



# 汽车市场每周热点汇编

2021.04.09





# Contents

【主机厂亮点】大众品牌2020年实现盈利，长期目标将向软件定义产品转型	3
【主机厂亮点】宝马集团将扩大其在韩国的业务	5
【主机厂销售亮点】丰田集团公布2月份全球产量同比增长4.6%	7
【科技和移动性亮点】韩国电信将在板桥测试5G自动驾驶巴士	9
【科技和移动性亮点】上汽集团与海尔合作共同开发智能交通系统	9
【GSP】印度/巴基斯坦销量与生产评论-2021年3月	11
【供应商趋势亮点】威世科技推出了面向电动汽车电池充电站的600V Hyperfast和Ultrafast整流器	13
【供应商趋势亮点】Cinemo与爱奇艺合作在中国大陆推出车载多屏视频点播内容	13
【VIP专属文章】埃信华迈分析与评论   全球汽车行业供应链挑战综合影响 - 2021.03.31	15
【VIP专属文章】演讲报告下载   Getting beyond COVID-19...eventually	17
【VIP专属文章】资料下载!   欧盟乘用车制造商二氧化碳排放合规情况	18

## 【主机厂亮点】大众品牌2020年实现盈利，长期目标将向软件定义产品转型

**意义：**大众品牌本周举行了年度新闻发布会，公布了 2020 年业绩表现，并介绍了其在数字化方面以及在向软件定义产品转型过程中所做的努力。

**展望：**大众品牌的新闻发布会与此前大众集团在活动上有关未来计划行动的讨论相呼应，描述了该计划对品牌的具体意义，并介绍了品牌对 2021 年的展望。大众品牌在 2020 年取得了相对较好的业绩，并且也设定了较为合理的 2021 年目标。

大众品牌本周举行了年度新闻发布会，公布了 2020 年业绩表现，并介绍了其在数字化方面以及在向软件定义产品转型过程中所做的努力。

2020 年，大众汽车的销售收入从 2019 年的 884 亿欧元降至 711 亿欧元（约合 845 亿美元）。大众品牌首席财务官 Alexander Seitz 从财务角度概述了该品牌在 2020 年的业绩表现，并对 2021 年目标提出了展望。与几乎所有其他汽车制造商一样，去年新冠肺炎疫情大流行也给大众汽车品牌带来的重大影响，产销量均有所下降。Seitz 表示，2020 年，大众汽车品牌销量约为 280 万辆，同比下降 23%。不过，大众品牌在大多数地区的市场份额较为稳定。此外，品牌收入下降一定程度上由于车型组合和价格相关因素而有所缓和，同比下降 20%。2020 年，大众品牌依然实现了盈利，虽然营业利润仅为 4.53 亿欧元。与大多数其他汽车制造商一样，大众品牌 2020 年第二季度表现最糟，第三季度和第四季度业绩改善情况要好于 2020 年 3 月预测。去年第二季度，大众品牌亏损近 20 亿欧元。不过在随后，该品牌采取了激进的成本控制措施，并将重点放在与工厂管理和库存控制相关的成本和措施上。去年第三季度，大众品牌的财务业绩保持稳定，到第四季度，在市场复苏和公司内部措施的共同作用下，大众汽车实现营业利润为 14 亿欧元。

2019 年，大众品牌营业利润为 38 亿欧元，2020 年，不计特殊项目的营业利润降至 4.53 亿欧元。2019 年至 2020 年期间，营业利润减少了 33 亿欧元，其中包括销量下降带来的 45 亿欧元的消极影响——大众 2020 年汽车销量比 2019 年减少了 84 万辆——以及汇率带来的消极影响，不过车辆销售价格提高一定程度上抵消了这些消极影响。与排放合规相关的产品成本达到 4 亿欧元。此外，固定成本削减使营业利润增加 17 亿欧元，其中包括将 Car.Software 部门从大众品牌剥离并入大众集团带来的一次性固定成本减少 6 亿欧元。大众还公布了与巴西大众汽车相关的 1 亿欧元重组成本。Seitze 表示，重组意味着 2021 年巴西大众汽车有望在该地区实现收支平衡。



2020 年，大众品牌通过冻结人员编制、推迟或取消一些投资项目、推行零基预算和优化营销支出，将固定成本削减了约 10 亿欧元。不过，大众的研发支出仍处于 3%至 4%的战略目标区间内。2020 年，大众品牌研发（R&D）



