



电动化+智能化 大招频出 豪华车市场要变天

中青报 中青网记者 许亚杰

2022年春天的脚步声尚在耳畔回响，豪华车市场却是几家欢喜几家愁。3月初，讴歌在北京市场的唯一一家4S店——广汽Acura北京金港店停止销售，讴歌即将退出中国市场的传言不胫而走。3月底，随着各公司财报的发布，豪华车市场格局和演变趋势愈发清晰。

目前中国汽车市场上品牌繁多，竞争十分激烈。尤其需要注意的是，随着汽车电动化、智能化进程加速，那些原本还马马虎虎的豪华车品牌，市场地位可能被率先动摇。浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林认为，在汽车技术变革大潮的冲击下，消费者对汽车产品功能有了更多需求，对豪华车的认知也可能出现巨大变化，豪华车品牌必须对此做好准备。

豪华车品牌过去的营销习惯和品牌积淀可能需要进行调整，甚至归零，因为消费者对汽车的核心诉求已经改变。盘和林提醒说。

瞄准核心技术高地，蔚来今年研发投入增长超一倍

2021年增长速度超过市场预期的纯电动汽车，无疑是中国豪华车市场的最大引擎和最大变量。

中国汽车工业协会公布的数据显示，2021年，新能源汽车产销分别累计完成354.5万台和352.1万台，新能源汽车产销量同比均增长1.6倍，市场占有率达到13.4%，高于上年8个百分点。同时，新能源汽车私人消费占比更是接近80%。

对蔚来和全球汽车产业而言，2021年是充满挑战的一年。我们克服了疫情、芯片短缺、供应链波动等方面的压力，全年交付新车91429台，同比增长109.1%，继续领跑中国高端智能电动汽车市场。近日，在蔚来2021年Q4财报电话会议上，一向快人快语的蔚来创始人、董事长兼CEO李斌表示，2021年是蔚来开始重新积蓄能量的一年，而2022年则是蔚来全面加速的一年。

今年，我们将交付3款全新车型，继续围绕长期竞争力进行研发和基础设施投入，同时建设更多产能，满足快速增长的用户需求，服务更多国家和地区的用户。他介绍说，蔚来ET7目前量产进展



随着智能电动汽车时代的到来，汽车的价值链已由原来聚焦整车制造环节延伸至了“智道+服务”。蔚来表示，2022年将是各项业务全面加速的一年，将交付3款全新车型，同时全年的研发投入要比去年增长超过一倍。视觉中国供图

顺利，中型智能电动轿跑蔚来ET5的订单表现也超过公司预期，我们还将近期发布基于蔚来第二代技术平台NT2的首款SUV车型ES7，它定位为中大型高端五座SUV市场，计划于今年三季度开启交付。

值得注意的是，2021年，蔚来积极投入充换电基础设施建设和销售服务网络部署。在国内146座城市，蔚来共有60家蔚来服务中心和179家授权服务中心。在充换电网络方面，蔚来已建成866座换电站，覆盖中国190座城市，完成了超过760万次换电。此外，蔚来已在全国累计部署超过711座超充站和3786根目的地充电桩。

新能源汽车的高档感、豪华感可能与传统燃油车截然不同。资深汽车媒体人、汽车行业分析人士杨小林直言，与原来豪华车聚焦驾驶性能、手工定制内饰等单一产品特点不同，以蔚来为代表的造车新势力让豪华感贯穿了整个用车流程。

在他看来，从体验新车的智能化功能，到举办品牌日主题活动，再到方便、快捷的充换电服务，主打高端电动车的豪华车品牌往往更注重与用户的连接和交流，这让用户与豪华车品牌的互动更多了。

事实上，随着智能电动汽车时代的到来，汽车的价值链已由原来聚焦整车制造环节延伸至了“智道+服务”，杨小林表示，高端新能源车品牌以用户企业，是

一个符合产业发展潮流的好现象。

事实上，随着智能电动汽车时代的到来，汽车的价值链已由原来聚焦整车制造环节延伸至了“智道+服务”，杨小林表示，高端新能源车品牌往往以用户企业自居，显得品牌体验感更强、更亲民，这是一个符合产业发展潮流的好现象，豪华车市场的新老玩家们可以互相借鉴，但也不能完全雷同。

