

汽车周刊 · 专题

汽车业首季成绩单: 增值贡献“挑大梁”

国家统计局2024年《一季度国民经济运行情况》日前出炉。首季我国实现生产总值(GDP)296299亿元,同比增长5.3%,增速较上个季度加快0.1个百分点,经济运行实现良好开局。

国家统计局副局长盛来运评价:一季度GDP增长“主要是工业回升和服务业向好共同带动”,“工业增长6%,对GDP增长的贡献率为37.3%,拉动近2个百分点的GDP增长”。

发挥“挑大梁”作用

首季制造业(总体)增加值同比增长6.4%,增速较上个季度提高1.1个百分点,对经济增长的贡献率41.6%。其中,汽车制造业保持回升向好态势,首季增加值同比增长9.7%,较制造业和全部规模以上工业平均水平,分别高出3.0、3.6个百分点;首季汽车产量663.1万辆,同比增长5.3%,较前2个月增加0.9个百分点,其中,3月份日均产量9万辆,增长6.5%。

工信部副部长单忠德表示,首季汽车和电子等37个行业增加值同比保持增长,增长面较去年扩大22个百分点,拉动规模以上工业增长2.4个百分点。与汽车密切相关的智能车载设备制造行业,全国增加值同比高增61.5%。在工业大

省、工业大市,汽车业更是发挥“挑大梁”作用,苏鲁浙闽鄂等工业大省增速高于全国平均水平,深圳苏州合肥南通台州和东莞等工业大市实现两位数增长。

企业效益和社会效益继续改善,首季前2个月汽车企业完成营业收入13714.5亿元,同比增长8.1%;实现利润总额586.9亿元,高涨50.1%。在全国税收同比普遍下降的背景下,车辆购置税收入516亿元,大幅增长29.8%。

市场预期向好,企业信心稳中提升。汽车制造业首季投资同比增长7.4%,较前2个月增加0.4个百分点,比全国固定资产投资(不含农户)高

出5.4个百分点。

新能源车持续迸发

随着新质生产力加快推进,汽车产业结构和需求结构积极改善,新能源车向新而行,助中国汽车向上生长、向好突破力量持续迸发。首季新能源汽车生产207.6万辆,增长29.2%,产量占汽车(总体)的三成一,增速较汽车(总体)高出23.9个百分点,同比增加4个百分点。新能源汽车带动充电桩和汽车用锂离子动力电池生产,两者产量分别增长41.7%、8.6%。

向新能源汽车内销和出口两个市场双向赋能成效显著。首季新能

源汽车国内销量178.3万辆,同比增长33.3%,其中3月份88.3万辆,增长35.3%,市场渗透率32.8%;出口30.7万辆,增长23.8%,高过全国货物贸易和机电产品出口平均水平18.9、17.0个百分点,保持着“质升量稳”的外贸态势。

竞争惨烈“内卷”继续

“内卷”频发,竞争惨烈,负面影响亦有显现。开年首季,燃油小汽车和新能源小汽车零售价格(CPI)均下降6.0%,合计影响CPI下降约0.20个百分点,也影响到汽车出厂价格(PPI)同比下降1.5%。其中,新能源车整车制造出厂价格(PPI)下

降5.0%。在首季社消商品零售同比平均增长4.7%的市场环境下,汽车类商品零售额11163亿元,增长3.8%,增速既低于2023全年2.1个百分点,也低于同期社消零售0.9个百分点。

二手车转籍率三成

首季全国二手车市场交易量460.03万辆,同比增长7.6%,交易额3139.62亿元,二手车跨区域流通转籍率近三成,新车销售量与二手车交易量之比为3:2。其中3月份交易量171.03万辆,环同比增长42.3%、9.1%,交易额1180.37亿元,占首季的三成八。 张伯顺

2024北京国际车展或成汽车消费催化剂

4月25日,备受全球汽车界瞩目的2024北京国际车展将隆重开幕。作为本年度首个世界顶级车展,同时也是2024全年影响力最大的国内车展,以“新时代 新汽车”为主题,国内外大小车企齐聚一堂,各显神通。对于厂商来说是一个巨大的舞台,作为车迷而言又将是一场视觉盛宴。

当前中国新能源汽车业在气势

上已具压倒国际对手的实力,中国车企将在本届车展上推出最新研发的智能电动产品,全面展示近年来取得的巨大进步,比亚迪作为新能源汽车领域的领军企业,将带来海狮07EV、方程豹跑车以及腾势等多款新车。华为智能车和新造车企业的多款新车将在此次车展上亮相,展示各企业在智能化领域的快速布局。包括极狐、问界M5在内的

