

## 十年奋进 中国汽车强国建设动力澎湃

■本报记者 龚梦泽

十载春秋写华章，征程万里启新航。党的十八大以来，中国汽车市场发生了翻天覆地的变化：2012年我国汽车销量为1930.6万辆，2021年汽车销量达2627.5万辆，这一数字相当于美国与欧洲销量之和，占全球汽车销量的32.42%；新能源汽车方面，2012年我国新能源汽车销量仅为1.3万辆，2021年新能源汽车销量跃升至352.1万辆，连续7年位居全球第一。

十年来，中国汽车产业旧貌换新颜。践行市场化准则，产业优胜劣汰加快，竞争格局快速变化。能源结构的变革带动汽车生产制造与品牌服务模式剧变，锂电、5G、智能网联等新技术渐次萌发，“弯道超车”指日可待……

在开放中融合，在融合中崛起，在崛起中竞争，在竞争中成熟。厚积薄发的中国汽车产业，正在以一个成熟者的姿态站在全球行业前列，参与并引导着下一步产业变革的来临。

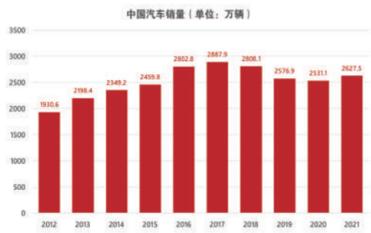
## 量质齐升 践行市场化的十年

磨砺以须，风雨兼程。

从借鉴模仿到正向研发，从“四个轮子配沙发”到自主发动机列装，从被全面压制到依靠SUV打开局面。曾经，国内车企遍尝百草，历经坎坷。如今，中国汽车品牌正创造属于自己的时代。

2016年，吉利在德国柏林发布定位为“新时代高端品牌”的领克汽车，这是吉利与沃尔沃十年协同的重要结晶。截至2021年末，领克已经拥有了“60万+”的用户群体，72%来自合资和豪华品牌的客户，为中国高端品牌的发展提供了借鉴意义。

吉利之外，在2016年，长城汽车推出了WEY品牌；上汽荣威推出首款互联网SUV荣威RX5；两年后的2018年，奇瑞旗下星途汽车问世；长安汽车也在2019年对外公布要打造高端品牌（现已定名为阿维塔）。自主品牌车企迎来了新的发展。



坚守为自主护航，创新为发展谋篇。2021年5月10日，随着一辆全新UNI-K驶下生产线，长安汽车在第五个“中国品牌日”当天，跨入了2000万辆时代。对此，长安汽车党委书记、董事长朱华荣表示：“这不仅是中国汽车转型升级进程中的一座里程碑，也是中国汽车产业发展的新高度，是中国汽车品牌迈向世界一流品牌的重要节点。”

“打造优秀品牌是生产者与消费者共同的追求与期待，也是供给侧和需求侧升级的方向。”在中汽协常务副会长兼秘书长付炳锋看来，推动中国汽车品牌向上，是从汽车大国走向汽车强国的必然要求。

汽车产业的市场化，不仅在于新品牌如雨后春笋般蓬勃生长，还在于加快推进新旧动能转换。2012年，工业和信息化部关于建立汽车行业退出机制的通知正式发布，决定在汽车行业建立落后企业退出机制。这项机制的建立，根本性地整治了我国汽车业以往“低散乱”的产业格局，加快汽车产业转型升级，推动汽车行业的兼并重组。

十年来，国内汽车市场竞争愈加充分，部分缺乏核心竞争力的车企走上兼并或重组的道路。2021年4月底，湖南猎豹汽车申请破产，同年8月底被裁定破产重整。无独有偶，曾经背靠北汽集团与重庆银翔实业集团的北汽银翔，也于2021年被法院批准进行破产重整。类似遭遇的还有众泰汽车，2021年12月份，长期处于停产状态的众泰汽车迎来曙光。\*ST众泰发布公告称，已收到金华中院裁定批准重组计划，同时终止众泰汽车股份有限公司重组程序。

市场的优胜劣汰换来的是资源和产能的进一步集中优化。随着中国汽车市场日趋成熟，越来越多的中国品牌站稳潮头，被更多消费者看到、选择与认可。自主品牌通过与合资品牌在市场上的正面交锋，有效激发了企业活力和

创造力，提高了要素配置效率。

中国汽车工业协会统计数据显示，2021年，我国自主品牌乘用车共销售954.3万辆，同比增长23.1%，占乘用车销售总量的44.4%，较2020年增长了6个百分点，创下近十年新高。

“我国汽车行业仍处于转型升级的关键时期，市场上的所有参与主体都在迎接全新的挑战。”中国汽车工程学会名誉理事长付于武认为，只有充分的市场竞争，才能让中国汽车企业变得更强大，也才能催生真正国际化的汽车企业。