总成本为 27 亿欧元，占销售收入的 3.9%。Car.Software 部门转移至大众集团将向母公司重新分配约 6 亿欧元的研发费用；随着大众集团在集团所有品牌中部署 Car.Software 的车载软件，这有助于在软件开发方面实现协同效应，并为大众集团提供了一个共有的主干系统。尽管新冠疫情大流行，大众品牌的资本支出依然十分强劲。大众汽车原定的战略目标是资本支出占其销售收入的 4%至 5%；最终在 2020 年，资本支出占销售收入的 4.8%，该品牌 2020 年投资为 34 亿欧元，比 2019 年减少 8 亿欧元。此外，大众品牌也取消或推迟了关键业务方面的投资，以支持推动大众向软件驱动服务和电动汽车方面的转型。去年年底，该品牌的营运现金流达到盈亏平衡点，下半年现金流为 38 亿欧元，弥补了上半年的损失。

大众品牌仍将继续在 2023 年实现 6%的利润率目标，Seitze 指出有四个关键措施来支持实现这一目标。大众计划到 2023 年将其固定成本减少 5%，并表示其在 2020 年采取的措施显示出大众有希望实现这一目标。此外，大众还计划在 2023 年前每年将工厂生产率提高 5%，将材料成本降低 7%。近年来，大众汽车在美国和南美市场一直处于亏损状态，虽然大众汽车预计 2021 年美国和南美市场将实现盈亏平衡，不过 Seitze 表示，要实现公司的目标还需要所有地区净收入为正，而不仅仅是实现盈亏平衡。此外，大众希望借助 MQB 和 MEB 平台的规模经济效益来提高盈利能力；大众集团销量中有 80%的新车基于这两个平台打造，将带来巨大的规模效益。大众还预计，新的互联技术将为其开辟新的收入来源，同时 Trinity 项目预计将降低车辆生产的复杂性。

### 软件定义的产品和新的收入来源

大众品牌首席执行官 Ralf Brandstatter 表示，2020 年是该品牌电动汽车攻势的突破之年，ID.3 已经取得了初步成功。新款 Golf 采用了全新的电气架构，同时 ID 系列的 E3 软件架构也已准备好进行无线更新，并“将车辆数字化提升至一个新的水平”。Brandstatter 表示，2020 年大众共交付了 21.2 万辆电动汽车，其中包括 13.4 万辆纯电动汽车，这一数字是前一年的 3 倍。也许有点乐观的是，Brandstatter 表示，这一结果意味着“电动汽车出现现在已经成为常态。”Brandstatter 预计，2021 年大众品牌电动汽车的销量将达到约 45 万辆。

Brandstatter 表示，随着大众汽车进一步发展，推动车辆未来发展的三大力量是软件定义产品、新的商业模式以及自动驾驶。他说道，“只有这三方面都能兼顾发展的企业在未来才有机会。大众汽车的目标是成为电动出行新世界的领导者。”尽管大众在 3 月初发布其 Accelerate 计划时已经公布了未来的发展目标，不过 Brandstatter 在此次年度新闻发布会上进一步介绍了大众品牌未来发展模式的转变。他表示，未来大众的研发将以“数字用户”为中心专注于功能和系统，而不是零部件方面。



随着 Accelerate 计划建立全新的数据驱动商业模式，大众希望通过汽车使用寿命期间的高利润服务来产生额外收入，目标是在 2025 年实现数亿的收入，并在 2030 年通过新增服务进一步提升收入，从而创造一个全新的、可盈利的收入来源。这个商业模式的核心是，无线升级使该公司可以通过软件更新启动或关闭某些车辆功能。



例如，客户无需在车辆交付时订购具有某些功能的车型，而可以在购车后订购加热座椅功能，或者可以在某趟行程前订购导航服务，并可在回程时停止该服务。

随着大众继续探索基于软件的全新盈利模式的潜力，2021年下半年，该品牌将在德国六个城市推出 ID.3 试点项目。大众品牌可通过该试点项目评估客户的反应和偏好，包括订阅模式、按里程计费以及额外的按需功能和特点，如对导航服务收取统一价格，以便客户在需要时订购。约有 1,000 名客户将参与大众品牌的这一试点项目。此外，大众在线上销售方面也变得更加活跃，2021 年德国将成为大众首个提供线上销售的国家。不过，Brandstatter 表示，经销商仍将是其整个销售过程的一个环节。大众汽车于 2020 年第三季度开始试用其数字营销平台。到 2021 年年中，部分市场包括贷款购车在内的 ID 系列车型的整个购买过程都可在线上完成。

## IHS Markit 观点深度解析

大众品牌的新闻发布会与此前大众集团在活动上有关未来计划行动的讨论相呼应，描述了该计划对品牌的具体意义，并介绍了品牌对 2021 年的展望。大众品牌在 2020 年取得了相对较好的业绩，并且也设定了较为合理的 2021 年目标。虽然大众正在为向软件服务提供商转型做准备，并评估客户的反应，但该公司需要继续确保其传统汽车销售，因为汽车销售收入对于支持技术研发是必要的。虽然大众集团在早些时候的新闻发布会上谈到了对于自动驾驶等技术的整体定位，不过大众品牌在此次发布会上提供了近期计划的更多细节，将努力巩固公司在长达数年的转型时期的市场定位，最终成为“最具吸引力的可持续出行品牌”。

