

化挑战为机遇 为中国汽车产业的未来指路

见习记者 / 李汶佳

12月21日，由山东省工业和信息化厅、日照市人民政府以及国研智库共同主办的“2019中国（日照）汽车产业高质量发展高峰论坛”于山东日照这座东海滨城举行。

有国务院发展研究中心副主任张军扩，中国工程院院士王哲荣，中国科学院院士曹春晓，发展中国家工程技术院院士赵姝颖，山东省工业和信息化厅二级巡视员梁振江，日照市委副书记、市长李永红，长城威变汽车股份有限公司总经理李新元，中兴汽车副总经理吴立东，百度智能驾驶事业部资深战略合作总监何鹏等来自全国汽车行业领域的知名专家、专业机构和重点企业代表等300余人参加本论坛。

论坛上，嘉宾们围绕怎样开放创新、如何助推汽车高质量发展这两个问题，进行广泛地研讨和深度地解读，为中国汽车产业指明了未来。

新挑战带来新形势

当前，中国汽车的产销量已连续十年位居世界榜首。数据显示，仅2019年11月，全国汽车分别实现了2593万辆和245.7万辆的产销量，环比增长13%和7.6%；产量同比增长3.8%，尽管销量同比下降3.6%，但销量销量同比降幅较10月收窄0.5个百分点。而2019年1至11月，汽车产销分别达到2303.8万辆和2311万辆。中国汽车的保有量超过了2亿台，千人汽车保有量超过了170台。可以说，中国的汽车产业与改革开放初期相比已经有了天壤之别。

不过，人们依然应该清醒地认识到，相较于发达国家每百人50至100台的现状，有着2-3倍的差距，未来还有很大的增长空间。因此，无论是从潜力还



是需求来看，中国仍有必要大力发展汽车产业。

而且，作为国民经济的重要支柱产业，汽车制造对中国经济持续快速地支撑和拉动作用明显。根据科技部中国科学技术发展战略研究所研究员赵刚的研究，仅汽车制造一项便可以实现拉动7倍的就业，拉动量极大。

但是，目前有一些新的挑战正在深刻地影响着中国汽车产业未来的发展道路。

在生产端，中国内部一直采用着粗放发展模式的汽车产业面临着关键技术缺位、投资过热、产能过剩等问题的困扰；除此之外，还会受制于资源约束、环境约束以及中国应对气候变化国际责任的减碳约束等多方面客观要求，未来的发展道路并不平稳。

外部方面，一段时间以来的中美贸易摩擦加剧了部分技术获取的难度，虽然中国汽车产业中有15%的技术是领先全球的，但仍有50%以上的技术落后于美、德、日等发达国家；而且，受制于美对华进口关税的提高，不少在中国投资整车或相关零部件产业的企业也被迫离开了中国，转到东南亚和墨西哥等地来生产，对中国汽车产业的现状也造成了一定冲击。

在销售端，这几年销量的整体下滑对从事汽车产业的中国企业来说显然不是一个积极影响。特别是补贴政策退出之后，新能源汽车销量出现了大幅的下滑，给不少生产商带来了压力，令其不得不重新检讨包括模式创新、设计改良、技术转化、成本控制、生态整合等多个方面在内的战略规划。

新技术引出新机遇

当然，对中国汽车产业来说，也不都是挑战所带来的阴霾，有专家就认为，消极面的确存在，可是如果产业界能够牢牢抓住新技术的发展方向，中国汽车产业有可能化被动为主动，将挑战变机遇。中国科学院的曹春晓院士便是其中的一位。

根据其多年对国内外汽车产业的观察，他指出了未来汽车发展“智能化、轻量化、绿色化”的三大技术趋势。在他看来，智能制造、人工驾驶、新材料、新设计正日益成为未来制造业发展的重大趋势和核心应用，由此带来的发展方式转变，将会加速促进中国汽车工业迈向中高端。

智能制造方面，中国的多数汽车制造企业已经实现机械化，未来若能插上

“大数据”“云计算”这对翅膀，便可以深度改良现有的工艺和技术细节，从而在一定程度上追平甚至超越现今世界上主要的汽车制造强国。

此外，自动驾驶这一人工智能与汽车产业相结合的应用也会改变目前国际的汽车产业格局。包括百度在内的不少中国人工智能企业都在投资自动驾驶技术并已有相应产品落地。不仅出现了搭载人工智能的物流车、清扫车、针对残障人的慢步车这类专项汽车，部分客车、公交车产品也实现了基础操作的无人化。

