



地方两会热议汽车业高质量发展关键点 各地如何落子出行新棋局

中青报 中青网记者 许亚杰

每一年汽车市场的年终成绩单印证了中国经济的韧性和活力,而在每年年初地方两会提到的关键词中,人们总能发现更多中国工业乃至中国经济“稳”的基础和“进”的因素,同时畅想2022年的高质量发展格局。

随着国内多个省(区、市)的两会陆续落下帷幕,推动新能源汽车消费、完善充电桩等基础设施、加强智能网联汽车创新发展以及强化汽车芯片牵引工程等工作被提上日程。记者梳理了多个地方的2022年《政府工作报告》发现,与汽车相关的话题仍然是出镜率较高的焦点。

争当新能源车市“火车头”

2021年,新能源汽车成为中国车市上一抹不容忽视的亮色。中国汽车工业协会的统计数据显示,2021年国内新能源汽车销量达352.1万辆,同比增长157.5%。

虽然2022年新能源汽车补贴标准进一步退坡,但推广新能源汽车消费、做大做强新能源汽车产业,仍然是不少地方两会政府工作报告的重点内容。

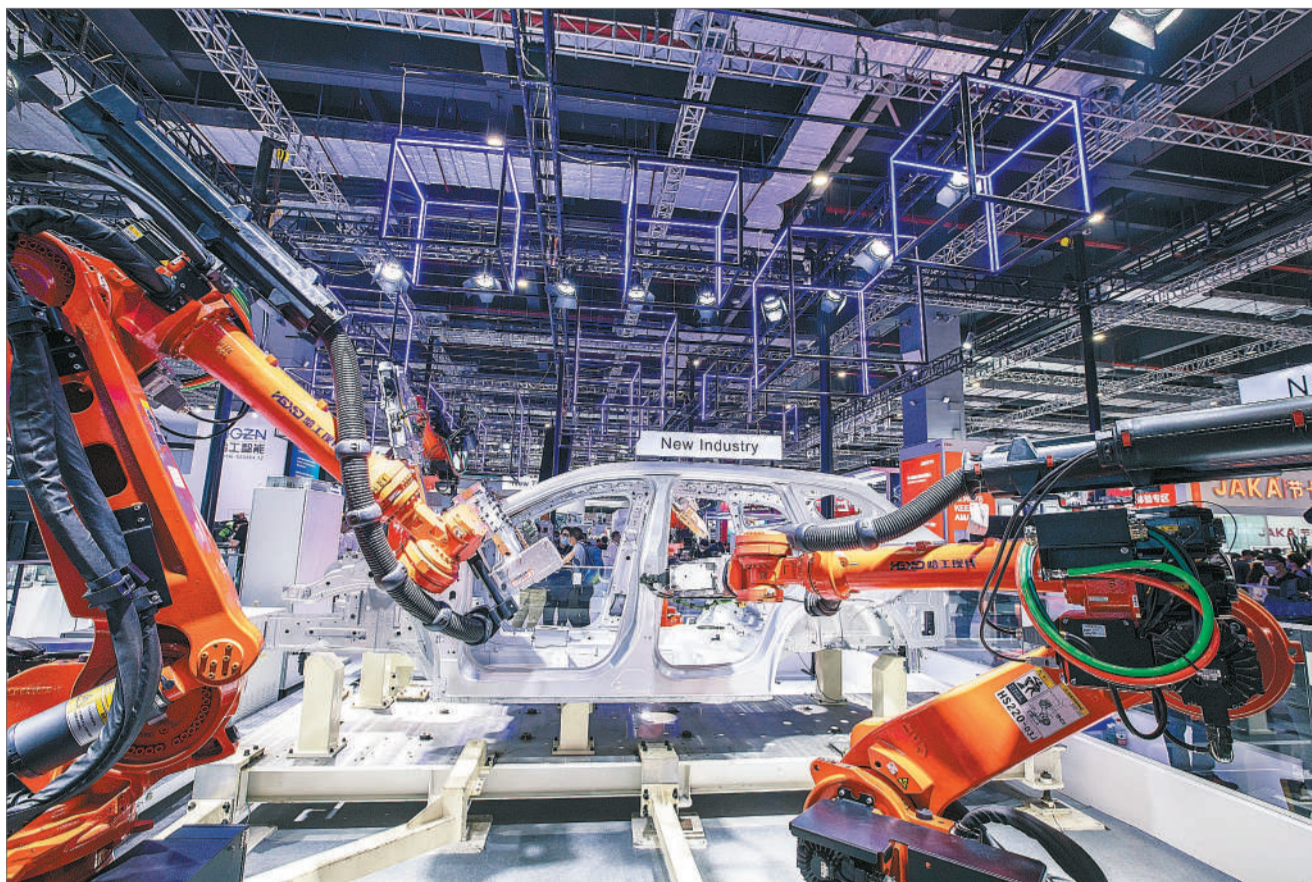
上海市2022年《政府工作报告》指出,2021年上海市推广应用新能源汽车25.4万辆,占全市新车销售的43%,累计达到67.7万辆,新增两万个电动汽车公共充电桩、16个共享充电桩示范小区。

