

瞭望智库公共政策研究丛书



汽车强国之路

2017

中国汽车产业创新与变革全记录

瞭望智库 ◎ 编著



WAY TO AUTOMOTIVE POWER
2017

A FULL RECORD OF CHINA'S AUTO INDUSTRY
"INNOVATION AND REFORMATION"

新华出版社

瞭望智库公共政策研究丛书：



瞭望智库研究报告系列：



瞭望智库大国系列丛书：



联系人：

韦 薇 010-63158885-8354

毛羽丰 010-63158885-8621

责任编辑：张 敬

封面设计：臻美书装

瞭望智库公共政策研究丛书介绍：

作为新华社国家高端智库公共政策研究中心，瞭望智库服务于中央决策和新华社调查研究，致力于发挥咨政建言、理论创新、舆论引导、社会服务、公共外交等功能。针对相关公共政策课题，瞭望智库通过与主管部委及新华社兄弟单位一道，组织研究团队深入一线实地调研，通过主持召开由部委官员、业界专家以及相关方面人士参与的内部研讨会等形式，形成《瞭望研报》并报送决策层。在此基础上，瞭望智库推出了公共政策研究丛书，以期为治理体系和治理能力现代化，推进创新驱动与供给侧结构性改革等重大战略的进一步落实，发挥建设性作用。

- 依托新华社全球网络，全面搜集海外经验
- 与国家部委紧密合作，精准把握产业政策
- 深入调研各省区情况，紧密跟踪产业发展
- 直面产业热点与痛点，提出对策辅助决策

瞭望智库简介

2015 年底，新华社获批为党中央、国务院、中央军委直属的首批 10 家国家高端智库试点之一。瞭望作为新华社国家高端智库的公共政策研究中心，是国家高端智库建设的重要组成部分。公共政策研究中心与先期成立的瞭望智库一体化运作。

依托新华社全球信息采集网络优势和调查研究基因，瞭望智库利用《瞭望》三十多年来形成的权威、高端、国策研究与传播的品牌特质，紧扣“国家政策研究、评估和执行反馈”这一核心业务定位，利用新华社内外智力资源，连接全球主要智库，服务中央决策和新华社调查研究，构建以公共政策研究团队及系列政策研究委员会为研究基础、以《瞭望研报》等“研究型内参”为内核、以瞭望智库系列微信公号为新兴传播和交互矩阵的特色新型智库，致力于发挥咨政建言、理论创新、舆论引导、社会服务、公共外交等功能。组建近两年来，赢得了领导机关的信任，在社会上形成知名度和影响力。



新华出版社
微信号：xinhupub1979



瞭望智库
微信号：zhczyj



定价：128.00 元

瞭望智库公共政策研究丛书

汽车强国之路 · 2017

——中国汽车产业创新与变革全记录

瞭望智库 编著

上海汽车集团股份有限公司
宝马（中国）汽车贸易有限公司
四川省汽车产业技术研究院
提供支持

新 华 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

汽车强国之路·2017/新华社瞭望智库编著. —北京: 新华出版社, 2017. 2

ISBN 978-7-5166-3097-6

I. ①汽… II. ①新… III. ①汽车工业—工业发展—研究报告—中国—2017

IV. ①F426.471

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 027975 号

汽车强国之路·2017

编 著: 瞭望智库

责任编辑: 张 敬

封面设计: 臻美书装

责任印制: 廖成华

出版发行: 新华出版社

地 址: 北京石景山区京原路 8 号

邮 编: 100040

网 址: <http://www.xinhupub.com>

经 销: 新华书店

购书热线: 010-63077122

中国新闻书店购书热线: 010-63072012

印 刷: 河北鑫宏源印刷包装有限责任公司

成品尺寸: 170mm×240mm 1/16

印 张: 19

字 数: 280 千字

版 次: 2017 年 3 月第一版

印 次: 2017 年 3 月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-5166-3097-6

定 价: 128.00 元

版权专有, 侵权必究。如有质量问题, 请与出版社联系调换: 010-63077101

编 委 会

顾 问：陈清泰 董 扬 张书林 李万里 李 钢 童光毅
李 克 强 黄学杰 曹 忠 魏银仓 严 刚 吴 卫
余伟珍 马春生 李宏刚 齐志新 许心超 林 程
高振海 肖成伟 叶盛基 许艳华 倪 全 李邵华
汪晓健 刘 奋 程 伟 伊藤伸一 周晓云 周晓晖
李 红 建 赵子亮 张先华 姜安宁 卢琛钰 刘 为
刘 斌 靳 瑾 侯宇飞