## 弯道超车 创新融合的十年

倍道而进，渐入佳境。

2012年是我国新能源汽车“十城千辆”示范推广工作的收官之年，也成为我国新能源汽车跨入万辆级别的启程之年。这一年，我国发布《节能与新能源汽车产业发展规划(2012—2020)年》，提出“坚持产业转型与技术进步相结合”，加快培育和发展新能源汽车产业，推动汽车动力系统电动化转型。

这意味着，我国汽车产业在继续支持传统汽车技术进步的同时，将电动化作为汽车动力转型的支持重点。加之彼时特斯拉在全球获得的巨大成功，让中国汽车从业者有了迎难而上的雄心壮志。

在新能源浪潮下，2014年，蔚来汽车、小鹏汽车接连创立。2015年，作为特斯拉中国第一批车主的李想也离开汽车之家，创办了理想汽车。三家具备互联网基因的车企被业界称为“蔚小理”。“蔚小理”之后的短短几年间，高合、哪吒、威马等嗅到商机的新能源汽车品牌如雨后春笋般破土而出。

与此同时，传统车企也开启转型之路，沙龙、极狐、极氪、岚图、智己等“车二代”陆续面世。近几年，随着新能源汽车市场的蛋糕越做越大，拥有强大互联网基因的华为、百度、小米等也纷纷跨界造车。一时间，形成了多点开花的热闹场面。

这一时期，我国汽车产业在一个个利好政策的驱动下，迸发出蓬勃力量。在新的发展机遇和挑战中，中国汽车人进入竞争发展与结构调整并重，完成动力转型并实现汽车生产大向强国转变的新阶段。

数据显示，2022年一季度，中国品牌新能源汽车累计销量同比增长1.5倍，高于市场整体增速。在乘用车总销量中，中国品牌销量占比达75.1%，较去年同期提高2个百分点。

“高科技公司跨界加入汽车行业，带来了跨界新技术，不仅改变了汽车传统的交通工具属性，也颠覆了人们对整个汽车行业的认知和企业技术创新的方式。”谈起十年来的变化，中国一汽研发总院副院长、智能网联开发院院长李丹认为，从近十年的发展来看，智能网联的出现及其在汽车上的应用，给汽车用户和行业都带来了巨大的冲击，引导人们重新认识和理解汽车。

党的十八大以来，中国汽车产业抓住了电动化、智能化、网联化转型机遇，着力推动技术创新、产品创新、市场创新，培育新增长点。

《证券日报》记者注意到，早在2013年，我国就开始在80多个城市开展新能源汽车的推广应用；受益于相关鼓励措施和财政补贴政策直接推动，2014年我国新能源汽车市场开始进

入高速增长期；2015年5月份，国务院发布《中国制造2025》，将“节能与新能源汽车”列入十大重点领域；2016年开始，相关部门陆续出台一系列简政放权、简化行政许可、开放新能源投资领域、强化退出机制、加强中后期监管等宏观调控措施。

数据显示，2014年到2017年，我国新能源汽车年销量从7.5万辆激增到77.7万辆，这也进一步激发了社会力量投资研发生产新能源汽车的积极性。

2018年，我国公布了汽车产业外资股比限制放开的时间表，并大幅降低进口关税。其中，新能源汽车是第一个对外资开放的产业。中国汽车产业由此进入发展新时代。在这之后，一批核心技术相继取得突破，造车新势力的创新不断加速，新能源汽车连续多年产销全球第一，汽车强国建设再上新台阶。

“我国新能源乘用车占世界59%的份额表现足够优秀。”乘联会秘书长崔东树表示，这主要源于中国的新能源需求强，相比欧洲的传统车和新能源车产销高出许多，发展优势明显。数据显示，2022年1—5月份，中国新能源车渗透率为18%，而欧洲为16%，北美洲为6%，除中国以外的亚洲新能源车渗透率仅为1%。

中国汽车工业协会统计数据显示，2012年我国新能源汽车销量为1.28万辆，2021年销量跃升至352.1万辆。截至2022年一季度，我国新能源汽车已累计推广1033万辆，成功突破1000万辆大关，我国新能源汽车产业已进入规模化快速发展新阶段，实现了由政策驱动向政策、市场双驱动的转变。

## 求新求变 厚积薄发的十年

破茧成蝶，引领潮流。

随着科技发展的日新月异，世界汽车的制造体系经历着不断的颠覆和重塑。我国汽车制造业凭借着对新能源技术和信息科学技术的敏锐掌握，成功跻身这场全球变革的前列，并成为主导者之一。

新能源汽车零部件方面，我国驱动电机技术和电机控制大部分已经接近国际先进水平。比亚迪、中车株洲所等生产的国内器件已开始在新疆新能源汽车领域大批量替代国外进口，实现规模化应用，具备了一定的产业基础。

动力电池方面，我国已连续五年成为全球最大的锂电池消费市场。截至2021年底，我国动力电池产能约占全球的70%，世界十大锂电池厂家中，我国企业占据6席。电池包装集成方面，