大众品牌还在此次发布会上提到了对 2021 年的业绩展望，并介绍了部分业绩指标。该公司表示，其 2021 年的销售收入有望比 2020 年水平大幅增长。该品牌表示，2021 年目标实现 3%至 4%的营业销售回报率，4%至 5%的资本支出比率，以及 3%至 4%的研发比率。不过，大众预计其未来的营业销售回报率将增长至 6%，随后在 2025 年将超过 6%。该公司表示，在这段时间内，资本支出比率和研发比率目标将保持在与 2021 年相同水平。到 2023 年，大众拥有的自由现金流预计将在 10 亿至 20 亿欧元之间，到 2025 年将稳定保持在 20 亿欧元以上。大众还提到了影响其业绩的两个关键风险。首先，Seitze 指出，其主要销售市场新冠疫情防控措施取得成功将“具有至关重要的意义”。其次，他指出，半导体短缺可能会对 2021 年业绩带来影响。

## 【主机厂亮点】宝马集团将扩大其在韩国的业务

据《韩国先驱报》报道，宝马集团计划今年在韩国推出 10 款新车，其中包括电动汽车（EV）和新款 Mini 车型。这家汽车制造商还将扩大其在韩国的设施，增设新的服务中心和展厅，并扩大现有的配送中心以提高客户满意度。宝马在今年 2 月，首批推出了第二代宝马 4 系车型。2021 年第二季度，宝马还将推出其高性能运动车型——M3 Competition 和 M4 Competition Coupé。另外，还将推出 1 系产品中的高性能版车型 M135i。包括旗舰级电动汽车宝马 iX 和 iX3 在内的一系列新款电动汽车也计划于 2021 年第四季度发布。此外，宝马还将在第四季度推出新款 2 系 Coupé。在 Mini 品牌方面，宝马韩国将在今年第三季度推出 Mini 三门版、Mini 五门版和改款 Mini Convertible。这家德国汽车制造商今年也将在韩国推出限量版汽车，并进一步增加在韩国的投资。今年早些时候，该公司宣布到 2023 年将投资 600 亿韩元（约合 5,310 万美元），以扩大其在平泽市的配送中心，存放规模可从目前的 1.1 万辆汽车增加至 1.8 万辆。该扩建将有效提升其出厂预检能力，从目前的 7.8 万辆增加



至约 12 万辆。宝马韩国今年也将为宝马品牌在韩国增设 9 个新的服务中心和 3 个展厅。届时，宝马将在韩国拥有 77 个服务中心和 60 个展厅。此次业务扩张预计将创造 500 个新工作岗位。



## IHS Markit 观点深度解析

通过在韩国推出新车型并投资，宝马集团旨在进一步巩固其在韩国的市场地位，目前韩国对海外高端汽车的需求正日益增长。宝马集团面临着来自梅赛德斯-奔驰和大众集团等主要竞争对手的激烈竞争。宝马目前是韩国国内第二受欢迎的进口汽车品牌。根据韩国汽车进口商和分销商协会（KAIDA）发布的数据，2020 年宝马品牌在韩国的销量同比增长 32.1%，达到 58,393 辆。我们预计，2021 年宝马品牌在韩国的销量将同比增长 6.2%，达到约 6.2 万辆。

## 【主机厂销售亮点】丰田集团公布2月份全球产量同比增长4.6%

**意义：**海外产量增长主要是由于去年比较基数较低，国内产量则受到了 2 月初福岛县沿海地区地震的影响。此次地震导致丰田多家工厂在 2 月份暂停生产。

**展望：**根据我们的最新产量预测，2021 年丰田集团（包括日野、大发、丰田和雷克萨斯等品牌）的轻型汽车产量预计将达到 1,033.4 万辆左右。丰田日本工厂 2021 年轻型汽车总产量预计将达到 405.4 万辆左右。

丰田集团日前公布了其 2 月份全球产量数据，2 月份总产量同比增长 4.6%，至 797,571 辆。这一数字包括了其子公司大发和日野的产量。根据丰田集团在官网上发布的数据，上个月丰田品牌全球产量同比增长 6.8%，至 668,001 辆，大发产量同比下降 4.9%，至 117,461 辆，日野产量同比下降 10.2%，至 12,109 辆。从地区来看，2 月份丰田集团国内市场产量同比下降 6.0%，至 339,628，海外市场产量也同比增长 14.0%，至 457,943 辆。2 月份，丰田品牌在国内的产量同比下降 7.5%，至 244,048 辆，大发产量同比下降 1.2%，至 85,678 辆，日野产量同比下降 6.7%，至 9,902 辆。在海外市场，2 月份丰田品牌产量同比增长 17.1%，至 423,953 辆，大发产量同比下降 13.7%，至 31,783 辆，日野产量同比下降 23.1%，至 2,207 辆。

