



汽车市场每周热点汇编

2021.05.28





Contents

【主机厂亮点】宝马制定雄心勃勃的二氧化碳减排目标并即将推出2系Coupé	3
【主机厂亮点】长城汽车在江苏省设立研发子公司	4
【汽车能源亮点】吉利与孚能科技合作开发锂电池相关技术	5
【汽车能源亮点】滴滴和广汽联手开发自动驾驶新能源汽车	5
【MHCV亮点】斯堪尼亚第一季度利润实现增长，并对执行董事会进行了改组	7
【MHCV亮点】英国中重型商用车市场第一季度同比增长9.5%	8
【GSP】欧洲销量与生产评论-2021年4月	10
【供应商趋势亮点】安通林集团为全景车顶开发轻量化塑料车架	15
【供应商趋势亮点】百度推出Apollo Air V2X平台	15
【VIP专属文章】2021年中国大陆中重型商用车市场将下滑	17
【精彩预告+演讲亮点播客】2021第四期在线会预告 内饰领域的零部件市场及未来趋势	18

【主机厂亮点】宝马制定雄心勃勃的二氧化碳减排目标并即将推出2系 Coupé

意义：宝马集团日前提出了一个全新的环保目标，即到 2030 年，集团二氧化碳排放量较现有水平将减少超过 2 亿吨，同时宝马集团还将推出其全新车型 2 系 Coupé。

展望：该公司的新环保政策大多围绕可重复利用和可回收材料的使用，同时公司的整个研发策略也将重新调整，以考虑尽可能多地使用二次利用材料。

根据宝马集团发布的一份新闻声明，该集团日前宣布了一个全新的环保目标，即到 2030 年，集团二氧化碳排放量较现有水平将减少超过 2 亿吨。这相当于一个人口超过 100 万城市年排放量的 20 倍，比如宝马总部所在地慕尼黑。在上周的公司年度大会上，首席执行官 Oliver Zipse 介绍了从采购、生产、研发到整车全生命周期排放的整体减排方法。他表示：“一辆气候友好型汽车并不仅仅是通过使用绿色能源实现。我们必须从车辆研发的第一天起就采用可持续性设计：减少车辆制造所用的材料，最重要的是，从一开始就做好再生利用和可回收的计划。面对不断上涨的原材料价格，这不仅是一个环境问题，也是一个商业方面的考量。这方面的技术要求非常高：这就是为什么我们想在循环经济方面开辟道路并发挥先锋作用的原因。我们已经在为“新世代”计划中的再利用材料制定配额以满足我们的高标准目标。



“新世代”计划的核心是将重点放在宝马所谓的“优先使用再利用材料”方法上，即在材料质量和可用性允许的情况下，使用可回收或可重复使用的材料。宝马在车辆设计中已经考虑了回收需求——因为以纯净形式提取材料是当前循环过程的关键，宝马将结合供应商和自己的研发流程，进一步改进这些循环过程。生产技术也将被重塑，以确保回收尽可能高效，并在车辆寿命结束时尽可能多地重复使用材料。其中一个示例是考虑零部件相互连接的方式。宝马将不再通过粘合剂固定连接，而是通过重新设计，使零部件在车辆寿命结束时能够拆下，并确保不同材料不会相互混合，从而加快回收。上个月，宝马宣布将以“新世代”架构形式开发其首个定制纯电动汽车（BEV）平台。宝马将在平台设计过程中尽可能多的应用“优先使用再利用材料”的理念。“新世代”车型在生产过程中将相应大幅增加再利用材料（如回收的钢材、塑料、铝材）的使用比例。面对自然资源短缺和原材料价格上涨的局面，宝马认为这不仅是一个必要的商业战略，同时也是减少碳排放量的核心组成部分。

与此同时，宝马正在对其全新车型 2 系 Coupé 的最终验证测试。该公司目前正在赛道上对其最终底盘和操控性能进行调校，并且特别强调了顶配版 M240i coupé 将带来的全新体验，车辆测试在纽博格林进行。这款车采用后轮驱动设计，搭载一款动力强劲的直列六缸发动机，重量分布接近 50:50 并基于出色扭转刚度的平台架构打造，将提供传统的宝马动态驾驶能力。宝马已对这款车进行了大量的道路测试，并将继续进行测试，以确保满足现实驾驶条件下的需求。顶配版 M240i xDrive Coupé 拥有与 M340i xDrive 相同的发动机和动力系统，最大功率达到 374 马力。



xDrive 动力传动系统的扭矩和动力输出是后驱偏置。目前尚不清楚宝马是否会为 M240i 提供纯后驱配置，一些发烧级客户可能会更喜欢这种配置。

IHS Markit 观点深度解析

Zipse 介绍的这一全新环保战略无疑为宝马集团在温室气体减排方面设定了一些大胆的目标。越来越明显的是，汽车制造商正日益热衷于推出整体上环境友好的车型，而不仅仅是关注车辆尾气排放，或甚至是整个生命周期的车辆排放。宝马正在全面审视其业务的每个方面，以努力削减其碳排放，并在各项活动中展现出对环境负责任的企业形象。从商业、品牌和营销的角度来看，这么做十分有意义。从现在到 2030 年期间，宝马计划在生产和办公地点减少 80% 的排放，每辆车在供应链阶段减少 20%，在车辆使用阶段减少 40%，在整车生命周期阶段减少 33%。与此同时，2 系 Coupé 看起来将会是宝马 2 系阵容中极具吸引力的一款车型，并且将成功接任十分畅销的第一代 2 系 Coupé。M240i X Drive 也可能最终成为宝马传统高性能车粉丝们最爱。这款车的售价约为 M4 高性能轿跑车的 60%，但与尺寸更大的 M Car coupé 相比，同样拥有出色的性能。事实上，搭载六缸发动机的 M240i X Drive 也可能吸引消费者推迟购买搭载四缸发动机的 M135i。

