

中国汽车

CHINA AUTO

5 特稿Feature

总第 001 期 2023 年 5 月 10 日 星期三 主编:司爱武 执行主编:李代广 责编:唐勃 版式:黄健 联系电话:18638928697 13837113497

认清现实 丢掉幻想 迎接战斗

《企业家日报·中国汽车》创刊词

■ 主编 司爱武

1901 年,“大清帝国”的实际操盘手叶赫那拉·杳贞在 66 岁大寿时第一次看到汽车,并留下了传世名言:这个马儿速度这么快,一定吃得非常多吧。

120 余年后,在全球最大的汽车消费市场——中国,自主品牌已与外资品牌形成了分庭抗礼的格局,市场份额达 47%。在国际市场,中国品牌也开始大放异彩,2023 年第一季度,中国品牌汽车出口首破百万辆,超越日本,成为世界第一。

风云激荡,换了人间! 短短三十余年,中国汽车工业走过了欧美日逾百年的道路,并借补贴之手在新能源智能汽车方面成功实现了弯道超车。以至于 2023 年上海车展,再现“万国来朝”之盛景。

然而,水满则溢,月满则亏;自满则败,自矜则愚! 如果我们躺在功劳簿上吸食自我感觉良好的精神鸦片,自诩老子天下第一,那就大错特错了。

乘用车市场信息联席会发布的数据显示,在 2022 年(狭义)乘用车累计零售量 2054.3 万辆中,新能源汽车销量为 567.4 万辆。清晰可见,尽管新能源的声量炸天响,当下的中国,依然是燃油车的天下。

同样,在乘联会公布的 2022 年厂商批发量 TOP 15 中,中国品牌仅占六席,大众、通用、日产、丰田、本田、特斯拉等外资品牌的地位依然无可撼动。

细分市场的新能源领域,唯有比亚迪可与特斯拉正面对抗;而在豪华车领域,以奔驰、宝马、奥迪为代表的“BBA”依然高歌猛进,无可匹敌。

把握科技发展命脉 谭旭光的变革之路

“新一轮科技革命具有前所未有的革命性。科技是残酷的,我们自己不革命,市场就会来革我们的命!”在山东重工集团召开党委理论学习中心组学习(扩大)会议上,山东重工集团党委书记、董事长,中国重汽集团董事长谭旭光掷地有声地表示。对于以人工智能和新能源为代表的新一轮科技革命在工业领域所引发的浪潮,谭旭光有一种时不我待的紧迫感。

“新时代的竞争是‘大脑’智慧的竞争、数据模型的竞争、快速应变的竞争,不是传统制造的竞争!”对于新的行业竞争态势,谭旭光有着清醒认知,潍柴在他的带领下不断加速布局新科技、新业态,走在数字化转型前列。

数字化转型是把握新一轮科技革命和产业变革新机遇的战略选择。今年 5 月初,山东省数字强省建设工作推进会上,进一步深化认识、凝聚共识,加快推进数字强省建设,努力为新时代社会主义现代化强省建设提供强力支撑。

在潍柴,数字化转型成功初显。在潍柴大缸径高端高速发动机智能工厂,一辆辆 AGV 智能运输车、一台台高精尖数控加工中心在生产线上忙碌,行业领先的“黑灯工厂”,树立了传统制造企业智能化转型示范新标杆。潍柴雷沃的拖拉机生产线上,智能拖拉机数量已占到整个生产量的 80%,创造了现代农业新的智慧发展动能,为推动国产农机实现高端化跨越构筑起坚实的科技支撑。

随着新一轮科技革命和产业变革深入推进,全球能源体系和发展模式正在发生深刻变化。“十三五”时期至“十四五”时期,国家政策有序加码,明确其发展目标、重点任务以及保障措施等,积极引导新能源产业的健康发展。面对能源革命,身为企业掌舵人的谭旭光,把准行业命脉,带领潍柴走出独具行业竞争力的发展之路。

“新能源发展是必由之路,但新能源不是‘百病都治’,我们不能跟着瞎忽悠、随风摆、当混子。”对于如何发展新能源,一直关注新能源技术发展的谭旭光眼光独到、策略鲜明,“要着眼于碳中和准确定位、沉下心来,一步一个脚印,统筹推进动力电池、氢燃料电池、固体氧化物燃料电池(SOFC)等前沿科技研究与工程技术落地,坚持走科学之路!”

