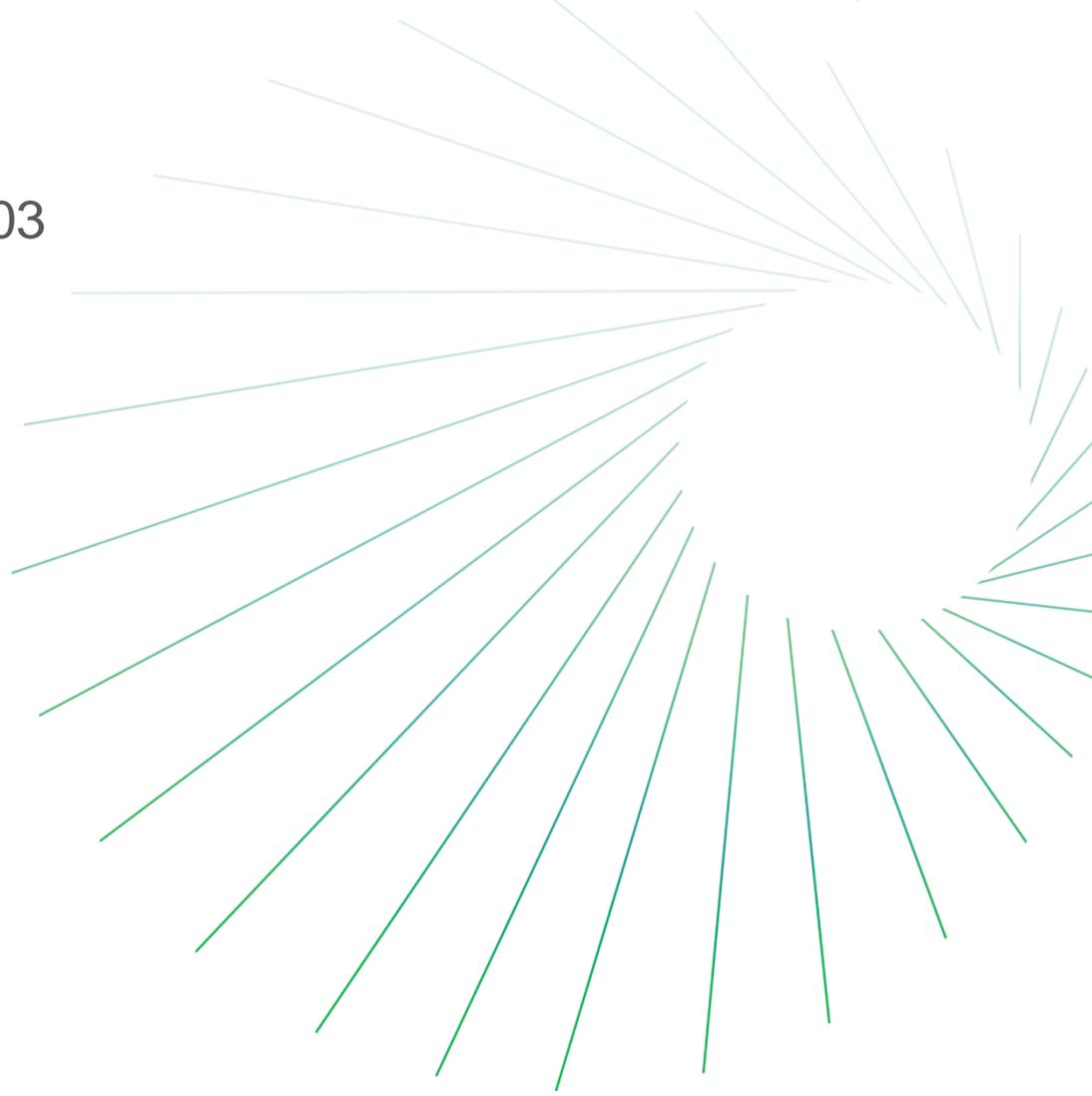




汽车市场每周热点汇编

2021.11.29-12.03





Contents

【2021年广州车展】小鹏、埃安推出新款电动汽车；日产开始销售e-Power车型	3
【2021年广州车展】别克发布Smart Pod和GL8旗舰概念车	5
【主机厂销售亮点】小鹏汽车第三季度收入强劲增长	7
【主机厂销售亮点】今年1至9月，韩国电动汽车销量几乎翻了一番	8
【科技亮点】豪华车市场动力系统电气化进展	10
【科技亮点】特斯拉开始发布全新全自动驾驶测试版10.5	13
【GSP】欧洲销量与生产评论-2021年11月	15
【供应商趋势亮点】黑莓、L-SPARK宣布为加拿大车联网公司开展第三阶段加速器项目	18
【供应商趋势亮点】初创公司Cybellum与HCL Tech合作开发汽车网络安全解决方案	19
【VIP专属文章】想象中的“苹果汽车”	20

【2021年广州车展】小鹏、埃安推出新款电动汽车；日产开始销售e-Power车型

意义：中国汽车工业协会（CAAM）的数据显示，今年外国汽车品牌的市场份额正逐渐被国产品牌夺走。2021年前10个月，国产汽车品牌的总市场份额达到47.8%，比去年同期增长6.6个百分点。这在一定程度上要归功于中国汽车制造商对于芯片短缺作出的迅速反应。此外，中国汽车制造商正通过推出面向电动汽车买家的新品牌，全力进入高端汽车市场。

展望：中国汽车制造商正在加快创新步伐，将新一代电动汽车推向市场。他们向更高车价细分市场进军的努力，将继续增加包括通用汽车、大众和戴姆勒等外国汽车制造商的压力。

2021年广州车展（第19届广州国际汽车展览会）于11月19日在中国广东省广州市开幕。在本文中，我们将概述今年广州车展的亮点，该车展将一直举办至11月28日。从车展前三天发布的公告来看，电动汽车继续是本届车展的重点。小鹏和埃安等中国汽车制造商正在加快创新步伐，将新一代电动汽车推向市场。他们向更高车价细分市场进军的努力，将继续增加戴姆勒、通用汽车、日产和大众等外国汽车制造商的压力。这些外国汽车制造商如今正面临着来自中国本土竞争对手在燃油车和电动汽车市场日益激烈的竞争。

