

张永伟:进入“摩尔时代” 高质量发展成为产业关键词

中青报·中青网见习记者 王志远 记者 许亚杰

因上下游产业链长、资金技术要求高、虹吸聚集效应强等特点，一直以来，汽车产业都受到世界各国的重视和关注，成为拉动出口、投资、消费“三驾马车”前进的重要动能。

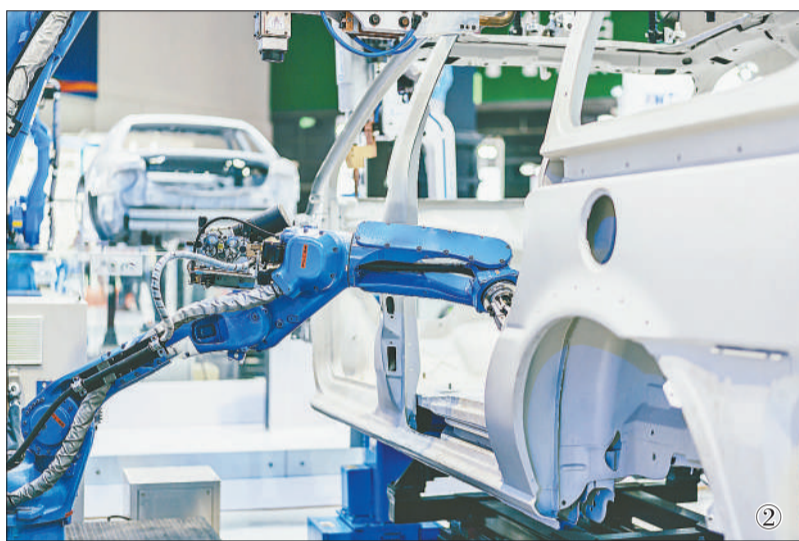
2023年，历经新冠疫情、原材料价格波动、市场竞争加剧等多重考验的全球汽车产业开始稳步回暖。其中，新能源汽车产业复苏势头尤为强劲。

最新数据显示，2023年，中国新能源汽车保持“产销两旺”的发展态势，连续9年位居全球第一。

具体来看，在政策和市场的双重作用下，2023年，新能源汽车持续快速增长，产销量分别完成958.7万辆和949.5万辆，同比分别增长35.8%和37.9%，市场占有率达到31.6%，高出上年同期5.9个百分点。

中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟表示，新能源汽车蓬勃发展的背后，是整个产业不断夯实本土产业链、供应链体系，加快突破半导体芯片、操作系统等高科技领域技术瓶颈，以高质量发展为核心，不断推进新能源汽车产业链海外战略布局，持续提升中国新能源汽车国际影响力的结果。

“从全球范围来看，中国新能源汽车换道先行，已取得先发优势，接下来，如何巩固和扩大新能源汽车的优势，助力汽车产业实现健康可持续发展，将成为汽车从业者亟需思考的重要课题。”近日，在中国电动汽车百人会2024年度媒体沟通会上，张永伟分享了自己对中国新能源汽车产业发展趋势的判断，引来广泛的关注。



①中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟预测，2024年中国新能源汽车产业仍将保持高速增长，预计全年新能源汽车产销规模有望突破1300万辆。

②2023年，中国各大优势产业得到进一步巩固，迈出高质量发展的坚实步伐，而新能源汽车正是其中的代表之一。

商业层面的价格竞争，更体现在高频的产品创新和技术突破上。“过去一辆新车，可以在接下来5年甚至10年时间里经久不衰，而现在一辆新车能在市场中畅销两三年就已经很不容易了。单车销售规模早就不再是企业重点发力目标，车型的推新速度才是。”张永伟直言。

