

汽车周刊



新民网汽车频道
http://auto.xinmin.cn

本报专刊部主编 | 总第901期 | 2022年1月5日 星期三 本版编辑:张云 视觉设计:窦云阳 编辑邮箱:xm qc@xmwb.com.cn

盘点2021十大汽车关键词

2021年中国车市跌宕起伏,忧喜交加。盘点这一年汽车圈所经历的关键热词,对于迎接2022年新征程,不无裨益。

●“芯荒”——前年底开始的全球缺芯危机,去年愈演愈烈,叠加新冠疫情余震未散,带来一系列连锁反应,车企产销两端受限,令整个汽车行业面临巨大压力。“缺芯”困境致使2021年中国车市存在130万-140万辆的减量,“芯荒”在短期内依然存在,或将持续到2022年下半年。

●“前高后低”——2021年车市一季度大幅增长缘于上年同期基数过低;从二季度开始,原材料价格大幅上涨及零部件供应紧张,令市场持续走低。三季度降幅进一步扩大,连续4个月降幅维持在两位数;进入四季度,随着供应紧张有所缓解,市场呈现一定回暖迹象。

●“低碳化”——在“低碳化”目标下,2021年新能源汽车“高烧不退”

一路高歌猛进,从年初仅5%的渗透率,到11月突破20%。前11个月产销已超300万辆,同比增长16倍。新能源汽车增长,已由过去的政策驱动为主转向了市场驱动。

●“品牌向上”——2021年,中国品牌作为整体掀起一波又一波冲高热潮,逐步完成市场触角上探。智己、岚图、阿维塔、沙龙等从传统车企中孵化出来的新品牌,摆脱“低端”的固有形象,价格基本都在30万元以上。未来这波冲高浪潮还将继续推进。

●“豪华车”——2021年,豪车市场依旧充满活力,份额稳步上升,前11月高于乘用车增速12.4个百分点。随着居民收入水平提高及消费者对品牌、品质、服务等汽车附加属性更加关注,消费结构越来越显著地体现出往高端化发展的特征。

●“跨界造车”——2021年,从互联网企业领域的小米、百度、腾讯、

360、华为,到传统家电领域的格力、海尔、创维,或合资造车,或资源技术支持,或携手研发,纷纷渴望圆一把“造车梦”。在“软件定义汽车”的新一轮赛道下,造车门槛已变,跨界造车将让未来汽车战场充满更多变数。

●“增收不增利”——2021年国内一些车企陷入“增收不增利”怪圈。比亚迪、长城汽车在销量节节攀升的同时,净利润却不升反降。北汽蓝谷、小康股份在资本市场中具有相当高的热度,但同样也是增收不增利。目前,汽车行业的平均利润率为4.9%,已经低于下游行业的平均利润率。

●“出口”——中国汽车整车出口在2021年迎来转机,1-11月出口数量及金额翻倍增长。因疫情及芯片短缺等影响,海外汽车生产商的供应能力出现下滑,而我国疫情控制较好,整车及零部件产业链生产能

力快速恢复,有能力弥补海外汽车市场产品供应的缺口。

●“马太效应”——2021年缺芯叠加疫情加剧国内车市分化,头部车企表现出顽强生命力。如豪华品牌的BBA,中国品牌的长安、吉利,合资品牌的一汽大众、日系丰田等均成为车市危机中的中流砥柱。而一些缺乏核心技术的边缘车企,如宝沃、猎豹、领途、青年汽车等宣布破产重组,成为“强者恒强,弱者恒弱”的真实写照。

●“能耗双控”——2021年下半年,“能耗双控”密集推开,波及汽车产业链。尤其是电动车市场冲击明显,不少加工厂因限电而停产、限产。各类原材料及磷酸铁锂电池价格大幅上涨,致使成本上升,影响正常生产,导致订单交付延迟或取消。但从长远看,“能耗双控”对汽车行业并非坏事,将倒逼技术爆发和科技迭代,促进能耗减排。 雍君

不造车的华为很努力

华为一直不承认自己造车,即便在它的冬季旗舰产品发布会上,AITO问界M5车压轴亮相,产品讲解时间远超其他所有旗舰产品。

AITO品牌是华为与赛力斯联合推出的全新高端品牌,问界M5是此品牌的首款车。值得注意的是,华为承包了问界M5的前期规划、设计,以及营销,与此同时,它还切入了问界M5电驱系统、悬架、智能座舱、音箱、屏幕等核心零部件的主导研发,用的零部件也来自华为,——活脱脱是一款由小康赛力斯代工的华为车。

但华为还是极力回避造车说,一方面是怕打自己的脸,毕竟2018年开始,任正非就开始强调华为“不造车”的长期战略,甚至去年5月还特意刊发不造车声明。另一方面,是华为想树立自身“赋能汽车产业的增量供应商”的形象,不提造车反而更利其生态的打造。在华为的战略规划中,汽车是重要的终端产品,是鸿蒙系统需要迅速占领的高地。简单来说,“躯体”并非华为重点,“灵魂”才是它的野心所在,华为之意不在成为智能时代的博世,而是想成为一个开放的基础平台,并打造一个完整的生态。对此,华为为智能汽车BU的投资已由每年的5亿美元提升到10亿美元。值得思量的是,在数字转型时代,一线汽车企业有实力固守“躯体”和“灵魂”,那么,二、三线汽车企业是否愿意将“灵魂”的研发托付给第三方呢?

