

汽车周刊



本报专版部主编 | 总第 652 期 | 2016 年 9 月 14 日 星期三 责任编辑: 张云 视觉设计: 龚云阳 编辑邮箱: xmqc@xmwb.com.cn

8月车市稳步运行产销两旺

补贴之惑，超车之忧

9月8日，闹得沸沸扬扬的新能源车骗补事件调查初有结果，5家客车生产企业被清查查出骗补，总金额超过10亿元。

这算是给整个调查画上了一个逗号。之所以说逗号，是因为有消息称，222天等来的，可能还有一份“完整名单”，里面涉及多家主流车企，按照该名单，被清查的93家企业中有72家企业存在骗补和违规谋补行为，涉及补贴资金92.7亿，只是这是一份“不容易确认的名单”。

骗字当头，使得曾经指望的“弯道超车”，陡然间多了几分担忧。而最让人疑惑的是：新能源车出现的骗补漏洞，源头在哪里？

当初，为了在发展差距不大的新能源车领域超越其他国家，“十二五”时期，财政部会同科技部、工信部等部门研究出台多项政策措施，包括消费补贴、税收优惠、政府采购、技术研发、充电设施的奖励、标准法规的建设、体制机制创新等，政策涵盖研发、生产、消费、运行各环节，大力支持新能源汽车产业。根据新能源汽车补贴政策的细则，新能源汽车企业在研发和销售环节都能获得补贴，只要车辆达到规定的技术标准，除了中央财政补贴，一般还能享受与中央按1:1发放的地方补贴。

从表面看，这是一件好事情，任何一家新能源汽车企业只要有进取心，都能赢得国家的财力支持。有人算过一笔账，生产一辆纯电动客车，“国补”加上“地补”以及其他优惠政策，有些车型最高可以享受100万元补贴。这对于行业发展来说，未尝不是一件好事情，有钱好办事。可惜的是，恰恰是这种前所未有的高额补贴，以及不够严格的监督机制，直接催生了大量的骗补者，最终演变成随便一个企业生产新能源客车或轿车，都可以赚钱。这显然不符合优胜劣汰的发展规律。

再者，目前，我国的巨额财政资金补贴在新能源汽车的生产和购买环节，而美日德等国更重视补贴电动汽车产业链上游的研发环节。显然，前者是政府部门在新能源推广中居于主导地位，而后者把新能源汽车的技术路线、补贴方式等问题交给市场。既然打算超车，那两者导向的孰优孰劣，明白人自然明白。

对于中国的新能源车领域而言，国产电动车续航里程给用户带来的焦虑感并没有降低，反而更加地根深蒂固，想要超车，任务似乎更加艰巨了。

姚琼

8月，我国汽车生产199.05万辆，环比低增1.58%，同比高增26.60%；销售207.10万辆，环比增长11.83%，同比增长24.22%。1-8月汽车产销分别为1684.59万辆、1675.50万辆，分别增长10.82%、11.43%，较前7个月提升1.83和1.59个百分点。

8月汽车销售率为104.04%，经销商库存预警指数为49.1%，经11个月调整，8月再降0.4个百分点，处于荣枯线之下。厂商数据足以表明，汽车市场处于稳步运行态势。

新能源车高增回落

8月，新能源汽车生产4.2万辆，销售3.8万辆，同比增长81.5%、92.2%，增速较上月分别下跌11.9和5.9个百分点。其中纯电动车销售2.8万辆，增长106.4%；插电式混合动力车销售1.0万辆，增长61.0%。1-8月，新能源汽车产销25.8万辆、24.5万辆，增长111.0%、115.6%，较前7月回落8.8和7.2个百分点。其中纯电动车销售18.1万辆，增长147.4%；插电式混合动力车销售6.4万辆，增长58.1%。

新能源汽车产销，尽管增速仍处高位，但回落幅度很快。中汽协日前表示，这都是“骗补惹的祸”，今年预期的“70万销售目标可能进行调整”。

中国品牌份额提升

8月，中国品牌乘用车销售73.05万辆，环比增长15.29%，同比增长30.06%，环比较上月分别高出3.70和2.42个百分点。其销量占乘用车销售总量的40.68%，较上月提升1.20个百分