在汽车新技术将会在中国市场率先试点和应用；另一方面，更多的跨国车企将会把新车型率先投放到中国。

中国汽车产业的优先级正在提升

“在现代化产业体系建设中，‘推进优势产业发展’是提高产业整体水平的关键，有利于产业加快迈向价值链中高端，在国际综合竞争中发挥更重要的作用。”张永伟对记者说。

2023年，中国各大优势产业得到进一步巩固，迈出高质量发展的坚实步伐，而新能源汽车正是其中的代表之一。

据不完全统计，仅2023年一年，各大车企在中国市场就推出了超1100款新能源车型（包括改款），“大量新车型的密集发布，说明市场需求足够大、竞争非常激烈。它们为车市注入了新鲜的血液，推动了汽车行业的发展和进步。”张永伟解释道。

在张永伟看来，汽车行业已经进入了“摩尔时代”，新车型的生命周期在加速缩短——在燃油车时代，车企平均4年左右才会推出一款新车，但现在新品投放周期仅为12-18个月。

不难看出，汽车行业的“内卷”不仅体现在

存量结构调整或成为新趋势

在过去的几年时间里，“以增量为主”是中国新能源汽车行业的结构性特征。新能源整车及电池等核心领域的增量，支撑了整个行业的规模化发展。但中国汽车产业在全球影响力越来越大，接下来几年，中国新能源汽车产业会进入存量结构调整的新阶段。

“存量结构调整优化是巩固中国汽车产业发展优势的重要手段。”张永伟表示，从产业结构角度来看，随着新能源汽车产业进入高速发展期，电动车和燃油车的产能正在发生转换。

因此，如何利用好传统的燃油产能，平稳顺利完成燃油车和电车之间的产能过渡，成为结构调整的重要任务。

除了“产能油改电”外，在新能源产业发展早期建立的部分电动车产能，由于规模不足，如今已不符合现代汽车发展的需求。这些产能也需要进一步升级重组。

“碎片化的产能要集中化发展才有规模效益，因此较小规模的电动车企业将成为重组的对象。同时，汽车竞争格局将进入深度重塑期，明年市场竞争将更加激烈，有些车企会赶上电动化、智能化风口，快速发展，有些车企则难以续命。”张永伟对记者说。

此外，从产业链角度来看，电池和芯片毫无疑问是新能源汽车最重要的零部件。张永伟表示，接下来，电池和芯片或将遇到“供过于求”的问题。

“随着原材料价格趋于平缓，现在电池和芯片已回归正常的发展轨道，有些甚至出现了过剩。未来几年，电池和芯片行业将进入洗牌阶段，产能过剩的时间节点与竞争惨烈程度可能会超乎想象。”张永伟说。

统计数据显示，2023年，汽车产销突破3000万辆，新能源汽车达到900多万辆，这样的表现也给予中国汽车从业者更大的信心和底气。

“当前，10万-15万元为汽车消费的黄金价格区间，也是燃油车型厮杀的主战场。接下来，新能源汽车有望在这一细分市场迎来突破。”张永伟对记者说，“同时，插电混车型、燃料电池车型或将崛起，多元化技术路线推动汽车行业快速发展。使用环境、消费环境的改善和产业政策的不支持等，将持续利好新能源汽车产业。”

更重要的是，2024年，新能源汽车的海外贸易数量将继续保持增长，“当地投资、当地生产、当地销售”将成为自主品牌出海的主要模式。这将一方面减缓国内市场竞争的压力，另一方面则会持续擦亮中国制造的招牌，提升整体影响力。

张永伟预测，2024年中国新能源汽车产业仍将保持高速增长，预计全年新能源汽车产销规模有望突破1300万辆；同时，整体渗透率将超过40%，乘用车单月渗透率将超过50%，新能源汽车或将迎来产业发展的重要里程碑。



数据显示，2023年，中国汽车产销量累计完成3016.1万辆和3009.4万辆，同比分别增长11.6%和12%。这是中国汽车产销历史上首次突破3000万辆大关，也让中国汽车产销量连续15年稳居全球第一。

中青报·中青网见习记者 王志远 记者 许亚杰

经过多年的稳步发展和深耕，中国汽车产业迎来了产销3000万辆的里程碑。

1月11日上午，中国汽车工业协会（以下简称“中汽协”）月度信息发布会在北京召开，中汽协副秘书长陈士华公布2023年汽车产销数据及经济运行情况，引来业内外人士的关注。

