

市场占有率超30% 新能源汽车全年销量有望达900万辆

本报记者 陈茂利 北京报道

“现在的新能源汽车品牌比较多，我们想都了解一下。汽车智能化、乘坐舒适性以及充电情况是我们考虑的首要因素。当然，颜值（设计）也很重要。”近日，《中国经营报》记者走进北京三环某商场，看到位于商场五层的新能源汽车直营店里，看车、试车的消费者络绎不绝。不少消费者对记者表示，对汽车的智能化、充电便利性格外关注，不少消费者都是看足了资料才来看“实车”的。

终端市场数据反映了消费者对

新能源车关注度、接受度越来越高。

日前，中国汽车工业协会（以下简称“中汽协”）发布10月汽车产销数据。10月，产销量继9月后再创当月历史同期新高。

10月，汽车产销分别达到289.1万辆和285.3万辆，同比分别增长11.2%和13.8%。1—10月，汽车产销累计分别完成2401.6万辆和2396.7万辆，同比分别增长8%和9.1%。

其中，新能源汽车销量728万辆，同比增长37.8%，市场占有率达到30.4%。中汽协副秘书长陈士华此前表示，预计我国全年新能源汽车销量将达到900万辆。

记者关注到，1—10月，虽然销量不及纯电动，但插电式混合动力销量增速远超纯电动，增速分别为25.2%、82.6%，成为车企竞争的新蓝海市场。在该细分市场聚集了比亚迪、吉利、长安、长城等竞争对手，其中比亚迪在插电式混合动力市场份额一马当先。

对于全年销量目标的完成，陈士华持积极预期。“我们预计，伴随国家稳定经济增长的政策效应不断累积显现，加之地方购车补贴、促销活动等措施延续，以及年底翘尾效应，四季度需求将持续增长，汽车行业有望较好完成全年目标。”

中国品牌乘用车市占率接近60%

10月，中国品牌乘用车共销售148.5万辆，占乘用车销售总量的59.7%。

10月，乘用车共销售248.8万辆，环比增长0.02%，同比增长11.4%。1—10月，乘用车共销售2066.4万辆，同比增长7.5%。

其中，中国品牌（或称“自主品牌”）乘用车共销售148.5万辆，环比增长5.9%，同比增长25.1%，占乘用车销售总量的59.7%，占有率比上年同期提升6.6个百分点。

而在主要外国品牌中，与上月相比，五大主要品牌（德系、日系、美系、韩系、法系）销量均呈不同程度下降；与上年同期相比，德系和日系品牌销量微增，其他三大主要品牌销量呈不同程度下降，其中法系销量降幅最为显著。

1—10月，中国品牌乘用车共销售1142.6万辆，同比增长

22.2%，占乘用车销售总量的55.3%，占有率比上年同期提升6.6个百分点。

前10个月，中国品牌轿车、SUV和MPV市场占有率分别为47.4%、60.8%和61%，与上年同期相比，中国品牌轿车、SUV和MPV市场占有率均呈不同程度增长。

自主品牌市场份额不断增强的同时，各品牌间的销量排名也在发生变化。销量排名变化也反映出消费者已经破除了“唯合资车”的观念，对自主品牌的认可度、接受度在逐渐提高。

乘联会数据（批发销量）显示，今年前10月，比亚迪汽车毫无悬念拿到销量第一的桂冠。比亚迪乘用车累计销量为237.1万辆，同比增长69.6%。一汽-大众

以147.5万辆的成绩紧跟其后，累计销量微幅下滑3.5%。

奇瑞汽车涨势喜人，以同比增长43.1%，前10月累计销量137.12万辆的成绩排进前三名。第四名、第五名长安汽车、吉利汽车累计销量分别为134.05万辆、133.60万辆，分别增长23.1%、17%。

第六、第七名分别是上汽大众、长城汽车，1—10月累计销量分别为95.23万辆、82.49万辆（不含皮卡），分别同比增长-12.4%、11%。

第八名、第九名、第十名分别是上汽通用、特斯拉中国、广汽丰田，1—10月累计销量分别为80.93万辆、77.12万辆、76.66万辆，除了特斯拉中国实现同比39%的增长，其他两家均出现一定程度的下滑。

新能源汽车行业集中度进一步提高

1—10月，插电式混合动力累计销量增速超纯电动。

10月，新能源汽车继续保持较快增长，产销量再创新高。

当月新能源汽车产销分别达到98.9万辆和95.6万辆，同比分别增长29.2%和33.5%，市场占有率达到33.5%。

1—10月，新能源汽车产销累计分别完成735.2万辆和728万辆，同比分别增长33.9%和37.8%，市场占有率达到30.4%。

1—10月，插电式混合动力累计销量增速超纯电动。1—10月，纯电动汽车累计销量516万辆，同比增长25.2%；插电式混合动力累计销量211.6万辆，同比增长82.6%；燃料电池累积销量0.4万辆，同比增长54%。

