

新能源汽车： 智能化再加速 促消费再加码

■中国城市报记者 孙雪霏

汽车是当前经济表现亮眼的行业，是工业经济稳增长的“压舱石”。其中，新能源汽车正通过其前卫的造型设计、不断提升的续航能力、持续升级超快充技术，以及高度智能化的语音系统等引领技术革新，为用户提供便捷的导航和辅助驾驶功能。

今年《政府工作报告》提出，巩固扩大智能网联新能源汽车等产业领先优势，并鼓励和推动消费品以旧换新，以及提振智能网联新能源汽车等大宗消费。相关政策的进一步细化和落实，将有助于持续巩固拓展汽车行业稳中向好发展态势，激发企业创新动力，推动产业高质量发展。

技术迭代伴随价格竞争

得益于国家战略引领和企业奋力创新，我国新能源汽车产品日益丰富、充换电基础设施不断完善，消费者对新能源汽车的认知度和接受度明显提高。在去年高增长的基础上，今年前两个月新能源汽车市场表现亮眼。中国汽车工业协会数据显示，1—2月，我国新能源汽车产销分别完成125.2万辆和120.7万辆，同比分别增长28.2%和29.4%，市场占有率达30%。

如果说电动化是新能源汽车产业的上半场，那么，智能网联汽车的高质量发展便是下半场。

在北京市东长安街的繁华地段，东方新天地的多个门面商铺变身成为各大汽车品牌的新品体验中心，其中不乏造车新势力中的蔚来、比亚迪旗下高端品牌仰望，也有路特斯电动汽车、凯迪拉克电动汽车等传统车企推出的电动化品牌。特别是在小米汽车上市发布会次日，中国城市报记者走访位于东方新天地的小米之家门店发现，众多消费者早已齐聚此地。作为一款定位“C级高性能生态科技轿车”，小米SU7吸引了以中年白领为主的看车群体。

记者现场了解到，消费者对小米SU7的兴趣颇高，并对车辆的外观设计、操控便利性、空间表现，以及高速领航、智能泊车辅助等高阶智能驾驶功能给予了高度评价。

小米之家店员介绍，上市发布会一结束，品牌商便立即



3月28日，消费者在北京东方广场“小米之家”了解小米SU7汽车。当晚，小米集团在京举办发布会，正式发布首款小米新能源汽车SU7。售价方面，小米集团公布了多款配置车型的售价，区间为21.59万元至29.99万元。

中国城市报记者 全亚军摄

开放了预订通道，首批消费者下个月就可以提车。

在高涨的消费热情下，车市冲量热身赛提前打响。进入3月份，国内车市迎来了一波新车型的密集发布。截至3月26日，包括红旗EH7以及长安汽车第三代CS75 PLUS冠军版、第二代UNI-V、第三代逸动在内的多款新车相继亮相并开售。同时，全新吉利星瑞和星越L长风版也正式投入市场，激发了消费者的购车热情。

中国乘用车产业联盟秘书长张秀阳在接受中国城市报记者采访时，对3月份新车上市情况进行了分析。张秀阳指出，3月上市的新车在类别、数量、品牌、价格等方面展现了三大特征：一是新能源车型占据绝对主导；二是自主品牌上市的产品密集度远高于合资品牌，上市新车的市场热度和关注度更高；三是新车价格持续下探。

受访专家表示，近年来，中国品牌汽车在产品品质、能耗、智能化及电动化等领域实现了跨越式发展，这些进步是促成品牌认知分化及中国品牌逐渐赢得消费者认可的关键因素。新款车型不断以令人惊叹的高科技配置与极具吸引力的价格，持续刷新消费者的价格感知。

在价格战冲击下，中国汽车市场的价格体系正在重塑。据不完全统计，自今年春节复工以来，已有10余家车企、约30个品牌、近90个车系

通过增配减价发布新车或限时补贴的方式参与降价，涉及的车型遍及各个细分市场。从豪华品牌到主流合资车型，从自主品牌到造车新势力，均有参与。

张秀阳表示，在新一轮的技术迭代和价格竞争中，国内汽车制造商正通过加速推出具有竞争力的新车型，构建各自的产品矩阵，进而快速抢占市场份额。

智能网联汽车 发展势头强劲

发展智能网联新能源汽车是中国汽车培育新质生产力的重要抓手。中国汽车流通协会专家委员会委员颜景辉告诉中国城市报记者，在过去十多年的时间里，得益于持续的政策支持，新能源汽车已经取得了骄人的成绩。今年《政府工作报告》多次提及新能源汽车、智能网联汽车，进一步明确了国家对汽车产业发展方向的支持和期望，为行业提供了一贯的政策导向，增强了企业和投资者的信心。

