

汽车“缺芯”何时解决？

工信部：芯片紧张还要存在一段时间

文/羊城晚报记者 张爱丽

汽车“缺芯”何时解决？对于这一问题，在9月13日国新办举行的“推进制造强国网络强国建设 助力全面建成小康社会”发布会上，工业和信息化部党组成员、总工程师、新闻发言人田玉龙给出了回复。

加强供应链精准对接

田玉龙认为，从去年下半年以来，全球集成电路的制造产能持续紧张，各行各业都陆续出现了“缺芯”问题，对全球产业发展造成了一定影响。

工信部分析认为，造成芯片紧缺的主要原因有两个：一是全球疫情爆发使得制造业普遍放缓了产能扩充计划，这样造成了产能供应和需求间的错配；二是疫情持续不断反复，使一些国家和地区关停了一些芯片生产线，这样造成了产量减产，使得部分芯片出现了断供现象。

田玉龙表示，特别是针对当前一些特定的芯片生产供应极度短缺问题，工信部正在组织行业协会和企业加强联系，推动一些国内特别是国外的企业复工复产，尽可能地保障一些特定芯片的供应。

与此同时，工信部还采取一些措施加快推动替代方案，通过简化审批程序、简化流程加快审批，使替代芯片尽快地推广应用。尽管现在得到了一定缓解，总的来看，芯片供应链紧张的问题还要存在一段时间，当前这个问题还是比较严峻的。

田玉龙表示，下一步，工信部

将加强协调力度，加强供应链精准对接，使汽车芯片能够在供给能力上全面提升，使汽车行业平稳健康发展。对于其主要措施，田玉龙介绍，首先要保障稳定运行。加强对汽车行业发展和芯片制造供应能力的监测，分析研判，有针对性地解决现在汽车企业存在的短缺问题，积极扶持芯片制造企业加快提升供给能力，加快替代方案投入运行使用，优化整个产业链布局，使芯片供给能力从长期来看形成稳定供给，从根本上解决问题。

与此同时，加快转型升级。坚持电动化、网联化、智能化发展方向，特别是加快促进新能源汽车发展，推动汽车行业持续健康发展。此外，继续深化开放合作。芯片是全球化的产业链，要想维护好供应链产业链畅通，就要加大国际协作，稳定国内外供应渠道，畅通渠道。特别是与国外加强在技术创新、国际贸易、标准法规上的开放合作，使中国芯片产业链供应链按照双循环的要求进一步稳定发展，通过建立长效机制，高质量地促进汽车工业的发展。



车展资料图 威耀琪摄

累计推广超700万辆

如何看待未来新能源汽车发展趋势？续航里程、充电是否便捷等因素是否成为公众选择新能源汽车的重要考量？在当天的发布会上，工业和信息化部副部长肖亚庆表示，从总体来看，我国新能源汽车发展正处在加速发展期，其续航里程、充电是否便捷、安全水平、智能化控制等方面是发展新能源汽车重点督促解决的问题。

肖亚庆表示，新能源汽车发展有“三个突破”：一是技术突破，建立了上下游贯通的完整产业体系，突破了电池、电机、电控等关键技术；二是产品突破，续航里程在原有基础上大幅提升，

很多车达到500公里以上，虽然实际运行中还有一些问题，但总里程提升幅度比较大；三是市场突破，连续六年产销量全球第一，截至上月底，累计推广已超700万辆。

“现在新能源汽车企业数量太大，处于小而散的状况。下一步，要做大做强。”肖亚庆表示，要充分发挥市场作用，鼓励企业兼并重组做大做强，进一步提高产业集中度；要看到新能源汽车技术含量高的特点，所以资源应该尽可能市场化集中，避免分散。