华为智能车型,以及理想L6、零跑C16等新势力车型都将亮相。预计在车展亮相的新车型还有:吉利银河E5、北京全新BJ30、奥迪Q6 e-tron、迈腾B9、别克全新GL8 PHEV版、享界S9、小鹏全新品牌、领克07 EM-P、ID.UNYX与众、极氪MIX、智己L6、福特烈马、星纪元ET等。另外,在硬派越野领域,车展上将出现奔驰纯电G级、一汽丰田普拉多、捷

途山海T2、Bronco等多款新品。

时隔四年,社会各界热切期盼的北京车展成功举办具有重要意义,预计将对消费者的购车情绪形成一定的推动作用,助力全年新能源汽车产品销量的可持续增长。相信2024北京国际车展,叠加各地促消费政策的实施,将成为推动国内汽车消费的催化剂和触发点。

李永钧

奔驰将以“中国速度”加速推进本地化创新

4月19日,梅赛德斯-奔驰宣布其上海研发中心再升级,并正式启用全新大楼,以此进一步提速在华智能化创新,致力于引领行业数字化发展。梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会成员、负责大中华区业务的唐仕凯先生当天在接受媒体采访时表示,在数字化新时代,奔驰的中国研发正式进入第三阶段:“以中国创新,领全球风潮。”

梅赛德斯-奔驰上海研发中心全新大楼启幕典礼
Mercedes-Benz R&D Center Shanghai New Building Inauguration Ceremony



继2022年成立上海研发中心、2023年在上海注册数字技术有限公司后,4月19日,梅赛德斯-奔驰宣布其上海研发中心再升级,并正式启用全新大楼,以此进一步提速在华智能化创新,致力于引领行业数字化发展。

在这座总投资达6900万元、总建筑面积达7400平方米的新大楼里,分布着创新空间、试验室、测试车间等区域,不仅可以进行软硬件的高效开发、全环境模拟,还可以实现端到端、OTA以及V2X等功能测试,这一颇具前瞻性的布局,奔驰对本土研发的重视程度可见一斑。

对于三年“三级跳”的上海研发中心,梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会成员、负责大中华区业务的唐仕凯当天在接受媒体采访时表示,目前,中国研发中心已成为梅赛德斯-奔驰在德国以外覆盖领域最全面的研发中心。上海研发中心扮演着独特的角色,它将聚焦数字化创新,包括自

动驾驶、智能互联、用户交互设计及软件开发等领域。我们对于中国汽车市场的发展充满敬意,非常重视客户的需求和喜好,将用自己的方式在研发领域展现“中国速度”。

本土创新展现“中国速度”

在中国生活了十二年的唐仕凯始终强调,奔驰的首要任务是为中国客户提供优质的产品和服务。

作为跨国企业,奔驰坚持将研发资源放在最合适的地方。中国是全球最大、最具活力的汽车市场,也是奔驰最大的单一市场。同时,中国也是全球最大、增长最快的新能源汽车市场,激烈的竞争大幅加速了汽车产品的迭代,也加快了对市场和技术的响应速度。身处于中国这个全球最大、增长最快,同时也是竞争最激烈的市场,深入开展本土研发对为中国客户提供最合适的产品起着关键作用。

就奔驰而言,中国客户的平均年

龄是36岁,而在美国、德国分别是50岁、56岁。显然,中国市场的客户是最富有先锋精神的、对新技术是最好奇的。所以,在推出中国专属的长轴距车型不断升级后排空间舒适度的同时,奔驰也看到中国客户在汽车软件、智能互联、信息娱乐系统等方面的需求。而这,正是中国研发团队的任务。如果某项创新在中国市场适用,那么在其他市场也一定适用。

事实也的确如此,中国本土研发团队将会主导越来越多的全球研发项目,已经开始的重点领域包括软件开发、语音识别、自动驾驶和用户交互设计等,因为中国市场在这些数字化领域处于全球领先的地位。中国本土研发团队的创新成果已经展现出创新速度之快、技术之领先,中国速度锋芒毕露。

“中国速度”强化竞争实力

梅赛德斯-奔驰集团董事长康林松经常说,中国市场对奔驰来说就像

一个“健身房”,要在这里不断强化竞争力。过去,奔驰本土研发的第一阶段是在国外研发为主,在中国主要进行产品的本土化生产。后来进入到第二阶段,针对中国市场的情况对产品进行专属定制。在数字化新时代,奔驰的中国研发正式进入第三阶段:“以中国创新,领全球风潮。”

以软件开发为重点的上海研发团队,深度参与奔驰自研的全新MB.OS的研发,并主导智能座舱和自动驾驶功能开发,了解客户需求,以“中国速度”进行快速升级迭代;另一方面,“中国速度”也改变了奔驰的研发节奏,过去可能每七年更新一款车,变化不会太大,但现在会根据市场需要,给出最为迅速的响应。

唐仕凯表示,奔驰可以通过数据更好地了解中国客户的需求,未来将用自己的方式在研发领域展现“中国速度”,这会给奔驰的产品研发带来巨大的机遇。

