



IHS Markit®

汽车市场每周热点汇编

2021.02.19





Contents

【主机厂亮点】大众将自行开发自动驾驶汽车技术并希望直接购买芯片以解决芯片短缺问题	3
【主机厂EV亮点】上汽通用五菱小型电动汽车受到中国消费者欢迎；2020年北汽新能源电动汽车销量大幅下滑	5
【销售亮点】2021年1月，美国汽车行业需求强劲	7
【供应商趋势亮点】帝人与Applied EV合作开发面向自动驾驶电动汽车平台的新型结构外壳	11
【GSP】东盟销量与生产评论-2021年1月	12
【VIP专属文章】资料下载！ 埃信华迈特别报告：应对2021年汽车芯片荒	15
【VIP专属文章】网联汽车指数	15
【在线研讨会】思想拓展-2021年消费电子展 (CES) 综述	16

【主机厂亮点】大众将自行开发自动驾驶汽车技术并希望直接购买芯片以解决芯片短缺问题

意义：大众集团旗下高端品牌奥迪负责人 Markus Duesmann 表示，该公司计划自主研发大部分自动驾驶汽车技术，但不排除其他公司合作的可能性，同时也在考虑自主采购半导体。

展望：虽然大众很明智地没有排除与科技公司或其他汽车制造商合作的可能性，但为了保留自己的知识产权和专有技术，大众将寻求自主研发大部分自动驾驶汽车技术。

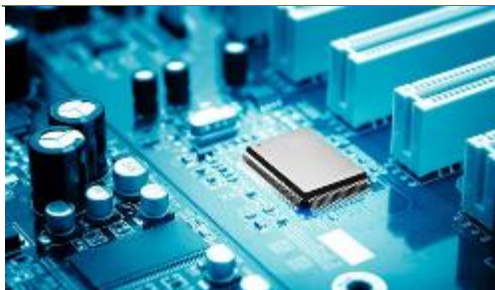
据《欧洲汽车新闻》(ANE) 报道，大众集团计划在内部研发自动驾驶汽车所需的软件。虽然大众并不排除在某些领域与外部公司合作，不过该公司显然希望自行开发大部分软件。大众高端汽车品牌奥迪负责人 Markus Duesman 表示：“未来大部分软件将由我们独立研发生产。”这家汽车制造商将把 Waymo 作为软件开发的对标企业。Duesmann 还表示，作为全球第二大汽车制造商，大众有能力在软件开发方面设定新的标准，并对其他公司的加入持开放态度。Duesmann 补充道：“由于我们的企业规模足够大，因此我们一开始就想与自己合作。”



大众还在寻找其他方法来解决目前汽车芯片和半导体短缺的问题，计划通过直接采购，而不是通过现有供应商采购。路透社援引一位不愿透露姓名的大众高管的话称，“我们正在考虑建立直接的合同关系，”这位高管补充道，“鉴于半导体对当今汽车的重要性，汽车行业将不得不做出反应。”由于半导体供应短缺，全球汽车制造商不得不处理主要的供应链和生产问题。这在很大程度上是由于半导体制造商重新调整生产，并将供应重点转向笔记本电脑等在新冠疫情期间需求实际增长的产品，而非需求下降的汽车领域。由于汽车需求复苏速度快于预期，令汽车制造商和芯片供应商措手不及。大众于 12 月初最先宣布其半导体供应出现问题，随后全球其他制造商在今年年初也纷纷遭遇芯片短缺情况。

IHS Markit 观点深度解析

大众在自主研发自动驾驶软件方面选择了一种不同的方式，因为全球其他汽车制造商都纷纷与领先的科技公司合作以实现规模经济并降低研发成本。大众此前新成立了一个名为 Car.Software 的新部门，该部门拥有 5,000 多名数字化专家，计划打造自有的操作系统，并投资建设自己的云计算中心。该部门的目标是到 2025 年，大众自主研发的软件比例将从目前的 10% 提高至 60%。最近，Car.Software 从海拉公司收购了前置摄像头软件业务，以提升其研发能力、专业知识以及面向未来自动驾驶技术的硬件。



直接采购半导体的想法意味着大众将把博世和大陆等供应商排除在零部件供应链之外。

据报道，大众汽车已经与博世、大陆进行讨论，因这两家公司无法解决当前短缺问题以及供应无法满足大众需求，大众考虑提出索赔要求。大众预计，芯片供应在第一季度仍将吃紧，不过在第二季度将逐步恢复。大众的目标是在今年下半年采取措施弥补此前的生产损失。其中一个可能的解决方案是汽车制造商增加更多的半导体库存。不过这个解决方案与现代化汽车生产线通常采用准时制（JIT）生产相违背，但与其他汽车零部件相比，半导体和芯片的体积相对较小，也不会占用太多库存空间，将有助于解决方案的实施。受疫情影响，大众集团 2020 年轻型汽车产量仅为 867 万辆，2021 年这一数字将增长至 1,002 万辆。我们未来将全面评估大众和其他汽车制造商因半导体短缺而造成的全球生产中断。