另一个值得关注的问题是,此次推出的问界M5,除了所谓的“与百万豪车媲美”的口号,其他技术似乎并没有亮点。华为之前参与的北汽极狐阿尔法S,去年4月份起售,到目前销量仅是2200台,同期在华为渠道售卖的赛力斯SF5,销量至今才7000台。与此同时,以理想、小鹏、蔚来、哪吒等为代表的造车新势力们,单月销量已经破万。全新AITO品牌五年内问鼎全球新能源汽车品牌前三的目标已经确立,那么,我们还是静待华为未来的剧变吧,兴许它真的不是门外汉。 白诚

全球规模最大奥迪进取汇落户上汽

新年第一天,倚靠于上汽总部大楼的全球规模最大的奥迪进取汇(House of Progress)揭幕,一场交织着科技、艺术、人文的品牌盛宴在此展开。当晚,上汽奥迪豪华旗舰车型全新奥迪A7L 55TFSI正式交付,全新奥迪A7L 45TFSI开启预售,售价45.97万-50.77万元。代表奥迪对未来高端出行思考的概念车奥迪skysphere和grandsphere也同步亮相。

奥迪进取汇是上汽奥迪的品牌旗舰店,也是奥迪品牌在中国的唯一一座“进取汇”。当晚,上汽奥迪向来自全国的10位奥迪A7L 55TFSI车主代表,完成车辆交付。同时,全新奥迪A7L 45TFSI车型迎来首秀,并正式启动预订。新车搭载了180kW高功率发动机,同时标配包括5G/V2X技术、高清矩阵式LED大灯带动态转向灯、定速巡航系统、奥迪虚拟座舱增强版、前排运动座椅、无框车门等十五项装备。 余音



全新smart精灵#1概念车全球路演中国站日前在沪开启。作为纯电汽车科技品牌smart全面焕新后的首次全方位展示,此次路演向广大车迷呈现了smart品牌兼具新奢风范与明日科技的无限魅力。概念车以新奢风尚融合明日科技,揭示了全新一代smart纯电汽车的进化方向。新smart量产车型将于今年上市。 捷升



沃尔沃品牌上海体验中心近日开业。坐落于淮海路黄金地标iapm一楼的街面展厅此次全面焕新升级,拓展功能性和体验形式,展现纯电低碳的北欧生活方式,成为全球功能最全面的沃尔沃品牌体验中心之一。同时,运动美学纯电SUV沃尔沃C40 RECHARGE也在开业现场迎来了城市展厅首秀。 宝龙

纯电动车成为沪上香饽饽

“去年前11月,沪上新注册登记的沪牌汽车56.72万辆,同比增长17.63%。其中,新能源乘用车21.21万辆,增长159.4%。”这是上海市经济信息中心汽车产业研究室日前发布的《全市汽车保有量统计报表》(简称“报表”)披露的信息。“报表”显示,新注册登记的沪牌新能源乘用车,主要集中在国产车上,其中,轿车9.96万辆,同比增长100.9%;SUV/10.52万辆,增长290.2%。进口新能源小客车仅3406辆,下降4.8%。

市场拉动生产。去年前11月沪上汽车产量和工业总产值业绩,均优于全国同行。去年前11月汽车产量249.36万辆,同比增长4.9%,高过全国1.4个百分点。其中,新能源车产量54.68万辆,增长1.7倍。去年前11月汽车工业总产值6740.66亿元,增长20.4%,高出全国水平10个百分点。 川页

广本奥德赛全系增配焕新进阶上市

中国市场高端家用MPV明星车型,广汽本田全新奥德赛年前焕新上市大幅增配,全系标配第三代i-MMD混动系统、前后LED大灯、全车双层隔音玻璃、SBW按键式电子换挡等,为高端家庭出行注入新价值。新车共5个版本,售价23.58万-32.88万元,另有2款订单式销售的福祉车。

采用全新设计理念的奥德赛拥有大气时尚豪华的视觉美感,新车定位于“高质感多享MPV”,在承袭原有家用MPV价值的基础上实力进化,不仅带来全新外观内饰设计,更搭载了最新的Honda智导互联系统,提供全新智能体验价值。同时,新车配备了功能更丰



富的Honda安全超感系统,装备了按键式电子换挡等一系列智能科技配置。

同时,全新奥德赛沿用Honda第三代i-MMD双电机混动系统,驱动电机

最大扭矩达到315Nm,搭配2.0L阿特金森循环发动机,系统综合最大输出功率达到158kW,WLTC综合工况油耗低至5.88L/100km。 雨林