

2024

新エネルギー車 業界分析レポート

THE BRIEF MARKET ANALYSIS REPORT ON NEW ENERGY VEHICLE

MARKET
ANALYSIS

M
C
R



01. 新エネルギー車のテーマ:「政策主導」から「市場主導」へ

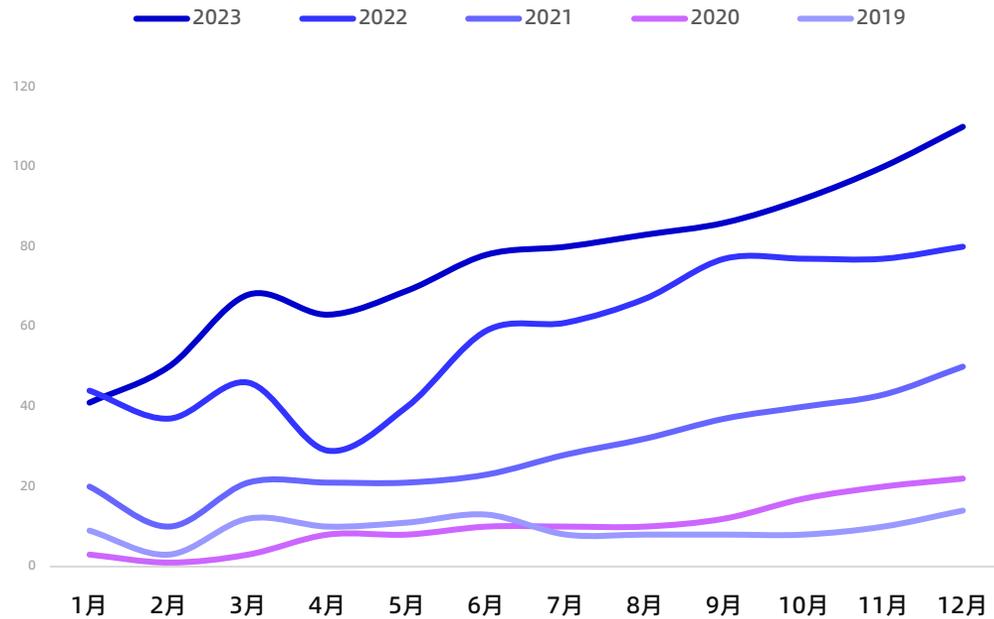
- 2018年以前、新エネルギー車市場は主に政策によって牽引され、中国の新エネルギー車の基本的な支持能力の建設を完成させた。2019年以降、補助金が大幅に削減されたが、車型の品質向上と価格引き下げが大幅に進み、人気車型は高い費用対効果によって消費者に認められ、その販売台数が安定を維持している。
- 2024年のメインテーマは、やはり政府の政策誘導から市場の自発的な需要拡大へと移行していることにある。市場の変動が激しかった年初、中央政府は市場の需要を高めるための強力な政策を導入せず、市場における新エネルギー車企業の自発的な行動に頼るところが大きかった。



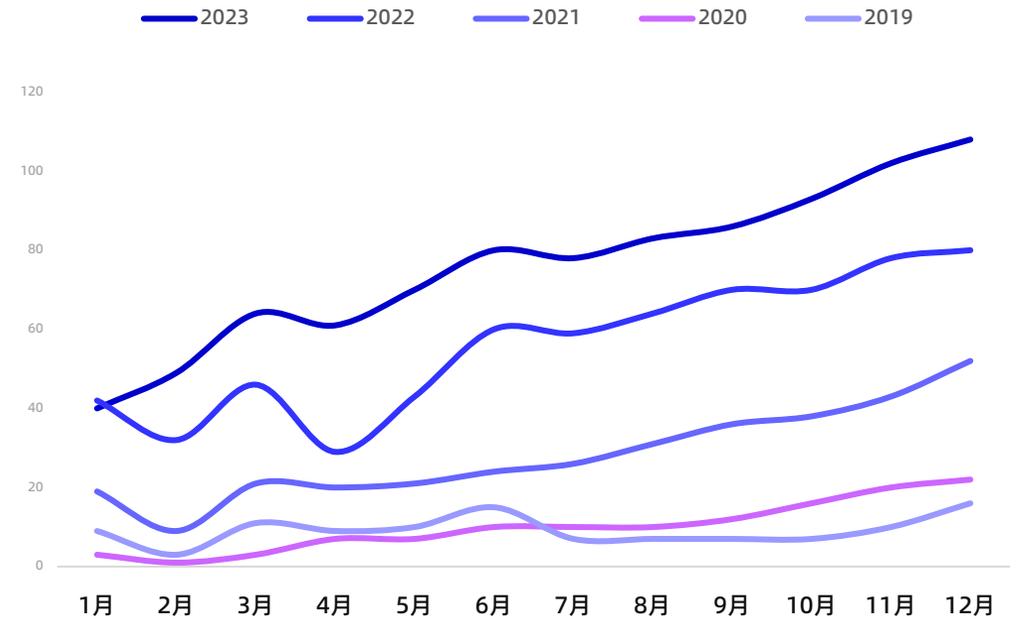
02. 中国の新エネルギー車の成長が鈍化

- 数年にわたる高成長を経て、中国の新エネルギー自動車産業は現在、基盤の拡大と市場の成熟に伴い、成長の鈍化と競争の激化を呈している。2023年1月から11月までの新エネルギー車の累計生産台数は前年同期比34.5%の842.6万台、累計販売台数は前年同期比36.7%の830.4万台であった。
- 12月24日現在、中国市場で販売された新エネルギー乗用車は合計708万1000台で、そのうち電気自動車は478万4000台、プラグインハイブリッドカーが229万7000台となっており、電気自動車とプラグインハイブリッドカーのシェアは約68:32となっている。

