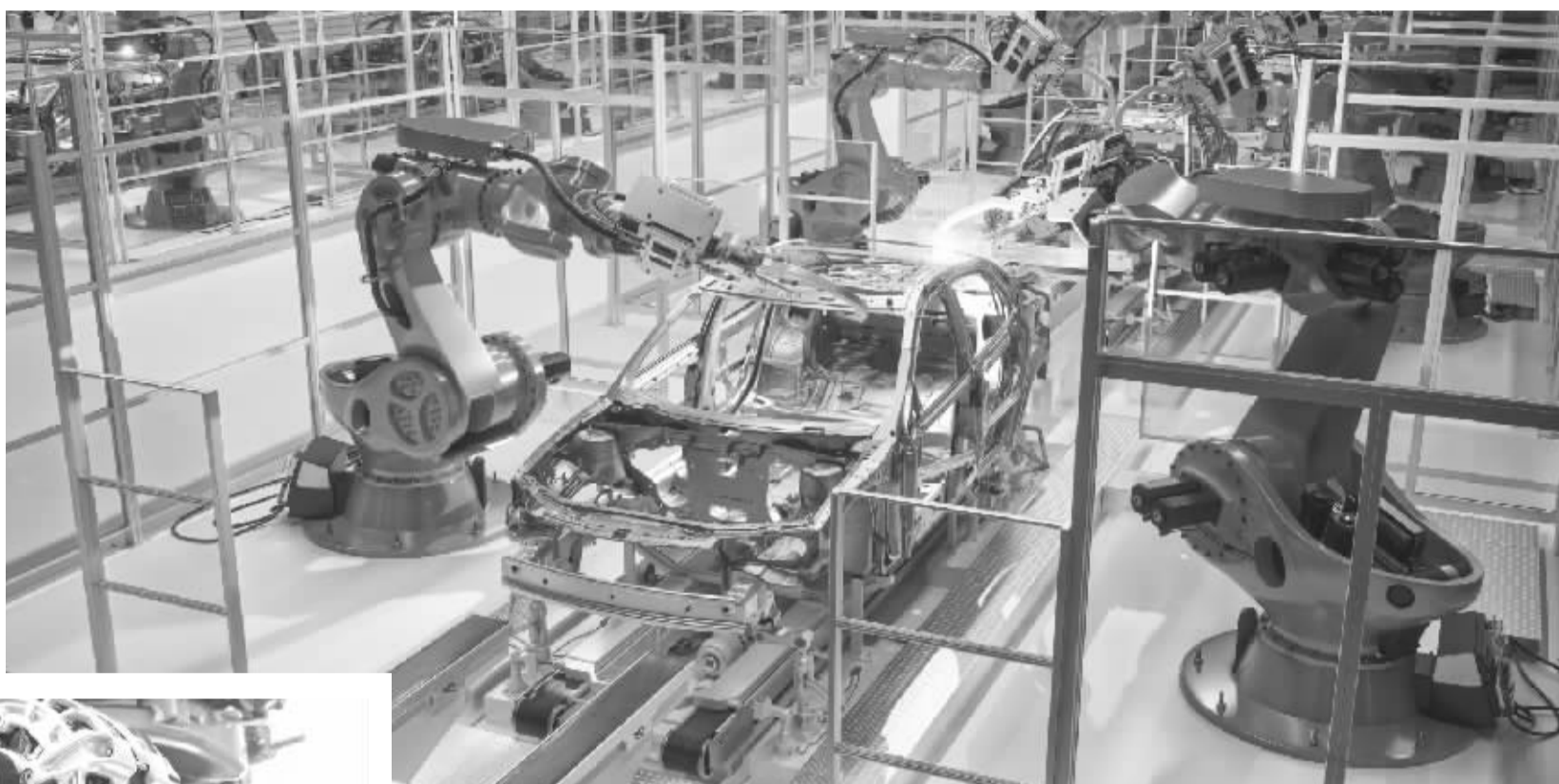


促消费政策显效 车市产销“活力”喷涌

6月16日，在杭州市余杭区一家雷克萨斯4S店，销售人员叶轩刚接待完客户，又忙着帮同事布置活动展台，“购置税减半、满足感加倍，部分车型可尊享购置税全免”的展板被摆在醒目位置。

受益于多项汽车促消费政策，6月上旬全国乘用车零售量恢复正增长。乘联会数据显示，6月1日-12日，全国乘用车市场零售51.9万辆，同比增长14%，环比增长35%；全国乘用车厂商批发51.2万辆，同比增长14%，环比增长44%。业内人士表示，政策效果已在市场走势上得到体现。

