

汽车市场每周热点汇编

2023.11.20-11.24



Contents

【预测与分析亮点】10月份，比亚迪、吉利和上汽通用五菱在中国大陆的新能源汽车销量处于领先	3
【预测与分析亮点】10月份，阿根廷轻型汽车销量同比激增近32%	5
【主机厂亮点】2023洛杉矶车展：丰田在展前活动发布了面向美国市场的Crown Signia和Camry车型	8
【主机厂亮点】华为公布智界S7轿车在中国的预售价格	13
【科技和移动性亮点】马恒达与法雷奥合作开发电动动力系统	14
【电动车和能效亮点】浦项制铁将投资5.19亿美元扩大电动汽车零部件业务	15
【供应商亮点】西门子与Arm和AWS合作，将Pave360引入云端用于汽车应用	16
【供应商亮点】英力士苯领与中石化在中国新建的丙烯腈丁二烯苯乙烯共聚物生产工厂正式落成	17
【VIP专属文章】S&P Global Mobility[标普全球汽车]调查探讨消费者对电动汽车的态度【1】	18
【即刻报名】解决方案在线研讨会 全新的供应链动态：汽车动力电池回收的重要性及支持回收的新兴供应链	20



【预测与分析亮点】10月份，比亚迪、吉利和上汽通用五菱在中国大陆的新能源汽车销量处于领先

2023年11月20日

意义：根据中国乘联会（CPCA）发布的数据，10月份中国大陆新能源乘用车的零售销量同比增长37.5%，达到76.7万辆。

展望：在10月份发布的预测中，我们预计今年新能源轻型汽车（包括纯电动汽车、插电式混合动力汽车和增程式电动汽车）在中国大陆的产量将同比增长31%，达到918万辆。



Source: Getty Images

根据中国乘联会（CPCA）发布的数据，10月份中国大陆新能源乘用车的零售销量同比增长37.5%，达到76.7万辆。从月度环比来看，10月份新能源汽车销量环比增长2.7%，今年累计（年初至今；1月至10月）新能源乘用车零售销量达到595.4万辆，同比增长34.2%。得益于私人购车需求的强劲增长，10月份中国大陆乘用车新能源乘用车市场继续以比整体乘用车市场更快的速度扩张，10月份整体乘用车市场同比温和增长10.2%，至203.3万辆。从零售销量的角度来看，10月份新能源汽车在中国大陆乘用车市场的占比为37.8%，高于2022年同期的30.2%。10月份，纯电动汽车（BEV）占中国大陆新能源汽车销量的67%，包括增程式电动汽车（REEV）在内的插电式混合动力汽车（PHEV）的份额达到33%。

在销量位居前列的新能源汽车制造商中，比亚迪10月份的零售销量份额为33.7%，是中国大陆销量最大的新能源汽车制造商。该公司上个月零售销量为258,011辆，同比增长25%。10月份，吉利和上汽通用五菱（SGMW）分别以59,974辆和48,935辆的销量位居第二和第三位。市场份额分别为7.8%和6.4%，远远落后于比亚迪。长安汽车和广汽埃安10月份销量分别为48,332辆和41,331辆，排名第四和第五位。10月份，理想汽车以40,422辆的销量位居新能源汽车销量排行榜第六位，创下了这家造车新势力的月度销售纪录。10月份，长城汽车和特斯拉分别以28,907辆和28,626辆的销量位居第七和第八位。由于特斯拉将在上海生产的逾4.3万辆汽车（包括改款Model 3）销往海外其他市场，导致其国内销量排名大幅下滑。小鹏汽车和零跑汽车分别以20,002辆和18,202辆的销量位居第九和第十位。

总体来看，中国本土汽车品牌在中国大陆新能源汽车市场仍占据主导地位，这主要得益于其在纯电动汽车、插电式混合动力汽车和增程式电动汽车等领域推出了极具竞争力的车型产品。本土品牌对畅销车型的降价促销也有助于使新能源汽车相对于同级别燃油车更具吸引力。



分析观点深度解析

全国乘联会数据显示，10月份新能源汽车销量在中国大陆乘用车市场的占比达到38%，同比上升7.6个百分点。按批发销量计算，10月份新能源汽车在汽车制造商销量中的占比达到36%，与去年同期相比显著提高。新能源汽车能否在乘用车市场占据更高的销售份额，取决于具有价格竞争力的车型以及可靠电动汽车充电基础设施的可用性。随着新能源汽车在乘用车市场的占比超过三分之一，中国大陆汽车市场在向电气化转型的过程中已经进入大规模采用阶段。

在10万元至18万元的售价区间，消费者拥有众多新能源车型可供选择，尽管比亚迪仍凭借其元Plus、秦Plus、海豚和宋Plus等车型在这一细分市场占据主导。凭借埃安Y Plus和埃安S，广汽埃安在这一市场的销量也处于领先。得益于深蓝SL03和S7稳定的销售表现，2023年长安汽车的新能源汽车销量有所上升。在高端汽车市场，消费者的注意力正从德国和日本汽车制造商的燃油车型转移至特斯拉Model Y、比亚迪汉、理想L7、理想L8、问界M7和腾势D9等车型。受腾势D9成功的鼓舞，中国汽车制造商也正在多用途车（MPV）市场推出纯电动车型。11月12日，沃尔沃汽车推出了首款纯电版MPV EM90，这款车专为中国市场研发。高端大型MPV小鹏X9和理想Mega也将于今年晚些时候上市。

在10月份发布的预测中，我们预计今年新能源轻型汽车（包括纯电动汽车、插电式混合动力汽车和增程式电动汽车）在中国大陆的产量将同比增长31%，达到918万辆。随着国内需求和出口的强劲增长，预计到2024年，中国大陆新能源轻型汽车的产量将同比增长28.5%，达到1,180万辆。

