

来自中国汽车工业协会的最新数据显示,2015 年 1-11 月份,中国汽车产销量为 2182.39 万辆和 2178.66 万辆,同比仅增 1.8%和 3.34%。告别爆发式增长,汽车行业日渐式微。

“熊市”也扩张 汽车产能结构性过剩怎么破

11 月 17 日,李克强总理在“十三五”规划纲要编制工作会议上强调,在供给侧和需求侧两端发力促进产业迈向中高端。据悉,日前召开的中央经济工作会议也把供给侧改革作为重要内容之一。一时间,产能话题成为时下焦点。汽车行业情况如何?来自中国汽车工业协会的最新数据显示,2015 年 1-11 月份, 中国汽车产销量为 2182.39 万辆和 2178.66 万辆, 同比仅增 1.8%和 3.34%。告别爆发式增长,汽车行业日渐式微。

中国汽车行业,产能过剩的苗头正在显现?

高速扩张 VS 谨慎布局

早在 2010 年,新华网曾作出过测算,估计到 2015 年中国汽车产能将达 3000 万辆。之后,又有媒体依据各家车企“十二五”规划, 测算出到 2018 年我国汽车产能或达 4000 万辆,2020 年将达到 5000 万辆。

时过境迁,中国汽车市场已经褪去了两位数高速增长的光环,而各家车企由于各自情况不同,对待产能的态度也迥异。有企业谨小慎微,有企业乐观激进,也有企业审时度势及时调整目标。

近日,新华汽车走访了部分车企,对产能情况进行了摸底调查。目前,一汽-大众在东北长春、西南成都、华南佛山建有三大基地。华东基地青岛工厂于 2014 年奠基,正处于建设中。华北基地天津工厂已经选址结束。2015 年随着市场的变化,一汽-大众也做出了适当的调整。根据一汽-大众未来发展战略,2020 年产能将达到 300 万辆。而今年前 11 月, 一汽-大众前 11 月销量为 1,502,169 辆。

广汽集团旗下广汽本田一工厂产能 24 万辆,二工厂产能 24 万辆,三工厂已经投产,初期产能 12 万辆,未来达到 24 万辆。目前广汽本田总产能 60 万辆/ 年, 规划到 2020 年突破产销 100 万辆大关。广汽传祺目前前产能 为 20 万辆, 二工厂将于 2016 年投产, 新厂投产后产能将达 15 万辆, 预计到 2016 年总 产能 为 35 万。广汽丰田目前的产能为 60 万辆, 三工厂将于 2017 年投产,新工厂产能为 10 万辆,到 2017 年总产能将达 70 万辆。记者从广汽本田、广汽 传祺、广汽丰田这三家企业了解到,当前生产线都在满负荷运行,不存在产能过剩情况。相比之下,兄弟企业广汽三菱的表现不尽如人意,在 2014 年完成了产能扩建项目,目前产能 30 万辆,存在产能利用不足。

北京现代 2015 年产能 105 万辆, 目前仍有多处工厂尚在规划中。位于河北沧州的第四工厂和位于重庆的第五工厂建设将分期、二期有序推进,产能也将逐步释放。第四工厂将采取“20 万辆 10 万辆”的产能规划, 第五工厂将在 2017 年落成并正式投入使用。北京现代官方表示,要根据企业发展和产品线布局,提前制定产品规划和发展策略,并根据产品规划来制定产能规划。

在诸多车企中,通用在产能布局规划方面比较乐观,在 2015 年上半年销量欠佳的情况下,仍坚持在中国市场投入 140 亿美元扩张产能。通用汽车的采购业务高管 SteveKiefer 表示,中国的汽车行业市场潜力十足,整体销量增长到年平均 3500 万辆只是



是时间的问题,通用在中国未来三年的销售目标是年平均 500 万辆。

在通用 140 亿大手笔的衬托下,丰田则显得更为谨慎。根据媒体报道,丰田将斥资 12 亿美元在中国、墨西哥建厂。其中,中国的新工厂将于 2018 年开建。目前,丰田在华总产能为 103 万辆, 今年的销量目标 110 万辆。受到天津爆炸事故影响,一汽丰田位于天津的部分厂区受到波及,卡罗拉车型供不应求,厂家正在积极恢复正常生产。

总体过剩 VS 结构性过剩

2015 年初,普华永道发布的一份汽车行业分析报告预测,2011-2018 年期间,2012 年中国汽车产能过剩的比重会达到最高点,占 28.5%。 此后逐年下降,2018 年中国汽车产能过剩的比重为 15%,中国汽车行业的产能过剩,将成为威胁行业健康发展的严重问题。

面对残酷的市场环境,以上车企的产能布局是激进,是谨慎,还是科学合理?汽车行业的整体产能究竟处于怎样的水平?