【主机厂EV亮点】上汽通用五菱小型电动汽车受到中国消费者欢迎； 2020年北汽新能源电动汽车销量大幅下滑

意义：随着宏光 Mini EV 在电动汽车市场迅速走红，许多汽车制造商（主要是中国自主品牌）纷纷在 A 级市场上推出各自的迷你车型。长城汽车欧拉品牌 R1、上汽荣威品牌科莱威、上汽通用五菱宝骏品牌的 E300，都是最近推出的畅销车型。

展望：2020 年，中国纯电动乘用车的产量同比增长 9.4%，至 99.1 万辆。对迷你车型需求的不断增长一定程度上推动了产量扩张。

通用汽车与上汽集团和五菱汽车在华成立的合资企业上汽通用五菱于近日宣布，截至 1 月 29 日，上汽通用五菱微型电动汽车累计销量超过 30 万辆。与此同时，北汽新能源宣布，2020 年共销售 25,914 辆电动汽车，同比下降 83%。

上汽通用五菱微型电动汽车（上汽通用五菱称为全球小型电动车）的总销量包括了五菱宏光 Mini EV、宝骏 E300、宝骏 E200 和宝骏 E100。2020 年，上汽通用五菱 GSEV 产品线的总销量达到 174,005 辆。虽然上汽通用五菱没有公布具体车型的销售数据。不过根据中国汽车工业协会（CAAM）的数据，五菱宏光 Mini EV 这款小型双门纯电动汽车的销量一直是中国市场 A 级电动汽车领导者，2020 年共销售 127,651 辆。考虑到这款车型去年 7 月才上市销售，平均每月销量超过 2 万辆体现出了该车型在入门级电动汽车市场的受欢迎程度。



与此同时，北汽新能源宣布去年电动汽车销量为 25,914 辆，与 2019 年销量 150,601 辆相比下降 83%。这家汽车制造商预计 2020 年净亏损达 65 亿元人民币（约合 10.1 亿美元），相比之下 2019 年净利润为 9,200 万元人民币。政府电动汽车补贴退坡、车队和公共部门电动汽车需求下滑、新车型研发（R&D）支出增加都是导致该公司财务业绩恶化的原因。2020 年 10 月，北汽 Alpha-T 上市销售，这是其高端电动汽车品牌 Arcfox 推出的首款车型。中国汽车工业协会数据显示，去年 Alpha-T 在华销量仅为 1,605 辆，其中 12 月份销量为 422 辆。

IHS Markit 观点深度解析

随着宏光 Mini EV 在电动汽车市场迅速走红，许多汽车制造商（主要是中国自主品牌）纷纷在 A 级市场上推出各自的车型。长城汽车欧拉品牌 R1、上汽荣威品牌科莱威、上汽通用五菱宝骏品牌的 E300，都是最近推出的畅销车型。对特斯拉 Model 3 和五菱宏光 Mini EV 等新款电动车型需求激增，也反映出电动汽车市场竞争加剧。北汽集团等汽车制造商过去在电动汽车领域处于领先地位，但如今它们的市场份额正被拥有畅销产品的其他制造商所占据。2020 年，中国纯电动乘用车的产量同比增长 9.4%，至 99.1 万辆。对迷你车型需求的不断增长一定程度上推动了产量扩张。



根据埃信华迈 1 月份对中国新能源汽车 (NEV) 市场的预测, 今年纯电动乘用车的产量预计将达到 174 万辆, 随后在 2022 年增加到 235 万辆, 在 2023 年增加到 312 万辆。我们预计到 2023 年, 中国电动汽车市场销量最高的细分市场仍将是 D 级车。宏光 Mini EV 的成功吸引了更多汽车制造商进军 A 级电动汽车市场。不过, 我们预计这一细分市场并不会成为中国电动汽车市场的关键驱动因素, 因为购买这类汽车的消费者往往对价格高度敏感, 并且缺乏品牌忠诚度。预计到 2023 年, D 级中型电动汽车的市场份额将达到 45% 左右, C 级紧凑型电动汽车和 A 级微型电动汽车的市场份额将分别达到 26% 和 13% 左右。随着电动汽车市场的增长, A 级车市场份额预计将进一步缩小, 预计到 2025 年将下降至 10.5%。



【销售亮点】2021年1月，美国汽车行业需求强劲

意义：2021年1月，由于销售日比去年同期少了一天，销量同比下降3.3%。不过1月份季节性调整年化销量预计在1,660万辆至1,680万辆之间，销售速度与新冠肺炎疫情爆发前水平相当。

展望：1月份汽车需求情况为新的一年开了个好头。当月汽车销售速度已经接近于新冠肺炎疫情爆发前的水平（2020年1月为1,690万辆），并且也是自2020年3月以来需求复苏的最佳月度表现。考虑到汽车库存担忧、半导体供应问题、政治动荡、疫情影响下经济发展状况依然“摇摆不定”以及整体车队销量仍较为低迷等潜在不利因素，1月份能取得这个结果实属不易。未来可能会出现一些未预料到的困难，预示着今后月度销售表现可能会有所波动。