在销售和服务网络快速扩张的同时，我们不断优化网络布局、提升单点运营效率，始终保持了高品质的用户服务水准。李斌透露称，2022年，蔚来计划新增不少于100个销售网点，新增超过50家蔚来服务中心和授权服务中心。同时，蔚来将在2022年新增部署30条Power Up Plan目的地加电路线，在国内累计建成超过1300座换电站、6000根超充桩、1万根目的地充电桩。

去年以来，汽车芯片短缺、动力电池原材料涨价等供应链波动，让正在艰难复苏中的全球汽车产业面临更多新考验。对于看重产品质量和新车盈利水平的豪华车品牌来说，保供尤其重要。

李斌表示，在供应链端，蔚来面临芯片供应波动、原材料成本攀升、疫情、国际局势等多重因素带来的挑战。在过去两年多的时间里，我们的团队和合作伙伴在保供上积累了丰富的经验，我们将继续密切切



统计数据显示，2021年保时捷全球新车交付量首次突破30万台，同比增长11%。其中，中国连续第7年成为保时捷全球最大单一市场。保时捷全球执行董事会主席奥博穆表示，中国豪华车市场未来仍拥有巨大的发展空间，同时也是保时捷推动电动化、数字化转型的主战场。

合全面保障接下来的生产和交付工作。

据介绍，江淮蔚来先进制造基地的产线升级在阶段式的推进中，预计全产线的生产能力将于今年年中前后提升到60JPH。同时，位于合肥新桥智能电动汽车产业园区的第二生产基地的厂房建设和设备安装已基本完成，调试工作进展顺利，其规划年产能达60JPH。

数据显示，蔚来2021年四季度营收99.0亿元，同比增长49.1%，全年营收361.4亿元，同比增长122.3%；全年整车销售毛利率为20.1%，non-GAAP研发投入41.8亿元，同比增长71.7%，净亏损40.2亿元，同比收窄24.3%；现金储备55.4亿元；2022年一季度交付指引为2.5万-2.6万台，同比增长24.6%至29.6%。

研发投入对豪华车市场的长远竞争力至关重要。今年全年的研发投入要比去年增长超过一倍。李斌告诉记者，2021年，蔚来加大了研发投入的力度，而今年市场就能看到这些研发投入的部分成果。

根据乘联会的统计，2021年纯电动汽车的零售渗透率从1月的5.9%增长至12月的18.6%。在一、二线城市，纯电动汽车的渗透率上升更为明显。其中，在上海市场售价35万元以上的SUV中，蔚来的市场份额达到惊人的23%，整体销量超过了所有同级别的燃油或电动车型。

我们认为，中国豪华车市场未来仍

四线城市。李斌信心满满地表示，未来几年，蔚来将持续加大关键技术的研发投入，特别是全栈自动驾驶技术、动力电池相关的核心技术。我们相信，对核心技术的研发投入，不仅能够增强我们技术和产品的持续竞争力，长期来看也能提升毛利水平和盈利能力，从而创造长期价值。

保时捷中国的数字化是一个非常重 要的话题。我们注意到，中国的保时捷车主平均年龄比美国和欧洲的车主年轻15岁-20岁，同时女性车主的比例更高。所以，他们对车辆的数字化、智慧互联需求在全球市场中都是最高的。保时捷全球执行董事会副主席兼成员、负责财务与信息技术的麦思格告诉记者，中国是保时捷最重要的战略市场之一，不仅因为亮眼的销售数据，还有中国豪华车市场在数字化创新领域的卓越表现和广阔空间。

他表示，通过在中国成立独立的数字化公司，保时捷希望能继续走近中国消费者，更了解他们的需求，特别是在数字化和智慧互联方面的需求。

在数字化和智能化领域，保时捷有很多传统的解决方案，但并不适用中国这个特殊的市场。麦思格甚至直言，中国客户对保时捷数字产品和服务的满意度，是评价业务成功与否的重要标准。

正如奥博穆所说，中国市场在新技术和数字化领域的创新精神，也让保时捷乃至全球汽车行业倍受鼓舞。许多新兴技术最初都来自于中国，之后被逐渐应用到全球其他市场中。因此，中国将会成为保时捷重要的创新实验基地。

中国是全球规模最大的汽车市场，新能源汽车产销也已连续7年位居全球第一。同时，豪华车市场近年来一直扮演着中国车市火车头的重要角色。因此，在进入电动化时代的过程中，豪华车市场竞争的激烈程度势必加剧。那些本就行走在市场边缘的豪华车品牌，或许会等来竞争对手更凶猛的撕咬。

