

中汽协：年末将迎消费高峰 全年汽车产销预计突破 2700 万辆

本报记者 郭少丹 北京报道

国内汽车产销连续保持增长态势。11月10日,中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)发布最新汽车产销数据:10月,汽车产销分别完成259.9万辆和250.5万辆,环比分别下降2.7%和4%,同比分别增长11.1%和6.9%。1-10月,汽车产销

中国品牌持续向上

10月中国品牌乘用车销量达118.7万辆,市场份额达53.2%

乘用车市场在购置税减半等政策促进、新能源汽车保持高速增长等因素拉动下,保持快速增长。

据中汽协数据,10月乘用车共销售223.1万辆,环比下降4.3%,同比增长10.7%。而1-10月,乘用车共销售1921.8万辆,同比增长13.7%。在乘用车主要品种中,与上年同期相比,基本型乘用车(轿车)和运动型多用途乘用车(SUV)保持较快增长,其他两大类车型呈现不同程度下降。

“受疫情多发散发等影响,终端市场承压,环比呈小幅下降。由于车辆购置税减征政策的持续发力,同比依然保持增长势头。”中汽协相关负责人表示。

值得关注的是,中国品牌乘用车市场延续良好势头。今年1-10月,中国品牌乘用车共销售935万辆,同比增长26.1%,市场份额为48.7%,同比提升4.8个百分点。而仅10月份,中国品牌乘用车销量达118.7万辆,同比增长23.5%,市场份额达53.2%,同比上升5.5个百分点。

汽车销量排名前十位的企业(集团)今年前10个月共销售1898.3万辆,占汽车销售总量的86.4%。其中,与上年同期相比,比亚迪销量增速最为明显,奇瑞汽车、广汽集团和吉利控股也呈两位数快速增长,上汽集团微增。

分别完成2224.2万辆和2197.5万辆,同比分别增长7.9%和4.6%。

针对汽车市场的表现,中汽协相关负责人表示,我国宏观经济主要指标恢复向好,保持在合理区间,积极因素累积增多。国家稳经济一揽子政策和接续政策措施加快落实,汽车工业主要经济指标持续改善,行业发展环境持续向好,



新能源汽车是中国汽车出海的“新名片”,图为长城汽车登陆巴黎车展。

本报资料室/图

广汽集团品牌公关部部长尹捷在谈论新能源汽车时代的品牌向上时表示,近10年来,中国品牌乘用车取得了新发展,抓住机遇缩短了和世界上优秀车企之间的差距。这背后深层次的原因是文化自信,更加深刻的原因是中国品牌的品牌形象、产品品质和服务水平持续上升得到市场和消费者的认可。

“这十年来,中国的汽车品牌车企像雨后春笋越来越多,有的是脱胎于传统的汽车企业,有的是造车新势力,有的是其他行业的头部玩家。他们的出现激发了汽车行业的鲶鱼效应,也引发了关于汽车产业链、制造营销等方方面面新的思

有助于汽车市场实现全年稳增长、稳预期目标。

中汽协副秘书长陈士华表示,“预计11月和12月会迎来一波消费高峰,全年汽车产销量突破2700万辆问题不大。”

中汽协方面提醒,当前,我国经济恢复发展基础需进一步稳固,虽然汽车行业生产批发端势头良

考。”尹捷称。

在中国汽车品牌向上的浪潮中,新能源汽车仍保持高速增长,正在成为中国另一张新名片。

中汽协数据显示,10月新能源汽车继续保持高速增长,月度产销再创新高,分别达到76.2万辆和71.4万辆,同比增长87.6%和81.7%,市场占有率达到28.5%。在新能源汽车主要品种中,与上月相比,三大类产销呈不同程度增长,其中燃料电池汽车增速最为明显;与上年同期相比,上述三大类继续保持快速增长。

而1-10月,新能源汽车产销分别达到548.5万辆和528万辆,同比

好,但国内终端市场增长略显乏力,终端库存水平有所提高。由于传统燃油车购置税优惠政策明年是否延续尚不明确,以及新能源汽车补贴即将推出,叠加动力电池原材料价格出现大幅上涨,因此企业对市场预期存在不确定性,增加了明年生产经营计划制定难度,亟须宏观层面的引导。

均增长1.1倍,市场占有率达到24%。在新能源汽车主要品种中,与上年同期相比,纯电动汽车、插电式混合动力汽车和燃料电池汽车产销继续保持高速增长。

“中国的新能源汽车在过去十年间取得了快速发展,已逐步成长为世界新能源汽车领域的创新高地。10年来,中国新能源汽车在市场、技术、产品方面不断实现突破,消费者认可度不断提高,不仅推动了汽车产业发展,更为我国经济增长注入了强劲动力。”11月10日,中国汽车工业协会副秘书长柳燕在第四届新能源汽车技术品牌高峰论坛上如是表示。

