

闻言培

日前,中华人民共和国第十四届全国人民代表大会第一次会议和中国人民政治协商会议第十四届全国委员会第一次会在京召开。汽车作为国民经济的重要支柱产业,依然是今年“两会”的重要议题。代表委员们的建议和提案不仅反映出目前汽车行业所存在的问题,也聚焦了汽车产业未来的发展方向。

加快自动驾驶应用落地

“如果把新能源汽车比作上半场,智能网联汽车则是下半场,中国汽车行业上半场取得了很大成效,但决定胜负的还在下半场。”谈到我国新能源汽车行业发展,全国人大代表、小鹏汽车董事长、CEO 何小鹏如是说。

逐步全球汽车工业下半场竞争,智能化成为焦点。当前,我国智能网联汽车产业呈现强劲发展势头,乘用车市场智能化进程高速发展,消费者接受程度不断提升,市场需求逐步扩大,产业发展受市场驱动明显。而自动驾驶技术作为未来智能汽车的重中之重,势必将成为行业的发展趋势。

何小鹏表示:国家相关部委已启动开展智能网联汽车准入和上路通行试点工作,希望能够加快推进,并推动《道路交通安全法》等法律法规的修订、解释,明确自动驾驶系统运行时的法律要求、产品准入要求、事故认定边界、产品责任等,加快完善网络安全、数据安全、功能安全和预期功能安全等相关标准制定和管理规范。

同时,何小鹏呼吁,通过行业主管部门、行业协会、企业等多方合作,加快探索完善保险保障机制,更好支持自动驾驶技术的发展和自动驾驶车辆的推广应用,共同推动自动驾驶汽车产业的高质量发展。

自动驾驶技术离不开高精度地图的支持,“高级别导航辅助驾驶极大地提升了用户的驾驶安全性和便捷舒适性,也在实践积累和数据积累的过程中,进一步扩大了我国企业对特斯拉等国外自动驾驶企业的领先优势。”何小鹏自豪地说。

不过我国城市道路情况变化较快,高精度地图常常面临今天发布、明天即过期的窘境。为此,何小鹏建议,在保证国家地理信息安全的前提下,建议进一步优化、简化、便利化高精度地图的审核流程,并采取更加有效的方式实现数据的及时更新,缩短高精度地图从采集到使用的周期,加快数据积累和技术迭代创新。允许地图增量更新集中审核、建立线上备案流程和先用后审机制、允许和鼓励众源方式更新地图,以此来促进智能网联汽车高精度地图在全国范围内更好推广应用,也更有效地保障自动驾驶安全。

完善碳排放管理机制

“中国是世界上最大的新能源汽

车生产国、消费国,也是世界上规模最大的新能源汽车出口国。中国去年出口新能源汽车 67.9 万辆,同比增长了 120%,而且中国连续 8 年新能源汽车产销量位居世界第一。”全国政协委员、吉利控股集团董事长李书福自豪地说道。

随着我国经济发展方式向绿色低碳转型,碳排放管理的重要性更是日益显现,李书福建议,完善碳排放管理机制,提升企业的碳管理意识及能力,同时加快制定、实施商用车碳积分管理办法。

2020年,我国提出了二氧化碳排放力争于 2030 年前碳达峰、2060 年前实现碳中和的总体目标(简称“双碳”目标),充分体现了我国推动构建人类命运共同体的责任担当。

“全国碳排放权交易市场是通过市场机制促进企业减排的有效方式,是我国实现碳达峰、碳中和的重要手段。”李书福认为,和欧盟碳市场相比,我国碳市场流动性不足,价格远低于欧盟。同时,目前碳市场机制主要针对高排放企业,对低排放企业尚缺乏相应的减排促进机制,企业缺乏减排动力和积极性。

李书福建议,优化碳市场配额发放及履约机制,创新以配额为基础的碳金融产品,突出配额的资产属性,提高企业减排积极性;多元化碳交易产品种类,尽快重启自愿减排量(C CER)项目申报,扩大 C CER 项目类型,适时引入碳期货、碳远期等交易产品;扩大碳市场的参与者,激活碳市场流动性,提高碳市场交易量和交易价格。

此外,扩大全国碳市场参与企业的覆盖范围,完善相关政策,有序地分批将重点碳排放行业全部纳入全国碳市场,同时稳步推进非重点碳排放行业纳入碳市场的工作。同时,全面普及碳标签及碳普惠制度,建立全国统一的产品碳足迹核算规则及碳标签认证制度,鼓励基于碳减排生活方式的创新创业,引导低碳消费,形成全民降碳的良好社会氛围。

从汽车大国走向汽车强国

“汽车工业是硬基础,汽车文化则是软实力,它是推动汽车工业持续发展的长远推动力量,也是中国汽车工业走向全球并争取引领全球的先导护航力量。”全国人大代表,小米集团创始人、董事长兼 CEO 雷军建议,应大力发展汽车文化,扩大其影响范围及群众基础,形成“汽车技

