

2014年4月，汽车产销比3月有所回落，但产销量仍保持了200万辆以上水平，与上年同期相比保持增长态势。1–4月，汽车产销继续保持稳定增长，其中乘用车增幅较一季度小幅提升。4月销售前十的车企依次为：一汽大众、上海大众、上海通用、东风日产、北京现代、长安福特、上海通用五菱、神龙汽车、长安汽车、东风悦达起亚。

4月，汽车生产206.75万辆，同比增长8.84%；销售200.42万辆，环比下降7.60%，同比增长8.81%。其中：乘用车生产166.74万辆，环比下降4.63%，同比增长11.26%；销售160.90万辆，环比下降5.91%，同比增长11.63%。

1–4月，汽车产销795.30万辆和792.51万辆，同比增长8.99%和9.07%。其中乘用车产销645.99万辆和647.75万辆，同比增长9.83%和10.45%；商用车产销149.31万辆和144.76万辆，同比增长5.54%和3.26%。

自主品牌表现持续下跌

今年合资品牌的汽车价格不断下探，自主品牌受到前所未有的冲击。今年1–4月，中国品牌乘用车销量较上年同期下降0.1%至248万辆。而中国乘用车市场的总销量增长10%至648万辆。

在此期间，德系和美系汽车销量大幅增长。大众汽车在华两家合资公司今年前4个月的汽车销量达110万辆，同比增长20%。通用汽车公司的销量增长11%至120万辆。

在汽车4月份销量排名中，自主品牌仅有长安汽车排名进入前十。长城汽车年内再次跌出前十，并且销量大幅下跌。由于基本放弃了在轿车领域的持续投入，长城轿车销量继续走低。

数据表明，4月份中国品牌乘用车在国内市场的占有率从去年同期的39.6%降至37.1%，继续延续去年9月份以来的下降趋势，连续8个月下跌。

中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长董扬将本土品牌汽车市场占有率下降的原因归结为缺乏竞争力。消费者普遍认为，合资品牌的汽车在质量和设计上都优于自主品牌。

新能源车发展进入快车道

数据显示，今年一季度，中国新能源汽车生产6651辆，销售6853辆，均比上年同期增长1.2倍。而且一季度新能源轿车占新能源汽车总销量的80%，进一步表明新能源汽车中私人消费的比重在大幅增加。新能源汽车发展的里程碑式年份，未来或将迎来爆发期。

专家表示，2014年中国新能源汽车销量或将达到3.5万辆，实现100%增长，若将混合动力各类车辆加上，销量将达到6万辆，中国的新能源汽车正在逐步从实验室走向市场。

得益于中国加大新能源汽车推广力度、加强终端市场培育以及节能减排法规、环保政策的间接促进，新能源汽车逐步摸索出相适应的商业模式，市场化效果初显。

但是，相比传统燃油汽车，环保、节能的新能源汽车在中国汽车市场中所占比重依然甚微，其中，电动汽车的电池技术依然没有取得革命性的突破，是制约新能源汽车发展的最大瓶颈，导致目前的新能源汽车续航短、充电难，这也是动摇很多发展新能源汽车产业车企信心的根源所在。