用了十多年时间，中国新能源汽车市场实现了从政策引导到市场驱动。从数据来看，毫无疑问中国的新能源汽车已经处于全球领先地位，不仅是数量，包括供应链、技术等领域也居于全球领先的位置。”中国汽车流通协会会长助理罗磊指出，尽管中国新能源汽车发展并不是很早，起步也不是很高，但是车企抓住了新能源汽车发展



某汽车品牌直营店里，看车、试车的消费者络绎不绝。

陈茂利/摄影

的良好历史机遇，在技术上下功夫。在生产新能源汽车的同时，注入了很多高科技，比如智能座舱、智能驾驶等。”

10月，新能源国内销量83.2万辆，同比增长37.3%；新能源汽车出口12.4万辆，同比增长12.8%。1—10月，新能源国内销量628.5万辆，同比增长31.4%；新能源汽车出口

99.5万辆，同比增长99.1%。

今年前10个月，新能源汽车行业也呈现“马太效应”，行业集中度进一步提高。1—10月，新能源汽车销量排名前十位的企业集团销量合计632.1万辆，同比增长49.6%，占新能源汽车销售总量的86.8%，高于上年同期6.9个百分点。

中汽协尤强：汽车软件的价值将逐步高于汽车的平台价值

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

随着汽车产业数字化转型的深入发展，汽车软件正扮演着愈发重要的角色。从国家层面来看，对“软件创新，软件赋能”的重视程度也日渐增加。

在此背景下，由中国汽车工业协会（以下简称“中汽协”）主办，以“聚软件之力，创数智未来”为主题的2023中国汽车软件大会在上海嘉定举办。期间，中汽协官方媒体“汽车纵横全媒体平台”携手《中国经营报》零观汽车推出系列高端访谈，邀请行业专家、企业代表畅聊行业发展方向，共谋汽车软件行业高质量发展。

“实际上，早在上世纪80年代，我们在汽车上面就应用了工业软件，只不过那个阶段只是运用了一些基础、必须的软件。上世纪90年代末至2000年年初，汽车产业在汽车电子架构方面得到迅猛提升，汽车电子架构体系也不断建立、完善，汽车软件的应用开始逐渐向上下游延展。到2020年左右，行业基于汽车软件与汽车工业软件提出了‘软件定义汽车’的概念。未来，我们相信汽车软件的价值会逐步高于汽车的平台价值。”11月9日，在上述高端访谈中，中汽协技术部副主任兼软件分会执行副秘书长尤强作出上述表述。

当前，汽车软件已经成为汽车技术革新和发展的核心驱动力。今年以来，国家相关部门多次强调，“要打好科技仪器设备、操作系统和基础软件国产化攻坚战”。工信部等政府部门也为汽车软件发展推出了系列相关举措。这为汽车软件发展创造了良好的营商大环境。

然而，目前面临的境况是，汽车软件发展面临着许多新挑战，譬

如自主创新能力不足、高端人才短缺、缺乏统一的行业标准等。

“工业软件是智能制造的重要基础和核心支撑，汽车工业软件在整个工业软件领域所占的比例达到95%以上。汽车产业被誉为现代工业‘皇冠上的明珠’，产业链非常长，对我国经济和工业发展有着举足轻重的作用和地位。不过，长久以来，我国工业软件的发展与国外相比存在短板。”尤强告诉《中国经营报》记者，基于这样的发展现状，在近期举办的2023中国汽车软件大会上，中汽协把汽车工业软件放在了一个较为重要的位置，为之设置了汽车工业软件分论坛，希望在促进汽车工业软件走上自主创新道路发挥一些作用。

汽车工业软件是汽车产业链中不可或缺的一环，为汽车智能化、网联化、电动化提供非常重要的支持。

在尤强看来，汽车工业软件的创新应主要围绕着两个维度展开：一是从汽车工业软件中的基础支撑类软件发力，基础支撑类软件涵盖车用操作系统、基础软件相关的中间件嵌入式系统以及相关数据库，这一细分领域也是国家战略的一项重要内容；二是着力于构建工业软件设计、研发生态体系，在CAD、CAE、EDA、MBSE等多学科联合仿真系统的运用方面发力。

“在上述两个维度，目前我们与国外相比均有较大的差距，自主率还比较低，关键核心技术供给不足，希望通过集中在这两个领域深入开展攻坚工作，在3到5年内，我们能够较大幅度地实现自主可控的研发和替换。”尤强说道。

尤强认为，汽车产业在前沿技术、共性关键技术，以及国际合作方面，需要国家更多的政策引导和



尤强

中汽协技术部副主任兼软件分会执行副秘书长

产业界的协同推动。未来，汽车制造业以及汽车软件产业，会更多地数字经济、开源共建、国际合作以及共性关键技术基础平台方面开展更多的工作。

尤强表示，作为行业协会，中汽协将会在更多维度的创新方面去发挥组织牵头作用，在不同平台去建立共创机制，在核心共性关键技术方面推出更多类似开放原子开源基金会这样的平台。

