

汽车周刊



本报专版部主编 | 总第 665 期 | 2016 年 12 月 21 日 星期三 责任编辑:张 云 视觉设计:戴一鸣 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

好于金九银十 又创历史新高 ——11月中国汽车市场分析

11 月,我国汽车生产 301.06 万辆, 环同比分别增长 16.40%、17.75%;销售 293.87 万辆,环同比分别增长 10.90%、16.55%。1-11 月,累计产销 2502.70 万辆、2494.80 万辆,分别增长 14.26%、14.11%。11 月车市既好于“金九”,又胜过“银十”,销量创出历史新高。来自经销商的库存预警指数又微降 1.6 个百分点,位于警戒线以下(49.9%),表明车市延续稳中向好态势。

小车市场翘尾强劲

购置税减半优惠政策临近到期,车市翘尾更趋强劲。1.6 升及以下乘用车 11 月销售 187.6 万辆,同比增长 20.5%,高于乘用车(总体)增速 3.3 个百分点,其销量占乘用车总销量的 72.4%。1-11 月累计销售 1562.8 万辆,增长 22.5%,占乘用车销售总量的 72.1%,比上年同期提高 3.8 个百分点。

朗逸、轩逸、英朗、卡罗拉、速腾、福睿斯、捷达、桑塔纳、帝豪和朗动等 11 月轿车市场十强,几乎清一

色是 1.6 升及以下排量,总共销售 33.48 万辆,占了轿市近三成市场份额(26.08%)。

轿市迎6个月增势

11 月,乘用车销售 259.02 万辆, 环同比分别增长 10.5% 和 17.2%。四个大车型销售呈不同幅度增长,其中轿车自 5 月起迎来 6 个月增势,11 月销售 128.35 万辆,环同比增长 9.65%、8.83%;SUV 销售 101.86 万辆, 环 同 比 增 长 13.69%、41.47%;MPV 销售 23.57 万辆,环同比增长 1.70%、7.94%。

1-11 月,乘用车累计销售 2167.81 万辆,增长 15.57%。其中轿车销售 1089.52 万辆,增长 4.14%;SUV 销售 793.88 万辆,增长 45.49%;MPV 销售 222.44 万辆,增长 21.28%。

重卡呈现一车难求

商用车 11 月销售 34.8 万辆,环同比增长 14.0%、11.7%。客车销量同比下降 9.3%, 货车销售同比增长 16.4%,其中重卡销售 9.18 万辆,环同

比增 31.93%、96.67%;中卡销售 2.33 万辆, 环同比增长 28.10%、16.36%, 货车拉动商用车增长,十分明显。

1-11 月,商用车累计销售 326.99 万辆,增长 5.30%,增幅进一步提高。其中客车销售 47.65 万辆,下降 8.56%;货车销售 279.34 万辆,增长 8.09%,重卡和中卡分别销售 65.76 万辆、20.05 万辆, 增长 31.31%和 15.40%,重卡出现一车难求现象,源于基础设施大项目增长、物流业竞争、治理超载加严。

中国品牌增长迅速

11 月,中国品牌乘用车销售 112.95 万辆, 环同比增长 6.75%、21.75%;其销量占乘用车销售总量的 43.61%。1-11 月,中国品牌乘用车销售 925.12 万辆, 增长 20.18%;其销量占乘用车销售总量的 42.68%,同比提高 1.64 个百分点,其中 SUV 销售 456 万辆,MPV 销售 199.4 万辆,轿车销售 207.7 万辆,同比仍下降 4.6%,但跌幅较前 10 月再收窄 2 个百分点;市占率 19.1%,比

前 10 月微升 0.2 个百分点。

前 11 月,德日美韩和法五系乘用车分别销售 413.17 万辆、340.14 万辆、263.80 万辆、156.92 万辆和 55.73 万辆,同比,法系降幅明显,韩系增速略低,其他增长较快。

出口数量金额双增

海关总署数据显示:前 11 个月,汽车(含底盘)出口 72 万辆,同比增长 6.7%;出口值 641.10 亿元人民币,增长 0.8%。这是今年汽车整车出口数量和出口金额首次实现双增长。