推动数字产业化、产业数字化、数据价值化。面向未来,潍柴积极响应国家战略,在新能源、人工智能、数字化等领域打造“潍柴特区”。“现在变革太快,谁耽误了,谁就是历史的罪人!”谭旭光正引领整个山东重工集团在新一轮科技革命中占据优势竞争位置。(中国重汽)

2017 年 5 月 10 日,中国品牌日宣告成立。

今天是 2023 年 5 月 10 日,中国品牌日迎来第六个年头,《企业家日报·中国汽车》产业专刊在这一天诞生,已注定了其不平凡的使命。

——题记

国家市场监督管理总局主管的中国汽车质量网最新发布的 2022 年度中型车质量排行也显示:日系的东风本田、广汽丰田和广汽本田包揽了前三名。在公布的 17 款车型中,中国品牌仅占 5 席。

这充分说明,整体来看,无论销量还是质量,中国品牌与外资品牌之间,依然存在着较大差距,中国品牌还有相当长的路要走!至于“中国车市要变天了,传统合资品牌即将被市场驱逐”之类的虎狼之词,更是典型的虚张声势,谁当真谁就错了。

令人担忧的是,面对中外汽车产业的差距,不少中国品牌车企不愿面对或说不想面对,自高自大的浮夸之声不绝于耳,动不动就给自己的产品冠以“全球领先”、“全球最好”、“冠领全球”之类的名头,各种“第一”、“引领”、“颠覆”、“超越”、“最”等成了耳熟能详的



郑州比亚迪投产仪式举行

河南省长王凯与比亚迪集团董事长兼总裁王传福共同启动首车下线

■ 本报记者 李代广

2023 年 4 月 6 日,郑州比亚迪投产仪式在航空港区兴港新能源产业园举行,河南省省长王凯出席并宣布项目投产,与比亚迪集团董事长兼总裁王传福共同启动首车下线。

投产仪式前,王凯省长走进郑州比亚迪焊接车间、总装车间及储能项目建设现场,实地考察项目规划建设、生产运行等情况。他指出,比亚迪公司是行业龙头,也是民族品牌的

的高管话术和媒体传播语。

更让人忧虑的是,中国汽车品牌之间的互踩和互怼似乎已经成为业界常态,一些车企高管动不动就天雷地火地“扔炸弹”,似乎不踩别人两脚就无法显示自己的“伟光正”。可怕的是,不少规规矩矩的传统车企也加入了这种自吹自擂的自嗨行列。

在中国品牌内江的同时,受到威胁的外资品牌已经开始了全面反攻。首先表现在价格上的不断下探,过去动辄 20 万左右的 B 级车,如今十三四万就可以轻松入手。过去十几万的 A 级车,现在六七万就可以“任意选”。

其次,是外资品牌的不断觉醒。随着新能源时代的来临,外资品牌也在不断改变着制造和营销策略,无论是大众、通用等德系和美系品牌,还是本田、丰田等日系品牌,等等,都在电动化和智能化方面进行了大手笔布局,有些车企甚至直接给出了“梭哈”时间表,ALL IN 的胸脯拍得山响。

再看上海车展,BBA 的展台上,哪个不是把自己的新能源汽车产品摆在了最突出的位置?在一众外资品牌中,除了倔强的马自达,新能源和电动化似乎已经成为了全球汽车品牌的“共同追求”。

大象转身之后,外资品牌的韧性之强大依然不可小觑。未来的新赛道上,我们或将看见更多的大象之舞。毫不客气地说:中国品牌,目前依然没有骄傲的资本!

