

一季度自主品牌汽车逆势增长

自主品牌市场占有率超过50%，4月车市进一步增长

中汽协数据显示，今年一季度汽车产销分别完成621万辆和607.6万辆，同比分别下降4.3%和6.7%，较同期小幅下滑。值得注意的是，一季度新能源汽车市场实现开门红，产销分别完成165万辆和158.6万辆，同比分别增长27.7%和26.2%，市场占有率达到26.1%。4月，随着市场需求的逐渐恢复，车市进一步增长。

□本报记者 王力



■技术人员在工厂总装车间工作。 新华社记者 翁忻旸 摄

自主品牌实现逆势增长

众所周知，今年3月车市掀起了一波“降价潮”，但是实际效果却加重了消费者的观望心态，车市整体并未出现大幅度增长。

据了解，今年一季度自主品牌累计销量实现逆势增长，同比上涨3.8%，实现了50%的市场占有率。奇瑞、上汽乘用车、长安汽车等传统中国品牌车企一季度销量表现优异。其中，奇瑞集团累计销售汽车33.03万辆，同比增长44.1%，创下历史新高。特别是在新能源市场、出口市场及转型升级表现上，部分头部汽车公司如比亚迪、长安、奇瑞和上汽等表现非常出色。

合资品牌一季度遭遇寒流，日系三强销量更是“跌跌不休”。其中，日产汽车在华累计销量为16.2万辆，同比下滑36.8%；丰田在华累计销量为37.98万辆，同比下降14.57%；本田在华终端累计销量为22.04万辆，同比去年下滑37.7%。美系品牌也呈现出下滑态势。今年一季度通用汽车在中国市场销量超46万辆，同比下滑24.6%。别克、凯迪拉克、雪佛兰分别销售新车10.6万辆、3.2万辆和3.4万辆，同比分别下滑35%、32%和34.6%。长安福特一季度销量4.48万辆，同比下滑25.68%。

车主课堂

天气转暖 油液定期检查不大意

随着天气转暖，汽车的油液由于自身氧化以及温度差异等因素，可能会导致液位下降，因此车主在用车过程中一定要注意各种油液的检测，及时发现油液可能存在的异常情况。

一、机油检查

机油不足时会加快发动机磨损，导致发动机出现过热现象，车辆油耗也会升高。随着气温的升高，可将冬季使用的机油更换为普通机油，避免出现因机油粘稠导致车辆启动困难。

检查方法：将车辆水平停放后查看油尺，机油液位应在油尺最低与最高刻度之间。如果机油液位过低，可添加同品类的机油，同时检查是否存在泄漏或烧机油的情况；若机油液位高于上限，则需要确认是此前机油添加过量，还是有其他液体渗入，可以将多余机油抽取出来以达到标准；当发现机油乳化变质、发黑，以及携带较多碎屑，务必尽快更换机油机滤。

二、防冻液检查

防冻液具有冬天防冻，夏天防沸，全年防水垢，防腐蚀等优良性能。随着气温逐渐回升，有的车友选择直接用清水来补充，这样可能导致水箱沸腾。此外还要注意，不同种类的防冻液也不可混加。

检查方法：将车辆停放熄火后，打开前机器盖，就会看到防冻液罐，液面高度维持在MAX和MIN之间就可以。如果发现车辆防冻液亏损，可以手动

补充防冻液。需要注意的是，补充防冻液时，一定要在冷车状态下或是熄火后等一会儿（避免热水喷出被烫伤）。

三、制动液检查

制动液是汽车制动系统至关重要的组成部分，使用陈旧的制动液很容易导致制动系统在紧急制动的情况下失效，所以车主要对制动液要进行定期的检查更换。

检查方法：查看制动液液面是否位于储液罐的MAX和MIN标记之间，如果大于MAX可能是制动液加注过多；如果小于MIN可能是制动系统的管路存在泄露。此时应仔细检查制动系统是否存在渗漏现象，之后再将制动液加注到标准范围。

