

汽车周刊

拿起手机,扫右边的二维码,关注《新民晚报》汽车官方微信——XMAN,即有机会赢得“新焦点”洗车券一份。
关注后输入您的:【姓

名+性别+联系方式+爱车品牌及车型(有车)+车龄(有车)],就能变身我们的专属汽车会员,有机会赢得我们送出的“新焦点”价值560元汽车光触媒一次。



本报专刊部主编 | 总第 625 期 | 2016 年 3 月 9 日 星期三 责任编辑:张 云 视觉设计:窦云阳 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

汽车制造业经效保持增长

“汽车制造业主营业务收入 70156 亿元,同比增长 4.8%;利润总额 6071 亿元,同比增长 1.5%。”其中“汽车工业重点企业(集团)实现营收 31404.01 亿元,同比增 0.5%;利润总额 3476.76 亿元,同比下降 2.9%。”这是国家统计局和中汽协于日前分别披露的汽车制造业和重点企业(集团)2015 年经效指标数据。

营收利润呈U形走势

去年,我国汽车产销经历了一条 U 形运行线,行业主业收入和利润等经济运行走势,与汽车产销运行线吻合,汽车产销与行业经效自 9 月起逐渐出现反转。
主营业务收入,全行业一季度 16176.6 亿元,增长 4.8%;上半年 33322.1 亿元,增长 3.8%,较一季度下滑 1 个百分点;三季度 49326.9 亿元,增长 2.2%,比上半年又下挫 1.6 个百分点;年末出现反弹,增长重回 4.8%,与一季度持平。实现利润总额,一季度 1331.2 亿元,下降 1.0%;上半年 2920.0 亿元,下滑 2.1%,较一季度加深 1.1

个百分点;三季度 4083.8 亿元,下滑 4.4%,比上半年又下挫 2.3 个百分点。随后跌幅出现收窄,1-10 月下降 3.1%,较三季度收窄 1.3 个百分点;1-11 月又负转正,增长 0.6%;年末以 1.5%的微弱增长,跻身全国 41 个工业大类中的 12 个增长行业之中。

零部件好于整车

按小行业分类,主营业务收入,整车制造业 34508.60 亿元,低增 1.68%,增长额 570.92 亿元;零部件制造业 32117.23 亿元,增长 8.29%,增长额 2457.67 亿元。利润总额,整车制造业 3441.25 亿元,下滑 5.62 %,减少 204.75 亿元;零部件制造业 2464.79 亿元,增长 13.41%,增长额 291.50 亿元。
按经济投资分类,外商投资企业(含中外合资)营收 30478.55 亿元,增长 2.30%,增幅下降 9.27 个百分点;利润 2941.46 亿元,下降 6.30%,由 2014 年的正增长滑入负增长。内资企业营收 39893.43 亿元,增长 6.25%,增幅下降 6.30 个百分点;利润 3089.29 亿元,增长

8.70%,增幅下滑 8.29 个百分点。
受宏观经济形势严峻和汽车市场低迷影响,一汽大众和北京现代乘用车企销售下降,上汽通用、神龙汽车、上汽大众和一汽丰田等乘用车销售微增;北汽福田、东风、金杯、一汽和江淮等商用车企销售两位数下挫,势必阻遏了整车业经效前进的步伐,整车不及零部件,也在情理之中。

大集团盈利水平下降

17 家重点企业(集团)营收增长率,前 3 个季度始终处于下降态势,一季度增长 1.33%,上半年下降 1.14%,三季度下降 3.49%;年末降幅有所收窄,全年微增 0.51%,由负转正,全年营收 31404.01 亿元。重点企业(集团)之间,营收增速差异也很分明,排名前 5 的上汽、一汽、东风、北汽和长安,除一汽外,4 家高于上年;另 12 家重点企业(集团)中,8 家高过上年,4 家低于上年。大集团全年盈利波动起伏大,一季度-1.61%,1-4 月-18.78%,上半年-3.28%,三季度-6.91%,直至年末收窄到 2.91%。10

