

微增长“内卷”加剧

产业格局重构期车企如何走出突围新路径？

本报记者 陈茂利 北京报道

“增长的新能源业务赚不到钱，赚钱的燃油车不增长”正在成为很多中国车企掌门人焦虑的事情。当前，中国汽车行业“内卷”正在加剧，行业的竞争已经从原来的传统品牌与新势力品牌的竞争，演变成传统自主品牌、

传统合资品牌、新势力和ICT(信息技术)企业之间的竞赛。

在当前“内卷”的市场中，如何平衡短期目标与“品牌向上和高质量发展”，进入智能化下半场车企如何实现突围？《中国经营报》记者关注到，就上述问题，多位车企“掌门人”在近日举办的“2023中国汽车

重庆论坛”上分享了自己公司的战略举措。

“奥迪已经为在华业务的发展制定了清晰的规划，我们的目标是重塑品牌在华电动出行。”奥迪中国总裁温泽岳表示，“我们将提供的全方位豪华客户旅程，包括：豪华创新产品，如基于PPE平台打造的纯电动车型，

豪华生态系统，以及由创新销售和服务模式带来的豪华客户体验。”

“阿维塔如何在下半场决胜之战中脱颖而出，对于我们来说确实是一个要面对的课题。”阿维塔科技副总裁、首席营销官CMO李鹏程认为，应具备平台、产品、品牌三个方面的实力。

全球汽车产业格局正在重塑

互联网、人工智能等技术推动传统汽车产业向智能电动汽车产业迭代升级。

“以前国内市场是美日德韩中等同分市场，今天已经是中国品牌坐拥半壁江山。中国品牌的产品结构也从原来的低端、低价向中高端快速渗透。”长安汽车董事长朱华荣指出，“全球汽车产业格局正在重塑，互联网、电池、人工智能等技术的快速突破，推动着传统汽车产业向智能电动汽车产业迭代升级，新能源时代的趋势更加明显。”

乘联会数据显示，2023年5月自主品牌国内零售份额为50.3%，同比增长4个百分点；自主品牌累

计份额50%。5月的德系品牌零售份额20.6%，同比下降2.4个百分点，日系品牌零售份额18.0%，同比下降2.9个百分点。美系品牌市场份额零售份额达到8.1%，同比增长1.2个百分点。

广汽集团董事长曾庆洪认为，汽车产业重构期，对车企来说挑战与机遇并存，“新能源是未来汽车产业的发展趋势，但挑战与机遇并存。挑战主要在于，虽然发展空间较大，但市场竞争越来越激烈，两位数增长几无可能；微增长、淘汰

赛、兼并重组将成为主旋律”。

“未来淘汰赛加剧。朱华荣曾表示，中国汽车市场未来可能只剩下5个玩家，类似打麻将的东南西北中，我不知道(其中)有没有广汽集团，但我也赞同他的说法。”曾庆洪表示。

实际上，东风雷诺退出中国市场，广汽菲克、华晨集团破产重整，汽车产业洗牌自2018年开始就没有停止。

“上半场发展很快，市场也很宽容，很多企业在这个过程中有机

会发展，但很多企业只是靠资本支持，只在产品和品牌方面做了很简单的塑造，就在市场上获得了一杯羹。到了汽车发展下半场，整个市场竞争更激烈，对企业的要求更高了，(对)企业技术、全产业链，研发、产品、用户运营(方面)的要求更高，有的企业力不从心了。”李鹏程表示。

博世中国总裁陈玉东认为，未来5年、10年是竞争的关键期，企业能不能生存下来要靠创新能力、服务能力，以及作为一个好公司的能力。



“油电同价”趋势下，混动车型会是增换购用户的重点考虑方向。

陈茂利/摄影

新格局下如何实现高质量发展

只有高水平竞争，才能促进产业高质量发展。中国汽车企业应相互尊重，在阳光下透明竞争，在法律框架内公平比赛。

中国新能源车行业进入爆发增长期，中国汽车市场的竞争格局正在发生巨大变化。面对新能源产业机遇与挑战，汽车行业该如何进行战略布局，实现高质量发展？

“新能源转型的上半场在赛道上很清晰，就是动力市场。但真正形成格局的，应该是下半场，下半场一定是生态和体系之争。”长城汽车总裁穆峰认为，要向打赢下半场之战，要提前做好了应对下半场竞争的产业布局、技术布局和体系布局。