当前,汽车正从单纯的交通工具向移动智能终端单元和数字空间转变,新能源汽车是汽车产业发展的重要方向。上海市市长龚正表示,上海对此高度重视,正在加快打造具有全球影响力的新能源汽车发展高地。

据了解,作为目前全国新能源汽车保有量最多的城市,上海市从供给、需求两端发力,推出了一批新能源汽车支持措施,包括新能源汽车2021-2025年计划、燃料电池汽车发展政策、鼓励购买使用办法等,近期还将出台实施意见,推动充换电基础设施建设。

按照规划,到十四五末期,上海市新能源汽车年产量将超过120万辆,产值突破3500亿元,建成满足125万辆以上电动汽车充电需求的充电网络。

吉林省2022年《政府工作报告》同样释放了大力发展新能源汽车的信号。据了



随着国内多个省(区、市)的两会陆续落下帷幕,推动新能源汽车消费、完善充电桩等基础设施、加强智能网联汽车创新发展以及强化汽车芯片牵引工程等工作被提上日程。图为2020年中国工业博览会上展示的智能工业机器人。

解,2022年吉林省将大力发展新能源汽车产业,全面开工建设一汽奥迪新能源汽车项目,配套布局新能源电池等核心部件研发生产,并推进国家级新能源汽车检验检测中心建设,带动新能源汽车规模化发展、智能网联汽车市场化应用,助力打造万亿级长春国际汽车城。

广东省在《政府工作报告》中强调,要继续扩大汽车消费,增加停车场、充电桩、换电站等配套设施。

除了明确新能源汽车的发展目标外,全国多个地方的代表、委员也针对与新能源汽车密切相关的基础设施建设建言献策。

广州市人大代表、广汽集团总经理冯兴亚建议,针对市场和消费者需求,建议继续延续地方新能源汽车综合型补贴政策,对符合条件的车型精准设置补贴标准。同时可参考国家层面出台多年补贴政策的做

法,将补贴政策延续至2025年,增强消费者和车企的可预期性,维护汽车消费市场的稳定和持续发展。

同时,冯兴亚建议,结合市场实际需求,增加广州节能车指标,从而满足市场发展的客观需要,释放政策引导信号,鼓励消费者选择节能减排产品。

在2022年北京市《政府工作报告》重点任务清单中,推动小米汽车制造工厂开工建设,支持北京奔驰投放新能源产品,完成理想汽车制造基地工厂改扩建,支持北汽集团等传统车企转型升级等项目均榜上有名。

此前发布的《中国(北京)自由贸易试验区高端产业片区亦庄组团首批产业政策》提出,为了实现“打造新能源及高端汽车产业高质量发展承载地”的目标,亦庄鼓励国内外新能源智能汽车整车厂商落户开发,并针对不同的条件设定了真金白银的

支持政策。

瞄准汽车智能化下半场

在各省(区、市)公布的2022年《政府工作报告》中,智能网联汽车也是高频出现的关键词。

继2021年11月正式开放国内首个自动驾驶出行服务商业化试点后,北京市加快建设了车路云网图深度融合的软硬件体系,高级别自动驾驶示范区实现了迭代升级。北京市提出,2022年开展高级别自动驾驶示范区3.0建设。

电动化是汽车产业转型的上半场,而智能网联汽车则是产业变革的下半场。有业内人士告诉记者,随着中国新能源汽车市场私人消费占比水涨船高,智能网联汽车产业的发展前景值得看好。

强。在他看来,芯片既是智能网联汽车硬件架构中各关键节点的核心组成部件,又承担着打通软件和硬件的关键任务,是智能网联汽车产品升级的关键支撑。但目前汽车芯片依赖于国外供应商,已成为汽车行业的“卡脖子”技术难关,因此要抓住机遇,合肥和芜湖分工协作,大力引入芯片产业链与制作技术,尽快实现芯片国产化。

强芯补链 各显神通

或许是对2021年席卷全球的“汽车芯片荒”心有余悸,2022年伊始,从整车企业到供应链企业,从政府主管部门到行业协会,均对“强芯补链”倾注了大量心血,试图在新的一年里尽量避免再次陷入汽车芯片短缺的泥沼。

记者了解到,在吉林省、广东省、上海市等多个汽车制造大省的2022年《政府工作报告》中,无不强调了“强芯补链”的决心。

2022年吉林省《政府工作报告》提出,全力打好“芯片攻坚战”,专班支持一汽解决“缺芯”难题,千方百计拓宽芯片采购供应渠道,力争2022年实现销量410万辆、营业收入7700亿元。

