

智能网联汽车产业将迎来政策红利

□本报记者 傅苏颖

中国汽车产业发展论坛于11月7日在第二届进口博览会上举行。多位与会专家认为,创新是实现高质量发展的动力之源,也是推动汽车产业高质量发展新动能。新能源汽车、智能网联汽车成为全球汽车产业转型发展的主要方向和促进未来世界经济持续增长的重要引擎。

工业和信息化部装备工业司副司长罗俊杰在会上透露,工信部将采取一系列措施加快智能网联汽车产业发展。

低速增长成常态

当前全球汽车产业发展面临新的形势。商务部市场体系建设司副司长胡剑萍在会上表示,受多重因素叠加影响,我国汽车市场在连续增长20多年后,这两年出现增长乏力的情况,2018年新车销量2808.1万辆,下降2.8%;2019年1—9月新车销量1837.1万辆,同比下降10.3%,预计今年汽车销量是2014年—2015年的水平。

胡剑萍认为,汽车在中国的快速普及发展阶段基本结束,新车市场进入低速增长的新常态。但也要看到,在增速放缓的同时,中国汽车市场已经具备加快实现高质量发展的基础和条件。“短短几年汽车保有量实现快速增长,目前已达2.5亿辆,为促进汽车使用环节消费提供了坚实基础;二手车市场快速发展,近年来增速明显快于新车市场,成为拉动汽车消费的新动力;汽车消费需求升级态势明显,正逐步从低端同质化产品转向中高端个性化产品,由产品消费为主转向产品、服务消费并重。”

罗俊杰表示,去年受宏观经济增速放缓等多重因素影响,全球汽车产销下滑,中国汽车产销也在连续28年上涨以后,在去年7月份开始出现负增长。2018年产销分别下降4.2%和3.8%,今年前三季度的产销也分别下降11.4%和10.3%,下滑的趋势没有得到有效逆转,但下滑幅度收窄。“长期看,全球汽车市场仍有很大的增长空间,特别是中国汽车市场千人保有量与发达国家和地区相比有很大的增长空间,但当前的调整还会持续一段时间。”

中国机械工业联合会会长王瑞祥在会上表示,“预计今年汽车产销将比较平稳,主要指标仍然在合理区间,投资有所改善,进口贸易在某些方面将好于预期,总体形势没有那么悲观,我们应该充满信心。”

新动能正在孕育

产业孕育的新动能是当前世界和中国汽车产业的一大特点。罗俊杰表示,汽车与能源交通、通讯领域的加速融合,电动化、网络化、智能化、共享化正在成为汽车产业发展潮流和趋势。主要汽车大国纷纷加强战略策策,跨国汽车产业相应加大研发投入,新能源汽车、智能网联汽车成为全球汽车产业转型发展的主要方向和促进未来世界经济持续增长的重要引擎。

“创新是实现高质量发展的动力之源,也是推动汽车产业高质量发展新动能。”王瑞祥建议,重点针对自主创新能力比较弱,关键核心技术,包括一些零部件对外依存度比较高等问题,通过加强协同创新,攻克关键技术瓶颈,提升基础能力,加快实现纯电动、插电式混合动力、燃料电池等方面的技术突破,推动产业整体水平提升和结构优化升级。

罗俊杰在会上透露,经国务院批准,工信部正会同20多个部门牵头编制《新能源汽车产业发展规划2021—2035年》,将着重突出电动化、网联化、智能化、共享化的发展方向,目前该规划正处于征求意见阶段。另外,将采取一系列措施加快智能网联汽车产业发展。“我们会同相关部门在着力解决智能网联汽车道路测试,自动驾驶地图应用,网络基础设施建设和道路智能化改造等关键问题。支持企业开展协同创新,打造各类市场主体,互融共生,分工合作,利益共享的新型产业生态。”

对外开放进一步扩大

针对我国汽车领域的进一步对外开放,国家发改委2018年已提出明确的外资开放时间表。到2023年左右,中国汽车行业不存在对外资的限制性规则,中国汽车产业的全面开放新时代正在到来。

中国国际贸易促进委员会汽车行业分会会长王侠表示,长远看,进一步扩大对外开放,能更大力度促进中国汽车产业结构的优化,加快转型升级步伐。“更大范围、更高质量的开放将有利于车企导入更加优质的全球资源,并让中国与全球汽车产业的融合度进一步提高,从研发的全球化、人才的全球化,到生产布局与市场的全球化,这种融合将向体系化方向发展,有利于全面提升自主汽车品牌的国际竞争力和在全球汽车产业中的话语权。”

罗俊杰表示,工信部将全面落实对外开放路线图和时间表,优化相关管理政策,保障内外资企业享受同等市场准入待遇,着力为各国投资者提供更多市场机遇和更广阔的发展空间。着力健全政府与行业机构、企业等多层次、多领域的国际交流与合作机制,加强与相关国家和地区在政策法规、科技创新、标准制定等方面的协调对接。

