

产业聚焦·新动能新趋势

□ 本报记者 杨忠阳

# 汽车产业重塑竞争新格局

中国汽车工业协会数据显示



在安徽省芜湖市奇瑞新能源爱咖生态科技有限公司新能源汽车生产车间里,工业机器人进行焊接作业。  
肖本祥摄(中经视觉)



广西柳州雅容汽车物流基地繁忙的装运场景。  
黎寒池摄(中经视觉)

中国汽车工业协会数据显示,今年上半年我国汽车产销分别完成1389.1万辆和1404.7万辆,同比增长4.9%和6.1%。

在世界经济复苏艰难,国内有效需求不足的背景,我国汽车产业稳中有进,以进促稳,为支撑工业经济稳增长发挥了重要作用。

## 产业三大亮点

梳理今年上半年我国汽车产业成绩单,主要有三大亮点。

新能源汽车延续良好的发展态势。今年上半年,国内新能源汽车产销累计完成492.9万辆和494.4万辆,同比分别增长30.1%和32%,市场占有率达到35.2%。其中,插电式混合动力今年上半年累计销售192.2万辆,同比增长85.2%。

“当前带发动机的插混已成为推动新能源汽车发展的主要动力。”国家信息中心高级经济师徐长明表示,插混比燃油车经济性更好,科技感更强,并且没有纯电动汽车里程焦虑感,能适应不同场景。同时,插混在一些城市不限行,还有购置税优惠,这样的政策对消费者购买选择也会起到一定促进作用。

在新能源汽车驱动下,中国品牌乘用车市场份额进一步提升,上半年销量达741.9万辆,同比增长23.9%,市场份额为61.9%。其中,在榜单前5名中,中国品牌占有4席,包括比亚迪、奇瑞、吉利、长安;而此前以传统燃油车销量为主的大众、丰田、本田等合资品牌虽然仍位居前十,但正在失去市场主导力。这表明,过去合资品牌霸榜中国乘用车市场的格局已被打破,中国品牌乘用车在市场竞争中实现了跃升。

同时,汽车出口继续大幅提升,对拉动市场整体增长贡献明显。上半年,我国出口汽车279.3万辆,同比增长30.5%。

“今年上半年汽车出口是重要增长点,这既是企业技术和市场策略成功的体现,也是中国制造业在全球范围内影响力提升的具体表现。”中国汽车工业协会副秘书长陈士华说。

此外,20个城市启动智能网联汽车“车路云一体化”应用试点,9家企业开展智能网联汽车准入和上路通行试点,具备组合辅助驾驶功能汽车销量占比超50%,智能化发展开启新阶段。

“全球新一轮科技革命和产业变革蓬勃发展,推动了智能网联和新能源汽车有机融合,同时也加速了智能网联技术在传统汽车上的普及应用。”中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长

付炳锋在上海举办的2024中国汽车论坛上表示,目前我国L2级自动驾驶在新能源汽车配置率已达到56.2%，“车路云一体化”应用试点加速落地,无人驾驶车辆进入商业化试点运营,中国已成为智能网联汽车发展创新热土。

## 积极应对转型

车市稳中有进,增量来之不易。这既得益于国家以提振消费为重点扩大内需政策的持续发力,也得益于企业通过创新推动新旧动能转化的不懈努力。

为促进投资和消费,今年3月,国务院发布《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》,提出开展汽车以旧换新,加大政策支持力度,畅通流通堵点,促进汽车梯次消费、更新消费。4月,商务部等14个部门发布了推动消费品以旧换新的具体政策。

随着国家以旧换新政策细则出台,地方新能源补贴政策的持续推出,社会积蓄的消费购买力陆续释放。“新能源汽车销量行情在上半年末段开始走强,新能源汽车走势好于此前的预测。”全国乘用车秘书长崔东树说。

与此同时,一大批新车密集推出也适应了消费者多元化购车需求。今年开年第一天小鹏X9上市,紧接着全新车型极氪007就开启交付,同时全新升级了极氪001;而3月28日小米SU7的上市,不仅通过“全民猜价格”成功破圈,而且在创始人雷军的带货下,供不应求。

不过,由于车市竞争日益激烈,新旧动能转换加快,价格战与流量战也打得难分难解。今年特斯拉通过1月和4月两次大降价,将Model Y的起售价首次降至25万元以内。相较于特斯拉,车型布局全面的比亚迪降价力度更大。春节假期结束之后,比亚迪将秦PLUS、驱逐舰05荣耀版两款车型起售价拉到8万元以下,更喊出“电比油低”口号,对轩逸、朗逸等合资品牌紧凑型轿车形成较大压力;而5月28日,比亚迪推出的搭载第五代DM技术的两款新车又将起售价拉到10万元以下,对速腾、帕萨特等合资品牌B级燃油车市场造成冲击。

“今年以来,新能源汽车市场的降价促销具有启动早、力度大、跨度长、规模大等特点。”崔东树表示,所谓“早”,就是今年从年初开始就延续了去年的新能源汽车价格战;在力度上,部分新能源热销车型降价幅度近20%,而且降价举措一直延续,称得上“跨度长”;规模大,则是指今年上