小鹏G9



小鹏G9。

图片由小鹏汽车提供

电动汽车制造商小鹏汽车在今年广州车展上展示了其第四款车型。小鹏汽车将G9运动型多用途车（SUV）称为“智能旗舰SUV”，车辆前大灯内置了两个激光雷达传感器。新增的激光雷达传感器将使小鹏汽车能够在G9中搭载XPilot 4.0高级驾驶辅助系统。该公司表示，XPilot 4.0系统标志着向实现完全自动驾驶迈出了重要一步。G9搭载的XPilot 4.0系统可以根据有关城市街道、高速公路、停车场的高清地图，执行自动驾驶任务。XPilot 4.0搭载于新一代硬件平台，该平台配有两颗英伟达Drive Orin自动驾驶系统级芯片，算力达到508 TOPS，另外还包括800万像素前视双目摄像和覆盖前、后、左、右的290万像素侧视摄像头以及一个高度集成、可扩展的自动驾驶域控制器。公司在一份声明中表示：“基于市场领先的多感知融合平台，硬件的进一步增强将显著提高XPilot的感知能力。”

目前，小鹏汽车尚未公布G9的动力配置和尺寸。G9发布的重点是其软件功能。G9将是国内首个实现千兆以太网通信架构的车型，同时支持多通信协议，允许车辆更快地传输和接收大数据。这大幅度提高了高级驾驶辅助系统、智能座舱和固件的无线（OTA）升级能力。新车型还配备了小鹏汽车的新一代XPower 3.0动力系统，配



备了中国首个800伏高压量产SiC平台，能够在5分钟内将续航里程补充至200公里。小鹏汽车尚未宣布G9具体的交付时间。

埃安LX Plus

广汽集团（GAC）在本次车展上推出了埃安品牌旗下2022款埃安LX Plus，公司表示，这款车的续航里程将达到1,000公里。这款新推出的中型SUV埃安LX Plus搭载了144.4千瓦时（kWh）电池组，这是目前中国市场上电池组容量最大的量产乘用车。车辆电池系统的能量密度估计为205瓦时/千克。该车型的能源消耗估计为每百公里15.8千瓦时。不过，市场对这款新车型的看法存在分歧。一些人认为，像埃安LX Plus这样的超长续航里程电动汽车将加速市场向电动汽车的过渡，而另一些人则认为，续航里程在500-600公里左右的电动汽车应该能够满足大多数消费者的需求。广汽并未宣布1,000公里续航版本埃安LX Plus的定价，但它将是该车型阵容中定价最高的版本。

比亚迪Ocean

比亚迪推出了其“Ocean”销售网络。这家汽车制造商未来基于e平台的电动汽车，包括海豚EA1以及采用其DM-i插电式混动技术的新产品阵容，都将通过Ocean销售网络销售。这个销售网络首款DM-i车型已经在车展上亮相。这是一款尺寸类似于比亚迪秦Plus的紧凑型轿车。该新车型也将采用相同的混动系统，包括一台1.5升发动机与秦Plus DM-i混动系统。

宝马iX

宝马已经公布了iX在国内的售价。宝马这款旗舰电动SUV的定价为人民币84.69万元（约合132,720美元）。在国内可订购的将是配备111.5千瓦时电池组，搭载双驱动电机的全轮驱动版车型。iX的续航里程为630公里。宝马iX的推出将进一步加强宝马在高端电动汽车市场的影响力，不过iX如此高的定价不太可能提高宝马在电动汽车领域的销量。

东风岚图MPV

东风汽车集团推出的电动汽车品牌岚图在2021年广州车展上发布了一款高端多用途汽车（MPV）。这款新型MPV车长5,315毫米，车宽1,980毫米，车高1,810毫米，轴距为3,200毫米。这款车型将提供两种动力系统版本选择，一个是增程式版本，另一个是纯电动版本。东风汽车表示，这款车型将于2022年年中开始销售。这款新型MPV的主要竞争对手将是通用汽车别克GL8、大众威然和广汽GM8。

日产轩逸e-Power

日产汽车日前宣布了轩逸e-Power车型在中国市场的定价。日产在中国将推出三款采用e-Power技术的车型，售价从人民币138,900元（约合21,750美元）到人民币155,900元不等。所有三款车型均标配一台1.2升发动机和



136马力驱动电机。日产表示，由于采用了e-Power技术，轩逸的平均油耗可低至每百公里3.9升。轩逸e-Power车型定于12月开始对外交付。

IHS Markit 观点深度解析

广州车展是中国年度车展的收尾，这一地区性车展让汽车制造商有机会能与消费者就其新车型进行交流。本文中提到的新车型只是在车展上展出的燃油车型和新能源汽车中的一小部分。国产汽车品牌是推动中国电动汽车发展的主要力量，他们将继续通过推出自己的新品牌搅动市场，并寻求在市场上扩大影响力。

中国汽车工业协会（CAAM）的数据显示，今年外国汽车品牌的市场份额正逐渐被国产品牌夺走。2021年前10个月，国产汽车品牌的总市场份额达到47.8%，比去年同期增长6.6个百分点。这在一定程度上要归功于中国汽车制造商对于芯片短缺作出的迅速反应。此外，中国汽车制造商正通过推出面向电动汽车买家的新品牌，全力进入高端汽车市场。作为回应，日产等外国汽车制造商也正将他们的新技术带到中国市场。日产汽车计划在中国多款畅销车型中采用其e-Power技术，这一技术有助于提振其在中国市场的销量。我们目前预计，日产品牌在中国大陆的销量将从2020年的117万辆增加到2023年的125万辆。



更多新闻和分析白皮书和资讯，欢迎扫描左侧二维码浏览

【2021年广州车展】别克发布Smart Pod和GL8旗舰概念车

别克在11月19日开幕的2021年广州车展上展示了两款概念车，分别是Smart Pod和GL8旗舰概念车。Smart Pod是一款具有未来风格的厢式电动汽车（EV），旨在为用户提供“枢纽到枢纽的交通”。根据通用汽车发布的一份声明，这款车是利用通用汽车自动驾驶汽车（AV）技术及其Ultium平台开发。公司表示，Smart Pod虚拟驾驶座舱系统将为车内虚拟辅助提供高度直观的人工智能（AI）体验，并与车内外世界无缝连接。别克GL8旗舰概念车让我们得以从中窥探下一代GL8多用途车（MPV）的设计方向。车头部位采用巨大前格栅，搭配展翼式LED大灯。内饰方面，最显著的变化包括一个以驾驶员为中心的30英寸自由曲面显示屏、方向盘上的集成触摸屏以及一个先进的全宽平视显示屏。前排座位可自由旋转，让乘客在出行过程中畅享无缝通信。

