

汽车周刊



新民网汽车频道
http://auto.xinmin.cn

本报专刊部主编 | 总第884期 | 2021年9月1日 星期三 本版编辑:张云 视觉设计:竹建英 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

2021中国车市的变量和格局

今年以来,中国汽车产业显现诸多新的变化趋势。随着“新四化”的推进,不仅汽车动力源发生了从燃油到电能的变化,而且汽车正从出行工具变为智能移动终端。百年汽车工业“破与立”的最大变量正在发生,并颠覆市场格局。

汽车定义之变

今年以来,“新造车VS传统车企”答案初显,传统车企已难以继续定义汽车,新造车势力正在抢夺话语权。最亮眼的是特斯拉及蔚小理等新势力公司,其营收增长幅度遥遥领先,市值飙升。与传统汽车通过硬件研发与固定资产投入的模式不同,新势力公司更多的是通过软件和互联网技术来重新定义汽车,把汽车工业从传统制造业升级为高新技术产业,自动驾驶技术全面领先传统汽车公司。传统车企中不乏积极应对的参与者,福特与大众最为激进,宝马、保时捷也在更高端的市场进行应对。也正是它们的存在,让新旧之争仍然保有悬念。而那些保守的、心猿意马的、无能为力传统车企,将失去竞争价值。

合资股比之变

按照我国汽车行业合资股比开放时间表,2021年将是合资股比完全放开过渡期的最后一年,2022年将完全取消股比限制。合资股比放开将产生四大影响:一是市场竞争加剧。由外方控股的合资公司运营效率上升,成本降低,公司数量也可能有所增加,对消费者来说将有更多选择和更低成本支出。二是推动维持50:50股比合资公司进行内部深刻的改造,降低企业成本、提高运营效率,改善业务模式。三是本土职业经理人将会有更多的机会,外资公司逐步向中国职业经理人放关键岗位,培育中国本土化的高级人才。四是外资供应商将更大量地进场,本土零部件供应商将面临严峻考验。

技术趋势之变

今年1-7月,新能源汽车市占率突破10%的临界点,比多数人意料的要早得多。中高端市场已确立明确的技术趋势性改变。一是传统豪华品牌燃油车,尽管仍在有序迭代,

但从趋势上已不再掌握主动,将不得不避开智能电驱产品的优势市场,进一步向中低线城市下沉。二是线合品牌的高端系列,在接下来的市场中几乎可以被忽略,除非在一些特定细分市场做局部王者。三是头部自主车企的高端系列已在市场上形成突破,大大提振车企信心。发生在中高端市场的这场战役将决定下一步的技术趋势,尤其在智能化、自动驾驶、在线服务等方面,竞争日趋白热化。

消费主体之变

在节能、安全、智能、互联等技术的创新融合推动汽车产业快速升级的今天,90后年轻人在国内汽车消费市场占比已高达52%,对汽车厂商而言,想要提升市场业绩,就不得不去迎合年轻人的喜好。J.D. Power日前发布的2021年中国汽车产品魅力指数显示,受成长环境影响,90后对汽车产品魅力的要求会比其他年龄群体更高,以性能和操控著称的品牌将毫无疑问受到追捧。这就要求汽车厂商将90后甚至更加年轻的00后群体的前瞻性需求

及早引入产品规划和开发过程中,将产品改善重点从生产中后端向开发前端转移,推出满足消费者需求的产品。得年轻人者得天下,已成为时下国内汽车市场的真实写照。

“入门”需求之变

入门级市场依然是一个巨大的宝藏,不仅要消费者买得起,更要满足用户日益增长的消费需求。在目前乘用车市场3万-4万元以下产品殆尽情况下,仅2.88万-3.88万元的五菱宏光MINI EV上市一年销售超31万辆,是其他电动产品望尘莫及的。反过来说,为什么同样价格相对低廉的入门级长安奔奔EV、比亚迪e1却没能成为爆款?接近价格的A0级和A00级燃油车为何市场份额急剧萎缩?原因是这些车只是在老产品外壳下更换动力总成,缺乏用户体验的新奇感。而五菱汽车再次展现精准市场洞察与产品定义能力,不仅将成本做低,还满足用户需求,可谓做到了极致。这证明“入门”级电动车也存在升级换代需求,同样需要造型更酷、品质更好的车型。 雍君

8月24日,坊间早有传闻的一汽马自达、长安马自达合并案有了官宣:两马合一,长安马自达将是马自达在华唯一合资企业。对于马自达在华发展的窘境,合并后的长马就能一解决吗?