“要在下半场比赛中获胜，一定是高质量的发展，以用户的需求为核心，通过技术创新，通过高质量产业链整合，拿出(优质的)产品和服务打动用户，(才能)获得竞争优势，生存下去。”吉利控股集团高级副总裁杨学良表示。

“在杨学良看来，汽车作为一个工程机械产品，虽然现在加入了更多智能化因素，但仍然需要好的工程开发能力、品质保障、

安全的属性。“安全能够体现一家造车企业的基本功，在智能新能源时代，安全仍然是我们这个行业永恒的主题。”

值得一提的是，多位业内人士认为，实现汽车产业的高质量发展一个重要前提是高质量竞争。

吉利控股集团董事长李书福认为，只有高水平竞争，才能促进产业高质量发展。李书福呼吁，“中国汽车企业应相互尊重，大力支持并积极参与生态文明建设，在阳光下透明竞争，在法律框架内公平比赛，为打造世界一流企业，为中国汽车工业赢得全球同行的尊重而不懈努力。”

“真正的竞争是工程师之间的对决、技术的对决，而不是在这之外的东西。”奇瑞汽车党委书记、董事长尹同跃认为，中国自主品牌要想崛起，就要规范自己的行为，文明竞争。

尹同跃直言，“(发展)中国智能电动汽车依然任重而道远，企业需要有造血能力，违反商业逻辑很难走远。”

智能化下半场先拼一场“混动战”

当下的PHEV市场已经先行一步进入产品竞赛、过招的时代。

“汽车行业正在从电动化的上半场进入到智能化的下半场。”已经成为行业共识，但在业内人士看来，智能化的下半场是建立在电动化的基础上，现阶段，要想打赢智能化之战，首先要打赢一场混动战。

乘联会发布的数据显示，2023年1~5月插电式混动(PHEV)零售累计销量77.8万辆，同比增长97.2%。纯电累计销量164.3万辆，同比增长24.3%。插电式混动增速大大超过了纯电车型。

“2023年将是PHEV的爆发之年，整个市场的需求会无限放大。在这种情况下，所有的车企纷纷推出PHEV，里面不乏一些优秀产

品。当下的PHEV市场(已经)先行一步进入产品竞赛、过招的时代。”长城汽车哈弗品牌营销执行副总经理乔心昱表示。

“全面的混动化、电动化，这是企业必须过的一关，而且这一关会发生在今年下半年和明年——决战20个月，20个月后就(可以)清晰地看到全中国市场到底哪几家做得更好，哪几家没有未来。”奇瑞汽车副总经理李学用认为，新能源的时代到来已经成必然。燃油决定生存，混动决定生死，电车决定未来。

“新能源车的发展改变了混合动力的赛道，过去混合动力与燃油动力相比，大约贵了4.5万元。现在

与纯电动车比不存在成本问题，这是近几年混合动力快速发展的原因之一。”阿尔特汽车董事长宣奇武指出，过去，行业内有一种“混合动力只是过渡性技术，迟早会被续航越来越高的电动汽车淘汰”论调，混合动力是长期需求还是短期表现？在中国汽车工程研究院股份有限公司混合动力技术专家彭航看来，“这条技术路线是符合全球市场长期发展规律的。”

彭航认为，未来的混动汽车主要是争夺增购、换购的消费者，因为让燃油车型用户接触混动车型会获得很好的体验延续感，同时又被混动车型新奇的功能和性能带来超预期的享受，让他们更加愿意接受或混动车型。特别是未来在“油电同价”的趋势下，选择混动车型会是增换购用户的重点考虑方向。

“伴随着电池技术日趋成熟，充电网络日趋完善，新能源汽车已经成为消费者‘升级体验但不升级成本’的首选。插电式混动车型凭着‘城市用电、远途用油，无里程焦虑、无充电烦恼’的特点将为消费者的新需求。”乔心昱表示。

“新能源车行业高速增长，实际上是插电式混合动力车，包括增程式混合动力车的高速增长。2030年，纯电动汽车、插电式混合动力车和燃油车的比例很可能4:3:3或3:4:3。”朱华荣表示。

