

汽车销量一路凯歌 彰显中国内需潜力无限

■ 记者 蔡梦葵 报道

8月9日,中汽协公布了2013年7月份汽车工业经济运行情况,情况显示,2013年7月,汽车产销较上月有所下降,同比继续保持增长。1-7月,汽车产销较2012年仍保持了10%以上的增速。要知道,中国目前一时全球最大汽车市场,加之2013年整体经济走弱,汽车销量仍能保持两位数增长,令人叹为观止。

汽车销量高位增长 态势不减

据中汽协分析,7月汽车产销分别完成158.33万辆和151.63万辆,比上月有所回落,但与上年同期相比,产销增速分别为10.2%和9.9%,继续保持较为稳定的增长态势。1-7月汽车产销分别完成1233.50万辆和1229.86万辆,同比分别增长12.5%和12.0%,增速与前6个月相比,均回落0.3个百分点。虽然销量有所回落,但由于7月份属淡季,业内普遍认为能够接受,总体正常。

7月份产量大于销量的主要原因在于,该行业企业多在7月底和8月上中旬放高温假,并进行设备检修,这导致7月汽车产量大于销量,库存有所增加,以满足8月销售需要。总体上7月汽车产销比上月回落,比上年同期有所增长,符合近年来月度变动趋势。

在这其中,乘用车依然保持较大的份额,7月份汽车销售总量为158.33万辆,乘用车则售出123.76万辆,占总销量的77%。另外,合资品牌的乘用车仍是拉动销量增长的主心骨。

据中汽协统计,从1-7月主要外国品牌轿车销量比上年同期增长情况看,日系下降10.9%,已经比前6个月收窄16个百分点;德系、美系、韩系和法系增速均高于行业整体增速。德系、日系、美系、韩系和法系轿车1-7月累计市场份额分别为25.2%、17.1%、15.8%、10.1%和4.3%。德系轿车市场占有率继上月超过中国品牌后,本月再次蝉联第一。

然而,乘用车销售额将回落或负增长的猜想,早在几年前便屡次被人们讨论。但在中国整体经济开始走弱的2013年,1-7月的销量却仍较2012年增长了12%,令许多人叹为观止。

据了解,早在2010年,汽车销售即将疲软的声音就不绝于耳。但在2011年,中国市场仍销售汽车1850.51万辆,同比增长2.5%。其中乘用车售出1370万辆,同比增长2.8%。在2012年,尽管国内经济已开始放缓,但包括乘用车和商务车在内的汽车销量总计1930万辆,增长4.3%。而在不少数据都开始回落的2013年,汽车销量的增长在1-7月居然达到两位数。除了难能可贵的感叹以外,

也似乎从侧面给了持汽车业将疲软的意见者一记耳光。

经济疲软并未影响车企

在2013年,中国多个行业并非如汽车业那样顺风顺水。

以光伏行业为例,由于几年前的大跃进,光伏产业在2012年连续遭遇了最大市场北美和欧洲的双反,并带动印度等地也开始对中国光伏产品提防。这股寒意尚未消散,国务院在2013年又陆续启动了限制制造业产能过剩的工作,再度让产能早已过剩的光伏业雪上加霜。而中央政府对该行业的态度也不言自明。

3月底,国内最大的光伏制造企业无锡尚德的破产保护申请,再次表明了国家不愿救市的坚决态度。尽管欧盟最终取消了对中国光伏产业的制裁,大部分光伏企业的业绩都较去年底或去年中期相比出现了大幅改善。但中欧光伏产业谈判中确定的配额与最低价限制,已没有可能让国内光伏产业回暖到几年前的态势。加之国内市场尚不成熟,让不少过剩的产能暂时无处可去,形势依然严峻。

除了光伏产业,前几年红红火火的钢铁、水泥、平板玻璃、造船、多晶硅、风电设备、新材料等新兴产业也因前几年在全国各地“一哄而上”,出现了产能过剩、重复建设的倾向。并巧合似地在今年集中爆发,遭遇了前所未有的危机,来自行业内部的数据显示,目前,光伏产能利用率不足60%,风机产能利用率不到70%,而多晶硅开工率只有35%,一些行业产能严重过剩问题已到了非解决不可的地步。

