# 新能源汽车产业迈步高质量发展

今年以来,政策“组合拳”频出,持续激发消费潜力,助力新能源汽车产业蓬勃发展,上半年我国新能源汽车产销量实现同比稳健增长。产业结构加速升级,车企加快“出海”步伐,电动化消费潜力逐步释放。我国新能源汽车产业正在迈向规模化、全球化的高质量发展新阶段。

产销稳健增长

产销数据先抑后扬、部分车企降价促销、新举措陆续出台助力消费、出口屡创佳绩……今年以来,我国车市“一波三折”,新能源汽车成为备受关注的热词。

中国汽车工业协会数据显示,今年1月至6月,我国新能源汽车产销量达378.8万辆和374.7万辆,同比分别增长42.4%和44.1%。

产销两旺,出口形势喜人。中汽协数据显示,上半年,我国出口新能源汽车53.4万辆,同比增长160%。

中汽中心中国汽车战略与政策研究中心产业政策研究部部长朱一方表示,近年来,我国新能源汽车产业规模优势、品质优势逐步显现,出口车型性价比普遍优于当地同级车型。

“目前,比亚迪品牌汽车已出口至全球70多个国家和地区。”比亚迪集团相关负责人表示,去年全年比亚迪共出口乘用车约5.6万辆,今年上半年出口汽车已超7.4万辆。

“上半年,作为车市亮点的新能源汽车、汽车出口和中国品牌延续良好发展态势。”中汽协副总工程师许海东表示,新能源汽车产销稳步增长,市场占有率已达28.3%。

“中国新能源汽车的创新设计和高性价比逐渐赢得消费者青睐。”中汽中心中国汽车战略与政策研究中心绿色低碳研究部高级研究员刘可歆表示,如今,年轻一代更关注国货品牌,高颜值、个性化、科技感成为购车关键因素。

刘可歆认为,更智能、更贴近新消费需求产品的出现,将催生更多新业态、新模式,成为促进新能源汽车消费的新动能。

塑品牌 补短板 强创新

近期,我国第2000万辆新能源汽车在广州下线,引发业界关注。

业内专家认为,突破2000万辆,标志着我国新能源汽车在产业化、市场化的基础上,正在迈入规模化、全球化的高质量发展新阶段。

“伴随产业前期发展,我国新能源汽车产业和品牌在电动化及供应体系建设、智能化技术创新、产品应用等方面已初具优势。”刘可歆认为,与头部国际品牌相比,本土品牌在资本积累、品牌价值、技术研发、全球产业布局等方面还存在一定差距。

“产业发展过程中,难点、短板不可忽视。”付炳锋说,芯片、基础软件、关键材料等产业链发展短板问题显著。关键核心技术创新能力不强,产业转型带来的产能过剩及发展不平衡问题正在显现,仍需在高质量发展中持续破题。

直面挑战,产业如何发展?

“我们身处传统汽车向新能源智能网联汽车转型的重大历史机遇期。”广汽研究院院长吴坚表示,推动自主品牌高质量发展,科技创新是关键。

据吴坚介绍,近年来,广汽持续加大自主研发投入,目前累计投入已接近400亿元,构建6000多人国际化研发队伍。超前探索多能源技术路线协同发展,加速布局“三电”等核心技术,实现全栈自研及产业化,混动专用发动机热效率达44.14%,目前世界领先。

“智能化赋予新能源汽车前所未有的功能体验。”集度公司首席执行官夏一平表示,我国启动智能网联汽车准入和上路通行试点,将为汽车电动化智能化融合发展带来巨大机遇。

刘可歆建议,主管部门应聚焦新型电池、芯片、操作系统、传感器等先进技术方向,加强政策引导支持;多措并举提升本土品牌竞争力;集中攻关产业薄弱环节,加强产业链供应链体系建设;提升自主创新能力,营造“走出去”良好环境。

“未雨绸缪,提前布局。”付炳锋表示,加强现代化产业体系顶层设计,助力企业建立自主可控的产品技术体系,持续打造品牌力,将有利于推动我国新能源汽车产业稳健发展。

国际商报2023-07-18