

重点车企营收利润跌幅均扩大

我国汽车制造业今年1-4月工业增加值增速下降0.3%。上汽等17家重点企业(集团)同期完成工业增加值2544.48亿元,同比下降5.48%,较前3月扩大3.88个百分点,比行业跌幅高出5.18个百分点。17家重点企业(集团)完成工业总产值11000.73亿元,同比下降7.64%,减少额910.18亿元;完成工业销售产值10853.67亿元,同比下降8.08%,减少额954.16亿元。

全国汽车制造业前4月营业收入25583.1亿元,同比下降5.4%。上汽等17家重点企业(集团)同期营收12627.15亿元,同比下降9.16%,降幅高于全行业水平,较自身前3月扩大1.57个百分点,减少额1273.90亿元。营收高于上年同期的有7家(北汽、华晨、奇瑞、宇通、江淮、重汽和陕汽),营收3126.69亿元,占大集团营收的24.76%;有10家营收低于上年同期,营收9500.46亿元,占大集团营收的75.24%。上汽、一汽、东风、北汽和广汽5家名列营收前5位,其中北汽高于上年同期近5%。其余12家中,华晨、奇瑞和宇通营收增幅超过15%,江淮、重汽和陕汽增幅10%以下;长安、吉利、东南(福建)、金龙和比亚迪低于上年同期;庆铃汽车营收由正增长转为负增长。

全国汽车制造业前4月实现利润总额1480.1亿元,同比下降25.9%。上汽等17家重点企业(集团)同期实现利润总额899.42亿元,同比下降20.51%,较全行业低5.39个百分点,减少额232.01亿元。6家大集团利润总额高于上年同期,利润总额274.30亿元,占大集团利润总额的30.50%;6家利润总额负增长,利润总额654.21亿元,占大集团利润总额的72.74%;1家由亏损转盈利,利润总额9.44亿元;4家亏损,亏损额38.53亿元。此外,17家重点企业(集团)前4月完成利税总额1537.86亿元,同比下降20%。

重点企业(集团)利润总额两位数下滑,主因有二:一是整车销量空前减少,17家大集团前4月销售新车整车765万辆,同比下滑12%,减少100多万辆;二是国六国五切换,大集团旗下企业大力度促销国五压库,致大集团损失上百亿元利润。即便如此,17家大集团4月末的产成品库存资金还是高达1448.49亿元,较3月末上升1.49个百分点,增加资金占用30.94亿元。

川页

庞大汽车破产说明了什么?

近日,有关庞大集团申请破产重整的消息,引起业内一阵唏嘘。作为汽车经销商领域曾经的“天王巨星”“中国汽车销售服务十大企业集团”状元,国内首个上市同时也是全球市值最高的汽车经销商集团,庞大集团如此快折戟沉沙,究竟说明了什么?

其实,从去年开始,就一直不断传出庞大集团关店、裁员、降薪等消息,导致原因,主要是资金链断裂,引发恶性循环,最终“引爆”庞大破产。庞大集团董事长庞庆华在接受采访时曾提到,公司2018年被银行抽贷162亿元,加之2017年底被抽走的数十亿元,一年多时间,公司被抽贷超过

240亿元,犹如洪水决堤般不可收拾,直接让公司彻底陷入危机,最终被无情地推向破产重组的边缘,给人一种“风萧萧兮易水寒”的悲壮感。

究其原因,庞大集团走到今天这一步,主要问题出在盲目追求规模化的经营战略上。为了追求更大更多的市场,庞大进入资本市场,迅速进行全国扩张,尤其是以汽车销售产业园项目为名,到处圈地建设,重资金运营且分离了部分主业而进行地产化,让投资者和金融机构开始对庞大集团丧失信任。

庞大集团虽然体量大,但快速的扩张非但没有换来利润的增

长,反而凸显了庞大集团的病症,过分依赖巨额的现金流和厂家的分拨调配,这也充分体现出以庞大为代表的传统汽车经销商的“脆弱”和墨守成规。

从另一角度看,当中国车市迎来深度调整,庞大的破产,或将成为中国汽车销售模式变革的“催化剂”。2018年庞大集团归属于上市公司股东的净利润亏损61.55亿元,同比下降3003.23%。而与庞大一样受车市寒冬影响的经销商集团还有很多。在造车新势力及各种全新营销模式萌生的今天,传统的汽车经销商模式显然有些“力不从心”,巨大的库存压力使这些传统经销商出现资金