数据显示，2023年，中国汽车产销量累计完成3016.1万辆和3009.4万辆，同比分别增长11.6%和12%，产销量创历史新高，实现两位数较高速增长。这是中国汽车产销历史上首次突破3000万辆大关，也让中国汽车产销量连续15年稳居全球第一。

“具体来看，2023年乘用车市场延续良好增长态势，为稳住汽车消费基本盘发挥重要作用；商用车市场企稳回升，产销回归400万辆。”陈士华介绍，乘用车和商用车的双双复苏，也从侧面印证了中国汽车产业基础扎实、底盘稳固。

新能源汽车则在2023年继续保持高速增长，产销突破900万辆，市场占有率超过30%，成为引领全球汽车产业转型的重要力量。同时，汽车出口再创新高，全年出口接近500万辆，有效拉动行业整体快速稳步向前。

“回顾中国汽车工业发展历史，‘稳字当头、先立后破’是近年来中国汽车工业经济运行的主基调，凭借这一特点，一代又一代汽车从业者用行动擦亮了‘中国制造业的金字招牌’。”陈士华感慨道。

2009年，中国汽车产销量首次双双突破1000万辆大关，成为世界汽车产销第一大国。2013年突破2000万辆，2017年产销量达到阶段峰值，随后市场连续3年下降，进入转型调整期，2021年结束“三连降”开始回升。

在转型调整的过程中，乘用车销量呈现稳步增长的趋势。2023年，乘用车市场虽然竞争加剧，但市场日趋回暖，消费者的购车需求进一步释放，这也让乘用车市场整体形势逐渐好转，回归到正常节奏，有效拉动了汽车增长。

其中，中国品牌乘用车扮演了重要角色。记者了解到，2023年中国品牌乘用车销量达到1459.6万辆，同比增长24.1%，市场份额达到56%，提升了6.1个百分点。“尤其是在新能源汽车市场，中国品牌乘用车中新能源产品占比率达到49.9%。这意味着，每售出两辆中国品牌乘用车，其中就有一辆是新能源产品。”陈士华对记者说。

在产量稳中有进的同时，近几年，中国汽车出海势头迅猛。据预测，2023年，中国汽车出口总量将超500万辆，中国成为全球最大汽车出口国已成定局。其中新能源汽车的海外销量将达120万辆。

“中国汽车出海是历史的必然，对中国、对全世界都是好事。中国汽车出海的蓬勃之势既体现了中国汽车对世界市场的反馈，也是中国汽车践行国际化道路的生动体现。”陈士华分析，中国新能源汽车技术和产品成为支撑全球汽车转型的重要力量，中国新能源汽车生态链的形成，在不断增强国内国际两个市场、两种资源联动方面将发挥更大作用。

“汽车出海蔚然成风，接下来，在浩浩荡荡的汽车出海大潮中，如何讲好中国品牌故事、让世界爱上中国车？如何实现销量与品牌的同步提升？如何在全球范围内保持品牌形象的一致性和细分市场的适应性？这些问题还需要政府有关部门、产业学者、各大车企共同思考和破局。”陈士华提醒。

中国汽车工业协会咨询委员会主任安庆衡持同样的观点。他认为产销突破了3000万辆固然令人欣喜，但仍需保持冷静清醒的头脑，理性客观看待取得的成绩，关注其中潜在的问题，并有针对性地去努力解决问题。

“中国新能源汽车发展速度快，规模大。但全行业都面临盈利难的问题。”安庆衡说，“目前，新能源汽车中只有特斯拉、比亚迪、理想和埃安4家盈利，大部分新能源汽车企业都在亏损。这样的现状亟需改善，否则新能源汽车发展的繁荣就很难持续。”

