

前4月出口下滑 中国汽车出口风雨中盼彩虹

近日,中国汽车工业协会(以下简称中汽协)公布统计数据称,今年1至4月,中国汽车出口24.5万辆,同比下滑14.6%。其中,乘用车出口13.67万辆,同比下滑20.7%;商用车出口10.83万辆,同比下滑5.5%。

出口大幅下滑

事实上,进入今年以来,中国汽车出口持续萎缩。尤其是4月,出口量仅为6.16万辆,同比下滑21.5%,创下2014年以来的月度最大降幅。从乘用车的出口车型来看,轿车和SUV的出口下滑幅度最大。今年前4个月,中国轿车出口8.1万辆,同比下滑24%;SUV出口3.8万辆,同比下滑19.2%,与国内SUV的畅销局面形成了鲜明对比。

中汽协预测,今年中国汽车出口约为86万辆,同比下降5%。其中,乘用车出口量预计为51万辆,同比下滑4%;商用车出口量预计为35万辆,同比下滑5%。

全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树认为,由于受到人民币升值、全球经济疲软等因素影响,今年中国汽车出口总量将有所下滑,但下滑幅度不会太大,将稳定在90万辆之内。

崔东树和中汽协副秘书长师建华都将俄罗斯、巴西等海外汽车市场的低迷,视为中国汽车出口下滑的原因之一。据悉,由于俄罗斯政治、经济形势不稳定,车市连续数

月暴跌,中国品牌没能“幸免于难”,奇瑞、江淮、吉利、力帆等中国车企在俄罗斯车市的销量均出现大幅下滑。巴西宏观经济疲软,社会购买力下降,汽车首当其冲,中国自主品牌汽车销量下降。

师建华告诉《中国汽车报》记者,除了受到俄罗斯和巴西经济低迷影响外,中国汽车出口下滑,还受到俄罗斯的汽车报废税和巴西政府实施的特别工业税的影响。此外,由于人民币不断升值,而日本和韩国等竞争国货币在贬值,这在一定程度上使得中国汽车价格上涨,严重影响了中国汽车的竞争力和市场份额。有些中国车企为了减少损失,调整了出口结构,停止出口部分亏损的产品,这也导致中国汽车整体出口下滑。

借“一带一路”之势

虽然中国汽车出口下滑,但“一带一路”带来了新的希望。在谈到“一带一路”战略的影响时,崔东树说:“今年汽车出口的最大亮点就是在东亚、南亚及西亚等市场表现特别好,这些地区不仅是汽车业,也是各行各业取得新进展的一个突破点。”

据悉,进入今年以来,中国对东亚和东南亚的汽车出口都有不同幅度的增长。国家统计局中国经济景气监测中心副主任潘建成认为,近些年中国对东南亚地区的各项出口增长都比较快,这表明中国同周边国家的

贸易往来更加密切了。“虽然很多人认为中国和‘一带一路’沿线国家存在竞争关系,但我认为中国和这些国家也同时存在着经贸往来的互补性,而且我认为互补性更大。”潘建成说。

长安汽车和奇瑞汽车内部人士在接受记者采访时均表示,“一带一路”战略的推进正给中国车企带来前所未有的机遇与挑战。“一带一路”沿线的60多个国家和地区大多是新兴经济体或发展中国家,基本符合中国品牌汽车的消费主体定位,将给中国车企的海外发展创造广阔的空间。随着中国与周边国家和地区的双边贸易不断紧密,也会为中国汽车出口带来更多的机会和便捷。

同时,奇瑞汽车内部人士坦言:“在迎来机遇的同时,中国车企也将面临来自各国准入政策限制、本地化产品适应能力不足、国际品牌竞争等一系列挑战,这需要中国车企共同面对。”

车企积极应对

尽管中国汽车出口下滑,但中国车企并没有选择放弃拓展海外市场。长安汽车国际销售服务有限公司市场部经理陈卓表示,长安对中国汽车出口的未来前景持乐观态度,且长安正积极推进在俄罗斯及中东的本地化生产制造体系布局,夯实营销服务网络,

北汽试水充电桩众筹 能否破解盈利难题?

