

汽车周刊



本报专刊部主编 | 总第 790 期 | 2019 年 8 月 14 日 星期三 本版编辑:张 云 视觉设计:窦云阳 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

汇率“破7”:汽车进出口孰喜孰忧?

8月5日,一则消息掀起汽车界波澜——人民币兑美元“破7”关口,突破人民币汇率的支撑点。汇率波动与汽车进出口息息相关,究竟孰喜孰忧?

“进口”波澜不惊

如果单从汇率变动的角度来看,受到影响最大的莫过于进口车市场。有分析认为,人民币汇率破“7”,进口车的成本将增加,会引起进口车市场的价格上浮,势必造成消费者的观望情绪增加,从而进一步影响下半年进口车市场。另外,汇率变动很可能会造成消费者担心进口车价格出现上涨,而出现提前购买的现象。然而,与曾经关税调整时的车企反应不同,目前还没有车企公开表示因为汇率的波动而调整旗下车型的售价,特斯拉、林肯等外资车企负责人明确表示,目前不会调整价格。中汽协会副秘书长师建华指出,进口汽车的消费人群相对购买力较高,且刚需消费的比例不高,受汇率的影响不会太大,短期内不会造成进口汽车售价的改变。

具体来看,对于大的主机厂,内部都有相应的汇率对冲机制,汽车的成本价和成交价之间有很大的缓冲带,不会立刻造成终端市场价格波动,而对平行进口车市场影响相对会大一些。而对传统车企来讲,由于指导价和终端成交价不完全一致,完全可以通过终端非市场手段来调节应对汇率的变化,但对以进口业务为主的车企来说,稍微会改变它的盈利,比如保时捷、雷克萨斯、特斯拉等车企的盈利水平将稍微受点影响。

“出口”迎来利好

汇率变动对汽车出口则是一个利好因素,将导致出口价格下降,使出口车企更具竞争力,日本、韩国等很多国家都采取贬值的措施来保护本国汽车产品在海外的竞争力。人民币贬值会在一定程度上促进汽车出口,今年上半年,中国汽车出口额达到71亿美元,汽车出口56万辆,同比增长4%。全国乘联会最新预测,汇率变动后,今年汽车出口将迎来利好,突破一百万辆。

不过,由于汽车出口受多重因素影响,自主品牌的价差与跨国公司相比非常明显,所以汇率小幅变化不会对汽车出口有特别大的影响。由于出口的国别不同,外加出口量并不多,汇率波动对汽车出口的影响程度也将不尽相同。一方面,汇率变动不会立刻触发出口车市场的价格波动,汽车出口对于企业整体来说只占一小部分,短期汇率的变化不会立刻改变市场的终端售价。另一方面,海外经销商也会盯着我们的“钱包”,要求降价并延缓付款时间,以降低其资金成本。

然而人民币汇率“破7”,对于出口目的地是美国的车企却称不上好事。由于美国对华一直都在不断加税,中国出口美国的汽车都使用美元结算。如果人民币贬值,那对于中国汽车出口企业来说,可能得不偿失。此外人民币贬值从一定程度上会促进出口业务。但未来若出口比例有明显提升,汇率波动影响将会加大,当前国际经贸,单边主义和贸易保护主义加剧,不确定因素与风险也随之增加。有业内人士直言,人

民币汇率调整对于汽车出口来说,是把双刃剑。要想保持出口市场持续向好的发展,出口企业务必“眼睛向内”,在提升产品竞争力、增强品牌国际影响力等方面狠下功夫。

引发“蝴蝶效应”

聚焦国内汽车行业来看,眼下车市遇冷,行业发展正处于敏感的过渡期,外部政策调整与贸易波动都有可能触动内部变化从而引发行业内的“蝴蝶效应”。

人民币汇率变动带来的影响不仅体现在整车进出口方面,还与零部件产业链息息相关。相比整车产业,汽车零部件企业对汇率的敏感度更高,一方面,中国汽车及零部件出口贸易中,零部件所占份额要远高于整车。另一方面,在与其他国的汽车贸易中,中国零部件出口远大于进口。在近5年的汽车行业出口类别中,零部件基本保持在75%以上。

