



出行周刊

二周年特刊A

着眼大棋局 中国汽车业落子更精准

中青报 中青网记者 许亚杰

2021年,中国经济在风险挑战中破浪前行,而中国汽车市场交出了一张令人瞩目的发展答卷。

近日,中国汽车工业协会公布的数据显示,2021年,我国汽车产销分别完成2608.2万辆和2627.5万辆,同比分别增长3.4%和3.8%,结束了连续3年的下降趋势,为我国工业经济持续恢复发展、稳定宏观经济增长贡献了重要力量。

面对芯片短缺、原材料价格持续高位等不利影响因素,汽车行业迎难而上,主动作为,全年汽车产销呈现稳中有增的发展态势,展现出强大的发展韧性和发展动力。中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋强调,特别是新能源汽车成为最大亮点,已经从政策驱动转向市场拉动新发展阶段,呈现出市场规模、发展质量双提升的良好发展局面,为十四五汽车产业高质量发展打下了坚实的基础。

在十四五开局之年,作为追求碳达峰、碳中和目标和构建高质量发展格局的集中代表,汽车业再度成为变革的急先锋。一个越来越被认同的共识是,要成为制造业强国,就要成为汽车强国。

新能源车产销量连创新高,中国汽车领跑全球的底气更足了

正如付炳锋所说,新能源汽车在2021年全年保持了产销两旺的发展局面。从2021年3月开始,新能源汽车月销量超过20万辆,8月超过30万辆,11月超过40万辆,12月则超过了53万辆,表现出持续增长势头。

2021年,新能源汽车产销分别累计完成354.5万辆和352.1万辆,连续7年位居全球第一。据统计,新能源汽车产销量同比增长1.6倍,市场占有率达到13.4%,高



上图 2021年,我国汽车产销分别完成2608.2万辆和2627.5万辆,同比分别增长3.4%和3.8%,结束了连续3年的下降趋势,为我国工业经济持续恢复发展、稳定宏观经济增长贡献了重要力量。视觉中国供图

右中 中国汽车工业协会轮值会长朱华荣认为,中国品牌要抓住未来3-5年发展的机遇期,加速在新的赛道上突破创新,通过产品和服务的价值助力品牌向上。我相信,未来10年将会诞生世界级的中国品牌。

右下 中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋表示,2021年面对芯片短缺、原材料价格持续高位等不利影响因素,汽车行业迎难而上,主动作为,全年汽车产销呈现稳中有增的发展态势,展现出强大的发展韧性和发展动力。

于上年8个百分点

其中,纯电动汽车产销分别完成294.2万辆和291.6万辆,同比分别增长1.7倍和1.6倍;插电式混合动力汽车产销分别完成60.1万辆和60.3万辆,同比分别增长1.3倍和1.4倍;燃料电池汽车产销完成0.2万辆,同比呈现增长。

新能源汽车是全球汽车产业绿色发展、低碳转型的重要方向,也是我国汽车产业高质量发展的战略选择。工业和信息化部装备工业一司副司长郭守刚分析说,2021年新能源汽车市场呈现市场规模、发展质量双提升的良好势头,产业发展可以概括为三个快速:一是产销规模快速增长,二是质量品牌快速提高,三是产品出口快速增长,全年实现新能源汽车出口31万辆,同比增长3倍多,超过了历史累计出口总和。

值得注意的是,2021年中国新能源汽车市场不仅创造了自2016年以来的最快增速,私人消费占比更是接近80%。这意味着,其可持续发展能力进一步提升。

事实上,作为全球汽车工业百年未有之大变局的重要一环,中国新能源汽车市场始终吸引着包括造车新势力、自主品牌以及合资品牌、外资企业在内的所有玩家的注意。有分析认为,新能源汽车私人消费占比大幅提升,正是得益于市场充分竞争倒逼相关企业不断提升其技术水平。

以纯电动乘用车为例,有数据显示,2016年纯电动车平均续航里程仅为253公里,2021年则达到了400公里以上。同时,多份市场调研报告显示,消费者对新能源汽车的质量满意度大致与燃油汽车持平。



与此同时,随着新能源汽车产销量连创新高,充电桩、换电站等配套设施加速布局,产业发展环境进一步优化。记者从工信部了解到,截至2021年年底,累计建成充电桩7.5万座,充电桩261.7万个,换电站1298个,在全国31个省市区设立动力电池回收服务网点超过1万个。