6月1日起,北京、青岛开征充电服务费,北京电动车不限行等政策的发布催热了公共充电桩设施的建设。

近日,北京汽车新能源股份有限公司(以下简称北汽新能源)对外公布消息称,公司首批8个充电站21个充电设施正式投入使用。这不仅意味着北汽新能源公共充电桩建设全面展开,而且也作为充电桩的筹建开创了一种全新的模式。

据了解,此次北汽新能源投资建设公共充电桩采用的是众筹模式,即无论企业或个人,都可通过提供场地或资金的方式参与建设,共同分享收益。

分析认为,这一模式有望在一定程度上化解目前充电桩企业盈利周期长等难题,提升充电桩企业的建设热情。

然而,一位充电桩企业相关负责人表示:“这种模式在目前北京这种停车位不足的城市很难推广。”

充电桩建设引入众筹

充电难、充电基础设施少,一直是困扰新能源车发展的重要障碍之一。

一位住在北京南四环的车主告诉《每日经济新闻》记者:“由于不具备安装个人充电桩的条件,我每次充电都要去西三环附近的北京理工大学;除了加收充电服务费,目前北京理工开始对电动车收取停车费。如此一来,个人用车成本再次提高。”

北京市科委新能源与新材料处处长许心超告诉记者:“目前,北京市共有充电站225座,合计充电桩1700多个,其中70%是由政府连同国家电网先行投资建设。”

这一数量很难满足市场需求。数据显示,截至2014年底,我国纯电动汽车与充电桩比例为4:1,距离标配1:1尚存在不小差距。日前在一些利好政策的刺激下,充电桩建设开始升温,车企也开始加入充电桩建设阵营。

一位电动车行业人士向记者透露:“此前,宝马与万科等商业地产合作建设公共充电桩,近日宝马还将新建一批公共充电桩。”

近日,北汽新能源首批公共充电设施也已投入使用,包括集美家居大红门店、北辰亚运村汽车交易市场、丰苑大厦、国信苑宾馆、京宇汽修厂、北京恒誉汽车租赁、千鹤小区、北工大软件园8处的充电站,共61个充电桩。

值得一提的是,北汽在新能源充电桩建设方面正在试水众筹模式。“在众筹模式下,不管企业还是个人都可以参与充电桩投资建设,未来收益共享。”北汽新能源汽车营销有限公司总经理张勇介绍。

以位于集美家居大红门店的充电站为例,其由两家公司共同投资,共享收益分成。其中,集美家居作为电力和场地提供方,电费将归其所有,按照商业电价每度电1.2元收取;北汽旗下合资公司北汽特来电作为服务提供方,将收取每度电0.6元的充电服务费。

或更适合二三线城市

随着北汽新能源充电桩众筹模式的开启,充电桩运营企业似乎找到了一条化解利润难题的出路。

此前充电桩建设推进困难,不仅因为用户不足,而且因为投入大、回报周期长。上海赛特康集团董事长庞雷曾表示,目前社会资本建一个4500瓦的慢充充电桩成本大约在4万~5万元,赛特康在北京推行的充电服务费是0.8元/度,若按照京沪等地的示范推广速度,“收回成本要5~7年”。

“众筹模式将在一定程度上分摊充电桩建设成本,充电桩企业的经营压力也将相应减小。”有分析人士认为。

但是,一位充电桩企业相关负责人表示:“在北京这样的大城市,由于停车位供不应求,并不利于众筹模式推广,这一模式更适合二三线城市。”

据上述负责人介绍,此前江苏万邦充电设备有限公司推出的“星星充电”项目采用的就是众筹模式,“而这个项目之所以落户常州,和二三线城市车位相对充裕不无关系。”

国家科技部“863计划”电动汽车重大科技专项特聘专家王秉刚认为:“众筹模式有可能破解充电桩企业的盈利问题,但最重要的还是要实现盈利模式的不断创新。”他举例称,目前不少充电桩企业已经开始采用会员制等方式吸纳更多的用户和资金,在此基础上开辟更多的融资渠道,实现资金的快速回笼。

(刘卫琰)

