

车市“中考”收官： 回暖复苏 全年销量有望达2700万辆

本报记者 尹丽梅 董海华 北京报道

汽车产业“中考”成绩已经揭晓。在上半年汽车产业面临芯片短缺、动力电池原材料价格高涨等多重挑战下，中国汽车产业将交出一张怎样的半年考“答卷”，牵动着业内外的目光。

《中国经营报》记者注意到，7月11日，中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)披露了2022年上半年汽车工业经济运行情况：2022年上半年，我国汽车产销分别完成1211.7万辆和1205.7万辆，同比分别下降3.7%和6.6%，降幅比1~5月

6月销量大幅回升

我国汽车产业走出了4月的低谷，6月产销表现好于历史同期。

2022年上半年，对于汽车产业而言是不平凡的一年。上半年，汽车生产供给受到了芯片短缺、动力电池原材料价格上涨、新冠肺炎疫情多点散发等因素影响，面临供给冲击、需求收缩、预期减弱三重压力，我国汽车工业经济运行受到冲击。

为提振市场消费，5月中下旬以来，国务院常务会议连续通过了一系列促进消费、稳定增长的举措，其中购置税减免政策更是极大地激发了市场活力，加之多个省、市、地区出台了促进汽车消费的政策，行业内企业加大了市场推广和营销力度，在多方力量的影响之下，我国汽车产业走出了4月的低谷，6月产销表现好于历史同期，国内汽车行业呈现复苏态势。

从6月乘用车产销情况看，购置税减半政策和地方促进汽车消费政策等实施效果明显。据国家税务总局公布的数据，乘用车减半征收车购税政策实施一个月以来，全国共减征车购税71亿元，减征车辆109.7万辆，总体取得了良好的效果。

与此同时，车企、供应链企业生产回归正常也极大地促进了6月汽车市场的回暖。

“在各方共同努力下，我国汽车产业链供应链已经畅通稳定，整车生产全面恢复。”在日前举行的2022中国汽车供应链大会暨首届

收官5.9个百分点和5.6个百分点。值得一提的是，2022年6月，我国汽车产销分别完成249.9万辆和250.2万辆，环比分别增长29.7%和34.4%，同比分别增长28.2%和23.8%，结束了下降趋势。车市回暖信号强烈。

“6月以来，我国汽车产业受疫情影响的供应链已全面恢复，企业加快生产节奏弥补损失；在国家购置税减半政策、地方政府促汽车消费政策叠加下，汽车批发量表现良好。终端市场也有明显起色，客户进店量回升明显。汽车类网站浏览量显著增加，根据汽车之家统

计，6月购车意向人数比上月增长12%，同比增长39.2%。”中汽协方面表示。

除了6月汽车市场销量快速回升这一信号外，2022年上半年，行业在面临较大困难和挑战的同时，各细分领域也不乏亮点：新能源汽车产销持续呈现高速增长，行业转型升级的成效进一步巩固；乘用车产销高于上年同期，汽车消费韧性加政策支持力保稳增长；中国品牌乘用车市场占有率大幅提高，综合实力持续提升；汽车出口保持较快增长，国际市场竞争能力进一步显现。

中，一汽大众销售达210175辆，同比增长51%；比亚迪是今年自主品牌的最大看点。6月，比亚迪汽车销售132553辆，同比大增171.6%；上汽大众销售115038辆，同比微增0.9%；长安汽车售出107112辆，同比增长36%，吉利汽车销售103743辆，同比增长11.4%；

整体来看，今年上半年，我国汽车产销整体呈现“U形”走势：1~2月开局良好，产销稳定增长，3月中下旬快速下滑，3~5月损失销量约100万辆，6月明显增长。

2022年全年中国汽车产业将呈现怎样的发展态势是业内关注重点。中汽协预计，2022年我国汽车销量有望达到2700万辆，同比增长3%左右。其中，乘用车销量预计2300万辆，同比增长7%左右；商用车销量预计400万辆，同比下降16%左右。新能源汽车销量有望达到550万辆，同比增长56%以上。

“展望下半年，中国宏观经济将保持稳定增长，市场消费信心也将明显恢复，购置税减免政策的效果还会持续显现，乘用车市场回暖势头也会进一步加大；在基建拉动、货车车贷延期还本付息等利好因素影响下，货车市场也有望探底回升；新能源汽车将继续保持高速增长势头。综合研判，预计今年全年中国汽车产销将保持稳定增长。”中汽协方面表示。

