

从精耕细作到矢志创新 一汽-大众种下新梦想

中青报 中青网记者 许亚杰

尽管一度面临着供应链受阻等不利局面,但2022年中国汽车市场仍然交出了一份令人瞩目的成绩单。

中国汽车工业协会近日公布的数据显示,2022年汽车产销量分别完成2702.1万辆和2686.4万辆,同比增长3.4%和2.1%,延续了2021年的增长态势。其中,乘用车在稳增长、促消费等政策拉动下,实现较快增长,为全年增长贡献了重要力量。

作为我国首个按经济规模起步建设的现代化乘用车企业,三年来国内唯一一家产销量超500万辆的乘用车企业,一汽-大众展现了过人的经营品质和经营韧性。2022年,一汽-大众全品牌累计终端销售新车1823577辆(含奥迪进口车)。其中,一汽-大众大众品牌累计销量达到1041077辆,同比增长5.3%,作出了其作为销量支柱应有的贡献。

深耕 数智化 实验田

有分析认为,面对2022年的种种挑战,一汽-大众之所以能迎难而上,快速恢复生产经营,并最终取得良好的市场成绩,除了31年来积累的体系能力和企业文化之外,强劲的产品研发能力、先进的制造工艺和敏锐的市场嗅觉同样发挥了重要作用。

以竞争异常激烈的SUV市场为例,2022年,一汽-大众大众品牌SUV家族销量达252462辆。截至2022年4月,一汽-大众大众品牌SUV家族累计销量成功撞线100万辆,仅用时45个月,成为最快实现SUV产品百万级销量的合资品牌。

事实上,SUV是近10年中国乘用车市场增长的核心品类。各品牌纷纷加大在SUV市场的投入,市场上甚至一度出现了一个月上10款新车,有8款是SUV的盛况。

乘用车市场信息联席会秘书长崔东树认为,近年来,消费升级和消费者对个性化生活的追求,推动了SUV市场的持续增长。同时,都市型SUV与越野型SUV百花齐放,展现出SUV市场消费需求多元化的趋势。

在他看来,一汽-大众SUV家族之所以能后来居上,就在于丰富的产品矩阵覆盖了各主流细分市场。越是市场竞争激烈的时候,企业越要兼顾好产品实力与营销,让消费者从理性和感性上都认可这款产品,这样才能实现销量的快速提升。

从2018年首次提出3年5款SUV的战略目标,到45个月后累计销量突破100万辆,一汽-大众SUV家族不仅用不同价位、不同特点的新车满足了市场多元化需求,还把实施扩大内需战略与深化供给侧结构性改革有机结合起来。

其中,支持新能源汽车消费成为扩大内需战略的重要组成部分。在氢能等新兴领域拓展布局,加快新能源汽车优质项目建设,则是打造现代化产业体系的重点内容。

值得注意的是,为了大力支持雄安新区建设,该报告提出要实现京雄高速全线通车,同时推进燃料电池汽车示范城市群



尽管一度面临着供应链受阻等不利局面,但2022年中国汽车市场仍然实现了正增长。作为我国首个按经济规模起步建设的现代化乘用车企业,三年来国内唯一一家产销量超500万辆的乘用车企业,一汽-大众展现了过人的经营品质和经营韧性。

轿车家族累计销售716386辆。其中,宝来销售212733辆,速腾销售227556辆,迈腾销售163929辆,高尔夫销售81754辆,CC销售30414辆。值得一提的是,2022年,B级轿车迈腾的累计销量突破了200万辆,而全新宝来与全新速腾的用户基盘分别突破350万。

独立汽车评论员白德认为,得益于在SUV和轿车市场上取得的双突破,一汽-大众大众品牌的市场覆盖率也被提升至70%。同时,数智化营销创新领域的精耕细作也发挥了重要作用。

得益于较低的收看门槛和更加娱乐化的表达方式,短视频、直播不仅越来越多地占用了网民的零散时间,更成为各大

汽车品牌的新角斗场。白德告诉记者,在市场增量减小,市场竞争愈发激烈的背景下,几乎所有车企都离不开销售体系的数字化转型。

对于累计产销量超过2500万辆的一汽-大众来说,如何利用数智化营销创新一边盘活老客户,一边吸引更多新粉,成为高质量发展路上的必答题。

面对新的营销环境,一汽-大众秉承以用户为中心,以数智为驱动,以平台为支撑,打造了iCode五精用户增长营销模型。一汽-大众大众品牌相关负责人告诉记者,从建立自己的直播中心,到打造iCode五精用户增长营销模型,一汽-大众逐渐实现了洞察精确化、