中国の新エネルギー車生産台数（万台）



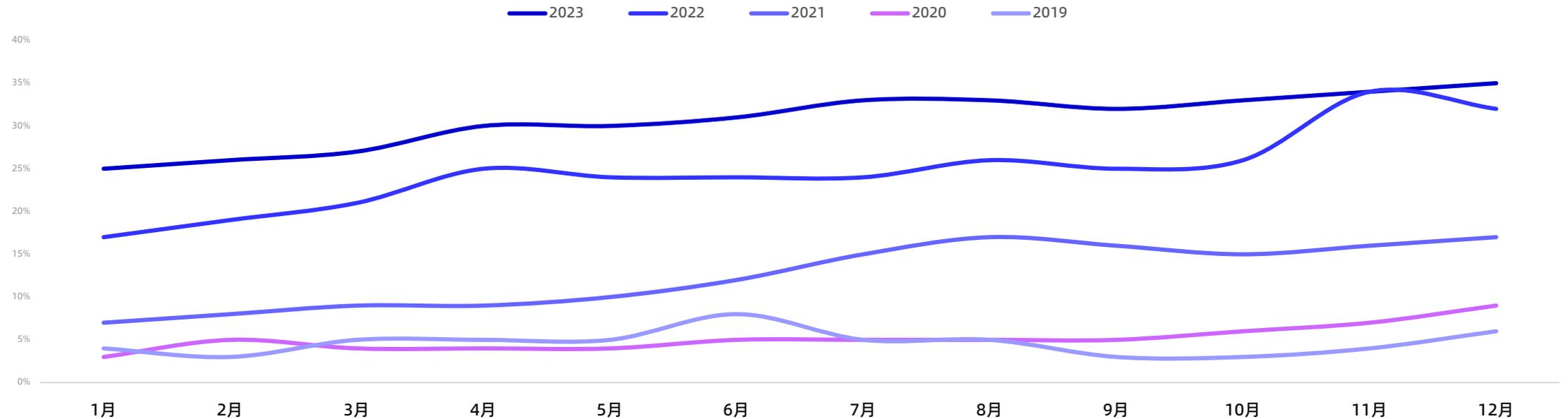
中国の新エネルギー車販売台数（卸売、万台）



03. 新エネルギー車産業は、3つの方向に浸透しつつある

- 中国汽車工業協会（CAAM）のキャリアバによると、2023年11月の単月普及率は34.5%、年間累計普及率は30.8%となった。また、単週間普及率では、2023年以降、週ごとに3回の普及率が40%を超えており、それぞれ10月と11月に発生していた。
- 第一、今年上半期、中国の新エネルギー乗用車の普及率は1線都市で43.7%に達し、5線都市の19.5%を大きく上回った。
- 第二、10万元～15万元と15万元～20万元の価格帯では、エンジン車が60%以上を維持しており、プラグインハイブリッドカーが依然として重要である。
- 第三、自主ブランドのプレミアムセグメントへの浸透。大衆価格帯と同様に、40万元以上の乗用車の60%以上をエンジン車が占めている。その中で、合併ブランドの高級車が重要な位置を占めている。中国の新エネルギー車企業とブランド側は、新エネルギー車型を利用してプレミアム化戦略を進めている。

