

汽车周刊



本报专刊部主编 | 总第 686 期 | 2017 年 6 月 7 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

去年中国车市在很多人都不看好的情况下交出了一份出色答卷,不料进入 2017 年后风云突变,中国车市在一季度增长乏力的情况下,4 月首次出现负增长,与去年车市的火爆呈现出强烈的对比。中国车市再次徘徊在十字路口,下滑是暂时还是会延续?

两种不同看法

4 月车市似乎来了个“急刹车”,首次同比、环比均出现双降。1-4 月虽保持小幅增长,但增速明显减缓,对此业内有两种不同的看法。乐观派认为,4 月份通常是汽车市场淡季,受终端市场消费需求不旺影响,产销出现双降并不意外,市场需求依然强劲。今年 1-4 月中国车市总体仍维持 4.6% 的增长,尽管这一数字与去年同期相比有所回落,但下滑仅有 1.5 个百分点,在合理范围之内。基于这种判断,下滑只是暂时,还有上升空间,特别是国家“一带一路”战略为汽车业提供了前所未有的发展契机。另外,国际原油价格在低位徘徊,国内汽油价格一路走低,易到等网约车频频爆出负面,对汽车消费都是重大利好。

悲观派认为,下滑超出预期,担忧今年宏观调控对国民经济和车市发展的影响。随着购置税减半政策的退坡,其对车市的影响也逐渐显现。很多消费者都选择在购置税优惠政策退坡前,进行持续抢购。受到

透支因素的影响,哪怕是厂家自掏腰包进行补贴,未来的中国车市恐怕也很难再掀起巨大浪花。与此同时,随着公务车采购严控,劳动力、原材料、经营成本不断攀升,车企的利润率直线下滑;经销商考虑到销售低迷而不愿进货补库存,渠道蓄水池效果在减弱,形势不容乐观。

尽管看法有所不同,但有一点是一致的——2017 年中国车市增速会放缓。对于全年的销量走势,多数分析机构均持谨慎态度。中汽协会副秘书长师建华表示,今年市场增幅将与 GDP 同步,同比增长预计为 5%。而汽车流通协会副秘书长肖政三则认为增幅将在 5%-10% 之间。由于购置税优惠政策并未完全“退出”,而是优惠幅度收窄,仍对市场有一定的保障作用。但新能源汽车市场却正在经历一场持久的降温。自去年下半年政府对新能源政策加大调整力度并严格监管以后,2017 年新能源市场真实的市场发展状态也呼之欲出。

呈现三大变化

国内车市在“急刹车”的同时,又呈现出三大新变化。一是向来高速增长 SUV 销

量明显下降,4 月环比下降 17.76%,一些原本市场前景较好的 SUV 车型,下滑非常明显。对许多车企而言,SUV 不再是拉动销量的“灵丹妙药”,SUV 躺着数钱的好日子已经到头。一方面是消费者对 SUV 的消费热情不可能无止境地高涨,另一方面是新车型不断涌现加剧竞争,接下来的几个月内,瑞风 S7、吉利远景 X1、长安 CS55、新 Jeep 自由光、马自达 CX-5 等新车型扎堆上市。为了提高销量,启动“以价格换市场”策略,已有一批厂家进行了官方降价。而从趋势看来,价格走低、利润变薄是 SUV 市场必须面对的严酷事实。

二是之前一路高增长的中国品牌销量也出现了不同程度的下滑。4 月,中国品牌乘用车销售环比下降 23.37%,同比下降 1.94%,占有率比 3 月下降 3.07 个百分点,连续两个月环比下降。同时,根据乘联会发布的数据,4 月份国内狭义乘用车销量前十名企业排行榜与 3 月份相比,呈现较大波动,特别是吉利超越长城,一直往前冲到第六位,长城位列第七,昔日的自主龙头老大长安却无缘前十。中国品牌车型留态内耗竞争,给了合资 SUV 反攻的机

会,再度诱发中国品牌消费危机。

三是韩系法系降幅明显。4 月韩系品牌因中韩关系恶化持续下滑,北京现代和东风悦达起亚继续跌出销量排行榜前 10 名,北京现代 4 月销售仅 5 万余辆,跌落到了谷底。集体低迷的还有法系品牌,今年前 4 月,标致雪铁龙一落千丈,国产后的雷诺 SUV 虽然看上去销量递增,但整体依然缺乏持续向上的动力源。

理性对待市场

日前,中国汽车流通协会对外发布 4 月份“汽车经销商库存调查结果”。汽车经销商综合库存系数为 1.92,环比上升 16%,同比上升 25%,库存水平位于警戒线以上。与此同时,一季度汽车工业景气指数为 39,处于浅蓝灯区,综合评价行业未来情况趋冷。

一般情况下,每年汽车销量走势基本上都是两头高,中间低。4 月开始进入淡季,而到 9 月又回到旺季。今年 4 月环比下跌还算正常,但同比下滑却是个不好的信号,因此今年车市走势是 L 形还是 V 形反弹还不好判断。此前,增速最快的新能源汽车前 4 月也没有呈现强劲的增

长势头,SUV 增速明显放缓,轿车一如既往呈下滑态势,目前市场没有什么增长亮点,未来几个月的销量淡季对众多车企而言是一大考验,将面临更大的挑战和压力。

必须指出的是,目前中国车市“无 SUV 不欢”的局面已经形成,在这一轮“淘金”潮面前,已尝到甜头的,变本加厉扩军备战;还没分得一杯羹的,则削尖脑袋往里钻,这种大干快上的“集体冲动”,已造成新一轮产能过剩。一个真正健康的车市,应该是产品多元、结构合理且产销相对平衡的。