点。中国品牌乘用车品质逐步缩小了与外系品牌的差距，市场份额得以逐渐提增。

德、日、美、韩和法五系乘用车，8月销售依次为36.83万辆、28.62万辆、24.01万辆、12.41万辆和4.12万辆，占乘用车销售总量的20.51%、15.94%、13.37%、6.91%和2.29%。与上月比，日系销量微降，其他销量较快增长。

小排量车销量扩大

节能小排量1.6升及以下乘用车销量增加，份额提升。8月销售129.20万辆，环同比增长12.93%、40.99%，高出乘用车（总体）增速1.04和14.65个百分点；其销量占乘用车总销量的71.96%。1-8月，销售1040.10万辆，增长19.55%；其销量占乘用车总销量的72.02%。

8月，捷达、朗逸、英朗、轩逸、速腾、卡罗拉、福睿斯、宝来、朗动和桑塔纳等十强轿车，均为1.6升及以下排量车型，合计销售26.49万辆，占轿车总销量的28.92%。眼下轿市车型多达180多款，十强车型仅占5.6%，却占了轿市的近三成份额。

乘用车保持快速增长

8月，乘用车产销172.28万辆、179.55万辆，销售环同比增长11.90%和26.34%。其中轿车91.62万辆，环比增长11.07%，同比增长20.12%；SUV销售65.41万辆，环同比增长12.58%、43.86%；MPV销售18.04万辆，环同比增长17.67%、35.93%；微客持续双降，仅售4.48万辆。

1-8月乘用车产销1453.07万辆、1444.23万辆，同比增长

11.94%、12.83%，市场呈稳定增长。轿车销售730.33万辆，同比结束下滑，微增0.77%；SUV销售509.16万辆，增长44.74%；MPV销售153.35万辆，增长21.56%；微客销售51.40万辆，下降33.56%。

货车撑商用车增长

8月，商用车销大于产，生产26.77万辆、销售27.55万辆，产销环同比增长均超10%。其中客车销4.30万辆，环比增长18.17%、同比下降3.31%，但降幅收窄；货车售23.25万辆，环同比增长10.21%、15.37%，增幅继续扩大。

1-8月，商用车产销230.53万辆、231.26万辆，增长4.23%、3.47%。分车型看，客车销33.55万辆，下降8.92%；货车197.71万辆，增长5.92%，其中重型货车43.94万辆，增长9.74%；中型货车13.88万辆，增长16.52%。

出口压力有缓解

汽车（含底盘）出口下降压力有所缓解。海关总署数据显示：前8个月出口49万辆，下降2.8%，降幅收窄11.8个百分点。其中8月出口8万辆，出口值67.87亿元人民币，分别增长33.3%和23.4%。

中汽协数据显示：汽车企业报交8月汽车出口数为6.3万辆，环同比上升12.8%和21.1%。其中乘用车4.3万辆，商用车2.0万辆。1-8月，汽车出口43.3万辆，下降13.1%。其中乘用车27.8万辆，商用车15.5万辆。

十强集中度近九成

8月，汽车销量排名前十位企业（集团），依次为上汽、东风、

一汽、长安、北汽、广汽、长城、吉利、奇瑞和华晨。与上月比，广汽微降，其他企业均增长，其中奇瑞、长安和华晨增速更快。上汽等十家销售184.10万辆，占汽车销售总量的88.89%。

1-8月，汽车销量排名前十位企业（集团），依次是上汽、东风、一汽、长安、北汽、广汽、长城、华晨、江淮和吉利。同比，华晨略降，其他企业保持增长。上汽等十家企业销售1487.23万辆，占汽车销售总量的88.76%，同比下降1个百分点。