计，6月购车意向人数比上月增长12%，同比增长39.2%。”中汽协方面表示。

除了6月汽车市场销量快速回升这一信号外，2022年上半年，行业在面临较大困难和挑战的同时，各细分领域也不乏亮点：新能源汽车产销持续呈现高速增长，行业转型升级的成效进一步巩固；乘用车产销高于上年同期，汽车消费韧性加政策支持力保稳增长；中国品牌乘用车市场占有率大幅提高，综合实力持续提升；汽车出口保持较快增长，国际市场竞争能力进一步显现。

中，一汽大众销售达210175辆，同比增长51%；比亚迪是今年自主品牌的最大看点。6月，比亚迪汽车销售132553辆，同比大增171.6%；上汽大众销售115038辆，同比微增0.9%；长安汽车售出107112辆，同比增长36%，吉利汽车销售103743辆，同比增长11.4%；

整体来看，今年上半年，我国汽车产销整体呈现“U形”走势：1~2月开局良好，产销稳定增长，3月中下旬快速下滑，3~5月损失销量约100万辆，6月明显增长。

2022年全年中国汽车产业将呈现怎样的发展态势是业内关注重点。中汽协预计，2022年我国汽车销量有望达到2700万辆，同比增长3%左右。其中，乘用车销量预计2300万辆，同比增长7%左右；商用车销量预计400万辆，同比下降16%左右。新能源汽车销量有望达到550万辆，同比增长56%以上。

“展望下半年，中国宏观经济将保持稳定增长，市场消费信心也将明显恢复，购置税减免政策的效果还会持续显现，乘用车市场回暖势头也会进一步加大；在基建拉动、货车车贷延期还本付息等利好因素影响下，货车市场也有望探底回升；新能源汽车将继续保持高速增长势头。综合研判，预计今年全年中国汽车产销将保持稳定增长。”中汽协方面表示。

“上半年，全球及中国市场都充满着不确定性。面对挑战，梅赛德斯-奔驰与经销商伙伴同心协力，竭诚满足客户的用车及服务需求。值得一提的是，我们在高端豪华车型及新能源车方面都取得了长足的进步。”北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司总裁兼首席执行官杨铭(Jan Madeja)表示，下半年，梅赛德斯-奔驰将继续推出一系列重磅新车，包括全新EQE、全新EQS SUV、梅赛德斯-迈巴赫S 680 4MATIC匠心高定首发版等。

值得一提的是，在披露上半年销售成绩的同日，梅赛德斯-奔驰也宣布了一项重磅消息：梅赛德斯-奔驰与腾讯签署合作备忘录，将在云计算、大数据和人工智能领域开展合作，在自动驾驶的工具链验证服务等领域探索创新，以加快梅赛德斯-奔驰在中国的自动驾驶技术的研发。

在当前全球汽车产业面临复杂局面等不利影响之下，梅赛德斯-奔驰正在通过在关键技术领域进行深度布局来增厚发展底色。

记者了解到，梅赛德斯-奔驰与腾讯此次的合作将强化研发资源，支持梅赛德斯-奔驰与英伟达在华携手研发自动驾驶汽车技术。为在中国市场自动驾驶赛道争得更多的主动权，梅赛德斯-奔驰与腾讯将成立一个联合实验室，在自动驾驶工具链、验证服务和其他相关领域进行探索创新。双方将发挥各自创新优势，以加快梅赛德斯-奔驰在中国的自动驾驶技术研发。

打通供应链梗阻

供应链在汽车行业和相关产业中具有非常重要的战略地位，应打好供应链攻防战。

虽然我国汽车供应链已恢复常态，汽车产业触底反弹的信号越来越强，但吴锋近日谈到，当前我国的汽车产业链短板、弱项依然存在，上下游的供需信息也不够通畅，部分企业供应链管理管理水平还有待提升。

“供应链是工业经济的重要组成部分，也是车企造车的技术体系支撑，全球化程度非常之高，在汽车行业和相关产业中具有极其重要的战略位置。”中汽协副会长兼秘书长付炳锋对记者表示，中国汽车供应链已经深度融入全球化体系，在本土形成区域布局和专业分工，全行业具有强相关性，牵一发而动全身。近来供应链上的一些“断点”“堵点”“卡点”等频现，包括“芯片错配”、物流受阻、人流受限以及原材料价格大幅上涨带来的上下游收益平衡被打破，值得深刻反思。

可以看到，通过近两年汽车产业的演变路径，业内各界越来越意识到，供应链是造车的技术体系支撑和整车企业经营活动的组成部分，在汽车行业和相关产业中具有非常重要的战略地位，应打好供应链攻防战。