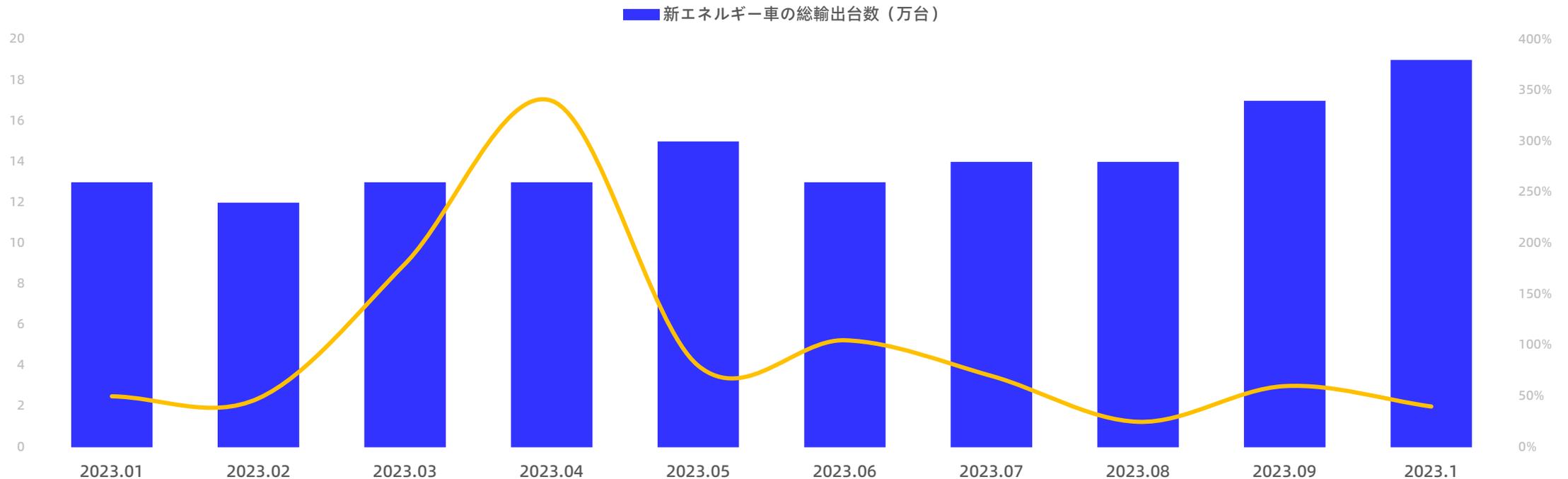
中国における新エネルギー車の普及率



04. 新エネルギー車の輸出が引き続き好調

- 中国の新エネルギー乗用車は、高品質かつ低価格が特徴で、比較的先進的なインテリジェント構成を備えており、輸出車型の多くは中高級車に位置する。中国乗用車協会(CPCA)のデータによると、2023年1月から10月までの国内新エネルギー車輸出は140万台を超え、前年比76.80%増加した。
- 電動化とインテリジェント化の下、中国の新エネルギー車は海外市場で認められ、世界的な競争力を備えており、2023新エネルギー輸出は引き続き好調で、中国の新エネルギー販売の拡大を牽引することが期待される。

新エネルギー車輸出と前年比成長率（2023年1月～10月）



05. 生産能力過剰の苦境にある新エネルギー車産業チェーン

- 2021年、新エネルギー車の販売台数は急増し、全産業チェーンに利益をもたらした。特に一部のセグメントは供給不足に陥っており、「価格と数量の増加」という投資機会を生み出し、非常に稀であった。2022年、新エネルギー車の販売台数の伸びは続き、産業チェーンのセグメントは細分化されており、多くのセグメントは高いブームを維持している。
- 新エネルギー車の販売台数の伸びは2023年に鈍化する一方、過去2年間投資・建設された生産設備は別の後に使用されているが、産業チェーンの各段階の生産設備は総じて十分に活用されていない。売上を増やすために価格を下げる値下げ競争は利益に悪影響を及ぼしている。