作者：Abby Chun Tu Principal Research Analyst



更多轻型汽车预测内容，欢迎扫描左侧二维码浏览及下载



【预测与分析亮点】10月份，阿根廷轻型汽车销量同比激增近32%

2023年11月20日

意义：阿根廷在经历9月份销量同比下降2.1%之后，10月份轻型汽车销量同比增长31.7%，达到40,012辆。年初至今（1月至10月），阿根廷轻型汽车销量同比增长12.9%。

展望：阿根廷轻型汽车销售继续面临全球供应链问题和货币汇率问题等不利因素。此外，该国的经济危机也正影响着汽车行业。汽车制造商受到高通胀率 and 外汇明显短缺的影响。S&P Global Mobility[标普全球汽车]2023年10月预测显示，2023年阿根廷轻型汽车销量将同比增长5.3%，2024年基本持平（同比增长0.04%）。



Source: Getty Images

根据阿根廷汽车经销商协会（ACARA）的数据，在9月份销量同比下降2.1%之后，10月份阿根廷轻型汽车销量同比增长31.7%，达到40,012辆。2022年下半年，阿根廷轻型汽车销量持续增长，并在2023年前10个月的大部分时间里都有所增长。不过，销量仍低于新冠疫情爆发前的水平。

今年迄今为止（1月至10月），阿根廷轻型汽车销量同比增长12.9%，达到374,066辆。10月份，乘用车和轻型卡车的销量均有所改善，而今年前几个月，乘用车销量则出现了下滑。2023年10月，轻型商用车销量同比增长51.6%，乘用车销售同比增长21.6%。乘用车仍占据市场主导地位。10月，乘用车销量占轻型汽车总销量的61.1%，而2022年10月这一数字为66.2%。今年前10个月，乘用车销量同比增长7.7%，轻型商用车销量同比增长22.7%，其中乘用车销量占轻型汽车总销量的62.2%，轻型商用车销量占比为37.8%。2022年全年，乘用车占轻型汽车的市场份额为64.8%，高于2021年的62.8%。总体来看，运动型多用途车（SUV）的销量一直在加速增长。

阿根廷轻型汽车销量，10月和年初至今						
	23年10月	22年10月	同比增长%	2023年年初至今	2022年年初至今	同比增长%
乘用车	24,448	20,110	21.6	232,559	216,028	7.7
轻型商用车	15,564	10,267	51.6	141,507	115,298	22.7
总销量	40,012	30,377	31.7	374,066	331,326	12.9

Source: S&P Global Mobility, ACARA

从细分市场来看，阿根廷轻型汽车市场在SUV市场份额发生变化的同时也显示出一些变化迹象。B级车仍然是销量最大的细分市场，10月份销量同比增长16.8%，在轻型汽车市场的占比为37.7%。10月份，菲亚特Cronos继续保持其整体销量第一的位置，同时在B级车市场上的销量也保持领先。在B级车销量排行榜上紧随菲亚特Cronos的是标致

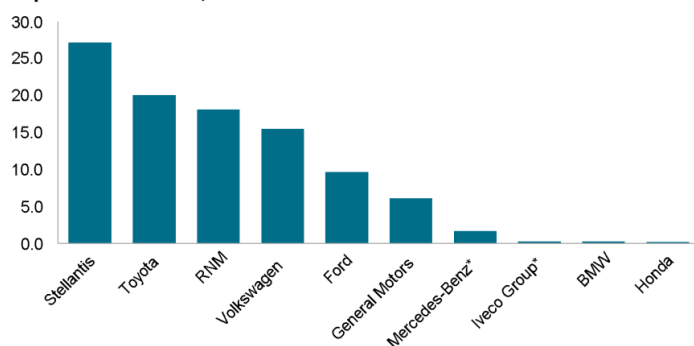


208、丰田Etios和雷诺Sandero。10月份，菲亚特Cronos的销量环比增长39.0%，达到3,965辆。尽管标致208的销量同比增长55.7%，达到2,982辆，但其销量在B级车市场仍位居第二。这也使得Stellantis同时占据了B级车市场销量的前两名以及46%的市场份额。

10月份，C级皮卡市场的销量在阿根廷轻型汽车市场继续排名第二，销量为10,718辆，同比增长71.5%。10月份，C级皮卡市场占到轻型汽车市场份额的26.8%。虽然丰田Hilux过去在C级皮卡市场的销量通常处于领先地位，但最近几个月，该车型的销量已被大众Amarok和福特Ranger超越。10月份，丰田Hilux销量再次落后于Amarok位居第二位，不过在销量排名上领先Ranger。日产Frontier和福特Maverick分别占据第四和第五位。10月份，B级SUV的销量超过C级SUV，销量同比增长60.7%，达到3,970辆。C级SUV的销量同比增长27.4%，至3,447辆。雪佛兰Tracker的销量在B级SUV市场保持领先，10月份销量为1,319辆，而排名第二的吉普Renegade在2022年曾是销量领先的车型，今年10月份销量为785辆。在C级SUV市场，大众Taos在10月份的销量排名中领先，而丰田Corolla Cross则在今年累计销量排名中处于领先。福特Territory在当月和今年累计销量的排名位居这两款车之后。

从所有细分市场来看，标致208和菲亚特Cronos在2023年10月的销量仍然位居前两名，与2022年同期一样。如上所述，该国轻型汽车市场仍然偏向于乘用车。SUV的销售一度有所进展，但受到价格影响进展有所放缓，SUV的市场份额基本保持稳定。在2023年大多数月份里，包括10月份以及今年累计情况来看，B级SUV已经成为SUV市场中销量最大的细分车型，其次是C级SUV。2023年10月，SUV销量同比增长51%，市场份额从2022年10月的17.9%提高至20.5%。今年迄今为止，SUV销量整体增长5.6%，市场份额从2022年同期的19.6%下降至今年的18.3%。

Top Ten OEM share, October 2023



Data compiled Nov. 13, 2023.
Source: S&P Global Mobility.
© 2023 S&P Global.

