

电动化智能化重塑汽车价值链



“在传统燃油车时代,关键零部件中国企业占比不高,基本上被欧洲、美国和日本企业所主导;在智能电动化时代,中国因素越来越重要,中国汽车供应链有望成为全球重要中心,创造更高价值。”中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟说。

当前,全球汽车产业正处于深度变革期,车企在洗牌,产业链供应链和价值链也在发生重大变化。日前,中国电动汽车百人会举办首届全球汽车新生态发展大会,围绕“电动化智能化变革重塑汽车价值链”主题,与会嘉宾进行了深入研讨。

中国供应链企业地位上升

“由于汽车产业发展面临的外部形势与内部动力都发生了改变,决定了汽车产业价值链必须重塑。”中国汽车工业咨询委员会主任安庆衡表示。

从外部形势看,新冠疫情、贸易摩擦、自然灾害、地缘政治等不可抗力风险的爆发,给汽车产业安全带来很大冲击,同时逆全球化给全球汽车产业链带来了重大挑战,此前按照全球化思路构建起来的产业链供应链表现出不适应性。

从内部动力看,电动化智能化变革改变了中国汽车产业链供应链。“过去我国汽车产业链以生产发动机、变速箱、车桥为核心。由于技术落后,要生产这些零部件,就得跟外企合资,跟在外国汽车巨头后面走。前些年,自动变速箱受日本企业牵制,给国内整车企业生产造成了很大困难。”安庆衡说。

不过,进入智能电动化时代,传统汽车的核心发动机和变速箱正被“电池、电机和电控”取代,同时新能源汽车也在向极致的智能座舱体验和高级自动驾驶持续升级。而我国在相关产业链已形成竞争优势,涌现出了宁德时代、亿纬锂能等动力电池供应商和地平线、禾赛科技等智能汽车软硬件供应商。

“在传统燃油车时代,合资企业在中国建立的供应链相对封闭,部分合资企业一级供应商中,外资零部件企业占比超过80%。”张永伟表示,随着电动化智能化变革加速推进,中国供应链在产业链地位上升的同时,也在加快构建面向国内外的双循环格局。一方面满足了国内电动智能化产业需要;另一方面也会走向全球,在推动全球产业的协同发展发挥重要作用。

服务化将成新高地

当前我国汽车市场千人保有量已超过200辆,进入成熟汽车市场阶段。从国际汽车产业发展经验来看,成熟汽车市场的价值创造越来越依靠服务环节。也就是说,

汽车在工厂之内创造了销售收入等一系列价值,汽车在工厂之外进入使用环节,将创造更多服务价值。

特别是随着越来越多的传统燃油车转化为新能源汽车,汽车服务的价值将形成以新能源汽车为核心的新服务体系与生态。张永伟表示:“传统汽车价值链以制造为中心,进入智能电动汽车时代以后,汽车产业链边界进一步拓宽。继生产制造之后,服务化将成为汽车价值链新高地。比如,金融保险、能源充电、数据与信息服务、检测认证、电池回收、二手车、国际化等。”

“传统的保险业中,车险是保险业主要的收入来源;当汽车进入智能化时代之后,未来汽车保险将更多地依赖于大数据,依赖人工智能来定险。”张永伟进一步解释,目前北美、欧洲的很多汽车企业都在举全力进入汽车保险赛道,既帮助实现了自身的汽车销售,又创造了整车的新业务,这就是汽车保险服务行业带来的新机会。

而围绕智能电动汽车所形成的新能源服务体系,也在催生新的交通能源服务商。“慢充、超快充、换电、加氢站等多样化的补能体系及交通能源领域的变革,在对能源企业、整车厂和零部件企业提出新要求的同时,也为企业提供了新的价值创造可能。”张永伟说。

“从发达国家来看,成熟汽车市场制造的价值规模约为21%,服务则超过33%,即服务超过制造。现在我们国家的服务化占比为12%,制造占比为43%。按照发达国家或者成熟汽车市场的标准,我国汽车服务市场还有足够大的发展空间。”张永伟表示,如果按照未来服务占比1/3的比例测算,并考虑到新能源与智能汽车带来的增量服务化业务,“十四五”时期末我国汽车服务规模可能超过5万亿元,汽车价值链重构会迎来一个巨量的产业赛道。

数字化助力价值创造

经过数十年的发展,目前我国汽车保有车型和品类众多,而且汽车后市场零部件供应链体系链条也非常长。“一个零部件从工厂生产出来,不管是配套还是后装,可能经过多级批发商和服务商,层层传递,最后到维修厂装在车上,这个链条不仅长,堵点也非常多。”深圳开思时代科技有限公司创始人兼首席执行官江永兴认为,汽车尤其是新能源汽车是规模民用产品中最复杂的,同时也是数字化程度最高的商品之一。比如,每辆车都有唯一的车架号,每块电池也有“身份证号码”。这意味着,汽车零部件从生产到使用整个过程是完全可以追溯的,而能追溯的关键就是通过数字化

建立产业新生态。

数字化售后服务是适应新能源汽车网联化智能共享的特点,满足消费者售后服务体验个性化、便捷化、线上线下一致性需求的新业态,在提升服务效能、重塑新能源汽车价值链上将发挥关键性的推动作用。“目前我国汽车售后服务价值在汽车产业全生命周期中的比重较低,仅占12%左右,新能源汽车不到1%。”中国消费品质量安全促进会副理事长严冯敏认为,主要是传统的汽车售后服务理念、服务手段、服务方式,还不适应以客户为中心和数字化转型的要求。

他建议,企业要围绕提升服务质量和产业价值来开拓数字化服务的领域,发展数字化售后服务新业态,尽早实现维修保养、故障监控及预警、救援保障、查询咨询、关怀提醒等方面的数据化、智能化、可视化服务,在持续扩大售后服务消费,释放新能源汽车消费潜力的同时,进一步提升用户体验。

“随着智能化、数字化在供应链业务中不断发展,打造安全、数字可视化高度互联的智能工厂也是大势所趋。”长江汽车产业供应链有限公司董事长黄卫平表示,这就需要企业不断探索,在汽车产业全链条服务中打造集信息服务、物流优化、金融配套、线上集采、进出口渠道贯通、采销业务结合、后市场服务、管理系统支持等方向于一体的供应链数字化平台,以“信息+科技”赋能汽车供应链服务,统一商品的物流、货物流、资金流导入实现业务的高效提升和价值创造。

作为检测认证机构的代表,中国汽车工程研究院股份有限公司总监王锐表示,智能电动汽车是高度数字化的工业产品,检测技术也会迎来数字化转型。针对智能电动汽车特点,目前中国汽研正在开展基于线上评估和线下检测的智能电动汽车数字化检测技术路线技术攻关,这也有利于产业价值提升。

企业通过构建产业链供应链数字化体系,可以有效打通上下游供应链之间的协同关系,大大提高供应链管理透明度,增强运营灵活性,提供更强的产品和服务能力。“数字化转型的特点,集中在数字化的研发和规划、数字化的供应链管理、数字化的生产服务、数字化的物流等运营服务上。”张永伟表示,数字化会成为未来供应链企业竞争力的重要战场,将催生一批数字化服务企业,助力产业价值创造与提升。

来源:《经济日报》