政策面での今後の方向性

資本流入による競争の激化

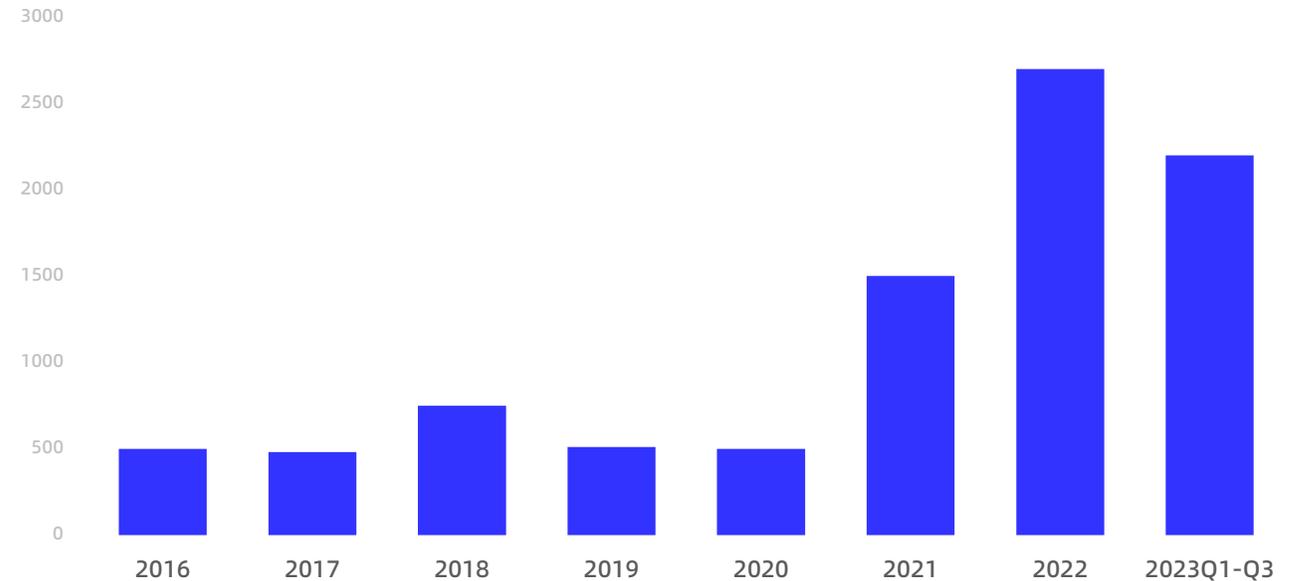
中国の新エネルギー自動車産業、海外進出に大きな壁

消費者はスマートカーにお金を払う気があるか

不十分なサポート施設

新エネルギー車産業チェーンの設備投資額

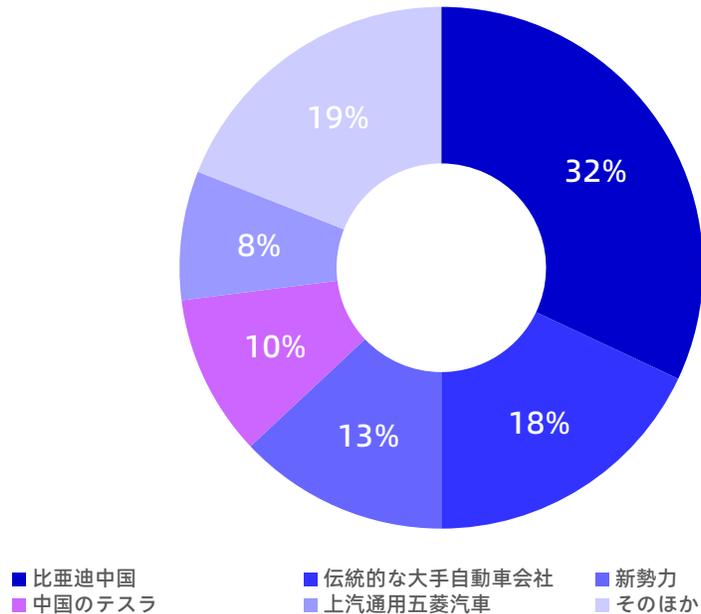
固定資産、無形固定資産およびその他の長期資産の取得による支出（億元）



06. 中国の新エネルギー車企業は差別化の時期に入る可能性

- 新勢力のシェアは、2023年初頭の10～11%から着実に拡大し、年末には13%前後となる。その中で、零跑と小鹏の2社がより大きくシェアを伸ばしているが、理想汽車のシェアは明らかにリードしており、比亞迪は依然として大量のシェアを維持している。
- 中国の新エネルギー車市場は最盛期に入り、市場供給が増加し、市場需要を刺激している。それに伴い、競争が激化し、商品力の違いによる自動車企業間のシェア格差がさらに拡大されており、2024年は中国の新エネルギー車企業にとって差別化の時期となる可能性がある。より強力な商品力を有する車型を持つ新エネルギー車企業がシェアを拡大すると予想される。

2023年10月時点での中国の新エネルギー乗用車販売シェア



2023年1-10月新エネルギー車販売ランキング

ランキング	自動車企業	2023年1月～10月の販売台数 (万台)	前年比	シェア
1	比亞迪	237.1	70.20%	34.60%
2	中国のテスラ	77.1	39.00%	11.30%
3	アイオン	39.2	84.80%	5.70%
4	吉利汽車 (ジーリー)	36.2	45.10%	5.30%
5	長安汽車	33.6	95.60%	4.90%
6	理想汽車	28.5	193.50%	4.20%
7	上汽通用五菱汽車	25.6	-43.80%	3.70%
8	上汽乗用車	25.3	45.40%	3.70%
9	長城汽車	20.1	85.90%	2.90%
10	蔚来汽車	12.6	36.30%	1.80%

07. 新エネルギー車産業チェーンで、パワーバッテリーが注目点

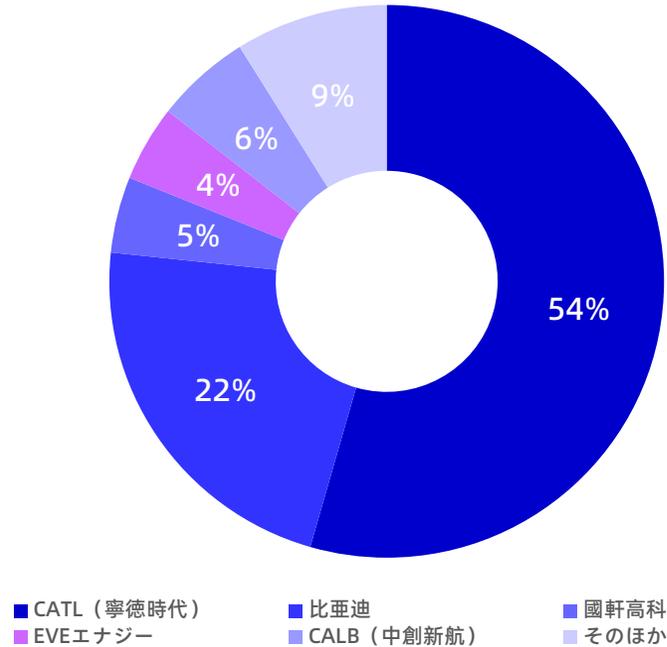
- パワーバッテリーは産業チェーンの川上でもっとも注目されており、自動車に電力を供給し、車体の一番下の位置に設置される。パワーバッテリーは新エネルギー自動車の不可欠な核心部品であり、自動車全体の性能に直結し、その重要性は明らかである。
- 川下の充電設備の完成度は、ユーザーの体験を左右する。また、充電設備のカバー範囲も、ユーザーの購買決定において重要な要素となる。