“加强推广应用，加快充电桩基础设施建设，持续开展好新能源汽车下乡活动，也要抓好公

共领域汽车全面电动化的城市试点。”肖亚庆认为，推动提高城市公交、出租以及物流配送等领域新能源汽车比例，希望各地出台更多新能源汽车停车、充电、为新能源汽车的应用提供更多有区域特点的优惠政策，优化汽车限购措施。

此外，促进跨界融合，推动电动化与智能网联技术的融合发展；提升产品质量，在质量安全、低温适用等各方面提供更高标准、更严格要求，引导企业提升产品质量、提高服务水平、树立品牌形象，让消费者更喜欢买，用起来也更放心。

同比增涨超200%！8月新能源汽车大卖

文/羊城晚报记者 张爱丽

近日，全国乘用车市场信息联席会发布最新数据显示，8月份中国乘用车整体市场批发销量与零售均略有下滑，但8月新能源汽车再度跑赢大市，其中，国内批发销量达到30.4万辆，同比增长202.3%。同时，8月新能源车出口呈现爆发式增长。

细分市场零售量微跌

数据显示，今年8月乘用车市场零售达到145.3万辆，同比下降14.7%，相较2019年8月下降7%，增速偏弱。

在各级别细分市场，8月豪华车零售20万辆，同比下降19%，环比增长3%，但相对2019年8月增长9%。豪华车继续保持结构稳定特征，体现消费升级的高端换购需求依然旺盛，竞争影响不大。

8月自主品牌零售60万辆，同比增长6%，环比下降5%，相对2019年8月增长10%。自主品牌国内零售份额为42.1%，同比增8.3个百分点。批发市场份额45%，较同期份额增长8.8个百分点；且自主品牌头部企业产业链韧性较强，有效化解芯片短缺压力，变不利为有利，在新能源获得明显增量。因此，比亚迪、广汽埃安、上汽乘用车等传统车企品牌同比均呈大幅增长。

8月主流合资品牌零售65万辆，同比下降27%，环比下降4%，相对2019年8月下降22%。8月日系品牌零售份额22%，同比下降2.4个百分点。美系市场零售份额达到9.4%，同比微降0.8个百分点，表现较好。德系品牌受制于供给巨大缺口仍处于调整蓄势的阶段。

新能源汽车增速强劲

在新能源方面，8月新能源汽车零售达到145.3万辆，同比增长232.5%。1月-8月新能源汽车零售164.3万辆，同比增长222.5%。8月新能源汽车零售销量达到24.9万辆，同比增长167.5%，环比增12.0%。1月-8月新能源汽车零售147.9万辆，同比增长202.1%。与传统燃油车走势形成强烈差异化的特征，实现对燃油车市场的替代效应，并拉动车市向新能源化转型的步伐。

8月厂商批发销量突破万辆的企业比有比亚迪、特斯拉、上汽通用、上汽乘用车和广汽埃安，其中，比亚迪60858辆的销量位列第一，而特斯拉中国则以44264辆的销量排第二位。值得注意的是，8月插电混动的比亚迪销量达到30476辆，环比增长24%。

8月理想、蔚来、合众、零跑等新势力车企销量同比和环比表现总体都很优秀，尤其是哪吒、零跑等二线新势力逐步崛起。主流合资品牌中的南北大众的的新能源车批发11756辆，占主流合资品牌69%份额。

值得一提的是，在出口方面，8月乘用车出口14.1万辆（含整车与CKD）14万辆，同比增长182%。其中，新能源车占出口总量的25.9%。

新车连连看

别克：威朗Pro携手威朗Pro GS上市

售价12.99万-15.89万元

文/羊城晚报记者 张爱丽 图/受访者提供

9月10日，上汽通用汽车别克品牌宣布，全新中级轿车别克威朗Pro和威朗Pro GS正式上市(右图)。此次共推出3款威朗Pro车型和2款威朗Pro GS车型，售价12.99万-15.89万元。

此次上市的新车虽然只有五款车型，但车身颜色多达六种，包括一种GS专属车身色。内饰颜色有三种，其中红黑是GS专属色。也就是说，购买威朗Pro GS能够拥有更多的造型组合。