【主机厂亮点】长城汽车在江苏省设立研发子公司

据盖世汽车网报道，长城汽车（GWM）已经在江苏张家港成立了一家研发（R&D）子公司。这家子公司名为张家港长城汽车研发有限公司。公司主营业务包括新材料技术、汽车零部件和软件的研发，以及新能源汽车和软件的销售。新成立的子公司注册资本为 1 亿元人民币（约合 1,556 万美元）。



IHS Markit 观点深度解析

长城汽车此前已经与其合资伙伴宝马集团在张家港市建立了一家新工厂。该工厂建成后年产能将达到 16 万辆。长城汽车还积极投资于新车相关技术和替代能源技术的研发，并发布了咖啡智驾“331 战略”，旨在成为领先的智能驾驶技术研发商。今年早些时候，长城汽车与高通、华为签署协议，合作开发车载智能芯片和高算力智能驾驶计算平台。这家汽车制造商还希望成为氢燃料电池汽车（FCV）领域的市场领导者，并计划在今年推出其首款氢燃料电池运动型多用途车（SUV）。长城汽车表示，过去 5 年已累计投资 20 亿元用于氢能领域相关技术的研发，范围涵盖汽车、海洋和铁路运输。该公司计划未来三年内在氢燃料汽车技术上再投资 30 亿元。

【汽车能源亮点】吉利与孚能科技合作开发锂电池相关技术

据盖世汽车网称，吉利科技集团和孚能科技将成立一家合资企业（JV），专注于电池相关业务。该合资公司注册资本为 10 亿元人民币（约合 1.555 亿美元），其中吉利控股 65%。合资公司经营范围包括锂离子电池、电池模块管理系统、充电系统等电动车储能及管理系统的研发、生产、销售。另外，合资公司还将致力锂电池正负极材料、电解液、隔膜纸等电池组件的研发、生产、销售。此外，吉利科技集团将协助孚能科技进行吉利科技和吉利商用车集团旗下车辆的电池验证和应用。



IHS Markit 观点深度解析

这份最新合作声明是继双方在去年 12 月共同成立一家电动汽车电池合资公司之后的再一次合作。根据协议，双方将在 2021 年开工建设一座年产能为 20 GWh 的电池生产工厂。由吉利集团董事长李书福直接控股的吉利科技集团最近也与赣州市政府签署了一项协议，将投资 300 亿元在当地建设一家动力电池生产工厂。该工厂年产能为 42 GWh，分两期建设，其中一期建设年产能 12GWh。

【汽车能源亮点】滴滴和广汽联手开发自动驾驶新能源汽车

据盖世汽车网称，广汽集团旗下电动汽车（EV）子公司广汽埃安（GAC Aion）已与滴滴达成合作，双方将共同开发一款自动驾驶新能源车型并用于大规模商业应用。两家公司将把滴滴自动驾驶软、硬件技术与广汽埃安的新能源汽车整车设计、制造能力以及自动驾驶整车平台相结合。滴滴首席技术官张博表示：“滴滴将持续加大对自动驾驶技术的研发投入，让未来交通和出行变得更安全、更高效。”





IHS Markit 观点深度解析

广汽埃安在自动驾驶和电动汽车领域持续发力。该公司于 2019 年推出了具有 L3 级自动驾驶能力的埃安 LX，并于去年宣布计划于 2023 年在指定地区试运行 L4 级自动驾驶汽车。滴滴和广汽此前已经在网约车运营和车队管理等领域建立了合作伙伴关系。滴滴近 5 年来一直致力于自动驾驶汽车技术的研发，并在上海成立了一家子公司，从事车联网和自动驾驶汽车技术的研发。此外，滴滴还积极与其他公司合作开发网联汽车和自动驾驶汽车技术。

【MHCV亮点】斯堪尼亚第一季度利润实现增长，并对执行董事会进行了改组

意义：斯堪尼亚日前宣布，在克服了一年前新冠病毒大流行带来的影响后，公司盈利能力在 2021 年第一季度已恢复到正常水平，并根据业务与技术方面的变化，对其组织架构进行了调整。

展望：尽管最近一个季度销量有所改善，卡车订单强劲，但斯堪尼亚仍在一些市场面临新冠肺炎病毒和半导体短缺带来的挑战，不过公司受到的影响似乎要小于某些车企。我们预计，斯堪尼亚 2021 年销量将同比增长近 19%，至近 8.5 万辆，较 2020 年有明显改善，但低于 2019 年的销量水平。