四、其他油液检查

除上述三种油液外，随着气温逐渐上升，还要注意检查包括玻璃清洗液（玻璃水）、转向助力液（部分车型）、电解液（蓄电池电解液）等油液。

检查方法：①当玻璃水耗尽时，能听到柱塞泵工作，但没有玻璃水喷出。添加玻璃水确认无泄漏后，便可正常使用。

②当发现转向助力液减少时，应及时添加，避免转向助力泵因得不到油液的润滑和降温而受损。当看到助力液明显变色，也应尽快更换。

③由于电解液自检存在较大困难，建议车友可前往汽修店进行专业检测。（刘晓东）

新能源汽车市场突飞猛进

今年第一季度，新能源乘用车市场热火朝天。据乘联会统计，3月新能源乘用车批发销量达到61.7万辆，同比增长35.2%，环比增长24.5%；一季度新能源乘用车批发销量达到150.1万辆，同比增长25.8%。3月新能源乘用车国内零售销量达到54.3万辆，同比增长21.9%，环比增长23.6%；一季度新能源乘用车国内零售销量达到131.3万辆，同比增长22.4%。

在企业层面，比亚迪以绝对优势稳坐新能源销量榜首，今年一季度新能源汽车累计销量为55.20万辆，同比增长92.81%，市场占有率接近40%。

除比亚迪外，广汽集团旗下的新能源品牌埃安3月销量表现也较为出色，单月销量达到4万辆，同比增长97%，环比增长33%。今年第一季度，埃安销量已突破8万辆，同比增长79%。

造车新势力企业中，理想汽车今年一季度累计交付5.26万辆，同比2022年第一季度增长65.8%。蔚来、问界等多家新能源车企的销量和交付量也在3月实现回暖。其中，蔚来今年第一季度共交付新车3.1万辆，同比增长20.5%；问界今年第一季度累计售出11674辆，同比增长

131.44%。

尽管新能源汽车市场总体仍在突飞猛进，但也有不少车企在异常激烈的价格战和市场竞争中稍显羸弱。其中，哪吒、零跑汽车等渐掉队趋势。今年一季度哪吒汽车累计交付量为2.62万辆，同比下滑近五成，达到47.25%。零跑汽车一季度的表现也不及预期，累计交付量为1.05万辆，同比下滑51.3%。

4月车市进一步增长

从销售数据来看，“降价潮”尽管吸引了不少关注的目光，但是实际上并没有为车企带来了明显的销量增长。目前尽管新能源市场仍在高速发展期，但仍然存在诸多挑战。业内人士指出未来价格战不是市场主流，但是行业竞争将进一步加剧，特别是对于资金损耗巨大的新能源汽车企业，没有足够的规模和深厚的企业会退出市场。

4月是第二季度的第一个月，也是传统意义上新车发布的旺季，包括上海车展及各城市的春季车展都将举行。业内人士预测，4月份汽车市场整体呈现企稳的状态，市场需求也会逐渐恢复，有利于车市的进一步增长。

四成美国车主愿“油转电”

【新华社微特稿】一项最新民意调查结果显示，大约四成美国车主下次购买机动车时考虑转向电动车，仍有许多车主因价格高、充电设施少等因素打算继续使用燃油车。

这项调查由美国公共事务研究中心和芝加哥大学能源政策研究所联合开展，前者由美联社与芝加哥大学全国民意研究中心联合创办。

根据美联社11日报道，19%的调查对象表示“非常”或“极为”可能转向电动车，22%的人表示有可能买电动车。47%的车主则表示不大可能“油转电”。

拒绝电动车的一个主要原因是价格高。根据汽车评估机构凯利蓝皮书公司的数据，美国新电动车的平均售价超过5.8万美元，而所有机动车的平均价格低于4.6万美元，电动车价格超过许多美国家庭的承受能力。另一个使人们不愿购买电动车的主要原因是担心充电桩数量不足。

65岁的车主罗伯特·皮亚希齐克有一辆宝马3系燃油车。他目前不打算买电动车，理由是行驶里程不如燃油车远、充电设施少、充电时间长。不过，他表示，随着技术进步和价格降低，他会考虑转向电动车。

调查显示，年龄越低的车主购买电动车的可能性越大。30岁以下车主中，55%表示下一辆车可能会买电动车；这一比例在30至44岁人群中为49%；在45岁及以上人群中为31%。

愿意购买电动车的人中，节省油费是最大的理由，环保也是一项主要因素。（惠晓霜）