

汽车周刊



本报专刊部主编 | 总第 765 期 | 2019 年 1 月 16 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

如何把握2019年中国车市?

刚过去的 2018 中国车市引擎熄火, 结束连续 28 年狂飙, 遭遇“滑铁卢”。跨过新旧交替的门槛, 新一年车市走向成为业内共同关注的聚焦点, 把握好 2019 中国车市, 对于中国汽车业未来的发展, 至关重要。

低速平稳运行

基于 2018 车市进入寒冬, 业界对 2019 年车市预测普遍持低调谨慎态度; 一方面是对外部环境不确定性的担忧, 包括中美摩擦的前景、全球经济下行及美股见顶带来的冲击, 另一方面是对 2019 年国内经济下行巨大压力的预期。据中汽协之前预测, 2019 年国内车市将停止增长, 预计销量增速为零; 全国乘联会预测, 2019 年乘用车增速为 1%, 广义商用车增速为 -7.2%, 全年增速为零预计。此外, 中国汽车技术研究中心预计 2019 年销量微增长 0.7%; 国务院发展研究中心则预计销量增长 2% 左右。尽管四大机构对 2019 年车市预测有所差异, 但基调不约而同指向“平稳低速运行”。

对于 2019 年车市, 企业态度也十分谨慎; 目前已有几家发布了销

量目标。其中在华表现出色的丰田销量增长目标只有 2%, 现代起亚为 3%, 都只是略增, 而一汽-大众则下调了 3%。由于去年底库存已连续 12 个月超过警戒线, 今年一开年各大车企必将降低批发量, 保证在春节前期消化完库存。由于 2 月又逢春节, 那么 1、2 月份的排产大概率处于低位, 到 3 月份就算有起色也不会对第一季度销量有帮助。此外, 工厂一般提前 3-6 个月进行产能排期, 第一季度销量不及预期, 那么对下半年的产能排期也不会太高。

中汽协副秘书长师建华指出, 中国汽车产业已经由高速增长阶段向高质量发展阶段转型, 市场已经从增量进入到存量时代, 低速平稳运行将是今后发展的常态。未来两三年内, 中国汽车产销曲线图, 应该是“L”型, 而不是“V”型, 因此 2019 年中国车市应是一个“调整年”, 不会大起大落。

低迷不乏亮点

虽然整体来说 2019 年汽车市场难言乐观, 但也不失希望。新年伊始, 国家发改委首次表态: “今年将出台促进汽车、家电等热点产品消

费的措施”, 必将会为当今疲软车市注入“强心剂”。与此同时, 乘联会在相关报告中指出, 2018 年乘用车市场相对低迷, 这是基数因素和楼市影响等因素的综合影响, 其中的 2017 年车市高基数因素会在 2019 年消失; 随着今年税收体系改善和个税调整, 将提高部分居民收入, 有助于提升汽车消费能力。尽管形势严峻, 但市场增长量并未触及天花板, 国内汽车需求仍有内生动力, 对未来要有信心。

另外, 中国车市虽身处周期性低谷, 但细分市场不乏亮点。一是预计 2019 年新能源汽车市场随着技术进步加快、消费者认同度提升、相关基础设施完善及政策引导, 仍将保持较快增长, 据中汽协预测, 2019 年销量为 160 万辆, 同比增长 33%; 而另一家权威机构则预测, 2019 年新能源汽车销量可达 172 万辆, 同比增长 40%。二是与乘用车相比, 2018 年商用车呈现出稳中有升的趋势, 尤其是皮卡成了拉动商用车销量增长的主力军, 逆境中仍保持 13.4% 的正增长率, 预计 2019 年仍将有较强增长动能。自 1 月 1 日起, 桎梏皮卡的“两证”——道路

运输证和驾驶员从业资格已经彻底取消, 这对皮卡市场有很大促进作用。

三是二手车市场规模进一步扩大, 2018 年全年增长率在 15%-20% 之间, 二手车交易量接近 1500 万辆。预计 2019 年, 随着各地取消二手车限迁政策, 二手车市场将继续保持快速增长, 拉动新车市场发展。另外, 豪华品牌是又一“暖流”。预测 2019 年新增新车、官方降价、消费升级等因素, 将进一步刺激豪华车销量。

