

2021年中国车市十大趋势预判

本报记者 王伟

2020年终于过去了。中汽协预计，2021年汽车总销量将同比增长4%，达2630万辆；新能源汽车销量增幅有望达到40%，将攀升至180万辆。2021年是“十四五”规划开局之年。如何以科技创新催生新发展动能，实现内涵型增长，今年将显得更为重要——再如何强调智能网联、新能源的重要性都不为过。

时代大变局，不以任何人的意志为转移。特别

是在能源技术革命、通讯技术革命、人工智能革命叠加交汇的时代下，整个汽车业正在发生颠覆性改变和重构。按照清华大学汽车发展研究中心主任李显君的观点，数字化与电动化一起推动汽车进入颠覆性创新时代，变革时代最大的特征之一，就是大多数传统企业都将被迫出局。

很显然，“难”仍将是今年发展的主旋律，但在某种程度上，得益于率先走出新冠肺炎疫情冲击，其依然有增长空间。

1 中高端纯电动SUV竞争异常激烈

代表着智能网联、新能源的中高端SUV品牌之间将掀起腥风血雨般的竞争。根据IHS MARKIT关于纯电动汽车市场的最新预测，C级纯电动SUV市场今后几年将显著增长，这一细分市场的纯电动汽车产量同比增长在许多国家和地区是最高的，超越如今的豪华电动轿车，到2027年或将成为市场占比最高（25.7%）的车型。东风岚图、蔚来等都把产品

定位在这一市场，恒大、宝能等新入局者都布局了这一市场。在2021年第一天，国产特斯拉Model Y的售价就引发强烈反响。此次特斯拉国产的第二款车型，即纯电动SUV Model Y起售价分别为33.99万元和36.99万元，相比此前进口版车型售价，分别下调14.81万元和16.51万元。原先蔚来的对标车型比价优势已经荡然无存，潘多拉魔盒已经打开。

2 芯片紧缺仍将持续

2020年年底，缺“芯”危机开始弥漫汽车业界。芯片是汽车实现自动驾驶、动力与传动、车载娱乐等功能最关键的零部件，而这些又恰恰是中国汽车业今年发展的着力点。目前，全球车规级芯片主要生产商（恩智浦、英飞凌、瑞萨电子、意法半导体等）均为外资企

业。中国车规级芯片基本上依赖进口，年进口额高达2313亿美元。芯片技术“卡脖子”现状早已被行业多家企业意识到，但是芯片是一个规模化的产业，目前中国芯片产业突破技术瓶颈、得到发展需要长时间的投入，效果不可能立竿见影。预计今年的芯片供应状况仍然偏紧。

3 科技巨头加快入局

2021年9月，苹果将发布第一款Apple Car，将采用独特的“单体电池”设计。据中国台湾《经济日报》报道，苹果汽车产业链上游的和硕、贸联-KY、和勤等零部件大厂，现已全面爆单。

手握重金的科技巨头进入汽车业，给老牌汽车企业带来了前所未有的挑战。摩根士丹利分析师预

计，苹果进军自动驾驶电动汽车领域有可能会创造“新的特斯拉熊市”。

在中国科技巨头的狩猎场，百度、阿里、腾讯、华为都已悉数挤进智能汽车赛道。其中，百度有可能直接入场造车，华为则加快在智能汽车市场的渗透率，将与长安及宁德时代联手打造全新高端电动车品牌。

4 L3级自动驾驶车型迎来集中量产

被科技巨头们看重的智能汽车赛道上，自动驾驶是极为重要的一个分支。对于中国来说，2021年将是自动驾驶发展的关键一年。从1月1日起，《汽车驾驶自动化分级》正式实施，中国将正式拥有自己的自动驾驶汽车分级标准。按照《汽车驾驶自动化分级》，第3级自动驾驶也称为有条件自动驾驶，在该标准下，接管用户能够以适当的方式执行动态驾驶任务接管。这也符合现阶段大多数车企

能够达到的标准，如Audi、特斯拉、蔚来、小鹏的相关系统均可达标。

可以预见的是，2021年L3级自动驾驶车型或将得以集中量产。而L2级在低端市场的渗透率将大幅提升。用户需求和技术的升级进一步赋能座舱智能化发展。无人驾驶技术正在获得日新月异的突破，但其落地与法律、配套设施的建设息息相关。2021年，两者之间发展不对等的矛盾或更加突出。

5 电池创新研发“五花八门”

电动汽车激战正酣，动力电池行业也进入新的技术变革周期。2020年，比亚迪推出刀片电池，特斯拉发布“无极耳”电池，LG化学计划于2021年第二季度量产一款超高镍NCMA电池，宁德时代联手智己汽车研发“掺硅补锂电芯”技术，续航里程可达1000km的动力电池大约

在5年内推出。

技术发生颠覆性变革之际，已经在动力电池市场应用了10年之久的传统液态锂电池，因为安全性与高能量密度难以平衡，存在易燃等问题，地位岌岌可危。相比较而言，具有高安全性、高能量密度、可简化封装等特点的固态电池或将成为下一代锂电池技术的方向。