家低增微增,利润 2114.90 亿元;5 家负增,利润 1365.71 亿元;2 家亏损,亏损额 3.84 亿元。

大集团盈利水平下降,受累于轿车销售持续不振、中重型货车市场萎缩扩大,同企业新产品研发费用加大、成本提高以及产品大幅促销降价密切相关。

股东净利润升降不一

多家整车上市公司日前初步披露的 2015 年度业绩,显示了归属于股东的净利润。上汽净利润 296.51 亿元,增长 6%,超 2014 年 16 亿元;长安汽车净利润 93-101 亿元,增长 23-33.58%;广汽净利润较上年的 31.86 亿元增长 20-45%;比亚迪净利润 28.29 亿元,增幅高达 552.63%;东风汽车净利润 3.53 亿元,与上年 1.4 亿元比增长 150%。长城汽车营收虽增 21.5%,但股东净利润 80.4 亿元,微降 0.02%。

净利暴增的比亚迪表示,他们主要得益于新能源汽车爆发式增长,插电混动“秦”和“唐”受市场热捧;纯电动大巴 K9,收获了国内外大量客户。

张伯顺

上汽大众C级豪华车首秀

大众汽车集团大众品牌首款 C 级豪华轿车在日前举行的 2016 日内瓦车展迎来首秀。PHIDEON 将于今年第三季度率先进入中国市场,并由上汽大众生产销售。

PHIDEON 源自奥迪 A6 平台开发,车身长超 5 米、轴距超过 3 米。作为大众品牌旗下首款、并且也是唯一一款 C 级豪华轿车,PHIDEON 衔接未来辉腾、弥补市场空白、扩大大众品牌豪华车市场的意义不言而喻。

PHIDEON 在后排舒适性上的表现可圈可点。值得一提的是,PHIDEON 搭载空气悬架系统,并提供五种驾驶模式选择。此外,它还首次搭载了夜视系统、抬头显示系统等众多高端科技配置。

上汽大众这次进军豪华车领域,也让消费者对 PHIDEON 的前景充满期待。PHIDEON 有望在北京车展进行国内首秀。



上汽4月发布全球首辆互联网汽车



近日,上汽集团与阿里巴巴集团双方决定,将于今年 4 月发布全球首辆“互联网汽车”——荣威城市 SUV,告别互联网汽车史前时代。这将是全球首款真正量产的互联网汽车,将打通汽车全生命周期用车需求和互联网生活圈,让用户体验到一个基于互联网的、更加便捷的移动智能化生态圈。

据了解,荣威城市 SUV 将安装由上汽与阿里巴巴联合研发的智能互联车载操作系统,将为用户构建起移动智能化生态圈。另外,这款车将搭载上汽“蓝芯”

世界级高效动力科技,后续还将提供“绿芯”插电式混合动力和纯电动车型。鲜明的互联网功能特色加上世界领先的动力科技,将构成这款“互联网汽车”最核心的竞争力。

早在 2015 年 3 月,上汽就与阿里宣布合资设立 10 亿元的“互联网汽车基金”,研发下一代互联网汽车。双方联手打造首款荣威“互联网汽车”,正是基于两者在汽车和互联网方面领先的行业优势。这款荣威城市 SUV 的推出,将以创新为整个汽车和互联网行业带来巨大变革。当互联网汽车替代掉手机等移动终端的大部分功能,它给生活习惯和驾驶体验带来的改变无疑是巨大的。

