

新能源汽车市场占有率达19.3%

# 车企“亮剑”一季度 新能源汽车与海外市场支撑作用明显

本报记者 于典 张家振 上海报道

尽管面临多重挑战，国内车企在今年一季度依然交出了一份产销同比增长的答卷。

中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)4月11日发布的数据显示，今年1~3月，国内汽车产销量分别完成648.4万辆和650.9万辆，分别同比增长2%和0.2%。

值得注意的是，新能源汽车正乘用车产销量稳中向好

随着利好政策持续释放与产销量大幅提升，车企也在积极规划布局产能。

今年一季度，我国汽车产业整体继续保持稳定增长态势。

中汽协统计数据显示，今年1~3月，乘用车产销量分别完成549.9万辆和554.5万辆，同比分别增长11.0%和9.0%。其中，3月份乘用车产销表现尤为亮眼，分别完成188.1万辆和186.4万辆，环比增长22.4%和25.1%。

新能源汽车市场表现也依旧突出。1~3月，新能源汽车产销分别完成129.3万辆和125.7万辆，同比增长均为1.4倍。其中，纯电动汽车产销分别完成103.6万辆和100.7万辆，同比均增长1.3倍；插电式混合动力汽车产销分别完成25.6万辆和24.9万辆，同比分别增长2.3倍和2.0倍；燃料电池汽车产销分别完成856辆和738辆，分别增长7.2倍和3.9倍。

“一季度，汽车产销同比略有增长，增速比上年同期明显回落。从细分车型来看，乘用车产销增速高于行业总体，新能源汽车产销延续了快速增长势头，双双超过百万辆，市场占有率达到19.3%，新能源汽车战略引领作用进一步凸显。”中汽协方面表示。

在成为国内汽车产业发展的重要驱动力。今年一季度，新能源汽车产销量均突破120万辆，同比增长约1.4倍，市场占有率达到19.3%。

与此同时，《中国经营报》记者在采访中了解到，“出海”正成为中国汽车产业发展的关键词。随着越来越多的车企“走出去”，中国汽车出口量在明显增加的同时，自主品牌在国际市场的



今年一季度，我国汽车产业整体继续保持稳定增长态势。

本报资料室/图

值得注意的是，根据乘联会发布的数据，今年3月份，新能源汽车国内零售市场渗透率为28.2%。业内分析人士认为，新能源汽车产业持续发展，渗透率不断突破，意味着新能源汽车产业再度迎来发展的新拐点。

国家信息中心副主任徐长明在日前召开的中国电动汽车百人会论坛上表示：“未来，新能源汽车还将保持一段时期的快速发展。有四个基本的依据：‘双碳’战略会形成新的推力；智能化形成新增拉力；规模化使上下游产业链与整车形成互动；消费者对新能源汽车的认知度、接受度在快速提高。”

随着利好政策持续释放与产销量大幅提升，车企也在积极规划布局产能，以应对快速扩张的新能源汽车市场需求。

吉利汽车控股有限公司

影响力也有望进一步提升。

中汽协常务副会长兼秘书长付炳锋日前表示：“从今年一季度的情况来看，新能源汽车预计全年将达到500万辆规模，成为市场增长的主要力量，在全球引领作用进一步凸显。我国新能源汽车产业发展，已经从政策拉动向市场驱动加速转化，新能源汽车已成为当前汽车行业发展的最大亮点。”

(00175.HK)近日公布的销量数据显示，今年3月份销量突破10万辆，达到101166辆，实现同比环比双增长。在新能源及混动领域，单月销量达到15557辆，同比增长约332%。

吉利汽车集团董事长、吉利汽车控股有限公司执行董事、极氪智能科技CEO安聪慧在日前召开的业绩发布会上表示：“虽然疫情、供应链等不确定性较大，但极氪2025年实现65万辆销量的决心坚定不移，我们有信心在全球高端电动汽车市场占有率居全球前三。在接下来的3年里，极氪将推出6款车型。”

据介绍，今年1月份，吉利控股集团与无锡市惠山区签署战略合作协议，计划投资100亿元在无锡市布局建设年产能60万台(套)的新能源动力电池总成项目，主要从事高性能电驱系列产品的研发、生产和销售。