半年参与降价的新能源车型总数接近去年全年降价车型的数量。

面对市场变化,在年初保时捷中国经销商大会上,有多家经销商就今年销售任务提出异议,要求保时捷中国给予经销商一定经济补偿。“五一”节前,经销商们联合向保时捷总部发函,明确要求保时捷中国补偿经销商新车销售亏损。

“传统企业既要进行燃油车的节能改造,又要发展新能源汽车,企业双线作战,当前经营压力持续加大,行业上下倍感焦虑。”付炳锋表示,当前中国虽在汽车产业转型中取得了成就,但也碰到了前所未有的困难,这是产业发展过程中面临的考验。他认为,汽车行业是充分竞争的产业,产品和品牌是企业竞争的核心。虽然传统车企和新势力企业,合资品牌与自主品牌有着各自不同的发展路径和经营战略,但是,中国超大规模汽车市场容得下不同风格的企业和产品存在。关键是,企业在竞争中要尊重产业发展规律,加大科技研发投入,提供高质量产品和服务。

## 巩固发展优势

尽管今年上半年我国汽车产销实现增长,但行业利润并不高。国家统计局数据显示,今年汽车行业收入47672亿元,行业利润率仅为5.0%,相较于下游工业企业利润率6.4%的平均水平,汽车行业利润率仍偏低。

造成利润率偏低的主要原因,就是从去年延续至今的价格战。“大家都希望有一个健康的竞争环境,但由于有些企业首先发起了内卷行动,并因此取得先发优势,而其他企业只能被动地卷进去。”吉利控股集团高级副总裁杨学良表示,当前中国汽车企业必须强化行业自律,走上规范的发展轨道,这不仅是一个汽车公司的责任,更关系整个中国汽车行业的前途。

7月11日,宝马中国公开表示,今年下半年的重点是“关注业务质量,支持经销商稳扎稳打”。随后,奔驰、奥迪,以及以蔚来、理想等为代表的造车新势力高端品牌也都约而同地跟上宝马的节奏,选择不同程度地回调价格。

“在看到亮点的同时,也要看到我国汽车产业发展仍然面临的一些问题和挑战。比如,汽车芯片、基础软件等存在短板,新一代动力电池、自动驾驶等新技术竞争加剧;国内消费需求不够旺盛,市场竞争异常激烈,出现了一些无序竞争的现象,不少企业利润下降甚至亏损,企业间拖欠账款情况增多。这些现象影响和冲击了产业链供应链的稳定。”工信部副部长辛国斌说。

为抓住机遇、

# 无人机配送受欢迎

裹送至客户手中。特别是生鲜农产品,对配送时效要求高,无人机配送成为重要补充。对快递物流企业来说,持续探索无人机应用,将有助于企业在激烈的市场竞争中赢得更多优势。

二是政策推动。2021年2月,低空经济在《国家综合立体交通网规划纲要》中被正式提出,并在今年作为“新增长引擎”之一写入《政府工作报告》。随着一系列政策举措推进实施,作为低空经济的重要载体,无人机配送在越来越多的城市落地生根。在黄金珠宝交易集散中心深圳罗湖水贝,无人机每天都会飞越林立高楼配送黄金饰品,助力中小型黄金珠宝企业降本增效;在河南郑州、安阳等地,无人机物流同城配送试点也已率先开展,支持开通低空物流配送航线的措施相继出台。

无人机配送作为地面运力的重要补充,给运输时效和快递体验带来了新飞跃,但无人机送货走进千家万户依然任重道远。受限于天气等气候因素,当前市面上的多数货运无人机运营都要“看天”。快递物流企业要持续加大研发投入,突破实现恶劣气候环境下的常态化运营,解决人们随时随地使用无人机物流的需求。各地也要因地制宜,放宽无人机配送场景应用,在需求旺盛的区域,还要加密低空物流航线网络,让越来越多的老百姓享受到方便快捷的快递服务。

作为一个新兴赛道,无人机配送的相关法律法规尚不完善,产品的材质、电池、场地等行业标准也各不相同,亟待进一步明确和规范。相关部门要将货运无人机纳入智慧城市规划建设,不断完善无人机配送的公共基础设施,如管控中心、起降停机坪、低空航线划设等。如此,无人机在飞行过程中才能飞得远、管得住。

无人配送达成为地面运力的重要补充,给运输时效和快递体验带来了新飞跃。快递物流企业要持续加大研发投入,突破实现恶劣气候环境下的常态化运营,解决人们随时随地使用无人机物流的需求。

## 业界点睛

时效是衡量快递服务的一个重要标准。从下单到收货,不到24小时,这就是重庆市巫山脆李如今走出大山、飞向全国的重庆速度。其中,参与转运脆李的重庆邮政货运无人机功不可没。从果园到巫山机场,货运无人机的投用,将2小时陆运时间缩减至7分钟,不仅大幅提高了脆李的转运效率,也是中国邮政在巫山首次实现“空空联运”大规模常态化运营。