据调查,今年上半年我国工业企业产能利用率不足79%,低于80%至90%的国际通常水准,其中,钢铁、电解铝、水泥、平板玻璃、船舶等行业的产能过剩问题尤为严重,产能利用率仅在70%左右。目前,产能过剩越来越成为我国经济运行中的突出矛盾和诸多问题的根源,企业经营困难、财政收入下降、金融风险积聚、生态恶化加剧等,都与之密切相关。

据海关总署发布的5月进出口数据显示,出口同比仅增长1%,明显低于市场一致预期的6.8%,进口同比增长-0.3%,低于市场一致预期的5.4%。而6月的进出口额还罕见地出现了双降现象,据海关总署公布,6月出口同比下降3.1%,进出口负增长2%。由于中国的传统产业更偏向于外向型,5月和6月的负增长,也十能够说明中国制造业整体疲软的现状。

除此之外,由于政府打压房地产、限制地方政府大举造城,也从一方面抑制了房地产发展,以及各地的疯狂投资。而不少地方

2013 年 7 月汽车销量排行榜 TOP10						
排名	厂商	品牌	车型	销量	全年累计	
1	一汽大众	大众	大众捷达	25097	138374	
2	一汽大众	大众	大众速腾	24835	162405	
3	上海大众	大众	大众朗逸	24241	235808	
4	上海通用	别克	别克凯越	24093	171408	
5	一汽大众	大众	大众宝来	20499	136621	
6	东风日产	日产	日产轩逸	18714	131023	
7	广汽丰田	丰田	丰田凯美瑞	16988	97212	
8	上海通用	雪佛兰	雪佛兰科鲁兹	16857	125931	
9	一汽大众	大众	大众迈腾	16829	111607	
10	上海大众	大众	大众桑塔纳	16701	85924	

实际上早已因前几年大肆吸纳投资、粗放式推进基础设施建设,欠下了高昂的债务。但不少投资与新城目前尚未产生足以还清债务的盈利,加之国务院密集出台的减免税收政策,让地方政府不得不勒紧裤腰带过日子。而勒紧裤腰带过日子的,还有不少因为金融危机、产能过剩的倒逼,压低了利润的企业。因此,从2012年开始,有钱人们已不能像以前那样大手笔花钱,政府也一样。中国的汽车业仍能通过中国的内需市场保持较好较快的增长,着实令人意想不到。

汽车业的基层受众群

尽管中国握有财富的一帮人,近一两年的日子恐怕不再好过,但汽车产品实际上已更多地将潜在客户群投向了中国的普通老百姓。在中国,买车、买房已成为每个家庭的第一大要务。而汽车虽不便宜,但较之商品房而言,价格区间更大,底价也更低。一辆微型轿车普遍只花三万到四万元人民币即可到手。

消息显示,2013年1-5月份社会消费品零售额的产品分类中,细分5月份各个商品门类的零售额,其中汽车的销售额排名第一,达2333亿元人民币,同比增长9.4%。1至5月的销售额更是达到10773亿元,远超于其他商品门类。有意思的是,排名第二的商品仍为机动车附属品——石油及制品,5月份销售额为1506亿元,1-5月为7228亿元。

细分中国汽车市场的畅销车型来看,也更能看出汽车工业更多的实际支持者在于众多的小老百姓。记者注意到,从车型来看,在7月份,占有较大份额的仍是紧凑型轿车。在2013年轿车销量排行榜中,紧凑型轿车福克斯以329万辆的销量排名第一,而在

该榜单前10位中,有8位均是紧凑型轿车。

据业内人士分析,紧凑型轿车热销的原因,其最大的因素即为性价比。众所周知,紧凑型轿车较之小型车和微型车,显得更有“轿车范儿”,同一款车,也许只因选取不同的颜色,则既显得有商用感、又可变得足以温馨以作为家用,有的紧凑型轿车如马自达3、高尔夫等还主打运动性。而类似于速腾、阳光、骐达等车型,内部空间则可以媲美中高级轿车。如此宽泛的覆盖面,使其成为受众群最广的一个级别。