传播精准化、提效精准化、运营精细化和挖潜精益化的突破。

据他透露,2022年,一汽-大众大众品牌实现了私域基金用户1800万,月度活跃数500万以上,稳居行业前列,有效提升了用户体验和品牌声誉。

在2022年这个产品大年,通过营销抓热点、造事件,一汽-大众实现了品牌声量的持续引领。白德分析认为,得益于在数智化营销和各个细分市场的精耕细作,一汽-大众大众品牌实现了销量和声量的双丰收。

在新赛道吹响反攻号角

如果检索那些在2022年销量名列前茅的车企,会发现这些车企的年度总结里,电动化与智能化一定是出现频率最高的两大关键词。

中国汽车工业协会的统计数据也显示,2022年我国新能源汽车实现持续爆发式增长,全年销量超过680万辆,市场占有率提升至25.6%。这意味着,新能源汽车已逐步进入全面市场化拓展期,进入新的发展和增长阶段。

崔东树在梳理各项数据后发现,2022年,合资品牌推出新车的节奏相对平稳,其中纯电动占有了较大比例。

中国新能源汽车完善的产业链、日益增长的市场占有率,都为跨国车企的科技

转型和电动化战略提供了广阔空间。崔东树表示,在激烈的新能源汽车市场,大众品牌取得了一定的优势,为其他合资与豪华品牌树立了标杆。

统计数据也显示,2022年,一汽-大众纯电SUV ID. CROZZ家族累计销售72229辆。其中,ID.4 CROZZ销售46261辆,ID.6 CROZZ销售25968辆。

值得一提的是,2022年11月初,上市仅20个月的ID. CROZZ家族便收获了超过10万名用户,一汽大众也成为首家在新能源汽车领域达成这一里程碑的合资品牌。同时,这比不少造车新势力取得首个10万辆销量还少用了近两年。

新能源汽车发展迅猛,而消费者对产品安全、续航里程等方面的关心,必须得到车企的解答。为了将新车在C-IAI碰撞、续航上的亮点更好地向消费者解读,一汽-大众打造了ID. Day用户嘉年华等品牌活动,并通过邀请KOC体验官口碑背书等,优化用户口碑。

当新能源汽车市场占有率超过25%,车企不能再按图索骥,不能只想着把以前的成功经验补补修修。白德表示,站在电动化、智能化新赛道的起点,合资品牌要坚定抓住向上的机遇,不断精耕细作,扩大自己的品牌声誉,这样才能促进销量增长和市场复苏,也能为品牌和母公司转型注入中国力量。

据了解,2023年一汽-大众大众品牌将推出探歌PA、ID. Aero两款新车,并持续推动电动化创新转型,实现品牌高端化向上突破。随着产品的陆续到位,随着公司的数智化转型持续深化,一汽-大众将向2025年前实现300万辆年销量目标发起冲击。一汽-大众负责人表示。



在多个省(区、市)的2023年政府工作报告中,推广新能源汽车消费、做大做强新能源汽车产业占据了重要位置。近年来,中国品牌新能源汽车逐渐走出国门,远销海外。图为首批500台岚图FREE抵达挪威奥斯陆。

中青报 中青网记者 许亚杰

随着国内多个省(区、市)的两会落下帷幕,落实中央经济工作会议精神,着力促进经济平稳健康发展等工作,被提上了各地2023年的日程表。

地方两会为何热议新能源汽车

记者梳理了多个地方的2023年政府工作报告发现,与过去几年类似的是,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。

北京市的2023年政府工作报告提出,发挥超大城市市场容量优势,着力扩大内需,并把实施扩大内需战略与深化供给侧结构性改革有机结合起来。

其中,支持新能源汽车消费成为扩大内需战略的重要组成部分。在氢能等新兴领域拓展布局,加快新能源汽车优质项目建设,则是打造现代化产业体系的重点内容。

值得注意的是,为了大力支持雄安新区建设,该报告提出要实现京雄高速全线通车,同时推进燃料电池汽车示范城市群

等产业协同项目发展。有分析认为,氢燃料电池有望成为2023年新能源汽车市场的黑马。

上海市的2023年政府工作报告总结说,过去5年,上海市新能源汽车、高技术船舶、新材料、机器人等新兴产业发展壮大。在新能源汽车基础设施方面,上海市在过去5年内共新建了10.11万个电动汽车公共充电桩。