## 16项产品力进化，17.58万元起，新MAZDA CX-5正式上市演绎新经典

近日，新长安马自达元年的开山之作，“纯粹驾趣SUV”新MAZDA CX-5正式上市，新车共计推出六款车型，官方售价17.58万~23.68万元。新MAZDA CX-5在魂动外观、品质座舱、驾乘感受和安心安全方面进行16项核心产品力进化，为每一位用户拓宽驾乘边界，让出行更自如、纯粹。新MAZDA CX-5已经正式到店，并在全国范围内同步开启发售。



### 以匠心为武 先进制造工艺为品质背书

2012年，MAZDA CX-5正式诞生，十年间，从安全、关怀到品质，都获得了相关机构的认可。

“MAZDA CX-5所有的荣耀离不开两个字‘品质’。而品质背后则是马自达百年坚守的匠心之道。”这是长安马自达汽车有限公司总裁住岡敬在长安马自达南京工厂的分享，也是马自达为品质全情投入的格言。

马自达海外优秀工厂之一的长安马自达南京工厂，拥有国内先进的扭矩监控系统，严防死守不合格产品流入下一道工序；淋雨线可以模拟生活中没有的超特大暴雨，严苛检验车辆密封性；还有马自达特有的前后桥自动拧紧设备、国内领先的焊接和涂装车间等，这些先进的技术都将助力新MAZDA CX-5成为别具一格的匠心之作。

### 城市越野皆可 让驾控更愉悦

长安马自达汽车有限公司执行副总裁王辉表示：“与其说马自达在造车，不如说它在探寻人、车的和谐互动关系以及无尽的驾驶乐趣，而这种探寻，从你第一眼看到这辆车的时候，就开始了。”

新MAZDA CX-5不断深化研究人体工学，持续进化“人马一体”，搭载的加速度矢量控制系统升级版GVC PLUS，让车辆面对高速或弯道，也能游刃有余。i-ACT-

TIV AWD智能四驱系统追加Off-Road Traction Assist越野牵引辅助系统，不仅增强新MAZDA CX-5的烂路脱困能力，更提升驾驶质感，真正实现车随心动。

动力上，新MAZDA CX-5搭载创驰蓝天发动机，共有2.0L和2.5L两种排量，匹配6速手自一体变速器。2.0L车型最大功率114kW，最大扭矩200N·m；2.5L车型最大功率144kW，最大扭矩252N·m，满足用户通勤、越野新需求。

新MAZDA CX-5全系标配倒车影像+倒车雷达，让视野更无界限。进化的i-ACTIVSENSE智能安全辅助系统，集成MRCC全速域自适应巡航系统、CTS巡航模式智能行车辅助系统、360全景影像、LAS车道保持辅助系统等多项安全配置。无论是交通拥堵、突然急刹还是视野模糊、车道偏离等风险，新MAZDA CX-5都能紧急介入，将危险系数降到最低。

### “魂动”理念再进化 减法美学打造新经典

长安马自达汽车有限公司市场销售副总裁兼销售分公司总经理高桥良二就在造型室分享了MAZDA CX-5独特的“魂动”理念进化之路：“‘魂动’设计不受汽车形态的限制，而是挑战将纯粹的生命感赋予器物，这也是马自达不断积累高超‘匠人技术’，并将其运用在设计中所带来的成就。”

新MAZDA CX-5基于“魂

动”理念，进阶减法美学，在外观设计上，实现7大进化，带来特有的生命美感。全新设计进气格栅，采用仿机械中网，用复杂工艺呈现极简之美；全新设计标识之翼、全新设计梯形尾门装饰，凸显整车运动力量感；全新远近光一体LED前大灯，点亮后辨识度更高。新MAZDA CX-5共有七种外观色，铂雅金和晶钻蓝为新增配色，既有内敛之美，又有活力之感。

对细节技艺的坚持不止于外形，更诠释于座舱。新MAZDA CX-5的品质座舱实现了10.25英寸高清可触控中央显示屏、7英寸TFT多功能液晶仪表盘，无线Carplay和Carlife、全系标配MZD悦联系统四大进化，让品质体验细至分毫。

### 深化“用户+”思维 带来超越期待的服务关怀

长安马自达一直将用户摆在最重要的位置，通过不断深耕服务，探索与用户更契合的情感共鸣，从悦马星空共创计划、创驰蓝天之旅、驭马自由行等共创活动，为品牌与用户搭建情感沟通的桥梁，提升用户归属感，让彼此成为更默契的伙伴。