奥博穆认为，考虑到那些本就行走在市场边缘的豪华车品牌存在着不少共性问题，汽车的待清退名单还有继续扩大的可能，而这将为高端智能电动汽车进一步腾出市场空间。

壳牌牵手比亚迪

电动车补能领域有了接力跑

中青报 中青网记者 许亚杰

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，就连曾经被视为电动车革命对象的石油公司，也加入了进来。

3月24日，壳牌与比亚迪签署全球战略合作协议，共同推进能源转型，携手提升比亚迪纯电动汽车（BEV）和插电式混合动力汽车（PHEV）用户的充电体验。双方宣布，将首先在中国和欧洲开启合作，并计划将这一合作关系扩展到全球。

根据协议，壳牌与比亚迪将在欧洲地区建立出行服务提供商（MSP）的合作伙伴关系，壳牌未来将为比亚迪的个人和商业客户提供会员服务，覆盖其充电漫游网络上超过27.5万个充电终端。壳牌和比亚迪还将共同为比亚迪在欧洲的客户开发车队解决方案和专属充电服务。

值得一提的是，壳牌和比亚迪计划成

立合资公司，在中国发展电动汽车充电网络。该合资公司将率先在深圳运营超过1万个电动汽车充电终端，并陆续扩展到中国其他城市。

壳牌集团全球零售与出行业务执行副总裁柯一凡表示：壳牌有雄心在中国进一步拓展零售与出行业务，也志在支持全球的顾客更多驾驶电动汽车，以实现减碳的目标。

在他看来，此次与比亚迪的合作是迈向这两个目标的重要一步。我们期待着与比亚迪携手共创行业领先，快速、便捷、安全和舒适的充电体验。壳牌和比亚迪都在不遗余力地支持这一领域的创新，而这次全球战略合作提供了激动人心的机会，让我们共同推动电动汽车用户的充电体验再上新台阶。

汽车工业正在经历百年未有的大变革，发展新能源汽车是大势所趋。比亚迪董事长兼总裁王传福则直言：壳牌是全球领先的能源公司，拥有遍及全球的业务服务网络，为满足人们不断增长的能源需求作出了卓越贡献。比亚迪愿与壳牌精



作为全球电动汽车产销量遥遥领先的大国，中国需要新建更多电动汽车充电基础设施以满足用户需求。根据协议，壳牌将与比亚迪成立合资公司，率先在深圳运营超过1万个电动汽车充电终端，并陆续扩展到中国其他城市。图为一辆比亚迪电动汽车在壳牌充电站充电。

诚合作，抓住新能源汽车发展的历史机遇，在充电设施、新能源汽车消费等方面为消费者提供优质的服务体验，创造广阔的发展空间。

比亚迪集团董事会秘书、投资处总经理李黔认为，壳牌与比亚迪有着相似的使命，在很多领域都可以优势互补，充电领域是我们合作的一个起点。未来，相信

在我们的强强联合之下，可以发掘更广阔的合作空间。

一方面，作为全球最大的移动出行零售商，壳牌在全球近80个市场拥有超过4.6万个加油站。而壳牌计划到2025年在全球运营超过50万个电动汽车充电终端，其中包括在壳牌加油站和超市等出行目的地运营超过3万个壳牌充电终端。

另一方面，作为新能源汽车领跑者，比亚迪在刀片电池、DM-i超级混动、e平台等技术成果的赋能下，2021年全年新能源汽车销量突破60万台，同比增长了218.3%，实现新能源汽车连续9年国内销量第一。

一边是致力于提供更多、更清洁的能源解决方案的国际能源巨头，一边是亟须完善充电服务网络的新能源汽车大亨，双方的合作并不令人意外。

双方将寻求机会，为全球各地的客户提供综合家庭能源解决方案，比如动态电价调度、光伏集成、家用储能设备和车网互动（V2G）充电等解决方案。壳牌相关负责人告诉记者，双方有意向在欧洲

拥有巨大的发展空间，这也是保时捷及到更多消费群体的绝佳机会。特别是随着电气化的战略推进，我们接触到了更多新客户。保时捷全球执行董事会主席奥博穆坦言，汽车行业正在经历或许是历史上最伟大的转型，保时捷很早就制定了战略方针，并在运营中稳健推进。其中，中国将是保时捷推动电动化、数字化转型的主战场。

据透露，Taycan两款衍生车型Taycan GTS和Taycan Cross Turismo将在2022年北京国际车展亚洲首秀并启动预售。届时，保时捷在中国的新能源车型阵容将拓展至21款。除了不断加强的电气化产品攻势，保时捷中国还试图通过超级充电技术加速建设客户友好的用车生态，不断拓展充电网络。