季度报告

与通用汽车和菲亚特克莱斯勒一样，奥迪、宝马、戴姆勒、日产、保时捷和大众也开始转为每季度发布美国销售报告。因此这些汽车制造商的月度销量以及月度行业总销量均为预估。此外，在撰写本文时，福特的销售业绩预计将于1月4日公布。

美国轻型汽车销量			
	2021年	2020年	同比变化
一月	1,109,578	1,147,458	-3.3
年初至今	1,109,578	1,147,458	-3.3

来源：汽车制造商报告和业内人士估计

通用汽车（GM） 仍然是美国销量最大的汽车制造商，2021年1月份销量预计同比下降2.8%，降幅略低于行业平均水平。1月份，别克销量同比增长2.1%，至11,946辆。自2020年开始，Encore GX和Encore入门型两款车型在2021年1月的总销量要少于Encore在去年同期的销量，不过由于Envision和Enclave都推出了2022款车型，这两款在今年1月份的销量均有所提高。2021年初，凯迪拉克的销量也有所改善，同比增长2.3%，这主要得益于全新Escalade的上市，销量较2020年1月增长了44.5%。2020年1月，CT5的销量超过CTS，而由于ATS在之前已经停产，因此CT4达到720辆的销量基本上算是增量。1月份，凯迪拉克轿车销量同比增长24.5%，多用途车销量同比下降了1.8%。不过，通用汽车旗下畅销品牌雪佛兰在上月销量同比下降6.0%，其中轿车销量下降4.6%，卡车销量下降6.3%。Corvette销量大幅上升，但Blazer、Equinox和Silverado的销量均出现了两位数的下滑，而TrailBlazer的销量增长被Trax销量下滑所抵消，因此并没有提高整体销量。新款Tahoe的销量同比增长，不过Suburban销量有所下降。GMC是通用汽车在美国的另一个畅销品牌，销量同比增长5.9%。除车型较老的Savana厢式货车和Terrain外，1月份所有车型销量均有所改善。

与2020年1月相比，**丰田汽车北美公司（TMNA）** 2021年1月销量小幅增长0.6%，继续保持其对福特的优势。雷克萨斯品牌销量增长2.1%，丰田品牌销量增长0.4%。由于新款IS上市，雷克萨斯轿车销量同比增长7.6%。多用途车销量喜忧参半，畅销车型RX的销量同比下降0.6%，NX销量上升6.6%。B级UX销量同比下降28%。丰田1月份销量下降的主要原因是轿车表现不佳；与2020年1月相比，丰田轿车销量下降18.2%，卡车销量增长11.8%。Camry和Corolla两款主力车型销量分别下降14.9%和19.7%。RAV4销量在1月份也有所下滑（同比下降7.1%），不过仍然是丰田销量最高的车型。2021年1月，新一代Sienna销量增长74.2%，Venza销量增加3,375辆。4Runner销量也



比 2020 年 1 月增加了 4,044 辆。尽管乘用车销量有所下降，不过丰田表示将专注于为这些细分市场提供服务。Camry 和 Corolla 两款车型合计销量占 2021 年 1 月丰田品牌轿车销量的 86%，占总销量的 26.7%。

1 月份，**福特**销量预计同比下降 8.6%，是主要汽车制造商中降幅最大的。2021 年 1 月，福特品牌销量下降 8.4%，林肯品牌销量下降 12.2%。总体而言，福特一直受益于其强劲的卡车销售表现，包括 Ranger 的推出以及新一代 Explorer 的销量提高，不过 2021 年 1 月福特也受到了 Fusion 轿车停产以及 F 系列销量下滑的影响。2021 年 1 月，凭借 Bronco Sport 上市以及基于相同平台打造的 Escape 销量增加，推动了福特 C 级多用途车的销量。Bronco Sport 销量为 8,050 辆；尽管 Escape 的销量下降了 20%，降至 11,190 辆，但两款车的总体销量仍超过了 2020 年 1 月 Escape 达到的 14,134 辆的销量。福特预计，其零部件共享和谨慎的产品开发策略将确保两款车型实现盈利最大化。Expedition 可能受到通用新款全尺寸多用途车的影响，其 1 月份销量同比下降了 22.8%。2021 年 1 月，林肯销量下降，一定程度上是由于 MKZ 和 Continental 轿车的停产以及 Aviator 销量的下降。2021 年 1 月，林肯多用途车销量同比下降 0.4%，表明该品牌在从轿车向多用途车转型的过程中可能面临挑战。