上汽依维柯红岩携智能环保重卡亮相 2015 渝洽会

5月28日至31日,第十八届中国(重庆)国际投资暨全球采购会(简称渝洽会)在重庆悦来国际会展中心隆重举行,本届展会由中国商务部、国务院三峡办、中国贸促会、重庆人民政府等共同举办,已连续成功举办17届,是西部地区参与经济全球化进程、开展形式多样经贸合作的重要平台,也是西部投身“一带一路”、互通互联的年度盛会。作为重庆汽车工业的骨干企业,上汽依维柯红岩特携基于中长途干线物流运输的旗舰产品全新杰狮以及基于城市及工程建设的红岩城市渣土车、搅拌车亮相本届展会。

全新杰狮——越前行,越精彩

全新杰狮是杰狮重卡经历岁月历练,适应当前物流运输装备高端化发展趋势和用户需求再次全面升级后的全新旗舰产品,预计在9月全国正式上市。它不仅在外观上更有力量之美,在产品人机工程舒适升级、安全高效可靠升级、道路运营经济升级等方面均有了极大突破,更是在技术创新、车联网智能升级方面有着卓越表现。

新金刚智能渣土车——绿色中国梦

2015环境问题成为社会讨论的热点话



题,在大气治理、环境保护上作为车企必须肩负节能减排的社会责任。作为环保、节能减排的积极倡导企业之一,上汽依维柯红岩特携红岩新金刚6x4城市渣土运输车参加

了本次展览,该款车型不仅符合《建筑垃圾车技术及运输管理要求》并且满足国家环保四标准,密封盖全覆盖车厢顶,避免运输过程中产生扬尘、遗撒。车辆颠覆传统货车

上海 CES 展:汽车智能化方向渐明,车联网蓬勃待发

汽车作为未来消费电子产品的集大成者,正日益成为 CES(消费电子展)的主角。

5月24日,首届亚洲消费电子展(CES Asia)在上海举行,其规模远远超过预期,CES 总裁 Gary Shapiro 在接受媒体采访时将其原因归结为,其与奥迪、大众、福特、奔驰等大公司的深度合作。

《第一财经日报》记者了解到,CES Asia 将长期落户上海,每年都有展出,也有更多的汽车及相关配套企业表达了参与其中的想法。

汽车唱主角

如果说车展是汽车企业集中展示新技术、新车型、新概念和创新设计的地方,那么在消费电子展上,汽车企业更多展现的是附加价值,是向一些不同的受众展示创新科技。

本届上海 CES 展,最具人气的当数 N2 馆的各大汽车企业,这不仅是因为汽车企业有钱,更在于其作为整个消费电子行业的整合者和采购者,它们的技术方向或将影响整个消费电子业的发展,它们的重点采购对象也将获得快速发展。

尽管众多科技类公司包括部分中国公司也提出了“车联网造车”的理念,如谷歌汽车、乐视汽车、博泰汽车等,但截至目前,汽车企业仍然作为车联网技术的采购商,在整合着全球最先进的技术和硬件产品,更多的互联网企业还是选择从供应商开始做起。

奥迪公司管理董事会主席施泰德认为,我们正在经历一场声势浩大的数字革命,其影响力要比150年前欧洲工业革命更加迅猛。没有人再需要纸质地图,没有人再需要厚重的词典,也没有人到处寻找公用电话,只要一台数字设备就能搞定这一切。

在这场变革中,汽车企业的合作伙伴也在发生变化。在过去内燃机是每一个汽车企业非常有挑战的部分,而现在最具挑战的部分是汽车电子系统、汽车互联以及数字化。它们正面对来自数字领域的新的供应商,包



括一夜之间就能提出新概念车创意的科技企业、移动端搜索引擎供应商以及数字地图、APP、新移动服务供应商等大数据拥有者。

在中国市场,宝马、奔驰、大众和奥迪都推出了自己的车联网技术,截至目前几乎所有在华销售的宝马汽车都搭载了其自己研发的 Connect Drive 模块,而梅赛德斯-奔驰智能互联目前在中国市场已覆盖14款车型,并将在2015年底基本覆盖全部车型,而这些车联网技术的发展需要众多供应商。以奥迪为例,它拥有多达5000个半导体以保证在物联网中发送和接收数据。

