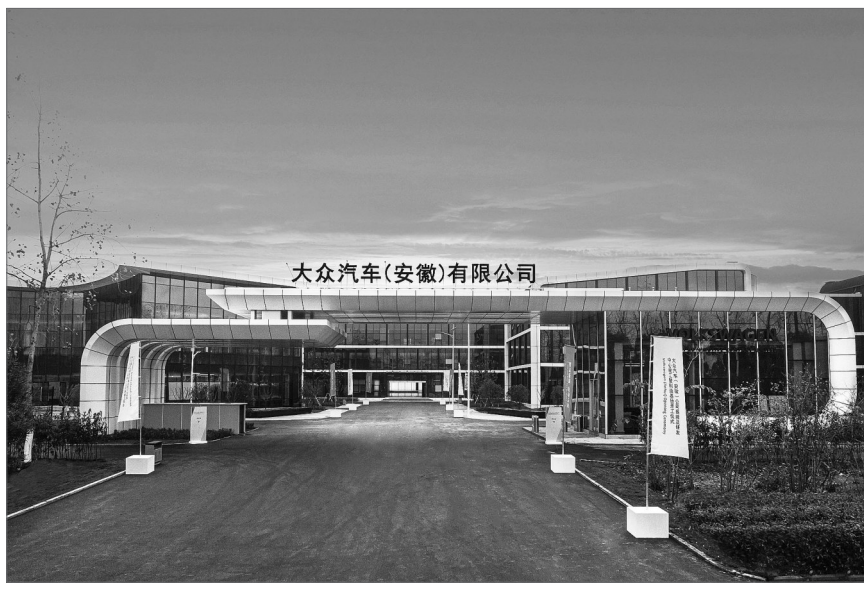




大众汽车增持 江淮大众更名 股比放开再落重锤



12月8日，随着大众汽车(安徽)有限公司揭牌暨研发中心竣工和制造基地开工仪式的举办，江淮大众正式退出历史舞台。大众汽车集团管理委员会主席迪斯在视频致辞中表示，大众汽车(安徽)将进一步强化中国市场在集团电动化、数字化战略中的作用。



站在仪式现场的大众汽车集团(中国)CEO冯思翰感慨说，正是得益于中国深化改革和进一步对外开放的政策，大众汽车集团在中国的电动化战略以及与安徽的合作伙伴关系才能更进一步。

在此背景下，江淮大众将承担怎样的角色，一直是不少人心中的疑问。

另一方面，江淮大众2018年发布的合资品牌SOL(思皓)发展得不温不火，让双方合作的前景蒙上了一层阴影。

随着大众汽车集团增持江淮大众股份至75%投资交割的完成，以及合资企业的正式更名，大众汽车(安徽)有限公司(以下简称大众汽车(安徽))的发展路径逐渐清晰。

在大众汽车(安徽)有限公司揭牌暨研发中心竣工和制造基地开工仪式上，冯思翰介绍，此次新落成的研发中心将研发、质保、同步工程、全功能预生产和测试等多个部门集中在一个园区，充分落实产业链的整合。

二期扩建工程也计划于2021年启动，生产线基础设施、设备也将进一步完善，其中包括建立电池车间和车辆及部件检验车间。该纯电动车型工厂规模完备，最大年产量预计可达35万辆，预计将于2022年年底竣工。冯思翰透露。

据了解，大众汽车(安徽)未来车型将基于大众纯电动MEB平台打造，首款车型计划将于2023年开始投产。

新车型将充分考虑年轻用户的喜好，拥有前卫且独特的设计和强烈的视觉冲击力。MEB平台的应用以及关键部门间的协同合作，也将大幅缩短新车型研发和上市周期。冯思翰说。

而在本土化人才团队的搭建上，据悉，预计到2025年，大众汽车(安徽)研发团队员工数量将达到约500名。依托

于大众汽车集团全球专业技术体系，本地研发人才将有机会前往德国总部及其研发中心接受培训。同时，来自德国总部的研发专家也将为在合肥的员工提供专业培训。

值得一提的是，除了整车企业外，大众还收购了合肥电池供应商国轩高科的战略股权。冯思翰直言，通过多措并举的方式，大众汽车(安徽)将成为安徽新能源汽车生态系统中的重要一环，并将在合肥打造一个电动出行新基地。

