

竞逐新能源汽车产业蓝海

# 常州芜湖温州齐发力 长三角多城共寻“汽车产业梦”

本报记者 方超 张家振 上海报道

“我们赶上了一波行业上升热潮。”常州市工信局相关负责人近日对《中国经营报》记者表示，自“十三五”特别是近两年以来，常州市新能源汽车产业已经驶入快速发展通道，整车和动力电池等多个新能源

## 征战新能源汽车赛道

长三角地区是国内整个新能源汽车产业的中心区域之一，同时也是主要的汽车消费市场。

在越来越火热的新能源汽车赛道中，多座长三角二三线城市正借助资本撬动和前瞻布局悄然“异军突起”。

据常州市当地媒体报道，2021年，常州市新能源整车产量及动力电池产业实现了倍增，继续在江苏省保持领先地位。而在此前的2020年，常州市新能源汽车产业规模以上企业就已近300家，实现产值近千亿元，占江苏省新能源汽车产值的比例为23.8%。

不仅仅是常州市，在距离其200多公里外的安徽省芜湖市，新能源和智能网联汽车产业也发展迅速。

## 打造千亿级产业集群

温州市未来要“实现新能源产业链上下游企业整体竞争力提升，打造千亿级新能源汽车产业集群”。

在角逐新能源汽车赛道的多座长三角二三线城市中，千亿级产值正成为“共同的追求”。

“从目前来看，动力电池行业产值肯定会突破千亿元，整个新能源汽车产业会达到2000亿元以上。”常州工信局上述负责人表示，上述数据“具体多少要看市场发展情况，现在没办法去预判”，但其同时强调称，“我们整个新能源汽车产业的目标是要迈上4000亿元的台阶。”

《常州市“十四五”新能源汽车产业发展规划》显示，到2025年，常州市新能源汽车产业规模将达4000亿元，新能源整车产销量达60万辆，规模达1200亿元；汽车零部件产业规模达2800亿元，其中动力电池产业规模达1800亿元。

而根据2022年1月出台的《温州市支持新能源汽车产业发展及推

汽车细分领域增长势头强劲。

据报道，在刚刚过去的2021年，江苏省常州市新能源汽车及汽车核心零部件产业产值超过1300亿元，汽车产业产值增幅超过70%。与此同时，常州市更出台规划，提出了“到2025年，谋求新能源汽车产业规模达4000亿元”

的新目标。

除常州市外，安徽省芜湖市和浙江省温州市等多座长三角二三线城市也相继在2022年初发布了新能源汽车产业发展规划。例如，浙江省温州市就提出，未来要“实现新能源产业链上下游企业整体竞争力提升，打造千亿级新能源汽车

产业集群”。

中科院战略咨询院产业科技创新中心汽车行业特聘研究员鹿文亮在接受记者采访时表示，在汽车产业向新能源汽车时代迈进的过程中，地方政府如果抓住产业重构的机遇，将为汽车产业发展带来新的契机。

## 瞄准龙头精准招商

“常州市有选择地进行招商，从结果看，我们走对了路。”

角逐新能源汽车赛道的城市众多，而招商引资正成为能否脱颖而出的“关键一招”。

常州工信局相关负责人告诉记者，常州新能源汽车产业迅猛发展离不开“双招双引”（招商引资、招才引智）引进的一系列重大项目。“对于全球、全国的龙头骨干企业，常州市有选择地进行招商，从结果看，我们走对了路。”该负责人表示，在新能源汽车零部件领域，常州市也培育、引进了一批专精特新“小巨人”企业，“这些企业带动产业发展的效应比较明显。”

据了解，近年来，除了引入理想汽车和比亚迪等著名新能源整车企业外，常州市还汇聚了中创新航、蜂巢能源和时代上汽等代表性动力电池企业，形成了完整的新能源汽车产业链。

常州工信局上述负责人表示，仅在2021年，常州市动力电池产业已建、在建产能超过230GWh，均位居江苏全省首位。车用动力电池产量超57GWh，国内装车量占比三分之一，位居全国第一，“通过多年持续培育发展，常州已成为全球知名、国内最大的动力电池产业集聚发展区。”