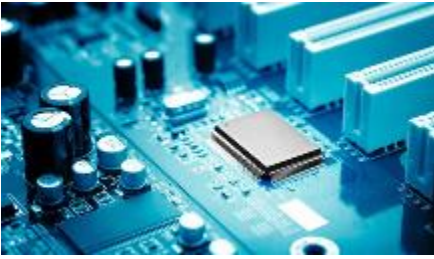


从今年累计来看，丰田集团全球产量同比增长 3.2%，至 166.1 万辆。丰田品牌产量同比增长 5.3%，至 140.9 万辆。大发产量同比下降 6.8%，至 227,893 辆，日野产量同比下降 11.9%，至 24,242 辆。从地区来看，日本前两个月累计产量同比下降 5.7%，至 670,153 辆，日本以外地区的总产量同比上升 10.2%，至 991,687 万辆。

### IHS Markit 观点深度解析

2 月份，丰田集团海外产量连续第六个月增长，而国内产量则连续第二个月下降。海外产量增长主要是由于去年比较基数较低，国内产量则受到了 2 月初福岛县沿海地区地震的影响。此次地震导致丰田多家工厂在 2 月份暂停生产。虽然地震对丰田工厂没有造成重大影响，但给部分供应商带来了影响，导致零部件供应出现延迟。日本紧急状态延长也对 2 月份汽车需求和生产造成了压力。此外，新冠肺炎新增确诊人数的不确定性以及新冠疫苗接种进展缓慢，让消费者对外出持谨慎态度。

在日本以外地区，丰田品牌（包括雷克萨斯）在北美的产量同比下降 5.7%，至 142,233 辆。尽管市场对 Highlander 混动汽车（HEV）的需求很高，但寒潮导致该地区部分工厂停产，从而影响了产量。2 月，丰田品牌在美国的产量同比下降 13.9%，至 83,676 辆，在墨西哥的产量同比增长 12.8%，至 17,157 辆。在拉丁美洲，上月丰田品牌产量同比下降 6.3%，至 22,351 辆。在欧洲，2 月份丰田产量同比下降 3.5%，至 72,312 辆。由于去年同期比较基数较高，法国产量与去年相比有所下降。由于应对第二波新冠疫情爆发而实施的封锁措施导致需求低迷，欧洲汽车生产受到了影响。在中国，由于去年同期比较基数较低，丰田 2 月份产量同比增长 484.5%，至 89,488 辆。



由于全球市场严重停滞以及全球政治和经济不确定性的增加，将给全球汽车生产带来下行风险，因此汽车行业未来几个月将继续处于艰难境地。汽车行业正在应对半导体芯片短缺的问题，全球各地的汽车制造商由于芯片短缺被迫停产或减产。本月早些时候，瑞萨电子的一座晶圆厂发生火灾，导致半导体芯片供应短缺问题变得更加严重。有报告显示，瑞萨电子在汽车微控制器领域拥有 30% 的全球市场份额。火灾发生在该公司位于日本东京北部那珂市工厂的一间洁净室，该事故导致生产中断，工厂 2% 的生产设备被烧毁。据报道，受影响产品中有大约三分之二是汽车芯片。我们目前仍在评估这一新情况将如何影响汽车生产。

与此同时，为了缓解半导体供应短缺对汽车行业生产运营带来的负面影响，日本政府已要求台湾增加半导体产量。根据我们的最新产量预测，2021 年丰田集团（包括日野、大发、丰田和雷克萨斯等品牌）的轻型汽车产量预计将达到 1,033.4 万辆左右。丰田日本工厂 2021 年轻型汽车总产量预计将达到 405.4 万辆左右。



## 【科技和移动性亮点】韩国电信将在板桥测试5G自动驾驶巴士

电信公司韩国电信（KT）将在韩国板桥的一个智慧工业园区测试 5G 自动驾驶巴士。该公司将部署两辆搭载车联网（V2X）技术的巴士，这些巴士将与彼此以及交通信号灯和行人监控设备等道路设施进行通信。另外，这些巴士还搭载了实时动态（RTK）定位卫星导航技术以及本地动态地图（LDM）和地理信息系统（GIS）。据《亚洲经济》报道，这些巴士将与电动汽车制造商 Edison Motors 和科技公司 Phantom AI 合作生产。



