

汽车周刊



本报专刊部主编 | 总第917期 | 2022年8月24日 星期三 本版编辑:张云 视觉设计:窦云阳 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

“新四化”大潮中的车市变局

重点车企对行业发展举足轻重

财富杂志近日发布最新世界500强排行榜。全球有24家车企(集团)上榜,大众汽车以2958.20亿美元的营业总收入位列500强第8名,坐上整车汽车业第一把交椅。中国8家汽车整车企业(集团)跻身“世界500强”,包括上汽、一汽、东风、广汽、北汽、长安、比亚迪和吉利。

同时,中汽协日前发布的《汽车工业产销快讯》称,重点车企(集团)业绩,对行业的发展不可小觑,对行业的贡献举足轻重。

上半年,我国汽车制造业完成营业收入40892.8亿元,16家重点车企(集团)的营收是18708.2亿元,其营收占到全行业营业总收入的45.7%;全行业实现利润总额2129.0亿元,重点车企(集团)的利润1409.7亿元,占全行业利润总额的66.2%。全行业营收利润率5.2%,而重点车企(集团)的利润率7.5%。

8家世界500强重点车企(集团),也是我国16家重点车企(集团)的营收前8位。其中,比亚迪、长安、广汽、上汽和北汽5家实现盈利正增长,一汽和东风2家盈利有所下降,仅有吉利由盈转亏。

从决定上半年利润的重点车企(集团)几个主要经济指标看,营收同比下降9.5%,较前5月收窄10.2个百分点;销售、管理及财务等费用加总累计值为1035.3亿元,降幅高达22.1%;而研发费用累计418.2亿元,同比基本持平;投资收益累计504.1亿元,同比虽下降13%,但降幅较前5月大幅收窄38.1个百分点。

重点车企(集团)上半年经济效益综合指数为548点,低于上年同期28.3点。从经济效益指数的构成看,成本费用利润率略高于上年同期,总资产贡献率、流动资产周转率、工业产品销售率、资产保值增值率、全员劳动生产率等,均遗憾地低于上年同期。

世界500强中,汽车企业及其排名演变,是我们了解全球汽车业最新发展趋势的一面镜子,可借此深入了解中国和世界汽车大公司竞争趋势、优劣势和潜在的差距。通用汽车营收1270.04亿美元,位居500强的64位,与上汽集团仅有4位之差;但两者的盈利能力有天壤之别。通用汽车利润100.19亿美元,上汽与之相差62.16亿美元。吉利和特斯拉在500强中分列229位、242位,其营收分别为558.60亿美元、538.23亿美元,但特斯拉利润55.19亿美元,吉利利润仅14.71亿美元。

张伯顺

重塑汽车供应链

在新四化的冲击下,汽车供应链越来越像一张跨界、融合的产业网向多元业务转变。随着芯片对于汽车的重要性在大幅提升,各大车企押注芯片领域的势头越来越明显,或投资各大芯片厂商,或与各大芯片厂商达成深度合作。截至目前,已有吉利、北汽、上汽、一汽、广汽、长安、通用汽车、大众集团、等国内外车企与芯片厂商建立了战略合作关系。

近年来,华为、地平线等一批国内芯片公司已经有了较好的基础,而且对车企的需求反应速度快、与车企互动的能力强等特点,可以很好的支持国产智能汽车持续快速创新的节奏。目前中国企业芯片迭代进步的速度大约是国外企业的2-3倍。未来传统零部件体系的70%以上面临重构,软件将成为未来汽车的基础与核心竞争力。

雍君

和智能化方面狠下功夫,有效利用庞大的基盘用户资源,合资品牌电动化或将迎来爆发式增长。

“新势力”异军突起

造车新势力刚登场时,质疑不断。如今,造车新势力已成为传统车企的颠覆力量。特斯拉国产后引发“鲑鱼效应”,以“蔚小理”为代表的中国新势力,仅用几年就成长为中高端电动车市场的主力军。今年上半年造车新势力批发销量累计为62.3万辆,累计同比增长83.4%,在国内汽车整体市场中的份额占比为5.2%,比上年同期提升2.5个百分点。而值得关注的是,造车新势力企业在新能源整体市场中的占比则达到了24.0%。

当下新势力车企在数量、规模上扩展较快,具有较强竞争力。其经营者在经营方式、技术研发乃至发展思路富于活力,敢于创新。在下半年新能源汽车市场的竞争中,随着更多重磅产品入场,造车新势力的产品线将进一步完善。

和智能化方面狠下功夫,有效利用庞大的基盘用户资源,合资品牌电动化或将迎来爆发式增长。

“自主”走向主舞台

随着智能电动化时代的来临,以三电系统为中心的电动化核心技术开始为中国自主品牌所掌握,让中国企业从后台走到舞台的中央。比亚迪、广汽埃安、长城欧拉、上汽通用五菱等品牌,在电动车市场占据优势。其中比亚迪力压特斯拉夺下全球电动市场销量冠军。占得先机的自主品牌新能源车渗透率甚至已经超过50%。在乘用车市场,中国品牌今年上半年市场份额增至47.2%。借助新能源汽车销量的持续爆发,今年中国品牌市场份额有望突破50%。

