

直击广州车展

自主品牌再次向高端化发起冲击

□本报记者 崔小粟



11月20日，第十八届广州国际汽车展览会（简称“广州车展”）开幕。在突发疫情、存量竞争的背景下，广州车展作为全年最后一次大型汽车展会，期间发布的新车将对明年汽车市场起到重要的引导作用。在今年的广州车展可以看到，面对中国汽车市场的结构性调整，为了进一步提升品牌溢价能力，自主品牌纷纷向高端市场挺进突围。同时，随着新能源汽车由政策驱动转向市场驱动，相关车企对小型电动车的投入比重增加。



新华社图片

全新和升级的产品，并且在未来5年内推出5款UNI序列车型，其中包括一款轿车产品。无独有偶。在本届广州车展上，江淮汽车发布“refine”瑞风商务车品牌，瑞风商务车首款高端旗舰车型瑞风L6MAX正式上市。江淮汽车方面表示，在现有产品矩阵的基础上，瑞风品牌推出M、L两大产品系列。其中，瑞风“L”系列侧重中高端商务出行，而以瑞风M3、瑞风M4为代表的现有MPV产品更注重载人载物的空间实用性 with 燃油经济性。“L”系列与“M”系列将形成“商用+商务”的双系列产品布局，以更好地满足不同行业细分市场的需求。据介绍，未来5年，瑞风将推出10余款MPV产品，覆盖从入门级到中高端的各个细分市场，满足从商用到商务接待场景的需求，转型成为“高价值出行方案服务商”。

“品牌向上”是必由之路

面对当前个性化、智能化、高端化的市场需求，冲击中高端市场，已经成为自主品牌“品牌向上”的必由之路。事实上，早在十年前，已经有自主品牌向高端化之路发起冲击，但收效甚微。2017年，长城WEY和吉利领克几乎同时推出自己的首款车型，并且价格都突破了15万元。重塑后的红旗品牌也一路突飞猛进，超过沃尔沃一跃成为豪华品牌销量排行榜第五名。越来越多的车企开始选择以独立高端品牌加入这场激战。今年，东风汽车集团有限公司已推出高端品牌岚图，旗下首款中大型高端智能电动SUV将在今年12月举行全球首发；而上汽集团也透露，正着手打造一个代号为“L”的全新智能电动汽车高端品牌。

在业内人士看来，当自主品牌车企发展进入一定规模，模块化和平台化架构成为提升汽车产品升级效率的重要手段后，自主品牌已经逐渐告别了低质、低价的发展阶段，消费者也日益成熟。随着规模的增大和市占率的提升以及电动化的到来，自主品牌可以依托智能网联和新能源技术再次向高端化发起冲击。

小微电动车车型受追捧

长城汽车旗下纯电动小型SUV欧拉好猫出现在本届广州车展上，该车基于长城汽车“柠檬+咖啡”智能平台打造。同时，奇瑞旗下纯电小型SUV新款瑞虎e也迎来上市后的车展首秀。此外，上汽通用五菱旗下电动小车新宝骏小Biu、零跑汽车旗下微型电动车T03等车型也亮相本届广州车展。今年以来，小型电动车的热销有力地撑起了国内火爆的新能源汽车市场。今年10月，五菱宏光MINI EV销量达2.06万辆，位列国内新能源乘用车销量排行榜第一位，而排名第二位的Model 3销量则为1.2万辆。五菱宏光MINI EV的热销并非个例。今年10月，共有3款微型、小型电动车登上国内新能源乘用车销量排行榜前十位，其中欧拉R1以6269辆位列第三位，奇瑞eQ1以4745辆位列第五位，两款车销量分别同比增长287.5%、96.6%。中汽协副总工程师许海东表示，今年以来，新能源汽车厂商的市场策略演化出两条路径，一条是像特斯拉、比亚迪汉、蔚来、小鹏、北汽新能源arcfox、东风岚图等品牌的高端化路径；另外一条是以五菱宏光MINI EV为代表的品牌，不依赖补贴转向低端市场铺开销量。随着新能源汽车下乡的推进，低价位的车辆销量明显上升。业内分析人士指出，小型电动车更经济环保，也更符合现阶段大城市低收入家庭及小城镇居民短途出行需求和购买能力。在仍属于初期发展阶段的新能源车市场，低价无疑是其最大的竞争优势。

政策密集出台

汽车消费跑出“加速度”

□本报记者 宋维东

近期，国务院对扩大汽车消费作出部署，包括鼓励各地增加号牌指标投放、开展新一轮汽车下乡和以旧换新等举措。同时，各地也密集出台汽车消费刺激政策，助推汽车消费市场景气度上行。业内人士表示，经济的恢复支撑了消费信心在“金九银十”旺季进一步提振，地方购车补贴、厂家促销举措等共同促进市场加速回暖，特别是年底各汽车厂商为冲刺全年销量目标选择让利。总体来看，年末利好因素延续，在政策的助推下，汽车消费需求得以继续释放。