1 月份，菲亚特克莱斯勒 (FCA) 完成了与标致雪铁龙的合并，并成立了一家全新的汽车集团 **Stellantis**。整体来看，2021 年 1 月，Stellantis 销量与去年基本持平，小幅下降 0.7%。吉普仍是 Stellantis 销量最高的品牌，销量同比下降 4.5%。销量下降主要是由于 Compass 和 Grand Cherokee，随着 2021 年将陆续推出四款新车型，吉普今年的销售前景一片光明。吉普将推出 Wagoneer 和 Grand Wagoneer 两款车型进军新的细分市场，并将推出全新 Grand Cherokee 和三排车型 Grand Cherokee L。Ram 1 月份销量同比增长 16.0%，皮卡车型销量增长 14.9%。克莱斯勒品牌销量同比增长 57%，期间 Pacifica 新推出了 Voyager 改款车型，Dodge Caravan 停产。克莱斯勒 300 的销量也同比增长 2.7%。2021 年 1 月，道奇销量同比下降 34%，其中大部分销量下降是由于 Caravan 停产、Durango 销量下滑以及 Journey 生产中断。2021 年 1 月，Charger 销量同比增长 50%，销量超过 Challenger。阿尔法·罗密欧 2021 年初销量同比增长 3.7%；Stelvio 多用途车销量改善，Giulia 轿车销量则有所下降。2021 年 1 月，菲亚特销量仅为 231 辆；由于其车型阵容仅存 500X，因此将继续维持较低销量水平。

本田美国公司报告其 2021 年 1 月销量同比下降 9.2%。本田品牌销量下降 9.4%，其中轿车销量下降 19.2%，卡车销量下降 2.0%。CR-V 依然是本田最畅销的车型，销量继续与第二名 Civic (同比下降 22.8%) 拉开距离。Accord 销量进一步下滑，同比下降 11.7%。新款 Civic 预计将于 2021 年年中推出，今年车型升级预期可能会加剧销量下滑。此外，本田将停产 Fit，会进一步影响轿车销量。Acura 销量全线下滑，同比下降 7.9%。Acura 最新款 MDX 将于 2021 年 2 月到店。1 月份，MDX 销量同比下降 4.5%。全新 TLX 已于 2020 年 9 月上市，不过在 2021 年 1 月，全系车型销量整体下降 25.8%。

2021 年初，**现代、捷恩斯和起亚**的总销量呈现增长势头；该集团 1 月份销量同比增长 7.9%。现代品牌销量同比增长 1.5%，捷恩斯品牌销量同比增长 101%，主要归功于新款 GV80，这款车型当月销量超过了其他三款轿车的销量总和。

起亚销量同比增长 11.4%，主要得益于 Forte 紧凑型轿车销量的提高。不过，该品牌销量改善最主要的贡献还是来自于 Seltos 微型多用途车。现代汽车轿车销量全面下滑，与去年同期相比下降 14.5%。在多用途车方面，除 Tucson 以外的所有车型销量均有所改善，另外，现代卡车销量也同比增长 12.0%。



日产依然处于困境，2021 年 1 月销量同比下降 11.9%。多年来，日产汽车销量一直依赖于车队销售和促销措施，不过这家汽车制造商战略调整的努力因为新冠肺炎疫情大流行以及持续的管理层变动而有所放缓，尽管 1 月份销量降幅并没有近期那么糟糕。日产品牌销量同比下降 7.7%，其中轿车销量上升 1.4%，轻型卡车销量下降 12.7%。上个月，Versa 和 Sentra 的销量显著改善。日产全新 Rogue 是一款非常具有吸引力的车型，2021 年可能会重现之前的强劲表现。1 月份，这款车型的销量同比增长 3.5%。英菲尼迪 2021 年 1 月销量与 2020 年同期相比下降 43.5%，不过 QX50 的销量逆势增长 22.5%。在新的领导层带领下，英菲尼迪正在全方位重塑其未来发展之路。这一改革进程可能会在短期内导致销售表现不佳。不过，随着产品阵容新增 QX55 以及畅销的 QX60 推出新一代车型，英菲尼迪销量在 2021 年晚些时候将有机会改善。

斯巴鲁总体上销售表现强劲，不过 2021 年初销量与去年同期相比，上涨 0.2%。Legacy、Impreza 和 Ascent 的销量均有所下降，但 Crosstrek 和 Outback 的销量有所提高。得益于 Crosstrek 销量改善，斯巴鲁卡车销量同比增长 5.3%，轿车销量同比下降 6.8%。

大众汽车集团整体销量与去年同期相比下降 1.0%。奥迪销量同比增长 2.6%，主要得益于多用途车销量增长 8.6%。不过其轿车销量同比下降 8.8%。Q5 是奥迪在美国市场最重要的产品，当月销量同比增长 27.4%，至 4,541 辆；其次是 Q3，销量为 2,799 辆。保时捷销量稳定，2021 年 1 月销量仅同比下降 0.7%。Taycan 电动汽车销量继续增长，Panamera 销量同比下降近 75%。保时捷大部分销量来自多用途车型，其中 Macan 销量同比增长 14.4%。尽管新推出了 Atlas Cross Sport，不过 1 月份大众品牌在美销量同比下降 3.2%。2021 年 1 月，大众品牌轿车销量下降 23.9%，卡车销量同比增长 15.3%。2021 年，大众将专注于推出 ID.4 电动汽车（EV），同时还将新推出一款名为 Taos 的微型跨界多用途车，同时 Golf 在美国将缩减为两个版本。