“汽车行业总体上不存在明显的产能过剩。”中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长董扬说。

在他看来,这主要有两个原因。第一,汽车行业仍处于增长阶段,不是平稳或下降阶段。第二,中国的汽车市场已经是一个相当完全的市场,国家直接拨款建设的时代已经过去,企业是用自有资金建设,无论是国有企业、民营企业还是外资企业,企业是花自己的钱,企业对于产能的控制达到了前所未有的程度。形势一不好,马上调整明年的生产计划。

董扬称,如果说产能存在过剩的情况,那么这种“过剩”是一种结构性、阶段性、相对性的过剩。比如交叉车型市场竞争力的下降,这样的车型市场竞争力会过剩。未来,新能源车型是一大发展趋势,随着新能源车型的崛起,传统汽油车型则会出现过剩情况。

中国汽车工程学会理事长付于武与董扬的观点不谋而合。“中国汽车产销还处于低速增长期,产业发展不平衡,优质的供给能力不强,尤其是自主品牌产能过剩明显。当下存在不少‘僵尸企业’,在经济下行、压

力比较大的情况下,需要市场这只手发挥调节作用,使其逐步淘汰。”

在市场优胜劣汰的作用下,高品质产品供不应求,受到消费者的喜爱,而价高质劣的产品则供过于求,无人问津。2015 年,广汽丰田全新汉兰达上市后,凭借高性价比赢得市场,在一些车企为卖车发愁的时候,全新汉兰达却出现加价 1 万元才能提到车的景象。

“现在汽车行业的确出现了产能过剩的现象,虽然产能过剩会带来一定问题,但它却是市场经济发展的必然结果,适度的产能过剩可以刺激竞争给消费者带来好处。”东南汽车副总经理曾鑫城说。

在 500 万辆下线仪式上,奇瑞汽车董事长兼总经理尹同跃公开表示,奇瑞明年开始要发力。奇瑞的瑞虎 5 现销量可观,工厂的工人加班加点保障生产。一位常州经销商向记者表示,他已经做了 12 年的奇瑞品牌,这几年随着奇瑞品质的提升,出店返修率已经越来越低。现在虽然到了年底,但是店里的库存也还可以,处于正常范围内。

供给侧改革 提高供给质量和效率

进入发展新常态,结构问题成为汽车行业一系列突出矛盾和问题的根本。解决之道在哪里?

“产能过剩是市场选择和竞争的结果。市场发展带来的问题还得用市场的手段来解决。一方面 SUV 市场的勃兴会让厂家把产能逐渐转移到 SUV 产品上,我们东南汽车正是洞察到了这一点,现在正加大力度做出调整确保东南 DX7 的产能匹配,缓解市场供不应求的现象;另一方面,国家正在积极推进的‘供给侧改革’正是对市场供需平衡调节的有效方案,我们也会积极配合政府为完成汽车行业供给侧改革的任务作出贡献。”曾鑫城以东南的探索给出了自己的答案。

付于武也有着同样的观点。在他看来,解决供需矛盾,需要市场倒逼机制推动企业进行产品结构、市场结构和技术结构的调整。

在产品结构调整上,2015 年 SUV 发展特别好,MPV 这一细分领域也有较大潜力,这就需要车企在细分领域把品质搞上去。

在市场结构方面,中国企业要走出去、加快国际化步伐。我国汽车出口仅占整体产销份额的 4%左右, 出口的整体绝对值不超过 100 万辆,这与我们汽车大国的地位还很不相称。需要借助“一带一路”等国家大的战略,有效拓展出口市场,推动中国汽车走出去。

在技术方面,顺应技术发展趋势,抢占技术的制高点。比如智能化、网联信息化、汽车的轻量化等。

“在汽车行业,有不少小规模企业,产能少,又很分散。这种时候小企业更希望被大的企业兼并整合。所以,兼并重组在未来也是比较重要的一条路径。”知名汽车分析师张志勇说。

2016 年作为中国经济进入深度调整期和转型期的关键之年,谁能顺应发展趋势,有效平衡供需两端,提高供给体系质量和效率,谁就能在微增长的车市中更握有胜算。

(吴晖 姜俊吉)

中韩中澳自贸区零关税 会利好零部件出口吗?