从母公司销量来看，尽管去年并非每个月都处于领先地位，但Stellantis在2022年全年仍轻松领跑阿根廷轻型汽车市场。而在2023年，Stellantis则在更长时间保持领先地位。10月份，Stellantis以10,874辆的销量排名第一，同比增长43.5%。丰田在10月份以8,045辆的销量位居第二位，同比增长9.2%，今年累计销量也位居第二位。尽管雷诺-日产-三菱联盟在今年某些月份的销量排名位居第二位，但在10月份和年度累计销量方面，这一联盟的销量仍排在第三位，销量同比增长了27.2%。

分析观点深度解析



阿根廷轻型汽车销售继续面临全球供应链问题和货币汇率问题等不利因素。此外，该国的经济危机也正影响着汽车行业。汽车制造商受到高通胀率和外汇明显短缺的影响。尽管阿根廷10月份和今年累计销量与2022年同期相比表现强劲，但整体轻型汽车市场并不强势。据预测，阿根廷轻型汽车市场要到2027年才能恢复到疫情前的全年销量水平。S&P Global Mobility[标普全球汽车]2023年10月预测显示，2023年阿根廷轻型汽车销量将同比增长5.3%，2024年基本持平（同比增长0.04%）。

2023年10月，阿根廷轻型汽车的销量明显高于2019年10月（新冠疫情爆发前），但2019年当时的销量同比下滑了33.7%。2019年，阿根廷轻型汽车销量近44.1万辆，几乎只是2018年轻型汽车销量的一半。尽管我们预测2027年市场销量将超过2019年的水平，但预计在2030年之前将不会恢复至2018年的水平。阿根廷的经济危机对该国汽车行业的运营带来了负面影响。由于阿根廷国内的经济危机，该国汽车行业将继续经历一段困难时期。高通胀率和严重的外汇短缺正在影响当地的汽车制造商。阿根廷的经济曾经是南美的信心所在，但它一直在与不断增长的通货膨胀作斗争，这使得消费者的购买力降低。S&P Global Market Intelligence[标普全球市场情报]已将其2024年GDP预测下调至下降3.5%，原因是私营部门的消费急剧下降。预测阿根廷2024年的通胀率达到160%，部分原因是国内进口商品的价格上涨。Market Intelligence预测，由于极高的通货膨胀，阿根廷2023年GDP将下降2.0%。在2023年剩余时间内，阿根廷的经济活动受到国内挑战的限制——包括财政赤字和外部赤字庞大、通胀居高不下、易受到国际危机影响的货币不稳定以及不断增加的债务。Market Intelligence预计，消费者价格指数将在2023年和2024年分别上涨131%和161%。这导致阿根廷国内的基础产品和服务的价格大幅上涨，如食品、汽油和药品。

今年7月份，阿根廷政府将“PAIS税”（阿根廷包容性和团结税）扩大至汽车行业。这项税的税率为7.5%，适用于进口车辆以及进口零部件。这项税进一步加剧了本地汽车制造商的困境。通常情况下，为制造出口车辆而进口的零部件通常可获豁免。然而，在实际操作中，制造商必须先缴纳税款，然后在出口时再获得退税，这非常不方便。总的来说，满足这些监管要求增加了复杂性，并阻碍了生产活动的进行。因此，由于这些行政程序，汽车制造商向供应商的付款会出现延迟。由于缺乏玻璃零部件，特别是车窗和挡风玻璃，雷诺-日产不得不停止在其在科尔多瓦的工厂生产Frontier和Alaskan皮卡。S&P Global Mobility[标普全球汽车]预计，2023年阿根廷轻型汽车销量将略低于40万辆，2022年销量为379,590辆。我们预计相较于疫情前，市场将会继续疲软。

作者：Stephanie Brinley Principal Analyst



更多轻型汽车预测内容，欢迎扫描左侧二维码浏览及下载



【主机厂亮点】2023洛杉矶车展：丰田在展前活动发布了面向美国市场的Crown Signia和Camry车型

2023年11月21日

意义：丰田对其品牌核心产品凯美瑞轿车进行了大幅改进，推出了第九代2025款凯美瑞。同时，该品牌还在皇冠旗下推出了一款名为Signia的SUV。这两款车型在洛杉矶车展前的展前活动上首次亮相，也将在展会上展出。

展望：尽管多年来轿车在主流市场上逐渐失去人气，但新一代凯美瑞仍然是丰田品牌的核心产品。截至2023年10月，凯美瑞仍然是丰田在美国的第二大畅销车型，仅次于RAV4。轿车市场仍有购车需求，但市场上能满足这一需求的汽车制造商寥寥无几。但由于丰田专注于皇冠品牌，并将其定位为尺寸更大、配置更高的车型，一定程度上削弱了凯美瑞的地位。随着美国轿车需求的持续下滑，这种分化有可能对凯美瑞销量的损害大于对皇冠轿车销量的提振作用。根据S&P Global Mobility[标普全球汽车]2023年10月发布的轻型汽车销量预测，在美国基于TGNA-K平台打造的车辆销量在2023年和2024年预计达到约123万辆。从丰田RAV4到雷克萨斯TX在内的多款车均基于该平台打造。



Source: Toyota

丰田日前推出了2025款第九代凯美瑞轿车，以及皇冠旗下一款名为Signia的运动型多用途车（SUV）。丰田在2023年11月16日于美国加利福尼亚州洛杉矶举行的洛杉矶车展之前的一场场外活动上，首次发布了面向美国市场推出的两款车型，这两款车也将在车展上展出。

尽管市场逐渐转向多用途车型，但凯美瑞轿车仍然是丰田的重要产品，并推出了2025款最新车型。此外，丰田正积极扩大皇冠品牌的车型阵容，推出了一款面向美国和日本市场的跨界SUV。在美国，这款新SUV车型将被命名为皇冠Signia。