主 编：夏 宇

副主编：聂智洋 韦 薇 吴 瑞 程惊雷 姚晓蓉 沈浩明
张 蓝 王丰华

编 委：云 贺 王 玥 苏万明 吴 植 刘宏宇 屈凌燕
王 昆 陈 晶 张大庆

目 录

序.....	1
第一章 综合篇	3
一、2016 年中国汽车产业发展概览	3
（一）本土企业：“向上走” 仍任重道远	4
（二）合资企业：加快渗透各细分市场	5
（三）新能源汽车：产业发展加快竞争加剧	7
（四）产业隐忧：核心技术落后乃问题之根	9
（五）汽车强国之路：推动中国制造业转型升级	14
二、政策环境：助推新能源汽车产业稳步升级加速	17
（一）产业政策：不断完善填补政策盲区	17
（二）创新驱动：产业盈利能力渐长	18
（三）市场认可：产业预期吸引资本青睐	19
三、产业瓶颈：制约新能源汽车健康发展	20
（一）四大短板：恐致产业发展“欲速则不达”	20
（二）当务之急：宜超前规划政策引领体系	21
四、政府补贴：调整政策大势所趋	22
（一）严查骗补：产生震慑效应	22
（二）“后补贴时代”：发挥税制功能	23

五、行业管理：完善立法落实监管	24
(一) 产业立法仍与市场规模不相匹配	24
(二) 模式转变：法制化管理是良方	25
六、促进消费：助力产业弯道超车	26
(一) 消费趋势变化：从政策驱动转向需求驱动	26
(二) 购车顾虑：影响新能源汽车市场竞争力	27
(三) 政企双管齐下：多元发展实现弯道超车	28
七、补贴替代政策：积分制与碳配额制并轨实施	29
(一) 避免企业承受双重压力	29
(二) 融合两套管理办法做好制度设计	31
八、应对外资：应避免重蹈传统车覆辙	31
(一) 跨国公司：谋划中国布局	32
(二) 中外交锋或在 5 年内打响	33
(三) 抓住机遇避免重蹈传统车覆辙	34
 第二章 研发篇	 35
一、研发现状：三大技术领域引关注	35
(一) 动力电池技术：新能源汽车发展的关键	36
(二) 智能网联技术：改写未来汽车产业格局	38
(三) 燃料电池技术：新能源汽车的下一个风口	40
二、研发模式：四种模式比较	41
(一) 科研院校项目制：远离市场成软肋	42
(二) 从自主研发到产学研结合：强强联合风头劲	44
(三) 科技公司加盟制：新趋势吸引新玩家	47
(四) 车企联盟与官产结合：研发主体走向合作	50
三、研发展望：六大技术趋势颠覆未来汽车产业	54
(一) 无人驾驶技术：智慧汽车带来全新驾驶体验	55

(二) 车联网技术：让人、路、车展开对话	57
(三) 分布式储能技术：从耗能单元到储能单元	62
(四) 先进制造业技术：颠覆传统造车模式	64
(五) 轻量化技术：让汽车更轻、更快、更环保	66
(六) 大数据技术：打造全套出行服务	68
四、问专家	71
 第三章 市场篇	82
一、2016 年中国汽车市场概览	82
(一) 产销走高：自主品牌车企迎来春天	82
(二) 众口难调：消费出行理念正在更迭	87
(三) 历经起伏：新能源汽车产销破 50 万	90
(四) 行业管理陷困境，呼吁法制化管理	92
二、新能源汽车市场：曲折中前进	99
(一) 生产端：车型、质量无法满足消费需求	100
(二) 消费端：政策推动有余，内生需求不足	102
(三) 市场环境多变，引发行业困惑	105
三、自主品牌汽车崛起：任重而道远	107
(一) 厚积薄发：自主品牌如何破局？	107
(二) 争锋较量：自主品牌与合资品牌谁主沉浮？	113
(三) 砥砺前行：新能源汽车引发新一轮布局	115
四、描绘未来出行图景	121
(一) 三大交通出行模式	121
(二) 出行变革带来新商机	134
五、汽车社会的憧憬与隐忧	138
(一) 步入汽车社会：机遇与憧憬	138
(二) 汽车社会的隐忧	141