美国各大汽车制造商轻型汽车销量						
集团	2021年1月	2020年1月	同比变化	2021年累计	2020年累计	同比变化
通用汽车*	201,954	180,885	11.6	201,954	180,885	11.6
丰田	167,936	166,973	0.6	167,936	166,973	0.6
福特*	142,577	156,041	-8.6	142,577	156,041	-8.6
Stellantis*	134,942	135,859	-0.7	134,942	135,859	-0.7
本田	92,225	101,625	-9.2	92,225	101,625	-9.2
现代 起亚	91,182	84,498	7.9	91,182	84,498	7.9
日产*	71,081	80,698	-11.9	71,081	80,698	-11.9
斯巴鲁	46,400	46,285	0.2	46,400	46,285	0.2
大众集团*	44,953	45,402	-1.0	44,953	45,402	-1.0

来源：汽车制造商和行业业内人士估计 © 2021 IHS Markit

IHS Markit 观点深度解析

在撰写本文时，季节性调整年化销量预计在 1,660 万辆至 1,680 万辆之间，1 月份汽车需求情况为新的一年开了个好头。当月汽车销售速度已经接近于新冠肺炎疫情爆发前的水平（2020 年 1 月为 1,690 万辆），并且也是自 2020 年 3 月以来需求复苏的最佳月度表现。考虑到汽车库存担忧、半导体供应问题、政治动荡、疫情影响下经济发展状况依然“摇摆不定”以及整体车队销量仍较为低迷等潜在不利因素，1 月份能取得这个结果实属不易。未来可能会出现一些未预料到的困难，预示着今后月度销售表现可能会有所波动。

我们预计，在疫苗接种和经济刺激推动经济持续发展的支持下，2021 年汽车需求水平将继续增长。我们预计 2021 年美国汽车销量将达到 1,614 万辆，比 2020 年预估的 1,459 万辆增长 10.6%。



今年 1 月有 24 个销售日，比去年同期少了一个销售日。以日销量来看，轻型汽车每日销量约为 110 万辆，较去年同期下降 3.3%。尽管季节性调整年化需求水平较高，但由于销量下降，各家汽车制造商的表现喜忧参半。通用汽车 1 月份销量同比实现强劲增长，而日产则继续陷入挣扎。

在近期预测期内，库存管理将继续是一个重要变数。尽管预计今年初北美汽车制造工厂将几乎满负荷生产，但目前半导体短缺可能会延长汽车供应复苏的时间。尽管各家汽车制造商的销售表现喜忧参半，不过在撰写本文时，AutoData 报告的 1 月底库存水平确实反映出年初汽车生产得到了一定推动。与去年 12 月底相比，2021 年 1 月行业库存增加了约 6.54 万辆。截至 1 月底，平均库存供应天数为 59 天，高于 12 月底的 46 天，但仍明显低于一年前的 76 天。

【供应商趋势亮点】帝人与Applied EV合作开发面向自动驾驶电动汽车平台的新型结构外壳

外壳能够大幅降低车辆的重量和制造复杂性



来源: Getty Images/ gorodenkoff

帝人在2月2日发布的一篇新闻稿中宣布，该公司已经为Applied EV的零排放机器人车辆平台Blanc Robot开发了一款全新可量产的一件式结构外壳。帝人表示，外壳作为关键部件，可以使AEV显著降低车辆的重量和制造复杂性，并拥有轻量化、高能效以及出色的结构性能。

帝人移动出行部门总经理Toshiaki Hotaka表示：“我们希望通过与Applied EV的合作，能够基于下一代电动车所需的先进材料和结构设计，为汽车应用提供新的解决方案，从而帮助满足社会的重要需求。我们的目标是成为一家支持未来交通的公司，我们将环境价值作为企业的优先发展领域之一，从而为循环经济和可持续发展做出贡献。”

IHS Markit 观点深度解析

Blanc Robot是由Applied EV设计和制造的一个可编程的自动驾驶电动汽车（EV）平台。它可以与众多自动驾驶系统集成，承载一系列车身，并可用于包括工业、运输和监控应用在内的多种用途。帝人和Applied EV将继续合作，在2022年下半年进一步将帝人的轻量化材料技术用于一系列其他部件，包括用于生产EV的结构部件、玻璃和外部车身面板。

Blanc Robot的外壳（顶盖），是车辆上最大的单一部件，总面积约为4平方米。它由一种轻量化、高强度、高刚性的GF-SMC制成，并采用了帝人集团核心汽车复合材料业务部门——大陆结构塑料公司（CSP）提供的成型技术。CSP表示，该公司的专利产品GF-SMC使Blanc Robot外壳的重量比类似铝制部件减轻20%左右，并大大简化了制造工艺。



【GSP】东盟销量与生产评论-2021年1月

东盟销量

2020年12月：+0.7%；现值 303,600 辆，前值 301,442 辆

2020年年初至今：-27.9%；现值 2,439,444 辆，前值 3,383,241 辆

2020年12月，东南亚国家联盟（ASEAN）地区轻型汽车销量约为30.4万辆，较2019年12月小幅增长0.7%。2020年全年来看，该市场累计销量约为244万辆，同比下降28.0%。我们预计，2021年东盟市场销量将增长15.0%，至280万辆。