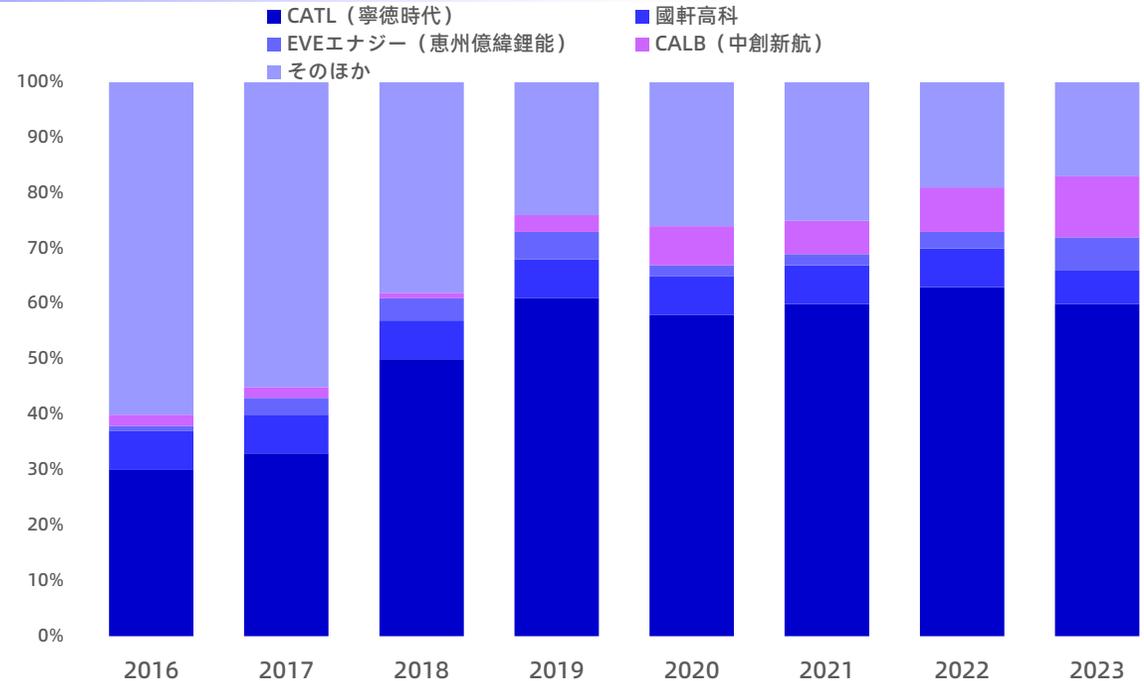
08. 大手パワーバッテリー企業、競争優位性を占める

- 2023年以降、炭酸リチウムの価格は急落し、リチウム電池の他の上流リンクも需要と供給の不一致により価格が下落した。リチウム企業はコスト最適化を進めたが、川上原料価格の下落は在庫減価の損失をもたらし、競争激化と相まって、2022年同期と比較して業界全体の売上総利益率は比較的安定していた。
- 中国のパワーバッテリー企業は明らかな競争力を持っており、上位10社に6つの席を占め、そのうちEVEエナジー（惠州億緯鋳能）は初めて世界の電力電池設置容量の上位10社に入った。全体として、中国企業の成長率は海外企業の成長率を大幅に上回っており、グローバル競争力が反映されている。

2024年1月時点の中国リチウム電池主要企業シェア



中国電池企業の年間市場シェア(%、比亞迪を除く)

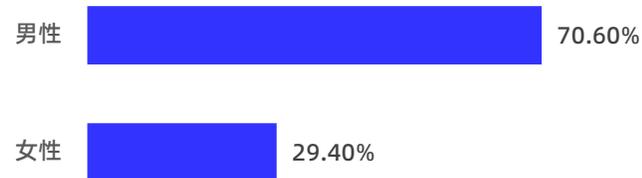


09. 新エネルギー車所有者のプロファイル、子供のいる家族、女性

- エンジン車に比べ、新エネルギー車所有者は女性が多く、成熟しており、学歴も収入も高い。新エネルギー車所有者に占める女性の割合は29.4%で、エンジン車所有者より1.4%多い。所有者の年齢は主に31~40歳に集中しており、エンジン車所有者より6.4%高い。一方、既婚で子供が1人いる家庭は、新エネルギー車を購入する傾向が強い。