链断裂,同时还要面对造车新势力直销等模式的冲击,庞大集团的“倒下”应在情理之中。

值得反思的是,尽管车市寒冬对所有经销商的影响都是一样的,庞大集团“倒下”了,而有的经销商却通过升级转型走出了一条全新的生存之路。比如说中升集团和正通汽车就是其中的出色代表。如今很多经销商开始转型,由卖车向服务转型,大力开发二手车和汽车金融等业务。可以说,面对不可避免的车市寒冬,只要不墨守成规,努力寻求转型,就能够开辟一条在当下汽车市场真正适合自己生存发展的全新道路。

同样面临危机,一个企业倒下去,另一个企业却能站起来,说白了,就要看自身的本事了,但愿庞大集团能早日悟出这一硬道理来。

李永灼

广汽本田新缤智领潮新生焕动登场

作为为新生代消费者量身打造的又一款诚意力作,广汽本田新缤智 VEZEL 日前上市,新车共6个版本,售价为12.78万-17.68万元,全系车型可享受“三年或10万公里”的高标准保修政策。

新潮魅力不止,始终占据视觉焦点的缤智新车,首次搭载全新本田“地球梦科技”220 TURBO 动力系统和 CVT 无级变速器,强劲动力领先同级。新车还拥有全景天窗、智能领先的安全超感系统等装备,并带来新锐先锋外观,新增绽放橙、电音紫两

种潮流车色,充分满足年轻消费者对时尚与个性的追求。

新缤智首次的搭载全新1.5T 动力 220 TURBO 系统,最大功

率130kW,最大扭矩220Nm,百公里加速破9秒,还拥有百公里6.1L的超低油耗,真正实现充沛



的动力性能与燃油经济性、环保性的完美结合。其搭载的基于 Honda 技术开发的 CVT 无级变速器,在提升燃油经济性的同时实现了更加积极的响应速度,带来稳定、灵敏和平顺的加速感,可满足不同速度场景下驾驶者的需求。

与此同时,新缤智(VEZEL)搭载智能先锐的安全超感系统,包括主动巡航控制、车道偏移抑制、碰撞缓解制动、车道保持辅助,以及交通标识智能识别系统等多项功能,让驾驶者尽享智能科技的安全性。

余音



纯电动名爵EZS进军泰国

延续国内上市的火热势头,“首款满足全球标准的纯电动 SUV”名爵 EZS 顺势而上,近日在泰国上市,售价119万泰铢(约合26万元人民币)。紧随其后,纯电动名爵 EZS 还将于7月在英国等全球更多国家和地区上市,让纯电的年轻潮流同步全球。

名爵 ZS 此前多次夺得泰国 SUV 销量第一,纯电动名爵 EZS 的进入,不但弥补了泰国纯电 SUV 的空缺,满足当地消费者对更长续航里程、更高安全品质、更高性价比的纯电 SUV 需求,还将冲击日产 LEAF(聆风)等泰国在售的新能源车型。

相比售价199万泰铢的竞品日产 LEAF,纯电动名爵 EZS 的 NEDC 续航里程达335公里,优于 LEAF 的311公里;更搭载了可支持泰语控制的 i-SMART 互联网汽车系统。

江美

1.0T轿车低迷车市独领风骚

我国国产乘用车5月及前5月销售同比跌幅,分别为17.37%和15.17%,分别高出汽车市场(总体)降幅0.94和2.22个百分点。不过,也有一类车型在低迷的车市之中,独领风骚崭露头角。上汽通用的新英朗 GT/1.0T 和广汽本田的凌派三厢 1.0T,市场表现不同凡响,5月销量均突破万辆,前5月销量均超出5万辆;上汽通用的科鲁泽 1.0T 和东风本田的享域 1.0T,市场表现也不俗,前5月销量分别达到1.45万辆和1.28万辆。上述4款车