值得一提的是,继全国碳排放权交易系统在上海上线运行后,该报告进一步明确上海市积极稳妥推进碳达峰碳中和的战略规划。

一方面,上海市将实施煤电节能降碳改造,加快构建新型电力系统;另一方面,将明确推进碳普惠制度建设,倡导绿色低碳生活方式。

碳生活方式。

据测算,交通运输业碳排放约占我国碳排放的10.4%。其中,公路运输占全国交通运输碳排放总量的85%以上,是我国交通领域的减排重点。在各地两会热议新能源汽车、绘制低碳版图的背景下,如何倡导大众低碳消费,需要包括政府、企业和消费者的共同努力。

由于产业链长、关联性强、体量大等特点,汽车一直被视为经济全球化的重要风向标。中国汽车工业协会的统计数据也显示,2022年我国汽车出口突破了300万辆,有效拉动行业整体增长。有专家预测称,到2030年,中国汽车年出口量有望达到800万辆。对汽车产业大省来说,新能源汽车无疑是提升对外开放水平的突破口。

广东省的2023年政府工作报告提出,2023年,广东省将提升壮大现有8个万亿元级产业集群,加快推动新能源等产业成为新的万亿元级产业集群,积极巩固汽车零部件产业链链工程。

无论是稳外贸11条和加码稳外贸4条,还是推动进口贸易促进创新示范区建设,汽车都与电子元器件、飞机、中高端消费品以及其他大宗商品一样,成为广东省国际贸易创新的示范产品。

吉林省的2023年政府工作报告提出,要加快新能源汽车布局,全力服务好奥迪一汽新能源汽车项目建设。为了打造汽车零部件制造强省,吉林省将重点推动电池、电驱等关键核心技术和高附加值零部件项目落户吉林,提升本地配套、本地采购比重。

奥迪一汽新能源汽车有限公司首席执行官施睿哲表示,团队高效工作协同和高标准数字解决方案的指引,以及吉林省政府的大力支持,让奥迪一汽跑赢时间,树立起中德合作的全新标杆。

随着中国新能源汽车持续热销,相关产业链不断完善,外资车企在中国市场的投资步伐也进一步加快。包括奥迪、宝马、奔驰在内的跨国车企均动作频频,或扩建动力电池生产规模,或加大对三电、智能网联等产业链的布局。

独立汽车评论员白德认为,目前外资车企加大在华投入,既是看中规模庞大的市场,更因为中国具有相对完整的产业链,且更适应电动化、智能化的技术变革浪潮。

近年来,中国新能源汽车市场发生的故事充分证明,海内外投资者对中国营商环境高度认可,对中国市场的发展前景长期看好。他表示,2023年各地构建新能源汽车产业链集群,不仅有助于保就业、稳增长,还能抢占碳中和国际风口,推动高质量对外开放和经济高质量发展。

以青年力量助力可持续发展的碳中和未来

气候问题被认为是这个时代最重要的挑战之一,但令人欣慰的是,在应对气候变化的挑战中,新生力量不断涌现。业内人士认为,青年是实现碳达峰碳中和目标的重要群体,也是推动高质量发展和促进经济社会发展全面绿色转型的重要贡献者、实践者。

2022年12月23日,由海南省林业局(海南热带雨林国家公园管理局)、共青团海南省委、海南省文学艺术联合会、海南国家公园研究院等联合主办的助力双碳目标,保护热带雨林科普教育系列活动在海口启动。活动旨在鼓励引导青少年了解双碳目标、培育低碳意识,主动参与低碳实践,养成低碳生产生活习惯,推动青少年成长成才与国家发展同向而行。

此次活动包括热带雨林科普教育基地建设及热带雨林科普知识竞赛与作品征集活动两个部分。海南省农垦实验中学作为首批参与活动的学校之一,被授予首个热带雨林科普教育基地牌匾,将开展多种活动帮助青少年了解、参与到碳中和进程中,包括联合海南国家公园研究院专家等为不同阶段中小學生编写科普教材,组织开展双碳目标实现和生物多样性保护相关学生社团,组织大、中小學生开展科普知识竞赛,邀请专家开展系列公益讲座、专题展览和大学生支教等活动。

应对气候变化,奔驰星愿基金助力碳中和

着眼于更可持续的碳中和未来,梅赛德斯-奔驰星愿基金启动了助力碳中和、可持续发展创新行动,不仅大力支持生态文明建设与生物多样性保护等,还将青少年引入碳中和议程中。

新项目于2022年启动,包括保护热带雨林生物多样性行动、助力青少年气候行动、森林保护行动三大领域,并与海南热带雨林国家公园、清华大学气候变化与可持续发展研究院、国家林草局等展开深度合作,深耕生物多样性保护、青少年科普教育、环境保护等议题,助力国家双碳目标的达成。海南省农垦实验中学设立热带雨林科普教育基地的例子,便是在保护热带雨林生物多样性行动下,践行绿色公益、



