

汽车周刊

本报事业发展部主编 | 总第 594 期 | 2015 年 7 月 15 日 星期三 责任编辑:张 云 视觉设计:竹建英 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

汽车业陷入阵痛亟待寻出路

——上半年汽车市场分析

今年汽车市场步履蹒跚,期中考试成绩难以恭维,若干亮点也存诸多隐忧,汽车业发展的阵痛显现。

“中考”成绩不如意

上半年汽车产销为1209.50万辆和1185.03万辆,同比增长2.64%和1.43%。月度累计销量同比,汽车(总体)呈现逐月下滑轨迹,从1月的7.56%滑落到1-6月的1.43%。其中乘用车也从1月的10.35%滑落到1-6月的4.80%;商用车更是跌入两位数均负增的泥淖。

汽车内销低迷,出口也不景气,困难重重。厂商库存高企,社会库存超警戒线。诸多因素综合作用之下,汽车业经效指标难堪。制造业1-5月主业收入27496.9亿元,同比仅增3.9%;利润2368.7亿元,负增1.9%。跌幅还在扩大。

亮点背后藏隐忧

车市阵痛期也有亮点,总算给人们些许安慰;但亮点背后有隐忧,恐不能过分乐观。

上半年,中国自主品牌乘用车销售418.46万辆,同比增长15.27%;

市场份额41.45%,增长3.5个百分点。中国自主品牌乘用车销量和市场份额的双增,主要靠SUV和MPV支撑,SUV销售141.77万辆,增长92.8%;市场份额53.3%,增加12.9个百分点;MPV销售89.52万辆,增长19.3%;市场份额88.1%,同比增长3个百分点。

作为乘用车主体的轿车,结束增长,销量跌幅已破10%,上半年销售124.34万辆,下降10.6%;市场份额21.5%,下降1.1个百分点;原先引以为傲的微客,上半年销售62.88万辆,同比下降19.03%,在两位数负增的深渊不能自拔。

小型和紧凑型都市SUV市场上,长城和长安崭露头角,多个大企业(集团)无所作为。外资品牌小型和紧凑型都市SUV,正在热闹起来,一旦形成气候,其对自主品牌冲击不可谓不小。

新能源车增长猛

上半年,新能源汽车生产76223辆,销售72711辆,同比分别增长2.5倍、2.4倍。其中纯电动汽车产销49042辆、46219辆,同比分别增长3

倍、2.9倍;插电式混合动力汽车产销27181辆、26492辆,同比增长2倍、1.9倍。新能源汽车成倍增长,一是本身基数很低,二是市民绿色出行观念增强,三是免费牌照诱惑,四是财政补贴刺激。

但烦恼时时袭击新能源车增长,有的地区私人购买电动车,必须凭安装充电桩证明,充电桩成为购车拦路虎;即便用户购车积极性高涨,可符合国家新能源汽车标准规范的电动汽车,企业生产跟不上,“僧多粥少”。假如按上半年新能源车产销增长节奏,就是完成年销20万辆,也达不到规划中2015年“50万辆”销售目标。

市场集中度很高

上半年,汽车销量排名前十家企业(集团)合计销售1063.91万辆,同比增长1.50%,高于行业增速;其销量占全国汽车销售总量的89.78%。十强中,有央企东风、长安和一汽,有地方国企上汽、北汽、广汽、华晨和江淮,民企总算也有一席之地,长城和吉利豁然在列。

十强企业(集团)市场集中度九

成,可谓高矣,但央企和地方国企,主要靠外资品牌走量和盈利,产品结构和盈利结构质量并不高。

根据粗略估计,上半年市场销量的外资品牌比例,一汽和广汽为80%、东风(不含裕隆品牌)为68%、上汽(不含五菱品牌)为60%、北汽为52%、长安为40%、华晨为36%。外资品牌帮央企和地方国企撑“台面”,成为中国市场集中度的尴尬。这些外资品牌的销量以及盈利,同时又成为跨国公司引为荣耀的资本。

汽车出口持续滑坡

中汽协统计的上半年出口报缴,汽车(含底盘)出口38.51万辆,同比下降13.44%。其中乘用车出口21.37万辆,同比下降18.65%;商用车出口17.13万辆,同比下降5.98%。汽车出口持续滑坡,与海外市场环境密切相关,汇率波动、地缘政局动荡和贸易限制频发,日韩货币贬值,导致中国产品竞争力下降;地缘政局动荡,造成当地市场萎缩;贸易限制频发,增加进入困难。

海关数据显示,前5个月汽车进

出口金额1415.1万元,逆差高达835.5亿元。如此高逆差,除了进出口数量差异明显外,单车平均价格悬殊是个重要因素,进口车平均价格虽有下降,但仍高达25.87万元/辆;而出口车平均价格虽有提升,但小排量为主的出口结构,价格还是偏低,仅为9.14万元/辆。

轿市十强无国车

上半年轿车市场十强及其销量:朗逸18.27万辆、桑塔纳15.43万辆、捷达15.01万辆、轩逸14.28万辆、福克斯13.67万辆、速腾13.45万辆、朗逸13.27万辆、帕萨特12.01万辆、科鲁兹11.92万辆、卡罗拉11.36万辆。十强上半年合计销量138.67万辆,占轿市23.95%市场份额。轿市十强前三名均为大众品牌,加上速腾和帕萨特,大众品牌车型占轿市十强“半壁江山”,地位难以撼动。中国自主品牌轿车无一打入十强,成为一大遗憾。

商用车持续下挫

上半年,商用车生产176.72万辆,同比下降14.9%;销售175.47万辆,下降4.4%。

经济下行压力加大和经济增速减缓,是商用车负增长的主因。“十二五”内,除2013年增长6.40%外,2011、2012、2014三年分别下降6.31%、5.49%、6.53%,今年上半年下降有增无减,下挫14.40%。