务必审时度势

2018 年中国车市已进入周期性低谷, 周期或达三年及以上, 反映出我国汽车市场已转入新阶段, 车企务必审时度势, 进行战略调整与合理布局。

一是汽车市场结构性欠合理, 产品内部结构调整幅度将更大。目前国内车企面临的问题是: SUV 支柱产品下滑, 轿车偏弱, 新产品销量增幅有限。应积极调整产品结构, 实施多元化战略, SUV、轿车和新能源汽车均衡发展, 增加“抗寒”能力。另外, 尽管 SUV 在退烧, 但不等于已被

市场淘汰, 1.6L 及以下 SUV 车型增速下降, 而 1.6L 以上 SUV 车型则仍呈上升趋势, 产品如能适应新生代消费需求, 在外观、内饰、动力、科技配置上更精益求精, 或能复制昔日 SUV 市场的辉煌。

二是从市场层级来看, 中国汽车产品的主要市场已从一、二线城市转移到三、四线城市和广大农村, 中低收入人群开始成为家庭首购购车的主力。车企要坚定开拓三四线及以下市场的信心, 加大开发力度。

三是伴随智能汽车发展的浪潮, 智能网联汽车将是下一个盈利蓝海, 将成为汽车及相关产业全业态和价值链体系重塑的重要组成部分。眼下, 车企与互联网公司之间的“合纵连横”达到新高度, 2019 年将成为加速导入智能网联车之年。此外, 轻量化、模块化、大数据平台化的建设与运营也将成为车企新的核心竞争力。

2019 年对于想要在这一领域大展身手的传统车企而言, 显然是至关重要的一年。展望 2019 年, 差异化竞争将更加被汽车厂商们重视; 至于这场逐鹿大戏究竟如何演绎, 不妨拭目以待。 雍君

上海汽车制造业利润高于全国水平

来自上海市统计局的数据显示, 上海汽车制造业去年前 11 个月实现利润总额 1013.56 亿元, 同比增长 2.6%, 明显好于全国汽车制造业同期利润 (5453.2 亿元) 及其增幅 (-6.0%)。从全年走势来看, 一季度 278.44 亿元, 同比下降 3.6% (全国 -4.7%); 上半年 682.13 亿元, 同比大幅增长 16.9% (全国 +4.9%); 三季度 822.50 亿元, 增幅出现较大滑落, 负增长 1.2% (全国 -3.8%), 但较 1 季度收窄 2.4 个百分点; 预估全年利润有望达到 1100 亿元左右, 实现低增长。

上海汽车制造业去年其他有关经济指标, 也好于全国同行。前 11 个月主要业务收入 7722.86 亿元, 同比增长 3.6%; 全国同期主营业务收入 73603.9 亿元, 增长 4.7%。上海汽车工业总产值, 前 11 月 6358.27 亿元, 同比增长 3.6%。前 10 月总产值 5708.73 亿元, 增长 4.4%, 与其余 17 家汽车大集团同期相比, 增幅还稍高 0.3 个百分点。

前 11 个月, 上海汽车产量 273.45 万辆, 同比增长 3.9%, 高出同期全国汽车产量跌幅 (-2.6%) 6.5 个百分点。其中轿车 177.76 万辆, 同比微增 0.1%, 略高同期全国 (-2.4%) 2.5 个百分点; 新能源汽车 6.89 万辆, 同比下挫 10.1%, 逊于全国水平。

在全国汽车市场负增长的大环境下, 总部地处沪地的上汽集团逆势创新高, 夺得 2018 全年汽车及其中国自主品牌乘用车销量双料冠军, 汽车总销量 700.17 万辆, 同比增长 1.75%。其中新能源汽车突破 14 万辆, 同比增长 120%; 首款互联网汽车 MG/ZS 出口 2.3 万辆, 首创中国品牌全球新车型。上汽集团去年前三季度财报显示, 集团营收和利润均两位数增长, 总营收 6747.41 亿元, 同比增长 10.97%; 归属于上市公司股东的净利润 276.72 亿元, 同比增长 12.31%; 净资产 19.75 元/股, 净资产收益率 11.95 元, 销售毛利率 13.37%。四季度全国车市继续下滑, 上市公司利润势必缩水, 上汽集团销售虽有放缓, 但仍有低微增长, 故集团效益乃至股东净利润及其增幅, 在诸多上市公司车企中, 依然会有不同凡响的表现。