(三) 如何构建理想的汽车社会?	143
六、问专家	151
第四章 政策篇	161
一、2016 年国家新能源汽车政策解读	161
(一) 政策要点一览: 既有继承, 又有变化	161
(二) 五大方面发力, 促进产业良性发展	168
二、2016 年地方新能源车政策比较	179
(一) 政策密集出台, 体系日臻完善	179
(二) 新时期呈现新特征	191
(三) 八省市政策要点一览	199
三、2016 年重点政策分析	208
(一) “双积分” 并轨挂钩: 硬性指标推动新能源汽车加速发展	208
(二) 提高新能源汽车准入门槛: 市场格局面临洗牌	215
(三) “碳配额” 酝酿实施: 或助力完善补贴机制	221
四、问专家	228
第五章 产品篇	249
一、纯电动汽车 (BEV): 产品布局日趋成熟	249
二、插电式混合动力汽车 (PHEV): 重塑官车形象, 引领国民消费	260
三、燃料电池汽车 (FCV): 车型虽少, 大有可为	272
四、传统汽车: 消费升级助推产品升级	276

序

《汽车强国之路·2017》作为“瞭望智库公共政策研究丛书”之一，是继2016年发布的《新能源汽车产业蓝皮书——中国新能源汽车产业调研报告2016》之后，瞭望智库又一部对以清洁能源汽车为代表的中国汽车产业发展进行梳理的研究报告。

汽车产业是我国国民经济的重要支柱。在经历了前几年的爆发式增长后，目前我国汽车产业已进入平稳发展阶段。2014年，习近平总书记在上海汽车集团考察时强调：“发展新能源汽车是我国从汽车大国迈向汽车强国的必由之路。要加大研发力度，认真研究市场，用好用活政策，开发适应各种需求的产品，使之成为一个强劲的增长点。”

在此背景下，瞭望智库从2015年开始对以新能源汽车为代表的我国汽车产业进行持续跟踪调研。通过与主管部委以及新华社兄弟单位一道，深入企业和市场进行实地调查，主办召开由部委官员、业界专家以及企业人士参与的内部闭门研讨会，对我国汽车产业的发展现状、问题难点和未来趋势进行了摸底调查。其中，多份调研成果已报送决策层，并获得主管领导的关注，对辅助决策提供了有力支持。

在刚刚闭幕的全国两会上，李克强总理在《政府工作报告》中提出“鼓励使用清洁能源汽车”。从“新能源汽车”到范畴更广、技术路线更多样的“清洁能源汽车”，体现了党中央鼓励企业不断创新、推动汽车产业整体转型升级的决心。

《汽车强国之路·2017》在对我国清洁能源汽车发展推广与战略布局进行重点分析的同时，从研发、市场、政策及产品等多个领域对中国汽车产业的整体发展态势进行了总结和展望，以期更好地支撑决策、引导市场、弘扬理念、影响公众，为汽车强国战略的全面落实略尽绵力。

本书的“总论”部分聚焦中国汽车产业发展的整体态势，深入分析了造成当前产业“大而不强”的现实原因。“研发篇”紧扣车辆智能化、网联化、电动化、共享化的“四化”趋势，综合评述了影响未来全球汽车产业格局的技术热点、我国车企技术研发水平及其掣肘因素。“市场篇”从生产和消费两端出发，在评估2016年自主品牌汽车市场表现的基础上，描绘了完善未来出行模式和构建和谐汽车社会的可行路径。“政策篇”重点研判过去一年我国汽车产业所处的宏观政策环境，特别是对“碳配额”“双积分”等政策热点进行全方面解读。“产品篇”通过选取近年来颇受市场关注的亮点车型，以当前车企产品布局预判未来行业走势。

《汽车强国之路·2017》的出版得到了来自国家发改委、工信部、科技部、国家能源局等部委和地方主管部门，中国汽车工业协会、中国电动汽车百人会、中国电器工业协会等行业协会，中科院、国务院发展研究中心、清华大学、中国汽车技术研究中心等高校科研院所，以及一汽集团、上汽集团、宝马（中国）、丰田汽车研发中心（中国）等企业的大力支持。此外，新华社兄弟部门及其他相关领域的干部、专家、记者也为本书提供了支持和帮助，在此一并感谢。

虽然经过近一年的调研筹划，但受能力与时间所限，本书还有诸多疏漏不足之处，敬请各位专家、读者不吝指正。

瞭望智库

2017年3月

第一章 综合篇

一、2016 年中国汽车产业发展概览

2016 年是“十三五”开局之年，在改革创新深入推进和宏观政策效应不断释放的共同作用下，国民经济保持了总体平稳、稳中有进、稳中提质的发展态势。受此影响，中国汽车行业加大供给侧改革力度，产品结构调整和更新步伐持续加快，全年产销量出乎意料地重拾两位数增速，双双以超过 2800 万辆的佳绩，蝉联全球第一“八连冠”。汽车行业经济效益指标明显增长，对确保宏观经济平稳运行起到了重要作用。

