



2017车市回顾：

互联网造车新势力集体亮相

2017年转瞬即逝,对于中国车市来说,定数与变数并存。不变的地方很多,2017年依然是一个处于销量缓慢增长的阶段,依旧是SUV独力支撑增长“大旗”。但在不变当中,还隐藏着变革的生机,新能源车继续保持活力,互联网造车新势力初现规模,汽车共享、新车电商等形态纷纷涌现……更值得一提的是,自主品牌的表现令人惊艳,一批中国车企无论在销量还是在品牌上都获得了巨大发展。虽然这些变数还未掀起大风浪,但毫无疑问的是,在将来这些变数都有可能影响着中国的汽车发展进程。



1 | 中国汽车微增长成定局

今年初,有许多人预计今年中国汽车销量将冲击3000万辆大关。再看中汽协12月11日发布的数据,今年11月,全国汽车销售295.76万辆,环比增长9.73%,同比增长0.65%。1至11月,汽车产销2599.88万辆和2584.49万辆,同比增长3.88%和3.59%;其中乘用车产销2222.21万辆和2209.14万辆,同比增长2.20%和1.91%。

从这组数据来看,即便是12月继续保持11月的销量势头,全国汽车销量离3000万辆仍然有一点距离,但并非没有可能。而乘用车方面,就没有冲击3000万辆的

希望了。

回顾过去,中国汽车市场曾经持续多年高速增长,不过到了2011年由于各项鼓励汽车消费政策逐步退出,当年汽车销量仅增长2.45%,到2012年连续两年处于微增长阶段。此后在国家相关优惠政策的激励下,又出现了快速增长,如2013年、2016年分别出现了同比13.87%、13.7%的增幅。今年是小排量购置税优惠退出的一年,尽管有许多机构预测在优惠最后退出的刺激下,车市会出现一定的爆发性增长,但从目前来看并没有发生,5%以下的微增长几乎已成定局。

2 | 互联网造车新势力集体亮相

近年来,在新能源车的浪潮下,涌现出了许多造车企业。数据显示,造车企业从原本的60多家传统汽车生产企业,到目前在数量上已经扩展了一倍,其中新加入的新型造车企业就有数十家。在这些新型造车企业中,最亮眼的莫过于互联网造车势力,他们的共通之处是——身后都有互联网大股东的身影。

过去,有些互联网造车企业被戏称为“PPT”造车,原因是没有令人信服的产品推出。在今年,从小鹏汽车到蔚来汽车等等,大量新车型发布、生产基地落成,他们的表现开始让人刮目相看。

2017年5月,小鹏汽车与肇庆市政府共同宣布在肇庆新区投资百亿元打造智能科技产业园;10月,首批量产车在郑州下线;12月3日,交付京牌1.0量产车给首位车主。11月,EV10正式上市;随后,电咖的整车生产基地也正式落户浙江绍兴滨海新城,预计总投入55亿元,设计产能18万辆/年。12月,威马第一款量产车EX5首秀,紧接着蔚来汽车旗下首款量产车蔚来ES8也正式发布并启动预售。还有拜腾汽车,虽步伐稍显慢了一点,今年也已经首次正式公布该品牌的英文名BYTON和中文名“拜腾”,并宣布将在2019年上市首款SUV。

除了产品上的表现,这股互联

网造车新势力还体现出他们的许多特点。如威马汽车宣称基于自有的工业4.0数字工厂的实力,威马将来可以让用户从下订单那一刻起,就能实时掌握车辆的个性化配置、生产状态及交付周期等信息。拜腾汽车对外发布了它非常特别的车型“用户界面”。其中包括了显示内容能与车内其他乘客共享的共享体验屏,长度和宽度竟分别达到了125厘米和25厘米,几乎等于传统车型的整个中控台。针对电动车的里程焦虑痛点,蔚来在发布首款量产车的同时,还提出了换电模式,表示3分钟便可完成更换汽车电池。

互联网巨头的玩法不一样。如腾讯除了投资新造车势力外,还选择与传统车企合作。今年9月,广汽发布公告称,已与腾讯签署战略合作框架协议,就智能驾驶、云平台、大数据等方面展开全面合作。短短两个月后,双方合作的iSPACE智联电动概念车正式发布,这也是首款搭载腾讯车联“AI in Car”系统的概念车。还有百度,认定未来的汽车发展将迎来一个不可缺席的机遇,并决定从无人驾驶领域切入。