### IHS Markit 观点深度解析

韩国最大的电信公司韩国电信（KT）计划在国内建设一个核心的电信基础设施，包括 5G 无线网络和大数据平台。该公司还计划为韩国自动驾驶汽车（AV）测试场地 K-City 开发基于 5G 技术的 V2X 终端。去年，该公司与韩国汽车技术研究院合作，共同开发面向未来汽车的技术。韩国政府的目标是在 2027 年实现 L4 级自动驾驶技术的商业化。L4 级自动驾驶技术无需人工接管，但其应用仅限于特定条件。韩国政府此前公布了未来几年加速推广电动汽车、自动驾驶汽车和飞行汽车的计划，根据该计划，韩国企业将在未来十年投入 60 万亿韩元用于开发未来的汽车技术。

## 【科技和移动性亮点】上汽集团与海尔合作共同开发智能交通系统

据报道，中国汽车制造商上汽集团日前已与家电巨头海尔集团达成合作，双方将共同开发智能交通系统和智能家居。根据合作协议，海尔集团还将投资上汽集团的一个子公司，该公司将在洋山港开发自动驾驶（AV）技术。据彭博社报道，两家公司还将在轻量化材料开发领域展开合作，并成立一只专门投资智能制造领域的基金。



### IHS Markit 观点深度解析

中国正在积极推进自动驾驶智能汽车的商业化，这是“中国制造 2025”计划的关键组成部分。2020 年 2 月，11 个中央部委联合发布了《智能汽车创新发展战略》，为自动驾驶汽车的发展提供了更清晰的路线图。该战略提出，将为自动驾驶汽车开发一个生态体系，并在 2025 年前实现有条件自动驾驶汽车（L3 级）的规模化生产。上汽集团已与



阿里巴巴和英特尔等技术合作伙伴展开合作，力争在自动驾驶汽车领域站稳脚跟。近期，上汽宣布计划与 Luminar Technologies 合作，于 2022 年开始推出自动驾驶汽车。

## 【GSP】印度/巴基斯坦销量与生产评论-2021年3月

### 印度/巴基斯坦销量

2021年2月：+14.2%；现值 353,629 辆，前值 309,565 辆

2021年年初至今：+12.8%；现值 711,789 辆，前值 631,182 辆

2021年2月，印度次大陆轻型汽车销量增长 14.2%。其中，印度汽车销量增长了 14.4%，巴基斯坦轻型汽车销量大幅增长 10%。印度和巴基斯坦汽车销量增长主要是由于需求激增。人们因担心新冠肺炎而避免乘坐公共交通工具。过去八个月的时间，由于削减开支而积累的储蓄提高了消费者支付购车首付款的能力。在最近一期回顾中，印度储备银行（RBI）保持回购利率不变，这意味着较低的利率将继续吸引消费者购买新车。然而，由于通货膨胀年率和商品价格上涨而引起的价格上涨将会阻碍销量增长。

2021年上半年，由于去年第二季度停产导致比较基数较低，销量可能会强劲反弹。宏观方面，2021年印度经济预计将强劲增长，增速约为 8.9%。较低的利率以及疫情期间避免使用公共交通和增加使用私家车的趋势，是帮助印度汽车行业实现增长的关键推动因素。一项可能的汽车以旧换新计划将有助于推动需求增长，并将汽车行业带回快速增长的轨道。2021年，印度市场销量将同比增长 28%左右。



随着被抑制需求和产量的回升，2021年2月巴基斯坦汽车销量同比增长 9%。积极的短期宏观经济前景、较低的利率以及企业与经济的复苏仍将是推动销量增长的主要驱动力。巴基斯坦销量可能会短期增长；不过在中期，宏观经济可能会恶化。从长期来看，巴基斯坦汽车行业的发展势头良好，并且政府正专注于推动汽车行业的发展。私营部门政策的变化也有助于推动该国的销量。

### 印度/巴基斯坦产量

2021年2月：-6.3%；现值 374,369 辆，前值 352,081 辆

2021年年初至今：0.0%；现值 753,322 辆，前值 754,000 辆

2021年2月印度次大陆轻型汽车产量同比增长 6.3%，达到 374,369 辆。2020年2月，印度轻型汽车产量达到 362,887 辆，同比增长约 6.6%，主要得益于印度市场强劲的销售需求释放。2月份，玛鲁蒂铃木、现代、日产、雷诺和塔塔的产量均实现强劲增长，而大众（VW）、福特和丰田的产量则出现下滑。