政策持续加码

今年以来，国家层面和地方层面陆续出台政策，刺激汽车消费，为近年来处于“寒冬”中的汽车市场送来“政策礼包”，同时也进一步缓解了疫情对汽车产业带来的冲击。日前，国务院常务会议对提振大宗消费、重点消费和促进释放农村消费潜力作出部署。其中指出，要稳定和扩大汽车消费。鼓励各地调整优化限购措施，增加号牌指标投放；开展新一轮汽车下乡和以旧换新，鼓励有条件的地区对农村居民购买3.5吨及以下货车、1.6升及以下排量乘用车，对居民淘汰国三及以下排放标准汽车并购买新车，给予补贴；加强停车场、充电桩等设施建设。对此，安信证券指出，本次国务院常务会议再次强调扩大汽车消费，预计还将带动更多汽车刺激政策的出台。近一段时间以来，地方政府也出台政策，持续推进汽车消费。以海口市为例，《海口市汽车消费补贴实施细则》于近期正式通过并发布。根据细则，海口市汽车消费补贴时间为2020年11月5日起至12月31日期间。补贴对象为该时段内在海口市汽车销售企业购车并在海口市上牌的燃油及新能源家用小客车的购车人（含7座及以下、不含皮卡及商用车）。具体补贴标准为每家家用小客车补贴3000元人民币。此前，湖北省也出台了《稳定和扩大汽车消费若干措施》。其中规定，对消费者（含经营性单位）自2020年10月1日至2021年3月31日（机动车销售统一发票开票时间），购买省内企业生产并在省内销售、省内上牌落户的乘用车，按销售价格的3%给予补贴，省级与汽车生产所在市县财政各分担一半。

新能源车消费迎“风口”

值得关注的是，在各地推出的刺激汽车消费政策中，鼓励新能源汽车消费是重点提及的内容之一。相关市场人士表示，这有助于提高

新能源汽车的普及速度，并带动相关产业链发展，新能源汽车消费也迎来重要“风口”。上海市此前发布的《消费者购买新能源汽车充电补助实施细则》中规定，符合条件的个人消费者自2020年4月23日至12月31日，在上海市注册的汽车销售机构购买初次登记的纯电动汽车、插电式混合动力（含增程式）汽车（不含二手车），并在上海市完成车辆注册登记手续，且车辆用途为非营运的，可以申请充电补助资金。对于符合申领条件的消费者，给予每人5000元充电补助。据悉，根据国家到2022年底对新能源汽车总体支持的政策要求，上海到2022年底将继续给予新能源汽车免费专用牌照，目前具体的政策规定还在制定过程中。

11月19日印发的《合肥市人民政府关于加快新能源汽车产业发展的实施意见》中指出，到2025年，合肥市新能源汽车产业规模超过千亿，整车产能达到100万辆，成为全国重要的新能源汽车产业基地。在优化新能源汽车应用环境方面，合肥市规定，新能源汽车在政府投资建设的公共停车场（点）每天免费停2次，每次不超过5小时；在市区道路临时泊车位停车2小时内免费，超过2小时减半收费；实行新能源汽车差异化交通管理，允许电动物流车在市区地面道路行驶，允许新能源汽车在非高峰时段使用公交专用道；积极争取新能源汽车在绕城高速免费通行等。值得一提的是，随着一二线城市汽车保有量持续上升，新能源汽车市场正由主要城市向三四线城市延伸，广大乡镇地区成为新能源汽车的潜在消费市场。乘联会秘书长崔东树表示，三四线城市和农村面临着即将释放的机动化出行需求，有可能成为中国新能源汽车发展新的动力或新的海量级空间。“要抓住这一巨大的增量市场，要看厂家的重视程度，包括政策的引导。”

市场“回温”明显

中汽协此前发布的数据显示，从产销量同比看，10月汽车产销继续呈现两位数增长，产销分别达到2552万辆和2573万辆，同比增长11%和125%。截至10月，汽车产销已连续7个月呈现增长，其中销量已连续六个月增速保持在10%以上。新能源汽车市场更是表现突出，10月，新能源汽车产销分别完成16.7万辆和16万辆，同比分别增长69.7%和104.5%。这也是本年度第四次刷新当月历史纪录。

乘联会表示，临近年末，地方性补贴政策将陆续到期，对购车需求有一定的刺激作用，“双十一”促销期间消费需求持续释放，也进一步拉动服务业快速恢复。此外，厂家、经销商促销力度不减。11月车市外部环境继续改善，经济将进一步恢复至正常增长水平。