5月汽车市场处缓慢恢复阶段 出口、新能源、自主品牌表现亮眼

本报记者 陈燕南 北京报道

中国汽车市场经历了一段时间低迷之后，正在持续回暖，展现出强大韧性。

日前，《中国经营报》记者从中汽协方面获悉，5月，汽车产销环比同比均实现增长，其中新能源汽车、自主品牌以及出口产销延续了快速增长态势。

数据显示，5月整体汽车市场较4月有所好转，其中，5月汽车

产量233.3万辆，环比增长9.4%，同比增长21.1%；汽车销量238.2万辆，环比增长10.3%，同比增长27.9%。1~5月，汽车产销分别完成1068.7万辆和1061.7万辆，同比增长11.1%。

中汽协会行业信息部主任刘征表示，总体来看，在经济恢复好转、政策效应持续释放、上年同期基数较低等因素共同作用下，工业主要生产需求指标同比增速回升明显，经济运行延续恢复向好态

势，积极因素累积增多。但也要看到，国际环境复杂严峻，外部压力依然较大，国内需求不足制约犹存，一些结构性问题仍比较突出，推动经济高质量发展仍面临不少困难和挑战。

中汽协方面认为，自4月以来有所好转，市场仍处于缓慢恢复阶段，汽车行业经济运行依然面临较大压力，行业企业效益水平处于低位。从目前看，全年实现稳增长目标任务艰巨，需要进一

步恢复和扩大需求，综合施策加快释放消费潜力，推动行业平稳增长。

惠誉评级亚太区企业研究董事杨菁则对记者表示：“目前，燃油车下行趋势不改，2023年市场或呈N型增长，全年销量微增长。预测二季度的整体车市会有缓慢复苏，会比第一季度的情况更加乐观，与此同时，全年销量的增长应主要还是依靠新车以及出口进行拉动。”

“3月以来的汽车促销力度虽有所收缓，但仍处高位，消费者的观望情绪也逐步缓解，需求得到释放。同时，4月举办的上海国际车展成为推动中国汽车科技和消费进步的强大平台，上海国际车展前后新品的密集推出，对提振消费有较好效果。此外，国六a/b切换时间的尘埃落定，让市场情绪进一步稳定，也有利于汽车销售。”

在具体的车型方面，1~5月，在

传统能源乘用车中，A0级和C级车同比均呈正增长，A00级、A级、B级车同比呈不同程度下降；目前销量仍主要集中在A级，累计销量348.1万辆，同比下降2.9%。

1~5月，传统能源乘用车中，8万~10万元及25万元以上价格区间的车型同比呈现正增长，其中50万元以上涨幅最大，为28.7%。目前销量仍主要集中在10万~15万元价格区间，累计销量211万辆，同比下降1.9%。

也开始复苏。”

值得关注的是，国家发展改革委、国家能源局印发了《关于加快推进充电基础设施建设 更好支持新能源汽车下乡和乡村振兴的实施意见》，国务院常务会议提出要巩固和扩大新能源汽车发展优势，延续和优化新能源汽车购置税减免政策。

在业内人士看来，这一政策有利于进一步稳定市场预期，更大释放新能源汽车消费潜力。“这一政策的出台是国家将继续支持新能源汽车发展的积极信号，因此，市场也开始进入恢复阶段，新能源汽车的销量也开始逐步恢复，这就是当前新能源汽车市场消费逐渐

回暖的根源所在。”江瀚表示。

事实上，随着新能源汽车车型品种的丰富，车型价格下探等因素影响，1~5月，除了A00级车同比明显下降，其他各级别销量同比呈不同程度增长，其中D级车由于同期低基数影响涨幅最大，达16.8倍；A级车则成为了汽车市场的销量“主力”，累计销量110.9万辆，同比增长68.2%。

在价格方面，1~5月，新能源乘用车中，10万元以上同比呈现正增长，其中35万~40万元价格区间涨幅最大，10万元及以下价格区间车型同比下降；目前销量仍主要集中在15万~20万元价格区间，累计销量87.8万辆，同比增长85.4%。

自主品牌崛起 出口成重要拉动力

得益于新能源汽车的腾飞，在5月的汽车市场中，自主品牌正在“弯道超车”，并在国际市场赢得了“席之地”。

数据显示，1~5月，中国品牌乘用车共销售478.1万辆，同比增长22.7%，占乘用车销售总量的53.1%，占有率为上年同期提升5.2个百分点。1~5月，中国品牌轿车、SUV和MPV市场占有率为44.2%、59.4%和59.3%，与上年同期相比，中国品牌轿车、SUV和MPV市场占有率均呈小幅增长。

