

2021年,中国车企活力显著增强 新能源车强势增长



2021年,对中国汽车而言,是不平凡的一年。

即便面对让全球车企抓狂的“缺芯”、居高不下的原材料价格,以及新冠肺炎疫情等不利情况,中国汽车业依然走出了一条漂亮的上升线,展现出产业强大的发展韧性和内生动力。

在日前召开的“2022中国汽车市场发展预测峰会”上,中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长付炳锋表示,在“电动化、网联化、智能化”技术变革促进下,2021年,中国车企活力显著增强,市场消费需求继续呈现提质升级趋势,汽车产销总体依然保持了稳定增长,且不乏亮点。他预计,2021年全年我国汽车总销量将突破2600万辆。

新能源车强势增长

曾经,年销百万对新能源汽车行业来说还是个天文数字。仅仅过去几年,新能源汽车已稳稳地站在了数百万销量的基础上。

中国汽车工业协会发布的11月份汽车工业经济运行情况显示,2021年1月至11月,我国新能源汽车产销分别完成302.3万辆和299.0万辆,同比均增长1.7倍,市场渗透率为12.7%。

新能源汽车有多火爆,中汽协副秘书长陈士华总结说:“2021年车展上,各大车企发布的新车基本都是新能源汽车了。”

付炳锋表示,特别是2021年6月以来,新能源汽车月销量连续刷新历史纪录,渗透率不断提升。前11个月,新能源汽车累计产量突破300万辆,销量接近300万辆,预计2021年全年销量有望达到340万辆,同比增长1.6倍。他判断,新能源汽车市场进入爆发式增长新阶段,已由过去的以政策驱动为主转向了市场驱动。

投资额快速增长,也印证了市场对新能源汽车领域的持续看好。天眼查数据显示,我国2021年新增新能源汽车相关企业是2020年的2.4倍,相关领域融资总额超800亿元。同时,换电正成为新能源汽车厂商新的业务增长点,2021年相关企业新增3.9万家。

新能源车企的感受更为直接。比亚迪乘用车产业办公室主任熊甜波告诉记者,2021年从整个新能源汽车市场来看,有喜有忧。

喜的是,很多汽车主机厂都呈现需求旺盛、订单飞速增长的状态。以比亚迪为例,2021年订单需求量超百万辆。忧的是,以比亚迪为例,由于对需求的预测不够充分,导致产能准备不足,很多订单没办法及时交付。因为供应链跟不上,很多主机厂整个生产受到很大影响,没办法满足市场需求。

“2021年新能源汽车呈现出一轮强势增长的态势,并且在各细分市场均有较为良好的表现。”乘用车市场信息联席会秘书长崔东树预测,2022年将持续向好,新能源汽车有望成为中国领先于世界的良好发展机遇之一。

“走出去”步伐加快

2021年以来,随着海外市场需求逐步恢复,中国汽车品牌凭借日益提升的质量、技术和服务,在海外市场的出口量持续增长,“走出去”步伐明显加快。

中汽协发布的数据显示,2021年前11个月中国汽车累计出口量达179.3万辆,同比增长1.1倍。其中,11月出口量高达20万辆,同比增长59.1%。

多个中国汽车品牌出口量均大幅增长,今年1月至11月,上汽乘用车出口24.5万辆,已超过去年出口总销量;江汽集团累计出口6.8万辆,同比增长112.8%;奇瑞汽车累计出口237901辆,同比增长137.6%。

“出口是2021年很大的增长点。”陈士华分析说,一方面因为疫情,海外当地供应跟不上;另一方面中国汽车性价比确实很高,产品档次提升了。中国汽车品牌还实现了在更多海外市场的突破,在多个市场的排名不断上升。以吉利汽车为例,首批出海的几何C车型,在以色列上市当月累计订单就达到了2486辆;在菲律宾,吉利汽车月销量创下新纪录;在卡塔尔,吉利汽车的市场占有率排名进入到前十的位置。

陈士华介绍,现在中国新能源汽车出口到南美、东南亚、西亚、欧洲市场,而且出口到比利时、英国、德国等市场的新能源汽车数量还在快速增长。

营销接地气、精准匹配当地路况和使用需求,成为中国车企出海的一大特点。蔚来汽车创始人李斌在2022NIO Day上表示,2022年蔚来的产品与全球服务体系将在德国、荷兰、瑞典、丹麦正式落地。同时,蔚来计划到2025年,为超过25个国家和地区的用户提供服务。

小鹏汽车联合创始人、总裁夏珩在发布新车型小鹏G9时也对国际化策略进行阐释,“G9是我们第一款从设计之初就充分考虑到全球化的车型,这款车型的设计不只关注了全球各个市场的法规认证和环保等方面的问题,还在功能上考虑了很多海外用户的需求”。