12 月 20 日起,中韩和中澳自由贸易协定正式开始生效,食品、服装、化妆品等“民生物资”都将率先受益。

记者了解到,12 月 20 日以后, 中韩之间 6108 个税号项下的中国原产货物和 1649 个税号项下韩国原产货物将立即实现零关税; 中澳之间 5662 个税号项下中国原产货物和 2402 个税号项下澳大利亚原产货物立即享受零关税。

2016 年 1 月 1 日,两个协定还将实施第二次降税。经过一定过渡期后,中韩和中澳九成以上的货物最终将实现零关税, 其中汽车零部件将在列。

“经过调整后,中韩汽车零部件关税要逐步取消。”汽车分析师贾新光告诉记者,此前中韩之间汽车零部件的关税平均在 10%左右。

分析认为,对于这一点,首当其冲受惠的将是韩国在华合资汽车公司, 包括北京现代和东风悦达起亚。

贾新光告诉记者, 北京现代和东风悦达起亚的核心零部件,尤其是汽车电子类产品、芯片等,主要来源依然是从韩国本土的进口,关税取消将利好这些产品。

然而,对于在华经营多年的韩系合资车企来说,由于在华本土化生产的推进,在中国生产的零部件已经越来越多。

“我们大部分零部件已经实现了国产。”北京现代的一位人士向记者表示, 由于北京现代规模化国产已持续多年, 国产化的零部件供应体系已经较为成熟。

对于这一点,东风悦达起亚情况也大体相似。

即便如此,在汽车零部件关税取消后,韩系合资车企的零部件采购,尤其是新车零部件是否逐渐回归韩国,依然备受关注。

“现在还很难预测。”东风悦达起亚的一位知情人士向记者解释称,“零部件采购是件比较复杂的事,很难出现大比例的调整。”

但是,零关税的影响对中韩两国的汽车行业都存在。在业内人士看来,韩国整车制造商也可选择从中国进口零部件。以动力电池为例,目前三星和 LG 走在前列,相关企业正积极在中国实现投产。

“动力电池的原材料 80%以上都在中国,本土生产成本更低。”一位动力电池企业的负责人告诉记者,“国产后,韩国企业也可以从中国进口。”

实际上,中韩自贸区谈判经历了两年多的切磋,对汽车行业的关税调整一直是争论焦点之一。虽然零部件关税放开,但整车仍不在“免税”之列。

“韩国距离中国太近了,通用、雷诺等汽车厂家都在韩国有生产。”为此,贾新光告诉记者,“对韩国整车关税放开的话,可能将会对本土汽车企业造成很大影响。”

为此,记者了解到,在目前中国对外的自贸区谈判中,整车都不在零关税之列。“因为一旦对一个国家放开, 就需要考虑对其他国家的放开。”贾新光认为。

除整车外,最长 20 年过渡期后,韩国将对 92%税目数的中国原产货物实行零关税,我国将对 91%税目数的韩国原产货物实行零关税;此外, 澳大利亚将在 5 年内对全部中国原产货物实行零关税,中国在经过最长 15 年过渡期后对 96.8%税目数的澳大利亚原产货物实行零关税。

(冒诗阳)

科技部批准立项“宇通双源快充纯电动公交客车开发及产业化”项目

盖世汽车·新能源从国家电动客车电控与安全工程技术研究中心获悉,宇通客车牵头申报的 2015 年国家科技支撑计划“宇通双源快充纯电动公交客车开发及产业化”项目,近日通过科技部可行性论证、课题评审及预算评审评,获批准立项,正式列入国家科技支撑计划并开始实施。这也是宇通客车继“面向新型商业模式的电动汽车技术攻关及示范”等“863 计划”项目之后,再次牵头承担的国家级项目,彰显了宇通新能源客车业内领先的技术实力。

据了解,双源纯电动公交客车具有低噪声、零排放、可利用现有线网设施充电、采购和使用成本低等优点,顺应汽车动力技术发展趋势,符合新能源汽车整体发展方向,能够较好地满足城市公交市场对环保及运营的综合需求。

“宇通双源快充纯电动公交客车开发及产业化”项目,针对双源纯电动公交客车高压安全设计、车载电源管理技术、能量高效利用技术等 3 个方面存在的技术难点, 围绕基于网线配电和车载能源的双源快充纯电动公交客车技术开发,兼顾与纯电动客车共平台,采用复合电源/快充电池方案,研制高安全性、高可靠性、低能耗的 12 米双源快充纯电动公交客车,完善宇通纯电动客车技术平台体系,满足不同地域、不同基础设施条件下的使用要求,形成双源快充纯电动公交客车生产基地。

目前,宇通已形成以多名博士、硕士为核心的 300 余人的专职研发团队, 涵盖动力系统匹配与集成、整车控制、电机及其控制、电池及其管理、电气安全、整车及零部件试验验证等技术方向,将全力支持双源纯电动公交客车关键技术攻关,确保“宇通双源快充纯电动公交客车开发及产业化”项目的顺利推进。(据盖世汽车网)