IHS Markit 观点深度解析

这两款由别克打造的全新概念车旨在展示其利用最新电池和自动驾驶技术的能力。我们有理由期待，在这些概念车型上展示的一些功能将在别克量产车型上实现。下一代GL8不太可能采用纯电动动力总成系统。不过，这款车型仍将受益于通用汽车推出的车辆智能平台（VIP）架构，通用汽车表示，该电动架构将能够为其未来的汽车提供更大的带宽和连通性，以支持其Super Cruise驾驶辅助系统和其他人工智能联网功能的推出。



别克GL8旗舰概念车

图片由别克提供



更多新闻和分析白皮书和资讯，欢迎扫描左侧二维码浏览

【主机厂销售亮点】小鹏汽车第三季度收入强劲增长

意义：小鹏汽车公布称，由于市场对其P7电动轿车的需求强劲，2021年公司汽车交付量持续增长。小鹏汽车正努力开拓新的销售网点，并加速布局自有的高速超充网络，这些措施都对提振车型销量带来了帮助。

展望：虽然研发费用增加将给小鹏利润增长带来压力；但从长远来看，P5、G9等新车型的推出将帮助小鹏汽车扩大其客户群体。

中国电动汽车（EV）制造商小鹏汽车日前公布了其第三季度财务数据。公司第三季度实现营收57.199亿元（约合8.877亿美元），同比增长187.4%，季度环比增长52.1%。小鹏汽车第三季度汽车销售收入为54.610亿元，同比增长187.7%，季度环比增长52.3%。

第三季度公司的毛利率为14.4%，而2020年同期和2021年第二季度的毛利率分别为4.6%和11.9%。小鹏汽车第三季度汽车利润率为13.6%，2020年同期及2021年第二季度分别为3.2%和11.0%。公司第三季度净亏损15.948亿元，2020年同期为11.488亿元，2021年第二季度为11.946亿元。截至2021年9月30日，小鹏汽车现金及现金等价物、受限制现金、短期存款、短期投资及长期存款为人民币453.579亿元，相较而言，2020年12月31日为人民币353.421亿元，2021年6月30日为人民币328.712亿元。公司第三季度的研发支出为人民币12.642亿元，较第二季度的8.635亿元增长46.4%。小鹏汽车表示，这一增长主要是由于研发人员增加导致雇员薪酬增加，以及与新车型G9、P5研发及支持未来增长的相关软件技术开发有关的开支增加所致。



第三季度小鹏汽车车辆交付量同比增长199.2%，达到25,666辆，创下新的季度纪录。其中，P7交付量同比增长71.2%，达到19,731辆。据小鹏汽车称，第三季度交付的P7车型中，99%搭载了XPilot 2.5或XPilot 3.0高级驾驶辅助系统（ADAS）。截至9月底，小鹏汽车在中国121座城市上线了439个超级充电站。

IHS Markit 观点深度解析

小鹏汽车公布称，由于市场对其P7电动轿车的需求强劲，2021年公司汽车交付量持续增长。小鹏汽车正努力开拓新的销售网点，并加速布局自有的高速超充网络，这些措施都对提振车型销量带来了帮助。公司目前在全国共运营438座充电站，相比之下6月底这一数字为231座。建设更多充电站有助于小鹏汽车吸引那些无法在家中充电的电动汽车买家。从财务表现来看，小鹏汽车在第三季度仍处于亏损状态；不过，其销售增长已转化为更高的营业收入和更优的汽车利润率。虽然研发费用增加将对其利润增长带来压力；但从长远来看，P5、G9等新车型的推出将帮助小鹏汽车扩大其客户群体，这将为小鹏汽车扩大收入来源、实现盈利奠定基础。

小鹏汽车与其竞争对手的一个主要区别在于，公司有开发专门面向国内客户和国内路况设计的具有竞争力的自动驾驶系统。小鹏汽车研发的自动驾驶辅助系统XPilot在客户中有很高的使用率。公司表示，销售给客户的P7车型中，有99%都安装了XPilot 2.5或XPilot 3.0软件。与XPilot 2.5相比，XPilot 3.0允许车辆执行更复杂的任务，如自动导航辅助驾驶。小鹏汽车于11月19日在广州车展上首发了G9电动运动型多用途车（SUV），这款车将帮助该品牌在高端SUV市场与特斯拉和蔚来汽车等对手展开竞争。更重要的是，XPilot系统的推出将为小鹏汽车带来新的收入来源，主要来自以软件订阅为中心的新服务收入，而不是汽车销售和售后服务。小鹏汽车已于10月开始交付P5电动轿车。该车型搭载的硬件可支持小鹏汽车最新的自动驾驶辅助系统XPilot 3.5的应用。搭载XPilot 3.5的P5将能够在高速公路和城市道路上执行自动驾驶，使小鹏汽车成为国内首家将该技术用于量产车型的电动汽车制造商。



更多销售和网络营销解决方案，欢迎扫描左侧二维码浏览

【主机厂销售亮点】今年1至9月，韩国电动汽车销量几乎翻了一番

韩联社援引韩国汽车技术研究院发布的数据报道称，今年1月至9月，韩国电动汽车（EV）销量同比增长约96%，达到71,006辆。期间，韩国电动汽车的总销量位居世界第7位。在这9个月时间里，中国电动汽车销量最多，达到176万辆，其次是美国销量为272,554辆，德国销量为243,892辆，英国销量为131,832辆，法国销量为114,836辆，挪威销量为84,428辆。同期，韩国电动汽车总销量占该国新车总销量的5.5%，低于中国的9.4%，但要高于美国的2.3%。该报道指出，2021年前9个月，全球电动汽车销量首次超过300万辆，达到301万辆。在此期间，现代汽车集团共销售159,558辆电动汽车，同比增长67%，全球销量排名第五。特斯拉以625,624辆的销量位居榜首，其次是上汽（413,037辆）、大众（287,852辆）和比亚迪（189,751辆）。



IHS Markit 观点深度解析

电动汽车销量飙升表明，由于新车型和优惠政策的推出以及基础设施建设加快，全球对电动汽车的需求日益增长。世界各国政府正准备逐步淘汰汽油和柴油动力汽车，以减少空气污染，并出台激励措施以增加替代动力汽车的推广。韩国政府还计划通过降低颗粒物水平改善空气质量，推动替代动力汽车成为新的经济增长引擎，并降低对进口石油的严重依赖。韩国的目标是，到2030年，替代动力总成汽车占注册车辆总数的30%。我们预