总的来说,腾讯、百度、阿里巴巴三大互联网巨头全部入局汽车行业,互联网资本势力跨界汽车,成为本次造车新势力运动中的最大亮点之一。

3 | 多生娃好打架? 新合资潮出现

2017年出现了一股多年未见的合资潮。过去,跨国车企看好中国汽车市场,于是纷纷到中国合资建厂,基本上全球各大主要的外资汽车品牌都已经进驻中国。随后,不少二线豪华品牌也看好中国豪华车市场,在近几年来也陆续合资实现国产。而在2017年出现的这股合资潮有一个鲜明的特点——为新能源车项目而合资。

今年6月1日,大众汽车集团与安徽江淮汽车集团股份有限公司正式签署合资企业协议,成立一家股比各占50%的合资企业以研发、生产和销售新能源汽车。12月7日,福特汽车与众泰汽车举行合资公司工厂项目投资签约仪式,福特众泰汽车有限公司将投资50亿元,共建纯电动乘用车生产基地,在浙江金华建厂生产电动车,预计投产时间为2019年9月,新公司将形成年产10万辆纯电动乘用车项目。此外,还有戴姆勒和北汽、雷诺-日产联盟和东风,都纷纷牵手合作开发新能源车。值得一提的是,这一轮新合资潮已经打破了过去外资品牌在中国的合资企业不能

超过两家的限制。

豪华品牌也有动作。如奔驰将与北汽集团建立德国以外的首个动力电池生产基地,首款纯电动EQ量产车型也将于2020年前实现国产。未来,奔驰在中国市场将继续采用双轨制发展路线。一方面,不断深化与比亚迪在腾势品牌上的合作;另一方面,也将与北汽共同加强奔驰品牌新能源产品的落地。宝马位于沈阳的动力电池中心在今年10月揭幕,这也是宝马集团全球第三家以及德国之外第一家完整的动力电池中心。

在新能源车这个巨大的市场前景推动下,还出现了合资车企的新合作模式——合资企业导入中方股东产品。12月19日,广汽三菱首款插电式混合动力SUV祺智举行下线暨上市发布会。这款车的亮点在于,是由广汽集团主导开发的新能源SUV,可以说是在中国乘用车合资企业三十年发展的征途上,合资企业导入中方股东产品的首款车型。从中也可以看到,跨国车企对国内新能源车市场的重视与期待。

4 | 共享汽车方兴未艾

由于摩拜与ofo这类共享单车的迅速兴起,人们已经普遍了解到共享单车这个事物的存在。单车可以共享,为什么汽车不可以?根据日前第一财经商业数据中心发布的《2017中国共享出行行业大数据观察》报告预计,到2018年中国汽车共享出行年市场容量有望由660亿元增长至3800亿元。受巨大市场前景的诱惑,诸多平台都在以不同模式抢滩共享汽车市场。

START共享有车生活平台创始人兼CEO张丙军认为,自动驾驶时代到来,车辆的拥有不会完全消失,在这之上会产生巨大的增量市场。他预测,自动驾驶会把有车生活场景的丰富度提高一个数量级,包括车型、内饰、出行场景等。张丙军表示,未来五年,START会从车辆共享提供商过渡成为集车辆共享和基于生活场景体验共享的服务提供商。

START只是如今众多的共享汽车企业中的一个。有媒体报道称,我国目前已经有超过40余家共享汽车企

业,运营约4万辆共享汽车,行业呈现“混战”局面。看到这一情况,整车企业也不愿意放过这个机会,纷纷入局与共享平台牵手。如宝马集团旗下共享汽车项目ReachNow在成都推出高端电动汽车分时租赁联合品牌——ReachNow powered by EVCARD,前期将投放100辆宝马i3升级版车型;东风雷诺与共享出行平台TOGO途歌签署战略合作协议,并提供20辆科雷嘉和90辆雷诺卡缤交付TOGO途歌在北京投入运营;而东风乘用车公司则与首汽约车签署战略合作协议,计划在多个城市投放东风A9……

也有车企推出自有的汽车共享业务服务平台及相关品牌。如上海汽车集团和上海国际汽车城集团共同出资成立EVCARD,奥迪于今年上线了“Audi on demand+移动出行”的服务和“奥迪出行”App,提供车型基本涵盖旗下所有车型。共享汽车比起共享单车行动范围更大,可能性也更多。如今共享汽车方兴未艾,将来更有可能改变大众的出行方式。