长安马自达汽车销售分公司执行副总经理吴旭曦表示：“站在长安马自达的元年，我们将秉持‘全车系·全场景·全时效’的原则，不断探索与用户的契合点，统一新服务，为用户提供超越期待的全生命周期关怀。”广告

### 车企竞逐电动化高地

上汽集团自主品牌在新能源汽车赛道持续发力，高端产品正加速落地。

随着比亚迪4月初正式宣布停止燃油汽车的整车生产，转型电动化已不再是选择，而是保障车企持续发展的必经之路。

以上汽集团等为代表的传统车企，也正在新能源汽车赛道上加速起跑，成为电动化转型浪潮中的“领舞者”。

上汽集团日前公布的产销快报显示，今年一季度，上汽集团整车合计产销量分别为1269347辆和1220563辆，分别同比增长5.52%和6.84%。其中，上汽集团新能源汽车销量超过19.2万辆，同比增长27.7%，增长幅度较为明显。

从细分品牌来看，上汽集团自主品牌在新能源汽车赛道持续发力，高端产品正加速落地。

日前，上汽荣威公布的最新

### 海外市场竞争力持续向上

中国车企正站上“扬帆出海”的大风口。

除了在电动化方面持续发力外，车企也在积极开疆拓土，将中国汽车销往全球。当前，出海征战新市场已成为汽车行业的共识。

根据中汽协发布的数据，今年1~3月，我国汽车企业出口58.2万辆，同比增长58.3%。分车型看，乘用车出口45.2万辆，同比增长61.9%；商用车出口13.0万辆，同比增长47.2%。

具体到今年3月份，汽车企业出口17万辆，同比增长28.8%。其中，新能源汽车出口增长贡献度为17.4%。

“海外每卖出3辆中国汽车，就有1辆是上汽制造。”作为国内汽车行业的龙头企业，上汽集团的出海成绩同样优异。今年一季度，上汽集团海外整体销量突破17.2万辆，同比增长44.9%。其中，MG品牌1~3月全球销量达13.5万辆，在澳大利亚、新西兰和沙特阿拉伯等全球18个国家跻身第一品

牌销量前十。

而奇瑞集团作为国内首批将整车、发动机以及整车制造技术和装备出口至全球的汽车企业，对海外市场的投入力度和重视度都非常高。奇瑞集团公布的最新销量数据显示，今年一季度，奇瑞集团累计实现汽车销量229277辆，同比增长11.5%。其中，新能源汽车销量53054辆，同比增长212.6%；出口69907辆，同比增长30.8%。

与此同时，奇瑞集团主动在海外国际市场与国际供应商和互联网巨头等开展深度合作，进行多领域的联合创新，围绕当地用户需求做产品“适应性开发”。在巴西，奇瑞集团建立了中国汽车第一个海外工厂，累计出口汽车15万辆；在智利，奇瑞集团超越主流品牌，2021年销量在智利市场位居前三。

据了解，奇瑞集团旗下产品已出口到80多个国家和地区，全球用户累计达到1000万，其中海外用户超过200万。

### 专家解读

## 加快建设全国统一大市场 助推汽车营销模式变革

本报记者 夏治斌 张家振 上海报道

4月10日，《中共中央 国务院关于加快建设全国统一大市场的意见》(以下简称“《意见》”)正式出台，明确提出要加快建立全国统一的市场制度规则，打破地方保护和市场分割，打通制约经济循环的关键堵点，促进商品要素资源在更大范围内畅通流动，加快建设高效规范、公平竞争、充分开放的全国统一大市场。

建设全国统一大市场，会给汽车行业带来哪些影响？日前，《中国经营报》记者采访了中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉，中国社会科学院工业经济研究所时杰博士、罗兰贝格全球高级合伙人、大中华区副总裁郑贇进行解读。

在颜景辉看来，《意见》是国家从战略层面推动我国从高速发展向高质量发展转型的现实举措，“是在应对国际政治、经济风云变幻的大背景下，综合考虑政治、经济因素而出台的政策，是从国家战略层面去整合市场、资源的大动作。”

“全国统一大市场的运行，对我国汽车行业高质量发展而言，既提出了更高的要求，也提供了非常好的机遇。”颜景辉指出，汽车行业研发生产资源的有效整合，可以提升技术水平。“从市场整合的角度来看，全国统一大市场的建设也能让过去‘以邻为壑’、不太协调的市场现象得以整顿。”