2020年12月，泰国轻型汽车销量同比增长17.7%，至10.27万辆左右，环比增长32.6%。12月数据中包含了高端品牌汽车销售数据，目前高端品牌汽车的销售数据仅在每季度最后一个月整理和公布。尽管当地出现了新一波疫情，但在12月初举办的汽车博览会期间，当地的新冠肺炎确诊病例数量有限，因此对汽车销售的负面影响仍然很小。截至撰写此文时，泰国自2020年3月底以来一直处于紧急状态。截至2021年1月17日，该国已有12,054例确诊病例和70例死亡病例。去年12月，由于泰国每日新增新冠肺炎确诊病例不断增加，泰国消费者信心近3个月来首次下降至5个月低点。在全球经济衰退的背景下，新冠肺炎疫情严重打击了泰国两大支柱产业——旅游业和出口业，从而影响了泰国经济的发展。泰国2020年第三季度GDP同比下降6.4%，较上一季度下降12.1%有所改善。预计泰国2020年GDP将同比下降6.14%。随着国内出现新一波疫情以及消费者信心下降，2021年泰国经济将增长3.76%或以下。



2020年1月至12月汽车销量达到77.28万辆，同比下降21.6%。4月至5月期间，由于采取了严格的遏制措施，以及供需突然中断，汽车需求受到巨大冲击。自2020年第二季度末以来，疫情已经得到控制，再加上封锁期间需求增加，6月至12月期间汽车销售势头有所改善，这主要得益于皮卡需求迅速复苏，由于大城市失业人口众多，迫使工人返乡并利用皮卡在当地做小本生意。此外，快速增长的电商业务和上门送货服务也支持了皮卡需求。此前推迟已久的曼谷车展以及汽车博览会分别在7月和12月成功举办，显著提振了汽车的预订和销售数量。2021年第一季度，汽车销售速度可能会有所放缓。除了新冠肺炎确诊病例数量不断增长和消费者信心持续下降外，其他风险包括高风险地区日益严格的限制措施以及第二波下岗潮导致收入进一步下降——特别是承受高昂成本的旅游业，由于国外游客缺乏，导致旅游业收入长时间遭受损失。第一批新冠肺炎疫苗（20万剂）将于2月抵达泰国，另外还有2,600万剂疫苗将于5月抵达。

短期内，尽管新冠肺炎疫情的影响将继续对经济、商业以及消费者行为带来压力，但我们预计，由于2020年比较基数较低，2021年至2023年的销量增长将会加快。由于新一届总理选举、大型公共交通项目完成后的城市扩张，以及对泰国新经济区东部经济走廊（EEC）的大量海外投资，都应支持泰国的汽车销售。城市扩张将继续，特别是与那些因为东盟经济共同体创建后得到自由贸易和劳动机会省份接壤的城市。泰国政府出台的扶持环保汽车和电动



汽车的政策将可能在短期和长期内促进泰国汽车市场的需求。汽车制造商将通过在泰国本土生产混动汽车（HEV）、插电式混动汽车（PHEV）、纯电动汽车（BEV）和电动汽车零部件，来获得机械进口税、原材料进口税减征以及企业所得税减免等优惠政策。从长期来看，我们预测，随着汽车普及水平的提高以及公共交通（尤其是曼谷轻轨）的扩张，汽车行业的增速将有所放缓。此外，我们对于大城市突出的交通拥挤、道路有限问题和越来越多的汽车共享服务（例如在未来威胁私家车出行的优步和 GrabTaxi）也有更多的顾虑。