型,在5月和前5月1.0排量微型轿车细分市场中居于前4名,令人刮目相看。

其实,1.0L 及其以下排量微型轿车,曾经无比风光。上世纪末的几年里,夏利、奥拓和云雀充斥大中小城市,夏利一度成为京津大都市出租和家庭用车的主流车型。微型轿车在市场的落寞,始于2006年及其以后的十余年里。1.0L 及其以下微型轿车在轿市的份额,2005年为11.67%,到2017年最低谷时仅为0.5%。

在2017年前,多数传统微型轿车主动退出市场。2017年微型轿车之所以还能有0.5%的市场份额,主要是搭载三缸机的1.0T 车型杀入市场。如通用系的新英朗 GT、科沃兹和阅朗,本田系广本凌派三厢和东本思域,福特系新一代福克斯等6款车型,以及上汽1.0L 荣威 i6 和 MG6 三厢。

三技合一的小排量、缸内直喷和涡轮增压的1.0T 微型轿车,顺应日益严苛的节能减排要求,是发动机技术未来

发展的一大方向,市场效果开始显现。今年1-5月,1.0T 微型轿车累计销售16.2万辆,同比飙升726.5%,成为低迷车市中的几款翘楚品牌车型。

如今的1.0T 英朗 GT、凌派三厢和思域等美日系车型,1.0T 的上汽荣威 i6 和 MG6 三厢(PHEV)、以及吉利的1.0T 缤瑞等自主品牌车型,是1.0L 及其以下排量微型轿车从低端向中高端转型的杰出反映,“小不点”预示着高质量发展。

张伯顺

新款“国六”荣威RX3上市

荣威 RX3 “超爽系列”6月21日全新上市。新车提供1.6L 和 1.3T 两种动力选择,共9款车型,官方指导价6.98万-11.08万元。

新车是同级别小型 SUV 中唯一全系升级 I-MAX 超大尺寸智能防夹全景天窗的车型,天窗整体面积达0.83平方米。荣威 RX3 “超爽系列”还配备全球首创“狮王宝座”一体式儿童安全座椅,仅需四步即能完成“成人座椅”和“儿童安全座椅”的随心切换。该座椅还是全球首个绵密级一体式儿童安全座椅,选材柔软吸能,包覆感强。

动力方面,荣威 RX3 “超爽系列”搭载上汽世界级“蓝芯”高效动力,完全满足最严苛的真国六排放标准。其1.6L 车型搭载 CVT 无级变速箱,最大功率92kW,峰值扭矩158Nm,百公里油耗仅6L,节能能力媲美同排量轿车。

“壳保养智慧门店”重磅升级

依托全球数字化战略与资源,壳牌喜力近日正式升级“壳保养智慧门店”。此次升级将以门店为中心,依托数字化,联合众多行业的合作伙伴,共同创造汽车后市场的新生态,最终为客户提供高效、精准、便捷且有温度的服务。

据介绍,此次壳牌智慧门店升级的核心理念是“连接小生态、共创大生态”。加入到壳保养智慧门店,门店拥有了轻便、灵活、迭代快的数字化管理工具,工具以大数据为依托,掌握准确的用户画像,再配合线下运营、服务的创新,实现全场景、多触点、线上线下全覆盖,最终为车主提供更精准、更有温度的服务。

林夏

上汽大通南美销量突破万辆

6月初,一艘名为“安吉23”的巨轮,沿着上汽集团第三条国际航线——南美西航线,承载着上汽大通 MAXUS 包括皮卡 T60、MPV G10、宽

体轻客 V80 和首台纯电动智能物流车 EV30 在内共计600台车辆跨洋出海驶向南美大陆,开启了中国品牌扬帆海外的新征程。截至今年5月,上

汽大通在南美市场累计销量已突破万台,南美市场成为了其继澳新市场后的又一个“万辆级”海外市场。

凭借出色的产品力、优

质的服务和良好的用户口碑,上汽大通得以在严苛的市场环境下,与众多国际一流品牌同台竞技,并以成熟的“海外经营”方式形成了从品牌投入到售后服务的完整体系,代表“中国智造”成功抢占南美汽车市场份额。

江美