未来5年是中国车企绝佳的超车窗口期,预计比亚迪、长城、吉利等在混动技术上实现突破的自主车企,有望借“碳中和”的东风实现份额逆袭,助力自主品牌市场

近年来,随着汽车“新四化”大潮袭来,中国汽车业正在经历百年未有的变局,新的市场格局与产业供应链重塑之路正在开启。

“合资”沦为落伍者

这几年,合资品牌正在从燃油车市场的“领先者”变成电动车市场的“落伍者”。今年上半年,合资品牌新能源产品大幅落后,国内零售渗透率不足5%。1-6月新能源乘用车厂商零售销量排名中,一汽-大众、上汽大众分别排在第14、15名,合计销量不到8万辆,还不到比亚迪一个月的销量。合资车企电动化转型似乎陷入一个怪圈:燃油车市场做得越大,转型速度越慢。

合资品牌尽快实现战略转移刻不容缓。现在面临的一大难题是:如何将燃油车用户有效转化成电动车客户?如果能从根本上解决设计“历史包袱”、“燃油车品牌”标签这两大问题,同时在造型设计

名爵黑标首款车型MG7全球首秀

上汽乘用车日前正式发布了MG黑标。同日,MG黑标首款车型MG7全球首秀。新车诠释了极致型格、极致性能、极致体验三大极致内涵,采用优雅先锋主义设计理念,以一眼着迷的高级感、动力操控兼备的性能和越级配置为未来黑标车主带来一款

“至美顶格轿跑”。作为黑标旗舰产品,MG7采用纯正跑车感前脸构形,配合科技感的全新数字猎瞳大灯和豹爪般的矩阵格栅,从细节处展现先锋设计追求;优雅的俯冲车头形态,流畅的顶部曲线与后肩线完美呼应,展现充满力量的狩猎姿态;

无框车门、三段式主动电动尾翼,将力量以优雅的形式展现出来。性能方面,MG7搭载上汽全新一代2.0T+9AT动力组合,最大功率192kW,最大扭矩405Nm,百公里加速仅为6.5秒,百公里油耗低至6.2L。车内采用同级最强33英寸一体式显示屏;Dinamica内饰材质和Silk Nappa真皮拼接,营造出绵密精致的豪华感受;BOSE音响系统带来剧院级美妙的音效享受。值得一提的是,MG7还搭载了同级最强的8155旗舰级车规芯片、同级唯一AR-HUD实景显示等越级科技。

余音



BMW数字创新媒体见面会日前抵沪,年初在北美CES展上惊艳亮相的世界首台变色概念车BMW iX Flow来到上海。通过“电子墨水”技术,BMW iX Flow能够实现车身一键变色,带来令人惊叹的视觉效果。作为宝马不断探索创新的例证,该变色概念车将个性化提升到前所未有的高度。车身上的一层特殊薄膜,蕴藏着宝马创新的“科技魔法”——电子墨水技术。BMW iX Flow开创式地将平面的“电子墨水”技术应用于三维立体的汽车车身,充分满足了用户的个性化表达。

雨林



无电可充的困惑

近期,由于持续极端高温,四川、重庆等地拉闸限电、让电子于民,很快就传出了特斯拉、蔚来、小鹏等新能源车企业的公共充电桩被停用或限时使用的消息。有车主半夜12点连找三个充电桩才充上电,无电可充让不少纯电车车主有了新的补能焦虑。有车主甚至表示,“不是在充电,就是在找充电桩的路上。”生活完全被打乱。

那么,充电桩到底属于哪个范畴,民生用电还是非民生,该不该被停用或被限时使用?

买燃油车还是买新能源车,很多消费者都纠结于补能上。近几年来,解决续航焦虑是国家电网和各大新能源车企努力的方向,扩大电池容量、安装超级充电桩、换电、打通充电网络等各种方式齐下,确实有所成效。今年以来,新能源车市场加速发展,截至6月底,全国纯电动汽车保有量810.4万辆,占新能源汽车总量的80.93%。如果加上免征新能源汽车购置税政策延长至2023年底的刺激作用,可以肯定,新能源车市场的增速还将继续。从这个角度来看,公共充电桩对普通消费者的出行乃至生活,有着很大的影响。

再者,早在去年8月,乘联会就表示,当时电动车充电仅占用0.2%的电力,对于全国电力系统并没有明显影响。在未来,即使电动车的保有量从如今的600万增长到6000万,对电力结构构成的威胁也低于2%,属于低风险。但现实就是公共充电桩无电可充。纯电车型主打绿色出行、零排放、零污染、拯救地球等环保理念,车主最后却因为高温限电而无法充电出行,这实在是一个无解的困惑。

白诚

豪华纯电版荣威iMAX8起航

中国荣威重磅推出的“纯电豪华MPV”荣威iMAX8 EV近日上市,5款配置综合补贴后售价为25.98万-35.98万元。厂家提供大象灰和金棕色两款内饰颜色。

荣威iMAX8 EV采用龙鳞黑钻前脸造型,以矩阵渐变的方式呈现,纵横排列,演绎数字律动美学。新车长5016mm,宽1909mm,高1796mm。恰到好处的车身尺

寸,不仅营造出宽敞开阔的车内空间,也确保了泊车的便利性。人性化的2-2-3座椅布局设计,结合宽至235mm的中央通道,方便第三排乘客轻松进出。

新车搭载的上汽全新一代智能高效电驱系统,90kW·h超大容量魔方电池,可提供高达570km的续航里程,且电量从30%-80%仅需30分钟的快充时间。

林夏