内饰方面，新车采用展翼环抱式内饰风格，优雅的线条从中控区域向两侧车门延展，提升了座舱整体的视觉宽度。同时，新车应用多片悬浮式设计，显示屏、操控层、接触层各分区清晰明了。

新车配备双10.25英寸全液晶仪表盘及中控大屏、三幅平底式多功能方向盘和3D包裹式座椅、3D立体触感拉丝装饰、哑光高级镀铬、钢琴黑镜面饰板等，细节拉满。

威朗Pro GS与威朗Pro的不同，在外观上就能看出来。



全新威朗Pro GS采用大尺寸熏黑蜂窝格栅，可选装黑色外后视镜罩、车窗饰条，前后保险杠运动套件则为枪灰色涂装，轮毂为熏黑。

在空间方面，新车前、后排有效头部空间均达9到60mm，前、后排肩部空间分别达到1425mm和1400mm，后排膝部和腿部空间分别为115mm和960mm。新车后备箱有效容积达480升，可容纳3个24英寸和2个20英寸行李箱。

新车搭载第八代Ecotec全新1.5T发动机、钢链式CVT智能无级变速箱，可实现135kW最大功率，并可在1500-5000rpm的宽泛转速区间持续输出250N·m最大扭矩。新车0-100km/h加速时间仅需7.7秒，综合工况油耗低至5.95L。

与此同时，新车配备12个超声波雷达，可对车身周围1.5米区域进行全方位实时监控，大幅扫除驾驶员的视觉盲区。

东风悦达起亚第四代嘉华上市

售价28.89万元起

文/羊城晚报记者 张爱丽 图/受访者提供

9月13日，东风悦达起亚品牌焕新的首款全球旗舰MPV第四代嘉华(右图)正式上市，共推出4款车型，官方指导价分别为28.89万-33.99万元。此次，新车还带来了包括30天品质无忧承诺、5年/10万公里整车质保、3年6次免费基础保养(含首保)、金融贴息、焕新升级补贴、官方交车礼及年度VIP体验权益等多重好礼。

第四代嘉华的外观打破MPV传统设计边界，以SUV硬朗大气的造型设计刷新MPV审美定式，提供了星雨蓝、极光黑、星际灰、珍珠白四种车身颜色，黑灰、米褐和黑棕等多种内饰配色，满足用户个性化需求。

基于起亚全球模块化第三代i-GMP平台打造的第四代嘉华，长宽高分别为5155mm*1995mm*1795mm，轴距更达到了同级领先的3090mm，打造出三排皆舒适的乘坐空间。



第四代嘉华的双12.3英寸一体式连屏搭载了起亚全新车联网服务——“Kia Connect”、百度智能互联系统3.0，实现了领先同级的三区语音识别的交互体验，更带来了的车、家、移动终端实时交互和云端OTA升级功能。第四代嘉华的后排还拥有后排对话模式、后排可视功能、后排静音模式、后排专用空调滤芯、后排乘客遗忘提醒和SEA安全下车辅助等配置。

新车还应用了起亚Smartstream动力系统，2.0T-GDI发动机，匹配8AT变速箱，最大功率达233Ps，最大扭矩353N·m，动力强劲的同时，还让驾乘更加稳定、平顺，百公里综合油耗仅7.8L。此外，新车还提供了舒适、经济、运动、智能四种驾驶模式。

中国汽车工业协会：自主品牌新能源车 遇出口好时机

文/图 羊城晚报记者 威耀琪

9月10日，中国汽车工业协会(简称中汽协)秋季媒体沙龙发布了1月-8月汽车行业产销数据及汽车产业蓝皮书。自主品牌产品出口量的增加，拉高了整个市场份额。有专家表示，目前是自主品牌新能源汽车出口的好时机。