此前，保时捷宣布计划在2030年实现碳中和。预计到2025年，电动车型的销量将占到保时捷整体销量的一半，包括纯电及插电式混合动力车型。奥博穆透露称，到2030年，保时捷新车型中纯电动车型的比例计划达到80%以上。

保时捷中国的数字化是一个非常重 要的话题。我们注意到，中国的保时捷车主平均年龄比美国和欧洲的车主年轻15岁-20岁，同时女性车主的比例更高。所以，他们对车辆的数字化、智慧互联需求在全球市场中都是最高的。保时捷全球执行董事会副主席兼成员、负责财务与信息技术的麦思格告诉记者，中国是保时捷最重要的战略市场之一，不仅因为亮眼的销售数据，还有中国豪华车市场在数字化创新领域的卓越表现和广阔空间。

他表示，通过在中国成立独立的数字化公司，保时捷希望能继续走近中国消费者，更了解他们的需求，特别是在数字化和智慧互联方面的需求。

在数字化和智能化领域，保时捷有很多传统的解决方案，但并不适用中国这个特殊的市场。麦思格甚至直言，中国客户对保时捷数字产品和服务的满意度，是评价业务成功与否的重要标准。

正如奥博穆所说，中国市场在新技术和数字化领域的创新精神，也让保时捷乃至全球汽车行业倍受鼓舞。许多新兴技术最初都来自于中国，之后被逐渐应用到全球其他市场中。因此，中国将会成为保时捷重要的创新实验基地。

中国是全球规模最大的汽车市场，新能源汽车产销也已连续7年位居全球第一。同时，豪华车市场近年来一直扮演着中国车市火车头的重要角色。因此，在进入电动化时代的过程中，豪华车市场竞争的激烈程度势必加剧。那些本就行走在市场边缘的豪华车品牌，或许会等来竞争对手更凶猛的撕咬。

奥博穆认为，考虑到那些本就行走在市场边缘的豪华车品牌存在着不少共性问题，汽车的待清退名单还有继续扩大的可能，而这将为高端智能电动汽车进一步腾出市场空间。

主要市场共建壳牌-比亚迪电动汽车服务中心，为客户提供更多机会体验比亚迪的高端设计、先进新能源汽车技术，以及双方为提升用户体验而共同开发的流畅的充电和数字服务。

据介绍，壳牌和比亚迪将推荐客户参与壳牌加速迈向净零未来（A2Z）脱碳计划，帮助欧洲各个市场的企业车队实现零排放和净零排放目标。同时，在全球范围内，壳牌将研究如何应用壳牌E-Fluids和冷却液等先进技术和产品，帮助比亚迪进一步节省成本并提升硬件性能。

此外记者了解到，壳牌和比亚迪有意在电池性能和行业领先的充电领域开展全球研发合作。

毫无疑问，作为全球电动汽车产销量遥遥领先的大国，中国需要新建更多电动汽车充电基础设施，以满足用户需求。而在全球加速脱碳进程，中国许下碳中和承诺的背景下，传统能源公司也必须考虑到鸡蛋不要放在同一个篮子里，加速切入新能源赛道，与新能源车企开启接力跑。

此前，中石化、中石油在全国开始布局电动车补能基础设施建设后，壳牌集团也曾在2021年11月底与蔚来签署战略合作协议。

壳牌中国集团主席黄志昌表示：我们十分期待与更多合作伙伴共同构建生态圈，以推动能源转型，并为中国有序实现碳达峰、碳中和目标作出更大贡献。

在胡晓东看来，如果要用一句话来概括汽车后市场企业的新能源战略的话，那就是：不断寻求跟新能源行业玩家长期共同发展的机会，积极主动地建设基础能力，以及创造新的、更合理的业务模式。据介绍，途虎养车已搭建一支超百人的新能源售后专业技师团队，服务范围覆盖全国超过250个城市。此外，途虎养车体系已有近30家门店完成了新能源改造，具备新能源汽车三电维修能力和授权。

十四五规划提出，要推动汽车等消费品由购买管理向使用管理转变，这意味着，所有新能源汽车产业链的参与者，都必须着眼于车辆全生命周期，通过上下游联动，开发新技术，创新新模式，解决包括新能源汽车后市场在内的各领域重大问题。