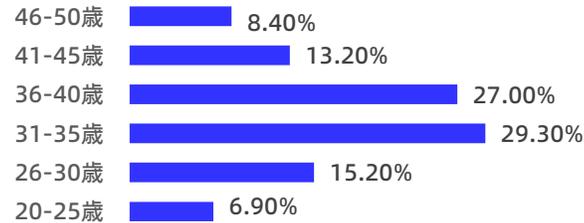
性別分布

女性の自動車所有者の割合がエンジン車所有者を1.4%上回った



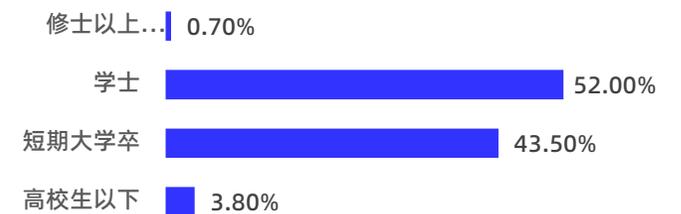
年齢分布

30歳以上の所有者の割合がエンジン車所有者を6.4%上回った



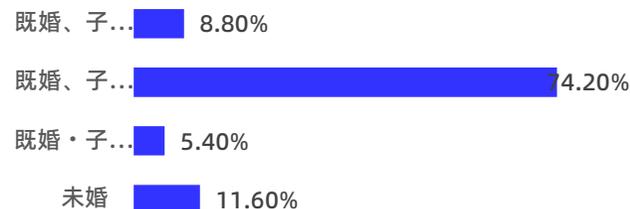
学歴分布

学士以上の学位を持つ所有者の割合がエンジン車所有者を8.5%上回った



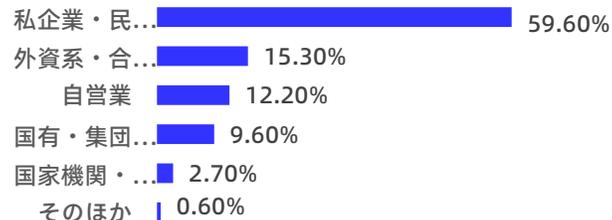
家族構成

既婚で子供1人の割合が高く、エンジン車所有者を9.8%上回った



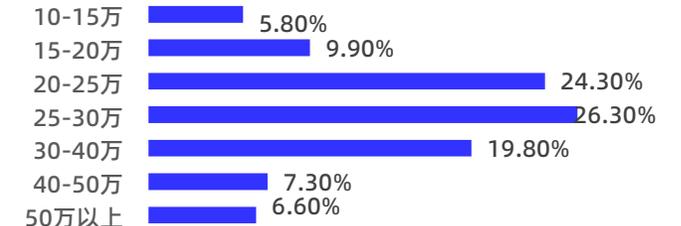
職業分布

外資系・合併企業、私企業・民間企業、自営業の車所有者の割合がいずれもエンジン車所有者より高い



所得分布

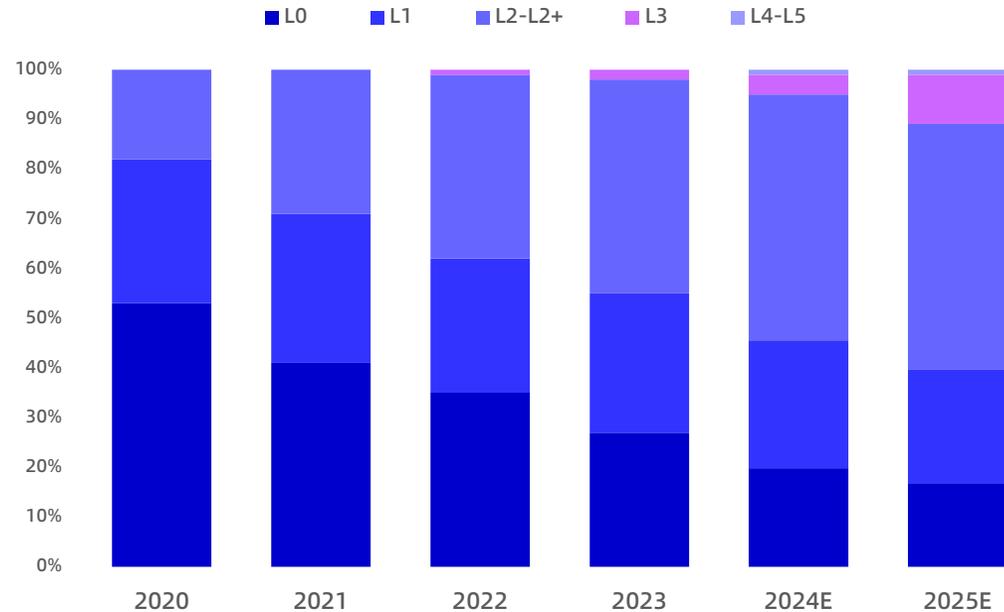
税引き後の世帯年収が25万元以上の自動車所有者の割合が燃料車所有者を6.4%上回った



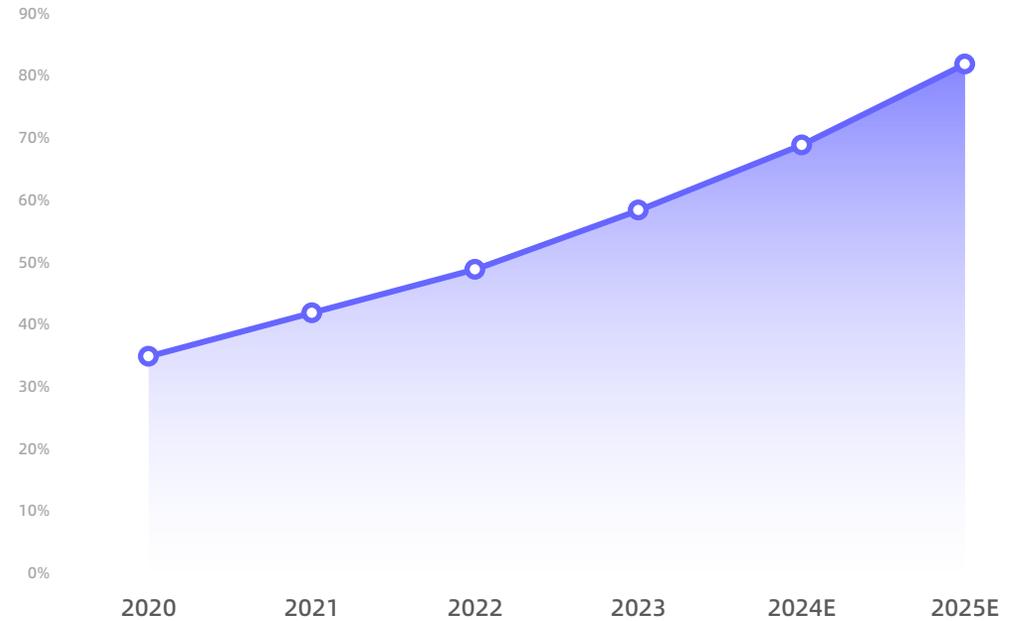
10. 中国の新エネルギー車、スマート化加速に期待

- 中国の新エネルギー車大手企業は、すでに高速道路区間での高度運転支援を実現しており、都市部での高度運転支援の実現に向けて徐々に前進している。これにより、各自動車会社がフラッグシップモデルに高度なコンピュータチップやその他のインテリジェントな運転関連装置の導入を進め、将来のアルゴリズム機能アップグレードに対する強力なハードウェア・サポートを提供している。
- 機能実現の観点から、各自動車会社は知能化運転支援技術を実現するために、主にマップレス、フルシーン、低コストの方向に向かっている。そのため、ファーウェイのAITOやLuxeedなどの一連の車型は、ファーウェイの知能化運転技術に支えられており、短期的には比較的強い需要を持つ強力な製品となっている。同時に、新車製造勢力は以前から自動運転分野の研究開発に専念し続けており、製品技術の基本的な保証を提供している。

中国における乗用車の自動運転普及率と予測



中国におけるスマートコックピットの製品普及と予測



11. 新エネルギー車の購入、選択、使用および中古状況

購入体験

所有者の権利と利益プログラムは、現金割引、金銭的利益、アフターサービス、追加料金サービス、生活サービスの5つの側面から設計されることが多い。消費者が好む現金割引に加えて、自動車所有者は、ポイント、品質保証、メンテナンス、エネルギー補給のための充電と電気交換、保険などのサービスも、自動車購入時に総合的に考慮する。

