

中国汽车业现产能全面过剩隐忧 重卡几乎“论斤卖”

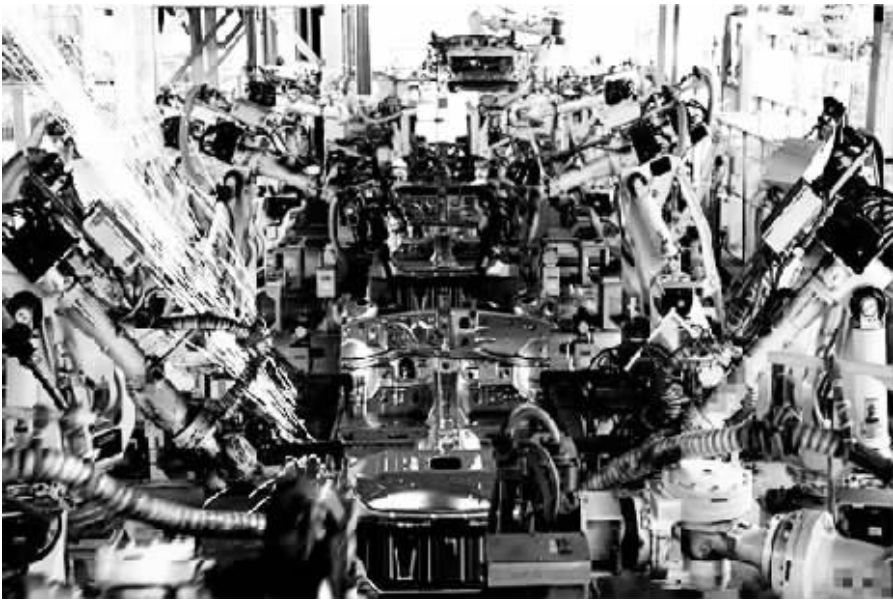
■ 何宗渝

一汽大众年产能 30 万辆的华北生产基地日前在天津开工建设,预计将于 2018 年底投产;根据其规划,到 2020 年大众汽车将在我国形成 600 万辆产销规模。由于对国内市场前景乐观,不仅大众汽车,国内外各大厂商几乎都计划在“十三五”扩大产能、增加产销量。

记者查阅各大汽车厂商的发展规划发现,仅上汽、东风、一汽、长安、北汽、广汽六大车企到 2020 年的产销目标就超过 3000 万辆;按照产能利用率 80%计算,这六大车企到 2020 年的汽车产能将达到 3800 万辆左右。业内专家预测,如不引导产业有序发展,2020 年全国汽车产能可能将高达 5000 万辆左右,而届时销量可能只有 3100 万辆左右,将出现严重产能过剩。

2015 成汽车产能“分水岭”

一些汽车企业负责人和业内专家在接受记者采访时表示,2015 年已经成为我国汽车行业由产能不足转向产能过剩的“分水岭”。国家发改委与中国汽车工业协会、中国汽车技术研究中心日前共同发布的中国汽车产能调查和分析报告显示,截至 2015 年底,占年度汽车产量超过 98%的 37 家主要汽车企业已形成汽车整车产能 3122 万辆,其中乘用车产能 2575 万辆、产能利用率 81%;商用车产能 547 万辆、产能利用率只有 52%,这意味



意味着我国汽车行业已经出现结构性产能过剩。

据悉,中国已连续 7 年位居全球最大的汽车生产国和第一大汽车市场,在此之前的 10 多年里,国内汽车产销量增速约为 GDP 增速的 1.5 倍。“但从去年开始,中国车市已经告别高速增长时代,汽车销量增速将长期低于 GDP 增速,进入微增长时代。”汽车行业专家张毅说。

伴随着产能利用率走低和产销增速放

缓,一些汽车企业的经营也步入微利甚至亏损状态。一位重型卡车企业负责人告诉记者,近几年重卡行业持续低迷,库存积压越来越严重,几乎跟钢铁行业一样,到了“论斤卖”的地步。

据业内专家介绍,产能利用率在 75%~80%之间车企才能达到盈亏平衡,当前合资车企的产能利用率在 85%左右,经营效益尚可,但部分自主品牌车企产能利用率还不足 50%。今年一季度,一汽轿车、金杯汽车由盈转亏,北汽汽车、福田汽车净利润降幅超过四