广东省在2021年就将破解汽车、手机、家电等领域芯片短缺难题作为政府工作重点,并致力于推动核心零部件本地化生产,保障产业链供应链安全。

广东省工信厅党组成员、副厅长吴红表示,芯片是广东省产业最薄弱、最容易被“卡脖子”环节,是亟待攻关的重点领域,也是广东大干快上的战略性新兴产业集群之一。

据了解,目前广东已成功引进广东省第一条车规级碳化硅芯片制造产线、两条12英寸特色工艺芯片生产线等多个重大项目,广东韶光、东莞安世半导体、河源众拓光电等一批项目动工,推动广州粤芯二期项目顺利开工投产。同时,广东省也加大了对广汽集团、东风日产等重点企业芯片协调保供力度,有力缓解“芯片荒”。

中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋预测称,2022年我国汽车总销量预计将达到2750万辆,同比增长5%左右,继续保持增长。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%;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%。

我国宏观经济长期向好的基本面不会改变,同时汽车市场潜力巨大、疫情防控措施常态化,以及新能源汽车市场需求旺盛,这些都将进一步推动汽车销量稳定增长。2025年我国新能源汽车占比20%的规划目标很可能会提前实现。正如付炳锋分析的那样,随芯片短缺逐渐缓解,汽车供给能力将进一步得到释放。

考虑到汽车产业链之长、上下游关联度之高,对就业和消费的拉动作用之大,各地如何因地制宜地找准发力点、优化营商环境,不仅将决定汽车产业的前景,也将影响2022年中国经济高质量发展的新棋局。

电动化、数字化转型步履疾 奥迪与时代携手同行



奥迪中国总裁温泽岳

从率先在华进行本土化生产,到专为中国市场进行加长,从引入全球统一的销售服务体系,到成为一家携手两家本土合作伙伴的高端汽车品牌,创新一直是奥迪的代名词。

进入中国汽车市场30余年来,奥迪已经为700多万中国家庭带来了高品质汽车生活和服务体验,并持续践行“在中国,为中国”。无论是本土化制造还是本土化研发,奥迪都在用实际行动落实对中国的不懈承诺。

电动化、网联化、智能化、共享化,如今,新一轮科技革命风起云涌的当下,汽车“新四化”蔚然成风,成为汽车产业转型升级的突破口。奥迪这位“豪华车市场拓荒者”也正迈开变革的步伐,开启在华发展的全新篇章。

奥迪中国总裁温泽岳表示:“通过强化产品对客户需求的满足、为中国客户量身打造的科技功能和更具吸引力的体验,我们希望加强奥迪品牌在中国市场的影响力。我们将持续加大对中国市场的投入,并让奥迪品牌重回中国高端汽车市场第一的位置。”

电动化转型换挡加速

绿色一直是汽车产业发展的时代底色。在节能减排成为全社会发展大趋势的今天,车企向电驱赛道切换势在必行。中国汽车工业协会发布的统计数据显示,2021年,国内新能源汽车产销分别达到354.5万辆和352.1万辆,同比增长均为1.6倍。此外,新能源汽车市场占有率提升至13.4%,进一步说明新能源汽车市场已从政策驱动转向市场拉动。

放眼电动化未来,奥迪已经率先鸣枪开跑。2021年年中,奥迪发布了Vorsprung 2030全球战略,制定了电

动化转型的明确规划:2026年开始,奥迪面向全球市场推出的新车型将全面切换为纯电动产品,并在2033年之前,逐步淘汰最后一批内燃机的生产。

在电动化转型中,中国市场将发挥至关重要的作用。按计划,奥迪将在中国市场采取“双轨并行”的路线,以电动车为主,继续扩大在中国的新能源车型阵容。

到2022年,奥迪将布局包括Q4 e-tron、Q5 e-tron、e-tron GT在内的近10款电动化车型,其中5款车型国产,为奥迪电动化转型增添重要砝码。作为奥迪sphere系列概念车的最后一款,奥迪urbansphere概念车将于2022年北京

车展全球首发。从2023年起,奥迪将在全球亮相首批PPE车型,并在中、全尺寸车型细分市场继续推进电动产品攻势。2024年,奥迪将携手中国一汽开始投产首款基于PPE(高端电动化平台)平台的电动化车型。

在全球范围内,奥迪也正在加速向智能网联及可持续出行提供者的转型。在未来5年内,对新能源车项目的预投资将达370亿欧元,其中180亿用于电动及混动领域。至2024年,奥迪及大众汽车集团(中国)计划与本土合作伙伴在中国电动出行领域投入约150亿欧元。