運転体験

新エネルギー車所有の継続的な成長により、アフターサービス問題がますます顕著になり、サービス主体のアフターサービスレベルが大きく異なっている。各ブランドのアフターサービス方式が異なるため、消費者に多くの問題をもたらし、消費者の体験に影響を与えている。新エネルギー車のアフターサービス管理を標準化し、実行に移すことは、消費者の体験を高めることに資する。

選択体験

新エネルギー車のブランドは、スーパーマーケットの店舗を選択する傾向が強い。潜在的な新エネルギー車の所有者は、スーパーマーケットの店舗で買い物や食事をする際に、新車に関する情報を直接入手できるため、スーパーマーケットの店舗の方が潜在顧客の注目を集める可能性が高い。スーパーマーケットの直接情報は、人々が新エネルギー車を購入する重要な誘因となっている。

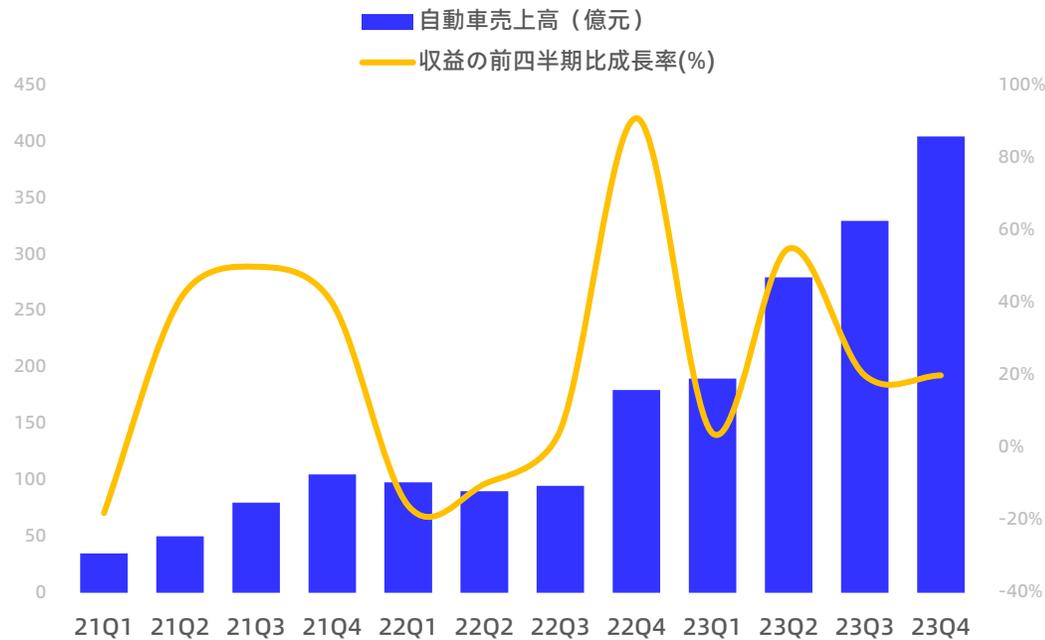
中古車体験

新エネルギー車規模の急拡大に伴い、新エネルギー中古車の取引量も徐々に増加している。商務部など17の省が打ち出した中古車に関する新政策と、原油価格が今後も上昇する可能性が高いことが相まって、新エネルギー中古車の需要は高まった。