汽车年产销量直奔 3000 万辆大关，全国汽车保有量超过 1.8 亿辆，汽车驾驶者约 3 亿人……当今中国已是名副其实的“架在车轮上的国家”。然而，在生产和市场规模迅速扩张、千家万户喜圆“汽车梦”的同时，中国汽车产业隐忧重重：关键核心技术缺失、自主创新动力不足、市场被跨国公司主导、本土品牌夹缝中求生、新能源汽车面临“狼来了”挑战、产业缺乏科学统一管理以及立法不完善等。这些都说明，世界第一汽车产销大国距离汽车强国还有相当距离。中国经济转型升级必须依靠实体经济，建设制造强国是别无他途的战略选择，而建设制造强国必建设汽车强国，汽车产业对国民经济和社会进步的带动作用不可替代。

（一）本土企业：“向上走”仍任重道远

尽管一般认为随着中国汽车市场进入“低增长”期，对于市场有限增量的竞争会愈发激烈，但2016年中国品牌乘用车市场份额稳中有升。同时，本土企业继续争相推出中高端车型，这些车总体上可以反映中国品牌汽车在设计、技术、工艺等方面的进步，但市场表现尚不能令人满意。

1. 市场份额稳中有升，SUV和小排量贡献大

据中国汽车工业协会统计，2016年，中国品牌乘用车销量首次超过千万辆，共销售1052.86万辆，同比增长20.50%，占乘用车销售总量的43.19%，占有率比上年同期提升2个百分点，为近年来的最高值。2012年至2015年，中国品牌乘用车市场占有率除2014年为38.44%之外，其他年份均在41%上下。此外，2016年中国品牌乘用车的市场份额和增幅均超过中国市场上的德系、日系、美系、韩系和法系车。

从企业层面看，广汽乘用车、长城、吉利等中国品牌企业的销量增速明显高于整体车市和多数合资品牌。在某些国有大集团内部，自主品牌已成为集团销量和利润增长的重要助推器，如据长安集团统计，集团2016年销量突破300万辆，其中自主品牌占比近六成。

从车型贡献率看，SUV是中国品牌乘用车增势的最大贡献者，2016年主打SUV的除了诸多成熟厂家外，还有汉腾等新生品牌。如在长城和广汽乘用车的销量中，SUV占比达八九成，而汉腾则只生产SUV。但从另一个角度看，中国汽车企业对SUV的依赖过重，在轿车市场上继续丧失阵地直至只剩两成份额。从产品多样化、企业经营风险和长远发展方面考量，过度“押宝”SUV是不够健康的状况。何况多数中国品牌SUV陷于低端市场的同质化竞争，甚至在部分企业中，外观“抄袭风”有所抬头，核心部件“拿来主义”大行其道。

中国品牌 SUV 的“爆发”某种程度上得益于合资品牌 SUV 尚未大举进入低端市场，但合资品牌已开始第二次下探，中国品牌 SUV 能否抵挡并避免重蹈轿车覆辙，还有待观察。

从排量贡献率看，2016 年受购置税优惠政策影响，1.6 升及以下乘用车销售达到 1760.7 万辆，同比增长 21.4%，占乘用车销量的比重为 72.2%。2017 年购置税优惠幅度减小，加上增长基数大，预计 2017 年市场会有较大降幅。

2. 集体力争“向上走”，市场表现待改善

过去，中国品牌汽车大多以低端形象示人。经过多年发展，一些中国品牌主观上不甘落后和徘徊于低端，既需证明自我，也欲追求更高利润。客观上，它们已具备了一定的设计、制造、装配和品牌基础。因此，近年中国品牌纷纷推出高端化车型，给中国汽车产业带来了一抹亮色。

2016 年亮相或上市的中国品牌中高端车包括东风 A9、长安 CS95、广汽传祺 GS8、北汽 BJ80、上汽荣威 RX5、江淮瑞风 A60、长城哈弗 H7L 等。加之前几年出现的红旗 H7、广汽传祺 GA8、吉利博瑞等，短短几年间，中国品牌中高端车已不胜枚举。此外，吉利 2016 年在海外发布了中高端品牌 LYNK & CO，长城在广州车展发布了高端品牌 WEY，这些都表现出中国本土企业特别是民营企业欲挑战主流合资品牌的更大勇气和更强信心。