斯堪尼亚日前宣布，在克服了一年前新冠病毒大流行带来的影响后，公司盈利能力在 2021 年第一季度已恢复到正常水平。在 2021 年前三个月（截至 3 月 31 日），这家卡车和客车制造商的净销售额同比增长 8%，达到 357.08 亿瑞典克朗。营业收入同比增长 55%，至 46.57 亿瑞典克朗，营业利润率从 2020 年第一季度的 9.1% 增长至 13.1%。净利润也几乎翻了一番，从 17.83 亿瑞典克朗增至 34.69 亿瑞典克朗。

一季度，斯堪尼亚核心的汽车和服务部门净销售额同比增长 8.8%，达到 346.1 亿瑞典克朗。其中，卡车占 160.36 亿瑞典克朗，同比增长 20%，交付量同比大幅下降 32.6%，至 22,023 辆。不过，其公共汽车部门的收入继续下降，本季度同比下降 35.1%，至 17.89 亿瑞典克朗，交付量同比下降 36% 至 1,010 辆。此外，其服务相关产品业务的收入同比下降 3.1%，至 72.74 亿瑞典克朗，能源解决方案部门的收入同比下降 14%，至 5.52 亿瑞典克朗。其汽车和服务部门的营业利润同比增长 51.6%，达到 41.35 亿瑞典克朗。

此外，斯堪尼亚还宣布，公司根据业务与技术方面的变化，对其组织人事进行了一些调整。根据一份声明，斯堪尼亚将研发、生产、物流和采购合并为一个名为工业运营的强大部门。该公司表示，这将“使公司内部更广泛地关注生产力和流动性，并为变革环境中的挑战做好更好的准备。”斯堪尼亚还设立了一个出行解决方案部门，该部门是由自动驾驶解决方案部门及其全资子公司 LOTS Group 合并而来。这反映出，与斯堪尼亚传统的重型车辆和服务客户相比，这两个部门目前的业务模式更加注重服务。这些组织变化将于 5 月 7 日生效。



除了组织层面的变化外，公司还在执行董事会层面进行了人事调整。前执行副总裁兼采购主管 Anders Williamsson 被任命为新成立的工业运营部门的负责人。前美洲区商务运营执行区域主管 Mats Gunnarsson 被任命为执行副总裁以及企业商务运营主管。Martin Lewerth 从 4 月 1 日起被任命为执行副总裁和新出行解决方案部门的负责人，此前他曾担任 LOTS Group 的经理。执行董事会还有三名其他成员担任执行副主席的职务，

分别是销售和市场主管 Alexander Vlaskamp、人力和文化（取代人力资源）主管 Helle Bay 和首席财务官 Johan Haeggman。

IHS Markit 观点深度解析

2021年第一季度业绩改善主要是因为一年前新冠肺炎疫情大流行带来的严峻形势，以及履行之前因不确定性而被推迟或取消的订单。事实上，斯堪尼亚的卡车交付量在所有地区都出现增长也说明了这一点。在欧洲，交付量同比增长 16%，至 11,806 辆，亚洲同比增长 22.9%，至 2,837 辆，非洲和大洋洲同比增长 27.2%，至 1,025 辆。更令人印象深刻的是斯堪尼亚在美洲地区的业绩，体现出其在南美的业务取得了出色表现，交付量同比增长 71.7%，达到 4,618 辆，在欧亚地区的交付量增长了近两倍，从 622 辆增长至 1,737 辆。与去年订单量同比下降 27.2%相比，斯堪尼亚今年的新增订单量也比一年前多得多。最近一个季度，该公司收到的订单数量几乎翻了一番，从 18,058 辆增加至 35,937 辆，反映出生产经营活动有所复苏。

不过，当前形势并非没有挑战。由于世界部分地区仍在实施与新冠疫情有关的限制措施，特别是随着新冠病毒新变种的出现，公共汽车部门继续处于不利局面，因为公共交通和旅游业在疫情期间仍是薄弱领域。与去年同期相比，几乎所有地区的销量都有所下降，一季度订单数量同比下降了 61.5%，至 1,007 辆。其中，美洲地区受影响最大，销量同比下降了 77.3%至 377 辆。



此外，由于来自消费品制造商的竞争、汽车产量增长速度快于预期以及恶劣天气和火灾事件影响关键生产基地，半导体短缺最近一直困扰着汽车工业，继续威胁着斯堪尼亚的生产业务。不过，斯堪尼亚总裁兼首席执行官 Christian Levin 在一份声明中表示：“尽管生产中断的风险迫在眉睫，但斯堪尼亚是少数几家在第一季度成功保持较高产量，且没有因零部件短缺而出现任何停工的欧洲制造商之一。”他补充道：“这多亏了我们与供应商的紧密合作。”不过，他表示，作为应对半导体短缺的临时措施，该公司欧洲工厂的生产速度“在第二季度的一段时间里略有下降”。即便如此，与某些制造商受到的生产中断相比，影响远没有那么严重。

纵观全年，我们预计 2021 年销量将同比增长近 19%，达到近 8.5 万辆，较 2020 年受新冠疫情影响时有了显著改善。不过，这仅略高于 2017 年的水平，比 2019 年的产量低 15.5%左右，我们预计在 2030 年底前将无法恢复到这一水平。