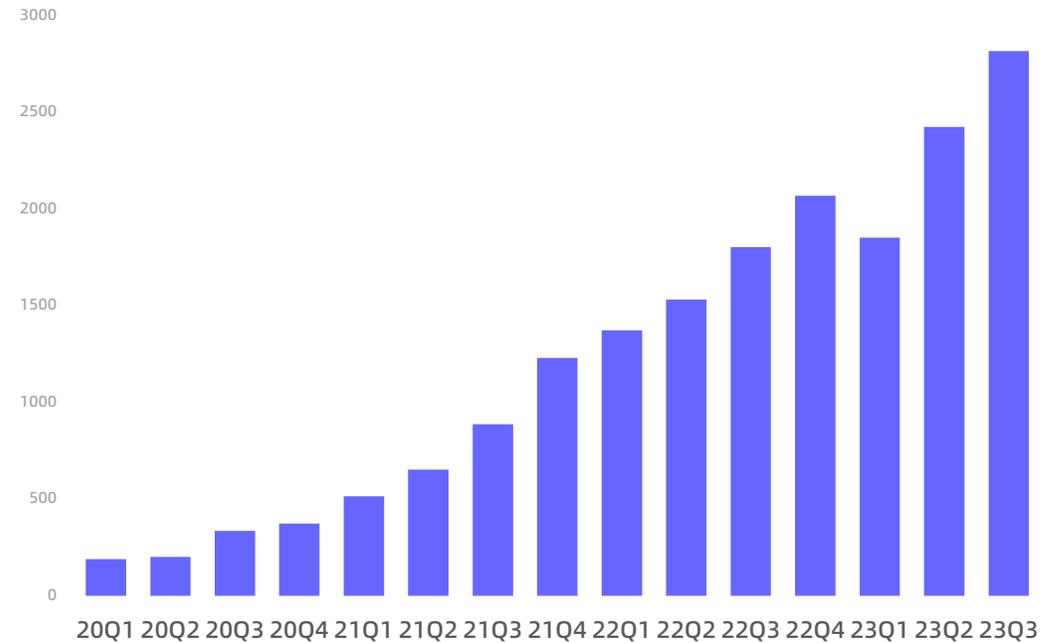
12. ケース:理想汽車、中国初の売上高1000億の自動車新メーカー

- 2015年に設立された理想汽車は当初、超小型モビリティ・スクーターと中型・大型SUVの2つのセグメントを選択した。前者は1〜2人の都市近距離移動のニーズに応える小型で美しいSEV（低速EV）に焦点を当て、後者は家族旅行のニーズに応える大型でフル装備のSUV（中・高級レンジエクステンダーEVという位置づけ）に焦点を当てている。
- 理想汽車は23年第4半期に史上最高の業績を達成し、営業収入は417.3億人民元で前年同期比136.4%増、通年の営業収入は1238.5億人民元で前年同期比173.5%増となり、中国初の売上高1000億人民元の新勢力自動車企業となった。
- 2023年4月に、理想汽車は電気ソリューションを発表し、航続距離延長と電気が互いに歩調を合わせる新たな段階に入った。Megaは理想汽車初の電動車型として、充電がもたらす安心感、空間がもたらす価値観、先進的なスタイリングがもたらす未来感という3つの「重要なブレイクスルー」を備えている。

理想自動車の四半期ごとの売上高と成長率



四半期ごとの研究開発費（百万元）



13. 新エネルギー車が直面する5つの課題

01

生産能力過剰

2020年以降、新エネルギー車に対する旺盛な需要により、リチウム電池の業績は引き続き高成長を続けており、新エネルギーの長期的な好調な需要に直面して、各プロセスの企業が生産能力の拡大を加速させている。短期的には、業界の構造的な過剰生産能力が生じる可能性がある。

02

収益性のジレンマ

新エネルギー車の新車型の製品開発には長い開発サイクルが必要で、新型リチウム塩やその他の新技術の応用の進展はまだ不確定であり、商業応用が遅れば、新エネルギー車の売上高と収益性は予想より低い可能性がある。

03

原材料価格の高騰

川上の原材料価格の変動は不確定であるため、川下の車生産コストに直接影響するだろう。原材料価格が上昇傾向を維持すると、新エネルギー車企業の収益性が低下する。コストを削減するために、自動車企業が価格を引き上げることで、圧力を消費者に伝わり、需要が抑制される可能性がある。

04

チップ不足の常態化

現在、ウェーハファブの新設備のほとんどはまだ建設中であり、自動車用チップの生産を専門とするウェーハファブは非常に少ないため、生産能力が依然としてボトルネックとなっている。そのため、自動車用チップは最先端のプロセスを必要としないが、成熟したプロセスの生産能力不足は常態化している。

05

融資の急激な縮小

2023年急激に縮小した新エネルギー自動車産業チェーンの融資は、投資意欲の減退と融資の厳格化を反映している。資金調達活動は通常、投資活動の先行指標であり、新エネルギー自動車産業チェーンの設備投資が今後急激に縮小し、生産能力拡大ペースが停滞することを示唆している。

14. 新エネルギー車業界で注目すべき4つのトレンド

01 ストック競争からインクリメンタル競争への転換

新エネルギー車市場の競争の激しさは、普及率の急速な上昇に追随するものではあるが、これは販売規模の急速な伸びとユーザー体験向上の方向性に基づく業界の法則である。中国の新エネルギー車市場は、年初のストック競争から下半期にはインクリメンタル競争に切り替わった。このような競争パターンは2024年も続き、漸進的競争が業界の成長を促し、需要を刺激することになるだろう。

03 海外展開が必要

米国は、中国の新エネルギー自動車産業チェーン製品の米国への輸出を制限するインフレ削減法案を開始した。中国企業は海外に工場を建設して技術供与することはできるが、国内の生産拠点の生産能力は必然的にできなくなる。したがって、海外事業を行うには生産能力の海外展開が必要な手段となる。

02 知能運転能力、競争における技術的差別化 新要因

新エネルギー自動車企業が自動車産業の石油から電気への転換を加速させた後、知能運転能力が技術差別化の新たな争点になると予想される。NIOの自動運転NOP+は主に高速自動支援運転、渋滞自動支援運転などを含み、理想の自動運転NOAはフルシーンナビゲーションアシスト運転などを含み、ファークウェイの自動運転NCAは高速知能運転とナビゲーション支援、都市知能走行とナビゲーション支援などを含む。

04 ユーザーは儀式感を好む

インテリジェント技術の絶え間ない革新により、新エネルギー自動車は日増しにインテリジェント端末と融合している。インテリジェンスと体験が強調される雰囲気の中で、ユーザーは自分の基本的なニーズを満たすだけでなく、儀式感と上質感をもたらすことができる自動車の構成と体験をますます好むようになってきている。新エネルギー車を購入したオーナーは納車式を大切にしており、若者も納車式を大切にしている。これは自己価値を実現する方法でもある。

著作権表示

本レポートは、上海嘉世营销咨询有限公司(MCR)の完全なレポートから抜粋したショート・バージョンです。
詳細な内容については、mcr@chinamcr.comまでお問い合わせください。

本レポートにおけるすべての内容（文字記事、写真、映像、イラスト、図表等の資料を含むがこれらに限定されない）は、『中華人民共和国著作権法』、『中華人民共和国著作権法実施規則』および万国著作権条約により保護されています。

本レポートの著作権は、MCRに帰属しており、転送、転載、引用が必要な場合は、出典を明記しなければならず、内容に関してはいかなる変更も行ってはなりません。

本レポートは無料であり、いかなる組織または個人も、課金を目的として営業活動に使用してはなりません。