2020年12月，印度尼西亚汽车销量环比增长6.0%，至5.3万辆左右，这是2020年3月至4月雅加达宣布进入紧急状态后创下的月度销量新高。一定程度上得益于消费者信心的改善。这一销量是自2020年4月以来的最高水平，由于消费者对就业机会和收入有更好的看法，令消费者信心在当前经济状况下有所改善，因此市场对于准时购买耐用品以及未来经济状况较为乐观。2020年11月，印度尼西亚央行年内第五次降息可能会刺激年底前的汽车需求。此外，各家汽车制造商在疫情大流行期间也做了大量努力来刺激年底的汽车消费，比如推出各种具有吸引力的汽车销售和售后计划，包括让客户购车更方便的流动服务计划。由于新冠病毒爆发期间经济表现不佳和失业率上升，居民购买力尚未恢复到疫情前的水平，与去年同期相比，销量同比下降34.0%。我们预计2020年全年印尼汽车市场销量将达到约50万辆，同比下降47.0%。影响市场的主要因素是国内经济表现恶化，包括出口缓慢，游客减少导致的旅游业收入下降以及由于收入和失业导致消费支出减少。随着新冠肺炎确诊病例增加，印尼决定将对雅加达及其附近地区实施大规模社区隔离至6月4日，以遏制病毒传播。因此，我们预计2020年印尼GDP增速将同比下降约2.42%。为了在公众健康安全和经济现实之间取得平衡，雅加达市长自6月5日后允许恢复大多数活动，但需减少50%的人员数量。不过，由于每日新冠肺炎确诊病例数量不断增加，公立医院床位数量减少，雅加达政府决定自9月14日至10月11日重新实施大规模社交限制措施。随着新确诊病例数量趋于稳定，雅加达自10月12日至年底重新放宽了大规模社交限制。考虑到政府为应对疫情影响而出台的刺激计划、在受欢迎细分市场推出的新车型将吸引消费者的兴趣、新冠疫苗接种计划（该国于2021年1月第三周开始大规模接种新冠疫苗，印度尼西亚全民都将免费接种两剂疫苗，以提振消费者信心和刺激经济）以及从2020年开始下调企业所得税以吸引投资和创造更多就业机会，我们预计2021年印度尼西亚轻型汽车销量将达到69万辆，同比增长37.0%。从中短期来看，由于需求强劲、车型升级、企业所得税预期下调以及公共基础设施的改善，印尼的汽车销量将继续上升。长期来看，市场将随着中产阶级的不断增加而进一步成长。考虑到该国汽车普及率仍然很低，未来几年仍有进一步增长的机会。不过，大规模快运系统（MRT）计划可能会导致消费者延缓购买新车的决定，因为MRT可以同时运送许多人通过面临严重交通堵塞问题的商业区。

东盟产量

2020年12月：-8.5%；现值 277,889 辆，前值 303,582 辆

2020年年初至今：-31.5%；现值 2,771,808 辆，前值 4,045,314 辆

累计产量同比下降31.5%，至277万辆，主要是由于新冠肺炎疫情危机对经济的巨大影响。在2021年1月更新的预测中，我们对2021年全年东盟轻型汽车产量略微下调了1.04万辆，至333万辆，同比复苏20.4%。产量下调的主要原因是自2020年12月底以来，包括泰国和马来西亚在内的主要生产市场均遭遇了新一波新冠肺炎疫情以及印度



尼西亚每日新增确诊病例激增，导致市场前景疲软。此外，我们对东盟 2021 年第一季度的产量预测也考虑了全球半导体供应短缺的影响。汽车制造商们已经调整了其生产计划以应对潜在的供应中断风险，同时供应链复苏情况仍将是 2021 年下半年生产预期的一大担忧。

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

【VIP专属文章】资料下载! | 埃信华迈特别报告: 应对2021年汽车芯片荒



作为我们持续研究和分析**芯片短缺**及其对全球汽车行业汽车产量影响的一部分成果, 埃信华迈汽车供应链和技术团队最近对该问题进行了全面分析。

虽然我们通常并不会定期分享这类报告的具体细节, 但考虑到业界对这个问题的广泛关注, 我们很高兴为您的团队提供报告作为背景资料, 以便您继续讨论这个话题。

本报告的重点包括

- 预计 2021 年第一季度全球轻型汽车产量损失为 67.2 万辆; 其中中国受影响最大, 损失近 25 万辆
- 影响将持续至 2021 年第三季度
- 微控制器单元 (MCU) 的交货期长达 26 周或更长
- 目前台积电 (TSMC) 生产全球大约 70% 的车用 MCU, 造成了整个行业的瓶颈
- 为了应对未来几周和几个月的芯片短缺情况, 汽车制造商和半导体供应链之间有必要加强合作

“汽车制造商需求增长以及半导体供应有限导致了当前芯片供应受限的结果, 在这两方面因素取得平衡之前, 这一问题将无法解决。如果是因为自然灾害导致的, 那么供应链就会采取适当的重建计划, 虽然需要几个月或几个季度的时间来重建, 但计划已经实施。现在是一个平衡供需的问题, 微控制器单元 (MCU) 的交货期达到 26 周或以上, 供应链受限情况可能会至少持续至今年第三季度, ”埃信华迈高级驾驶辅助系统、半导体和零部件高级首席分析师 Phil Amsrud 表示。

我们的分析师将随时回答您提出的其他问题, 我们将继续根据形势发展监控供应链的各个方面。

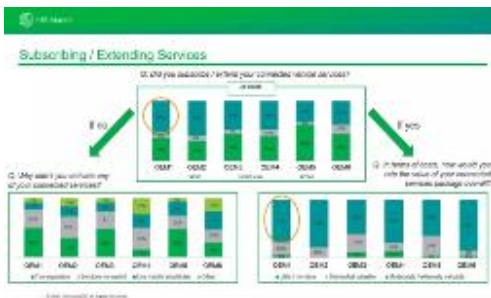
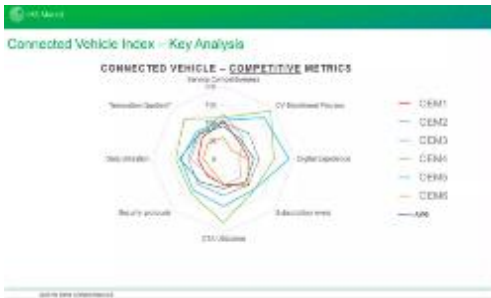
欢迎添加客服 (ihsmarkitautomarket), 加入 VIP 群, 获取完整报告