1~5月，新能源汽车销量排名前十位的企业集团销量合计为249.8万辆，同比增长62.8%，占新能源汽车销售总量的85%，高于上年同期8.3个百分点，比亚迪销量继续在高基数上维持高增速，1~5月累计销量超过100万辆，同比增长97.7%。理想、广汽和一汽同比增速均超过1倍。

在海外业务方面，2023年5月，汽车企业出口38.9万辆，环比增长3.4%，同比增长58.7%。在这其中，新能源汽车出口依然表现亮眼，出口量为10.8万辆，环比增长7.9%，同比增长1.5倍。

2023年1~5月，整车出口前十企业中，从增速上来看，比亚迪出口6.9万辆，同比增长14.2倍；奇瑞出口31.9万辆，同比增长1.8倍；长城出口9.9万辆，同比增长1倍。

事实上，近年来，随着产品的不断提升，我国汽车出口在国际市场升级的模式也开始显现，欧洲等发达地区成为主要增量市场。数据显示，今年第一季度，我国汽车出口107万辆，同比增长58.1%，首次超越

日本，成为世界第一大汽车出口国。我国汽车商品出口金额排名前十位国家依次是俄罗斯、美国、墨西哥、英国、比利时、日本、澳大利亚、德国、阿联酋和韩国。

在价格上，自主品牌也正在“向上”升级。中国汽车工业协会副总工程师兼产业研究部部长许海东表示：“从2021年开始中国汽车的出口单价就在上升，在新能源汽车方面体现明显，已达到3万美元左右的水平。价格上涨和产品竞争力有直接关系，我们的车越做越好，包括智能化、外型设计、用户体验各个方面。出口价格上涨体现了我们的汽车出口已经打破了此前低质低价的出口模式，现逐渐形成高质优价的出口模式。”

业内人士普遍认为，当前，出口已经成为我国经济的重要拉动力。商务部发言人也表示，应培育汽车出口优势，促进进口贸易与产业、消费深度融合。

值得关注的是，近期，国务院办公厅印发了《关于推动外贸稳规模优结构的意见》(以下简称《意见》)，围绕外贸稳规模优结构，《意见》明确指出，各地方、商协会组织汽车企业与航运企业进行直客对接，引导汽车企业与航运企业签订中长期协议。鼓励中资银行及其境外机构在依法合规、风险可控前提下，创新金融产品和服务，为汽车企业在海外提供金融支持。各地方进一步支持汽车企业建立和完善国际营销服务体系，提升在海外开展品牌宣传、展示销售、售后服务等方面的能力。

汽车市场回暖 A级车成销量“主力”

随着前期促销潮热度降低，消费逐步回归理性。国家及地方政府陆续出台的促消费政策，叠加“五一”假期的各类营销活动等综合因素影响，5月整体汽车市场正在“升温”。

数据显示，今年1~5月，汽车产销分别完成1068.7万辆和1061.7万辆，同比增长11.1%。由于去年4~5月同期基数相对较低，累计产销增速较1~4月进一步扩大。

新能源市占率提升 35万~40万元价格区间车型涨幅最大

值得关注的是，新能源汽车市场也逐渐从前4个月的低迷阶段走出，新能源汽车的增长态势开始重新恢复。

数据显示，5月，新能源汽车产销分别完成300.5万辆和294万辆，同比增长45.1%和46.8%，市场占有率达到27.7%。

盘古智库高级研究员江瀚表示：“今年前4个月受到新能源补贴退坡，特斯拉大规模降价等多

种因素的影响，整个新能源汽车产业都面临巨大的市场压力，市场上观望情绪浓郁，在相当浓郁的观望情绪之中，各家新能源汽车企业都面临较大的市场需求不足的冲击。”

他进一步表示：“这一方面是因为之前受政策退坡影响，上半年的很多需求在去年年底被提前释放，需求与供应的错配现象比较明显，自然导致了市场的需求不足。另一方面，新能源市场的降价氛围较重，又带动了传统燃油车价格的大幅下调，市场预期价格进一步下跌，自然也就导致了消费者都在观望。不过，随着时间的流逝，市场的观望情绪开始下降，消费