奥纬咨询董事合伙人张君毅认为，全球网联电动汽车市场正面临变化，且海外有些不同的声音出现，但这不应影响我国在此领域的战略定位。他指出，在坚持智能化、网联化、电动化的大背景下，补足短板、拉长长板以促进产业的健康发展尤为重要，也是长久工作。

张君毅说：“我们不能因为短期国际博弈变化而放弃我们的既得优势，应从消费者需求出发，可持续地发展，保持行业的竞争力。”

颜景辉表示，科技企业与汽车行业的融合正加速推动智能网联汽车的技术进步，同时相关的法律法规框架也在不断完善之中。尽管智能网联汽车的发展还处于初级阶段，但发展潜力巨大，发展势头方兴未艾。

在汽车消费方面，受访专家普遍预计今年汽车消费将保持增长趋势。颜景辉指出，提升产品竞争力是根本，车企需紧跟时代和科技发展的步伐，逐步推出创新产品以刺激和引导消费。

张君毅则认为，随着以旧换新政策的推出，各地将根据经济状况推出相应的条款和要求，进行结构性调整以加速汽车消费需求。

“关键在于降低购车门槛，促进消费。”张君毅补充道，虽然车企正通过降价策略来扩大市场份额，但这也在一定程度上激发了消费者的购买意愿。因此，今年的汽车消费市场依然值得期待。

以旧换新 刺激换购需求

随着汽车市场由增量时代进入存量和增量并重的时代，以旧换新潜能巨大。为提振经济、拉动消费，以旧换新成为今年我国促汽车消费的重点工作之一。继中央财经委员会第四次会议强调要鼓励引导新一轮大规模设备更新和消费品以旧换新、国务院印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》，不久前，商务部副部长盛秋平在中国电动汽车百人会论坛（2024）上表示，今年商务部将以实施汽车以旧换新为重点，聚焦全产业链、全过程壮大新能源汽车市场，支持新能源汽车发展。

记者从商务部获悉，今年前两个月消费呈现平稳增长态势，新能源汽车等绿色消费深受欢迎。目前，商务部正在抓紧研究细化举措，在充分尊重消费者意愿的前提下，推动汽车换“能”，逐步提高新能源汽车、节能型汽车销售占比。

促消费信号一发出，车企们便迅速响应。东风旗下岚图汽车宣布推出10亿元置换

补贴政策，成为率先响应政府以旧换新政策的企业之一。岚图汽车CEO卢放表示，“以旧换新”政策能有效减轻消费者的购车、用车、换车成本，提振新能源汽车消费，还能帮助车企增加先进产能、提高生产效率，加速新能源汽车产业发展。

在当前国内汽车流通市场，新购车和换购车的比例分别为50%和40%。中国汽车流通协会副秘书长郎学红透露，基于新车消费规模的推算，我国汽车以旧换新市场规模年约1000万辆。鉴于我国汽车消费在社会消费品零售总额中的占比高达10%，推动汽车以旧换新活动具有多方面重要意义。

在北京市北四环一家汽车4S店，消费者姚平分享了他的以旧换新经历。他打算把自己开了多年的燃油车换成一辆电动汽车，并表示：“换购新能源汽车，旧车评估作价外，根据车企新政策，我还能获得1万多元的以旧换新补贴和其他优惠，非常划算。”

姚平认为，二手车交易手续复杂，通过4S店进行旧车评估和新车购买，不仅能确保旧车估价的专业性，还规避了二手车过户的潜在风险，省去了不少麻烦。

汽车以旧换新活动内容不同，但都在努力以更大力度点燃市场消费热情。据不完全统计，目前超过30个汽车品牌已经推出了以旧换新补贴政策，这包括东风集团、奇瑞、吉利、哈弗、比亚迪、一汽-大众、北京现代、五菱等主流品牌，补贴金额也超出了以往的水平。

部分地方政府已经出台政策支持汽车以旧换新。重庆市、上海市、天津市经开区等地区，迅速响应国家号召，陆续推出了新一轮燃油车以旧换新补贴政策及新能源汽车置换政策。

“稳定大宗消费的核心是稳定汽车消费。推动汽车以旧换新和报废更新，有助于汽车实现全生命周期的有效流转。”全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示，目前汽车市场消费仍面临消费基础不稳、信心不足的情况，消费者对以旧换新政策的期待较为迫切。因此，加快以旧换新政策的实施势在必行，有助于实现车市消费及早进入可持续发展的轨道。