【MHCV亮点】英国中重型商用车市场第一季度同比增长9.5%



2021 年第一季度，英国中重型商用车（MHCV）市场同比增长 9.5%。根据英国汽车制造商和贸易商协会（SMMT）公布的最新数据，第一季度，车重为 6 吨的商用车需求从 9,193 辆增加至 10,064 辆。其中，牵引车在销量和增幅方面均处于领先，销量同比增长 26.6%，至 4,456 辆。自卸车注册量同比增长 10.4%，至 1,057 辆。不过，厢式货车销量同比下降 9.7%，至 1,084 辆，侧帘挂车销量同比下降 17.6%，至 646 辆。废物处理车销量也小幅下降，同比下降 1.0%，至 575 辆。另外，SMMT 公布的英国市场公共汽车和长途汽车数据显示，第一季度注册同比下降 58.5%，至 582 辆。其中，车重 3.5 吨以上的小型公共汽车的销量同比下降 59.2%，至 384 辆，单层公共汽车的销量同比大幅下降 72.6%，至 91 辆。双层公共汽车销量同比小幅下降 17.7%，至 107 辆。



IHS Markit 观点深度解析

对中重型商用车而言，2021 年开局较为积极，尽管这一增长一定程度上得益于去年同期与新冠疫情相关的封锁措施导致比较基数较低。新冠疫情封锁措施使英国经济陷入停顿，由于采取了限制人员流动的措施，许多行业的工人被迫留在家中。尽管 2021 年第一季度大部分时间里也实施了限制措施，但制造业继续维持运营，同时其他行业也正试图避开这些限制措施。不过，尽管第一季度销量与去年相比有所增长，但与 2019 年第一季度相比，销量仍同比减少了 15.1%，这表明市场仍然低迷。此外，公共汽车和长途汽车的市场状况要糟糕得多。SMMT 表示，第一季度实施的全国性封锁影响了销量，同时面临“客流量下降带来的长期挑战”。新冠疫情加剧了这一情况，期间客运量同比下降了 32%。SMMT 呼吁英国政府通过“Bus Back Better”计划来解决这些问题，“特别是考虑到随着在家办公人数的增加，以及随着国家摆脱封锁，人们的交通出行偏好也在发生改变，未来的出行模式可能会发生变化。”SMMT 首席执行官 Mike Hawes 补充道：“在我们开始谈论复苏之前，这个行业迫切需要提升出行服务运营商的信心来恢复订单。鉴于英国每年至少有 4,000 辆退役车辆需要更换，我们将面临公共交通短缺的危险，而此时正值企业复工，工人最需要公共交通的时候。”我们预计，2021 年英国中重型商用车销量将同比增长约 18%，至 4.23 万辆，但与 2019 年相比仍将下降约 20%。此外，我们预计 2021 年公共汽车注册量将同比增长约 31%，至 2,500 辆，但与 2019 年相比仍将下降约 28%，与 2017 年相比将下降 43.5%。

【GSP】欧洲销量与生产评论-2021年4月

欧洲销量

2021年3月：+53.0%；现值 186.9 万辆，前值 122.1 万辆

2021年年初至今：+3.3%；现值 422.8 万辆，前值 409.3 万辆

新冠肺炎病毒的全球蔓延以及各国为遏制疫情采取的措施正在影响近期的经济前景。我们的基线预测假设，有效的新冠疫苗要到 2021 年底或 2022 年初才能广泛可用，各国政府对生产生活的限制将在 2021 年第二季度剩余时间逐步放松。新冠肺炎大流行已成为汽车行业多年来面临的单一最大风险因素。新冠肺炎危机给本已不堪重负的汽车行业增加了巨大的额外压力，最新预测中几乎所有地区的销量都有所下调。

尽管 2021 年前两个月的销量降幅很大，但并没有像 2020 年初的降幅那样大。由于在封锁初期，经销商对于新车销售和交接流程的准备情况不足，因此这一点是可以预料的，这将支持车辆持续登记。尽管汽车制造商已经开始提供在线汽车订购，一些经销商也可以通过电话接受订单，但客户要么对这种购车方式缺乏信心，要么由于受到封锁带来的广泛影响而决定延迟购车。这将导致订单枯竭，因此在 2021 年前几个月会产生连锁反应。与此同时，受影响最严重的行业（如非必要零售和酒店业），将更依赖于政府的支持措施，也不太可能在经销商重新开业时进入市场购买新车。

由于 2020 年欧洲主要汽车市场实施限制措施以遏制新冠肺炎病毒的传播，欧洲乘用车市场去年同比下降了近四分之一。2020 年，欧洲市场新车注册量同比下降 20.4%，至 1,641 万。2 月份新车注册量同比下降 15.0%，至 1,208,218 辆，主要是因为部分市场仍然保留了与新冠疫情相关的限制措施以及其他一些因素。