中汽协付炳锋：汽车产业 未来应发力操作系统开发与零碳转型

本报记者 尹丽梅 童海华 上海报道

“党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央高度重视汽车产业发展,对大力发展新能源汽车,做大做强民族汽车品牌提出了殷切期望,汽车行业也交出了满意的答卷。中国汽车产业总体规模不断扩大,稳居全球第一。当前,我国拥有全球最大的用户体量,汽车保有量达到3.2亿辆,新车销售在全球占比超过30%,已成为全球最活跃的汽车市场。我国汽车消费零售总额占全社会消费品零售总额的10%以上,是消费市场的重要支撑,起到‘压舱石’的作用。”

11月9日,在由中国汽车工业协会主办的第12届中国汽车论坛上,中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋回顾和总结了中国汽车产业10年来发展取得的巨大成就。



付炳锋
中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长

在付炳锋看来,10年来,中国汽车产业完备的政策法规体系从战略上进行了顶层设计和中长期规划,对产业转型升级起到了重要的指引作用。《节能与新能源汽车产业发展规划》制定的目标如期实现,智能汽车成为全球热点,《新能

源汽车产业发展规划》将进一步巩固我国汽车产业发展的优势。

在行业运行层面,我国先后多次推出有针对性的政策,其中乘用车购置税减半政策发挥了重要作用,加之历来来地方政府均积极配合,采取稳增长、促消费措施,使汽车行业始终运行在正常轨道。

“10年来,中国培育了全球最大的汽车消费市场,为全球车企带来良好的发展机遇,增强了企业抗风险能力。中国消费者也乐于接受新事物,很大程度上加速了电动化、智能化转型。中国品牌乘用车企业也充分发挥主场优势,品牌向上取得长足进步,市场占有率已经达到48%。中国也成为汽车主要出口国,标志着中国制造竞争力稳步提升。”付炳锋说。

中国汽车产业发展之路并非一条坦途,而是在转型中锤炼出了超强韧性。

2017年,我国汽车产业销量达到顶峰后,市场连续三年下降,行业进入深度调整期。落后产能逐渐被市场淘汰,电动化、智能化成为行业发展新动能,2021年结束了“三连降”。今年前三季度,汽车产业继续保持增长态势,同比增长4.4%。

整体来看,乘用车较早进入转型调整期,实现良性发展。今年前三季度,乘用车新能源占比已达25.7%。叠加稳增长、促消费政策实施,我国乘用车市场呈现两位数增长。

长期以来,商用车全面支撑了国家建设和经济运行保障,2020年销售超500万辆,达到峰值。然而,商用车市场进入转型较晚,近年来下降幅度较大,转型进入关键期。

在付炳锋看来,随着汽车行业向电动化、智能化转型,客观地讲,传统车企挑战巨大,承担着双重压力,既要维护老产品又要开发新产

汽车“走出去”创新高

10月中国汽车企业出口量为33.7万辆,环比增长12.3%,同比增长46%。

在国内持续向上的同时,来自中国制造的汽车在海外市场越来越多。

中汽协数据显示,10月,中国汽车企业出口创历史新高,达到33.8万辆,环比增长12.3%,同比增长46%。其中,乘用车出口27.9万辆,环比增长11.6%,同比增长40.7%;商用车出口5.9万辆,环比增长15.5%,同比增长77.5%。新能源汽车出口10.9万辆,环比增长1.2倍,同比增长81.2%。

此外,1-10月,中国汽车企业出口245.5万辆,同比增长54.1%。其中,中国乘用车出口197.5万辆,同比增长57.1%;商用车出口48万辆,同比增长43%。新能源汽车出口49.9万辆,同比增长96.7%。

各企业均呈不同程度增长。中汽协方面统计分析,整车出口排名前十的企业中,10月,上汽出口量达7.4万辆,同比下降6.7%,占总出口量的22%。与上年同期相比,江汽出口增速最为显著,出口量为1万辆,同比增长1.5倍。1-10月,吉利出口增速最为显著,出口量达到16万辆,同比增长86%。

“我国汽车出口的增长势头很迅猛。”据陈士华介绍,我国现在出口增速最高的前两个国家是墨西哥和泰国,出口量第一的是智利。

据中国海关总署数据显示,1-9月,中国汽车出口量前十的国家中,墨西哥、泰国市场仍表现较强,同比分别增长2.1倍和1.5倍。新能源汽车出口的前三大市场仍为比利时、英国和泰国。9月,新能源汽车出口11万辆,环比下降2.3%,同比增长1.3