郑贇表示，《意见》整体上是偏向方向性、统领性的政策，具体到汽车行业，会带来以下三点变化：

第一，《意见》提出，建设全国统一大市场是构建新发展格局的基础支撑和内在要求。汽车行业在准入和具体执行、操作层面，也希望是“全国一盘棋”。

郑贇举例说道，整车、零部件企业有时在业务执行层面会碰到一些难题，比如在全国开展业务时，会被要求成立地方经营实体或分(子)公司，而《意见》的出台则可以减轻这方面的压力。

第二，《意见》提出完善统一的产权保护制度，强调做好中国本地的知识产权保护，强调做好中国本地的知识产权保护，强调做好中国本地的知识产权保护，强调做好中国本地的知识产权保护。

第三，汽车产业也在朝着绿色环保的方向发展，燃油车正快速地向新能源汽车赛道切换。《意见》对于碳交易有着明确的指示，提出建设全国统一的碳排放权交易市场等，这对汽车产业未来探索新兴模式也会发挥比较好的正向推动作用。

颜景辉则告诉记者，建设全国统一大市场还会降低汽车供应链的成本。“从全国大市场来看，全国统一大市场的建设也为二手车乃至新车营销模式的提

力国企品牌，主打差异化路线，智己汽车则定位高端豪华品牌。”

另一方面，主打换电路线的睿蓝汽车销量也快速增长。数据显示，睿蓝汽车3月份的销量为2008辆，环比增长24%；今年一季度累计销量5309辆，今年仅用3个月的时间便完成了2021年全年的6成销量。而在销量快速攀升的同时，睿蓝汽车3月份的订单量也水涨船高，达到11298辆。

“公司将坚守‘新一代换电出行新势能’的品牌定位，从产品布局、渠道规划、生态构建等维度全面发力换电产业，致力于成为‘国民换电普及者’。”睿蓝汽车相关负责人表示，“同时，睿蓝汽车还将通过技术保障、服务培训、备件供应、服务管理四大保障体系，满足用户多样化用车需求。”

随着越来越多的规划和产品陆续发布，中国车企正站上“扬帆出海”的大风口。数据显示，2021年，中国汽车出口总量首次突破200万辆，达到201.5万辆，同比实现翻倍增长。其中，新能源汽车出口量达到31万辆，同比大幅增长304.6%。

在盘古智库高级研究员江瀚看来，自主品牌新能源汽车最大的特点是市场竞争力正在逐渐增强，竞争优势也日益明显。“中国车企组团进入欧洲市场，既代表中国汽车制造体系日益完善，也表明中国制造的竞争力正逐渐增强。”

在盘古智库高级研究员江瀚看来，自主品牌新能源汽车最大的特点是市场竞争力正在逐渐增强，竞争优势也日益明显。“中国车企组团进入欧洲市场，既代表中国汽车制造体系日益完善，也表明中国制造的竞争力正逐渐增强。”

升、创新和变革提供了非常好的政策支撑。”

那么，如何在汽车领域打造全国统一大市场？时杰从汽车行业的供应链、消费端和政策端作出了进一步解读。“从供应链来看，我国汽车市场的规模虽然很大，但生产效率并不高，这主要是因为存在区域化分割严重等问题。”时杰告诉记者，而通过资产重组等方式，更多地采用市场化手段促进市场更大规模的开放，减少管制和地方的行政干预，有助于打造一批比肩特斯拉、具有国际竞争力的新型制造企业，改变我国汽车产业小而全、小而散的不统一局面。

从消费端来看，时杰认为，我国的市场消费结构受政策影响很大，并且我国的整体收入差异性较大，特大城市与农村之间的消费差异性也很大。“通过建立全国统一大市场，可以把市场之间的差异需求‘拉平’一些。尤其是在当前，要减少各地规定的限制汽车消费类的政策，逐渐建立全国统一的汽车消费市场。”

对于汽车产业的政策端而言，时杰认为，需要把握当前汽车产业发展的新趋势和新问题，建立统一的汽车市场国家标准，推动汽车产业走上转型升级的道路。各地出台相应产业政策的出发点和立足点应该着眼于建立全国统一大市场这个着眼点，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用。“让市场的归市场，政府的归政府。”