皇冠Signia

皇冠Signia SUV基于皇冠轿车打造，将作为2025款车型销售。丰田将在日本推出皇冠系列旗下四款车型。预计在美国市场仅推出皇冠轿车和新款皇冠Signia SUV。皇冠Signia将于2024年年中推出，配备与皇冠轿车相同的2.5升四缸双电机混合动力系统，不过其最大功率为243马力，高于Crown轿车标准版的236马力。皇冠Signia将只提供全轮驱动版本，并且在发布时不会提供皇冠轿车上搭载的2.4升涡轮增压、四缸、340马力混合动力系统。皇冠Signia在2025款车型中将提供两款配置：XLE版和Limited版，以降低新车型的复杂性。皇冠轿车提供XLE、Limited和



Platinum三款配置。与其他丰田混动车型一样，皇冠Signia将具有普通、节能和运动三种驾驶模式。丰田表示，还将为其提供电动驾驶模式，以实现在低速短距离行驶时的纯电动行驶。在定位方面，该车型将取代丰田在美国市场的Venza车型。尽管丰田表示Venza的市场表现令人满意，但这两款车型在产品阵容中的定位过于接近，而皇冠Signia有助于支持丰田在美国市场复兴皇冠品牌。皇冠品牌在日本已拥有55年的历史，它也是丰田公司倾力打造的骄傲。



Source: 2025款丰田皇冠Signia。Stephanie Brinley



Source: 2025款丰田皇冠Signia。Stephanie Brinley

据丰田公司估算，皇冠Signia动力系统的综合燃油经济性为36英里/加仑。该车采用的是丰田电子按需全轮驱动（AWD）系统，意味着后轮驱动由专门的后电机提供动力，在需要时推动后轮行进。在加速时，该系统可将80%的扭矩传输到后轮。在驾驶时，该系统在需要时可从100%前轮驱动转变为20/80前/后轮驱动。该全轮驱动系统类似于RAV4采用的系统，具有一定的越野能力，但针对的更多是冬季道路条件而不是崎岖地形。皇冠Signia的牵引能力并不是特别出色，仅为2,700磅。丰田表示，公司将重点放在车辆的性能上，这主要体现在车辆的宽体车身姿态、可选21英寸车轮和丰田Hammerhead车头设计上。该车采用两排座椅设计，第二排座椅可折叠平放，营造出长6.5英尺的宽敞储物空间，当有乘客时，第二排座椅也可以提供宽敞的乘坐空间。皇冠Signia——这个名字源自“徽章”一词，丰田表示，公司专注于提供“轿车般的舒适性和SUV的多功能性”。后排座椅旨在打造一个休息室，强调提升后排乘客的舒适度；可选装配有可收纳遮阳帘的玻璃全景天窗。皇冠和皇冠Signia均基于TNGA-K平台打造。皇冠Signia上运用的降噪材料包括前侧窗的隔音玻璃、仪表板静音材料以及发动机罩的吸音材料。皇冠Signia继承了皇冠的标配和选配技术、安全和高级驾驶辅助功能。其中包括丰田最新的信息娱乐系统、12.3英寸的中央显示屏、丰田Safety Sense 3.0、交通拥堵辅助、前方交叉交通警示和变道辅助。皇冠Signia与皇冠轿车的前排内饰有很多共同之处，而后部空间则与SUV类似。



Source: 2025款丰田皇冠Signia



Source: 2025款丰田皇冠Signia

凯美瑞

第九代丰田凯美瑞轿车也将作为2025款车型销售。新款凯美瑞预计将于2024年第二季度开始在美国销售，可能会比皇冠Signia早几个月上市。虽然皇冠Signia在日本生产，但丰田将继续在美国生产凯美瑞。丰田表示这将是凯美瑞全新一代车型，对现有车辆和平台进行了大幅改进。新款凯美瑞外观时尚现代。虽然与第八代车型相比，丰田在发布会上并没有强调这款车是其设计革命的一部分，但初看之下，新一代凯美瑞是一款颇具吸引力的现代轿车。最新款凯美瑞在内饰和外饰方面更加简洁，符合当前潮流。该车型配备了全新的动力系统、经过改款的内饰（包括更加舒适的座椅）、升级的技术以及更多的安全设备。在安全和高级驾驶辅助功能方面，凯美瑞与皇冠和皇冠Signia一样，配备了丰田Safety Sense 3.0系统，并可选配交通拥堵辅助、前方交叉警示、变道辅助、全景影像监测以及带自动制动系统的前后泊车辅助。在新技术方面，凯美瑞采用了最新的丰田信息娱乐系统，配备了语音助手，并为高配车型提供了数字钥匙。凯美瑞标配8英寸中控屏幕，并可选配12.3英寸屏幕。两个系统均标配支持无线智能手机投影和无线充电板。



Source: 2025款丰田凯美瑞。Stephanie Brinley



Source: 2025款丰田凯美瑞。Stephanie Brinley

新一代凯美瑞将采用混动系统，放弃了203马力2.5升四缸汽油发动机和301马力3.5升V6汽油发动机等配置，将仅搭载第五代丰田混合动力系统（THS 5），配备225马力2.5升四缸发动机。新一代凯美瑞还可选配丰田电子全轮驱动系统（标配前轮驱动），在全轮驱动系统中配备的后置电机可将马力提高至232马力。虽然新款凯美瑞全轮驱动比老款全轮驱动增加了30马力，但232马力将是2025款凯美瑞的最高输出功率。与皇冠Signia仅提供一个配置，皇冠轿车也没有更低配置相比，凯美瑞则将具有更多的价位以服务更广泛的消费者。凯美瑞将提供LE、SE、XLE和XSE四个不同档次的配置，LE和XLE版本注重舒适性，SE和XSE版本则更注重运动性。新款凯美瑞在最初并不会推出Limited版本。这样做的目的是为了彰显皇冠轿车在丰田品牌内的高端定位，皇冠的车型配置包括XLE版本，另外还推出了Limited和Platinum版本。