汽车分析师张翔告诉记者，在中国市场，大众汽车(安徽)的揭牌意味着大众集团电动化战略的提速。

作为全球最大的新能源汽车市场，大众集团急需增加在中国的投资。而随着中国汽车产业合资股比放开，与江淮的合作是顺势而为的双赢选择。张翔直言，控股地位的取得意味着大众在合资企业中拥有更大的话语权，新能源产品的投放、落地速度将进一步提升。

在产品端，小型纯电动车或将成为大众汽车(安徽)的第一选择，大众汽车(安徽)应该不会与一汽-大众、上汽大众形成同质化竞争。张翔说。

对此，在接受媒体采访时，冯思翰曾表示，对于大众汽车来说，投资大众汽车(安徽)和国轩高科更多程度上意味着在双积分、电动化战略等领域实现更好的平衡政策。

大众汽车(安徽)很重要，会成为未来一个新的支柱。冯思翰强调说，三家合资企业将互为补充，大众汽车(安徽)不会取代现有的南北大众两家地位。

股比放开是大势所趋 更考验车企战略定力的日子来了

在中国汽车市场的发展历史中，合资股比限制始终是无法回避的敏感话题。合资大潮时岸高岸低，时而风正帆平。它让4家总销量超过1000万辆的巨型合资企业平地而起，也让铃木、大发等国际巨头铩羽而归。

随着中国对外开放水平的不断提高，汽车行业股比放开早被提上日程。2018年，国家发展与改革委员会、商务部联合发布《外商投资准入特别管理措施(负面清单)(2018年版)》。根据该措施，汽车行业取消乘用车、新能源汽车外资股比限制；2020年取消商用车外资股比限制；2022年取消乘用车外资股比限制，同时取消合资企业不超过两家的限制。

2018年10月，宝马集团宣布，以36亿欧元的代价将其在华华晨宝马持股比例从50%提升至75%，股东双方将于2022年完成股权调整工作。这也被外界认为是中国汽车行业股比放开第一例。

申港证券发布研报显示，自国家发改委公布汽车行业合资企业外资股比放开的时间表以来，各项承诺陆续兑现，中国汽车产业将更加直接的参与到全球资本竞争及制造业竞争中。

申港证券据此认为，出于对技术、利润的控制需求，外资寻求控股甚至独资的趋势是确定的。

冯思翰向记者透露说，除了大众汽车(安徽)，大众汽车正在和南北大众合

资伙伴探讨包括交叉持股在内的未来发展计划。相信，随着法律框架的放宽，大众汽车会找到更多创新性方法。

在中国国际贸易促进委员会汽车行业分会会长、中国国际商会汽车行业商会会长王侠看来，随着2022年合资股比的完全开放，中国汽车市场的竞争将会更加激烈。

不仅外资品牌和中国品牌之间的竞争会加剧，外资品牌之间的竞争同样会加剧。王侠分析说，如何在新形势下升级合作模式，找准新的生存发展之道，将成为考验中外车企智慧的终极考题。

一个业内公认的事实是，合资股比的放开将进一步加速汽车产业格局的改变，我国汽车生产和消费市场将开启新竞争模式。

特别是对于试图在新能源领域和智能网联领域领跑全球的中国汽车产业来说，仅靠代工模式就能攫取巨额利润的时代一去不复返，如何与全球汽车市场同频共振才是下一个阶段的核心议题。

不可否认的是，开放必然加剧国内竞争，这会对自主品牌提出更严峻挑战。王侠坦言，从长远来看，开放能够更大力度促进中国汽车产业结构优化，加快转型升级的步伐。

更大范围、更高质量的开放更将有利于车企导入更加优质的全球资源、优质服务、前沿技术、更高端人才等，有利于进一步提升中国汽车产业与全球汽车产业的融合度，提升中国汽车品牌的竞争力和话语权。王侠如是说。

中国青年报 中青网记者 程鸿鹤

随着国内新汽车销售的持续回暖，汽车后市场正迎来新的发展机遇。

近日，德勤发布了《2020中国汽车后市场白皮书》(以下简称《白皮书》)。《白皮书》预计，得益于过去20年的经济高速发展和人口红利，中国汽车保有量有望在2025年前超过美国，成为全球保有量最大市场。届时，我国汽车后市场规模将达到1.7万亿，将带来巨大的经济和社会效益。

但是，与经历了近百年发展历史的欧美成熟市场相比，中国汽车后市场发展历史较短，行业发展仍存较多痛点和不足。有分析认为，在这个重要的万亿级民生经济市场初长成之时，规范化发展任重道远。