● 本报记者 金一丹 杨烨



视觉中国图片



购买热情被点燃

“忙得都快喘不过气来。”6月16日，位于杭州市拱墅区的浙江元通之星奔驰4s店销售经理吴典趁着送客间隙满头大汗跑回店里喝了一口水，“最近一个周末看车客户近百位，有50多位付定金下单，比5月份销售额增长一半。”

促消费新政出台，让低迷的车

市出现阵阵暖意，市民购买热情被点燃。中国证券报记者走访多家品牌汽车4S店了解到，相比较政策出台前，6月以来各店销售额都有大幅上涨。

乘联会最新统计数据，6月1日-12日，全国乘用车市场零售51.9万辆，同比增长14%，同比恢复正增

车企发力抢生产

轨。”蔚来相关负责人表示，“公司将加快车辆生产和交付工作，预计2022年第二季度的总交付量为2.3万至2.5万辆。”

上述蔚来相关负责人介绍，江淮蔚来F1工厂目前已经全面恢复到疫情之前的产能水平，将配合新产品的量产和爬坡逐步提高实际产出。位于NeoPark的F2工厂已实现生产线全线贯通，进入造车验证阶段，按计划将于今年第三季度正式投产。

“理想汽车正与供应商企业一起，在满足疫情防控的要求下积极恢复产能，缩短用户提车周期。”理想汽车联合创始人兼总裁沈亚

长，环比增长35%；而5月1日-12日同比下降21%。批发量方面，全国乘用车厂商6月1日-12日批发51.2万辆，同比增长14%，环比增长44%，同样实现正增长。其中，6月第二周总体狭义乘用车市场日均零售达到5.0万辆，同比增长25%，零售市场逐步回暖；相对5月第二周均值增长54%。

楠说。

小鹏汽车表示，随着核心供应链加速复工复产，公司已于5月中旬恢复肇庆工厂的双班生产，加速交付自一季度以来积累的大量订单。浦银国际认为，尽管汽车行业受疫情影响较大，但维持对造车新势力今年汽车销量预测不变，预计蔚来、小鹏汽车、理想汽车今年汽车交付量将分别同比增长59%、78%和78%。浦银国际指出，4月会是汽车交付量的低点，5月至6月交付量将大幅复苏。预计三家造车新势力将在7月至8月达到月交付量峰值。

提升汽车产品力

为抓住旺盛的市场需求，车企加速提升产品力。中国汽车工业协会副总工程师许海东指出，“车企长足发展的核心应聚焦消费者需求，及自身产品力的提升，以应对激烈的市场竞争。”

智能化是汽车产品力提升的核心方向之一，但智能化程度越高，芯片数量及功能要求也越高。为破解芯片“卡脖子”难题，多家车企快速布局芯片研发端，并建立多重供应体系及替代方案。

一汽集团着力部署定制芯片领域。“国际上很多芯片是通用的，通用芯片相当于一把万能钥匙，工艺更为复杂，事实上，只要能开我家门锁的钥匙就可以，并不需要那么复杂的功能。因此，定制车规级芯片成为我们着力推进的工作，汽车行业和芯片公司深度合作将成为未来发展趋势。”一汽集团研发总院副院长李丹表示。

实现品牌向上是车企展现产品力的重要方式。“产品走量不如品牌向上，提高盈利能力。”长城汽车相关负责人表示，“魏品牌将进行升级，并计划发布多款新车型，将有限的资源用在高价值车上，实现单车价值上升。”

2022年下半年将进入新车型发布密集期。蔚来ES8预计于2022年8月开启交付。小鹏汽车新款车型G9计划在2022年三季度上市，四季度大规模交付。理想汽车新款SUV L9将于今年三季度交付，根据不同配置，价格在45万元至50万元。

“大量新品发布，优质供给增多，为消费者提供更多选择，拓展市场空间；同时，企业之间的竞争会增强，不断强化企业研发创新，促进汽车产业向高质量发展。”许海东说。

根据中信证券研报，考虑到新车产品不断迭代升级，预计2022年依然是新能源汽车景气大年，预测今年新能源汽车销量为550万辆。

发力“三化” 上汽通用汽车加速战略转型

● 本报记者 王辉

面对持续火热的新能源汽车市场，上汽通用汽车动作频频，别克品牌首款基于奥特能电动车平台的纯电概念SUV“Electra-X”，从品牌形象、产品、科技、体验等维度描绘出更电动、更智能、更高端的品牌形象。

打造智能网联体系

近年来，随着国内乘用车市场竞争趋于白热化，终端用户更愿为智能化、网联化付出更多购买力，这也是“蔚小理”、比亚迪、特斯拉等车企能够在高售价区间稳定获客的重要因素。

满足多元化产品需求

作为中国汽车行业的领军车企之一，上汽通用汽车成立于1997年6月，由上汽集团、通用汽车共同出资组建。目前，上汽通用汽车有别克、雪佛兰、凯迪拉克三大品牌三十多个系列产品，覆盖豪华车、经济型轿车各梯度市场，以及MPV、SUV等细分市场。来自上汽集团的产销数据显示，2021年上汽通用共销售整车133.2万辆，在上汽集团546.4万辆的当年总销量中占比超两成。即使是在受上海本地疫情影响明显的今年5月，其销量仍达到8.3万辆，实现同比正增长。