3 月份轻型汽车销量同比增长 53.0%，主要是由于一年前部分关键市场实施了严格的新冠肺炎病毒限制措施导致比较基数较低。根据我们的最新预测，该地区 3 月销量已从 1,221,981 辆升至 1,869,411 辆。尽管 2021 年前两个月销量出现大幅下滑，但近期销售改善已成功扭转了此前的下滑趋势。今年第一季度，新车注册量同比增长 3.3%，达到 4,228,035 辆。新车注册量表现之所以如此出色，一定程度上是因为去年同期多个主要市场为防止新冠病毒蔓延采取的限制措施导致比较基数异常低。由于这种情况，预计下个月左右还将有类似甚至更高的同比增长，不过像本月一样，销量很可能会低于疫情大流行前的水平。



3 月份，西欧市场表现相当出色，大多数国家取得了强劲增长，由于 2020 年 3 月大多数国家首次采取了与新冠病毒相关的严格封锁措施，导致比较基数较低，因此这一结果符合预期。奥地利（增长 162.9%）、法国（增长 190.2%）、希腊（增长 143.8%）、意大利（增长 447.3%）和西班牙（增长 133.1%）等国家销量取得了三位数的



增长。五大市场中，意大利涨幅最大，达到 447.3%，其次是法国，涨幅为 190.2%。其他三个市场表现也较为强劲，西班牙增长 133.1%，德国增长 34.6%，英国增长 14.1%。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。回顾 2020 年，西欧汽车销量同比下滑 19.2%。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，包括疫苗的进展情况。西欧所有地区都将经历一个新冠肺炎感染率居高不下的春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。

欧元区即将迎来第二次衰退，不过衰退并不严重。虽然经济在 2020 年年中疫情防控措施放松后迎来了反弹，不过经济复苏势头在 2020 年底因重新实施限制措施而受到抑制。2020 年第四季度，欧元区 GDP 环比萎缩 0.6%，尽管萎缩低于预期，但 2021 年第一季度可能会出现更严重的环比萎缩。服务业活动将继续逊于制造业，这反映出当前防疫措施对服务业的影响较大。

欧元区 GDP 将在第一季度再次出现萎缩。领先指标和高频活动数据继续显示出新冠病毒防控措施对经济活动关键领域的影响。私人消费和服务业疲软将导致 GDP 连续第二个季度下滑。



制造业持续走强。包括埃信华迈采购经理人指数（PMI）在内的商业调查数据显示，制造业形势持续乐观，生产呈现 V 型复苏。外部需求强劲发挥了关键作用。

预计第二季度将开始迎来消费主导型增长。限制措施的放松以及 2020 年家庭储蓄率飙升的结束，将推动 GDP 增速在 2021 年年中强劲反弹。不过，预计要到 2022 年 GDP 才会恢复到疫情爆发前的水平。

欧元区各成员国之间的情况将继续存在差异。这主要是因为各国在新冠肺炎疫情遏制、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。德国等受制造业驱动的经济体在 2020 年第四季度表现出色，而南欧地区负债率较高、以服务业为导向的经济体将需要更长的时间才能恢复到疫情前的 GDP 水平。

经济前景面临多重风险。欧洲中央银行（ECB）正不断加大净资产购买，并向银行提供长期贷款，加上在全欧盟范围内达成了《复苏和恢复基金》（RRF）协议共同营造了较为有利的金融环境。不过，高企的公共部门债务负担、欧洲央行可能面临的法律约束、以及银行业的脆弱性仍是主要担忧。由于对未来通胀上升的担忧，长期利率也已从极低的水平开始上升。



新冠疫情最新进展表明，2021年第一季度经济将更加疲软，欧元区实际GDP将连续第二个季度环比下降。随着经济持续低迷，欧元区经济在第二季度应该会迎来更强劲反弹，随着疫苗接种减少对经济活动的限制，2021年下半年的经济增长将远高于潜在水平。对于受疫情影响最严重的一些经济体而言，第三季度和节假日期间将是关键。

与西欧相比，中欧汽车需求也呈现出类似积极增长态势，2021年3月销量同比增长43.5%，至129,941辆，这意味着2021年第一季度累计销量同比下降了0.2%。在经历了一年多的暴跌之后，中欧市场在今年第三个月实现了43.5%的增长，这略低于西欧地区的表现。3月份，所有中欧市场都取得了销量增长，如保加利亚（增长31.2%）、波兰（增长50.7%）、捷克共和国（增长27.1%）、匈牙利（增长9.3%）和罗马尼亚（增长74.9%）。此外，东欧市场并没有显示出与欧洲其他两个市场相似的表现。与去年同期相比，本月东欧的需求略微增长了11.3%。主要原因是土耳其市场的强劲表现（同比增长92.8%），这主要与2019-20年同期土耳其汽车市场的比较基数较低有关。

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，这主要与2020年春季爆发的新冠肺炎疫情有关。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年第二季度的预期偏向谨慎。新冠肺炎疫情的全球蔓延仍将对近期经济前景产生根本性影响。