与此同时，日趋复杂的国际形势和部分国家与地区的“砌墙”行为或放缓新能源汽车出口的整体势头。随着出口量的不断增长，中国汽车出海必然遇到更多更为复杂的挑战。车企要学会分散风险，并坚持长期主义，善于发现和培育更多新兴市场，让全球化的路越走越宽。

“2024年，中国经济工作将坚持稳中求进、以进促稳、先立后破。宏观经济将持续回升向好，有助于汽车行业的稳定增长。”陈士华预计，2024年中国汽车总销量将超过3100万辆，同比增长3%以上。其中，乘用车销量2680万辆同比增长3%；商用车销量420万辆，同比增长4%。新能源汽车销量达1150万辆，出口达550万辆。

“我们相信，随着国家促消费、稳增长政策的持续推进，促进新能源汽车产业高质量发展系列政策的实施，以及延续车辆购置税免征政策、深入推进新能源汽车及基础设施建设下乡等利好的刺激，中国汽车市场将会进一步激发活力和消费潜能。”陈士华总结说。

合资合作迈入2.0时代 一汽-大众如何争当“排头兵”



随着汽车电动化和智能化的快速发展，中国的转型创新方式和速度位居全球前列。而合资车企更关注立足本土需求，加速转型步伐。图为一汽-大众生产基地数字化转型车间。

中青报·中青网记者 许亚杰

随着2023年中国汽车产销首次突破3000万辆，创下历史新高，各家车企也陆续晒出成绩单。面对产品攻势来势汹汹的自主品牌，曾经“躺着赚钱”的合资公司不得不正视挑战。而作为我国首个按经济规模起步建设的现代化乘用车企业，一汽-大众展现了过人的经营品质和经营韧性。

在1月15日举行的2024年新年年会上，一汽-大众公布了2023年的销量成绩单。统计数据显示，2023年，一汽-大众共向终端用户交付整车超过191万辆，销量同比增长4.8%，市场份额达到8.6%，圆满完成全年经营目标。

值得一提的是，一汽-大众旗下大众、奥迪和捷达三大品牌销量均实现同比增长。其中，大众品牌终端销售1050017辆，连续两年实现正增长；奥迪品牌终端销售698188辆（含进口车），增长率位居一线豪华阵营第一；捷达品牌终端销售16.2万辆，市场份额创历史新高。

一汽-大众董事、党委书记、总经理潘占福介绍，2023年，无论在经营成果、未来布局还是体系能力建设方面，一汽-大众脚踏实地开辟了

一条合资合作2.0时代的高质量发展新道路。

“更重要的是，在圆满完成全年经营目标的同时，一汽-大众在双方股东的引领和支持下，将市场压力转化为快速转型的动力，确立了‘自立自强、创新转型’的发展路线。”他表示，一汽-大众将聚焦新能源转型和数字化治理，实现全面发展。

在新赛道下好本土化这步棋

“在大众集团‘in China for China’（在中国，为中国）的战略中，一汽-大众发挥着至关重要的核心作用。”一汽-大众第一（财务）副总经理冯炎表示，为了立足中国市场，深刻洞察用户，推动更加高效的本土化技术解决方案，一汽-大众中德团队将继续深化合作，推出更多创新产品和体验，“我们要更快速、高效地满足中国消费者的需求”。

“2023年，中国经济稳步复苏、消费政策的大力支持、新能源汽车高速增长、供应链体系的高效稳定，都推动了中国汽车产业的发展整体向好。”在他看来，尽管面临着诸多不确定性，但中国仍将扮演全球消费增长引擎。凭借强大的创新活力，中国汽车市场已经成为全球汽车产

业重要的引领者。

易车研究院发布的《合资车企新能源洞察报告》分析称，未来3年是合资车企转型、合资品牌加码新能源战略的窗口期，建议合资车企更加重视市场变化和技术潮流，提升自己在华的本土研发与采购能力。

潘占福表示，2023年，一汽-大众将市场压力转化为快速转型的动力，在新能源领域全力突破。他以用户关切的机舱系统举例说，一汽-大众自主完成了智能机舱系统升级，并首先在ID.7 VIZZION车型上采用，支持可见即可说、车道级导航、充电桩搜索全链路交互等产品智能化体验。