张伯顺

保持正增长, 东风悦达起亚逆势复苏

东风悦达起亚日前发布 2018 年业绩, 在车市负增长的寒冬, 东风悦达起亚累计销量达到 370002 辆, 同比增长 2.8%, 并跨越产销 500 万辆的里程碑。更令人瞩目的是, 东风悦达起亚的复苏态势已经全面形成。2018 年 12 月, 东风悦达起亚整体实现销量 51609 辆, 环比劲增 29%, 连续 6 个月实现销量持续增长。

2018 年东风悦达起亚的国际化取得了全新突破。焕驰车型远销埃及和菲律宾, 全年整车出口量达到 1256 辆, 发动机 288 台, 实现了整车及发动



机出口业务的全新突破。

东风悦达起亚作为最早布局新能源车型的企业之一, 早已形成了“新能源车型+传统车型”的双线布局战略。目前, 东

风悦达起亚已拥有 K5 混动版、K5 插电混动、KX3 纯电动版、华骐 300E 纯电动车四款新能源汽车, 其中, 去年 11 月新上市的 K5 Pro 与“合资品牌首

款纯电动 SUV”KX3 纯电动版上市以来, 市场表现不俗, 成功构筑燃油驱动与纯电驱动的双动力体系, 全面夯实市场比拼中的竞争力。

此外, 凭借起亚全球在新能源汽车和智能网联汽车领域深厚的技术储备, 东风悦达起亚更将走在趋势前面。在 2025 年前将导入 16 款搭载先进动力 (48V) 系统的车型, 包括 5 款新混动车型、5 款插电式混动车型、5 款纯电动车型, 其中, 将在 2020 年率先推出一款燃料电池车型。

雨林



广汽三菱新年立志高增长

在企业产品、品牌、公益等层面的“内生动力”升级助推下, 年轻车企广汽三菱 2018 年取得全年销量 144018 辆, 同比增长 23%, “销量超上年、增速超行业、增幅超预期”的三超成绩, 更一跃从 30 万体量升级到 40 万体量, 实现品牌的全面向上。

在车市低迷、产业结构调整加快的背景下, 广汽三菱积极调整产品结构, 形成覆盖都市座驾、高端越野、新能源的强大 SUV 布局。2018 年引进的三菱汽车百年战略车型奕歌一经推出便成车市焦点, 强势开启了品牌年轻化升级的全新局面。“明星车型”欧蓝德自上市以来已

收获超过 20 万车主的青睐。2018 年, 广汽三菱更是推出了涵盖 16 项全新配置升级的新欧蓝德, 在延续超高性价比的基础上, 以“更高驾值”为企业产品矩阵升级再添助力。

面向未来新能源趋势, 广汽三菱先后推出了祺智 PHEV 和祺智 EV 两款市场反响不俗的新能源车型, 组成“新能源双星”不断向新能源领域发力, 满足消费者绿色环保出行需求。

2019 年开篇之际, 广汽三菱自信提出未来销量目标: 全力挑战 2019 年 20% 以上销量增速, 并向着 2020 年 30 万辆产销目标努力冲刺。 余音

大众中国日前公布 2018 年汽车交付量: 大众中国及两家合资企业——上汽大众和一汽-大众向中国大陆及香港地区客户共交付汽车 421 万辆, 其中进口车型交付量为 196300 辆。这一创纪录的成绩标志着大众汽车集团(中国)的市场表现优于整体乘用车市场的水平。

2018 年, 大众汽车品牌向中国大陆及香港地区客户交付汽车 311 万辆, 同比下降 2.1%。大众汽车品牌仍为中国客户的首选品牌, 并进一步扩大了市场份额。2019 年, 大众汽车品牌将推出 5 款新车型。

奥迪品牌在中国市场再创新纪录, 2018 年共交付汽车 663000 辆, 同比增长 10.9%。2018 年, 斯柯达汽车表现同样突出, 共向中国客户交付汽车 341000 辆, 同比增长 4.9%。豪华品牌中, 保时捷在 2018 年向中国大陆及香港地区客户交付汽车约 80100 辆, 同比增长 12%。中国继续成为保时捷品牌最强劲的单一市场。 江美

大众中国年销量再创新高