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。

对于西欧地区，我们的分析师预计2021年该地区的汽车销量将同比增长9.9%，至1,372万辆，比2020年增加120万辆。2021年，西欧和中欧的汽车总销量预计为1,520万辆，与2020年相比增长约9.7%。在东欧地区，俄罗斯及其周边国家的动荡局势尚未结束，预期并不乐观。土耳其的经济复苏，特别是土耳其里拉稳定和当地税率的变化，将导致该国汽车销量大幅增长。最新数据显示，与西欧和中欧市场相比，东欧汽车市场表现更好，2021年第一季度东欧市场销量同比增长5.3%。由于去年同期比较基数较低，2020年全年土耳其轻型汽车销量同比增长61.3%。持续的经济复苏和降息提振了递延的汽车消费需求。然而，最近的地缘政治紧张局势可能会影响其销量增长表现。在新冠肺炎疫情危机下，通过降低利率来提振国内需求导致里拉稳定性的下行风险显著增加。新冠疫情期间，一些汽车制造商已经宣布将暂停土耳其工厂生产数周时间。目前，新冠肺炎疫情对土耳其经济活动的影响尚不明确。总体而言，从短期来看，随着2020年经济增长开始反弹，新车市场将逐步复苏。

对于东欧地区而言，由于新冠肺炎疫情大流行，2021年的销售结果尚不确定。由于各国政府采取了各种限制措施以及预期整体经济低迷，我们的分析师大幅下调了2020-21年俄罗斯、白俄罗斯、哈萨克斯坦和乌克兰的销量预期。2021年，东欧销量预计仅增长2.2%。俄罗斯市场将迎来小幅改善，土耳其市场也将持续小幅复苏，不过土耳其市场可能会受到2020年提前购车带来的轻微偿还效益。乌克兰、哈萨克斯坦和乌兹别克斯坦的需求预计将小幅增加，同时白俄罗斯市场可能进一步萎缩。未来十年，随着俄罗斯的销量接近200万辆，土耳其的销量接近100万辆（2026-27年），东欧市场的销量将超过400万辆。但是预计在2034年之前，东欧的销量不会恢复到2012年水平，当年东欧销量占到欧洲总销量的23%。欧洲目前正面临一场大规模的新冠肺炎危机，需求状况日益恶化。随着各国健康危机和经济危机相互交织，该地区将面临持续数月的混乱局面。2021年，西欧和中欧地区的汽车总需求为1,520万辆，与2020年相比增长9.7%，但仍明显低于疫情前预测。



从长期来看，西欧预计不会回到2007年的销量峰值。有些市场甚至可能在未来十年的早期阶段进入去机动化阶段。在销量复苏方面存在着令人惊喜的积极因素：规模较大的积压需求，积压需求的释放要比预期要早且更快。这得益于整体环境的支持，包括极低的能源价格、许多国家购买力快速增长以及欧洲央行的货币政策。但从长远来看，仍然存在许多核心问题——包括公共债务、失业和养老金制度。而且，欧洲还必须应对诸多结构性限制，比如不佳的人口统计数据（有一些例外）；日益增加限制的交通立法以及在同一时期内可能会影响汽车销售潜力的颠覆性社会演变（交通习惯的改变、与汽车的关系等）。而且欧洲还必须应对英国脱欧的影响。此外，向电气化过渡将导致一个充满不确定性的阶段，因为目前还不清楚哪种概念（插电式混合动力汽车、纯电动汽车、压缩天然气汽车、燃料电池汽车、汽油车还是柴油车）将脱颖而出。特别是对于私家车购买者而言，不确定性将继续存在，因为没有人想要购买已经“过时”的汽车。此外，从2020/21年开始，汽车制造商车队二氧化碳排放目标对所有参与者来说都将是一个巨大挑战，并将影响市场结构、动力系统组合和汽车价格。从积极的方面来看，中欧国家由于市场远未饱和，新需求（即新车市场的新来者）会随着财富和收入的提高而不断增长，因此，中欧国家的市场增长将更具可持续性。从中长期来看，东欧市场也会反弹。凭借巨大的人口和经济增长潜力，土耳其汽车市场前景光明。俄罗斯则呈现出一个更复杂的情况。毫无疑问，该市场的常态化产量可以轻松达到250万辆，但是要把这个脆弱的市场打造成欧洲主要的汽车市场，一些结构性变化是必需的（例如创造一个更加多元化的经济）。

欧洲产量

2021年3月：+40.5%；现值172万辆，前值122万辆

2021年年初至今：-0.9%；现值467万辆，前值471万辆



自 12 月预测更新和半导体危机浮现以来，我们将欧洲汽车产量预测下调了 34.5 万辆，其中第一季度减少 23 万辆，第二季度减少 20.5 万辆，下半年增加了 9 万辆。芯片短缺的影响可能会在 2021 年第二季度达到高点，并且在 2022 年第一季度前芯片供应不太可能恢复正常。

【供应商趋势亮点】安通林集团为全景车顶开发轻量化塑料车架

公司声称，新的塑料车架与其他传统解决方案相比，将减少 60%的重量



来源: Getty Images/Aliaksandr Litviniuk

安通林集团已经为全景车顶研发了轻量化塑料车架。根据该公司在 5 月 14 日发布的一篇新闻稿，安通林集团与巴斯夫合作，成功验证了 Ultradur® 材料家族在太阳能和全景车顶塑料车架的应用。这家西班牙供应商使用的是巴斯夫的一种聚酯材料 PBT-ASA-PET。采用玻璃纤维增强，提升了零部件的刚性和稳定性。这种材料的主要优点是高刚性、易于成型加工、成型收缩率低、尺寸稳定性高和耐高低温性。