“营商环境就是生产力。”在业内人士看来，相比较于上海市和合肥市等新能源汽车发展的热点城市，长三角二三线城市在积极开展招商引资工作的同时，也需要注重提升营商环境，招商引资要安商，为新能源汽车企业发展提供优越的营商环境。

“从企业反馈来看，常州市的营商环境在‘双招双引’中起到了比较大的作用。”据常州工信局负责人介绍，已经有新能源汽车企业在常州“尝到了甜头”，“一些企业不仅在常州布局了制造基地，还将研发基地也转移过来，这有助于常州新能源汽车产业进一步扩大优势。”

的赛道。”鹿文亮也认为，长三角多座二三线城市地方政府高度重视新能源汽车产业发展，是希望通过这一高速增长的产业带动经济发展，而新能源汽车产业重构所带来的机遇，也给了众多二三线城市“弯道超车”的机会。



安徽省芜湖市高度重视汽车产业集群发展。图为奇瑞汽车焊装车间。

本报资料室/图

# 2021年在华销量增速放缓 雷克萨斯电动化布局“提速”

本报记者 郭少丹 北京报道

## 二线豪华品牌10年拉锯战

在中国豪华车市场整体逐年上扬的背景下，近几年雷克萨斯在中国的销量表现有两个重要节点：2016年销量进入10万辆级，2019年销量突破20万辆。

汽车分析师钟师分析，作为丰田旗下的豪华品牌，雷克萨斯是丰田盈利来源的主力之一，对雷克萨斯来说，在保证利润的情况下，销量数字的一次波动未必是最重要

的。从这个角度看，也能理解雷克萨斯“任性”的原因。

雷克萨斯在回复本报记者采访时强调，销量和市场份额固然很重要，相较于销售的数量，更看重的是提升销售的质量，以及经销商和用户满意度。雷克萨斯还表示，对中国的发展“充满信心”。

资料显示，在中国豪华车排行榜中，奔驰、宝马、奥迪常年交替领跑一线豪华品牌市场，而二线豪华

品牌在近十年的销量排位中，变化巨大。

从公开数据看，2012年、2013年，雷克萨斯被捷豹路虎压制，在二线豪华品牌销量排名中位列第二，2014年沃尔沃反超雷克萨斯短暂位列二线豪华品牌销量第二，捷豹路虎依然领跑。2015年，雷克萨斯反压沃尔沃，夺回二线豪华品牌第二的位置。

2016年，雷克萨斯迎来里程碑式重要时刻，在华销量突破10万辆，达到10.9万辆，不过，雷克萨斯在二线豪华品牌销量第二的位置上失守，被同样迎来重要时刻进入“十万辆俱乐部”的凯迪拉克取

而代之，雷克萨斯落至二线豪华品牌销量第三，此时，捷豹路虎仍然是领头羊。

2017年，凯迪拉克以同比50%的增速，全年销量超过17万辆，成为二线豪华市场的领跑者，捷豹路虎屈居第二，雷克萨斯依然是第三。

2018年，雷克萨斯以21%的同比增速，销量超过16万辆，在二线豪华市场的排位再次进阶为第二，而凯迪拉克的销量进入20万辆级别依然领跑二线豪华市场。2019年，凯迪拉克增势减弱，出现同比负增长，而雷克萨斯以同比25%的高增长幅度，跃进年销量20万辆级，与凯迪拉克的差距缩减至1万多辆。

2020年，雷克萨斯迎来了高光时刻，“量、位”双收，销量同比增长17.5%达23.5万辆，反超凯迪拉克，成为二线豪华市场的老大。

受多方因素影响，2021年雷克萨斯便被特斯拉、红旗以及凯迪拉克超越，销量排名降至第四。

其中，特斯拉销量约32.2万辆，同比增长118.7%；红旗销量约27.2万辆，同比增长42.2%；凯迪拉克年销量约2.3万辆，同比增长2.5%。而雷克萨斯2021年在中国内地及中国香港销量达到22.7万台，同比增长1%。上险总量为219167辆，同比下降6.9%，是2021年跌幅最大的豪华车品牌。具体