据介绍，为了补充现有产品线、满足用户需求，一汽-大众开始自主开发全新电动车型，现有燃油车型也将全系搭载自主研发的全新混动技术，同时还储备了一批更符合中国市场需求、拥有更高性价比的新技术和新装备。与此同时，一汽-大众将继续发挥在燃油车型市场上的优势，从2024年起，旗下多款车型将迎来密集换代，包含全新一代迈腾等拳头产品。

“作为中国汽车工业最早、最成功的国际合作伙伴之一，大众集团扎根中国，一直秉持着‘in China for China’的发展初心。”冯炎表示，一汽-大众作为合资企业，发挥着至关重要的核心作用。

独立汽车评论员白德认为，在诸多因素的作用下，中国汽车市场正进入“新合资时代”。他表示，综合2023年的市场趋势来看，合资企业的战略决策出现了较大变化：不只要把产品研发环节搬到中国，还要借助中国合作伙伴在新能源和智能网联技术上的优势，尽量发挥中国产业链的优势。

冯炎告诉记者，一汽-大众立足中国市场，深刻洞察用户，在满足中国用户需求和市场预期方面取得显著成效。尤其是面对数字化浪潮，一汽-大众持续深化数字化转型，扮演着产业转型发展“排头兵”的角色。

据了解，2023年，一汽-大众自主制造技术申请专利23项，拥有众多国内首创的自动化工艺，推动各地工厂全面实现数字化转型。其中，长春、青岛、天津工厂荣获“中国汽车行业标杆智能工厂”称号，关键设备数控化率和关键设备联网率均达到100%，培养了一批国家级数字化工匠人才。

此外，一汽-大众打造了包括产销一体化、

加速新能源汽车产业绿色转型

黑灯工厂、智能仓储物流等在内的58个数字化项目，实现生产柔性化升级，提升了市场响应速度，缩短了订车交付周期，进一步丰富个性化定制选择，能够在更短时间内满足终端用户更多元化需求。

在一汽-大众（技术）副总经理顾斌看来，随着汽车电动化和智能化的快速发展，中国的转型创新方式和速度位居全球前列，一汽-大众必须立足本土需求，加速转型步伐，必须继续在技术研发上不断创新和探索，持续引领汽车新时代。

他在现场与ID.Mate AI智能管家进行互动时提到，一汽-大众积极响应国家“碳达峰、碳中和”号召，不断推进“全生命周期碳减排”体系建设，覆盖研发、采购、生产、物流、使用等各个环节。

顾斌表示，为了践行“goTZero”环境宣言以及“2050年实现碳中和”目标，一汽-大众持续推广节能环保材料和全球领先工艺，有效控制生产过程中的废水、废气和碳排放。据介绍，2023年，一汽-大众加速布局了光伏、风电等减碳项目，清洁电力使用量达4.5亿度。同时，通过“绿色合作伙伴”项目，一汽-大众协同供应商、经销商伙伴降碳2.6万吨。

值得一提的是，2023年，不仅一汽-大众各大生产基地获得多个国家级和地区级绿色和可持续发展奖项、认证，还联合中汽中心发布了首个产品全生命周期碳足迹核算报告，推动中国汽车产业开启碳核算元年。

中国汽车工业协会咨询委员会主任安庆衡认为，中国汽车产业在不断发展壮大，但也正视各种挑战。特别在汽车年产量突破3000万辆大关后，新能源汽车发展和汽车出口其中任何一项发生问题，都会对产销量产生影响，因此各企业需要做好各种应对的准备。

面对竞争愈加激烈的汽车市场，2024年，“自强”的一汽-大众将加快电动及混动产品落地，不断提升用户满意度，加快捷达品牌出口步伐，在“自立自强、创新转型”的道路上续写新篇章，为中国汽车产业的高质量发展注入强劲动能。”潘占福总结说。



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

中国汽车产业迎来年产销三千万辆里程碑