计，未来几年替代动力汽车在韩国的销量将进一步增长，政府相关举措也将有助于提振销量。我们预计，到2025年，韩国替代动力汽车的年产量将从2020年的约48.54万辆增长至约127万辆。在韩国替代动力汽车总产量中，我们预计2025年电动汽车产量将从2020年的14.35万辆增长至超过61.7万辆。



更多销售和网络营销解决方案，欢迎扫描左侧二维码浏览

【科技亮点】豪华车市场动力系统电气化进展

意义：自2017年以来，美国消费者对电动汽车动力系统的需求一直在增长；埃信华迈轻型汽车注册数据说明了这种变化，同时也说明了非豪华品牌电气化增长速度要慢于豪华品牌。

展望：在豪华车市场，消费者正在以更快的速度接受电气化动力系统解决方案。这一结果既表明人们对车辆电气化的兴趣，也体现了将电气化深入到经济型汽车市场所面临的挑战。尽管我们对截至9月的埃信华迈轻型汽车注册数据进行了回顾，发现电动汽车新车型仍在积极增长，特斯拉仍是电动汽车市场份额增加最重要的推动力，并且目前也拥有最多的产能。到2021年，电动汽车的定位仍然是豪华汽车市场。电气化虽然在不断发展，但这些结果表明，就目前而言，它仍然是一个豪华汽车市场的解决方案，而不是主流汽车市场的解决方案。

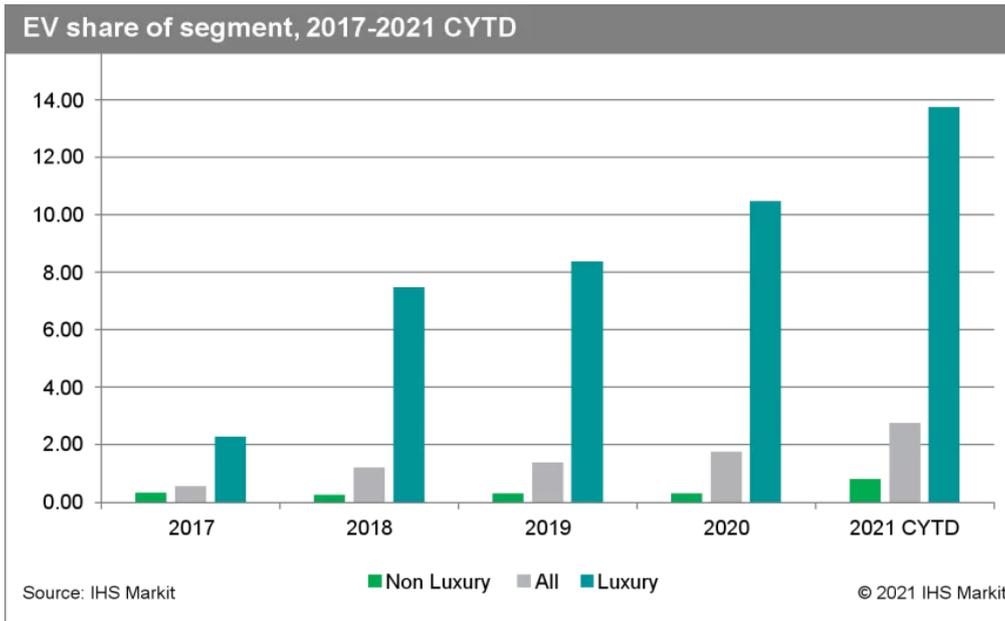


自2017年以来，美国消费者对电动汽车动力系统的需求一直在增长；埃信华迈轻型汽车注册数据说明了这种变化，同时也说明了非豪华品牌电气化增长速度要慢于豪华品牌。考虑到特斯拉的价格及其相对有限的供应，我们将特斯拉视为一个豪华车品牌。本研究基于埃信华迈Catalyst for Insight数据，按照高级车型确定2021年1月至9月30日期间的车辆注册情况。

无论是豪华车还是非豪华车市场，最热门的两个动力系统仍然是非电气化的四缸或六缸内燃机。然而，随着豪华车市场电气化速度加快，搭载传统非电气化四缸和六缸发动机汽车的注册比例从2017年的85%降至2021年9月的66.5%，这在很大程度上要得益于特斯拉，到2021年9月，电动汽车已成为豪华车市场第三大受欢迎的推进解决方案，占到豪华车注册量的13.8%。在非豪华车市场，搭载标准四缸和六缸发动机汽车的注册比例从2017年的81.2%下降到2021年9月的75.2%，电动汽车（EV）解决方案在非豪华车注册量中排名第六，占比为0.8%。

虽然在豪华车市场，电动汽车注册量大幅上升，但混动汽车的注册量也有大幅增长。在豪华车市场，混动汽车的注册量从2017年的1.5%跃升至2021年9月的8.9%。非豪华车市场也出现了大幅增长，从2017年的2.2%升至2021年9月的5.7%。尽管2021年插电式混动汽车（PHEV）的选择更多，但在豪华车市场上，插电式混动汽车的数量也在增加。截至2021年9月，这些车型占豪华车注册量的比例从2017年的1.3%提高至2.3%。虽然市场上对丰田RAV4 Prime和吉普Wrangler 4xe的需求较高，但在非豪华车市场，对插电式混动汽车的需求并没有那么大。尽管自2017年以来，其市场份额几乎翻了一番，但到2021年9月，非豪华插电式混动汽车的注册量仍低于1%。

特斯拉产量增加推动了电动汽车注册量的增长



更高的电动汽车注册量反映出美国消费者对电动汽车的兴趣，但在2021年，特斯拉仍是推动这一变化的主要驱动力。在2020年和2021年，特斯拉对美国电动汽车销量增长的影响不可低估，这家只生产纯电动汽车的制造商在2020年初建造了第二家工厂，并推出了一款十分受欢迎的C级多用途车Model Y。2020年，该公司的全球产量达到51万辆。我们预测，2021年特斯拉的产量将接近90万辆。相比之下，特斯拉2017年仅生产了101,028辆。特斯拉的产量将继续增长，但随着其他品牌产能加大和新车型上线，特斯拉的市场份额将继续下降。由于特斯拉被认为是豪华车品牌，因此在2021年豪华车市场电动汽车销量增长中，特斯拉占据了最大份额。2017年，电动汽车占豪华轻型汽车注册量的2.3%。截至2021年9月，电动汽车占豪华车注册量的比例为13.8%。在品牌层面，从2021年1月至9月，特斯拉占豪华电动汽车注册量的90.5%，低于2017年的95%。到目前为止，除特斯拉外，奥迪电动汽车注册量最多，达到8,177辆，相比之下特斯拉的注册量达到了227,389辆。

