

## 车展观察：三大趋势、一大改变

## 从2021广州车展看2022中国车市



如约而至的2021广州车展，在疫情持续袭扰和各种心“荒”下，更显得难能可贵。1020辆展车、91场新闻发布会；靓丽的车模、明星的助阵……  
眼花缭乱中，我们看到的是趋势与改变。

趋势之一：  
消费需求定义智能电动时代

14.5% Vs 23.6%，这是去年广州车展和今年广州车展，新能源展车占全部展车比例的对比。另一组与之相关的数字，是今年1-10月国内新能源汽车市场渗透率与去年同期的对比——14.3% Vs 5.8%。由此不难看出，曾经的展车，已现实地转化为了商品车。

如果把时间维度再拉长一些，2017年，国内汽车市场产销规模达到近20年的巅峰时期，彼时新能源汽车全年累计总销量77.7万辆，渗透率不足3%。至2020年底，新能源汽车渗透率才艰难提升至近6%。这一数字的取得，是政府对新能源汽车超千亿元的补贴。但是在进入2021年后，补贴政策让位于了市场，消费者的自主且主动的选择，成为新能源汽车市场爆发的最大驱动力。

需求的变化，在于过去只是新能源车代名词的电动车的智能化水平的提高；而智能化水平的提高，反过来又契合了消费需求的变化。国家信息中心副主任徐长明在2021广州车展期间表示，先行的汽车科技公司（如特斯拉）用智能化“教育”了消费者。换言之，在90、00后消费者的眼中，汽车本就应该大屏+AI的组合。

过去业界常说，软件定义汽车、场景定义汽车，但这不过是看问题的角度不同，真正定义汽车的是需求。当2030年，90、00后的购车人群占比超过50%时，谁还能阻挡智能电动大潮的浩浩汤汤。

趋势之二：  
“科技平权”助自主品牌冲高

清华大学汽车产业与技术战略研究院院长赵福全教授曾说过，新能源汽车渗

透率不是简单的一条线渐进，从1%到5%很慢，但从15%到30%很快，这和技术成熟、消费心理、基础设施等都有关。

技术的成熟，不仅改变了消费心理，也让“科技平权”这一原本在互联网业经常被提及的概念，随着被打破的产业圈层而逐步为汽车业所用。在车展首日亮相的长城汽车旗下高端智能电动品牌沙龙，便旗帜鲜明的祭出了“科技平权”的大旗——包括四颗激光雷达在内的38枚传感器、800V+480Kw的超级快充，沙龙首款车型“机甲龙”已完全被高科技附体。

同日高呼“科技平权”的，还有发布了“山海平台”的哪吒汽车；而在车展前正式亮相的长安汽车旗下的高端智能品牌阿维塔，虽然并未直抒这一概念，但其CEO谭本宏在演讲时透露的信息表明，“科技平权”也是阿维塔参与竞争的内核。

将“科技平权”概念由互联网业导入汽车业的，正是刚刚正式入股哪吒汽车不久的360集团创始人、董事长周鸿祎。今年5月，在宣布与前者合作后，周鸿祎便迫不及待地抛出了“科技平权”——由于软件的边际成本趋向于零，使智能汽车能够在成本不变的情况下，依然给用户带来不逊于豪车的驾乘体验。从驾驶性能、乘坐空间、人车交互、使用成本、服务品质、智能安全等领域带给用户“科技平权”。

与过去十年间自主品牌试图以“性价比”为主要着力点的品牌冲高不同，“科技平权”似乎已成为车企们在新一轮产业革命中品牌再冲高的重要支点。

趋势之三：  
“喜新”的资本变得更为冷静

智能电动时代下的产业间的不断融合，让“科技平权”成为了包括新造车企业在内的自主品牌参与市场竞争的重要产品哲学。在这一过程中，传统汽车企业也

在加速向科技企业转型进化。而与之相伴的，是资本市场对汽车业估值体系的变化。

在2021广州车展开幕前一天，有某知名券商的研究员开列出一份重点关注的车企名单。稍加梳理，名单上的车企可以大致分为三类——以宝马为代表的与流通环节上市公司相关联的外资品牌，但占比极小；第二类是已经登陆二级市场的传统自主品牌，包括吉利、长城、比亚迪和广汽、长安；除此之外，第三类是拥有更大想象空间的“新企业”，其中既有小鹏汽车这样的造车“新贵”，也有岚图、飞凡、埃安和沙龙等由传统汽车企业集团内部孵化的新品牌，还有纵目科技等产业链新军。

资本“喜新厌旧”，由此可见一斑。

广汽埃安预计，明年一季度广汽埃安将完成员工持股，战投引进则有望于下半年开启，明年将全面完成混合所有制改革；飞凡汽车说，“未来不排除IPO”……虽然未被列入这家知名券商的调研对象，但在造车新势力威马首款轿车产品M7前，有威马内部人士透露，公司的D2轮融资已经完成，明年将冲刺港股；而刚刚获得“宁王”加持的哪吒汽车，也在车展开幕前再次传出赴港IPO的消息。

在经历了上一轮的资本造车狂潮后，新的窗口正在开启，但挥舞的“支票本”上写的是“冷静”，标的也变得更为清晰——有企业集团背书的新品牌，或更受青睐。

疫情、缺芯、缺电……

多种变量作用下的2021年车市的至暗时刻已经过去，广州琶洲展馆外木棉花在碧蓝的天空下开的正旺——这是2021、2022年交替时刻发生最大的改变。外部环境的持续向好、内部原生因子的综合驱动，我们有理由相信，2022年中国车市更值得期待。

(财联社)

LEXUS 雷克萨斯  
全新一代NX正式上市

本报讯(燕都融媒体记者 王宏)11月19日，LEXUS雷克萨斯全新一代NX于广州国际车展正式上市。作为承载LEXUS雷克萨斯新篇章的开篇之作，全新一代NX带来LEXUS雷克萨斯首款插电式混合动力车型，以全方位进化的产品价值和匠心打造的细腻质感，为用户带来豪华体验与情感关怀的双重满足。

此次，全新一代NX提供插电式混动、混合动力和汽油在内的3种动力选择，共10款车型，厂商建议零售价格区间为31.88万元至54.88万元。

LEXUS雷克萨斯中国副总经理陈忱在发布会上表示：“全新一代NX，最受瞩目的突破是带来了LEXUS雷克萨斯首款插电式混合动力车型，这标志着品牌向全方位电气化更进一步，以及我们实现碳中和的坚定决心。”

硬核越野新“利器”  
登陆广州车展

本报讯(燕都融媒体记者 王宏)11月20日，上汽大通MAXUS硬核越野“双子星”上汽·魔王、D90 Pro 亚马逊版联袂登陆广州车展，其中，D90 Pro 亚马逊版全面开启盲定，用户只需实付199元，即可享受5000元亚马逊版外观套件券、优先提车权、纪念金属铭牌以及MAXUS尊享定制越野礼盒，另外在新车上市时还能同享多重促销权益，让热爱提前圆满，开启人生新境界。

