

# 盘点2020中国车市十大关键词

本报记者 王伟

因为新冠肺炎疫情的造访，各行各业在2020年都可以说与往年大不相同，汽车行业同样如此。

如果要找出2020年汽车行业的关键词，有相当一部分都与疫情相关。不过，疫情非但没有阻止行业向前的步伐，反而让行业的发展脉络更加清晰起来。

股产业链上的汽车整车、锂电池、光伏等板块全线走强。宁德时代在去年12月

21日股价突破300元大关后，成为创业板首只市值达7000亿元的股票。

## LG与麦格纳签订合资协议



2020年12月23日，LG电子和麦格纳国际公司宣布成立合资公司，制造电机、逆变器、车载充电器，并为一些汽车制造商提供电驱动系统。合资公司将不断扩大双方电动力总成产品的供应。以雪佛兰Bolt EV和捷豹I-PACE为例，LG在电

## 1 战疫

在“抗疫”战争中，“上半场”，汽车企业积极捐款捐物、制造抗疫用车，还转产口罩和消毒水。据中汽协统计，截至2020年3月24日，共有81家汽车企业及汽车协会组织累计捐赠现金、物资及乘用车价值约9.6亿元、负压救护车600

余辆，生产并捐赠口罩1926万余只，成立专项基金2.23亿元；“下半场”，汽车行业一方面迅速实现复工复产；另一方面，国内车企还为国外相关地区提供抗疫方面的物资和经验，并努力完成海外订单，确保全球汽车供应链稳定。

## 6 自主品牌向上

经过多年的沉淀，眼下，“大象”们纷纷发力高端车市场。无论是已经上市的红旗H9还是东风岚图、上汽智己，抑或是长安、华为、宁德时代正在筹划中的高端品牌，民族品牌期望从竞争激烈的中低端汽车市场中突围的努力矢志不渝。与

以往不同的是，他们纷纷将发力的方向指向高端新能源汽车市场。显然，特斯拉、蔚来等在中高端新能源汽车市场取得的成效给传统“大象”们起到了示范作用。可以预想的是，2021年的中国车市，一场高端智能电动车大战在所难免。

## 2 “V”型反转

上一年的“车市寒冬”余波还没有过去，新冠肺炎疫情又给中国车市泼了一盆冷水。2020年1-3月，产销量同比分别下降45.2%和42.4%，其中2月份全国乘用车市场零售25万辆，同比下降78.7%。伴随生产经营的有序恢复，3月之后，

产销情况不断好转；4月销量结束连续21个月的下降；截至去年11月，汽车产销已连续8个月保持增长，销量增速连续7个月保持在10%以上。据中汽协此前预测，去年全年汽车产销量有望达到2500万辆左右，降幅收窄至2%以内。

## 7 抱团取暖

在汽车行业“寒冬”季节，三大央企牵手成立中汽创智。丰田联手比亚迪、吉利与沃尔沃筹划重组、smart“嫁入”吉利、大众增持江淮，国内乘用车市场的合纵连横丝毫没有因为市场的迟滞而延缓，相反让人

觉得眼花缭乱，如上汽携手阿里、长安联合华为等积极的市场行为，这一系列体量更大、跨度更宽、层次更深的资源整合，预示着汽车行业单打独斗的时代已经过去，优势互补、抱团取暖已成为共识。

## 3 芯片短缺

2020年12月初，“芯片短缺”的消息持续登上媒体头条。由于疫情对全球产业链造成影响，全球芯片产量严重不足，而中国经济自疫情平稳后快速回升，导致需求大幅增加，这也是目前国内芯片供需矛盾凸显的内在原因之一。

其实，随着智能汽车的迅猛发展，中国汽车“缺芯”的问题一直存在，只是在这个时间点上，这个“卡脖子”问题暴露了出来。2021年，克服芯片供应不足，打破对整个行业发展的掣肘，既是巨大挑战，也是难得的机遇。

## 8 车企破产潮

2020年，自主品牌的处境艰难，1-11月，自主品牌市场份额仅占37.7%，同比上年下滑2.3%，已跌破40%的红线。随着赛麟、博郡、拜腾等多家造车新势力先后退出，让更多人明白汽车行业淘汰赛在疫情催化剂的作用下开始“加速”。那些已在

车市盘桓几十年的传统车企日子也不太好过，如长安铃木、长安PSA、东风雷诺、猎豹、众泰、华泰、力帆、华晨、一汽夏利、东风裕隆等被爆黯然落幕。在2020年的疫情下，谁是裸泳者一看便知。彼时，“我将此生交与华晨”“力帆妖娆，尹老逍遥”等言语仿佛仍在耳边。