成,海马汽车、亚星客车、江铃汽车等企业的利润降幅均超过两成。

“雄心勃勃”背后现产能全面过剩

虽然产能利用率在下降,产销增速也明显放缓,但各大厂商还是制定了“雄心勃勃”的 2020 年产销目标。其中东风 560 万辆、一汽 400 万辆、长安 450 万辆、北汽 450 万辆、广汽 300 万辆,这意味着 5 年后这几家车企的年销量增幅最少为 40%,最高达 130%。

“虽然上汽尚未公布‘十三五’产销目标,但可以大致推算出 2020 年其产能可能达到 1000 万辆的规模。”张毅说,上述 6 家车企 2020 年的产销目标总量将达到 3000 万辆左右;如果按照产能利用率 80%计算,六大车企到 2020 年的汽车产能将达到 3800 万辆左右。

除了上述六大车企,其他车企也不甘示弱,排名 7~11 位的华晨、长城、江淮、吉利、奇瑞 5 家车企的 2020 产销目标都超过 100 万辆、总量超过 600 万辆,产能共约 700 万辆;其余 26 家车企以及各地的新能源汽车项目,到 2020 年产能将超过 500 万辆。届时,全国汽车产能总量将达到 5000 万辆左右。

“2015 年全国汽车产销量都约为 2450 万辆,同比增幅分别为 3.3%和 4.7%;如果按照 5%的增速计算,2020 年全国汽车产销量只有 3100 万辆左右。如果不加以抑制,产能全面过剩将难以避免。”汽车行业专家凌青说。

“目前全行业在建产能有 600 万辆,这其

中大多是‘十二五’布局的项目;如今许多车企仍计划扩大产能,这势必进一步加剧供需失衡导致更加激烈的价格战。”张毅表示,这既不利于汽车产业的健康发展,也不利于实现由汽车大国到汽车强国的转变。

需克制投资扩产冲动

专家认为,汽车销量增速下滑,主要有四个方面因素:一是部分大城市汽车保有量已经饱和,交通拥堵严重,限购限行的城市或将继续增加,影响了消费者购车意愿;二是公共交通特别是轨道交通快速发展,一些消费者的购车必要性下降;三是二手车市场正不断扩大,许多消费者首次购车不再购买新车;四是汽车租赁、网络约车等共享用车服务不断发展,压缩了汽车消费空间。

相关专家建议,各级政府部门和车企要高度警惕汽车产能过剩趋势,克制投资扩产冲动,特别是在商用车领域更不宜盲目增加产能投资;企业应重点加强新技术、新产品研发和产业化投入,提高已有产能利用率,增强资源整合能力,积极开展国际产能合作。

此外,在国家政策引导扶持下,我国新能源汽车迅猛发展,今年 4 月全国新能源汽车产量就达到 4.7 万辆,同比增幅高达 135%。业内专家表示,新能源汽车企业技术和发展水平参差不齐,需防范低水平重复建设和违规上马。“到 2020 年全国新能源汽车产能将超过 300 万辆,比国家规划的产能多出 1000 多万辆,同样有可能出现产能过剩。”张毅说。

长春车展香车美女 车模身价普遍缩水

■ 初阳

7 月 15 日,一年一度的长春国际汽车博览会正式开幕,开幕当天便吸引了数万市民的关注。香车美女,自是大家最为热衷的搭配。各展商除了在销售之外的竞争,光鲜亮丽的车模更是各家吸引入气的制胜法宝。

如通常大家所见,大品牌展台尤其是豪车展台上的车模更为亮眼。车模的身价在一定程度上也与车企的品牌价值成正比。此外,业内人士思南还向记者透露,近几年,外国车模频频出现在车展展台上,身价也略有不同,一般来讲条件好一些的也可以达到 3000 元以上每天。

“不过总体来看,长春每届车模基本有 30%左右来自外地,70%还是来自本地。”思南告诉记者。

经纪公司一般抽成 10%—20%

车模想要去车展上站台,要通过怎样的过程?一般经济公司会怎样抽成?

面对这样的“商业机密”,思南神秘地告诉记者,车模想要登上车展的展台,要通过展商的面试等一系列关卡。一般展商都会有专人负责车模的选拔工作。干模特这一行,是不允许模特私自接活的,一经发现还要给公司进行赔偿。而且不少参展商都是只与模特经纪公司签约的,不会与个人签

约。这样一来,钱款也会直接打到经纪公司的账户上,经济公司再给模特单独打钱。

“抽成其实不算高,一般会在车模的日薪中抽成 10~20%,越是在条件好的车模身上经济公司也能越赚到钱。”思南说。

近年车模身价有 10%—20%的降幅

与国内顶级车展车模日入过万比起来,长春车展上的车模身价似乎更接地气些。

而据思南透露,实际上,车模的身价并没有网上炒得那么高。相反,在近两年来有所下降。

“也是现在孩子营养好了,长得好,个子高的女孩儿越来越多。”思南笑着说。

这看似一句玩笑,其实也透露出了一个事实:车模市场的竞争越来越激烈。

“随着社会的开放,加之现在类似的模特学校、艺术院校非常之多,干这行的女孩儿越来越多,全国模特界里条件好的比比皆是,加之厂家对于车模的要求也越来越高。普遍的车模身价反而有所下降,下降的比例大致在 10%—20%。”

车模是提升随机消费的一种商业手段

近年来,车模似乎成为了各大车展的标配,我们该如何看待“车模效应”?