特约撰稿 张伯顺

全方位领先7座SUV 锐意进取挑战不凡 全新福特锐界冠名央视《挑战不可能》



7月6日,长安福特正式宣布旗下首款中大型SUV——全新福特锐界,将独家冠名央视大型励志挑战节目《挑战不可能》。该节目将于2015年8月正式登陆中央电视台综合频道(CCTV-1)周日黄金档。届时,全新福特锐界将与央视著名主持人撒贝宁共同携手董卿、周华健、李昌钰等嘉宾,与全国14亿观众一起见证来自全球最顶尖挑战者们所展现出的锐意进取、挑战自我的风范。

“作为一款世界级品质的中大型SUV,全新福特锐界不仅以众多同级领先及同级独有的配置,树立了国内中大型SUV的价值标尺,更以‘锐意前行、界由我定’的品牌精神影响着众多消费者。”长安福特销售公司常务副总经理陈旭表示,“这种积极向上的品牌精神,与《挑战不可

能》节目勇于挑战自我、实现人生价值的理念不谋而合。这样一档震撼心灵、充满正能量的节目,注定将在这个火热的夏天,打造一场万众瞩目的挑战之旅。”

《挑战不可能》是中央电视台一档以多方面才智挑战为内容的大型励志挑战节目,旨在为观众传递“挑战自我”、“认识自我”的正能量。“我们选择与高速发展的长安福特以及倡导锐意进取的全新福特锐界进行强强联手,必将以最强势的合作阵容与资源优势,为大家带来极致的视觉盛宴与精神享受。”中央电视台综合频道总监钱蔚表示。

《挑战不可能》节目汇集众多国内外优势资源,将向观众全面展现选手们挑战体能、技艺、脑力等高难度任务的过程。无论在节目还是生活中,挑战无处不在,想要在追求卓

越的挑战之路上事半功倍、完美应对,除了要有“全面掌控”的自身实力,更需要和一位“全方位”优势的朋友一同披荆斩棘,并肩作战。而“全方位领先的7座SUV”全新福特锐界便是这样的理想伙伴。凭借同级最优的空间表现、同级最强的动力组合、众多越级智能配置、卓越的整车品质和安全性能,打造出宜商、宜旅、宜私、宜家的全能品质,完美满足了消费者在商务、家庭等多种情境下的用车需求。

作为长安福特SUV产品谱系的最新力作,“全方位领先的7座SUV”全新福特锐界与《挑战不可能》节目的强势联合,不仅为勇于挑战自我的选手们提供了更广阔的舞台,更将锐意进取、不断超越的态度传递给每一个追求卓越、开启“全面掌控”的精彩人生。

南京依维柯与安能集团 共签战略合作协议

合作共赢,助力发展。近日,南京依维柯与上海安能集团供应链管理有限公司在上海世博会议中心签订战略合作协议。南京依维柯与安能集团的此次强强联合,受到了双方领导的高度重视,南京依维柯受邀出席了此次安能创业节——五周年庆典暨第四届全国网络大会,双方共同签署了深化战略合作的协议。同时,南京依维柯借此机会,向安能集团交付首批专用物流用车。

■回顾传统 安能集团加速战略布局

在“安能创业节”成立五周年庆典暨第四届全国网络大会上,安能集团董事长王拥军表示,安能集团取得诸多成绩最主要的原因可以归因于特殊的企业基因——“创业精神”。

本次会议上,安能正式对外宣布完成D轮融资1.7亿美元融资。本轮融资由凯雷投资集团领投,高盛和华兴资本跟投,华兴资本同时担任此次融资的独家财务顾问。在安能物流的发展历史中,此次融资具有里程碑意义,将为安能物流在国内成为全国最大的零担网络奠定坚实的基础。

安能集团在传统主营业务外,还特别推出以“最省钱、最省心、最贴心”为目标的全新产品——“MINI”小包。据悉,“MINI”小包定制达将山南京依维柯专用物流车运输,以确保包裹准时到户。

■强强联合 南京依维柯安能集团携手未来

此次交付的两款产品——超超物流轻卡和IVECO厢式物流车,以IVECO厢式物流车为例,不仅形象美观,而且在国内运输环境的密闭性的同时,大大提升了驾乘者和货物的



安全。此外,车辆还大量采用了轻物流专用配置,能够满足不同行业的多场复杂物流需要。

南京依维柯秉承国际领先的菲亚特动力科技和系列黄金动力链,配合SOFIM国四柴油引擎,组成了不同系别的强大产品组合。全新BOSCH新一代高压共轨电喷燃油系统的融入,使PI拥有了更高的燃油压力、更好的柴油雾化效果以及更可靠、更环保的燃油经济性和排放效果。发动机外特性最低燃油耗为190g/kWh,节油效果更加优越,省油量较以往可达10%。该系统采用的ECR+DOC+DPF技术,被认为是柴油发动机达到欧V、欧VI甚至EPA10排放标准的绝佳解决方案。

■升级转型 南京依维柯助力现代物流发展

南京依维柯相关负责人表示:“当南京依维柯和安能集团的这次携手合作,为双方进一步的发展奠定良好基础。”

近年来南京依维柯推出了“福善360”服务,成为业界服务品质的标杆。据悉,南京依维柯目前已与顺丰速运、天天快递、货车帮等多家电商物流平台和企业已经展开了深入战略合作。南京依维柯相关负责人表示,当前企业步入转型升级的关键时期,公司正为产品迎来快速增值的新机遇,与物流企业的合作也步入跨越发展的新阶段。