安通林集团表示，在与一家德国客户完成前期开发工作后，这种材料已经在一款未公开的车型上得到了首次试用。随后，其在全球范围内向多家汽车制造商推广了这种解决方案。

IHS Markit 观点深度解析

该公司表示，与市场上其他传统解决方案相比，这些塑料车架设计可以减少多达 60%的重量。安通林集团通过改进将车架固定在车顶上的工艺流程，消除了额外的工艺步骤，改善了装配公差，最终提高了成品零部件的感知质量，从而实现了这一轻量化目标。此外，这种全新工艺是完全可持续的，不涉及溶剂回收或产生排放物。

【供应商趋势亮点】百度推出Apollo Air V2X平台

Apollo Air 是由百度与智能产业研究院共同研发



来源: Getty Images/4X-image



据《Traffic Technology Today》5月14日报道，百度日前推出了“Apollo Air”车联网技术，该技术可以利用路侧感知能力，在公共道路上实现L4级自动驾驶。

Apollo Air 由百度与智能产业研究院（Air）共同研发。该技术利用车—路—云协同来增强自动驾驶汽车的感知系统。报道指出，Apollo Air 可以让无车载感知设备的车辆也能实现高级别自动驾驶能力。

报道引用百度智能交通产品研发总经理陶吉的话称：“Apollo Air 通过一系列路侧传感器，利用5G和V2X等无线通信技术就可以实现无传感器车辆、智能道路和数据云之间的高度协同。”

IHS Markit 观点深度解析

Apollo Air 的L4级自动驾驶能力已经在北京、广州和沧州等地的多个十字路口进行了测试。百度希望逐步将Apollo Air的道路感知能力与可量产的V2X解决方案进行集成，为无人驾驶出租车运营和高级驾驶辅助系统（ADAS）提供可靠的道路感知数据。

今年4月，百度宣布计划在2022年北京冬奥会场馆之一的北京首钢园区开放完全无人驾驶的机器人出租车服务，这些机器人出租车将把游客接驳至比赛场馆。



【VIP专属文章】2021年中国大陆中重型商用车市场将下滑



中国大陆卡车和客车（总车重 6 吨以上）销量在 2020 年达到 188 万辆的峰值后，预计在 2021 年将同比下降 20% 以上。其中，卡车需求，尤其是市场份额占比近 80% 的重型卡车需求，将面临疲软。而大中客需求，预计将同比增长 11%，但仍无法扭转整体市场下滑的趋势。

虽然，在政府有效的疫情遏制措施、财政激励方案以及十四五开局之年背景下，公路货运和基础设施建设已恢复至疫前水平，从而有效地支持了重型牵引车和工程车的新增需求。但是，随着大气污染治理行动以及高速公路收费改革对货运市场刺激的逐渐消退，占中国大陆新车销量 60% 以上的置换需求在 2021 年将会失去增长动力。相较于 2020 年重点地区大规模的蓝天保卫战行动淘汰了超过 60 万辆国一至国三标准的营运中重型柴油卡车，2021 年的治理行动范围较小。即使考虑到部分地区对国四标准车辆的禁令，置换需求规模预计不超过 30 万辆。而随着高速公路按轴收费改革常态化，今年的置换需求将进一步减少。另一方面，对轻型卡车超载和超限整治力度的加大，会为中型卡车需求扩张带来少量的机遇。

根据中国汽车工业协会（CAAM）发布的最新数据，2021 年 4 月全国新卡车（总车重 6 吨以上）销量为 21.1 万辆，较 3 月下降 18%。考虑到，一方面，上半年仍有部分刺激政策在生效，另一方面，中央政府已开始逐步收紧在基础设施和交通类固定资产方面的投资并将重心转向去杠杆和金融风险，我们预计，卡车市场的下行趋势将在 2021 年下半年加速。卡车制造商和经销商在即将于 7 月 1 日全国范围内实施柴油车国六排放标准前的去库存行为是上半年需求的主要推动力。基于年初以来各品牌的降价力度，提前购买国五柴油中重型卡车的规模预计将达到 20 万辆。另外，根据《营运货车安全技术条件》的要求，自 5 月起所有新生产的重型牵引车必须安装电子稳定控制系统和自动紧急制动系统。由于加装系统后车辆售价将上涨近 2%，因此预计会有约 3 万辆卡车提前置换。此外，东莞对将重型自卸货车的升级行动，预计将在 6 月截止日前带来 5,000 辆卡车的置换需求。



在客车方面，由于去年年底在新能源汽车补贴退坡前的集中采购透支了部分需求，以及疫情反复对公共交通服务带来的负面影响，2021 年前四个月大中客需求仍较为低迷。根据中国汽车工业协会（CAAM）发布的最新数据，全国新客车（总车重 6 吨以上）1-4 月销量较 2019 年疫情前的水平下跌 37%。我们预计，在大规模疫苗接种以及政府计划到 2021 年底将重点地区公共交通领域的新能源汽车渗透率扩大至 80% 这一目标的支持下，客车市场将于第二季度起逐步恢复。