2021 年，印度次大陆轻型汽车产量将同比增长 28.1%，至 431 万辆，同时印度汽车产量很可能会反弹并从韩国手中夺回全球第五大汽车制造国的位置。印度市场销售势头持续旺盛，导致经销商库存水平较低。消费者提车等待时间不断增加。现代 Creta、起亚 Seltos 和塔塔 Altroz 等车型的提车等待时间长达 3 至 6 个月。我们的分析师对该地区轻型汽车产量复苏充满信心，预计从 9 月份起，未来一年内至少有 10 个月将实现增长。不过，半导体短缺造成的全球生产中断以及投入价格的大幅上涨，导致我们对供需前景持谨慎态度。



## 【供应商趋势亮点】威世科技推出了面向电动汽车电池充电站的600V Hyperfast和Ultrafast整流器

整流器旨在提高 AC/DC 和 DC/DC 变换器的效率



来源: Getty Images/Ivan Bajic

威世科技在 3 月 29 日发布的一篇新闻稿中表示，该公司已经开发出 10 款新型第五代 FRED Pt 600 V Hyperfast 和 Ultrafast 整流器。这些整流器旨在提高 AC/DC 和 DC/DC 变换器的效率。据公司介绍，该设备能够在保持较低导通和开关损耗的同时，降低 30% 的反向恢复损耗，从而提高电动汽车/混动汽车电池充电站高速 LLC 输出整流端的满载效率。

### IHS Markit 观点深度解析

整流器符合 RoHS 标准，无卤素，工作温度可高达 175°C。

今年 2 月，威世科技推出了新型 NTC 热敏电阻产，该热敏电阻产采用了绝缘镍铁（NiFe）合金引线，并具有较低的热梯度，并扩展了其 NCW AT 系列宽端子薄膜芯片电阻器产品系列和一款新型 P 沟道 MOSFET，从而提高汽车应用功率密度和效率。

## 【供应商趋势亮点】Cinemo与爱奇艺合作在中国大陆推出车载多屏视频点播内容

两家公司将为一汽红旗旗舰轿车上的佛吉亚（厦门）车载信息娱乐平台提供车内娱乐内容



来源: Getty Images/Prykhodov

Cinemo 在 3 月 29 日发布的一篇新闻稿中表示，该公司已与爱奇艺合作，将提供车载多屏视频点播内容。两家公司将为一汽红旗旗舰轿车上的佛吉亚车载信息娱乐平台提供车内娱乐内容。爱奇艺将基于 Cinemo 技术解决方案提供技术支持和定制化内容，以带来最佳的车载视听体验。

Cinemo 全球信息娱乐伙伴关系总监 Charly Lippoth 表示：“我们很高兴能在这个项目上与爱奇艺合作。Cinemo 致力于在车内中提供出色的观影体验，我们很荣幸有机会为中国消费者提供服务。”

## IHS Markit 观点深度解析

Cinemo 专注于打造汽车级多媒体播放、流媒体、媒体管理、连接中间件和云中间件。2020 年 11 月，Cinemo 宣布与厦门佛吉亚合作，将提供基于安卓操作系统的车载主机和后座娱乐系统。

爱奇艺是一汽红旗合作的在线视频平台，将为红旗 H9 提供车载在线视频服务。

## 【VIP专属文章】埃信华迈分析与评论 | 全球汽车行业供应链挑战综合影响 - 2021.03.31



2021 年第一季度即将过去，当季全球汽车产量数据预计将同比增长 12%，但汽车行业从新冠肺炎大流行中复苏的同时，正面临着由持续数月的产能限制带来的供应瓶颈以及个别地区发生的自然灾害所组成的双重影响。

首先，由于产能限制和微控制器库存不足（大多数微控制器均采购自台湾的一家供应商），导致全球半导体供应短缺。随后，德克萨斯州遭遇冰雪风暴影响，迫使化工厂关闭，导致座椅发泡材料和安全气囊材料的原材料短缺，同时也迫使三家半导体工厂暂停生产，进一步加剧了半导体短缺。最近，日本一家半导体制造商遭遇火灾，也影响了多家汽车制造商的生产，其中包括部分迄今为止尚未受到半导体短缺影响的制造商。此外，由于需求激增，包括汽车行业在内的多个行业已经开始担忧钢铁库存短缺的影响。最后，由于美国港口集装箱到货量激增，运力受限导致的延误也让汽车制造商和供应商担心零部件的运输时间，苏伊士运河船只堵塞必然也会产生影响，尽管目前具体影响还不确定。