【VIP专属文章】网联汽车指数

随着物联网和永远在线的生活方式成为全球范围内人们生活的重要组成部分, 连通性服务已经从“有则更好”转变为汽车制造商取得未来成功的战略重点。



智能手机生态系统改变了消费者的预期，这意味着他们已不再满足于汽车制造商仅提供具有市场竞争力的远程信息处理功能，同时还要确保注册和前端应用程序接口等基本业务流程达到汽车领域以外的用户体验标准。埃信华迈建立了一个独特的指数分析方法，帮助汽车制造商定期、主观地衡量其提供的网联服务与业内最佳服务相比的情况。通过调查全球范围内普通和高端汽车制造商的网联服务用户、分析车载和远程数字接口以及定性评价网联服务功能和业务流程实现，我们可以提供一个易于理解的评估报告并附带完整的指数数据库及具体建议，从而帮助我们的客户改进端到端连通性服务以在未来取得成功。



【在线研讨会】思想拓展-2021年消费电子展 (CES) 综述



由于新冠疫情大流行，2021年消费电子展以网络虚拟形式于1月11日至14日举行，众多主要汽车制造商、供应商和初创企业参展。尽管此次消费电子展并没有在拉斯维加斯举办线下活动，但仍有一些重要公告占据了媒体头条，包括汽车行业对5G的关注、全新电气结构、最新显示技术以及下一代电气化等。

汽车制造商发布的公告是今年消费电子展的一大亮点。通用汽车展示了其全新纯电动汽车凯迪拉克 CELESTIQ，这款车将配备全轮驱动系统（AWD）、四轮转向系统以及由四个象限、悬浮粒子智能玻璃制成的全景天幕。Sono Motors 宣布推出新一代太阳能电动原型车 Sion，Groupo Antolin 则展示了其 Virtual Ride Hailing 以及 Virtual Ride Sharing 概念车。梅赛德斯奔驰展示了宽度达 141 厘米的 MBUX Hyperscreen 显示屏，由三个无缝融合的显示屏组成，几乎覆盖了整辆车的仪表盘。MBUX Hyperscreen 将作为 EQS SUV 的一个选装配置推出。



来源：戴姆勒

在供应商方面，亮点包括索尼最新开发的 VISION-S EV 以及松下汽车新发布的一款增强现实平视显示器（AR-HUD），该显示器具有先进的光学系统、3D 成像雷达、4K 分辨率、人工智能导航、眼球追踪技术和实时态势感知。

松下还推出了两款车载无线充电技术以及全无线 Wi-Fi 摄像头，OmniVision 和 Nextchip 则展示了一个面向后视镜摄像头、环视系统和电子后视镜的高质量图像解决方案。StradVision 和 D3 Engineering 合作展示了汽车前置摄像头解决方案。大陆集团、HERE 和 Leia 合作，利用 HERE 3D 技术描绘出的建筑物和地形、大陆集团裸眼 3D 显示技术以及 Leia 的光场技术，提供 3D 导航显示解决方案。



来源：大陆集团

中国大陆初创公司元戎启行科技推出了其第二代一体化传感解决方案 DeepRoute-Engine，该推理引擎可以加速神经网络计算，允许算法在低功耗的计算平台上运行。Mobileye 还宣布与母公司英特尔合作，为自动驾驶汽车开发下一代雷达和激光雷达传感器。

除了在消费电子展上展示纯粹的技术创新外，通用汽车还选择在虚拟会场宣布了一项名为 BrightDrop 的全新业务，将打造一个由电动汽车、软件和服务组成的集成生态系统，面向第一英里到最后一英里提供服务。通过与联邦快递



合作，通用汽车还将推出一款用于短途运输货物的 EP1 电动物流托盘车，以及一款专门用于长途运输货物和服务的 EV600 轻型电动商用车。除了这些车辆技术创新之外，最有趣的是，通用汽车计划推出的全新商业模式及其收入来源，体现出通用汽车充分认识到移动出行的发展未来，以及与传统商业模式相比，通用将如何适应新的生存法则。

当我们把 2020 年的一切混乱抛之脑后，未来将是电力驱动和软件定义的时代。这一转变的速度会有多快还有待观察，不过 2021 年消费电子展已经清楚地表明，数字化变革步伐加快仍将到来。

此次在线研讨会将以英文进行，欢迎大家点击以下链接，注册观看在线研讨会

<https://bit.ly/39Y5Z3z>

欢迎添加客服 (ihsmarkitautomarket) ， 加入 VIP 群， 获取完整报告

###



Email

AsiaPacificAutomotive@ihsmarkit.com

Local Automotive Site

中国（中文）：IHSMarkit.com/China_Automotive

日本（日本語）：IHSMarkit.com/Japan_Automotive

韩国（韩国语）：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.