丰田新一代凯美瑞SE和XSE拥有更具运动风格的外观，包括空气动力学风管、前鸭翼、后扩散器、外露双管排气口和后唇扰流板。XSE配备了与车身颜色相匹配的前格栅和黑色后备箱装饰条。SE标配18英寸轮毂，XSE则升级至19英寸轮毂。

分析观点深度解析

尽管多年来轿车在主流市场上逐渐失去人气，但新一代凯美瑞仍然是丰田品牌的核心产品。截至2023年10月，凯美瑞仍然是丰田在美国的第二大畅销车型，仅次于RAV4。轿车市场仍有购车需求，但市场上能满足这一需求的汽车制造商寥寥无几。但由于丰田专注于皇冠品牌，并将其定位为尺寸更大、配置更高的车型，一定程度上削弱了凯美瑞的地位。随着美国轿车需求的持续下滑，这种分化有可能对凯美瑞销量的损害大于对皇冠轿车销量的提振作用。根据S&P Global Mobility[标普全球汽车]2023年10月发布的轻型汽车销量预测，在美国基于TGNA-K平台打造的车辆销量在2023年和2024年预计达到约123万辆。从丰田RAV4到雷克萨斯TX在内的多款车均基于该平台打造。

至少十多款车采用同一平台打造，包括共享燃油和混动系统的不同选择，可以提高多个关键领域的规模效益。不过，丰田仍然有十多款丰田和雷克萨斯车型需要支持。凯美瑞在丰田展厅中有着明确的位置，皇冠Signia则将取代短暂的Venza。Venza最初被定位为一款面向“空巢老人”的车型，适合那些寻找比RAV4配置更高的两排座车型的丰田消费者。丰田高管David Christ表示，因为皇冠品牌总体上给人一种更高端的感觉，皇冠Signia在车型阵容中的定位略高于Venza。由于在美国SUV车型比轿车更受欢迎，所以皇冠Signia比皇冠轿车似乎更适合这个市场（可能会有更多销量）；皇冠Signia似乎在尺寸上也比Venza更适合美国市场。皇冠系列车型有可能分散对丰田车型的需求，而不是增加需求。迄今为止，已经在Grand Highlander和Highlander三排座SUV车型上已经发生了这样的情况。总的来说，自从Grand Highlander推出以来，Highlander的销量下降幅度与Grand Highlander的销量增长幅度大致相同。



Grand Highlander应该更有利可图，这对丰田的利润更有好处，但Grand Highlander无助于解决美国对车辆可负担能力日益增长的担忧，从最初几个月的销量来看，尚不清楚它是否会给丰田带来新的买家。

在美国继续推出新款凯美瑞车型基本上是丰田的一项既定决策，但将其配置向皇冠车型靠拢可能会令丰田增加新车型来增加整体销量的概念受到考验。凯美瑞新车型的配置版本比前几年更少的正式原因是为了简化车型阵容，但副作用可能会推动想要更多舒适配置的消费者选择去购买皇冠。目前还不清楚丰田最终是否会因这种车型分化而受益。皇冠Signia和凯美瑞似乎都更适合配备更高马力的动力配置，丰田旗下已存在搭载V6混动系统的皇冠轿车。丰田对这一潜在的马力升级并未发表官方评论。将凯美瑞转型为全混动汽车的确存在一定风险；根据S&P Global Mobility[标普全球汽车]的注册数据，2023年1月至9月，凯美瑞注册的车辆中约83%是标准2.5升四缸发动机车型，只有10%是混动车型。新款混动车型具有更强大的性能，但凯美瑞是一款需要吸引近30万名买家的主力车型。丰田可能会在这一转型过程中取得成功，但这种做法确实存在一定风险。

作者：Stephanie Brinley Principal Analyst



更多未来汽车内容，欢迎扫描左侧二维码浏览及下载



【主机厂亮点】华为公布智界S7轿车在中国的预售价格

2023年11月21日

华于11月9日开启智界S7预售。该车型由华为和中国汽车制造商奇瑞联合推出。根据合作协议，两家公司预计将向市场推出一系列搭载华为最新汽车解决方案的电动汽车。智界S7是一款纯电动轿车，车身长度为4,971毫米。该车型搭载了华为鸿蒙4.0操作系统和全新一代DriveOne动力平台。在预售阶段，新车提供四种配置可选。S7 Pro版本的续航里程为550公里，Max和Max+版本预计将搭载华为ADS 2.0自动驾驶系统，续航里程将达到705公里至800公里。顶配车型S7 Max RS将采用双电机四轮驱动系统。空气悬架将作为Max RS的标配。智界S7将采用华为800V高压快充平台。公司表示，在快充模式下，只需要5分钟就可以增加200公里的续航里程。智界S7将于11月28日在中国正式发售。预售价格从25.8万元（约合35,450美元）至35.8万元不等。



Source: Getty image

分析观点深度解析

华为已经与多家中国汽车制造商达成合作伙伴关系，将其技术应用于他们的最新车型中。例如，阿维塔11采用了华为的鸿蒙操作系统和自动驾驶系统。华为还参与了问界品牌车型的研发。问界旗下车型包括问界M5和问界M7运动型多用途车，通过华为线上和线下展厅进行销售。华为在与奇瑞的合作中也采取了同样的方式。这家科技公司希望通过与汽车制造商的合作以及通过智界S7等产品，使消费者熟悉其汽车技术。智界S7和智界品牌即将推出的新车型虽然由奇瑞制造，但真正吸引消费者进入市场的则是华为这个品牌。