自2020年年初开始，从新冠肺炎疫情、芯片紧张到原材料价

格上涨，全球汽车供应链屡受冲击，全球多家车企相继传出停产消息。根据汽车行业数据预测公司AutoForecast Solutions(以下简称“AFS”)披露的数据，截至5月29日，由于芯片短缺，今年全球汽车市场累计减产产量约为198万辆。AFS预计，今年全球汽车市场累计减产产量会攀升至279万辆。

在清华大学车辆与运载学院教授赵福全看来，以前汽车产业对于传统供应链的管理模式，强调效率、速度、供货、物流等，这些理论逐渐暴露出一些问题，需要创新突破。未来，汽车产业要彻底改变原先只追求效率和成本的供应链管控模式，安全必须成为供应链的核心要素。他认为，未来供应链问题仍将是整个汽车产业面临的巨大挑战。要破解这一梗阻，汽车产业就一定要标本兼治，“短期内解决‘保供’问题，长期来看要加快打造软硬融合、强韧性、高安全，同时又兼顾效率和成本等指标的供应链，这应该是国家和企业当前最大的战略之一”。

“国内汽车产业链整体是偏下游，优势主要集中在低技术门槛的制造领域。受上游的原材料及关键设备、零部件进口的制约，在集成电路等中高技术领域的风

险尤为突出，其本质就是我们关键核心技术‘卡脖子’的挑战。面向未来，在新一代电子电气架构从分布式向集中式演进的趋势下，以芯片、操作系统等为底层要素的新一代供应链尚在形成当中，这也是自主生存发展所面临的新国产供应链的一个重大挑战。”东风公司战略规划与科技发展部总经理周锋说道。

在周锋看来，加强以区域为中心的供应链近地化布局，缩短供应链距离，构建上下游伙伴更加紧密、共赢共生的生产关系，最大化发挥全产业链上各伙伴在科技创新和制造资源方面的优势，是保障整车供应链安全和发展的新趋势。

对于汽车产业而言，供应链方面的稳定性是汽车产销稳健增长的关键。据吴锋介绍，工业和信息化部将聚焦短板，着力增强产业链、供应链的韧性。重点聚焦汽车芯片保供、大宗原材料稳价等工作，进一步畅通产供信息渠道，加强国内外交流，完善上下游的合作机制，全力以赴补齐产业链短板。同时，将持续关注行业的运行情况，及时发现供应链、产业链的问题，及时保证畅通稳定。



2022年6月，我国汽车产销环比分别增长29.7%和34.4%，结束了下降趋势。

本报资料室/图

奔驰上半年在华交付新车超35.58万辆 “全面电动”转型提速

本报记者 尹丽梅 董海华 北京报道

又到年中关键时，近期各家车企迎来了重要的交卷时刻。

7月11日，《中国经营报》记者从梅赛德斯-奔驰方面了解到，2022年上半年，芯片供应短缺及新冠肺炎疫情影响着梅赛德斯-奔驰在全球范围的车辆交付。2022年前6个月，梅赛德斯-奔驰全球交付超过98.52万辆新车；在中国市场，梅赛德斯-奔驰共交付超过35.58万辆新车。

上半年，梅赛德斯-奔驰新能源豪华产品的销量表现可圈可点。以梅赛德斯-EQ产品为例，它在2022年二季度实现了28%的环比增长，其中EQC纯电SUV市场表现稳健，新生代豪华EQA SUV、EQB SUV及大型豪华电动标杆EQS在首个销售年市场表现稳步攀升，插电混动型表现强劲势头。上半年，梅赛德斯-奔驰高端豪华车型的表现也有亮点。其中，S级轿车同比增长13%，继续保持市场领先地位；梅赛德斯-迈巴赫同比增长62%，创同期销量新高。



随着6月份市场逐步回暖，梅赛德斯-奔驰在华销量同比增长，C级车、E级车、GLC SUV等核心豪华产品实现两位数增长。

本报资料室/图

6月在华销量同比增长6%

2022年以来，全球车市备受考验，中国车市也面临发展压力。

不过，随着购置税减免政策以及各地汽车消费支持政策的推出，目前国内汽车市场逐渐呈现恢复态势。记者了解到，2022年6月，梅赛德斯-奔驰在华销量同比增长6%，C级车、E级车、GLC SUV等核心豪华产品实现两位数增长。