中国汽车市场最近十几年井喷式发展，服务市场相对滞后，近10年才快速发展起来，整体处于散、乱、小的阶段，这是行业的痛点，但同时也是很大的机遇。在中国汽车维修行业协会汽车维修配件工作委员会秘书长魏同伟看来，随着移动互联网及数字化技术的发展，更符合市场需求的新模式将成为汽车后市场转型升级的推动力。

汽车后市场的转型升级离不开源源不断的创新型人才。有业内人士表示，如何通过改变人才培养体系的适应性来激活人才的一池春水，重新定义新时代的“汽车后市场人才”，将是决定我国汽车后市场前途的胜负手之一，也是持续提升竞争力的关键。

据汽车后市场行业协会专家不完全统计，目前全国开设汽车维修的各类院校总量近千家，但科班人才与终端网络对人才的需求存在错配，大量科班人才并未最终流入汽服行业，行业高端及高质量人才依旧较为缺乏。

同时，目前汽服行业大量汽服网络人才培养仍以传统学徒模式在开展，并以非科班人才店内培养为主，这也是目前制约行业高质量发展的一大核心痛点。

值得一提的是，近日，汽车后市场第一家产教融合基地——途虎养车-南昌工学院产教融合基地正式落地运营。据悉，该基地由途虎养车与南昌工学院联手创办，通过校企合作的方式，致力于培养符合行业用人需求的高素质应用型人才。

途虎养车-南昌工学院产教融合基地将努力朝着融合途虎养车工场店、汽车类专业人才培养基地、汽车类专业双师型、师资培训基地、汽车专业技术培训基地及途虎员工培训再提升基地等功能于一体的综合性产教融合基地的目标前进。途虎养车COO李辉表示。

事实上，人才培养一直是途虎养车关注的重点。在李辉看来，为实现为用户提供更好的养车体验的使命，途虎养车一直视人才为第一资源，而高校则是培养人才的摇篮。

据他透露，截至2020年8月31日，途虎养车在华东、华南、华中、西南等省市已与44所中高职及应用本科院校达成战略合作关系，累计已培养学员近千名，目前已进店实习300余人，9月预计开班学校18所，吸纳学生约500名。

途虎养车还致力于通过数字化门店运营体系撬动规模化管理天花板，关注人才的成长，为行业培养更标准化人才。李辉说。

毫无疑问的是，为人才营造成长的沃土，不仅是企业自身发展的关键，也是推动国内汽车后市场从大到强的必由之路。

途虎养车产教融合基地要做的是真正的互联网+产教融合，致力于让人才更实用。它既是途虎的，也是社会的。李辉如是说。



在途虎养车上海技术中心，汽车后市场青年人才正在进行实践训练。

青年说(第57期)

品质和文化缺一不可 90后这样定义汽车新国潮

程鸿鹤

近日发布的《新青年新消费观察研究报告》显示，新青年爱买但并不败家，注重品质也追求性价比。在购物和社交中追求新国潮，成为新青年群体的消费特征和市场趋势。

对于汽车产业来说，当前，新一代技术革命正塑造着汽车产业新格局，新一代消费者正崇尚新国潮体验，这一切都为自主品牌带来了发展新机遇。90后如何定义新国潮？在他们看来，汽车品牌应怎样开启新国潮玩法？

让国内市场成为汽车文化的高地

中央美术学院美术专业 贺伊飞

90后对新国潮汽车的期待，可并不只是一个满足日常代步需求的工具。汽车是机械美学的集中表现，它很难简单地被划分到某一领域，却有着其独有的文化特征和历史传承。无论古今中外，每一代消费者购车、买车，也是

那一代人表达自己态度的一种方式。

曾经，中国自主品牌在大多数人眼中一度是廉价的代名词。但随着我国汽车工业的进步，自主品牌也开始展露头角。除了在产品力上的提升，它们在汽车文化上也对当前购车主力群体起到了良好的引导作用。

例如，这两年领克蝉联了WTCR冠军，让所有人有了一次重新审视赛车文化，审视自主品牌的契机。赛车文化以这样的方式重新走入人们的视野，既能告诉大家赛车真正的归属地应该是在赛道，不是在马路上炸街；同时也带动了相关产业的进步。