毋庸置疑,中国汽车品牌的后发优势,正在被先发的外资品牌迎头赶上。再回看近年来的中国品牌,被后浪拍在沙滩上的车企不下 20 家。即便是被视为“全村人”希望的后浪们,又有多少倒在了令人唏嘘的黎明之前?哪怕最耀眼夺目的“蔚小理”,哪个又不是在盈

骄傲和中国制造业高质量发展的杰出代表。河南高度重视与比亚迪的战略合作,希望比亚迪以此次项目投产为契机,加大在豫投资力度,深耕细作河南市场,加快产品迭代升级,深化双方在更大范围、更宽领域的务实合作,努力实现互利共赢、共同发展。各级政府要优化服务保障,加大支持力度,营造市场化法治化国际化营商环境,培植良好产业生态,加快建设全国重要的新能源汽车产业基地。

据了解,郑州比亚迪项目自 2021 年 9 月

亏平衡中深度纠结和苦痛挣扎?

中国品牌,远未到可以横扫全球和目空一切的地步,即便傲娇如比亚迪,在全球汽车销量排行榜,也难以跻身前列。中国品牌,任重道远。

当然,面对已知和未知的困难,我们也不能灭自己志气、长他人威风。我们应该看到,无论比亚迪、吉利、长安、奇瑞、长城等奋发有为的传统车企,抑或是埃安、阿维塔、极狐、岚图等脱胎于传统车企的“新势力”,都让我们看到了中国品牌蓬勃向上的活力。

商场如战场!连续 14 年蝉联全球第一大消费市场的中国,毫无疑问正在发生着前所未有的存量阵地争夺战,没有硝烟、不闻炮声,但竞争异常惨烈,此消彼长、A 进 B 退、势不两立、你死我活……

2017 年 5 月 10 日,中国品牌日宣告成立。2023 年 5 月 10 日,中国品牌日迎来第六个年头。《企业家日报·中国汽车》产业专刊在这一天诞生,已注定了其不平凡的使命。

抛开狭义的民族主义概念,在保持客观公正和冷静思考的基础上,为在中国生产和销售的汽车品牌服务,为中国汽车统一大市场的繁荣和兴盛赋能,是《企业家日报·中国汽车》的责任和担当。

未来,我们还将依托企业家日报社中国企业家联谊会资源,并择机成立企业家日报中国汽车产业发展顾问委员会,为中国汽车产业发展提供持续性、更理性的深度智力生产和输出服务。

法国著名思想家罗曼·罗兰说:世上只有一种英雄主义,就是认清生活的真相之后依然热爱生活。无论前路是鲜花怒放还是荆棘密布,我们都将与您同行,风雨无悔!

签约以来,双方紧密协同、相互支持,37 天内实现项目开工,17 个月顺利投产,创造了新能源汽车整车制造的河南速度,为河南制造业高质量发展增添了强劲动力。

王传福在致辞中感谢河南对郑州比亚迪项目建设的大力支持,他表示,将把企业的技术、战略、规模和品牌等优势,与河南人才、市场、产业和交通等优势结合起来,推动落地项目快建设、早投产,助力河南建设新能源汽车产业集群,在新时代新征程上更加出彩。

经过不懈努力,公司在汽车铝合金车轮的生产工艺、产品轻量化等方面取得较大的技术突破。截至 2022 年 9 月 31 日,公司获得 36 项授权专利,公司产品远销美国、加拿大、迪拜等国家和地区。

公司秉承“创新、发展、诚信、共赢”的经营理念,致力于成为全球锻造铝合金车轮在乘用车市场的最大供应商和在商用车市场的主要供应商,成为世界一流的汽车锻造铝合金车轮专业生产企业,努力打造全国汽车锻造轮毂第一品牌。

中消协：汽车消费领域 消费者投诉 呈现复杂化

■ 马灿

单方面“锁电”、宣传续航里程与实际续航里程不符、加价提车等问题困扰消费者。据羊城晚报全媒体报道,5 月 8 日,中国消费者协会发布《汽车投诉情况专题报告》(以下简称《报告》)。