汽车制造商和供应商正持续评估其供应链和库存的弹性，并根据形势发展调整其生产安排，我们的分析师们也一直在跟踪事态的发展。

在撰写本文时，我们预计**第一季度**全球轻型汽车产量损失将达到 **130 万辆**。3 月 19 日星期五上午瑞萨电子位于日本的那珂工厂发生火灾以及 2 月份恶劣天气袭击美国西南部造成的持续生产中断，意味着 2021 年汽车行业的复苏速度和水平将更加谨慎。日本和美国受影响的半导体业务预计将至少停产一个月，并需要更长的时间才能恢复满负荷生产，从而加重了该行业所面临的负担。考虑到这些对全球半导体供应的最新影响，我们认为第二季度汽车生产也将与第一季度一样受到影响，供应的稳定可能要到第四季度才会出现，产量恢复要推迟至 2022 年初才会开始。

由于汽车库存水平仍足以满足目前的需求，这对新车销售会有多大影响目前仍有待观察。随着时间的推移，在更大的市场上，热门畅销车型的供货情况可能会成为一个问题。

**埃信华迈汽车供应链、技术和售后市场副总裁 Matteo Fini 表示：“2021 年第一季度全球汽车产量数据预计将同比增长 12%，但汽车行业从新冠肺炎大流行中复苏的同时，正面临着由持续一个月的产能限制带来的瓶颈以及自然灾害带来的一次性挑战所组成的双重影响。”**

有传闻称，汽车供应商正在积极补充库存。随着汽车需求量逐步恢复，问题变得更加严重，这是否会导致短期或长期的汽车工厂停产还有待观察。

### 半导体最新进展



2月15日，恩智浦、英飞凌和三星在德克萨斯州奥斯汀及其周边地区的晶圆厂因供电和供水受到冬季暴风雪中中断影响而被迫停产。持续数周的停产影响将持续数月。英飞凌上周宣布，他们预计该工厂要到6月份才能达到停产前的产出水平。据报道，三星计划在4月中旬重新开始生产，但目前尚不清楚产能是否能及时会恢复到停产前的水平，还是要稍晚才能恢复。

最近，瑞萨电子日本那珂工厂300毫米晶圆厂中的洁净室发生火灾，影响了工厂的一小块区域，同时也破坏了部分供水、空调和生产设备。瑞萨电子发布的最新消息称，场内受损必须更换的制造设备多达23台。其中11台设备将在4月底采购，但部分设备可能要到6月后才能采购。虽然工厂将于火灾发生2个月后重新开始生产，但瑞萨电子预计工厂在火灾发生100天内将无法恢复全部产能。

虽然德克萨斯州和那珂晶圆厂的停产原因是众所周知，但在不久的将来还有一个潜在问题也值得注意。台湾正在经历几十年来最严重的干旱。制造半导体需要大量的超纯水。该地区水资源短缺意味着可用于各种生产生活的水资源更少。虽然台积电和台联电能够回收超过85%的工业用水，但每天仍需要数千万加仑的额外用水。目前，台湾地区水库水量仅为其蓄水量的10%左右。



*埃信华迈汽车半导体高级首席分析师 Phil Amsrud 表示：“工厂对于缺水的应急计划是根据需要将水用水车运送到晶圆厂，但考虑到2021年半导体供应链的发展形势，缺水情况值得列入‘观察清单’。”*

然而，目前所有供应链都很紧张，再加上对非汽车市场的中断足以影响汽车行业。最初预计汽车供应商受半导体短缺影响的情况将从第二季度和第三季度开始好转，并能够满足持续需求，现在看来这一预估过于乐观，短缺改善将推迟一个季度，目前来看供应要到第四季度才可能满足需求。不过我们预计，要到2022年第一季度才会有足够产能来满足需求，并开始弥补积压订单。

### 其他短缺情况

由于部分汽车零部件自身上游供应链通常库存紧张且需求恢复缓慢，从而放大了自然灾害或工厂停产的影响，因此汽车零部件短缺也有中断汽车生产的风险。在汽车制造商工厂层面，这些短缺影响可能会在未来2至10周的任何时间变得明显。举例来说，聚丙烯是汽车行业用于生产保险杠、地毯和其他应用的关键原材料，由于缺乏原料、工厂生产中断和交通运输瓶颈等影响，以及港口缺少集装箱和超预期的运输时间限制了全球范围根据可用产能进行补偿的能力，目前**聚丙烯**正面临着供应日趋紧张的局面。这种情况预计在5月之前将无法得到解决。

由于3月23日“长赐号”号搁浅后，**苏伊士运河**被迫关闭了六天时间，目前仍有大量船只等待通行，汽车制造商和供应商都在担心零部件供应问题。





苏伊士运河是汽车零部件的主要运输通道，正常情况下每年有价值 17 亿美元的零部件从南方运向北方的欧洲港口（其中 60%来自日本和中国，20%来自韩国）和价值 13 亿美元的零部件从北方运向南方，其中有四分之三进入中国。