不过目前，上述中国品牌中高端车多数销量不佳。主因包括本土企业品牌感召力不强，研发投入不足，公车改革后自主高端车市场空间遭到压缩以及合资豪华车价格下压等。

（二）合资企业：加快渗透各细分市场

几乎所有跨国汽车公司都在华与国有汽车集团设立了合资公司，各大国有汽车集团均有多家中外合资公司。合资公司以生产外国品牌车型

为主，其销量和利润是多数国有汽车集团的“顶梁柱”。拥有技术和品牌优势的跨国公司及其合资公司无疑是中国这一世界最大汽车市场的大赢家，并在不断试图扩大版图。2016年，外国品牌乘用车在中国市场上占据近六成份额，轿车领域更甚，销量最高的前十名轿车品牌中，有9个属于合资企业。

1. 德日美品牌势头强劲，各家新产能释放

2016年，多数外国品牌乘用车在中国市场上都有不错表现。德系、日系、美系、韩系和法系乘用车1至11月分别销售413.17万辆、340.14万辆、263.80万辆、156.92万辆和55.73万辆，分别占乘用车总销售的19.06%、15.69%、12.17%、7.24%和2.57%。德系品牌销量保持了一贯的强势增长，其中大众品牌乘用车全球销量的一半在中国；中日关系紧张挫伤日系车销量若干年后，本田开始引领日系品牌展现出明显复苏；韩系增速略低；法系降幅明显，市场份额跌至近年最低。

尽管对中国汽车产销量是否已接近“天花板”有所争议，各大跨国公司仍看好中国市场特别是中西部和三、四线城市的潜在增长空间，各合资公司争相建新厂扩产能，欲在新一轮市场调整中获得或放大优势。这一扩张效应在未来几年将持续释放。

2016年实现投产的新合资公司是东风雷诺。雷诺曾与三江航天合资生产厢式车，但业绩不佳。东风雷诺投产一年来，已有两款SUV上市，并将推出一款新能源车。

2016年开建或建成新工厂的合资公司以东风本田、神龙、北京现代为代表。处于超产能运转状态的东风本田12月在武汉为其第三工厂奠基，新工厂将于2019年投产。神龙公司成都工厂9月投产，新工厂现生产SUV；工期仅18个月的北京现代沧州工厂10月投产，生产紧凑级轿车和SUV。

在建和待投产的合资公司新工厂包括：一汽大众青岛工厂、天津工

厂和北京现代重庆工厂等，它们中有些 2017 年初就可投产。

2. 细分市场加快引进新品，围堵中国品牌

自全球金融危机爆发以及 2009 年中国超越美国成为世界最大汽车市场以来，各汽车跨国公司将打翻身仗或寻求新增长的厚望寄予中国市场。2016 年，跨国公司及其合资公司引进入华的车型和技术与欧美市场越来越同步；同时，早年主要生产中档车的合资公司如今在高中低和大小各细分市场上都有重要斩获。

2016 年见证了凯迪拉克 CT5 和 CT6、奔驰 E 级、路虎极光、捷豹 XFL、林肯大陆等一批最新豪华车在中国下线或上市，且价格门槛呈下压趋势；朗逸、英朗、捷达、轩逸、卡罗拉、福睿斯等中低端车持续占据全国销量榜高位。这样一来，中国品牌乘用车总体上进一步遭到上下围堵，只有在中低端 SUV 市场上有不错的成绩。

合资品牌已打响 SUV “反攻战”，未来几年将对中国品牌 SUV 施加更大压力。在连年热门的东风本田 CR-V、东风日产奇骏、上汽通用别克昂科威、广汽丰田汉兰达、长安福特锐界之外，已有小型的如广菲克吉普自由侠、一汽马自达 CX-4 等以及中大型的如上汽大众途观 L、Teramont、斯柯达科迪亚克等纷至沓来。

（三）新能源汽车：产业发展加快竞争加剧

2016 年，政府部门严查严打新能源汽车骗补行为，并出台了一系列促进产业健康发展的政策文件。在政策和市场的双驱动下，中国新能源汽车技术研发、产品开发生产、经营创新有新进展，各路资本进入，社会接受度提升。中国新能源汽车产销量虽未达到上年预计的 70 万辆，但突破 50 万辆，同比增速超过 50%。其中，纯电动汽车占大头，销量增幅成倍超过插电式混合动力汽车。

1. 打击骗补政策出台，推动行业健康发展

国家多部委 2016 年针对骗补展开调查，对苏州吉姆西等企业予以