王瑞祥表示,随着科学技术的快速发展和经济格局的变化,产业链在全球范围内布局调整甚至重构正在加速。在机遇和挑战面前,只有扩大开放、拥抱发展机遇,以推进合作谋求互利共赢才能实现贸易畅通,百业兴旺。世界汽车产业发展也应该适应大变局。建议国际品牌汽车企业运用好多项利好政策,推进与中国汽车产业的深度合作,共同打造高质量发展的汽车产业。



中国优质供应商将充实特斯拉全球供应链

□本报记者 崔小粟

近日,特斯拉上海超级工厂进入试生产阶段,国产特斯拉Model 3将于11月11日正式亮相。分析人士认为,国产特斯拉带来的变化是深刻的,或影响整个特斯拉产业链的重组。如同苹果和华为拉动整条产业链繁荣,特斯拉所代表的造车新势力,将提振和传统汽车制造业截然不同的全新产业链。

国产特斯拉Model 3亮相

近期从特斯拉上海工厂传来的消息不断。11月7日,特斯拉公布了中国制造的Model 3图片。这源于上海超级工厂进度“超预期”进入了试生产阶段。根据媒体报道,特斯拉上海工厂生产的Model 3将于11月11日正式亮相,国产Model 3预计今年年底开始小规模交付,明年第一季度大规模交付。

国务院印发的进一步做好利用外资工作的意见指出,各地区要保障内外资汽车制造企业生产的新能源汽车享受同等市场准入待遇。修订乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法,在外方与中方合作伙伴协商一致后,允许外方在华投资的整车企业之间转让积分。

“特斯拉上海工厂的投产进度超出预期。”兴业证券在研报中指出,“基于对Model 3竞争力的判断、国内新能源车竞争格局的分析,以及国产产业链上市公司的弹性测算,预计上海工厂明后两年产销以及国内供应链的弹性将超出市场预期。”

特斯拉第三季度财报显示,上海超级工厂的整车建造成本(每单位产能的资本支出),将比美国的生产系统低约65%,仅折旧费用就能节约2.9万元人民币/辆。Model 3想实现低至3.5万美元/辆的售价目标且仍可盈利,需要借助中国工厂和中国供应商。

瑞峰资本(中国)投资有限公司董事长彭政峰分析认为,随着上海工厂的稳定量产,该公司的生产效率有望持续提升,规模效应将帮助降低成本,预计国产版Model 3仍有降价空间。同时,考虑到明年的Model Y,两款车型有望帮助该公司成功打开中国这一全球最大的汽车市场,进一步提升其全球市场份额。

本土供应链整体实力有望提升

特斯拉中国工厂的建设能为国内汽车产业带来什么?国泰君安分析师表示,最大的变化就是供应链本土化给中国供应链带来了明确增量,以及未来潜在的类苹果产业链的示范效应。“与手机产业链不同的是,汽车在产业链的长度和深度上远超智能手机,有望持续受益的供应商名单更长。”

目前,特斯拉核心一级供应商多来自欧美、日本等地,国内企业大多作为二级供应商。比如,目前锂电池PACK的制造商为日本松下,正极材料和隔膜供应商为日本住友化学,负极材料供应商为日本日立化学,电解液由日本三菱化学生产。

但这一情况或发生变化。有媒体报道,LG化学预计将配套特斯拉上海工厂动力电池。这意味着特斯拉动力电池供应商由此前的松下独供或转变为松下、LG化学共同供应,LG化学配套的国产供应链有望成为特斯拉国产化最大子供应链。

具体来看,特斯拉供应链包括动力总成系统、电驱系统、充电、底盘、车身、中控系统、内饰和外饰等十个部分,涉及直接、间接供应商一百余家。

上述国泰君安分析师认为,随着特斯拉电动车在中国的产能逐渐铺开,特斯拉Model 3的电池、电机、零件壳体均将对产业链原材料产生强劲需求。“上游原材料的钴、锰、镍、锂、石墨,中下游的连接器都会产生较大的需求动能,中国充电设备制造商、运营商、集成商等也有望进一步提高参与程度,整个动力电池产业链将受益。”

申万宏源证券方面表示,特斯拉实现生产本土化,将创造巨大的国内市场空间。根据测算,假设2021年特斯拉实现30万辆产量,单车价值30万元以上,预计电池、材料、高压直流继电器、热管理系统等环节有望带来400亿元以上市场空间。