其次,紧凑型轿车由于车身较轻,一般可以搭载1.8L以下的发动机。而随着发动机技术的革新,更多的能耗可转化为动力,目前不少紧凑型车型都只需搭载1.6L的发动机,即可动力十足。而油耗自然也越来越低。

以丰田汽车旗下的紧凑型轿车卡罗拉为例,官方公布的手动挡车型100公里平均油耗仅为6.9L;福特去年推出的福克斯由于采用了全新的发动机,油耗仅6.2L。而丰田和福特旗下的中级车凯美瑞和蒙迪欧,油耗分别为9.4L与8.4L。

目前,随着涡轮增压技术的广泛应用,1.4L甚至1.0L的发动机都可带动紧凑型轿车。而这带来的经济效益,无非就是更加节油。如前述,目前不少紧凑型轿车已将内部空间做得很大,也就是说,消费者购置紧凑型轿车,可以享受中高级轿车的宽敞与舒适,在使用中可只花销不足中高级车三分之二的油耗。

紧凑型轿车的经济型,更直接地,则表现在产品价格上。目前,入门级的紧凑车型如捷达、阳光、爱丽舍等,价格已经相当地便宜。

以2011年东风日产推出的阳光为例,据易车网显示,最便宜的1.5L手动挡的官方指

导价仅8.28万,而全国最低价更是下探到6万多。即便才推出不到一年的大众新捷达,据某汽车门户网站显示,1.4L手动时尚型的官方指导价也是8.28万,全国最低报价则仅为6.36万元人民币。

而捷达由于2013年全新换代,配置也得到了提升,在今年大受欢迎,销量已超越大众旗下的畅销车型朗逸,在2013年7月的轿车销量中仅次于福克斯,达到2.50万辆。由此可见,紧凑型轿车大受欢迎,无疑也跟其既是一辆大小合适、可商用可居家的轿车,价格又符合大部分购车一族的承受能力有关。

中国汽车市场仍潜力无限

记者调查发现,尽管中国汽车市场已成为全球最大,且逐年销量仍在上涨。但中国汽车市场,实际上仍有较大潜力。在2011年,中国汽车销量的增速回落到历史最低点时,中国贸促会汽车行业委员会会长就认为,中国汽车产业只是开始告别了高速狂飙的飞速增长时代,步入稳健的理性发展阶段。由于中国汽车保有量还处于较低水平,今后相当长一段时间里,汽车产销仍将持续保持一定增长。

根据公安部交管局的最新统计,2011年,国内汽车保有量为1.04亿辆,扣除1500万辆农用车,汽车保有量约为8900万辆。全世界平均千人汽车保有量为141辆,中国还不到平均水平的一半。这意味着中国汽车市场还有巨大的发展潜力。随着国民经济的稳步发展和人民生活水平的提高,国内汽车消费的刚性需求将长期存在。

据记者了解,目前在东南沿海一些富庶省份如浙江、广东、江苏等,不少农村家庭都已开始购买轿车,一些做小生意的则还会再购买微面或者商用车,也就是说,一些家庭甚至已拥有两辆车。而在中西部的农村里,有私家车的家庭数量很少,甚至在城市中,人均私家车保有量也并不高。

以四川省会成都为例,调查显示,目前成都区域城市拥有汽车家庭都仅占城市家庭的比例为26.9%,不足三成,农村则更低。而剩下的七成多家庭,随着收入、存款的逐渐增加,一旦达到有经济实力买车的地步,这七成家庭也会逐步配置私家车。潜力巨大。另外,在分析潜在购车者时,人们意外发现目前首次、二次购车比重相当,这意味着一次购车车主的“换车时代”也已来临。在双重潜在消费者的刺激下,汽车销量不增长都难。

成都的现状与未来仅仅是一个缩影,随着中西部地区的发展,当今尚无经济条件买车的家庭,终究有一天会达到沿海家庭今日的富裕程度。而这些人,也必将成为中国汽车工业有力的潜在客户群。

成都车展自主新车盘点

自主品牌借外力提升质量 力求分到更大一杯羹

■ 记者 蔡梦葵 报道

曾摹模仿、低价占有中国车市一席之地的中国自主汽车品牌,在近一两年通过多种方式,逐渐找到自己的定位,并推出了一些还不错的车型,开始尝试与合资车辆叫板,以求得更大的发展空间。在本次成都车展,众多自主品牌参展,一些全新车型的亮相,无疑也将成为车展上的一大看点。