汽车质量问题 受到消费者关注

在燃油车方面,《报告》显示,主要存在的问题为:一是与车辆安全相关的质量问题。二是与部件寿命相关的质量问题。三是与驾乘体验相关的质量问题。

对此,中消协相关负责人表示,燃油车目前仍然是汽车消费市场的主力,但是随着对环保要求的逐渐提高和新能源车的快速发展,燃油车面临着越来越大的挑战和竞争。燃油车生产企业应严格遵守国家相关法律法规和标准,坚持质量安全底线,加强汽车质量管理和监督,特别是对生产线的质量检测和控制在,及时发现和排除故障。

在新能源车方面,《报告》显示,消协组织主要受理的投诉为:

一是新能源汽车电池故障。如行驶中续航突然断崖式下降或动力电池突发故障断电导致“趴窝”,车辆行驶、充电或静止过程中突发自燃等。

二是未经消费者同意单方“锁电”。一些新能源汽车品牌为降低电池使用安全风险,在未告知消费者情况下,通过远程升级系统对消费者车辆的充电功率、放电功率或电池容量进行限制,导致车辆充电速度下降、动力减弱、续航缩短。

三是智能辅助系统相关问题。如智能辅助驾驶系统失灵、主动刹车迟钝、中控黑屏死机、感应雷达和摄像头等传感器失效等。

四是刹车失灵问题。消费者反映部分品牌汽车存在刹车失灵问题,引发重大安全事故。

对此,中消协提出意见认为,动力电池是新能源汽车的核心部件,其容量、寿命、稳定性等都直接影响新能源汽车的续航里程、价格和安全性等。相关企业应当加强动力电池的研发和创新,提高电池的循环寿命、低温性能,降低自燃风险,缓解消费者的续航焦虑,保障驾驶安全。

汽车销售存在虚假宣传等 违规行为

在汽车销售方面,《报告》指出,部分企业为了吸引消费者,在广告、宣传材料中夸大宣传或隐瞒汽车的性能、功能、价格、优惠等信息,误导消费者,主要表现为:一是新能源车续航里程缩水;二是车辆配置与宣传不符或“超前宣传”;三是销售承诺不兑现。

对此,中消协认为,汽车行业企业应当强化自律意识,规范广告发布和销售行为,杜绝虚假宣传。相关行政部门应当加大执法力度,对发现的虚假宣传案件,及时查处并公开曝光,形成震慑效果。消费者应该提高自身的法律意识和鉴别能力,不轻信噱头宣传和口头承诺,多方面收集和比较信息,理性选择汽车产品和服务。

同时,《报告》还指出,一些汽车经营者利用自身优势地位,单方面制定“霸王条款”,或订立合同后单方违约侵害消费者权益。主要表现为:一是利用不公平格式条款限制消费者权益;二是违反约定延迟交车或模糊交车时间;三是单方面更改合同内容;四是强制捆绑或加价提车。

中消协表示,相关经营者应当依法承担相应的责任和义务,杜绝不公平格式条款行为,严格履行合同规定义务,修改相关内容前,要充分告知消费者,并征得消费者同意,切实保障消费者的合法权益。

新能源车配套 和车辆保养售后等服务不完善

《报告》显示,在汽车售后和配套服务方面,存在着新能源汽车配套设施不完善和维修保养等售后服务体验不佳等问题。主要表现为:一是充电桩安装难过小区物业关;二是充电桩安装难过开发商关;三是公共充电桩建设数量不足;四是充电桩运营维护不到位。

中消协对此提出意见认为,相关经营者应严格落实相关法律法规规定要求,对符合条件的车辆依法予以免费维修、免费更换或者退货。加强车辆全生命周期售后服务,车辆退市或 4S 店关停时,要切实承担应尽义务和责任,杜绝以各种形式拒不担责,损害消费者权益。