戴姆勒吉利再携手

聚焦下一代高效混动系统

□本报记者 崔小粟

11月20日，吉利控股宣布，戴姆勒股份公司、吉利控股集团和沃尔沃汽车内燃机部门拟就一款用于下一代混动车型技术的高效动力系统展开合作。通过这一合作，合作方将打造规模效应，提高在全球市场的竞争力。预计合作领域将包括工程研发、采购、产业化及效率举措等。据悉，双方将利用各自全球研发网络，共同开发用于混动技术的下一代汽油发动机。该发动机将与合作方在欧洲和中国的发动机工厂生产，有可能被梅赛德斯-奔驰股份公司及其在华现有合作伙伴采用，并用于包括沃尔沃汽车在内的吉利控股旗下的丰富品牌组合。为此，该发动机从中国出口海外也将是可能性之一。戴姆勒股份公司负责集团研发的董事会成员、梅赛德斯-奔驰股份公司董事会成员兼首席运营官马库斯·谢弗表示：“我们的愿景依然是实现碳中和。戴姆勒致力于到2039年实现乘用车新产品阵容的碳中和。各种动力系统的逐步电动化是我们驱动系统战略不可或缺的一部分。为此，我们正在系统地推进产品转型，希望至2030年混动和纯电车型在乘用车全球销量中的占比过半。我们对未来合作充满期待，通过与沃尔沃内燃机部门和吉利携手，我们将在中国和全球市场继续在高效驱动系统领域扩大协同。在戴姆勒，新成立的梅赛德斯-奔驰动力系统部门将牵头这一合作项目，提高成本优势。”戴姆勒股份公司董事会成员、负责大中华区业务的唐仕凯表示：“过去几年来，我们见证了中国汽车工业发展的强劲势头，我们坚信中国将继续在创新、效率和规模效应方面带来巨大的潜力。通过与吉利控股集团及旗下品牌的这一合作，我们不仅将深化在全球最大汽车市场的布局，同时也将强化我们在未来全球汽车产业链中的优势地位。”

吉利控股集团总裁、吉利汽车集团总裁、CEO安聪慧表示：“这一合作项目不仅出于规模效应的需要，也是加大对清洁高效动力总成及混合动力系统研发投入和应用力度的体现。我们愿与合作伙伴共同推动技术进步，在变革时代保持行业领先地位。”

第二代混动产品明年将推向市场

作为“自主品牌一哥”的吉利汽车，在节能环保领域表现突出。吉利汽车表示，公司针对新能源汽车各技术路线进行了全面的布局。吉利的新能源策略是纯电和混动并行，混动技术是短期内满足国家排放要求以及成本效益的首选。吉利在这方面的技术储备和制造能力基本已经搭建完成。吉利方面透露，第二代混动产品将于明年推向市场，节能效率进一步提升。此外，在全力推进以“浩瀚智能进化体验架构”为核心支撑的电动化进程的同时，吉利将继续发挥在研发、制造和供应链管理等领域竞争优势，大力发展高端节能汽车。吉利控股向中国证券报记者表示，作为戴姆勒长期战略投资者，吉利控股入股初衷一直没变：在依法合规、公平透明，兼顾各合作方利益的前提下，寻求更广泛的合作机会，通过协同与分享来占领技术制高点。目前，吉利、戴姆勒已合作四个项目，除了本次合作的混动车型技术的高效动力系统以外，还包括携手布局高端共享出行、联合运营高端电动智能汽车品牌smart、携手布局低空出行领域等。2018年2月24日，吉利集团宣布，通过旗下海外企业主体收购戴姆勒9.69%具有表决权的股份，收购涉及资金大概为90亿美元，成为戴姆勒单一最大股东。彼时，吉利方面强调，收购戴姆勒股份并非财务投资。作为长期战略投资者，吉利集团承诺长期持有戴姆勒股权，希望助力戴姆勒成为电动出行和线上技术服务领域的佼佼者。

广汽集团发布“十四五”规划 埃安品牌独立运营

□本报记者 万宇

在第十八届广州国际车展上，广汽集团发布“十四五”规划下的“1615战略”。广汽集团提出，“十四五”期末，要挑战汽车年产量达350万辆，全集团实现汇总营业收入超6000亿元，利税总额超660亿元，新能源汽车产品占整车产销规模超20%，打造成为行业先进的移动出行服务商。广汽集团还公布了广汽自主品牌“双子星”计划，埃安品牌正式独立运营，广汽新能源更名为“广汽埃安新能源汽车有限公司”，广汽埃安将作为广汽埃安新能源公司的高端智能电动车品牌。