有望提前实现目标

据中汽协统计，1月-8月，汽车产销分别完成1616.6万辆和1655.6万辆，同比分别增长11.9%和13.7%。商用车受7月1日重型车国六排放法规切换影响，出现市场波动。不过，轻客继续保持快速增长，拉动客车继续增长；8月汽车出口量继续保持高速增长，单月出口量再创新高。

值得一提的是，8月新能源汽车渗透率已提升至17.8%，新能源乘用车渗透率更是接近20%。中汽协副秘书长陈士华表示，按照此趋势发展，中国有望提前实现“2025年新能源汽车20%市场份额”的中长期规划目标。

陈士华分析认为，虽然芯片短缺显著影响了企业生产计划，但汽车累计产销与2019年同期数据相比仍呈现微增，说明汽车市场总体运行平稳。

展望第四季度，陈士华表示，中国国民经济运行总体保持稳定，从而支撑汽车消费需求保持稳定；供给端出现较大波动，其中复杂多变的国内外形势带来诸多不确定性，海外疫情导致的芯片供应短缺问题依旧存在，叠加四季度市场需求的提高也将加剧供应有限的问题；商用车市场需求的波动以及原材料价格持续在高位，都将进一步加大企业成本压力，直接影响行业运行。综合各方面因素，初步预判全年的市场或将弱于预期。

L3级自动驾驶汽车

中汽协副秘书长罗军民表示，2021年是“十四五”开局之年。整个“十四五”期间将是中国汽车产业由大变强的关键战略窗口期，更是汽车零部件乃至汽车产业供应链转型升级、



车展资料图

由弱变强的战略机遇期。

罗军民强调，新冠肺炎疫情和“逆全球化”浪潮使中国汽车产业链安全受到严重冲击，虽然中国在新能源、智能网联汽车方面占有一点先机，但汽车芯片、操作系统、高精度零部件等诸多方面仍然严重依赖进口，供应链短板凸显，“卡脖子”形势严峻。此外，原有的传统零部件优势也将因汽车技术的转型升级而逐渐消失。

因此，“补短板”成为整个“十四五”乃至今后一段时期中国汽车供应链建设最为紧迫和艰巨的任务，也是中国汽车产业是否能够真正由大到强的关键。汽车供应链的建设离不开上下游、业内外、政产学研的共同努力和协同发展。

活动同期，《中国汽车工业发展报告(2021)》暨《中国商用车产业发展报告(2021)》联合发布。报告指出，中国汽车产业将整体复苏，迎来变革升级与格局重塑的最佳时机；中国汽车产销正逐步趋于好转，商用车迎来罕见高速增长，新能源市场快速拉升；中国智能网联汽车产业发展呈现四大趋势，包括：搭载L3级功能自动驾驶汽车有望上路，测试示范纵深发展进入应用新阶段，新基建加速智能网联配套设施改善，贸易争端下的强链补链成为必然。

推出合规数据方案

8月汽车产销数据发布后，自主品牌市场占有率逆势增长引起广泛关注。中汽协副秘书长李邵华分析认为，2021年以来，自主品牌汽车市场份额、规

模持续上升。这首先是因为产品质量的提升，进而让自主品牌更有竞争力。其次与芯片有关。据介绍，合资企业采取全球采购体系，一般采用稳定的、长期的采购协议，一旦芯片断供就减产、停产。而中国企业千方百计通过各种各样的方式寻找资源，保证生产。同时，李邵华也向行业发出预警：目前许多芯片资源在流通环节已经枯竭，可能下一步自主品牌在芯片资源上的优势将会丧失，需要提前做好准备。