随着全球需求的复苏，中国大陆中重型商用车出口预计将在 2021 年恢复两位数增长，但出口量仍不会超过总产量的 10%。全年产量将随着国内需求得到修正，其中，中重型卡车产量预计将下跌 24%至 139 万辆，而大中客产量预计将增长 11%至 11.4 万辆。

欢迎您加入 VIP 群，获取更多完整报告

【精彩预告+演讲亮点播客】2021第四期在线会预告 | 内饰领域的零部件市场及未来趋势



2021 中国汽车网络研讨会系列

内饰领域的零部件市场及未来趋势

日期：6 月 11 日，星期五

时间：15:00 - 16:00

时长：1 小时

演讲亮点

- 座椅（市场概况、座椅产品结构及新产品介绍）
- 环境照明（市场概况）
- 内饰领域的未来趋势

大家好，我是 Lydia Wang，在 IHS Markit 负责内饰和车灯领域的技术和供应链预测。我将在 6 月 11 日下午 3:00 为大家带来“内饰领域的零部件市场及未来趋势”为主题的网络研讨会。本次研讨会，我将会和大家一起探讨内饰领域的发展趋势。此外，我们还非常荣幸邀请到 **佛吉亚集团 汽车座椅系统 中国区战略与合作总监 黄震先生** 作为嘉宾一同来进行分享。

首先我会介绍一下内饰氛围灯的情况。内饰氛围灯通常出现在汽车的车门、中控等位置。可以给人带来一种舒适感，同时也可以提升品牌的辨识度，彰显差异性。自动驾驶时代，内饰氛围灯不仅是一种设计元素，还可以提升驾驶安全性。



第二部分我会跟大家分享一下内饰，尤其是智能表面的一些发展趋势。随着屏幕的增多，仪表板和中控台上的物理按键在逐渐减少。另外，结合灯光元素并且能够实现人机交互功能的智能表面越来越多，赋予了传统内饰件新的功能。另外，内饰件的轻量化在推进可持续发展的今天也值得我们关注。

第三部分我会简单介绍一下座椅部分的技术趋势。电动调节座椅不断增加，另外加热、通风、腰托、按摩等舒适功能配置也在逐渐增加，并且不仅局限在前排，后排座椅的舒适性也得到了越来越多的关注。

最后，我们来看一下整体座舱的一些趋势，自动驾驶时代，座舱的整体布局可能会发生根本性的改变，会在座椅、内饰氛围灯、交互方式等方面都有所反映。另外，后疫情时代，对于健康的关注也会带动空气过滤、紫外线消毒、抗菌材料等方面的需求。

另外，我会简单介绍此次上海车展上的一些最新的技术展示。我们的嘉宾也会为大家详细介绍佛吉亚在内饰及座椅方面的前沿技术。以上就是此次研讨会的主要内容，欢迎大家注册本场研讨会，也欢迎您添加我们的微信客服，提前将您的问题发送给我们的微信客服人员。谢谢，我们6月11日见。

**欢迎您通过VIP粉丝群发送问题，我们将在直播时优先回答。*

**特别提示：为了确保您的席位，请使用您本人的公司邮箱完成注册。*

演讲嘉宾



黄震
汽车座椅系统中国区战略与合作总监
佛吉亚集团 (Faurecia)

黄震先生目前就职于佛吉亚集团 (Faurecia)，担任汽车座椅系统中国区战略与合作总监，工作内容包括公司战略发展、创新转型、市场研究、兼并收购与合作伙伴管理等。加入佛吉亚集团之前，黄震先生曾服务于沃尔沃汽车集团 (Volvo Cars) 和罗兰贝格 (Roland Berger)，专注于公司战略、对外合作与创新。发展。



王海旭 (Lydia Wang)
IHS Markit中国汽车供应链与汽车技术研究分析师

王海旭女士现任 IHS Markit 公司的中国汽车供应链与汽车技术研究团队的研究分析师，主要负责内饰、车灯领域的供应链分析及技术预测。加入 IHS Markit 之前，王女士曾服务于一家全球领先汽车厂商，从事汽车市场分析等工作。王女士拥有南开大学学士学位及韩国汉阳大学硕士学位。

支持单位



2021 年研讨会议程

4月16日	网联汽车 - 中国市场主要趋势
4月30日	先进轻量化材料在乘用车上应用的市场展望
6月11日	内饰领域的零部件市场及未来趋势
7月9日	中国中重卡市场概况及展望
8月6日	汽车行业空中下载技术 (OTA更新)
9月3日	数字化管控对服务营销业务的重要性
10月15日	汽车“新四化”：对后市场是雪上加霜？还是雪中送炭？
11月12日	2021中国新能源乘用车市场展望
12月10日	轻型商用车市场的未来

请对您参加活动时所使用的电脑提前进行测试，确保电脑配置满足观看所需的最低要求。

测试链接：https://event.on24.com/view/help/ehelp.html?text_language_id=zh

请注意：

直播时将不再提供演讲稿 PDF 版本下载，欢迎添加微信客服 (ihsmarkitautomarket)，申请加入 VIP 群，获取演讲报告。

预约参与 6 月 11 日研讨会（本场网络研讨会将以中文进行）

请您复制下列链接注册会议

<https://event.on24.com/wcc/r/2949272/04866314710999EE3C3E19625DF1E1DC>

###



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.