两款全新自主车亮相成都车展

在即将启幕的第十六届成都车展上,江淮全新打造的小型三厢轿车江淮和悦A30金融长安汽车的逸动两厢版长安致尚XT将正式首发。其中,江淮和悦A30在本月9日刚刚在江淮乘用车第三工厂正式下线,这款江淮全新打造的小型三厢轿车,是江淮第二代平台上诞生的首款新品,被视为江淮乘用车进入“2.0”时代的代表作,对于江淮而言,具有十分明显的里程碑意义。

江淮和悦A30与不少自主品牌车型一样,均主打舒适牌与科技牌。它使用了新款和悦RS上的三幅方向盘,启用了带音响控制的方向盘功能按键。车内也大面积采用了银色装饰,座椅采用了普通织物面料。中控台的首响播放器采用了现在流行的主旋钮式,大按键也更为大气,空调依然为手动空调,但设计上更符合主流。变速器和手刹小巧精致,看上去要比同悦等车型行程更短,便于驾驶。和悦A30采用了大量便捷舒适的高科技配置。集娱乐与信息化为一天的多媒体装备,智能行车电脑,多功能方向盘,外后视镜电动调节等。这款車的高科技配置也被运用到了安全性能上。该款车配备了博世最新90版ABS+EBD优化行车制动系统、

TPMS胎压监测、防炫目后视镜灯灯越级安全配置。

此外,6安全气囊、预紧式安全带也在这款车内有配置。可以说,作为一款廉价的紧凑型自主品牌轿车,和悦A30的配置还是相当丰富,超过了不少合资的同级别车型。

在外形方面,和悦A30应该是借鉴了现代索纳塔的造型,在车头采用了类似现代的流体雕塑概念,流线型的涉及配合线条犀利的前保险杠使其看起来时尚和动感。上扬的尾灯很有棱角,内部的银色镀铬增强视觉层次感。中网大面积的三幅镀铬格栅,很好的与LOGO很好的融合在一起。下方的蜂窝状进气格栅配有银色饰条包围,整体时尚感强,非常耐看。因此,这款全新车型也被一些媒体称作“小号索纳塔”。

而另一款即将在成都车展上市的长安致尚XT则是一年前上市的长安逸动两厢版。不同于三厢车型逸动,两厢的致尚XT外观改变是翻天覆地的,前大灯造型线条犀利,且与前进气格栅紧密相连。明显看出,致尚XT更加年轻化了,从气质上和逸动偏向家用风格有些明显不同。致尚XT的长宽高为4425*1815*1485mm,宽度和高度都较逸动少了5mm,长度也大幅度缩减,但轴距依然维持在2660mm。动力方面,长安致尚XT将提供1.6L和1.5T两款发动机供消费者选择,这两款发动机的最大功率为125马力和170马力。1.6L车型匹配的是5速手动和4速自动变速器,而1.5T车型匹配的是6速手自一体变速器。

在配置方面,长安致尚XT全系标配安全带未系提示、制动力分配、刹车辅助、牵引力控制、车身稳定控制、真皮方向盘、多功能方向盘、倒车雷达等配置。这款车并不像江淮和悦A30那样有较多的高科技配置。不

过,与江淮不同的是,长安汽车的“研发性”看上去更独立一些,以外形为例,长安致尚XT看不出与任何一款进口或合资车型有丝毫神似,但外形却相当的好看,与去年推出的逸动一样,没有人能把它与“自主品牌”联系起来。

另外,这款车内外饰的制作工艺也十分精湛,没有一些自主品牌车型的粗糙感与不协调感。看得出来,长安致尚XT沿袭了逸动传承下来的特点:注重细节。而这一点,往往也是不少合资车型容易忽略的。

自主品牌已今非昔比

与长安致尚XT不同的是,在十年前,中国的自主汽车品牌多是通过采购较为廉价的发动机、变速箱等核心零配件、模仿外国车型的外观,然后卖出较低的价格,主要销售对象为二三线城市与农村地区。