吉林大学金融学教授、博士生导师丁志



国将车模现象称之为“商家提升随机消费的一种商业手段。”

“车模就是一种市场行为,因为现在车企之间的竞争激烈,商家在商业运营过程中为了求得更高的关注度,为了吸引消费者的眼球而采取的一种手段。因为有了车模,消费者会产生关注行为,会提升随机消费的几率。”

“建议车企应该更注重产品和服务,提升消费者的口碑才是最主要的。消费者也应该更注意产品本身,根据自身情况选择品牌和车型。”丁志国说。“车模不过是昙花一现,看看而已。”

全球 137 个汽车品牌亮相长春国际车展

被称为史上规模最大的第十三届中国长春国际汽车博览会 7 月 15 日开幕,全球 137 个汽车品牌的 1300 余辆展车集中亮相。

长春被称为是新中国汽车工业的摇篮,其举办的汽博会是中国国内知名车展之一。本届长春车展以“智能汽车·改变生活”为主题,意在引领未来汽车产业发展方向和汽车消费的新趋势。

车展总展出面积达 21 万平方米,其中室内 11.4 万平方米、室外 9.6 万平方米。组委会介绍,宝马、奔驰、大众、通用、丰田、现代等世界主流汽车集团和汽车品牌均以超豪华阵容参展。

消费者关注度颇高的新能源技术和智能时尚新车,成为展会主角。大众、丰田、日产、本田、奥迪、奔驰、宝马等多个品牌均带

来了旗下最新款的概念车、新能源车和智能驾驶车型。

中国自主品牌车企也纷纷亮出最新技术。江淮推出新能源车电动超跑,首款纯电动 SUV——IEV6S。吉利则带来了拥有先进汽车互联系统的博越,只需对它轻轻地打个招呼,汽车就会接受指令并执行。

近年来,“开着房车去旅行”在中国内地迅速兴起。2016 年中国将建设约 500 个自驾房车营地,带动投资约 350 亿元人民币。本届长春车展上,就首次设立了房车露营展示区,一万余平方米的场地上,展出了宇通、长城、福特、奔驰、GMC 等多个房车品牌的 30 余款房车。

据介绍,本届长春车展将一直持续到 24 日。

(贺宝庆)

电动车二手车市场不被看好: 一年贬值超过 50%

■ 何登峰

仅仅几年时间,中国的电动汽车保有量就已经超过 60 万辆,电动汽车在改变人们日常用车习惯的同时,也在改变汽车行业原有的发展模式。当下,汽车因为互联化,变得越来越智能、聪明;也因为电动化,变得越来越简单,让一些非传统的汽车业态也有机会加入其中。如今,可以这样说,因为汽车电动化趋势,我们正在经历一个不一样的“电动汽车”时代。

售前先要落实车位

对于传统汽车销售人员而言,交钱买车就算完成了一单销售,而对于纯电动汽车而言,仅仅是销售工作的开始。

消费者交钱买车后,销售人员首先需要核查有没有停车位,如果没有固定停车位,买电动车就成为一大难事;对于有固定停车位的车主,还要看停车位距离接电位置的远近,如果超过 15 米,接电成本会增大。因此不同于传统汽车,电动车销售人员要像保姆一样,一趟一趟跑小区物业办公室。按照销售人员的话,“又是拿着酒,又是拿着烟去协调、沟通。”真正卖一辆电动车对于销售人员而言非常不容易。

曾经有汽车销售人员戏言:电动车销售完全不需要展厅,只需要一台服务车,销售人员 24 小时不间断地奔波在一对一服务的道路上。

后期保养维修简单

当下,新车销售的利润已经越来越薄,但是 4S 店售后服务作为最大利润点,仍然能支撑 4S 店的日常运营,而电动车的出现打破了传统汽车销售模式,对未来汽车的售后服务模式发出了挑战。