培养未来青年领袖的创新之举。

奔驰星愿基金联合海南热带雨林国家公园发起的保护热带雨林生物多样性行动,通过对野生动物及其栖息地的监测和评估,推动海南热带雨林恢复和生物多样性保护的实施,并开展生态系统保护和生物多样性相关的科普教育,比如联合建立科普(实践)教育基地宣传低碳可持续发展模式、完成中小學生碳中和作品集或科普知识宣传材料等,加强中小學生树立生态系统及生物多样性保护的意识和责任感。

在助力青少年气候行动中,该项目与清华大学气候变化与可持续发展研究院深度合作,通过编制中英文可持续发展教育能力建设材料,提高公众特别是青少年对减少碳足迹重要性的认识,在全国中小學生开展创新式、交互式的气候变化志愿宣讲和支教,提高中小學生适应气候变化和碳中和的意识,加深大學生志愿者本身对气候变化的理解,同时也加强了青年与青少年、高校与中小学之间的互动交流。项目主要内容还包括清华大学气候变化与可持续发展研究院既有的、在气候领域具有世界影响力的旗舰项目“气候变化大讲堂”,拓展至更多高校、扩大受众范围,通过

国内外气候专家的讲授课程,提高大學生在气候变化和碳中和方面的知识和技能。

此外,该项目还与国家林草局合作的森林保护行动,计划将森林保护教育活动融入中小学教育,通过带领大中小學生到国家公园和生物圈保护区开展考察调研,开展森林主题宣传、生态系统保护和生物多样性知识竞赛,动员全社会积极参与生态环境保护,推进生态文明建设。

青春飞扬的十五年,公益为了更美好的未来

奔驰于2007年启动中国世界遗产地保护和管理项目,标志着在华公益之旅的开始,至今已走过15年,与13处世界遗产地直接开展深度合作,覆盖225万公顷遗产地,间接惠及20余万人,绿迹遍布各地。在支持环境保护的同时,奔驰也致力以青年的力量,支持当地居民的生存发展。于2017年开启的中国世界遗产地可持续生计项目,探索着生态保护与经济发展的有机平衡,也激励着青年发挥自己的价值。2017年,四川熊猫乡村绿色发展协会负责人明猛加入了奔驰世界遗产地可持续

生计项目,在奔驰星愿基金的支持下,明猛来到了跨遗产地海拔核心区缓冲区之宝兴县碛滩藏族乡。

到了这里后,明猛和他的团队投身家乡建设,致力于探索一条可持续生态致富之路,一边给藏民们开讲座,普及养蜂的方法和好处,一边利用新的营销平台和技术,带领村民成立养蜂专业合作社,组织养蜂培训,带领当地的蜂蜜产业走向品牌化道路。在项目支持下,合作社开设了微店,在2017年至2020年间产蜜超1600斤,毛收入近6万元,还注册了商标,走上了自主品牌的道路。

为了鼓励更多青年参与世界遗产宣传和传播,奔驰星愿基金还启动了“遗产青年说”活动,通过组织学生开展世界遗产地实地探访等方式促进青少年在保护和传播遗产、推动绿色发展发挥更多作用,激励年轻一代加入到遗产地生态保护、经济发展、文化传承中来,为碳中和增加一份青年愿景。

以青年力量推动可持续发展

除了可持续的责任之道,梅赛德斯-

奔驰在华也践行可持续发展之道,在绿色价值链、绿色生产、绿色产品、绿色运营、绿色零售五大领域深耕,以可持续的商业战略助力碳中和的未来,这也渗透到奔驰本土研发创新与青年人才培养等领域。

早在2012年,奔驰与清华大学共同成立“可持续交通联合研究中心”,为品牌在华研发专家与国内相关学者提供重要的交流合作平台,力求为中国开发创新的可持续出行解决方案,并积极助力本土人才培养。

2022年,奔驰再度携手清华大学,将2012年成立的“可持续交通联合研究中心”升级为“可持续交通联合研究院”,扩展双方在智慧交通、智能汽车、交通新能源、本土化等领域的研究。此次升级后,更多清华大学的院系有望加入合作,以多元的学术背景,助力未来可持续出行解决方案。同时,激发青年潜力,推动更丰富的产研合作。

作为社会一分子,奔驰始终秉持着可持续发展的理念,积极响应国家大政方针,主动参与社会议题,深耕可持续发展与责任之道,共创社会可持续发展繁荣。基于在华公益十五年,尤其是在环境及生态保护领域的经验,奔驰将联动更多青年群体,助力中国双碳目标和联合国2030可持续发展目标的实现,为全人类更可持续的碳中和未来持续贡献力量。