而整体的轻量化与绿色化则代表着汽车未来的发展趋势，更低的制造成本、更低的使用成本、更绿色的动力源不仅是汽车产业发展的前沿，也是应对环境变化的客观需要。

国家发改委能源研究所能源可持续发展中心主任、研究员康艳兵曾提到，汽车消费更新换代非常快，因此，相较于传统的依靠汽油、柴油、天然气为动力能源的汽车，新能源车、电动车的优势会越来越明显。未来，可再生能源发电的成本会逐步下降，其发电比例将稳步提高，环境效益有望大幅提高。更值得一提的是，高性能电动机不同于传统高性能发动机，其设计难度和制造工艺远低于后者，这点非常有利于中国汽车产业实现“换道超车”。

国家计划2025年新能源汽车产销量提高到25%，这意味着每年新能源汽车的产销量要翻五倍。对此，产业界须加强产业链上的技术创新，更要加强市场开拓，而国家层面也应加强电网及储能的基础设施配套，改善电价机制。

与会不少学者和汽车产业界的人士相信，只要企业层面加强合作，抱团发展，政府积极支持，提供更好的政策环境，在新能源汽车产业这一领域，中国完全有能力打造出一批具有民族知识产权的世界品牌。■

上汽广汽牵手，巨头抱团容易取暖难

随着广汽、上汽深化合作，随着车企单打独斗已渐渐成为过去时，抱团探索、联盟对抗将成为新的汽车竞争格局。

作者 / 李阳

汽车产业转型和行业淘汰的双重压力下，抱团合作开始成为车企的调整方向。

2019年12月23日，继一汽、长安、东风组建T3出行引发业内轰动后，广汽、上汽两大国有汽车集团签署了《战略合作框架协议》。一石激起千层浪，竞争对手突然变成合作伙伴，巨头抱团背后的行业趋势引人深思。

按照框架协议，双方将在联合开发核心技术、共享产业链资源、聚焦新商业模式、合力拓展海外市场四个方面展开合作。

如图所示，与专注出行市场的T3不同，本次上汽/广汽联盟，除品牌、股权等核心价值外，几乎所有能合作的都在探讨范围内。

2019年12月23日，广汽集团公关部陈艳梅向时代财经表示：“本次仅为战略合作框架协议，双方后续将以市场化的机制推动合作，尽快促成具体合作事项落地。”

尽管目前还没有合作细则，但林林总总的合作意向背后，有一条清晰的线，即共享资源以降低成本；共同布局以降低风险。

2019年12月24日，汽车分析师卢昊向时代财经表示：“面对市场低迷与新四化转型，没有任何一家车企自信可以以一己之力脱颖而出，上汽广汽不是第一家，也不会是最后一家。”

显然，无论是广汽还是上汽，面对时代洪流，都难以独善其身。

可以预见的是，随着市场淘汰加速，以及汽车产业转型升级的推进，车企单打独斗已渐渐成为过去时，抱团探索、联盟对抗将成为新的汽车竞争格局。

巨头抱团背后的转型压力

作为中国市场第一和第五的汽车集团，上汽和

广汽是不折不扣的中国汽车产业头部企业。然而在市场低迷的大环境下，依然难逃车市萎缩的制裁，并在在企业运转上略显捉襟见肘。

据上汽集团产销快报显示，今年11月份，上汽集团共售新车58.2万辆，同比下滑9.58%；1-11月累计销量为554万辆，同比下滑13.33%。

市场下滑，财务状况难免受到波及。上汽集团3季度财报显示，2019年前三季度，上汽集团营业收入总额为5728.2亿元，同比下滑13.62%；前三季度净利润总额207.9亿元，同比下滑24.86%。

对此，上汽集团表示，业绩下滑主要受到宏观经济下行压力加大、国五与国六车型切换加剧供需矛盾、新能源车补贴退坡等多重不利因素的叠加影响，公司在努力稳定销量基盘的同时，加快在新能源、国际经营等领域培育增长的新动能。