上汽协统计的车企出口报交数连续 4 个月增长,11 月为 7.4 万辆,环比增 19.6%,同比增 34.6%。其中乘用车 5.5 万辆,环比增 25.1%,同比涨 55.5%;商用车 1.9 万辆,环比增 6.5%,同比下降收窄至 2.6%。1-11 月汽车出口 62.9 万辆,降幅继续收窄至 5.1%。其中乘用车 41.9 万辆,增长 6.9%;商用车 21 万辆,下降 22.4%。

新能源车大幅滑落

中汽协统计,11 月新能源车销售 6.5 万辆,同比增长 6.4%。其中纯电动 5.8 万辆,增长 27.4%;插电式混动 0.7 万辆,下降 56.6%。1-11 月,新能源车销售 40.2 万辆,同比增长 60.4%。其中纯电动车 31.6 万辆, 增长 77.8%;插电式混动 8.6 万辆,增长 18.0%。

新能源车增速继续回落,预期年销 70 万辆已经“梦”碎;年中调整的 50 万辆目标,也有可能落空。

营收利润同步增长

汽车销量排名前十家企业(上汽、东风、一汽、长安、北汽、广汽、长城、吉利、奇瑞和华晨)11 月整车销量 260.26 万辆, 占汽车总销量的 88.56%;前十家企业 1-11 月整车销量为 2208.39 万辆,增长 13.50%,较前 10 月提升 0.8 个百分点;其销量占汽车总销量的 88.52%。

汽车制造业 1-10 月主业收入 63323 亿元,利润 5224.2 亿元,营收和利润同步增长,均为 13.9%,远高于规模以上工业增速。其中 17 家重点企业(集团)营收 28796.66 亿元,增长 15.98%,与前 9 月比提高 0.73 个百分点;利润 2985.94 亿元,增长 9.64%, 与前 9 月比提高 1.20 个百分点。

张伯顺

董小姐的造车梦有点不对劲

上周五,在北京人民大会堂,格力电器的董明珠宣布以个人名义投资珠海银隆,她还拉上了万达、京东、中集和燕赵汇金国投等一同投资,总出资额约 30 亿元,董小姐个人就近 10 亿元,所有人都在说她“铁了心的要造车”。

经历了 35 条收购公告刷屏、股东角力、卸任集团董事长、宣布为员工加薪、“野蛮人敲门”等轰动事件后,董小姐仍执着于珠海银隆,此等坚韧日月可鉴。可是,董小姐,国内新能源车的生产和运营都是要经过政府批准,有正式牌照才能生产能力的,而目前拿到牌照的,似乎不包括珠海银隆,你真的找到了属于自己驰骋的草原?

纵观董小姐的造车梦,唯一让人疑惑不解的,倒不是资金问题,而是董小姐的变化。7 月份,在 CCTV-2 节目上,董小姐表示说要造车,并投入 100 亿元研发乘用车。等到 8 月份,董小姐又表示说,格力表面造车,实际是看上了蓄能市场,这里有几万亿的发展空间。有心人曾查过,董小姐战略突然转变的原因,是因为珠海银隆的乘用车生产资质被收回了。可是,造车和蓄能市场实在是两个战略方向,在一行有了起色并有足够的资金,才有可能进入另一行,例如,比亚迪的王传福,玩转了电池再进入汽车,特斯拉的马斯克,在电动车界独领风骚后再造电池厂。随便改变战略,股民压力好大。

至于珠海银隆的能力,表面看也有难以理解之处。珠海银隆擅长的是钛酸锂电池,如果真的是行业特色,为什么格力收购一波三折之时,其他企业没有觊觎、下手?在跨行业造车、互联网造车很是红火的当下,慧眼识珠的为什么只会是董明珠?莫非是为她量身定做?在账面上,做钛酸锂材料的北方奥钛连年亏损,做钛酸锂电池的河北银隆也连年亏损。至于珠海银隆魏银仓公开表示,2017 年接到储能订单 1000 亿,有理工生帮我算过,1000 亿差不多能搞定 250 亿瓦的电,是今年全世界所有电池储能装机容量的 25 倍。一年拿下 25 个全世界,好像有哪里不对。

但董明珠认定这是未来实现中国制造强国之梦的一条必经之路,即使造车,她也是为社会环境尽一份力。无论如何,我们祝砸了 10 亿元的霸气彪悍姐好运。

姚琼

上汽乘用车今年销量破30万辆

12 月 14 日,上汽乘用车今年销量破 30 万辆。继 11 月 24 日宣布提前完成全年 24 万销量目标后,上汽乘用车以平均 10 天突破 1 个“小目标”的惊人速度,快速闯关 27 万辆、30 万辆,成功打出“三连击”,显示出其步入发展快车道的强大后劲。