汇率波动对零部件企业影响首先来自于营收层面,进而带来毛利率的变动。若产销量不变,成本在境内的企业因出口价格会随汇率波

动,导致出口销售额也相应波动,最终净利润将受到较大影响。而以境外公司运营为主的企业,因其成本在境外,汇率对出口业绩的影响则相对较低。若不考虑成本在境内境外,汇率对毛利率以及净利的会影响会随进出口贸易方的不同而变动,粗略来算,人民币兑美元汇率每贬值0.1,净利润影响6%以上。因此对于我国零部件出口企业而言,人民币贬值虽然有利于其出口业绩增长,但从境内成本角度来看,其净利润实际上会进一步缩减。

汽车进出口市场发展受到多方面因素的影响,汇率变动只是其中之一,汇率“破7”不会造成过多影响,不应以一时的汇率变化来衡量市场变化。人民币兑美元“破7”后,央行在第一时间迅速发出回应:此次汇率波动是市场行为驱动并决定的,无需过度关注。目前人民币汇率既可能贬值,也可能升值,双向浮动是常态。因此对于车企来说,更应以平常心理性对待汇率波动,至于未来汽车进出口走势如何,有待进一步观察。 雍君

奇瑞逆势增长背后的隐忧

中国车市进入下行区间,在极少数保持正增长品牌中,有一个闷声发财的品牌——奇瑞。数据显示,今年上半年奇瑞汽车累计销量28.45万辆,同比增长8.5%。在车市整体大环境低迷之际,奇瑞汽车的逆势增长,确实令人惊喜,但在惊喜之余,更多的却是隐忧。

纵观奇瑞上半年的销量表现,捷途是其产生增量的主要来源。捷途被业内誉为“价格杀手”,空间大,价格低,动力够用。该品牌首款SUV产品捷途X70,以中型SUV的定位卖出了紧凑型甚至小型SUV的价格,6.99万元-12.29万元的售价,让其一上市就呈现出热销态势。上半年,捷途品牌累计销量为5.4万辆,占奇瑞控股总销量的22.2%。然而随着捷途的诞生和热销,与捷途处同一领域的开瑞则走起了下坡路。今年上半年,其累计销量仅为4744台。业内认为,“价格杀手”捷途的到来,在某种程度上“截杀”了开瑞品牌在乘用车领域的市场份额。这种现象,使得奇瑞的多品牌布局,再次落上了“兄弟阋墙”的嫌疑。

除了捷途这个产品序列之外,奇瑞还推出另外一个全新星途品牌。首款车型星途-TX/TXL在今年上海车展上市,新车搭载1.6T发动机,匹配7挡双离合变速箱,是一款中型SUV。毫无疑问,星途的定位是高的,起步价就已高达12.59万元,相比起瑞虎8,起步价足足高出三万多元。但星途-TX/TXL与瑞虎8实在有太多相似之处,在配置上也没有优势。自上市来,星途旗下两款车型的单月批发销量仅在4月份突破2000辆,5月和6月的销量均在1700辆左右。入市三个月,星途的累计销量为5572辆,与其当初立下的10万辆销量目标相去甚远。而与星途产品动力总成有重叠的瑞虎8,却以“更低”的价格,侵占了星途TX和TXL的市场。由此来看,奇瑞坚持“多品牌”道路,将承担由品牌间相互倾轧带来的不利影响。

奇瑞一方面潜心搞研发,积累很多专利,造出了一些优秀产品;同时也在专心做渠道,短时间内,捷途渠道超过400个。但另一方面,奇瑞总有一份不安分的心,觉得“多生孩子好打架”。显然,在多品牌发展战略下,如何明确各品牌定位,如何平衡产品布局?将是其亟须破解的课题。 雍君