中汽协副秘书长助理许海东补充说，自主品牌市占率的上升，也得益于自主品牌产品出口量的增加，拉高了整个市场份额。“目前是自主品牌新能源汽车出口的好时机。”许海东指出，主要原因：一是欧洲给予新能源汽车大量补贴，鼓励新能源汽车消费；二是中国在2012年到2020年的规划过程中，产生了大量新能源车企，其产品已得到大量验证；三是欧洲新能源汽车产品目前大部分都是混合动力，纯电动汽车产品有很强的竞争力；四是自主品牌的新能源汽车，无论是外观还是品控上都有长足进步。

中汽协副秘书长助理兼技术部部长王耀说，近期相关法律法规密集出台，欧盟、美国还有其他国家和地区推出的相关法案和条例一样，并不是为了伤害产业、打压企业，只是希望在保证国家安全、个人隐私、公共安全以及产业发展之间找到平衡。现在汽车企业也在尝试用新的技术，保证数据防篡改、可溯源，推出合规数据方案，以便让企业产品在发生事故以及数据安全危机时可以自证清白。

埃安订单火爆

广汽新能源板块表现亮眼

文/图 羊城晚报记者 威耀琪

9月10日晚，广汽集团发布了8月产销快报。数据显示，广汽集团1月-8月生产汽车128.3万辆，同比增长10%，较2019年增长1.1%；实现销量132.9万辆，同比增长11.8%，较2019年增长0.8%；终端销量达138.5万辆，同比增长16.3%，较2019年增长3.3%。

新能源板块势头猛

8月，广汽集团在新能源板块延续亮眼表现。集团单月新能源乘用车实现销量约1.28万辆，同比增长70.6%。1月-8月，广汽集团新能源乘用车实现销量约7.6万辆，同比增长81.7%。不论是单月还是累计数据，广汽集团在新能源板块的迅猛势头和巨大潜力都得以显现。

8月，广汽埃安订单火爆，单月生产汽车约1.18万辆，同比增长80.54%，销售汽车约1.16万辆，同比增长87.10%；终端销量达1.16万辆，同比增长115.1%，连续四个月月销量过万辆。

8月末，广汽埃安掀开混动大幕。据公告信息，广汽集团拟通过对新能源汽车研发能力及业务、资产的整合，对广汽埃安开展混合所有制改革，对其增资扩股并引入战略投资者。未来，广汽埃安将充分利用资本市场，积极寻求适当时机上市。

广汽丰田产销两旺

广汽丰田在1月-8月生产汽车超52.6万辆，同比增长16.5%；销售汽车53.5万辆，同比增长15.7%；终端销售汽车55.3万辆，同比增长19.6%。

三季度受马来西亚疫情影响，意法和恩智浦芯片供应更加紧缺，对集团短期内的芯片供应造成影响。对此，广汽集团通过和供应商直接建立联系并持续协调、调配资源，通过采取追料、寻找现货、开发替代等方式，产量损失的问题已经得到合理的改善和缓解。广汽丰田赛那SIENNA亮相，通过对MPV市场的加快布局，有望成为广汽丰田新的增长点。

广汽传祺销量提升

8月，广汽传祺终端销量约2.9万辆，同比增长12.7%。同时，作为广汽传祺品牌焕新的重磅车型，8月订单达到1.5万辆，自6月18日预售起，累计订单超3万辆。

近年来，广汽集团不断推动自主品牌在技术研发、组织架构、激励机制等方面进行革新。通过推行车型大总监激励机制，以车型整体成功为导向，建立与车型销量、排名、市占率和收益等指标直接挂钩的评价机制，让研发团队与车型项目形成“利益共同体”，为自主品牌培育更多爆款车型、推动品牌向上奠定了基础。

8月，广汽集团有三款车型月销量过万辆，分别是：雅阁系列，销量约1.4万辆；缤智系列，销量约1.1万辆；凯美瑞系列，销量约1万辆。

2021年，行业整体受到全球疫情和供应链的压力，困难重重。面对诸多挑战，广汽集团不断于变局中开新局，通过灵活的应对策略和自身强大的产业链协调能力，实现产销平稳增长。



广汽集团自主品牌汽车