持续领跑电动化市场,离不开技术创新以及对消费者需求的深刻洞察。在本土化研发方面,奥迪中国研发中心是除德国以外,唯一实现端到端开发的研发中心,拥有从车辆的设计到整车完成的全线研发能力,并与大众汽车集团实现强大的技术协同。同时,奥迪中国研发中心有超过90%的研发员工都是本土人才,以全面推动适用于本土国情的研发工作。同时,奥迪持续聆听中国客户的需求,每年通过“奥迪极客社”和上千名中国用户进行沟通,搜集中国用户的需求和反馈。

数字化助力营销模式全面升级

在电动化成为行业新常态的同时,数字化与智能化也伴随电动化趋势高速发展。特别是在中国汽车市场,年轻消费者成为主力军,他们对于新产品、新技术

的接受程度更高。同时,拥有一辆汽车、选择一个汽车品牌不仅仅是对个人出行选择、对汽车文化的体现,更是年轻人生活方式的个性表达。

除了电动化,数字化也是奥迪在中国市场再创“黄金十年”的重要驱动力之一。在全球汽车产业正在由传统工业时代向数字化时代转型的大背景下,奥迪的数字化转型以“客户为中心”,通过产品到服务的全方位数字化升级,致力于成为数字化转型的行业先行者。

奥迪在华两大合作伙伴,一汽-大众奥迪和上汽奥迪都在用实际行动推动奥迪数字化转型,并持续引领中国汽车行业发展。

作为奥迪在华的长期合作伙伴,一汽-大众奥迪构建了由产品到服务的新模式“数字生态”,全方位提升消费者的用车体验。一汽-大众奥迪打造奥迪商业生态数字化平台,重塑产品建设流程,构建全新运营体系。在用户管理上,还将通过行业最先进的用户数字化管理平台奥迪云听系统,实现客户投诉1日内100%解决。一汽-大众奥迪还将升级全新数字化展厅,到2023年,奥迪将实现近600家经销商展厅的活力化升级,利用更具创意的多媒体技术展现产品特色。

作为奥迪在华的全新业务板块,上汽奥迪从始之初就采用创新的商业模式,新零售战略打破线上线下壁垒。上汽奥迪的三种线下实体终端:进取汇、奥迪之城、奥迪都市店已经悉数落地亮相。无论是奥迪之城,还是奥迪都市店,都只



奥迪 Q4 e-tron



奥迪 Q5 e-tron-奥迪首款 Roadjet 陆地专车型

承担产品展示、体验等服务功能,而用户购车均需要通过官方APP,线上完成车辆配置选择预订,进行数字化合同的在线签署,确保所有产品实行全国统一的售价。同时,线下渠道的功能除了产品展示体验外,还被赋予了更多用户运营的作用与意义。

比如在奥迪之城中有着裸眼3D全息舱、虚拟驾驶体验等更为炫酷的前沿体验,以及更为侧重粉丝社交、用户休憩的用户沙龙体验馆,让用户运营从线上能够落地到线下,使用户与上汽奥迪之间,用户与用户之间能够建立更为紧密的关系。

除此之外,上汽奥迪上线了App,成立了“上汽奥迪粉丝俱乐部”,在此,用户们不仅能够了解品牌、产品和服务,还能分享各自生活中的有趣话题。上汽奥迪还向消费者提供用户管家全景服务体系,融合了产品咨询、营销互动、试驾预约、售后预约、救援呼叫等众多服务。

同时,在产品端,奥迪坚持开放创新,为用户提供优质第三方创新的多边数字平台。奥迪专为中国客户开发了首个开放式App生态系统,允许第三方开发者为奥迪多媒体交互系统(MMI)创建量身定制的服务和应用程序,并整合其它数字助手

服务,如阿里巴巴的“天猫精灵”等。同时,奥迪还在去年与腾讯合作,使部分奥迪车型可以进行OTA(空中下载)远程升级,为用户提供微信车载版和其它腾讯车载服务应用。

此外,奥迪App是奥迪用户、粉丝的重要数字化触点。奥迪App不仅集合了用户选车、购车、用车、养车的全过程,更是一个集体验、分享、互动于一体的一站式用户社交与服务平台。

面向电动化时代,奥迪App还为用户创造了便捷的充电用车体验。奥迪App接入了25万个公共充电桩,提供从搜索导航到支付充电的全流程功能。在此基础上,奥迪携手合作伙伴开迈斯,为用户提供速度更快、环境更好、地理位置更便利的充电体验,用户可以在奥迪专属App预约使用开迈斯的超级充电桩,支付体验更加优质。

在超过30年的发展历程中,奥迪在中国市场积累了大量宝贵经验,并收获了超过700万用户的拥趸。两大本土合作伙伴和强大的产品阵容,成功书写了豪华品牌的中国故事。而从电动化到数字化,奥迪的转型动作不断落地,定将在汽车行业的转型新业态中持续领跑新潮流。



上汽奥迪进取汇