施泰德表示,在过去将近130年的汽车工业史中,变革从未像今天这样迅速和彻底过,对于推动汽车产业发展的主要因素主要有两个方面,“一是新能源汽车的发展,二是数字化与智能汽车的发展。”

在新能源汽车的发展方面,奔驰展出的 F 015 Luxury in Motion 概念车和奥迪 Q7 e-tron 插电式混合动力 SUV,均符合二氧化碳排放法规,并且大幅降低了碳排放。但本次 CES 最吸引投资者和消费者所关注的则是车联网及无人驾驶技术的发展。

但对于汽车企业来讲,它们研发自动驾驶技术的初衷是因为自动驾驶能带来更多利益,其中最重要的两点原因就是安全性和

方便性。其中,安全性是针对整个社会角度而言,而方便性是对选择了自动驾驶技术的客户而言。

戴姆勒中华区投资有限公司董事长兼首席执行官唐仕凯在接受记者采访时表示:“汽车最美妙的时光还没有到来”。限于目前各国法律法规的要求,真正的无人驾驶技术并不能完全投放市场,更多还是部分智能驾驶辅助系统的应用,如奔驰在此次 CES 展中推出的碰撞预防辅助系统、车道保持辅助系统、主动式驻车辅助系统和盲点辅助系统等。

对无人驾驶技术的发展,施泰德同样认为,在未来三十年时间范围内,全球范围内的无人驾驶汽车仍然面临无法商业化的现实问题。

无可争议的是汽车将变得越来越智能。越来越多的汽车厂商开始尝试跨界,让车联网技术能够更具实用性、真正改变用户的生活。而车联网技术及其相关产品展示,也是本次上海 CES 展的亮点。

跨国汽车企业在海外市场往往通过与 Google 和苹果的合作,即能实现整个车联网在全球范围内的应用。但在中国不同,汽车企业仍然需要与本土科技类公司进行合作,在法律框架和通信协议范围内,做更多本土化适应,这也留给了本土企业更多创新发展

的机会。

受益者

鉴于汽车企业集成整合能力,在本次上海 CES 展上,众多与智能汽车相关的科技类企业选择与大众、奥迪、福特等汽车企业同馆展出,包括众多的地图商、传感器企业、3D 打印等技术公司。

宝马、奔驰和奥迪等豪华车企已开始广泛应用和采购,从本次上述三个企业发布的数据来看,百度和华为或将成为最大的受益者。

记者了解到,百度已经成功与大众、奥迪建立起合作伙伴关系,百度所推出的 Car-Life 将作为大众在华首推的车联服务商,该映射技术能够整合苹果 iOS 手机和安卓手机在车辆中的应用,在这个合作中,百度地图和音乐娱乐功能也将被整合进系统中。同样,宝马的 Connect Drive 模块也与百度有个轻应用的合作,百度街景也同样被奔驰所采纳,随着车联网技术的下一步发展,百度或将成为中国车联网企业的标配产品。其次,由于中国通信技术标准的不同,华为成为了奥迪的供应商,双方将共同挖掘未来汽车智能驾驶和互联的想象空间,并发布了基于 4G 技术的通信模块。该模块能够同时满足联通和移动的通信协议。华为消费者业务 CEO 余承东表示,未来汽车有望成为一个移动基站,这意味着车与车之间能够实现通信,还能够实现汽车与城市交通等基础设施的通信。汽车正在成为最大的移动智能终端,华为希望能够为奥迪甚至全球的汽车用户提供优质智能连接服务,积极推动汽车与智能机、可穿戴以及人之间的融合与互动,构建舒适、安全的行车体验。

鉴于奥迪与大众的从属关系,有消息人士推断,华为为奥迪开发的车载高速 LTE 网络模块,未来或将供应大众集团在华的所有品牌及车系。其中包括上海大众、上海大众斯柯达、一汽-大众、一汽-大众奥迪、大众进口车等,每年的市场需求都至少达到300万辆。(孙铭训)