上周,有消息称,中国第一汽车股份有限公司董事会正式批准成立红旗事业部,与红旗品牌原来归属的一汽轿车股份有限公司成为平级单位。

随即有消息传来,一汽集团方面对此事予以否认。

随后又有一汽轿车内部人士向媒体透露,一汽集团董事会的确讨论了推动红旗事业部成立的事情,但何时成立并无时间表。

如此反转,只说明一个事实,那就是红旗事业部会成立,等一汽集团官方宣布即可。

作为中国汽车民族工业的金字招牌,此事一出,红旗品牌立刻成为了舆论焦点;成立事业部,意味着红旗品牌将会以独立的姿态迎来又一次复兴。

红旗品牌,犹如它的名字,是中国民族汽车工业的一面旗帜。1958 年,红旗轿车诞生,当时国家领导人对此满心欢喜,中国人能自己造汽车的成就极大地鼓舞了士气,红旗品牌一炮而红。即使 1984 年红旗品牌凤凰涅槃,也丝毫没有影响它的知名度。到 2008 年一汽启动“复兴红旗”项目时,国人表现更多的是激动。在资金投入上,有明确的数据显示,“十二五”期间,一汽用于红旗研发的费用高达 105 亿元,红旗的城市展厅,前期投资高达 3000 万元。

多年来,花大价钱复兴多次的红旗品牌,却依然很难在汽车销量排行榜上刷出存在感。例如,2013 年上市的红旗 H7,头两年年销量没超过 3000 辆,2015 年也才 5000 辆,而它的竞品奥迪 A6L,2015 年月平均销量超 1.2 万辆……可又能怎样?我们的民族情怀需要这么一个吉祥物来支撑,否则阅兵车开谁家的,否则何处诉衷肠?

但如果一直都是吉祥物,有着得天独厚优势的红旗品牌真的是可惜了,这些优势,至今都令吉利、奇瑞、长城等羡慕不已。坦白说,就现有产品而言,实在难以看出红旗车的技术创新和市场优势,相反,看到了它对国外成功车型的各种借鉴、模仿。与此同时,政治产物带来的仪式感,也让不少消费者望而却步。一汽已公布的战略规划显示,红旗 2020 年前将有 5 款新车推出,布局 SUV、B、C、D、E 级完整的产品线。在所有的汽车品牌都在推年轻化、个性化、技术化、实力派产品的今天,不知道这一次红旗会不会真的被放出来独自闯市场,也不知道 2020 年的红旗,会以怎样的改变来面对大众消费市场,真正以复兴的气势,继续承载中国人的民族情怀。

姚琼

红旗轿车不应只是吉祥物

荣威350将推Carplay车型

日前有消息称,在 Carplay 热潮的带动下,上汽荣威 350 或将在下半年推出 Carplay 车型。不久前,苹果公布了支持 CarPlay 的车型名单,其中售价亲民的荣威 360 一举成为 Carplay 汽车“销量王”,与价格高昂的豪车品牌 CarPlay 车型形成鲜明对比。据悉,支持 Carplay 的荣威 360 销量占据其总销量的 90%,足见市场对 CarPlay 车型的需求之大。看来,与荣威 360 并称荣威“中级车双雄”的荣威 350 也有意借助 Carplay 的热度,进一步拉动销量,在该细分领域分一杯羹。

虽然上汽方面对此事未明确表态,但随着 CarPlay 系统势必成为 4G 时代汽车智能化发展的主流,未来上汽荣威全线产品都搭载 CarPlay 也不是不可能。

宝龙

元月全国二手车交易“升至新高度”

1 月,全国二手车市场完成交易 80.63 万辆,实现交易额 469.7 亿元,环比分别回落 20.72%、23.15%,同比增长 64.42%、61.02%。从往年交易数据看,年初市场活跃度要低于年末似成规律,1 月交易量的回落实属正常。同比大幅度上升,是去年同期 49.04 万辆的低交易基数所致。“80 万辆的交易量表明二手车市场

通过几年积累,已经提升到了一个新高度。”中汽流通协会副秘书长沈荣如是评说。

主流二手车 B2C 电商平台,1 月上传的车源有 29.37 万辆,仅有 36.4%的车辆完成了交易,只占当月总交易量的 13.26%。线下渠道实现交易周期 26.6 天,线上 B2C 销售周期为 32 天。可见,迅猛发展的二手

车电商,并没有体现出快速和高效的优势。沈荣认为,二手车电商必须依据市场现状和发展期待进行必要的战略调整。

1 月,上海二手车交易保持良好发展态势,当月完成交易 43391 辆,环比回落 7.36%、同比增长 49.67%;交易额 33.63 亿元,环比下降 7.74%、同比增长 26.95%。 川页