倍,其中比利时市场是增量的核心市场,同比增长4.3倍。

陈士华表示,今年全年我国汽车出口有望达到300万辆。

中国汽车工业协会副总工程师许海东表示,中国汽车出口进入了快速增长的新阶段。“短期原因有海外市场经济在恢复,中国的供应链比较完善,新能源汽车快速增长。长期原因包括产品竞争力大幅提升,近年来中国很多领先的车企在海外开启直接投资的模式,中国汽车企业越来越重视中国品牌的打造。”

在许海东看来,在产品竞争力方面,中国车企具备正向设计能力,“外观设计、质量控制、管理控制现在都非常好,整个供应链的质量控制和效率全都学到了,服务体系的创新、新技术的创新和集成能力都大幅提高。”

许海东认为,中国车企海外发展呈现三个阶段:第一,探索阶段,每年出口量基本保持在100万辆。第二,现在进入到快速发展阶段,这个大约是10年发展,这个阶段保持在200万-600万辆的水平,出口模式很可能还是以贸易为主。第三,2030年以后出口量可能达到1000万辆甚至更高,那时候更多要靠海外直接生产。现在判断贸易出口将达500万辆,海外生产如果能做到1000万辆,最后支撑我们的汽车强国,整体出口有可能是1500万辆左右。

“现在,中国车企正在积极寻找自己的核心能力,不断超越。”许海东举例称,例如智能座舱的发展、车内健康提升、辅助驾驶功能、加大续航里程、快充技术,这些都是中国企业的优势。

北汽集团姜德义：推动汽车产业与电子通信融合发展

本报记者 陈茂利 上海报道

“加大原始和底层技术创新投入,共同推动汽车产业和智慧城市、智能交通、清洁能源、电子通信等领域的融合发展,加快5G通信、车路协同等技术应用,‘锻长板、补短板’,实现做大做强目标。”

2022年11月9日,在由中国汽车工业协会主办的第12届中国汽车论坛上,北汽集团党委书记、董事长姜德义针对汽车产业面临的发展机遇给出建议。

姜德义向《中国经营报》等媒体表示,面对新一轮科技给全球汽



姜德义
北汽集团党委书记、董事长

车产业带来的发展机遇,车企要坚

持创新驱动,融入新发展格局。

“刚刚过去的10月,中国共产党第二十次全国代表大会在京胜利召开。二十大报告中强调,把发展经济着力点放在实体经济上,加快建设制造强国,积极稳妥推进碳达峰碳中和,着力提升产业链供应链韧性和安全水平等一系列重要论述,这些都极大地增强了我们汽车界广大同仁的信心,我们坚信中国汽车产业将迎来新的重大发展。”姜德义表示,“北汽集团作为其中一员,也将坚定贯彻新发展理念,加快融入新发展格局,坚持创新驱动,积极拥抱新一

轮科技革命。”

不过,姜德义强调,必须看到挑战与机遇并存。“当前,百年变局和世纪疫情交织,全球经济复苏动力不足,复杂的市场环境带来了很大的不确定性。但随着能源革命、科技创新带来的机遇红利不断显现,新能源、智能网联等技术突飞猛进,为推动产业飞速增长注入了强劲动力。可以判断,今后一个较长时期,汽车产业仍处于重要战略机遇期。”

为此,姜德义提出三点建议:

第一,加快技术攻坚,进一步夯实产业发展基础。从汽车行业

当下需求和长远需求出发,推动与政府、与相关行业间的合作,共同解决汽车半导体供需、动力电池安全等行业难题。不断优化供应链资源配置,加强产业链关联方联合攻关,发挥各自优势、相互赋能,积极构建以企业为主体、市场为导向、产学研深度协同的融合体系。

第二,深耕中国市场,进一步构建中国汽车产业优势。围绕中国新兴消费群体需求特征、使用场景,巩固汽车产业的支柱作用,打造有中国特色的全产业链核心竞争力,提升中国汽车产业在全球范围内的影响力,在技术创新、商

业模式创新、产业生态创新等方面,为全球汽车产业转型发展提供“中国实践”,也为中国车企走向世界打好基础。

第三,落实低碳发展,进一步加快全产业链绿色转型。汽车产业的碳排放对加快推进碳达峰、碳中和,应对全球气候与环境变化至关重要。通过各方协同,共同研究行业碳足迹评价方法,推动碳排放数据的互通、互认与共享,持续推进新能源、清洁能源及低碳燃油车型发展,推进整条产业链的低碳化进程,共建绿色低碳的产业格局。