今年 11 月份,上汽乘用车销量再破 4 万辆,同比增速高达 107%,位列中国主流车企增速第一。今年前 11 个月上汽乘用车累计销量超过 27 万辆,同比增长超过 87%,远超车市整体增长速度。按照这个速度,已成功冲击 30 万辆的上汽乘用车,预计将超额 30%



完成全年销量目标。

作为上汽自主品牌的重磅车型,荣威 RX5、荣威 360、荣威

eRX5、名爵锐腾等新一代优质

产品,凭借领先时代的新体验、新价值,同时在轿车、SUV、互联

网汽车、新能源汽车等多条“战线”告捷,带动上汽乘用车销量不断走高。

中国优秀 SUV“全球首款量产互联网汽车”荣威 RX5,首月交车近万辆,次月交车近 1.4 万辆,第三、四个月销量持续破 2 万,连续两个月挺进 SUV 热销榜前十,堪称中国 SUV 增速王。“全球首款互联网新能源 SUV”荣威 eRX5,给用户带来更节能环保、更智能便捷的新出行价值。“蓝芯”代表车型荣威 360,凭借全方位高品质和扎实的用户口碑,一年多累计销售近 10 万辆。

宝龙

创新驱动 宝马迎新蓄势待发

宝马重申中国市场在全球战略中的重要地位。12 月 16 日,宝马集团大中华区总裁兼 CEO 康思远在京表示,2017 年,宝马将进一步推动全球战略在中国落地,在品牌、产品、数字化和本土化等方面继续发力,将在中国推出 14 款令人振奋的新产品,并将宝马独特的客户品牌体验提升至行业最高水平。

2016 年,宝马集团在中国市场上推出了 10 多款新车,前 11 个月销售了超过 47 万辆的 BMW 和 MINI 汽车,同比增长 11%,超过上一年全年销量。专为中国客户量身打造的华晨宝马全新 BMW 1 系运动轿车和全新 BMW 5 系长轴距将于明年内推出;不久的将来,国产宝马的车型系列将增至 6 款,新能源产品的数量也将逐步增加。

作为未来增长的中流砥柱,全新 BMW 5 系长轴距车将以卓越的动感和创新再次成为完美的豪华商务座驾;全新 1 系运动轿车将于春节后推出,“史上最快的宝马”M760Li

将于明年初上市。明年 4 月,新一代 MINI COUNTRYMAN 将正式推出,从而完成 MINI 家族的更新换代。此外,BMW 摩托车 2017 年将推出首款排量在 500cc 以下的车型:BMW G 310 R。

宝马集团前瞻未来的战略规划正逐步落地中国,在中国进行自动驾驶的测试里程达到了 1.4 万公里。在电动出行领域,宝马拥有 5 个产品 9 个车型的最强豪华新能源汽车阵容,而未来还会引入更多产品;BMW 即时充电 TM 桩的数量将从 2016 年的 1500 个提升到 2017 年的 2500 个,私人充电网络推广到 54 个城市。

在数字化客户服务领域,宝马也正在中国迈出新的步伐。宝马宣布,“BMW 云端互联”将正式引入中国市场,从 12 月 31 日开始,中国用户即可在苹果应用商店免费下载中文版“BMW 云端互联”,安卓版本将于 2017 年 4 月上线。

余音

2015-2016“BMW 中国文化之旅”成果双年展 12 月 14 日在沈阳开幕。此外,首届“BMW Lifestyle(BMW 生活精品)非遗创意设计大赛”也圆满收官,23 位非遗传承人的优秀创意作品分别获得了金银铜奖和优秀奖。

“BMW 中国文化之旅”自 2007 年启动,是 BMW 携手各相关方长期开展的企业社会责任项目。2015 年和 2016 年,“BMW 中国文化之旅”分别探访了陕西和四川的 40 余项非遗项目。本次成果双年展通过静态展示、现场展演及互动体验等形式,鲜活再现了陕西省厚重的文化土壤和四川省瑰丽的文化长卷。展览还首次大规模向公众展示在“清华美院 BMW 非遗保护创新基地”进修的非遗传承人的创意作品,展示非遗走进现代生活的可能性和创造性成果。

姚琼

宝马展示「中国文化之旅」成果