6 豪华车渗透率继续提升

2020年，国内车市的一大特点是消费降级和升级并存。所谓降级，是指一部分原本要购车的消费者，由于种种原因取消或推迟购车。汽车消费升级趋势则非常明显：一是豪华品牌销量增长明显高于普通品牌，从去年4月开始，豪华车市场已恢复正增长，去年1-11月同比增长11%。高价格区间市场恢复显著，20万~25万元区间产品同比降幅收窄至0.3%，25万元以上产品同比增长0.4%。二是同一车型中，高配车型销

量明显好于低配车型。三是小型低端车型市场急剧萎缩。10万元以下产品市场表现相对较差，份额较上年跌去3.7个百分点。这一汽车消费趋势，2021年将继续下去。与此同时，豪华品牌折扣率接近20%。豪华车加权平均价格持续下降，一方面受益于政策上进口关税和增值税的下调，另一方面也是因为国产化比例逐年提高，从2011年的45%提升到目前70%左右。再加上入门级产品的密集推出，挤占了其他市场空间。

7 商用车降，二手车增

2020年的商用车市场创造出了我国商用车行业最高的历史销售纪录。但这里“复工复产物流先行”带来的强劲需求，加上更严格的排放标准广泛实施，多种因素在客观上

透支了今年的商用车市场。因此，中汽协预测今年商用车销量将小幅回落，竞争焦点在于智能网联和服务创新方面。

据麦肯锡调查显示，我国消费者对于二手车的

态度有所改变，2017年仅有11%的人考虑购买，到2019年，这个比例已经提高到15%。同时，受二手车经销增值税减按0.5%征收、简化二手车经销企业购入机动车登记手续、推动取消二手车限迁等政策影响，整个市场会向更加透明的

方向发展。到2025年，预计我国二手车加新车的交易量将突破5000万辆，成为全球最大的汽车交易市场。据中国汽车流通协会预测，相比去年，2021年二手车市场会出现快速增长，规模有望达到1700万辆，实现15%左右的增长。

8 汽车零部件进口替代将迎新发展

零部件面临技术升级和进口替代加速双重红利。如特斯拉对电池控制、芯片、软件算法等核心部件的掌握，加速了汽车电子电器架构和其余硬件的变革。围绕智能网联、智能座舱、电动化等升级，零部件的成长性发生变化。2021年，零部件本土化需求加速，技术革新将成为确立竞争优势的重要途径。市

场需求扩张与供给重构拉动零部件行业同步发展。在此背景下，我们会看到这一轮的进口替代出现了一些全新的特征，比如从引进型替代进入到自主型替代、从应用型研发进入到基础型研发、从数量型扩张进入到质量型增长，需要我们有更大的忍耐力、更大的投入来完成这一次的转交。

9 传统车企试水混合直营模式

新零售已被特斯拉证实可行，作为全球首个采取直营模式的汽车制造商，特斯拉已经连续5个季度实现净利润为正。在此背后，中国经销商同样面临着变革的阵痛，转型已迫在眉睫。中国汽车流通协会的数据显示，2020年中国汽车经销商库存预警指数已连续12个月高于50%的荣枯线，最高达到81.2%；2020年上半年，近3万家经销商中，只有21.5%实现销量增长，盈利

的经销商数量不足3成。

推行直营或混合直营模式，势必与现有经销商、主机厂相关方的利益产生冲突；高昂的直营店建设和运营成本也是不小的压力。对于主机厂来说，2021年或许将是设计全新品牌（尤其是电动车品牌）渠道模式、搭建混合直营渠道网络的初步阶段。

2021年一个非常大概率的事件是，每一家公司都有可能需要一个直播间。

10 网约车探索新路

以滴滴、T3等巨头为代表的服务运营商将会深度入局车市，为市场带来更多变数。

滴滴的网约车定制车型D1于去年年底在长沙比亚迪基地正式投产。同时，首批新车也进行了交付。作为运用大数据定制的网约车，D1给整车企业和网约车市场带来怎样的变化？今年值得关注。

T3出行是首家融合车联网架构的出行平台，未来的目标是做中国自动驾驶时代的核心运营商。虽然仅上线运营一年半，但T3出行已经是“中国出行行业第二，B2C出行第

一”了。在保持市场增速的同时，如今T3出行也在为未来布局。近日，其联合30余家企业在苏州成立的“鳌头联盟”，将推动自动驾驶从实验性封闭场景过渡到真实开放运营场景，开放场景将为各种自动驾驶汽车和技术的安全性、可靠性、实用性验证提供大量真实出行数据。通过与苏州高铁新城、江苏大运集团进行战略合作，T3出行将持续整合线下合规运力资源，提升核心竞争力。

今年，随着自动驾驶技术的商业化落地进展，出行市场将发生更多变革。