中国品牌市场份额激增 董扬称汽车要强须走出去



● 中国汽车工业协会常务副会长董扬

一针见血指出,今年中国品牌车企的市场份额只能说是恢复, 最大因素得益于 SUV 市场。

中国品牌企业有没有做好迎接未来市场挑战的准备呢? 奇瑞董事长尹同耀表示,这几年奇瑞用量换取质量提升,现在战略转型第一个阶段完成了, 要以更快的速度、更高的质量要求下一个 500 万辆。

长安汽车副总裁刘波预测,2016 年车市增速依然会放缓,但长安已经作出了未来三年用 15 款产品进一步稳固长安中国品牌增速第一地位的规划。

董扬也认为,十三五期间有不少对中国品牌不利的因素,但中国品牌实力已今非昔比,中国品牌要想有根本性的变化必须要走出去。

但中国汽车工业协会副秘书长师建华却有一层忧虑, 国外对中国品牌不认品牌,只认中国车,任何一个中国品牌质量问题都会影响到整个中国品牌的形象。

中国品牌量价齐升

在经历了去年市场份额连续 12 个月下降的中国品牌在 2015 年迎来了春天,2015 年前 11 个月, 中国品牌乘用车累计销量达到 767.83 万辆,同比增 长 14.1%;市场份额达 41.1%,同比提高 3 个百分点。除日系外,其他外资品牌市场份额整体呈下滑态势, 中国品牌正在以惊人的速度占据外资品牌的

市场份额。

不仅仅是市场份额的提升,中国品牌汽车价格今年也有了很大程度的提升。“长安 2006 年单车的价格是 4.6 万元,2014 是 7.6 万元,2015 今年达到 8 万元-9 万元,” 刘波告诉记者。

今年前 11 个月, 奇瑞系汽车销售 47.5 万辆,同比增长 12.5%。与此同时,代表奇瑞战略转型的艾瑞泽和瑞虎系列产品在奇瑞的产品占比中达到 70%以上,奇瑞单车平均价格从 5.6 万元上升到 8.4 万元以上。

业内人士认为,中国品牌价格的提升意味着可以以相对高端的产品重塑其品牌价值。尹同耀向记者坦言,从 2001 年拿到准生证之后到 2010 年,奇瑞依靠低质低价的路线高速发展, 实现了第 200 万辆汽车的下线,但从第 300 万辆到第 500 万辆,奇瑞用了整整 4 年多的时间。

“从 2010 年开始转型的这 5 年里,奇瑞虽然牺牲了销量与部分荣誉,但却换来了品质以及体系能力建设的大幅提升。”尹同耀表示。

同样,长安除了未来规划 15 款产品巩固现有市场地位外,未来将更多在汽车价格提升方面做工作。“长安有超过 10 万元以上轿车产品,下一步突破 15 万元门槛,一步一步来。”刘波表示。

中国品牌要想壮大必须走出去

今年前 11 个月, 中国品牌乘用车同比增长 14.1%,其中轿车销量同比下滑 11.8%,SUV 同比增长高达 82.8%。数据很直观地显示今年中国品牌市场份额的提升主要还是靠提前布局 SUV 产品, 那么中国品牌未来还有可持续发展的可能性吗?

董扬认为,第一中国品牌产品质量已经今非昔比,长安、奇瑞等品牌技术实力远比 5 年前强大多;第二中国老百姓对于外资品牌的崇拜在变小。

当然光靠提升产品质量还不行,中国品牌还要走出去。“汽车产业是一个世界性产业,它的规律是少数国家制造,全世界使用,所以中国汽车一定要走出去,为什么过去走得少、慢、不强,是因为国内市场发展太快,现在到了出口的时候”,董扬表示,现在单纯靠贸易出口不行,必须按照“一带一路”战略来转变思路,预计十三五期间汽车出口一定会会有一个比较明显增长。

师建华以亲身经历提醒自主品牌,“最近南非搞了中国汽车南非联盟,国外对中国品牌不认品牌,只认中国车,只要中国产汽车出了问题,都是中国品牌的问题。有的国家对我们汽车消费信贷不给支持,因为他们认为中国品牌的品质有问题。”

他还告诉记者,生产全球都认可中国品牌汽车,满足全球消费者对汽车品质、服务、保障能力的要求,“这个挑战可能对我们中国品牌汽车来说, 才是长期发展更要考虑的,是我们立于不败之地的根本。”(王禁)