总体来看,我国新能源汽车已进入加速发展新阶段,对全球汽车产业电动化转型的引领作用进一步增强。郭守刚提醒说,同时也要注意,汽车产业发展正面临碳达峰、碳中和目标的新要求,而国际竞争压力增大、产业链供应链安全风险等新形势和新问题也亟待各方的共同努力。

耐人寻味的是,在电动化之风劲吹的2021年,汽车圈悄悄出现了许多新面孔。从反复重申“不造车”却抢尽风头的华为,

再到最新入局的大疆、小米,电动化+智能化的组合拳,似乎让汽车这条赛道比以往任何时候都热闹。

就像智能手机的普及打开了移动互联网经济大门,智能电动车也将为传统工业经济与数字经济的融合带来更大的想象空间。中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林告诉记者,由于汽车产业关联性强,新能源、人工智能、5G等新兴科技进入汽车产业后,将得到更大的应用空间和更深的服务渗透度。

2022年,中国汽车市场将继续保持增长。付炳锋表示,综合主要整车企业的预判、数学模型分析和各相关机构的研究成果,中汽协预测,2022年我国汽车总销量预计达到2750万辆,同比增长5%左右。其中,乘用车为2300万辆,同比增长7%;商用车为450万辆,同比下降6%;而新能源汽车将达到500万辆,同比增长42%,市场占有率有望超过18%。

此外,根据国际数据公司(IDC)的预测,2035年全球智能驾驶汽车产业规模将突破1.2万亿美元,而中国智能驾驶汽车规模将超过2000亿美元。

向产业转型借东风,中国品牌闯出向上新路子

得益于新能源汽车产销两旺的强劲势头,中国品牌业迎来了乘风破浪、扬帆出海的历史性机遇。

中汽协的统计数据显示,2021年中国品牌乘用车销售954.3万辆,同比增长23.1%,市场份额达44.4%,同比提升6个百分点。其中,中国品牌新能源乘用车销售247.6万辆,同比增长1.7倍,占新能源乘用车销售总量的74.3%。

出口方面,按照整车企业出口统计口径,2021年我国汽车出口201.5万辆,同比增长1倍,占汽车销售总量的比重为7.7%,比上年提升3.7个百分点。其中,新能源汽车表现突出,2021年共出口31万辆,同

增长3倍。

我国汽车出口首次超过200万辆,实现了多年来一直徘徊在100万辆左右的突破。付炳锋介绍说,不仅中国汽车产销量已经连续13年位居全球第一,更在电动化、网联化、智能化方面取得巨大的进步。我国作为汽车大国的地位进一步巩固,正向汽车强国迈进。

对此,中国汽车工业协会轮值会长、长安汽车董事长朱华荣深有感触。

在他看来,中国主流汽车品牌已经取得长足进步,一是技术能力已经全面构建,从整车、车身、底盘、发动机到变速器核心部件已完全具备自主研发能力;二是产品创新持续不断,中国品牌已经形成了造型美、颜值高、技术配置高、新技术应用多等品牌特征,满足了中国消费者升级的需求;三是中国品牌汽车的质量达到甚至已经超过了一些国际品牌,主流品牌的千车故障率已经超过国际品牌的平均水平。

有业内专家告诉记者,与外资品牌相比,中国车企在新能源领域尤其是纯电动车上发力较早,在产品研发、质量验证以及动力电池等产业链布局上都有较为明显的优势。

尤其是随着新能源汽车技术的进步,续航里程的提升等,消费者对于新能源汽车产品的接受程度越来越高,新能源车市已进入了真正的市场化阶段。而在终端消费日渐活跃的同时,越来越多的自主品牌凭借新能源汽车闯出了一条销量上升、品牌向上的新路子。

中国品牌要抓住未来3-5年发展的机遇期,加速在新的赛道上突破创新,通过产品和服务的价值助力品牌向上,促进汽车产业的良性竞争发展。我相信,未来10年将会诞生世界级的中国品牌。朱华荣自信地表示,中国汽车品牌效率高、服务好,在许多方面优势明显。

(下转T4版)

特刊编辑 许亚杰



汽车消费投诉与新闻线索提供,请关注青豹到公众号,给我们留言。消费维权邮箱:autocyd@126.com



蔚来ET7 智能电动旗舰轿车

现已开放订购 欢迎到店体验

*更多详情请致电400-999-6699

NIO eT7
READY FOR TOMORROW



扫码了解更多