即使苏伊士运河堵塞问题在一周内得到解决，港口作业在处理新增的集装箱运量方面也可能会出现延误，从而给汽车制造商和供应商造成采购瓶颈。不过到目前为止，我们对公司和供应受影响情况的了解仍较为有限。

**钢铁**生产也受到了这些短缺的影响，尤其是在美国。我们的钢铁专家报告称，2 月份美国钢铁厂的平均产能利用率为 76%，虽然仍低于 2020 年 2 月 82%的平均利用率，但大幅度高于 2020 年 5 月初在新冠疫情影响下录得的 51%的低点。由于钢铁生产恢复缓慢，加之汽车制造商增加需求和补充库存，供应短缺现象开始显现。

自 2020 年第三季度以来，用于制造汽车行业三种主要钢材的卷钢平均现货价格上涨了 687 美元/吨，从而令每车成本增加了约 350 美元。美国任何库存短缺的汽车制造商都将会面临这样的价格。

**Fini 表示：“在所有这些短缺或产能限制的情况中，原材料价格上涨将是一个反复出现的现象，供应商将不得不将其转嫁给制造商，然后制造商再转嫁给消费者。不过，这个过程并非立即发生，也并非理所当然一定会发生。”**

有些原材料成本增加是指数化的，因此原材料价格的增加会导致汽车制造商和供应商的投入成本增加，但也有许多其他情况并非如此，这通常意味着汽车制造商和供应商要根据情况自行承担增加的成本。

我们的分析师将继续追踪所有这些问题，并根据最新的汽车制造商公告和影响因素对预测进行调整，未来我们将会分享更多预测更新内容。

欢迎您加入 VIP 群，获取更多完整报告

## 【VIP专属文章】演讲报告下载 | Getting beyond COVID-19...eventually

3 月 25 日，IHS Markit 召开了 2021 年亚太汽车春季论坛。在会议中，我们与大家分享了针对于汽车行业的全球展望，以及宏观经济与全球汽车销售展望、全球汽车生产展望、中国汽车产销展望、中国动力总成展望、美国和中国市场合规展望、联网汽车服务--新进展、轻量化进展、半导体更新等各主题内容及讨论。今天给大家分享其中一篇演讲报告：[Getting beyond COVID-19...eventually](#)，欢迎大家加入 VIP 群组，下载完整报告。



欢迎您加入 VIP 群，获取完整报告

## 【VIP专属文章】资料下载！ | 欧盟乘用车制造商二氧化碳排放合规情况

### 欧盟乘用车制造商二氧化碳排放合规情况

欧洲汽车二氧化碳排放目标 95 克/公里、不合规带来的罚款以及相关的负面形象，是目前欧洲市场乘用车制造商的主要担忧。在受全球新冠疫情严重影响的陌生商业环境中，乘用车制造商们预计将遵守减排规定并维持利润。更好的车辆设计、更高的动力系统效率以及加速车队电气化是否足以实现他们各自的二氧化碳排放目标？

本报告介绍了欧洲二氧化碳排放法规如何适用于 2020 年乘用车，并评估了哪些立法设施可以帮助制造商定义其二氧化碳排放状况。然后，根据埃信华迈的合规预测，评估结果与合规目标之间的差距以及这些差距带来的罚款。另外，报告还讨论了填补合规差距所需车队的车辆特征；审查了实际销售趋势对合规状态的影响，并与预测进行了比较，该预测描述了短期市场力量如何在 2020 年结束时逐月影响合规状态。

预测分析显示，并非每家汽车制造商都能在 2020 年年底前达到合规目标，然建议采取进一步措施提高其车队二氧化碳减排效率，缩小合规差距。

#### 本报告的重点包括

- 欧洲立法框架概述
- 2020 年各家汽车制造商车队池的合规表现如何？
- 是什么影响了这些车队的二氧化碳排放值？
- 单个欧洲汽车市场的增加如何影响整个欧盟的二氧化碳排放合规情况？
- 汽车制造商将如何实现排放合规？




本报告详细分析了欧盟乘用车制造商2020年二氧化碳排放合规情况。报告指出，尽管受疫情影响，乘用车制造商在2020年仍保持了较高的合规率。报告还分析了不同品牌制造商的合规表现，以及未来几年的合规趋势。

**欧盟立法框架概述**

欧盟委员会在2015年发布了《乘用车二氧化碳排放法规》，要求从2021年起，乘用车的平均二氧化碳排放量不得超过95g/km。该法规旨在减少温室气体排放，应对气候变化。



图1—欧盟乘用车2020年二氧化碳排放合规情况

欢迎您加入 VIP 群，获取完整报告

###



## Email

[AsiaPacificAutomotive@ihsmarkit.com](mailto: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.