作者: Abby Chun Tu Principal Research Analyst



更多未来汽车内容，欢迎扫描左侧二维码浏览及下载



【科技和移动性亮点】马恒达与法雷奥合作开发电动动力系统

2023年11月22日

据马恒达 (M&M) 发布的一篇新闻稿称, 公司已选择全球移动出行电气化技术领导者法雷奥为其Born electric乘用车平台提供电动动力系统。这笔交易总价值近10亿美元, 法雷奥还将为马恒达的电动多用途汽车提供车载充电器。为了支持马恒达的电气化目标, 法雷奥将在位于印度马哈拉施特拉邦浦那市的马恒达工厂进行电动动力系统的本土化生产。本地生产的组件将包括电机、逆变器、变速箱以及集成了车载充电器 (OBC)、DC-DC转换器和电源分配单元 (PDU) 的三合一组合式双向电力电子设备。两家公司的负责人都对此次合作表示乐观。法雷奥动力系统部门总裁Xavier Dupont强调, 此次合作将使马恒达能够为印度客户提供电压更高、自动化程度更高的电动汽车。另一方面, 马恒达汽车和农业部门总裁兼首席采购官Vinod Sahay介绍了这家汽车制造商的愿景是成为全球电动出行革命的领导者, 在这个过程中, 法雷奥的本土化解决方案将发挥关键作用。



Source: Getty Images

分析观点深度解析

马恒达和法雷奥的合作标志着印度电动汽车发展历程中的重要一步。通过关键零部件的本土化生产以及利用法雷奥先进的电气化技术, 马恒达将对印度电动汽车市场带来重大影响。马恒达是印度的主要汽车制造商之一, 一直在积极推动电动出行的发展。这家汽车制造商计划在国内和国际市场推出5款电动运动型多用途车 (SUV)。这些车型将在两个子品牌下推出: 分别是有着铜质“双峰标志”的标志性品牌XUV和全新纯电动品牌BE。马恒达表示, 其推出一系列全新电动SUV的计划正在稳步推进。公司计划在2024年12月开始生产XUV.e8, 在2025年4月开始生产XUV.e9, 在2025年10月开始生产BE.05和BE Rall-E, 以及在2026年10月生产BE.07。S&P Global Mobility[标普全球汽车]预计, 2023年马恒达电动轻型汽车的产量将达到约1万辆, 2027年将增长到约10.4万辆, 2030年将增长到约14.1万辆。

作者: Jamal Amir Research Analyst



【电动车和能效亮点】浦项制铁将投资5.19亿美元扩大电动汽车零部件业务

2023年11月23日

据《韩国经济日报》报道，韩国钢铁巨头浦项制铁控股公司能源和贸易子公司浦项制铁国际公司计划投资6,800亿韩元（约合51.58亿美元）扩大其电动汽车（EV）零部件业务，旨在利用电动汽车的快速增长。浦项制铁计划在2024年至2035年期间进行这项投资，将其牵引电机铁芯（定子和转子）的全球产量从2025年计划的430万台增加一倍以上，达到1,000万台。公司计划将44%的投资分配到北美，20%的投资分配到欧洲，其余投资将留在韩国。



Source: Getty Images

分析观点深度解析

此次进军电动汽车零部件事业，是浦项制铁进入可持续发展相关业务领域的全球战略的一部分。报道援引该公司的话称，全球牵引电机市场的增长速度预计将快于电动汽车市场，到2035年需求预计将达到1.4亿台，远远超过电动汽车9,000万辆的预期需求，因为功率、尺寸更大的电动汽车需要用到多台电机。报道举例介绍了一些采用多台电机的电动汽车，包括通用汽车830马力的悍马电动汽车（配备三台电机），以及835马力的Rivian R1S运动型多用途车（配备四台电机）。随着全球汽车行业向电动汽车转型，大型一级汽车零部件供应商的重点将从内燃发动机（ICE）和变速箱转向电动汽车电池和电机。浦项制铁表示，计划于2024年初在波兰新建工厂的年产能将从最初的2万台电机铁芯，增长至2035年的约200万台电机铁芯。公司计划将最近在墨西哥新建工厂的电机产量从2025年的140万台增加至2035年的400万台。目前在中国、印度和韩国运营的电机铁芯工厂也在追求类似的产量增长目标。到2030年，浦项制铁的目标是将其在中国的产量提高近一倍，达到100万台。另外，计划将在印度的电机铁芯产量从2025年的7万台提高至2035年的50万台。在韩国，这一数字将在未来十年内从230万台增加至270万台。

作者：Jamal Amir Research Analyst



更多电气化、动力系统和合规内容，欢迎扫描左侧二维码浏览及下载



【供应商亮点】西门子与Arm和AWS合作，将Pave360引入云端用于汽车应用

突破性的Pave360数字孪生解决方案将有助于加速下一代软件定义汽车的创新，实现云端虚拟汽车



Source: Getty/Peera_Sathawirawong

西门子数字工业软件在11月14日发布的一篇新闻稿中宣布，其基于Pave360的汽车数字孪生解决方案现已在亚马逊云服务（AWS）上提供。Pave360通过深化西门子与AWS之间牢固的合作伙伴关系，通过硬件和软件并行开发以及软件定义汽车（SDV）设计阶段的“前移”，助力推动汽车行业的创新。采用并行开发方法，开发人员可以缩短设计周期，加快产品上市时间。此外，西门子还与Arm合作，帮助开发人员通过AWS云服务访问在西门子Pave360数字孪生解决方案上运行的基于Arm的技术。

汽车制造商现在能够通过访问可在AWS上使用的Pave360解决方案，在知识产权（IP）选择和设计周期的早期阶段开发软件并评估基于Arm的关键系统和软件组件，而无需承担传统的本地软件负担。这不仅有助于解决未来的技术和商业挑战，还有助于开发人员通过将硬件和软件开发前移以获得竞争优势，以实现前所未有的模拟速度，从而满足缩短产品上市时间的需求。通过使用AWS技术，开发人员可以体验近乎实时的模拟速度，远远快于传统的本地建模和模拟基础设施。

西门子数字工业软件电子设计自动化全球销售、服务和客户支持部门执行副总裁Mike Ellow表示：“汽车行业正面临来自多个方向的颠覆，但增长和新收入来源潜力最大的是软件定义汽车（SDV）的采用。竞争激烈的软件定义汽车行业面临巨大压力，需要快速响应消费者对新功能的期望，同时还要进一步缩短软件开发周期。这推动了并行硬件和软件协同开发的“前移”以及向整体数字孪生的迈进。在基于Arm的AWS云服务上提供PAVE360有助于提高组织效率，这是当前传统开发方法无法实现的。”