记者了解到，在2023中国汽车软件大会上，中汽协正式发布了《中国汽车工业软件发展建设白皮书》（以下简称《白皮书》）。据悉，《白皮书》由优秀企业代表和专家共同参与编制和评审，从多维度分析了行业趋势，总结了我国汽车工业软件产业的发展现状、存在的问题，并提出相应的建议，对汽车工业软件当下使用、未来场景和人才规划作出了前瞻引导。《白皮书》的发布，将进一步推进工业软件标准和规范的统一，凝聚行业智慧，实现汽车产业链、创新链、价值链的升级再造，助力我国汽车产业转型升级和高质量发展。

李丰军：国产汽车软件应加速迭代补齐短板

本报记者 陈燕南 北京报道

“中汽创智在筹备的时候，就已经确定了主要的业务方向——聚焦智能底盘、新能动力、智能网联三大业务领域，开展前瞻、共性、平台、核心技术和产品研发及产业化。经过3年，第一代产品成果已经为我国的软件生态打下了一个坚实的基础。我们正在积极策划第二代产品，该产品我们是以国际上最先进的水平以及最新技术的标准为锚，与此同时紧紧贴合国家战略需求和市场需求进行深入研究。”中国汽车工业协会（以下简称“中汽协”）软件分会理事长、中汽创智首席执行官李丰军表示。

随着汽车产业数字化转型的深入发展，汽车软件正扮演着愈发重要的角色。从国家层面来看，对“软件创新，软件赋能”的重视程度也日渐增加。在此背景下，由中汽协主办，以“聚软件之力，创数智未来”为主题的2023中国汽车软件大会在上海嘉定举办。其间，中汽协官方媒体“汽车纵横全媒体平台”携手《中国经营报》零观汽车推出系列高端访谈，邀请行业专家、企业代表畅聊行业发展方向，共谋汽车软件行业高质量发展。

据了解，中汽创智科技有限公司（以下简称“中汽创智”）由中国一汽、东风公司、南方工业集团、长安汽车和南京江宁经开区共同出资设立。中汽创智的成立，是国资委加快推动中央企业结构调整，大力发展战略性新兴产业的关键探索；也是实现协同创新、协同发展的关键探索。

在问及中汽创智的筹备过

程时，李丰军表示：“此前，三家股东主机厂的技术部门给中汽创智提出了56个针对中国汽车行业的技术课题，均是具有前瞻性、共性的技术以及卡脖子技术的研发任务，当时，我们大致把它分了类，主要聚焦在智能底盘、新能动力以及智能网联这三大业务领域。”

他表示：“我们发现，中国的汽车产业中汽油机、柴油机、自动变速器、DSG、AMT以及新能源的电机电池，完全可以和国外的优秀企业同台竞技。但我们也有部分地方是有短板的，比如智能底盘中的软件是最核心的短板之一，在基础软件方面，我们和国外的差距还是比较大的。”

他进一步表示：“经过这3年的努力，中汽创智第一代的产品型谱和可销售产品或服务，已基本具备了可替代国外同类产品的条件，局部领域填补了国内空白，预计今年年底或明年年初就可以实现量产。第一代产品的模块有56个，其中有4个是针对中国特有的场景开发出来的。”

“比如发展较快的新能源和智能网联里的应用层软件，就是不断地使用，不断地迭代，才有了今天领先的位置。只要通过不断的迭代，就一定能够使国产软件不仅能用，而且好用。”李丰军呼吁，无论是国产的基础软件还是应用软件，能用尽用，能用快用。

另外，他还倡议，要重视基础研究，推动全面创新。加强汽车软件基础研究，夯实技术基础。鼓励自由探索，突出原创，以基础研究为引领，带动汽车软件前沿技术、共性关键技术全面



李丰军

中汽协软件分会理事长、中汽创智首席执行官

突破创新；加强技术成果转化，推动产业链上下游协同。基于核心关键技术和原创技术，打造标杆技术产品，加强技术产业化落地。汇聚“产学研用”资源，倡导产业链上下游企业合作，实现资源共享、优势互补，共同推动我国汽车软件产业快速发展；鼓励国内外企业积极开展技术交流，在汽车软件技术领域增进了解，共同开展关键技术攻坚，共同研究制定技术标准，共同打造技术创新平台，推动中国与世界汽车软件产业协同融合发展。

对于未来的汽车行业发展格局，李丰军则表示：“中国的汽车产业已经从大向强迈进，所以在此过程中新赛道、新的技术领域一定会层出不穷，我们要以创新驱动为抓手，这也是我们取得领先和不惧一切挑战的重要抓手。我也坚信中国汽车产业将会走向世界的前列。”