发布“1615”战略

据介绍，广汽集团成立23年来，从“十五”规划到“十三五”规划，实现收入规模每五年翻一番。“十三五”期间，广汽集团坚持“一个中心，两个不动摇，三个转变”发展主线，推动企业规模、综合实力、发展质量实现全面跨越式发展，形成全产业链布局。广汽集团“十三五”主要经济指标均完成，利润、利税等多项目标均提前完成。广汽集团汽车年产销突破200万辆，年均复合增长率达到9.5%，优于行业约10个百分点；年营收总额突破3600亿元，平均利税总额预计超526亿元，超计划目标完成；市场占有率约8.8%，超出计划目标1个百分点。面对汽车行业发展新趋势、新挑战，广汽集团发布“十四五”规划“1615”战略。具体来看，广汽集团提出“十四五”期间要完成1个目标，“十四五”期末，挑战汽车年产量达350万辆，全集团实现汇总营业收入超6000亿元，利税总额超660亿元，年复合增长率超10%，市场占有率超12%；新能源汽车产品占整车产销规模超20%，成为行业先进的移动出行服务商。同时，要夯实6大板块，突出1个重点，实现5大提升，即做强做实研发、整车、零部件、商贸服务、金融服务和出行服务六大板块；全面提升自主创新能力，实现集团高质量发展；全面实现电气化、智联化、数字化、共享化、国际化五大方面的提升。

远景年产销汽车超500万辆

广汽集团表示，“十四五”期间，公司将围绕“新四化”方向，通过自主创新和开放合作，打造实现智能网联和新能源核心技术“两个”领先的强大自主研发核心体系，2025年自主品牌全面实现电气化，2023年L3大批量应用2024年推出全新电子电器架构量产L4，2025年实现特定场景下L4智能驾驶商业运营。通过做实业务数字化、产品数字化和数字化创新，打造全价值链的数字化智能运营体系。聚焦构建极致出行服务生态，打造粤港澳大湾区领先的出行服务平台。加快推进重点市场国际化布局，提升国际竞争力和品牌影响力。广汽集团坚持自主创新和合资合作“双核”驱动发展战略，对整车板块采取“两优两专一稳一突破”的发展策略。“两优”是持续推进与本田、丰田公司的合作广度与深度，做大做优广汽本田、广汽丰田，打造国内一流的标杆合资企业；“两专”是充分发挥JEEP、三菱世界级专业SUV的技术优势和品牌影响力，将广汽菲克、广汽三菱打造成为国内汽车市场有鲜明特色的专业品牌；“一稳”是把握行业发展大势，对广汽传祺采取稳中求进的策略，聚焦混动化技术方向打造差异化新优势，持续推进品牌向上；“一突破”是专注极致用户体验和服务，在智能网联新能源汽车领域持续发力、加快突破，争取广汽新能源销量进入行业前三。面向2035年的远景目标，广汽集团要努力成为客户信赖、员工幸福、社会期待，年产销超500万辆，营收超1万亿元，具有全球竞争力的世界一流企业，为人类美好移动生活持续创造价值。

打造自主品牌“双子星”

在“十四五”规划全面提升自主创新能力的指引下，广汽集团发布了广汽自主品牌“双子星”计划。广汽传祺方面，自去年以来就正式启动了品牌重塑和提升工作，重新梳理品牌形象、价值，正在形成全新的品牌核心价值体系，不断强化用户对品牌调性的认知和情感理念的认同，此次在广州车展上更是发布了全新品牌口号：“一祺行更美好”，推动品牌可持续发展、焕发新活力。全新的广汽传祺品牌，持续以客户体验为中心，逐步构建出“趣、质、亲”的核心品牌价值，打造“科技传祺、品质传祺、服务传祺”三大领先形象，向着“世界级品牌，全球化企业”的目标稳步前进。此外，广汽集团在广州车展上宣布埃安品牌正式独立运营，广汽新能源更名为“广汽埃安新能源汽车有限公司”，“广汽埃安”将作为广汽埃安新能源公司的高端智能电动车品牌，并启用全新LOGO。至此，广汽埃安正式成为与广汽传祺并列的广汽自主品牌。一直以来，广汽埃安始终坚持科技创新，以一系列行业领先的创新成果以及独特的营销服务模式，打造了世界级的产品和服务，赢得了市场认可，并在用户心中形成了“先进、好玩、新潮、高品质”的科技品牌形象。面向未来，广汽埃安将肩负品牌持续高端化的使命，全面推动研发、智造、产业链、营销服务模式和组织文化的创新变革，深化从0到1的科技创新，持续打造世界级产品和服务，并为构建“未来智能出行生态”和“可持续利用能源生态”贡献广汽埃安的智慧。传祺和埃安作为广汽自主整车两大品牌，在力求做到资源协同的同时，又要保持各自的品牌特性，成为广汽未来高质量发展新征程中的“双子星”。