车型来看，雷克萨斯主力车型ES同比下滑7.7%至105836辆，其他两款畅销车型RX、NX，销量分别为48624辆、36461辆，同比下滑1.3%、9.2%。

在中国豪华车市场整体逐年上扬的背景下，近几年雷克萨斯在中国的销量表现有两个重要节点：2016年销量进入10万辆级，2019年销量突破20万辆。

自2005年正式在中国建立首批经销店开始算，雷克萨斯销量突破10万辆用时11年，而从10万辆到突破20万辆，仅仅用了三年时间，这三年的销量增速都保持在20%以上，发展迅猛。

## 向纯电动品牌“进军”

丰田集团最新纯电动战略表示，预计到2030年，雷克萨斯实现旗下所有车型均提供纯电动版本的全方位产品阵容，在中国、北美、欧洲实现100%纯电动车型销售。

当下，电动化浪潮如火如荼，对于豪华车品牌而言，未来电动车市场也是必争之地。

在纯电动化方面态度一向比较保守的雷克萨斯，也有了比较激进的目标。

2021年12月14日，丰田集团在发布最新纯电动战略时提到，预计到2030年，雷克萨斯实现旗下所有车型均提供纯电动版本的全方位产品阵容，在中国、北美、欧洲实现100%纯电动车型销售，达到全球销量100万台的目标。

在解读上述转型计划时，雷克萨斯向本报记者表示，雷克萨斯

的目标是，到2030年旗下所有级别都配有纯电动的产品，在中国、北美、欧洲这三大市场可以实现100%的纯电动车型销售。“但最终决定权在于客户，在此之前，我们将做好充分的准备，将最终选择权交予客户。”

雷克萨斯将2022年视为其电气化元年，透露全新纯电动RZ 450e计划在2022年北京车展正式发布。

据了解，全新纯电动RZ 450e是基于丰田e-TNGA平台打造。而雷克萨斯目前在售的唯一一款纯电动车型UX300e，也是出自丰

田TNGA架构下的GA-C平台。对于雷克萨斯是否自主研发纯电动平台，外界关注度较高。

事实上，雷克萨斯曾在2019年广州车展上提出，未来3~5年，将会有一个全新的纯电动车专属平台投入使用。对于雷克萨斯自主研发纯电动平台的最新进展，雷克萨斯方面在回应本报记者此次采访时未透露明确信息，表示“全新纯电动RZ正是基于全新纯电动平台打造，融入了品牌长久积淀的先进电气化技术以及车辆运动控制技术，会带来更加贴近驾驶者意图的驾驶体验。”

“雷克萨斯的电气化包含BEV、HEV、PHEV等多种电驱动技术和产品，2022年，除全新纯电产品，雷克萨斯将在HEV和PHEV领域持续发力。”雷克萨斯方面表示，到2025年，构建以混动和插混为主的产品结构，同时纯电动占比不断提升。在客户需求、清洁能源、基础设施、政策等所有条件都完备之前，雷克萨斯将提供插电式混合动力汽车、油电混合动力汽车、纯电动汽车等多种电气化产品。

另外，雷克萨斯是否国产化一直备受外界关注。在向纯电动化

转型的过程中，雷克萨斯是否有意将纯电动产品率先国产化呢？

“对于国产化，近年来雷克萨斯的态度始终没有改变。”雷克萨斯方面在回应本报记者上述问题时表示，中国市场是最早响应电气化的市场之一，也是雷克萨斯最为重要的市场，雷克萨斯仍将围绕既定的整体策略发展，不断强化产品、品牌、服务、运营等全价值链的品质。雷克萨斯方面还表示，希望倾听中国用户的声音，打造更加贴合中国消费者需求的产品，更期待与中国用户一起加速电气化产品的普及。