## 大陆集团发布新战略

作为资本市场日活动的一部分，2020年12月16日，大陆集团提出调整后的战略，其中中期目标旨在实现平均每年5%-8%的自然增长，从而领先于所在的市场和行业。“未来出行的特点是高度的互联性、安全性以及便利性。虽然硬件依然很重要，但软件将在未来产生更

大的影响。凭借面向未来的技术和锐意进取的全球团队，我们旨在成为出行领域转型的成功者。”大陆集团首席执行官Nikolai Setzer说道，“我们战略的三大基础将起到决定性作用：提升经营业绩，增强产品组合差异化，将向互联和可持续性出行变化的趋势转变为机遇。”（韩文字）

## 4 新能源汽车

汽车产业朝着电动化、智能化和网联化方向迈进的步伐不断加快。《关于修改〈乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分并行管理办法〉的决定》《新能源汽车产业发展规划（2021-2035年）》《节能与新能源汽车技术路线图2.0》《智能

汽车创新发展战略》《智能网联汽车技术路线图2.0》等一系列鼓励和支持政策相继发布。伴随着政策疾风的，是恒大、宝能等百万辆级的新能源汽车规划和“百度造车”传言等，以及新能源汽车销量一涨再涨的市场趋势。

## 9 线上营销

突如其来的新冠肺炎疫情倒逼车企更加重视线上营销，“透明工厂”“明星带货”，以及构建线上服务闭环等模式不断涌现。各车企将线上视为汽车销售、维护客户关系、增强品牌影响力的“第二战场”。线上营销突破了时空限

制，打通了消费者与车企之间的壁垒，预示着汽车行业生态体系可能全方位改变。当前，移动互联网、大数据、5G等技术快速发展，推动传统车企在运营模式和营销模式方面发生改变。特别是此次新冠肺炎疫情更加速了这种改变。

## 博世与庆铃成立合资公司

12月22日，博世中国与庆铃汽车（集团）有限公司在重庆签署合资协议。双方将成立合资公司，共同开发和销售燃料电池解决方案。合资公司的注册资本为8亿元。其中，博世持股60%，庆铃持股40%。新成立的公司将主要负责燃料电池系统的开发、应用、组装、销售和服务。合资公司的成立是博世

在中国推动燃料电池技术商业化的又一关键性战略举措。博世长期看好氢能源市场的未来，并持续进行投资。目前，博世在无锡建立了主要进行研发工作的氢燃料电池中心，计划于2021年实现燃料电池产品的小批量生产。此外，博世还与瑞典电堆制造商Powercell合作开发燃料电池的核心部件——电堆。（洪虹）

## 5 股市

车市和股市从来没有像现在这样联系紧密。美股上市一敲钟一融资，理想、小鹏先后完成。在我国的金融市场，吉利汽车科创板IPO过会，威马启动科创板上市辅导，东风集团创业板IPO过会。

2020年以来，新能源汽车股无疑是最闪亮的存在。特斯拉市值已经一举超过九大传统汽车制造商市值总和。截至2020年底，蔚来汽车股价较年初上涨超过11倍，小鹏汽车和理想汽车股价则均上涨超过180%。A

## 10 特斯拉

可以说，国内汽车圈的一半话题都和特斯拉有关。从“频频降价”到登上热搜的“失控门”“减配门”，一直到马斯克嘲讽中国消费者“无理取闹”、发推文嫌弃“特斯拉股价太高了”，特斯拉“负面新闻”不断，但在中国市场的表现不仅帮助它维持了交付成绩，也稳住了高毛利。与此同时，特斯拉

在中国市场上正在进行深耕，如他们最近又在二三线城市开设了特斯拉中心，还在上海开始了充电器的生产。用一句话来说，“特斯拉拥有先行者优势，而且他们也向消费者证明了这一点。”在特斯拉的鲑鱼效应下，不仅传统车企正在飞速向着电动汽车转型，就连苹果也打算造车了。

## 江铃与雷诺成立新工厂

12月27日，由江铃集团与雷诺集团合资建设的江铃集团新能源能量工厂在南昌举行了启用仪式，合资后的第一款纯电动车型也在现场亮相，该款代号为GSE，定位纯电动A级轿车。作为在2018年在新能源汽车市场年销量突破4万辆的企业，江铃却在这一波

市场上升周期中逐渐失去了声量。而对于雷诺，虽然在欧洲有冠军车型雷诺Zoe，但这并没有为其在中国的新能源赛道上带来什么存在感。这次两家企业携手，除了是向外界展示其制造实力和合资品质外，更是在传达一种声音：“我们依然是赛道上的重要玩家。”（晓欣）