在业界印象中,马自达有自身的亮点:车型外观颜值不低,魂动红是其他品牌复制不了的美艳,终端价格的坚挺也让不少车主觉得物有所值。但这无法掩饰其“理工男”的本性——埋头苦研转子发动机,完全不搭理外界涡轮增压发动机的风靡,智能化、电动化的反应也是慢好几拍。

目前,在售车型上,一汽马自达旗下仅有三款,长安马自达则为四款,两家上半年总销量不到10万台。不得不说,在售车型少是根本无法谈及走量的,换而言之,转子发动机不但没有带来商业利益最大化,更没有提升品牌形象。小众化、边缘化的现状与窘境,也只能从马自达自身去寻找原因了。

有消息称,合并后的长马将整合资源,推出首款纯电动车型MX-30EV,但仅256公里的单次续航里程又让人难以看好其前景。马自达之前还表示,预计到2025年将推出13款电动化车辆,到2030年旗下所有车型都将实现不同程度的电动化,其中纯电动车型将会占到新车销量的四分之一。只是,纵观国内外主流车企和中国造车新势力们2025年动辄百万的新能源车销量目标,在电动化方向飞速发展的中国汽车市场,马自达的窘境恐怕是“涛声依旧”。 白诚

双马合一难解马自达中国困局

全新奔驰长轴C越级拓展新豪华

全新国产奔驰长轴距C级车上周焕新上市,4款车型零售价为32.52万-36.92万元。新车以化繁为简的弧线曲面与数字豪华的前卫质感,焕发出“新豪华主义2.0”的运动美学气质。全系标配的12.3英寸数字仪表盘与11.9英寸高清中央触控屏等超强配置,结合第二代MBUX智能人机交互系统所搭载的40款生活应用,将座舱进化成智慧出行终端;包括专属设计、后排升级、驾乘调校等20项中国豪华增配,全面助力全新长轴距C级车开创“中国制造,专属中国”的豪华舒适。

新车相比上一代车型轴距加长34毫米,提升至2954毫米,并同样采用轿车与运动轿车“双前脸”设计。其中,运动轿车首次采用奔驰全新设计的由240颗星徽点缀的“夜幕星河”格栅。全新长轴距C级车搭载了奔驰最新集成化与模块化的直列四缸发动机,采用集成式启动发电机电机技术,带来启动静、加速顺和油耗省“三位一体”的驾驭体验。全新发动机拥有两种动力输

出,C 200L最大输出功率为125+15千瓦,最大输出扭矩为250+200牛米;C 260L最大输出功率为150+15千瓦,最大输出扭矩为300+200牛米,百公里加速仅为7.7秒。 捷升



广丰赛那三城联动首发年底上市



广汽丰田全新MPV赛那SIENNA近日在上海、深圳、成都三城同步首发,并亮相成都车展。赛那定位“丰田全球旗舰MPV”,计划于年底上市。

广汽丰田此番导入的赛那,是最新的第四代车型,糅合了TNGA家族车型不同以往的高级、时尚基因,搭载丰田HEV双擎混动系统。从内外饰设计

与做工,到科技实力,再到安全性能,赛那都代表了丰田最新最高水平。赛那以超越对手的超大外形尺寸,打破传统MPV“让每一个座位上的乘客都拥有充足自由的舒展空间”。多项为中国市场量身定制的豪华舒适性装备,带来媲美豪华车的享受。2.5L全新第四代增强版THS II丰田混合动力系统,以强劲、平顺、静谧的表现,带来前所未有的MPV驾控体验。最新版本的Toyota Safety Sense智行安全,提供了安心、便捷的智能驾驶辅助功能。 宝龙



第二代传祺GS8外内大换血

广汽传祺近日举办了全新第二代GS8技术品鉴会。全新第二代GS8基于GPMA广汽全球平台模块化架构打造,从外到内彻底换血,有了大幅度的产品力升级。突出的空间、高阶动力、2920mm的轴距水平以及峰值扭矩400牛米的2.0T动力和最新的丰田THS混动,在同级别中十分亮眼。

全新第二代GS8诞生于GPMA架构下的L平台,整车格局更加大而威猛,形成了更为豪华霸气、稳健舒展的比例姿态和更充实的体量。未来广汽传祺其他旗舰车型也将诞生于该平台。

相比上一代GS8,全新第二代GS8驾乘舒适性整体提升24%、转向响应提升28.3%、制动系统刚度提升30%、制动效能提升5%、四驱系统响应时间提升25%,操控性能也实现代际提升。

全新第二代传祺GS8还新增了混动版车型,将搭载2.0TM+丰田第四代THS混合动力系统。燃油版基于“钜浪动力”平台,搭载了高性能的2.0T发动机,峰值扭矩达到400牛米,匹配爱信最新一代8AT,整套动力总成全面升级。 江美

前七月我国汽车消费总体回稳向好

商务部官网日前发布消息,商务部消费促进司负责人谈今年前七个月我国汽车消费情况时表示,今年1-7月,汽车消费总体保持回稳向好态势,二手车交易量、报废机动车回收量大幅增长;新能源汽车销量创历史新高。具体来看,今年1-7月,零售终端

新车销量1548.8万辆,同比增长25.9%;新能源汽车销量已超2020年全年水平,达到147.8万辆;二手车交易量为989.3万辆,同比增长46.0%;报废机动车回收量156.7万辆,同比增长37.8%。另据国家统计局数据,2021年7月,中国规模以上工业增加值同比

实际增长6.4%,其中,汽车制造业增加值同比下降8.5%,1-7月汽车制造业增加值同比增长16.7%。

7月份,612种产品中有333种产品产量同比增长。汽车185.3万辆,下降15.8%,其中新能源汽车28.9万辆,增长162.7%。 李永钧