较之进口与合资车型,是十足的“下等车”。一些自主汽车为了增加产品的性价比,还开始添置一些同级别合资车型没有得高科技配置,力求以此抢占更多市场。不过,这种较为粗放的造车模式,也导致了一系列问题,如核心部件不匹配以至于无法达到理想的功率,或因核心部件廉价而无法达到合资品牌同排量发动机那么节油等问题。一些车型由于材料工艺的的不成熟,甚至于无法保证较好的防撞性。

但由于汽车产业的融全球合以及市场的高开放度,不少自有品牌除了可以全球采购,也可以在完成原始积累之后进一步借力平行化的全球开发渠道,达到较大的提升。不少自主品牌将自己产品的核心零部件外包给专业的第三方开发公司进行量身设计,而前面提到的长安汽车,还在通过长时间外

包后,开始进一步在欧美日等汽车工业十分发达的国家投资建立研发机构,聘请当地研发人员与中国的研发人员共同开发,从而一方面达到造车工艺质的提升,一方面也让中方人员可以更快地学习国外的先进技术。

而另一个自由品牌汽车巨头奇瑞,则直接将海外车企旗下经验丰富的研发部高管挖到自己的研发中心,带领中方人员开发新产品。

2012年1月,通用汽车高级设计师James Hope跳槽加盟中国奇瑞汽车,并赴奇瑞设计中心担任设计总监一职。奇瑞设于上海的战略设计工作室将由Hope负责。奇瑞在芜湖设计中心的90多名设计师将与Hope领衔的设计工作室合作,共同负责奇瑞旗下旗云、瑞麟、开瑞、威麟等品牌车型的研发与设计,力求将奇瑞的设计提升至欧洲级别。如今Hope还与意大利汽车设计行业进行对话,以将特殊的设计语言带入奇瑞未来的产品中。而奇瑞汽车曾广受诟病的,正是其不太协调的外观。

出生于加拿大的James Hope拥有约20年的汽车设计经验。其1992年毕业于底特律创意研究大学(Creative Studies in Detroit);之后担任福特设计师长达九年,先后在底特律和德国科隆工作;2000年转投戴姆勒-克莱斯勒,次年又加盟江森自控和Motor City Europe;2008年其进入通用欧洲,直至2012年1月离开通用来到中国。

在James Hope丰富的汽车设计职业生涯中,最富盛名作品当属福特GT90概念车,该车采用了当时福特流行的New Edge设计理念;而福特野马2004年的重生以及菲亚特Trepuno的缔造(菲亚特500的先行验证概念)也是Hope的功绩。其最

新的作品为2012款欧宝Zafira和Corsa MCE车型。

这位外籍设计师加盟奇瑞后,首先便对奇瑞的LOGO进行了微调,被调整得更为协调美观,也没有模仿感。而奇瑞在今年8月推出的艾瑞泽7,更让人们看到了一个焕然一新的奇瑞。这款车型的外形和内饰都一扫过去的影子,进步极大。

业内人士认为,这款车无论是外形的设计水平都已经非常国际化,跟合资产品处在同一水平线上,甚至要超过一些同价位合资产品。而内饰材质虽然比较普通,但涉及和制作工艺方面都很出色,十分细致。

国产车的发扬光大 还需一个过程

不过仍需正视的是,目前国产车型所占中国车市的份额并不算太高。随着合资企业向中国市场投产越来越丰富的车型,自主品牌的市场份额还有缩水之势。2011年和2012年,其市场份额分别同比下滑了3.37和0.38个百分点。2012年自主品牌的产能利用率已经降至58%,低于企业起码的盈亏平衡点——70%的产能利用率。而合资公司的产能利用率却依然能保持在90%以上的水平。

对于此,业内人士认为,尽管自主车在近几年有了长足的发展,但由于前些年长期打低端牌,致使消费者一时间难以转变既有认知。要改变,仍需一段时间。另外,由于自主品牌汽车仍处在起步阶段,许多品牌仍缺少自己的风格,加之制造经验仍不足,要与存在上百年的车企竞争,的确也存在劣势。不过,中国自主汽车在十年内发展到今天的成就,无论如何,都是值得肯定的。