工业增加值增速快

汽车制造业受部分汽车大企业销售费用大幅减少等影响，7月利润同比增长19%，而6月下降4%，拉动规模以上工业企业利润增速加快1.9个百分点。1-7月主营业务收入42734亿元，同比增长11.3%；实现利润3566.4亿元，增长8.0%。

其中17家重点企业（集团）主要经济指标快报统计显示，1-7月，保持稳步增长，完成营业收入19215.81亿元，增长10.77%，增幅与上半年比，提高1.54个百分点；实现利润总额2130.84亿元，增长1.84%，增幅与上半年比，微提0.01个百分点。

汽车售价温和下跌

8月汽车出厂价格（PPI），环比持平，同比下降1.0%，前8月平均下降1.2%。8月终端售价（CPI）环比下降0.1%，同比下降1.9%；前8月均价下降2.2%。但使用及维修价格，环比微升0.2%，同比上升1.3%；前8月平均下降1.5%。

张伯顺

荣威前8月销量翻番



在传统销量淡季，以上汽荣威为首的自主品牌又一次上演逆袭。8月，上汽荣威品牌销量达20813辆，同比增长205%，一举成为8月成长最快的自主品牌。同时，今年1-8月，上汽荣威销量翻番，总销量达10.6万辆。

不同于其他自主品牌“单腿”走路，荣威品牌无论是轿车、SUV还是新能源汽车均强势领跑车市。其中，“全球首款量产互联网汽车”荣威RX5上市首月即实现交车近万辆，不到2个月订单破4万辆；“中级车A咖”荣威360，在国内轿车市场同比下滑的大环境下逆势而上，前8个月销量累计近5万辆；新能源产品1-8月累计销量同比增长高达138%、荣威e950等新品不断推出，稳居国内新能源市场领先地位。

值得注意的是，以荣威RX5为代表的产品“量价齐收”，突破了“10万元乃至15万元价格天花板”，大举拿下以往只属于合资品牌的市场份额。这些成绩也再次证明了上汽荣威已经走上了“品质+销量”的快速发展通道，荣威产品的高性价比广受市场认可。

宝龙

一汽大众25年销量破1250万辆

9月8日，一汽-大众汽车有限公司成立25周年“感恩之夜”在长春举行。当晚，近1000多车主、经销商、供应商等代表齐聚厂区，共同分享了25年来的风雨历程和所取得的辉煌成绩。

1991年至今，一汽-大众

从最初的一个品牌一款车型，到现在拥有大众、奥迪两大品牌12大系列产品；从年产不足一万辆，到现在累计销量超过1250万辆，真正开辟了中国家轿时代。其中，从“车坛常青树”捷达到“驾驶者之车”宝来，再到“两厢车代名词”高尔

夫，每一款产品都得到了中国消费者的热烈追捧，并迅速走进了千家万户成为百姓心中的经典家轿，让千万个家庭实现了汽车梦想。

与此同时，一汽-大众也创造了中国汽车界无数的传奇：第一个生产覆盖全系乘

用车型的汽车企业；国内销售收入及上缴税金最高的企业，累计上缴税金超过3700亿；连续7年获得中国最佳雇主汽车行业的第一名；当时国内用时最短实现1000万辆的汽车合资企业等。

姚琼

全新国产奥迪A4L焕新上市



全新奥迪A4L车内，集成了同级最丰富的电子科技配置和最广泛的驾驶辅助系统，充分贴合了数字化和互联网

值扭矩370Nm，百公里加速时间仅需5.9秒，综合油耗6.9L/100km，动力性能与燃油经济性俱佳。

的时代潮流。同级独有的虚拟驾驶舱，配备了12.3英寸全液晶仪表盘，通过灵活的3D效果显示信息，可以在驾驶员眼前集成所有车辆和道路信息；基于MIB II平台的MMI信息娱乐系统，增加了手写输入及缩放功能，操作逻辑也更加人性化。此外，ACC自适应巡航、堵车辅助系统、主动车道保持、侧向辅助系统、360度全景影像、后方通行警示等驾驶辅助系统，更为驾乘者带来了全方位的保障。

张云