



**王禁：我为中国汽车企业家自豪
由车价卖不过 10 万到百万
豪车有人买**



文/新浪财经意见领袖专栏作家 王禁



临近岁末，回首往事，有不愿回忘的三年，也有热血沸腾的中国汽车元年。曾经遥不可及的超豪华汽车市场，中国汽车品牌在 2022 年一口气诞生了三个：广汽埃安的 Hyper 昊铂、造车新势力 BeyonCa（宾理汽车）和比亚迪旗下的高端品牌仰望。

尤其是 100 万级的电动 SUV——比亚迪仰望 3 天订单已超过 1000 辆。这不是卖不出去的车，而是需要提前预定才能拿到的新车。放在几年前，这是中国汽车品牌想都不敢想的事情，如果将时间维度拉到 8 年前，中国汽车品牌还在奋力拼搏突围 10 万元轿车天花板；如果再将时间维度拉到 12 年前，中国汽车品牌甚至在 10 万元级别市场都没有立得住的产品。

笔者记得, 2012 年, 自主品牌乘用车市场占有率一度跌破 30% 以下, 那时候合资品牌不断下探产品价格、网点铺设, 瓜分自主品牌市场, 不少业内人士疾呼: “未来 3 至 5 年内, 50% 以上的自主品牌将走向消亡”。彼时因为长城、奇瑞召回事件给中国汽车出口也蒙上一层阴影。

10 年过去, 2022 年中国品牌乘用车销量为 1176.6 万辆, 市场份额达到 49.9%。上个月, 也就是去年 12 月份, 中国品牌乘用车销量甚至市场份额达到 56.8%。比亚迪首次超越一汽大众, 夺得 2022 年度中国乘用车批发量冠军, 结束了合资品牌长达 30 年的统治地位。这也是本土品牌在有批发量统计以来第一次历史性夺冠。

为什么 10 年间, 中国汽车品牌与国外汽车品牌之间的形势“攻守互换”? 在这个电动化、智能化和网联化浪潮席卷全球汽车产业的时代, 中国汽车企业牢牢把握住了时代的机遇, 中国企业家们以大无畏精神、甚至破釜沉舟的决心 10 几年持续输血才守得明月开。

2022 年自主品牌新能源乘用车国内市场销售占比达到 79.9%, 新能源汽车出口 67.9 万辆, 同比增长 1.2 倍。全球新能源汽车销量排名前 10 的企业集团中我国占据 3 席, 动力电池装机量前 10 企业中我国占据 6 席。

可有机遇, 也有挑战, 而且这个挑战是在国内、国外两个市场。

国内, 特斯拉发起的价格战打的中国汽车品牌措手不及, 前一刻还宣布新能源汽车涨价或保价, 这一刻只能被迫跟随降价, 特斯拉对于中国新

能源汽车市场来说，是鲶鱼，还是鲨鱼呢？

在新能源汽车中高端市场，以蔚来、理想等为代表的新造车企业，以及传统自主车企推出的高端新能源品牌，才刚刚在市场上站稳脚跟，还来不及赚钱，就开始面对单车利润是丰田 6 倍的特斯拉疯狂绞杀，笔者不知道 2023 年能有几家新能源车企能够扛得住、活得了？

在国外市场，去年中国汽车出口虽然一举超过德国，成为世界第二，但这里面含金量有多大？去年，由于地缘政治的原因，全球汽车产业链紊乱，导致欧美、日本等国家的产量出现剧烈的缩减，全球缺车的现象比较严重，中国车企受益于完整的产业链条，适时填补了全球供给缺口。

可中国汽车品牌旗下的传统汽车与国外品牌相比，在发动机、变速箱、底盘三大件性能与可靠性方面依然存在差距，甚至在品牌影响力上，中国汽车品牌在海外不少国家依然走的是性价比路线。一些劣迹斑斑的中国汽车品牌这个时候在海外卖的越多，对中国汽车品牌在海外的声誉影响越大，比如“抄袭大王”众泰汽车宣布将向中东部分国家和地区出口众泰 T300，而这款产品复产前的一段时间内销量几乎没有，发动机异响、变速箱漏

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_51758