事实上,无人机配送并非新鲜事。自2018年顺丰拿到首张无人机航空运营许可证后,无人机配送服务逐渐走入公众视野,并不断向医疗物资、抢险救援、生鲜冷链、跨海运输等物流配送场景扩展。目前,顺丰丰翼无人机在大湾区已实现大规模常态化运营。今年6月,日均运输单量突破2万票,比年初增加了一倍。

无人机配送之所以受欢迎,有两个主要因素不可忽视。一是需求驱动。近年来,随着快递物流行业装备加速升级,效率不断提升,“半日达”“小时达”“分钟达”等不断刷新人们对快递速度的认知。相比传统运输方式,无人机配送的最大优势就是高效,尤其在城市拥堵路段,无人机能绕过地面障碍,准时将包

# “动车+旅游”成暑运出行新选择

本报记者 齐慧

暑运过半,“动车+旅游”成为百姓出行新选择。针对暑期九寨沟游客井喷式增长,暑运期间,中国铁路成都局集团有限公司在川青铁路采取“固定+旅游专列”模式,丰富游客出行选择。距离九寨沟景区最近的火车站——川青铁路镇江关车站数据显示,截至7月30日,该站发送旅客已超24万人次,日均运送旅客8339人次。

在长三角地区,上海至嘉兴红色旅游列车Y701/Y702次受到旅游市场追捧,客流持续火爆,北京、西安、合肥、南昌、武汉等地旅客慕名前来体验打卡。截至7月底,该红色旅游列车今年共接待旅客近7.5万人次。此外,随着“6·15”调图上线的G8388/9/8次“超级环线”列车,串联起长三角三省一市21座城市,运营一个月,发送旅客约11万人次,有力推动沿线旅游经济发展。

铁路暑运自7月1日启动,至7月31日时间已过半,数据显示,全国铁路累计发送旅客4.23

亿人次,同比增长4.0%,日均发送旅客1363万人次,铁路运输安全平稳有序。

中国国家铁路集团有限公司运输部负责人介绍,暑运以来,铁路学生流、旅游流、探亲流等出行需求旺盛,铁路部门统筹客货运输和防洪安全,精心做好暑期旅客运输工作,保障民生重点物资运输,有效防范应对极端天气和自然灾害,为旅客平安有序出行和经济平稳运行提供了运输支撑。

客运能力供给有效增加。统筹用好三季度调图、京广高铁全线按时速350公里高标准运营、新线开通新增的运力资源,加大运力投放,全国铁路日均安排开行旅客列车10636列。用好铁路12306售票和候补购票大数据,通过加开临时旅客列车、动车组重联运行、普速旅客列车加挂车厢等方式,增加热门地区和方向运力,安排进京、进沪、进穗普速旅客列车满编组运行,最大限度满足旅客暑期出行需求。池州至黄山高铁、日

兰高铁庄寨至兰考段、兰张高铁兰州至武威段等新线迎来暑运“首秀”,客流保持高位,便利沿线群众出行。在主要铁路枢纽储备一定数量的应急客车和乘务人员,有效应对了突发客流。紧密对接市场需求,精心设计线路,大力开行旅游列车,与景区、酒店联动,拓展消费新场景,助力旅游经济发展。保持普速旅客列车开行规模,继续开好公益“慢火车”,方便边远地区人民群众出行。

旅客出行体验持续提升。用好铁路12306候补购票、在线选铺等服务功能,兼顾长途和短途旅客出行需求,科学制定售票策略。积极推广计次票、定期票、旅游套票等新型票制服务,提升铁路畅行码、“静音车厢”、便捷换乘、互联网订餐等在途服务效率和品质,加强卧具备品更换清洗,保障空调、供水等基本服务,持续提升列车餐饮服务品质,努力为旅客提供“一盒好饭”。做好老幼病残孕重点旅客服务,强化线上预约管理,提高线下响应效率,提供绿色通道和爱心服务。加强旅客乘降组织,优化进出站流线,根据客流变化动态增加安检验证通道,增派工作人员和志愿者。与公交、地铁、出租车等交通方式协同联动,确保有序接驳,打通旅客出行服务“最后一公里”。

重点物资运输保障有力。用好大秦、浩吉、瓦日、唐呼等铁路主要煤运通道,加大万吨列车开行力度,全力保障煤炭运输,对发电企业用煤需求实行运力倾斜,助力各地迎峰度夏,7月份国家铁路累计发送电煤1.2亿吨。做好粮食、化肥、抢险救灾物资等重点物资运输,开辟“绿色通道”,强化全程盯控,确保快速送达,服务人民群众生产生活。

铁路运输安全保持稳定。加强铁路防洪重点处所的巡查监护,对主要设备设施进行全面排查整治,确保状态良好。及时启动应急预案,全力做好防汛抗洪工作,组织铁路干部职工做好线路巡查、设备检修,最大限度减少极端天气对铁路运输安全和秩序的影响。



“复兴号”动车组列车从位于陕西西安的银西高铁渭河特大桥上飞驰而过。  
刘翔摄(中经视觉)