相比之下，在非豪华车市场，截至2021年9月，电动汽车注册量仅为83,011辆，在所有可选车型中占比不到1%，仅居第六位。非豪华电动汽车的品牌组合也更加分散。到2021年9月，雪佛兰电动汽车注册量仍位于非豪华电动汽车品牌的首位，福特推出了野马Mach-E电动汽车车型，在注册量方面位居第二，领先于第三名的大众。值得注意的是，日产、现代和起亚此前已经在美国推出了电动汽车，这三个品牌在2021年前9个月分别占据了第三至第六的位置。特别是对日产来说，电动汽车注册量与2017年相比有所减少，当时在排名方面，Leaf仅次于雪佛兰Bolt位居第二。截至2021年9月，在包括豪华车和非豪华车的所有电动汽车注册量中，特斯拉仍占总注册量的68%。

插电式混动汽车：仍然不是主流选择

尽管插电式混动汽车在豪华车和非豪华车市场的注册量都有所增加，但增幅要小于电动汽车或混动汽车。在豪华车市场，2017年有19款车型提供插电式混动版。到2021年，这一数字增加到28款。2021年插电式混动汽车注册量占豪华车注册量的2.3%，而2017年这一比例约为1.3%，随后在2019年降至1%。电动汽车和混动汽车的注册量增长比插电式混动汽车更明显；从理论上讲，插电式混动汽车这一解决方案是从内燃汽车过渡到



电动汽车期间的一个合理选择，不过从较少的市场普及程度来看，这一点似乎并没有得到体现。在非豪华车市场，截至 2021 年 9 月，插电式混动汽车的市场份额为 0.9%，明显少于非电动三缸发动机汽车的注册量，后者截至 2021 年 9 月的市场份额为 3.3%。插电式混动汽车在豪华车市场上的普及率更高，一定程度上是因为高昂的售价可以更好地掩盖其较高的成本，间接原因是欧洲高端汽车品牌更依赖插电式混动汽车来帮助其实现排放合规。林肯是目前唯一推出插电式混动版车型的美国高端汽车品牌，并且同时推出了 Corsair 和 Aviator 两款插电混动版车型。截止到 2021 年 9 月，插电式混动汽车注册量最多的是宝马，其次是沃尔沃。截至 2021 年 9 月，这两个品牌占豪华插电式混动汽车注册量的近 71%。在非豪华品牌中，丰田处于领先地位，截至 2021 年 9 月，其插电式混动汽车注册量占非豪华插电式混动汽车注册量的 47%，吉普 Wrangler 4xe 的注册量占比为 22%。吉普 Wrangler 4xe 的表现也超过了克莱斯勒插电混动版 Pacifica 的 14%。对于吉普来说，这是一个好兆头，因为在 2022 年 Grand Cherokee 也将推出 4xe 版车型。

美国轻型汽车注册量占比（豪华品牌）

	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年当前	与 2017 年相比变化
电动汽车	2.28	7.49	8.37	10.48	13.75	11.47
混动汽车	1.49	1.94	4.82	7.30	8.85	7.36
插电式混动汽车	1.29	1.44	1.12	1.31	2.34	1.05
燃油汽车	94.95	89.13	85.69	80.91	75.06	-19.89

来源：埃信华迈 Catalyst for Insight，截止 2021 年 9 月 30 日

混动汽车仍在增长

在豪华车方面，包括各种发动机排量在内，混动汽车的选择从 2017 年的 16 款增加到 2021 年的 39 款。这使得混动汽车在豪华轻型汽车注册量中的占比从 2017 年的 1.5% 增长至 2021 年 9 月的 8.9%。在豪华车市场混动汽车注册量方面，梅赛德斯-奔驰在阵容中大幅增加了轻度混动电动车型，目前该品牌混动汽车的注册量已经超过了传统领导者雷克萨斯。对于一些欧洲高端汽车品牌而言，到 2021 年，所有动力系统选择都将至少采用 48 伏轻度混动系统。自 2019 年市场份额升至 4.8% 以来，豪华车市场中混动汽车的份额加速增长。对于非豪华品牌，传统混动汽车主要是丰田的地盘，2021 年 1 月到 9 月，丰田混动汽车的注册量占比达到了 62%。随着本田在 2021 年推出了本田 CR-V 混动车型，本田混动汽车的注册量自 2019 年以来翻了一番，不过仍然仅占非豪华混动汽车注册量的 13%。随着越来越多的汽车制造商优先考虑取消生产燃油汽车（尽管还有几十年时间），并将电动汽车作为未来的主要解决方案，继续出资研发新款混动汽车的吸引力已经减弱。

美国轻型汽车注册量占比（非豪华品牌）

	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年当前	与 2017 年相比变化
电动汽车	0.33	0.27	0.30	0.32	0.80	0.47
混动汽车	2.22	2.19	3.01	3.41	5.72	3.50
插电式混动汽车	0.45	0.64	0.44	0.35	0.87	0.42
燃料电池汽车	0.02	0.02	0.01	0.01	0.03	0.01
燃油汽车	96.99	96.88	96.23	95.92	92.58	-4.41

来源：埃信华迈 Catalyst for Insight，截止 2021 年 9 月 30 日

IHS Markit 观点深度解析

在豪华车市场，消费者正在以更快的速度接受电气化动力系统解决方案。这一结果既表明人们对车辆电气化的兴趣，也体现了将电气化深入到经济型汽车市场所面临的挑战。尽管我们对截至 2021 年 9 月的埃信华迈轻型汽车注册数据进行了回顾，发现电动汽车新车型仍在积极增长，特斯拉仍是电动汽车市场份额增加最重要的推动力，并且目前也拥有最多的产能。虽然有迹象表明，消费者对电动汽车的热情正在升温，经济型电动汽车的数量也越来越多，但在 2021 年，电动汽车的定位仍然是豪华汽车市场。电气化虽然在不断发展，但这些结果表明，就目前而言，它仍然是豪华汽车市场的解决方案，而不是主流汽车市场的解决方案。