我发现，越来越多的地方有了赛道开放日，越来越多的人开始以正规渠道享受改装车的乐趣。我希望自主品牌能够越发展越好，走自己认定的发展道路，而不要被一时的舆论所绑架。

新国潮 是新时代多元文化的印记

英国南威尔士大学金融学专业 刘一鸣

在物质基础充足的条件下，中国消费者显然有了更多精神上的需求。标榜个性的年轻人常常拥有更多元的文化印记，诸如说唱、二次元这类原本比较小众的圈子正在逐步走进大众的视野。

在年轻人眼中，新国潮是新时代多元的文化印记。而在购买汽车时，中国年轻消费者正摆脱唯品牌论。在我看来，符合新国潮的产品应该更具科技感。例如，语音识别功能、智能倒车辅助系统等技术都应该更多地被应用在新车型上。

同时，新国潮的营造应该不止于产品。例如，汽车销售早已不是简单的一锤子买卖。

汽车企业可以多向互联网企业学习，更好地经营用户。例如，现在许多车企都会在线上、线下与年轻人举办交流活动，这样才能让年轻消费者对汽车品牌产生更强的归属感。

青年愿意为优质国潮产品埋单

锦州医科大学药学专业 才博

越来越多带有中国属性的品牌进入了大家的视野。对于新时代的青年人来说，并不一定外国的月亮才是圆的，在汽车领域，许多自主品牌正在被认可。

例如，越来越多的自主品牌汽车成功登上了国际展会，并被海外市场所接受。这些新国潮正代表着中国汽车制造的新标准，成为中国在世界上的有一张新名片。

对于有着强烈民族归属感、民族自豪感的年轻消费者来说，无不希望看到自主品牌发展得更好、更快。大家都愿意为佼佼者提供优质产品埋单。

金九银十 交出满意答卷

国内汽车市场回暖仍需 稳 字当头

中汽协)公布10月国内汽车市场产销数据，汽车市场“金九银十”的表现情况也尘埃落定。数据显示，今年10月，汽车产销分别完成255.2万辆和257.3万辆，环比分别增长0.9%和0.1%，同比分别增长11.0%和12.5%。

汽车产销已连续7个月呈现增长，其中销量已连续六个月增速保持在10%以上。陈士华透露，今年1-10月，汽车产销分别完成1951.9万辆和1969.9万辆，同比分别下降4.6%和4.7%，降幅较1-9月分别继续收窄2.1%和2.2%。

在陈士华看来，10月，扩大内需战

略以及各项促进消费政策持续发力，国内统筹推进疫情防控和经济社会发展工作成效明显，多重因素共同导致了国内汽车市场的持续回升。

市场需求继续恢复，产业循环持续改善，企业利润稳步回升，就业形势总体稳定，消费市场持续稳定复苏，叠加国庆和中秋双节效应，汽车市场需求不减，产销形势总体向好，同比继续保持增长势头。陈士华表示。

从细分市场来看，乘用车继续保持增长，对整体汽车市场的增长贡献高于商用车。商用车在货车、客车的拉动下，依然

呈现大幅增长，销量第7次刷新当月的历史纪录，其中重、轻、微型货车销量也均创下当月的历史新高。

同时，新能源汽车表现突出，本月销量呈现大幅度增长，实现本年度第4次刷新当月历史纪录，累计销量降幅明显收窄。具体来看，10月，新能源汽车产销分别完成16.7万辆和16万辆，同比分别增长69.7%和104.5%。

从细分能源类型来看，纯电动汽车产销分别完成14.1万辆和13.3万辆，同比分别增长72.4%和115.4%；插电式混合动力汽车产销分别完成2.6万辆和2.7万辆，同

比分别增长56.7%和63.7%；燃料电池汽车产销分别完成77辆和79辆，同比分别增长1.3%和4.0%。陈士华表示。

中汽协副总工程师许海东分析，自去年新能源汽车补贴调整后，车企企业正积极求变，并提出了不同的发展策略。

一个是努力往高端走，为消费者提供更好的服务，降低承受电池成本的压力；另一个是发展低端车型，不依赖补贴往农村市场走，借助现有的新能源下乡活动，二者共同推动中国新能源汽车快速发展。许海东表示。

另一个令人欣喜的信号是，中国品牌乘用车市场份额重回40%以上。10月，中国品牌乘用车的销量为86.9万辆，同比增长12.4%，市场份额达到41.2%，占有率比上月提升3.5%，比上年同期提升1.1%。

在综合利好的政策支持下，中国汽车市场恢复得非常好，目前国内汽车产销降幅已经低于5%，我们相信全年也会低于5%。许海东表示。

(本版照片均为资料图片)

中国青年报 中青网记者 程鸿鹤