国内企业突破了NCM电池、磷酸铁锂无模组技术，在提高电池包能量密度的同时大幅降低了生产成本。

锂电之外，在智能网联和自动驾驶方面，国内的技术集成及演化速度也在提速，并成为新能源汽车时代中国汽车备受瞩目的亮点。

汽车的智能化和网联化是各大车企数字化转型的启动按钮，从赋能产品力的提升，到赋能汽车后市场的价值挖掘，再到赋能产品研发以及全价值链的协同创新，成为汽车行业“新四化”趋势下车企的兵家必争之地。

中汽协副秘书长师建华在接受《证券日报》记者采访时表示，十年来汽车企业多元化发展的现象，带来了更多的发展机会和理念的碰撞，从而驱动传统车企主动改变去迎接新时代，也使所有车企从发展思维、产品设计到市场层面，更多地加速向电动化、智能化、网联化方向发展。



作为国内传统车企的代表，长安汽车自然深谙这个道理。“长安研发的投入长期维持在5%左右。我们累计投资1000亿元，构建了‘六国九地’研发布局。同时与华为、腾讯成立智能实验室，深耕智能网联技术。”长安汽车执行副总裁谭本宏表示。

过去十年，我国车企加快“走出去”步伐，通过收购、重组、股权投资、联合开发等方式进入发达国家市场，深化与国际汽车产业界的交流与合作。展望未来，已初步形成自主创新能力强，全面掌握锂电、5G、自动驾驶前端技术的中国汽车产业，将引领智能网联汽车高质量发展，走出全新发展路径和产业宏图。

举目已是千山绿，宜趁东风扬帆起。中国汽车产业即将进入一个前所未有的全方位对外开放新时期，新能源汽车以先行者的姿态正迈向竞争发展与结构调整并重的新发展轨道。相信中国汽车产业一定能在全面开放的国际竞争环境中，抓住发展机遇，从容应对各种压力，在不远的将来实现汽车强国梦。

## 实现从“会造车”到“造好车”的跨越

■龚梦泽

作为被寄予厚望的战略性新兴产业，中国新能源汽车在基础研发和核心技术上持续创新突破、久久为功。今年以来，国内新能源汽车销量和渗透率继续保持逐月快速提升态势。

数据显示，6月份，我国新能源汽车产销分别完成59万辆和59.6万辆，同比均增长1.3倍，创下历史新高。截至6月底，我国新能源汽车保有量跨过千万辆大关，达1001万辆，占汽车总量的3.23%。

笔者认为，这一成绩的取得，除了政策大力支持外，也得益于一批中国自主品牌抢抓先机，走在了产业发展的前端。传统车企正快速转型，造车新势力凭借新技术、新模式、新理念，拉升行业认知度和影响力。可以说，国产新能源汽车品牌的强势崛起，已成为促进汽车产业回暖、推动经济复苏的一支重要力量。

不过，我们也应清醒地认识到，从“能造车”到“会造车”固然可喜可贺，但从“会造车”升级为“造好车”才是更大的挑战与跨越。为此，还需从以下三个方面再接再厉：

第一，锻长板，构建完善公平统一的新能源汽车产业生态。现阶段，新能源汽车产业生态正由整车研发生产、零部件及营销服务企业之间的“链式关系”，演变为汽车、交通、能源、信息通信等多领域多主体参与的“网状生态”。为此，我们需要构建完善互融共生、合作共赢的产业生态体系，进一步促进跨行业、跨领域的融合创新，从而增强和激发产业发展动力与各主体的能动性。

第二，补短板，打造自立、安全的产业链供应链与合作新格局。近年来，新能源汽车技术尤其是动力电池技术逐渐呈现多元化发展趋势，新型材料体系层出不穷。在推动智慧交通、超充换电、电池银行等新型业态飞速发展的同时，对增强产业链供应链自主可控能力提出了更高要求。这就要求务必实施好关键核心技术攻关工程，尽快解决一批“卡脖子”问题，争取建立既嵌入全球供应链，又能够对核心技术和价值增值有控制力的合作新格局，形成具有更强创新能力、更高附加值、更安全可靠产业链供应链形态。

第三，树样板，聚焦推进智能网联汽车发展与创新升级。新能源汽车诸多前沿技术“上车”的最终目标，就是在汽车全电化基础上以智能网联汽车为载体实现无人自动驾驶。可以说，智能网联汽车不仅是汽车与信息通信、人工智能、软件、互联网等深度融合发展的产物，更是下一阶段新能源汽车深度竞争的胜负手。

展望“十四五”，我国汽车产业必将加快补短板、强基础、锻长板，不断提高产业发展水平和国际竞争力，加大力度推动新能源汽车和智能网联汽车发展，努力提升产业链供应链可控性与稳定性，早日实现从“会造车”到“造好车”的跨越。