随着电气化已经成为汽车动力系统的一个重要组成部分，电气化总体上的一些增长当然是由可选择性和可用性推动的。目前，由于电气化技术成本更高，因此它将继续以更快的速度进入豪华车市场，同时也将给非豪华车市场带来一些变化。随着车型选择变得更多，消费者正逐步接受电气化动力系统解决方案。在非豪华车市场，混动汽车的注册量比 2017 年增长了 3.5 个百分点，而电动汽车的注册量仅增长了 0.47 个百分点，插电式混动汽车的注册量变化也类似。在豪华车市场，自 2017 年以来，电动汽车的注册量增长了 11.5 个百分点，混动汽车的注册量增长了 7.4 个百分点，而插电式混动汽车的增长要低得多，只有 1.1 个百分点。正如我们注意到的那样，电动汽车注册量的增加仍然是由于特斯拉供应量增加的结果，就数量而言，2021 年前 9 个月豪华车市场电动汽车注册量（251,250 辆）也远远高于非豪华市场（83,011 辆）。



更多零部件和技术白皮书和资讯，欢迎扫描左侧二维码浏览

【科技亮点】特斯拉开始发布全新全自动驾驶测试版10.5

据 Electrek 11 月 22 日报道，电动汽车制造商特斯拉将推出其全自动驾驶测试版（FSD Beta）10.5。FSD Beta 是特斯拉自动驾驶软件的早期版本，它可以让车辆自动驾驶到导航系统中指定的目的地，但特斯拉坚称，驾驶员必须随时做好接管准备。此次更新的内容包括：提高了自动标签质量，使得易受伤害的道路使用者（VRU）过马路速度误差降低了 20%；使用新的静态世界自动标记器，将静态世界预测提高了 13%；改进了锥体和符号检测；将切入检测网络改进了 5.5%，以减少错误的减速；在阴影模式下启用“紧急避碰机动”；启用变道避免并道；通过在十字路口使用多模态对象预测来改进并道对象检测召回；通过在短期限情况下允许更大的减速限制来改进车道变换；改进横向控制，向前爬行以获得更大的能见度；改进高曲率道路上道路边界的建模；改进逻辑以保持按路线行进，避免不必要的绕路/改道。





IHS Markit 观点深度解析

今年 9 月，特斯拉开始推出其所谓全自动驾驶系统的测试版，供特定车主使用。之前一个月，美国国家公路交通安全管理局（NHTSA）对特斯拉汽车展开了一项调查，主要针对该公司 Autopilot 系统在弱光环境下识别紧急车灯的能力。去年 10 月，由于用户抱怨该软件存在虚假碰撞警告和其他问题，特斯拉在 FSD Beta 10.3 软件更新发布不到一天后就撤回了更新。即便是在特斯拉推出 FSD Beta 计划，承诺提高系统能力并发布更新以解决 NHTSA 所调查的问题之后，特斯拉 Autopilot 和 FSD 驾驶辅助系统仍然面临美国监管机构越来越多的审查。



更多零部件和技术白皮书和资讯，欢迎扫描左侧二维码浏览



【GSP】欧洲销量与生产评论-2021年11月

欧洲销量

2021年10月：-27.9%；现值115.3万辆，前值159.9万辆

2021年年初至今：+4.8%；现值1,390.3万辆，前值1,327.1万辆

10月份，欧洲轻型汽车注册量再次下降。根据我们最新预测，该地区的注册量同比下降27.9%，至115.3万辆。尽管如此，由于2020年上半年新冠肺炎疫情限制措施导致比较基数较低，今年早些时候注册量大幅增长有助今年累计销量继续保持正增长。2021年前10个月，欧洲新车累计注册量约为1,390.3万辆，同比增长4.8%。

我们还与2019年数据进行了比较，显示出与疫情前水平相比，市场较为疲软。与2019年10月相比，上月销量同比下降29.1%，2021年累计销量与2019年同期相比下降19.3%。欧洲汽车市场上月销量下滑一定程度上是由于部分重要市场的销量呈现萎缩，多数市场出现了两位数的百分比跌幅。尽管2020年10月西欧汽车销量已经有所下降，但上月西欧销量仍然继续出现下跌。最近汽车注册量下降，主要是由于半导体短缺影响了生产，导致汽车供应不足。这一短缺问题已持续了很长时间，意味着现有库存已经耗尽，另外有证据表明，到目前为止，第三季度汽车生产受到的影响最大，进一步影响了汽车制造商补充库存的能力。考虑到与消费电子公司的竞争，半导体供应在2022年下半年之前不太可能恢复正常，我们现在预计产量要到2023年上半年开始复苏。

10月份，西欧市场表现类似，所有国家销量均有较大幅度下降，由于半导体持续短缺，对整个地区的汽车销量造成重大影响，因此这是在预料之中的。几乎所有市场均出现了两位数的销量下降，其中英国（下降24.4%）、意大利（下降34.2%）、德国（下降33.9%）、比利时（下降33.4%）、芬兰（下降13.6%）、瑞典（下降28.9%）、法国（下降29.3%）、奥地利（下降41.8%）、葡萄牙（下降20.0%）、丹麦（下降17.3%）。其中有一个市场与其他市场不同，10月份销量出现轻微增长，爱尔兰销量小幅上涨0.2%，希腊紧随其后，下降8.7%。此外，各国实施的购车刺激计划对不同市场的复苏也有着直接影响。2020年西欧汽车销量同比下滑24.5%。2020年第一季度，市场整体表现较为稳定，但随着新冠肺炎疫情爆发，销售趋势明显发生变化，市场进入严重衰退，2020年第二季度销量大幅下降。随着确诊病例数量减少和政府出台的支持措施，第三季度销量有所改善，随后第二波疫情的爆发进一步拖累了销量。从积极方面来看，世界各国政府正努力以可持续的方式应对新冠肺炎大流行。恢复周期在很大程度上将取决于大流行的路径，包括疫苗接种计划的进展情况。西欧所有地区再次面临新冠肺炎感染率居高不下的冬季以及持续的限制措施，这将进一步削弱汽车需求前景。疫情危机加剧了全球汽车行业本已紧张的运营和经济压力，特别是正值汽车制造商和供应商调整战略以应对汽车需求水平“新常态”之际。