掀起在华建厂浪潮

多位业内人士认为,特斯拉人华倒逼各车企电气化转型加速,中国豪华车市场竞争将加剧。

招商证券认为,在造车新势力中,特斯拉投入最大,积累也最深厚,在供应链整合能力上具有明显优势。特斯拉这几年的强劲表现,极大刺激了传统车企的电动化投入。如果特斯拉中国工厂投运后在中国市场获得成功,可能进一步刺激海外车企加大在电动化上的投入。

申万宏源证券分析师认为,特斯拉在华建厂抢先一步,有望掀起全球电动车品牌在华建厂浪潮。目前,中国是中型豪华车最大的市场,特斯拉上海超级工厂提前启动试生产,不仅有助于特斯拉产能扩张,且有助于中国电动车产业链优势的扩大。特斯拉Model 3目前定价接近中型燃油豪华车,在强大的品牌号召力下,Model 3正在侵蚀中型燃油车市场份额,并积极进入中国豪华车市场。而奔驰、宝马、奥迪等外资车企为保持其在中国豪华电动车市场中的领先地位,势必加速在新能源领域的布局,且不排除通过合资方式在华建厂的可能。

中信证券分析师认为,2019年下半年起,大众MEB、奔驰EQ等平台新车型密集投放,预计其供应链建设将一定程度模仿特斯拉的模板进行架构。依托中国成熟高效的零部件供应链体系,大量的零部件开始本地化供应,未来优质的供应链有机会从中国本土供应扩展到特斯拉的全球供应。

10月乘用车零售销量达184万辆

□本报记者 崔小粟

11月8日,乘联会公布2019年10月乘用车产销数据。零售端数据显示,2019年10月,轿车、SUV、MPV等狭义乘用车零售销量达184万台,同比下降5.7%,环比上升3.5%。终端消费不温不火,消费需求不旺。

零售动力偏弱

根据乘联会发布的最新全国乘用车市场数据,10月全国乘用车市场零售184.3万台,环比增长3.5%,同比下降5.7%;10月,厂家批发销量190.5万台,环比增长0.2%,同比下降5.9%。今年1—10月狭义乘用车零售同比下降8.3%,终端消费需求不旺。

从车系板块看,自主品牌回暖缓慢,日系新品切换暂时抑制增速,欧美系总体表现不强,豪华品牌逆市增长。豪华品牌零售同比增长14%,自主品牌同比下降12%,主流合资品牌同比下降3%。从车型方面看,10月,SUV市场零售同比下降0.7%;轿车零售同比下降9.1%;MPV零售同比下滑13.6%。

乘联会分析认为,10月零售仍属偏弱走势,主要因素是消费需求不足,应有的冬季回暖走势不强。消费购车能力和信心暂时受到影响。

随着整车与零部件关税及增值税下调带来的高端车型价格下降,激发了高端购车需求的稳定增长,豪华车型持续受益。从目前情况看,换购需求仍是支撑中高端车型增长的重要因素。

展望2020年,中国车市自身拥有独特走势,汽车市场的结构性增长周期可以通过政策微调。在乘用车走弱的形势下,依然可以通过投资拉动商用车市场增长。

新能源汽车市场潜力大

新能源汽车方面,10月,新能源乘用车批发销量6.6万台,同比下降45.4%,环比增长1%。10月,纯电动乘用车批发5.1万台,同比下降46%,环比增长7%。其中,A级电动车同比增长6%,A00级同比下降78%。10月,普通混合动力乘用车批发2.8万台,同比增长38%;1—10月普通混合动力乘用车累计为22.3万台,同比增长31%。今年前10月,新能源乘用车批发84.4万台,同比增长17.0%。

乘联会指出,销量低迷主要是由于目前新能源车市场仍持续处于退坡后的调整期,6月底补贴退坡带来的销售成本大幅上涨,叠加二手新能源车的低价冲击、国六插混车型短缺所致。

同时,补贴退坡和地补取消等因素同样也弱化了年末增量动力。按目前的需求情况预计,2020年全年新能源汽车销量在160万台(其中乘用车135万台)左右。

乘联会认为,双积分政策将拉动2020年新能源汽车销量提升。随着积分供需比缩小,油耗法规加严,积分价格将出现上涨趋势,更多企业会努力实现新能源汽车的转型。更多合资企业新能源汽车将投放市场。“在新的竞争环境和政策导向下,2020年新能源车换挡提速的潜力很大。”

四季度,自主品牌推出的新品短续航里程车型有一定市场潜力,网约车和入门级车的增量仍有潜力。

对于2020年的新能源汽车市场走势,乘联会认为,2020年是国际车企新能源汽车的发力期。特斯拉国产化的成本下降潜力很大,鲇鱼效应或推动电动车市场出现新格局。同时,锂电池领域的充分竞争将推动电动车产品降本增效。如果插电混动汽车大幅提升性价比,则增量潜力较大。而传统燃油车销量有望向弱混、油电混、小排量高功率燃油机方向倾斜。