比业绩下滑更为难受的是现金流短缺。财报数据显示，1-9月上汽集团现金流量净额从去年的198.84亿元下降至-293.36亿元，同比减少247.53%。“勒紧裤腰带过日子”成了上汽集团的主旋律。

与上汽相比，广汽在终端市场上得益于广汽本田和广汽丰田的逆势增长，整体销量数据领先行业，增长7.59%，算是车市中的一道风景线。

但由于利润核心自主板块下滑幅度接近三成，广汽财务数据同样惨淡。

广汽集团3季度财报显示，今年前三季度广汽集团营收426.83亿元，同比下降19.19%；归属于上市公司股东的净利润63.35亿元，同比下降35.75%。终端市场大增，净利却尴尬的下滑了三分之一。

毫无疑问，无论是上汽还是广汽，都在市场寒

合作方向	合作详情
联合开发核心技术	双方将探讨在新能源、智能化、网联化、轻量化等领域，对战略性核心技术、平台进行联合投资、开发；
共享产业链资源	双方将探讨在生产制造领域的协同合作，并计划在物流、汽车金融、保险服务、后市场领域、产业投资等方面开展合作；
聚焦新商业模式	双方将加强在汽车共享、出行服务、车电分离等新商业模式方面的研究与合作；
合力拓展海外市场	双方将探索在海外终端网络资源、海外商业伙伴、海外制造资源、国际物流等方面开展合作。

图片来源：时代财经陈静制

冬里受到创伤。而汽车新四化的转型升级又是一个没有尽头的吸金无底洞，所有人都知道进展落后就会被淘汰，但具体如何转型，投资何时得到回报又始终没有定论。

市场艰难与转型压力同时附加在车企肩头，合资合作成了车企降低风险的最佳应对方式。作为几乎同一级别的头部企业，上汽与广汽的联盟也就水到渠成，既是强强联合，又是抱团取暖。

抱团容易取暖难

上汽、广汽联盟是两大汽车集团的首次合作。作为中国市场头部企业，这样的一次深度合作更像是一种“汽车新四化走向抱团时代”的行业信号。

广汽陈艳梅也向时代财经表达了类似的观点，“面对新技术、新模式带来的机遇和挑战，只有整合资源，开放、合作、共享，才能实现传统车企的转型和突破。”

今年以来，车企与车企之间的合作，比比皆是，

络绎不绝。其中，包括先后联手比亚迪、一汽、广汽，广交朋友圈的丰田；与吉利合并动力业务腾出资金转战新能源的沃尔沃；携手菲亚特克莱斯勒打造全球第四大汽车集团的标致雪铁龙等等。

每一个惊天合作都牵扯着无数业内人士的心魂。如果把范围放大至整个汽车产业链，企业之间的合资合作将极其密集。频频抱团背后，有一条无比鲜明的逻辑：几乎所有的合作都围绕电动化、智能化、网联化与共享化。

显然，车企正在积极打造自己的朋友圈，共同探索产业变革下的汽车新生态。

以上汽集团为例，在官宣与广汽合作的报道末尾，还晒出了自己在汽车业务领域的朋友圈，包括宁德时代、华为、中国移动、中国邮政在内多行业头部企业。

作为合作的另一方，广汽同样“交友广泛”。

本月底，广汽与蔚来汽车共同研发的智能电动SUV将正式发布。广汽集团向时代财经透露，广汽与丰田合作、搭载丰田THS系统的混合动力产品最迟将于2021年推出；另外，广汽与比亚迪已在商用车领域合作多年。

本次上汽与广汽合作，也意味着彼此朋友圈存有融合的可能，具体还要看后续的合作方案细则。

需要指出的是，机遇与挑战并存，单打独斗难成大器，抱团取暖也未必可得共赢。曾迟迟无法落地的江淮大众、始终打不开市场的腾势（比亚迪、奔驰）即是典型案例。

更为重要的是，在前期投入阶段或能同仇敌忾，一旦获得投资回报，利益分配将成最大的难题。一拍两散还算善终，如雷诺日产一般勾心斗角最终互撕的结局则更让人揪心。

汽车新四化迫使车企走向抱团时代，而抱团后如何持续有效地取暖，依旧是没有答案的难题。■

（转自时代财经）