上汽通用汽车相关负责人在接受中国证券报记者采访时表示，随着泛亚新能源试验大楼、广德电池安全试验室以及Ultium奥特能超级工厂等研发与生产基地相继启用投产，其已具备从技术研发、试验验证、生产制造到本土采购全链路的新能源汽车体系化能力，成为国内少数几家具有完整新能源技术体系的整车厂商。该负责人称，奥特能电动车平台是通用汽车全面电动化的基石，凝聚了通用汽车20多年的电气化经验和前瞻技术，在行业内具备“更智能、更安全、更性能”等优势。奥特能平台采用具备无线连接功能的电池管理系统和全新电池碰撞安全架构，能够支持三电技术的持续迭代，能够满足多元化的产品需求。

“我国新能源汽车核心技术仍有待突破。例如，我国乘用车80%的ESP（车身电子稳定系统）产品由德国企业博世供货。该企业在苏州的工厂受到此轮疫情影响，波及长城、蔚来、小鹏等车企的生产，甚至停产。”江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔对中国证券报记者表示。

另外，作为新能源汽车产业发展重要基础设施的充电桩，张翔介绍，“目前车桩比仍存在较大缺口，同时充电桩存在利用率低、分布不均匀、公共充电桩费用高、用户体验不佳等问题。”



上汽通用汽车厂区

公司供图

转型提速 多家车企表态停产燃油车

● 本报记者 李媛媛

继比亚迪、长征汽车后，汉马科技日前宣布停产燃油车。同时，多家海外车企近期也陆续表态加入停产燃油车“俱乐部”。专家认为，新能源汽车产业发展前景广阔，车企电动化转型成为趋势，但基础设施配套不足等短板亟待补齐。

转型新能源提速

根据汉马科技发布的公告，为积极响应国家“碳达峰、碳中和”战略目标，加快公司产品新能源化进程，根据战略发展需要，公司将于2025年12月停止传统燃油车的整车生产。公司将专注于纯电动、甲醇动力、混合动力、氢燃料电池等新能源、清洁能源汽车业务。

公开资料显示，汉马科技主要从事专用汽车、重卡底盘、重卡整车及核心零部件等业务。今年1月至5月，汉马科技新能源车销量占同期总销量的41.23%。按照此前规划，汉马科技计划2022年销售2.02万辆整车，同比增长

46.64%，市占率达2%。其中，新能源汽车销量近7500辆，同比增长80%，市占率达20%。

此前，比亚迪率先宣布，自2022年3月起停止燃油汽车整车生产，将专注于纯电动和插电式混合动力汽车业务。随后，长城汽车旗下商用车品牌长征汽车宣布全面转型新能源，自6月5日起停产燃油车。

同时，海外车企也纷纷宣布停产燃油车。6月8日，欧盟委员会通过了一项提案，从2035年开始在欧盟境内停止销售新的燃油车，包括混合动力汽车。随后，大众汽车发表声明称，电动化转型不可逆转。梅赛德斯-奔驰表示，已经准备好在2030年之前销售100%的电动车。此外，林肯、本田、菲亚特等车企纷纷表态，未来将实现整个产品线的电动化。

短板亟待补齐

车企纷纷宣布停产燃油车的背后，是新能源汽车产业广阔的发展前景。值得一提的是，对于停产燃油车，

汉马科技并非没有顾虑。公司提示，在向新能源转型过程中可能存在销售不及预期的风险，同时公司业务集中于新能源方面，可能造成公司业务缺乏多元化，停产燃油车可能造成公司现有传统燃油车市场份额降低，可能会对公司短期经营业绩产生冲击。

不过，新能源汽车市场的前景足够诱人。集邦咨询发布的数据显示，受芯片短缺等因素影响，今年一季度，全球汽车销量同比下降7%。但新能源汽车市场依旧高歌猛进，一季度全球新能源汽车总销量达200.4万辆，同比增长80%。

中国市场新能源汽车销量连续七年占据全球第一，行业呈现蓬勃发展的态势。中汽协发布的数据显示，5月新能源汽车产销分别完成46.6万辆和44.7万辆，同比均增长1.1倍，新能源汽车市场占有率达到24%。1-5月，新能源汽车产销分别完成207.1万辆和200.3万辆，同比均增长1.1倍。

6月14日，工信部副部长辛国斌在“中国这十年”系列主题新闻发布会上表示，从产销规模看，我国新能源汽车