术/产品发展—汽车文化兴盛—汽车技术进步和消费需求持续提升”的正循环,成为推动中国从汽车大国走向汽车强国的关键助力。

雷军认为,可以营造更加丰富的汽车文化场景,如在有条件的高速路段,适度放开限速,让汽车文化爱好者有机会体验先进的技术带来的极致性能。同时鼓励促进赛车运动、公路旅行、露营地等文化场景的开发,与文旅产业发展相结合。雷军建议,适度放开汽车改装限制,建立改装零配件和汽车后市场的国家标准,为多样化的创新汽车文化发展提供土壤。

另外,雷军还关注到了汽车数据的安全性问题。数字智能网联汽车作为车轮上的数据中心,其承载的行驶轨迹、

生物特征等敏感个人信息,及地理信息、车外影像等,既是数字经济发展的要素资产,也给个人隐私、国家公共利益与安全带来了挑战。为此,雷军建议,由主管部门牵头,定义汽车数据分类分级规则,加快制定围绕汽车生命周期和数据生命周期两条主线的数据安全标准,指导产业发展。同时,建立智能网联汽车数据安全认证制度、数据安全评级及公示制度,提升行业透明度与可信度。

雷军表示,当前各车企间数据尚未实现有效安全流通,数据孤岛普遍存在,数据价值无法充分发挥。他建议,应当在保障数据安全的前提下,构建汽车数据共享机制及平台,让各车企间的数据流通,将数据转化为社会生产力。

2月新能源市场强势回暖,头部效应愈发明显

近日,主流新能源车企相继公布了2月销量。整体来看,大部分品牌走出了1月的低迷状态,在2月迎来回暖。

比亚迪依旧以绝对的领先优势稳坐冠军位置,2月新能源汽车销量19.36万辆,同比增长112.3%。其中,比亚迪EV乘用车销量为90639辆,DM混动车型销量为101025辆,两种类型的占比分别为47%和53%。今年,比亚迪全年销售目标为400万辆。

埃安2月销量重回3万大关,达到30086辆,环比增长194.8%,前两月累计销量超过4万辆。埃安今年制定了保底50万辆、冲击60万辆的目标,后期追赶的压力不小。

新势力阵营中,理想汽车依旧维持较高的交付量,2月共计交付新车16620辆,同比增长97.5%。随着L9、L8在去年开启交付,理想销量已经趋于稳定,目前已经连续6个月交付破万,而在今年,理想将挑战更高的目标。理想全新五座车型L7将在本月开启交付,同时理想L8新增了全新Air车型,两款车型在售价上进一步下探,将为理想开拓了更大的市场。理想汽车董事长兼CEO李想在近日表示:“没有L8 Air和L7 Air,2.5万辆/月交付保底,Air开始交付后,3万辆/月交付保底。”

2月蔚来汽车交付新车12157辆,同比增长98.3%。2月上旬,蔚来对部分老款车型、展车进行清库处理,虽然参与优惠的车型很少,但在一定程度上促进了销量的转化。根据蔚来的规划,蔚来在2023年一季度的预计交付量为3.1万-3.3万辆,这意味着蔚来在3月或将继续保持月销破万的势头。不过,考虑到蔚来是目前新势力阵营中产品线长度最长的品牌,其单车效率并不尽如人意。

哪吒汽车在2月强势回暖,再

次取得破万成绩,2月交付量达到10073辆,同比增长41.5%,环比增长67.4%。新车方面,哪吒将在今年上半年推出新车哪吒E,不过该车定位于较为小众的两门跑车,恐怕难为哪吒提供可观的增量。

小鹏汽车2月交付量为6010辆,环比增长15%,同比下滑3.3%,表现仍为低迷。原因在于主力车型P7将在本月推出改款车型,引起了消费者的观望情绪。改款P7将在座舱、自动驾驶软硬件方面进行大幅升级,大大提升市场竞争力,或将推动小鹏汽车销量的复苏。

极氪2月交付量为5455辆,同比增长87.1%、环比增长75.1%。极氪将在今年推出第三款极氪X,新车定位或下探到20万左右,将为极氪提供强劲的增长动力。

同样低迷的还有零跑汽车,2月交付3193辆,同比下滑7%。而在2022年,零跑汽车曾连续5个月超过1万辆。或许是为了尽快提振销量,3月1日,零跑在C11增程版车型上市的同时,对旗下所有产品的定价进行下调,部分车型降价幅度超5万元。

有业内人士表示:“在特斯拉大降价、比亚迪新车价格下探的背景下,今年新能源市场的价格战会非常激烈,零跑的全面降价也是为了更好地应对市场压力。同时,如此激进的降价也能吸引到更多人的关注,让零跑抢占市场的先机。”

此外,长安深蓝2月交付量为4103辆,AITO问界为3505辆,岚图汽车为1107辆,都表现比较挣扎。

不难看出,2月份新能源市场头部集中效应比较明显,中部、尾部品牌压力较大,而整体市场的复苏趋势非常明显。乘联会预测,2月新能源车零售将达到40万辆左右,环比增加20.3%,同比增加46.6%。

聚焦 2023 全国两会汽车热点