一般而言,电动车每 1 万公里做一次保养,每次保养仅仅是对电池的保养,而类似

传统汽车的换机油、空滤、机滤等已全部省去。以北汽电动车为例,每次保养费用大约在 100 多元,和内燃机汽车比较养护成本非常低。不仅仅如此,相对于传统汽车,电动车的后期维修几率也大幅降低。庞大新能源销售人员说:“在我们销售的电动车中,回店维修的比例非常低,主要是由于电动车每日使用公里数非常低,车主使用电动车十分小心,导致电动车事故率低于内燃机汽车,这对于传统的汽车销售模式来说是一种挑战。”

一些业内人士认为,从目前电动车的实际销售来看,因为维修几率大幅降低,类似传统汽车销售的 4S 店模式已经不适合电动车销售,未来电动车销售只能走向综合卖场和超市模式。

一年贬值超过 50%

电动车后期的价值表现又如何呢?通过对北京市场上几家二手车商的调查,目前电动车二手车在市场并不被看好,一辆使用一年的电动车折旧往往高达 50%以上,高于传统汽车。

二手车电动车贬值的主要原因是多方面的,其一电动车不同于传统汽车,汽车的核心部分已经变成电池,电池衰竭程度往往决定了二手电动车的价格,而到目前为止,对于电池的鉴定还未进行,因此导致了二手车电动车估价较困难,加上市场需求本身比较弱,因此贬值幅度往往比较大。其次是电动车的大规模销售仅仅几年时间,市场保有量并不是很大,各品牌之间差异并不明显,缺乏市场认可度,因此影响其后期价值表现,导致二手车贬值率较高。

从目前较为成熟的二手车混合动力车型来看,因为已经普遍得到市场的认可,其二手车价格相对比较高,特别是一些技术成熟的混合动力车型,其保值率甚至超过了传统汽车。电动车未来大有希望。

一汽解放卡车迎来 60 岁生日

■ 郭翔 李超

7 月 13 日,我国第一辆国产汽车——解放卡车迎来自己的 60 岁生日。

1956 年 7 月 13 日,第一辆解放牌汽车驶下装配线,结束了我国无法制造汽车的历史。至今,解放卡车已先后推出了 6 代卡车产品。2016 年前五个月,解放重型卡车占国内市场份额达到 21.5%,并出口俄罗斯、东南亚、中东、非洲等国家和地区。

多个细分市场保持领先 上汽大众上半年销量近百万

汽车市场“期中考”如约而至,各家车企纷纷公布了期中考的成绩单,对几大军企上半年的业绩进行盘点,来看看 2016 上半年上汽大众表现如何。

近日,上汽集团发布产销快报,2016 年 6 月实现汽车销量 45.48 万辆,同比增长 2.05%。2016 年上半年累计销量为 300.18 万辆,同比增长 4.88%。其中,上汽大众共销售 970018 辆,同比增长 2.88%,位居国内乘用车市场榜首。

其中,大众品牌上半年销售 818119 辆,旗下多款车型在各细分市场均处于领先地位。全新帕萨特上半年销售 82865 辆,位列 B 级车市场第一,途观上半年销量 111761 辆,位居国内合资 SUV 市场榜首。此外,Polo 家族上半年销售 90795 辆,Lavida 家族

上半年销售 287164 辆,同比增长 23.1%。全新朗逸表现亮眼,上半年销量 248939 辆,凌渡月均破万辆,上半年销售 71342 辆。

斯柯达品牌上半年销售 151899 辆,同比增长 10.2%,新明锐作为主力车型,上半年销售 73313 辆。Rapid 家族以年轻的外观、实用的配置和实惠的价格受到年轻消费者青睐,上半年销量超过 4.3 万辆。

高销量的背后离不开国家政策支持,1.6 升及以下排量乘用车实施减半征收车辆购置税的优惠政策促使上汽大众旗下本就热销的多款车型变得更为抢手。

在去年上汽大众销售 181.2 万辆汽车后,今年的目标定为 200 万辆。此外,大众品牌无论是产品本身质量问题,还是企业内部人事动荡,这些因素似乎对大众在国内



发展影响较小,再加上“VW”光环效应,促使上汽大众始终保持国内领先地位。

目前,2016 上半年已经完成了 970018 辆,下半年,上汽大众全新 C 级轿车辉昂、凌渡 GTS、换代途观、桑坦纳跨界车型等也将正式上市,不断丰富产品线为消费者提供更多购车选择。虽然下半年中国经济和市场形势依然严峻,行业竞争愈发激烈,但依照以往走势,上汽大众今年完成 200 万辆的销售目标问题不大。(欣闻)