丰富的产品组合有效支撑了梅赛德斯-奔驰6月的销售成绩。记者获悉，2022年梅赛德斯-奔驰计划向中国推出21款

自动驾驶加速推进

汽车产业革命上半场是电动化，下半场智能化已是行业共识。自动驾驶汽车被认为是汽车行业的“真正变革者”。

当前，自动驾驶已然成为主流车企必争的一块“香饽饽”。对于梅赛德斯-奔驰而言，自动驾驶也是其对于汽车“新四化”布局的至为关键的一环。

记者了解到，梅赛德斯-奔驰与腾讯此次的合作将强化研发资源，支持梅赛德斯-奔驰与英伟达在华携手研发自动驾驶汽车技术。为在中国市场自动驾驶赛道争得更多的主动权，梅赛德斯-奔驰与腾讯将成立一个联合实验室，在自动驾驶工具链、验证服务和其他相关领域进行探索创新。双方将发挥各自创新优势，以加快梅赛德斯-奔驰在中国的自动驾驶技术研发。

新产品，包括8款新能源产品。上半年，多款重磅车型已陆续上市。其中，5月28日，梅赛德斯-AMG首款量产纯电车型——全新纯电梅赛德斯-AMG EQS 53 4MATIC+已正式上市，受到诸多关注。

与此同时，梅赛德斯-奔驰首款基于EVA纯电专属平台打造的国产梅赛德斯-EQ车型——全新EQE也已于顺义工厂下线，并将于年内正式上市；梅赛德斯-EQ首款7座大型豪华纯电SUV——全新EQS纯电SUV也将于数月

内登陆中国市场；C级车等主力车型将迎来插电混动版本。

目前，梅赛德斯-奔驰布局的星随行充电服务网络已覆盖“十纵十横两环”高速公路快充网络、分布全国超300个城市、已建成超39万根公共充电桩，品牌专属充电站近500个星驿站。到今年底，梅赛德斯-EQ授权经销商网络将覆盖全国超过600家经销商网点。

值得一提的是，为进一步推动在中国市场的发展，梅赛德斯-奔驰还在不断强化本地研发团队、提高关键技术自研实力。继

中国研发技术中心于2021年在北京启用后，聚焦智能互联、自动驾驶、软件及硬件开发和大数据等领域的梅赛德斯-奔驰上海研发中心于2022年3月成立，再次提速本土数字化研发进程。

按照今年5月19日发布的长期愿景，未来梅赛德斯-奔驰将进一步聚焦豪华，升级产品阵容，加速向“全面电动”转型。立足中国这一全球最大汽车市场，梅赛德斯-奔驰将坚持“在华发展，与华共进”战略。

梅赛德斯-奔驰在自动驾驶方面展开的合作，腾讯智慧出行副总裁钟学丹表示，腾讯将以“云、图、AI”等数字化基础设施为核心，帮助梅赛德斯-奔驰加速完成数字化进程。

2021年12月，梅赛德斯-奔驰L3自动驾驶系统通过了德国联邦机动车运输管理局(KBA)严格的技术条例审批，成为全球首个获得联合国法规UN-R157认证的汽车企业。这一法规的批准，为梅赛德斯-奔驰在遵循各国法律法规的前提下，在全球各个市场实现自动驾驶铺平了道路。

梅赛德斯-奔驰方面告诉记者，目前公司正在为包括中国在内的其他市场提供这一开创性的有条件自动驾驶系统做准备，前提是相关系统获得所在市场法律法规的批准。

“我们很高兴能与腾讯这样的本土合作伙伴开展合作，加速梅赛德斯-奔驰在华自动驾驶技术的研发。梅赛德斯-奔驰是世界上首家满足L3级有条件自动驾驶系统严格法律要求的汽车企业。在

中国，我们正紧锣密鼓地开发和测试当前和下一代自动驾驶系统。要在这一领域取得成功，对本地复杂路况和市场需求的深入洞察至关重要，梅赛德斯-奔驰致力于不断为中国客户带来更高水平的豪华出行体验。”戴姆勒大中华区投资有限公司高级执行副总裁安尔翰博士(Prof. Dr. Hans Georg Engel)表示。

“腾讯致力于做汽车企业数字化转型的助手，很高兴能够与梅赛德斯-奔驰这样的国际领先汽车品牌在高级别自动驾驶领域达成战略合作，我们将全力支持梅赛德斯-奔驰在华本土的自动驾驶技术研发创新，也希望未来能与梅赛德斯-奔驰一起，探索更多迈向智能驾驶新时代的前沿创新技术应用及服务体验。”谈及此次与梅赛