张永伟强调说，后市场需要解决一系列基础性技术问题，比如电池检测、车价评估，也需要解决大量政策、标准、法规等问题，比如保险如何定价、车辆数据如何共享等，希望能有更多企业与平台一起，共同为行业发展做出应有的贡献。



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

新能源车大卖之下的 预防针：

电动时代后市场服务如何不缺位

中青报 中青网记者 许亚杰

按照汽车业诞生130多年来的规律，当汽车市场进入规模化发展阶段，以维修、保养为主的后市场产业必将迎来快速增长。显然，新能源汽车也不例外。

统计数据显示，我国新能源汽车年销量占比从2016年的1.2%左右一路高涨，到2021年，我国新能源汽车产销量分别累计完成354.5万台和352.1万台，连续7年位居全球第一，市场占有率达到13.4%。随着新能源汽车销量占比和市场保有量逐渐提高，汽车后市场势必改变旧的逻辑，增加新的增长点。

在途虎养车总裁胡晓东看来，尽管传统内燃机和动力总成相关的汽车服务会受到新能源汽车的影响，但作为新能源汽车的核心——动力电池会带来新的汽车服务

的机会。同时，轮胎、刹车系统、悬挂等零配件可能由于新能源汽车的动力特性，而出现更高的替换和维修要求。

他举例说，由于新能源车的车身更重，轮胎磨损会更高，再比如新能源车启停的制动性更强，减震、悬挂的磨损也会增加，这些都会带来更多的汽车服务机会。

有预测称，纯电车型的维保支出大约会比燃油车型低30%左右，但考虑到新能源车与智能汽车产业变革推动了新商业模式，汽车后市场与服务领域也将迎来前所未有的机遇和挑战。

一方面，新能源汽车的产品特点对维修服务模式提出了新要求，同时新能源售后服务网点不足，新能源售后检测和维修的专业技术人员严重不足。

记者了解到，新能源汽车后市场的服务供给可能存在较大缺口。目前新能源厂家自营及授权的总门店数约有3300家，按

国内新能源汽车保有量，即使不考虑品牌间门店不可复用，以及未来销量增长的问题，每个门店仍要服务近2400台新能源车，远远超出目前大多数汽车服务门店的服务能力。

更重要的是，与传统燃油车售后服务不同，新能源车需要对三电等多方技术有新的能力需求。现有的汽车维修技师队伍多为机修专业出身，在学习汽车电气化原理和提升维修能力上存在难度，因此亟须建立新能源技师培训维修体系。

另一方面，目前新能源汽车市场仍然有大量新玩家涌入，同时传统车企也在积极推动电动化转型，而维修的配件体系和门店以各个主机厂的授权及自营门店为主，新能源车后市场的格局仍未定型。

目前新能源车尚未进入维保高发期，因此这个供需矛盾尚不突出。而独立第三方汽车服务平台的早期参与，将有助于行

业现状的改变。胡晓东坦言，对于汽车服务行业来说，新能源车保有量的大幅提升，有危也有机，关键在于相关企业要如何积极应对。

近日，由北京阳光消费大数据研究院、对外经济贸易大学消费者保护法研究中心等单位联合发布的《国内汽车消费维权舆情研究报告（2021）》显示，汽车售后服务一直是消费者投诉的热点问题，各种变相收费、推卸责任、服务态度差、售后服务不及时等问题，给消费者造成了很大困扰。

有分析认为，新能源汽车市场各方需要共同搭建后市场创新平台，形成产业链上下游联动效应，打造新能源与智能汽车后市场与后服务新生态。近日，在第八届中国电动汽车百人会上，新能源与智能汽车后市场联合创新平台正式成立。

据了解，该平台的定位是，为解决新能源与智能汽车后市场与后服务重大问题而

成立的公益性行业平台，由中国电动汽车百人会、中国汽车工程研究院股份有限公司发起，第一批参与单位包括新能源汽车国家大数据联盟、国家新能源汽车技术创新中心、中消汽车后市场专委会、比亚迪汽车、捷豹路虎、威马汽车、宁德时代、中创导航、国轩高科、途虎养车、平安租赁、华友循环、东风畅行、奥动新能源。

中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟表示，随着我国新能源汽车进入规模化发展新阶段，新能源与智能汽车的下一步发展将会更多地依赖于后市场产业的快速发展。

张永伟强调说，后市场需要解决一系列基础性技术问题，比如电池检测、车价评估，也需要解决大量政策、标准、法规等问题，比如保险如何定价、车辆数据如何共享等，希望能有更多企业与平台一起，共同为行业发展做出应有的贡献。