一些成员国的新冠肺炎确诊病例发展趋势仍令人担忧。考虑到各种因素，疫情对整个欧元区经济活动的抑制作用已显著减弱。其中包括各国新冠肺炎确诊病例方面的不同趋势。较高的疫苗接种率导致住院率和死亡率相对较低，因此减少了严格的疫情控制措施，从而减少了对风险的厌恶情绪。随着商业模式适应疫情大流行后环境，也改变了新冠疫情限制措施与短期增长动态之间的关系。第二季度增长超过预期，环比增长2.2%，但从今年下半年开始，增速可能会逐步放缓。虽然家庭服务消费反弹在第三季度将再次提振GDP增长，但供应方面持续中断可能会阻碍工业和贸易相关活动。进入到2022年，随着补充消费需求减弱，季度环比增速将显著放缓。考虑到各国在新冠肺炎疫情趋势、相关限制措施、经济结构以及可用政策空间等方面存在差异，欧元区各成员国之间的销售增长将继续存在差异。预计德国等以制造业为导向的经济体将比南欧负债率更高、以服务业为导向的经济体更早恢复到疫情前的GDP水平。然而，前者在短期内也将受到供应链中断带来的全球影响。

欧洲中央银行（ECB）将审视当前较高的通货膨胀率。该行正在放慢资产购买的步伐，但仍将保持高度宽松的立场。其政策的短期演变仍将对任何金融环境收紧风险保持敏感。基本消费物价通胀率的上升速度低于标准利率，鉴于产出缺口和持续低通胀预期，工资上涨引发第二轮通胀效应的风险仍然有限。基准效应和供应方面瓶颈缓解将使通货膨胀率在2022年大幅下降。

GDP增长将在2021年达到5%，但目前已经从峰值增速开始回落。第二季度GDP环比增速反弹，随后被向上修正到2.2%，这一增幅要比最初预期的强劲得多。在疫情大流行期间，私人消费（尤其是服务业消费）的疲软一直是拖累经济活动的主要因素，但随着与疫情相关的限制措施减少、劳动力市场状况改善以及2020年家庭储蓄率飙升的局面结束，私人消费将强劲反弹。由消费引领的反弹将在第三季度继续，季度GDP环比增幅将维持高位，不过鉴于部分行业供应面出现中断，预计增速会较第二季度有所放缓。增长将继续从制造业转向服务业。工业生产和贸易推动了欧元区复苏的初始阶段，受新冠疫情冲击后的反弹要比全球金融危机后的反弹早得多，也强得多。然而，供应链问题目前正抑制工业生产，埃信华迈制造业采购经理人指数（PMI）数据显示，供应商的交货时间极度延长，供应中断现象仍然十分明显。从PMI数据中也可以明显看出，经济增长从制造业向服务业拉动转变，服务业的商业活动飙升至20年来的最高水平。

长期增长前景仍然具有挑战。在第二季度强劲反弹后，欧元区GDP仍比疫情前水平低2.5%，随着疫情相关措施放宽，家庭消费持续反弹，这为未来几个季度增速超过潜在增长率提供了支撑。然而，除了这些短缺影响之外，增长率还将受到结构性因素的制约。人口发展趋势对许多成员国不利，生产率增长则长期呈下降趋势。鉴于债务负担加重，许多成员国还需要进行大规模、历时数年的财政调整。我们估计，欧元区经济长期潜在增长率略高于1%。



与西欧表现相比，中欧的需求略好一些，10月份销量同比下降22.6%，至91,225辆，这意味着今年累计销量数



据仍增长了8.8%。在经历了一年多的大幅下跌后，中欧市场汽车销量从3月开始复苏，第二季度增长强劲，销量表现略高于西欧地区。10月份，几乎所有中欧市场都出现了销量下降，如克罗地亚（下降59.0%）、捷克（下降24.0%）、波兰（下降21.4%）、匈牙利（下降22.2%）、立陶宛（下降27.5%）、斯洛伐克（下降40.7%）和斯洛文尼亚（下降8.8%）。此外，东欧市场再次显示出较欧洲其他两个市场相似的表现。与去年同期相比，本月东欧的需求下降了24.4%。销量疲软的主要原因是土耳其市场销量表现大幅下滑（下降40.1%），这与一年前该国汽车市场强劲复苏导致比较基数较高有关。而且与去年同期相比，俄罗斯汽车市场跌幅高达两位数（下跌19.4%）。

2020年全年，欧洲轻型汽车市场大幅下降20.4%，销量为16,417,367辆，主要原因是2020年春季爆发的新冠肺炎疫情爆发。欧洲汽车市场表现受到了西欧市场（下降23.7%）和中欧市场（下降23.8%）销量下滑的影响。东欧地区则提升了整个欧洲地区的销量水平，2020年全年销量同比增长2.1%。尽管好消息是有效疫苗将于2021年第三季度广泛接种，但我们对2021年第三季度的预期偏向谨慎。新冠肺炎疫情的全球蔓延仍将对短期经济前景产生根本性影响。此外，半导体短缺也将影响短期销售情况的发展。

除了新冠肺炎疫情爆发将在较长时期带来巨大影响外，还存在进一步下行风险。保护主义是一个比较突出的担忧来源。全面贸易战的威胁将推迟一些支出，尤其是投资性支出。新兴市场的动荡是经济增长面临的另一大阻力，也是不确定性的来源之一。意大利的政治形势、对主权债券收益率和息差的潜在影响，以及对其他成员国的传染效应也值得关注。



【供应商趋势亮点】黑莓、L-SPARK宣布为加拿大车联网公司开展第三阶段加速器项目

该加速器项目将帮助企业访问黑莓 IVY，以便利用车载数据开发解决方案



来源: Getty Images

黑莓在11月23日发布的一篇新闻稿中表示，该公司已经与软件即服务加速器企业L-SPARK合作，为加拿大开发车联网解决方案的公司提供第三阶段联合加速器项目。

今年，该加速器项目将为选定的公司访问黑莓智能车辆数据平台——黑莓IVY，以便公司利用车载数据开发解决方案，提升驾驶员和乘客的车内体验。

“在与L-SPARK进行了两次成功合作之后，我们期待借助加拿大初创企业深厚的人才库，为那些与我们在运输行业和车载体验方面有着共同愿景的公司提供帮助。随着我们继续构建一个强大的服务和汽车应用生态系统，以利用黑莓IVY提供的丰富数据洞察，我们迫不及待地想看到创新想法和用例诞生，帮助汽车制造商开启下一代智能网联汽车的巨大潜力。”黑莓IVY产品和生态系统副总裁Peter Virk表示。

IHS Markit 观点深度解析

这是加速器项目继2019年和2020年取得成功之后的第三个阶段。双方合作将帮助中小型科技企业利用黑莓QNX技术实现其业务增长及新产品研发。企业可以在2022年3月7日之前申请，之后黑莓和L-SPARK将选择最多六家公司加入第三阶段的项目。