作者：ATI News Team



更多汽车供应链及技术洞见，欢迎扫描左侧二维码浏览及下载



【供应商亮点】英力士苯领与中石化在中国新建的丙烯腈丁二烯苯乙烯共聚物生产工厂正式落成

该生产工厂的建设始于2020年，占地面积26.7公顷，拥有360多名员工和承包商



Source: Getty Images

英力士苯领和中石化共同建造的世界级规模的丙烯腈丁二烯苯乙烯共聚物（ABS）生产工厂日前在中国宁波正式落成，年产能达到60万吨。该工厂采用了英力士苯领先进的Terluran ABS技术，其优越的地理位置可以更好地服务中国市场的客户。根据11月21日发布的一篇公司新闻稿，政府官员及两家公司的高管出席了工厂的落成仪式。

英力士苯领首席执行官Steve Harrington强调，公司致力于布局中国这一全球最大的ABS市场。英力士苯领亚太区总裁Rob Buntinx表示，这一生产工厂拥有出色的区位优势，将能够更快、更高效地响应本地需求。

该生产工厂的建设始于2020年，占地面积26.7公顷，拥有360多名员工和承包商。该工厂将生产高端ABS材料，为汽车、电子、家居、医疗保健、玩具、体育和休闲等多个行业的各种应用增强设计和功能。

中石化英力士苯领高新材料首席执行官方梅珠赞扬了团队积极进取的工作态度，以及当地政府在全球疫情挑战下为项目顺利竣工提供的大力支持。

作者：ATI News Team



更多汽车供应链及技术洞见，欢迎扫描左侧二维码浏览及下载



【VIP专属文章】S&P Global Mobility[标普全球汽车]调查探讨消费者对电动汽车的态度【1】

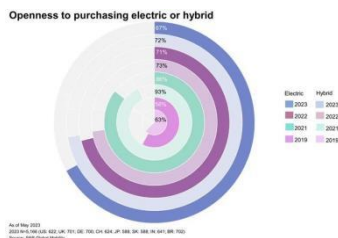
2023年11月23日

意义：S&P Global Mobility[标普全球汽车]在 2023 年 5 月开展的一项调查发现，购车负担能力是全球电动汽车消费者关注的一个关键问题。

展望：S&P Global Mobility[标普全球汽车]最近发布了一份调查报告，指出了全球消费者对电动汽车态度的变化。调查得出的一个关键结论是，在过去两年中，消费者对购买电动汽车的态度已经降温，只有 41%的受访者表示他们会在家里给纯电动汽车或插电式混动汽车充电。

S&P Global Mobility[标普全球汽车]在2023年5月开展的一项调查发现，购车负担能力是全球电动汽车消费者关注的一个关键问题。根据S&P Global Mobility[标普全球汽车]旗下AutoTechInsight集团开展的年度调查，最近发布了以下报告。尽管里程焦虑和充电网络仍然是消费者犹豫的原因，但2023年5月进行的一项全球消费者调查显示，潜在的电动汽车购车者最担心的是对其钱包的影响。这不仅是美国市场的现象；它正在影响全球的消费者，即使在电动汽车市场渗透率很高的地区也是如此。

在全球7,449名受访者中，近一半（48%）的人认为电动汽车价格过高，尽管他们知道大多数电动汽车本身都有价格溢价。S&P Global Mobility[标普全球汽车]高级技术研究分析师Yanina Mills表示：“价格在很大程度上仍是电动汽车普及的最大障碍。”



Source: S&P Global Mobility

在过去两年里，消费者对购买电动汽车的意愿大幅降温。Mills表示，这种消费意愿的起伏表明电动汽车市场仍然是一个不成熟的细分市场。话虽如此，电动汽车续航里程的提高以及可选车型的增加已经使这些原因不再成为消费者避免购买电动汽车的主要理由。

S&P Global Mobility[标普全球汽车]调查发现，尽管有更多的电动汽车可供选择，并且消费者对税收抵免和补贴政策的认识有所提高，但只有不到一半的受访者认为电动汽车技术已经准备好迎接大规模市场普及。只有42%的受访者考虑在下次购买汽车时购买电动汽车，62%的受访者会等到技术更加成熟之后再购买新车。

这些变化是如何发生的



最初，消费者对购买电动汽车的兴趣受到了可供选择的电动汽车车型有限的限制。2019年S&P Global Mobility[标普全球汽车]调查中，只有58%的受访者愿意购买电动汽车，因为当时早期电动汽车市场被豪华车型所主导。当时只有雪佛兰Bolt、日产Leaf和特斯拉Model 3等少数主流车型可供选择。

但是，到了2021年，消费者对电动汽车的接受度大幅上升。购买意愿大幅提高，全球受访者中有86%表示愿意购买电动汽车。多种因素叠加影响下形成了对电动汽车的积极情绪：福特、现代、起亚和大众（VW）等主流汽车制造商纷纷推出新车型；美国拜登政府对电动汽车的推动，以及美国多个州和欧洲出台立法禁止未来生产燃油汽车（ICE），进一步提高了电动汽车的关注度。

尽管在2023年5月受访的7,449名参与者中，67%的受访者表示愿意购买电动汽车，这一比例无疑高于2019年，但与2021年相比下降了19个百分点。这期间发生了什么？过去两年里，消费者拥有了更多可选择的新车型。这些车型涵盖了众多细分市场，从美国的大型电动皮卡，到欧洲和中国推出的众多小型电动汽车。

S&P Global Mobility[标普全球汽车]车联网和车辆体验主管Brian Rhodes表示，首先，在利率上涨和库存短缺的推动下，价格疲劳已经开始显现，而库存短缺的情况最近才有所缓解。