智行互联 史上最强卡罗拉震撼来袭

8月9日,一汽丰田全新第12代卡罗拉正式上市。燃油版和双擎版共8款车型的售价为11.98万-15.98万元。卡罗拉诞生52周年,全球销量超过4700万。全新卡罗拉展现出产品与价格的双重竞争优势,将高品质、耐久性和可靠性的优异基因延续。

得益于TNGA架构的升级,全新卡罗拉由内而外得到品质升级。新车前后全独立悬架设计,同级独有的弯道转向辅助系统和新式电子助力转向系统,使得操控性提升,驾驶更有乐趣;内饰简约更显高级,不同版本搭载12.1英寸和9英寸中控屏。

新车搭载的1.2T涡轮增压



发动机,最大功率85kW,最大扭矩185Nm,配合10速S-CVT变速箱,拥有超越同级的平顺感与燃油经济性。而双擎车型搭载丰田全新一代混合动力系统,升级的1.8L阿特金森发动机热效率高

达40%,综合工况油耗降低至4.0L/100km。两大动力总成均全面满足国六排放标准。

全系搭载最新的丰田智行安全系统,全新卡罗拉具备L2级别自动驾驶的核心功能。其预碰撞安全系统在夜晚遇到突然出现的行人也能及时制动,避免发

生事故;车道追踪辅助系统,可以鉴别车道标线,自动修正行驶轨迹。新车还首次搭载丰田智行互联系统,提供“远程诊断、紧急救援、健康报告、被盗追踪”4大车联网功能,可为用户带来了领先时代的智能服务。 余音



荣威i5 GL超能系列全新上市

“超能动感座驾”荣威i5 GL超能系列上周全新上市,共推出三款1.5T车型,售价为9.99万-11.59万元。新车拥有酷黑超能颜值、强劲超能性能、越级超能实力三大优势,购车可享9000元现金等三大福利,实际支付价只需9.09万-10.69万元。

荣威i5 GL超能系列是同级唯一相同价格提供多种外观选择的车型。新车在律动设计基础上,全系升级配备展翼式动感炫黑前脸、箭翎

黑瞳LED前大灯、光驰黑瞳LED尾灯、酷黑锋型精车轮毂、德国大陆高性能红色卡钳等高性能造型设计。新车搭载上汽蓝芯1.5TGI缸内中置直喷涡轮增压发动机,匹配7速TST智能双离合变速器,峰值扭矩达250Nm,百公里加速实测7.8秒。

此外,新车基于上汽MIP平台打造,技术全面对标大众MQB平台,以激光焊接工艺打造高强度笼式车身,性能强劲又可靠。 宝龙

长城汽车月销量突破6万

近日,长城汽车发布的7月产销数据显示,长城汽车今年7月销售新车60357辆,同比大增11.09%,其中哈弗、WEY、欧拉和长城皮卡销量分别为42888辆、7246辆、2071辆以及8075辆,持续推动长城汽车销量增长。

今年1-7月,长城汽车共销售新车553895辆,同比增长高达5.33%,出色的业绩表现,为其下半年稳步发展提供有力支撑。此外,今年7月长城汽车出口新车7403辆,同比增长69.48%,1-7月共出口新车37708辆,同比增长35.69%。

1-7月,哈弗品牌销量达到395760辆,同比增长9.14%,其中“国民神车”哈弗H6共销售205592辆,7月哈弗H6销售新车23079辆。此外,今年1-7月,WEY品牌共销售54130辆,新能源汽车欧拉品牌共销售新车29084辆。 雨林

奥迪7月在华销量强劲增长

2019年7月,一汽-大众奥迪共实现销量56223辆,同比增长6.1%,刷新了同期销量纪录。下半年,奥迪e-tron、奥迪Q8、全新奥迪A6 allroad、全新奥迪A6 Avant等重磅产品也将陆续亮相。国产车型方面,单月实现销量52273辆,同比劲增10.8%。其中,奥迪A4L以单月销量14501辆的亮眼成绩,助力前七个月累计销量直指10万大关。进口车型方面,各款产品1-7月累计销量达到36545辆,同比增长27.1%。