此前,有业内人士预测,如果 2017 年购置税完全退出,中国车市将出现负增长,是需要下猛“药”的,这剂猛“药”就是出利好政策。但是,如果一味依赖于政策刺激,市场是永远做不大的,依靠内生动力才能实现真正的增长。另外,对于一直纠结于产销量的中国汽车业来说,产销量不应成为“成王败寇”的唯一标准。过去往往因过于纠结产销销量而忽略很多重要元素,如消费观念的更新、消费趋向的变革、市场结构的变化及产业链的健全等,而汽车业未来发展的秘密,恰恰“潜藏”在这些重要因素内。

雍君

英特尔预测无人驾驶“福利”——催生价值7万亿美元乘客经济

英特尔公司近日发布了一份市场调研的研究结果,该调查主要研究了当驾驶员“退休”成为乘客后,尚未被挖掘的经济潜力。市场分析机构 Strategy Analytics 对英特尔创造的新词“乘客经济”进行了研究,调查预测,乘客经济的规模将从 2035 年的 8000 亿美元激增到 2050 年的 7 万亿美元。

历史一再证明,技术是巨大社会变革的催化剂且企业必须适应这一转型,否则就有可能面临失败,甚至遭遇濒临倒闭的危险。当人们从“开车”转变为“乘车”时,无人驾驶和智慧城市技术将催生全新的乘客经济,逐渐重新

配置各行各业,并随着时间推移和认知盈余从而开启全新的产业。

城市规划专家兼未来出行学者 Greg Lindsay 表示:“未来出行、经济进步以及像乘客经济这样全新的增长机会需要进行持续对话。我很高兴能和英特尔一道提出这样的概念,并从各行各业的视角来寻求解决方案,这其中包括汽车制造商、投资人、政策制定者以及初创公司,这些行业正在塑造未来。”

这份报告从消费者和企业的角度分析了其经济价值,并开始构建用例,旨在让决策者能够制

定可行的变革战略。

报告指出,出行即服务的业务预计催生价值约 3 万亿美元的收入,占“乘客经济”总收入的 43%。使用出行即服务的消费者预计产生 3.7 万亿美元的收入,也就是“乘客经济”总收入的 55%。保守的估计,在 2035 年到 2045 年的乘客经济时代,无人驾驶汽车将挽救 585000 条生命。在全球最拥堵的城市,无人驾驶汽车每年预计将节省 2.5 亿小时的消费者通勤时间。在 2035-2045 年的乘客经济时代,与交通事故相关的公共安全成本可能会节约超过 2340 亿美元。 林夏



端午节期间,备受期待的“法拉利赛道日嘉年华”连续第七年登陆中城,约 45000 名热情洋溢的法拉利车主、车友齐聚上海国际赛车场,共同体验跃马品牌无与伦比的激情与活力。

今年的赛道日嘉年华精彩程度更上层楼。由 F1、XX 项目及亚太挑战赛组成的法拉利客户赛车项目依旧备受追捧;由多款经典车型组成的史上最

强阵容华丽亮相,倾力呈现品牌长达 70 年的峥嵘岁月。在嘉年华的现场也出现了诸多明星车主及嘉宾的活跃身影,令此次盛事更加星光熠熠。

在嘉年华的现场,部分幸运来宾参与了法拉利试乘试驾体验,实现了自己梦寐以求的速度与激情。试驾者在法拉利教官的陪伴下完成了一系列赛道体验,尽情领略法拉利全系车型的无穷魅力。 林夏



第18辆宝马艺术车全球首发 中国艺术家曹斐创新展现未来出行愿景

由中国艺术家曹斐女士以 BMW M6 GT3 为原型车创作的第 18 辆宝马艺术车 5 月 31 日在京全球首发。这位多媒体艺术家把增强现实技术与实体车身相结合,打造出一部穿越时空的装置艺术作品,由此展望以自动驾驶和人工智能为特征的数字化未来出行前景。

2015 年 11 月,由全球艺术领域最具有影响力的 1212 人组成独立的宝马艺术车评审团,无记名投票决定,由曹

斐创作第 18 辆宝马艺术车。历经 18 个月的调研、思考和创作,曹斐终于完成了第 18 辆宝马艺术车。

此次,多媒体艺术家曹斐以其特有的艺术手法创作宝马艺术车,构建了一个“三位一体”的平行时空——整个装置艺术作品由三部分组成:一部视频短片,一款通过 AR 增强现实技术呈现彩色光影的 APP 手机应用软件,以及一辆纯黑的 BMW M6 GT3 赛车。 余音

奥迪认证二手车全面升级

在日前举行的官方认证二手车品牌日活动中,一汽-大众奥迪发布了全新品牌名称和全新品牌形象,并展示了官方认证二手车在服务、渠道和品牌形象方面的全新升级。当晚,奥迪精品二手车全系亮相,展现了卓越的价值。

据悉,一汽-大众奥迪开展二手车业务 13 年,每年投入超过十亿元推动业务发展。如今已拥有 3300 余名二手车专业人员,443 家授权二手车经销商,203 家奥迪“官方认证二手车标准展厅”,实现置换销售新车超过 53 万辆,本品牌二手车销售超过 20 万辆,在

豪华二手车市场遥遥领先。7 月份,奥迪官方认证二手车应用程序也将上线,进一步丰富用户的购车渠道。

作为市场的领导者,一汽-大众奥迪从 2004 年开始,就积极推行认证二手车的概念,所有车辆必须经过奥迪全球统一的 110 项专业检测,并且奥迪还与专业认证机构合作,确保所有检测项目同时达到国家认证标准;通过全球先进的车辆修复技术让每一辆二手车都经过再制造生产线的重新演绎,达到 100% 完美状态;客户可获得等同于新车的一年不限里程延长质保。 余音