作者：Stephanie Brinley Principal Analyst

欢迎添加客服 (ihsmarkitautomarket)，加入VIP群，获取完整文章



【即刻报名】解决方案在线研讨会 | 全新的供应链动态：汽车动力电池回收的重要性及支持回收的新兴供应链

2023年11月23日



全新的供应链动态：汽车动力电池回收的重要性及支持回收的新兴供应链

日期：2023年12月1日 (星期五)

时间：北京时间下午3点

时长：1小时

语言：中文

演讲亮点

纯电动汽车的大规模普及，引发了对锂、镍和钴等贵金属的需求暴涨，各国也对如何更好的利用这些贵金属高度重视。就像铅酸电池已在全球范围内建立了高效的二次生命供应链一样，围绕锂离子电池及其材料的回收、分解和再利用市场存在规模达数十亿美元的机会。事实上，在许多主要市场，已经制定立法对此提出了更高的要求。那么，我们对新兴的锂离子电池供应链了解多少？它的规模有多大？它将如何构建？如果不由汽车制造商来做的话，谁能最好地满足汽车制造商处理报废电池的需求？在此次S&P Global Mobility供应链与技术系列网络研讨会中，我们将介绍我们全球研究工作的初步成果。分析师将对主要市场趋势进行定性评价和坊间评估。此外，我们将特别邀请外部嘉宾，围绕本主题进行深入读解和分享。

演讲嘉宾

S&P Global Mobility
2023年解决方案网络研讨会系列

全新的供应链动态：汽车动力电池回收的重要性及支持回收的新兴供应链

纯电动汽车的大规模普及及引发了对锂、镍和钴等贵金属的需求暴涨，各国也对如何更好的利用这些贵金属高度重视。就像铅酸电池已在全球范围内建立了高效的二次生命供应链一样，围绕锂离子电池及其材料的回收、分解和再利用市场存在规模达数十亿美元的机会。事实上，在许多主要市场，已经制定立法对此提出了更高的要求。那么，我们对新兴的锂离子电池供应链了解多少？它的规模有多大？它将如何构建？如果不由汽车制造商来做的话，谁能最好地满足汽车制造商处理报废电池的需求？在此次研讨会中，我们将介绍全球研究工作的初步成果。同时，我们将特别邀请外部嘉宾，围绕本主题进行深入读解和分享。

2023年12月1日 (星期五)，北京时间下午3点

	吴彦子 (Eileen Wu) 中国汽车供应链与汽车技术战略、高级分析师 S&P Global Mobility		高威乔 (Justin Gao) 副总经理 浙江华友循环科技有限公司
---	---	---	---

即刻扫码注册
预留席位 >

全年汽车活动日历
即刻查看 >

汽车新闻与社群社群
欢迎投稿 >

问题解答与VIP进群
扫码添加客服 >



吴莲子 (Eileen Wu)

中国汽车供应链与汽车技术预测高级分析师, S&P Global Mobility

吴莲女士现任S&P Global Mobility的中国汽车供应链与汽车技术预测团队的高级分析师, 聚焦电池及电池原材料领域的供应链分析及技术趋势预测。加入标普全球之前, 吴女士拥有5年锂离子电池行业研究经验。吴女士曾服务于国际能源咨询公司伍德麦肯兹, Roskill(后者已被伍德麦肯兹收购)以及电池企业欣旺达, 专注电池、正极材料、前驱体及镍市场的研究。吴女士拥有材料工程硕士学位和材料加工学士学位。

高威乔 (Justin Gao)

副总经理, 浙江华友循环科技有限公司

高威乔先生具有多元文化的成长背景, 1970年出生于台湾, 后在香港长大及美国受教育及工作; 双硕士学历- 1995年毕业于美国理海大学 (Lehigh University) 机械与工业工程。

自2000年开始涉足“锂离子电池Li-ion Cell/Pack”相关产业, 至今耕耘已有20多年之久; 期间在2007-2009年还参与了早期一些新能源汽车三电系统项目的拓展, 如AC Propulsion的动力系统使用于 例如BMW MINI-E、Tesla、Fisker Karma、LUXGEN。

在中国乃至全世界, 高威乔先生算是动力电池回收产业最早期的开拓者; 2013年开始从事动力电池回收利用和技术研究, 参与到制定动力电池回收和梯级利用产业的管理体系、发展规划、行业模式技术路线; 前后分别协助第一批白名单(五家企业其中的两家) 完成0到1的工作。

报名注册

欢迎您预留时间, 扫描以下二维码注册2023年汽车网络研讨会系列, 提前锁定席位!



###



Email

AskMobility@spglobal.com

Local Automotive Site

中国 (中文) : [SPGlobal.com/China Automotive](https://SPGlobal.com/China_Automotive)

日本 (日文) : [SPGlobal.com/Japan Automotive](https://SPGlobal.com/Japan_Automotive)

韩国 (韩文) : [SPGlobal.com/Korea Automotive](https://SPGlobal.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 S&P Global Mobility (formerly IHS Markit Automotive) Ltd. or any of its affiliates ("S&P Global Mobility (formerly IHS Markit Automotive)") is strictly prohibited. S&P Global Mobility (formerly IHS Markit Automotive) owns all S&P Global Mobility (formerly IHS Markit Automotive) 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 S&P Global Mobility (formerly IHS Markit Automotive). Neither S&P Global Mobility (formerly IHS Markit Automotive) 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. S&P Global Mobility (formerly IHS Markit Automotive) 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, S&P Global Mobility (formerly IHS Markit Automotive) 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 S&P Global Mobility (formerly IHS Markit Automotive) should not be understood to be an endorsement of that website or the site's owners (or their products/services). S&P Global Mobility (formerly IHS Markit Automotive) is not responsible for either the content or output of external websites. Copyright © 2020, S&P Global Mobility (formerly IHS Markit Automotive)®. All rights reserved and all intellectual property rights are retained by S&P Global Mobility (formerly IHS Markit Automotive).

S&P Global
Mobility