付炳锋表示,得益于国际市场逐步恢复、国内供应能力稳定,以及新能源汽车出口爆发增长等多重利好因素,我国汽车出口延续了2020年四季度以来的增

长态势,连续数月刷新历史纪录,预计2021年全年出口有望超200万辆。

自主品牌逆势上扬

2021年以来,中国品牌汽车市场占有率一路走高,而此前的中国车市双雄——德系和日系品牌出现不同程度下降。

中汽协发布的数据显示,11月份,乘用车销售252.2万辆汽车,同比下滑9.1%。1月至11月销售乘用车1906万辆,同比增长7.1%。其中,1月至11月自主品牌市场占有率达44.1%,同比增长6.4个百分点,为史上最高的市场份额。

“中国品牌乘用车份额同比连续8个月保持增长。”付炳锋表示,在新能源和汽车出口“双驱动”拉动下,2021年中国品牌乘用车前11个月销售超过840万辆,占乘用车销售总量超过44%,回到历史高点。

宏观数据来自每一家车企的具体表现。在多重压力下,中国品牌汽车集体逆势而上,吉利、长城、长安、奇瑞、比亚迪均有上乘表现。

更值得注意的是,与此前靠低端圈市场的路线不同,如今的自主品牌尤其是新能源企业抓住我国消费升级的机遇,在高端领域加速迈进。

11月15日,由长安汽车、华为、宁德时代共同打造的高端智能电动汽车阿维塔正式亮相,定位中型纯电SUV;11月17日,长城汽车高端电动化品牌沙龙推出首款车型机甲龙,售价48.8万元,开启预订后的3.5个小时,101辆限量版宣布售罄;11月19日,北汽极狐阿尔法S华为HI量产版首次公开亮相……

崔东树认为,如今的汽车消费市场更多元化,消费者更青睐自主品牌新能源汽车。年轻人在新能源汽车消费者中占很大一部分,他们对自主品牌更加信任。随着消费人群重塑及消费升级带来的影响,自主品牌有望借机摆脱以往的低端化形象。

不可否认的是,借助新能源汽车的先发优势,中国汽车产业不再是被甩在后面的追赶者,部分企业已经成为全球新能源汽车领域的领跑者之一。中国汽车工业高质量发展的格局正在加速形成,中国汽车产业正在迎来一个崭新的大发展时代。

(刘瑾)

召回快讯



大众、奥迪两品牌 召回37108辆进口车

近日,国家市场监督管理总局缺陷产品管理中心发布公告显示,大众汽车(中国)销售有限公司、一汽-大众汽车有限公司计划召回37108辆进口车,其中大众和奥迪品牌分别召回30639辆和6469辆。

大众汽车召回 进口甲壳虫、尚酷、高尔夫、夏朗、途威及蔚揽

2022年2月28日起,大众汽车(中国)销售有限公司召回2015年6月1日至2019年7月16日期间生产的部分2015-2019年款进口甲壳虫、尚酷、高尔夫、夏朗、途威及蔚揽系列汽车,共计30639辆;2022年2月28日起,一汽-大众汽车有限公司召回2015年6月18日至2018年1月27日期间生产的部分2015-2018年款进口奥迪A1系列汽车,共计6455辆。

上述召回范围内的车辆搭载了特定时间内生产的1.2TSI及1.4TSI发动机,由于在生产过程中的制造偏差,油轨螺栓可能存在拧紧力矩不足的情况,导致在车辆使用过程中发生螺栓松动。极端情况下喷油嘴的密封可能被破坏,引起燃油泄漏,不能排除起火风险,存在安全隐患。

大众汽车(中国)销售有限公司及一汽-大众汽车有限公司将委托授权经销商,为召回范围内的车辆免费更换发动机油轨螺栓并按照新的紧固方法拧紧螺栓,以消除安全隐患。

公告提醒,用户如果在使用车辆期间注意到异常燃油气味,应尽快联系授权经销商进行检查。

一汽-大众召回 进口奥迪A6 Avant、A7

2021年12月24日起,一汽-大众汽车有限公司扩大召回生产日期在2020年9月25日至2021年5月18日期间的部分进口奥迪A6 Avant、A7汽车,共计14辆。

本次召回范围内的车辆由于发动机和变速箱控制单元的软件配合问题,在较低车速下车辆从一档换到二档时,如果此时驾驶员突然改变驾驶意图松开油门踏板,“发动机失速保护机制”在换挡过程中会被触发,从而导致发动机输出扭矩增大、发动机转速稍微提高,可能出现1-2秒内车速突然升高3-5km/h的情况,增加发生事故的可能性,存在安全隐患。

一汽-大众汽车有限公司将委托奥迪授权经销商,为召回范围内车辆免费升级发动机控制单元和变速箱控制单元软件,以消除安全隐患。

本次召回属于2021年10月19日发布的《一汽-大众汽车有限公司召回部分进口和国产奥迪汽车》召回活动的扩大召回。扩大召回原因为:通过进一步产品调查,发现本次召回范围内的车辆存在相同的安全隐患。