L-Spark常务董事Leo Lax表示：“想象一下，当我们把加拿大中小企业的想象力与黑莓的强大技术实力和广泛市场覆盖相结合，会带来什么样的可能性。这个加速器项目将把应用广度、创新深度和市场吸引力相结合，这将极具突破性的成果。我期待看到交通运输行业迎来变革性的服务，以及黑莓IVY驱动下带来的全新车载应用体验。”



更多零部件和技术白皮书和资讯，欢迎扫描左侧二维码浏览

【供应商趋势亮点】初创公司Cybellum与HCL Tech合作开发汽车网络安全解决方案

该解决方案将满足 UNECE WP. 29 法规和 ISO/SAE 21434 标准



来源: Getty image/metamorworks

Cybellum在11月16日发布的一篇新闻稿中表示，该公司已经与HCL Technologies达成合作。HCL将部署Cybellum Cyber Digital Twins平台交付模型，为汽车制造商和供应商提供相关服务。该模型将包括风险评估、自动漏洞管理、合规要求和持续监测新兴网络威胁的解决方案。

Cybellum首席执行官Colin Blou表示：“我们很高兴找到HCL这样一个实力强大的合作伙伴，该公司在汽车和运输行业拥有丰富的经验和知识，并具有为领先汽车制造商及其供应商执行大型项目的的能力。Cybellum致力于为开发、生产和维护安全网联车辆的产品安全团队提供帮助。我们很高兴将自己的技术与HCL的战略专业知识相结合，加速Cyber Digital Twins平台在全球范围的推广应用。”

IHS Markit 观点深度解析

Cybellum帮助汽车制造商和供应商识别并补救整个汽车生命周期内的安全风险。其解决方案直接扫描嵌入式软件组件，而无需访问它们的源代码。HCL的网络安全团队将确保该解决方案满足UNECE WP. 29法规和ISO/SAE 21434标准。



更多零部件和技术白皮书和资讯，欢迎扫描左侧二维码浏览

【VIP专属文章】想象中的“苹果汽车”

虽然苹果汽车处于保密，但传闻不断，我们分析了这家科技巨头在打开备受期待的造车新篇章时可能运用的零部件和技术。

虽然苹果尚未证实或否认正在开发代号名为“泰坦计划”（亦称“铬计划”）的汽车，但大量汽车利益相关方和评论人士一直很好奇，所谓的“苹果汽车”可能会带来什么。

由于苹果汽车合资公司的保密性，关于这个项目的生产地点、潜在合作伙伴和预计产量等方面还有很多未知或未被证实的地方。

本报告仅基于对公开来源资料的回顾，以及埃信华迈供应链和技术团队分析师的观点，这些观点最终可能会被事实证明是错误的。

报告内容

1. 概述

- a) 研究纪要
- b) 事件时间表

2. 关键问题

- a) 苹果汽车会投产吗？
- b) 它会是什么样子？
- c) 它将在什么时候上市？
- d) 整车开发还是部分开发？
- e) 苹果的合作伙伴能得到什么？

3. 技术分析

- a) 自动化-应用
- b) 自动化-传感器和感知
- c) 底盘
- d) 连通性-手机应用
- e) 连通性-V2X
- f) 电动化-电池
- g) 电动化-推进系统
- h) 内饰
- i) 照明-外饰
- j) 照明-内饰
- k) 材料及车身结构
- l) 半导体
- m) 软件
- n) 热系统
- o) UI / UX-增强现实-抬头显示
- p) UI / UX-显示屏



想象中的“苹果汽车”

虽然苹果汽车属于保密项目,但传闻仍然不断,我们分析了这家科技巨头在打开备受期待的造车新篇章时可能运用的零部件和技术。

Matteo Fini | 供应链技术和售后市场副总裁
Phil Amsrud | ADAS和半导体高级首席分析师
Jeremie Bouchaud | 半导体和自动化总监
Jeremy Carlson | 自动化高级首席分析师
Tawhid Khan | 汽车软件总监
Sascha Klapper | 内饰和照明高级分析师
Paolo Martino | 材料与车辆动力副总监
Edwin Pope | 材料首席分析师
Brian Rhodes | 车联网和车辆体验副总监
Elisha Thakorlal | 汽车制造商战略经理

本文摘自埃信华迈于2021年10月27日发布的一份研究报告。
ihsmarkit.com/applecar



如需了解更多信息并订阅相关报告, 请发邮件至 AsiaPacificAutomotive@ihsmarkit.com

欢迎您加入 VIP 群, 获取更多完整报告

###



Email

AsiaPacificAutomotive@ihsmarkit.com

Local Automotive Site

中国（中文）：[IHSMarkit.com/China Automotive](http://IHSMarkit.com/China_Automotive)

日本（日本語）：[IHSMarkit.com/Japan Automotive](http://IHSMarkit.com/Japan_Automotive)

韩国（韩国语）：[IHSMarkit.com/Korea Automotive](http://IHSMarkit.com/Korea_Automotive)

Disclaimer

The information contained in this report is confidential. Any unauthorized use, disclosure, reproduction, or dissemination, in full or in part, in any media or by any means, without the prior written permission of IHS Markit Ltd. or any of its affiliates ("IHS Markit") is strictly prohibited. IHS Markit owns all IHS Markit logos and trade names contained in this report that are subject to license. Opinions, statements, estimates, and projections in this report (including other media) are solely those of the individual author(s) at the time of writing and do not necessarily reflect the opinions of IHS Markit. Neither IHS Markit nor the author(s) has any obligation to update this report in the event that any content, opinion, statement, estimate, or projection (collectively, "information") changes or subsequently becomes inaccurate. IHS Markit makes no warranty, expressed or implied, as to the accuracy, completeness, or timeliness of any information in this report, and shall not in any way be liable to any recipient for any inaccuracies or omissions. Without limiting the foregoing, IHS Markit shall have no liability whatsoever to any recipient, whether in contract, in tort (including negligence), under warranty, under statute or otherwise, in respect of any loss or damage suffered by any recipient as a result of or in connection with any information provided, or any course of action determined, by it or any third party, whether or not based on any information provided. The inclusion of a link to an external website by IHS Markit should not be understood to be an endorsement of that website or the site's owners (or their products/services). IHS Markit is not responsible for either the content or output of external websites. Copyright © 2020, IHS Markit®. All rights reserved and all intellectual property rights are retained by IHS Markit.

