

车企频出“大招”冲刺下半年

京津冀抱团建充电网 新能源车或冲30万辆

经过一轮接一轮的降价刺激之下,低迷市场依旧没有任何起色。日前,为了盘活市场,多家车企开始多层面部署,以保证全年战略目标的达成。一方面,有些车企通过加大新车推出,丰富产品矩阵,吸引购买力入场,提升需求端;另一方面,也有车企通过适当调低销售目标,降低市场一线经销商的库存压力,以维持市场的健康发展。此外,还有不少车企通过强化自身内部人员或架构的调整,以适应新形势下的市场环境。

举措一:推新车拉人气

据全国乘用车会消息,在6月份市场销量低迷的情况下,7月份市场开局持续低迷,零售销量一度下滑10%。为了尽快聚拢人气,提升市场销量,相对于之前一段时间的酝酿,在未来一段时间,部分车企将会加大新车型的投放。

日前,北京现代传出消息,未来巩固SUV市场的占有率,全新途胜将会加快上市的步伐,有可能在9月份提前上市,与年初设定的上市时间大幅提前。与此同时,北京现代对全新胜达新增三款2.0T车型,并将车型价格进行调整,调整后的售价为21.98万-28.98万元,降幅为3万元,直接将T动力SUV的入门价格锁定在20万元。

作为今年上半年增速最快的SUV细分市场,各个车企均抓紧时机进入,以减少市场波动带来的冲击。除了全新途胜,国产路虎发现神行、奥迪新一代Q7、CS95、北汽绅宝X25、奔驰GLE级、新雷克萨斯RX等SUV车型也将相继入市。

在轿车领域,上海通用将会投放全新迈锐宝,该车将与科鲁兹一样,采用了雪佛兰最新的家族式前脸设计,搭载2.0L、2.4L和1.6T三款发动机,再度向B级车市场发起冲击。而上海大众斯柯达也会全新旗舰车型速派也将导入国内,以全新的姿态加入B级车的争夺战中。

在MPV市场中,受益于家庭用车的需求增长,多家车企均加大了这一市场的投放力度,其中,上海大众新一代大众途安于年底与大家见面,轴距进一步加大至2791mm,提升市场竞争力。而奥德赛也将推出新的派生车型,满足不同消费者的需求。

“下半年,新楼兰正式投放之后,东风日产还会推出另外两款车型。未来,我们期望不仅是新车的销量,更希望是品牌影响力的提升。”东风日产总经理打越晋称。

举措二:降目标减压力

由于在华销量出现连月下跌,大众汽车预测称,2015年在中国市场销量可能不及去年。为此大众将更加注重在中国控制成本开支。

销量或将滑坡

在中国销量连续多年以两位数比例攀升之后,大众汽车终于承认今年可能迎来罕见的倒退。

7月29日,大众汽车集团发布了2015年上半年财务业绩,期间首席财务官潘师(Hans Dieter Poetsch)告诉媒体:“需要时间等待市场情况转向利好”;而营销负责人克里斯蒂安·克林勒(Christian Klingler)则直接表示,对比2014年在华销量368万辆,2015年大众在华成绩最后可能轻微下跌。

克林勒将下滑的原因归结为消费者转向小型化车辆,增长势头迁移至发达程度稍逊的区域,而中国汽车行业竞争更趋激烈。实际上,根据盖世汽车研究院分析,大众汽车在中国市场长期依靠A级紧凑型轿车(朗逸、捷达、速腾、高尔夫等)和紧凑SUV(途观等)称雄,而去年开始中国增速最高的细分市场为小型SUV,大众在该领域缺少产品。此外,宏观经济走缓和股市吸走消费者资金也影响了大众和其他外资车企,反腐浪潮更是让奥迪等豪华车走冷。克林勒所谓“消费者转向小型化车辆”,理应在指在SUV市场,消费者越来越青睐小型SUV。

潘师表示,大众将更加重视中国业务的“成本方面”,并认为在控制开支上“大有潜力”,不过未提供详细数据。

目前中国车市整体表现都不甚理想,中

应对市场难关,一边要开源,另一边需节流,对于车企亦然。事实上,当降价促销仍不足以救市之时,调整产销目标,优化渠道已经成为新的良策。

数据显示,中国汽车经销商库存预警指数已经连续9个月超预警线。即便6月份,库存系数在车企不断喊话减少压库的状况下依旧维持在高位。

据悉,北京现代方面便通过降低库存为经销商松绑,放弃了表面数据,务实地与经销商共度难关,提振经销商信心。与此同时,有消息称,受到市场低迷影响,起亚已经下调中国的产能。而面对销售困境的捷豹路虎,也作出了同样的“选择”,放弃之前设定的高速增长目标,根据市场适时调整。

其实,部分车企早在上半年便已经采取减产应对市场需求不振。其中,福特今年在华销售量预期下调了约50万辆,并在一季度就下调了部分产能。

举措三:内部调整适应市场环境

数据显示,今年前6月,我国汽车产销分别完成1209.5万辆和1185.03万辆,比上年同期分别增长2.6%和1.4%。月度累计增幅

回落,比上年同期均回落7个百分点。其中,乘用车产销分别完成1032.78万辆和1009.56万辆,比上年同期分别增长6.4%和4.8%,增幅分别回落4.7和6.3个百分点。

面对着市场低迷,中汽协也将今年汽车销量增幅预期下调为3%,这是5年来中汽协对市场做出的最低预期。面对突如其来的市场寒潮,车企除了通过产品与产能环节进行调整,也积极通过人事调整,挖掘内部潜力,以适应形势下的市场。

今年以来,挽救汽车市场颓势,车企高层团队变动显得更为频繁。据不完全统计,东风、一汽、上汽、宝马、长安、比亚迪等车企,高层调整人数已经超过了100名。据悉,上汽乘用车本月发布《关于公司人事变动》的通告,更是对40人的中层岗位调整。伴随而来的是内部架构的改革,从此单独设立了品牌营销部。

在此之前,捷豹路虎中国和奇瑞捷豹路虎共同任命毕少朴为联合市场销售与服务机构总裁,胡俊为常务副总裁。这也进一步强化了捷豹路虎与奇瑞捷豹路虎的合作,凸显属地的决策权。据悉,毕少朴将与胡俊共同管理联合市场销售与服务机构,负责捷豹品牌、路虎品牌和奇瑞捷豹路虎合资自主品牌营销和服务。

(郭小戈)

大众汽车预计今年在中国销量下滑 将大幅削减开支



汽协将2015年全年中国车市销量同比增幅预期从7%下调至3%。

中国仍是“吸金要地”

根据大众汽车集团最新财报,今年上半年,大众实现营业收入1,087.76亿欧元,较之2014年同期的988.08亿欧元,同比上升10.1%。

营业收入为68.20亿欧元,对比2014年同期的61.86亿欧元,提升了10.3%。

中国业务利润另外计算,按照《权益法》折合27.44亿欧元,较2014年同期的26.22亿欧元增长4.7%,按照最新汇率折合人民

币187亿元。

分析人士指出,大众汽车实际上有超过一半的净利润来自中国,而现金流对中国市场的依赖度则高达71%,包括来自合资企业和版权专利收入等。

销量方面,大众汽车集团旗下各乘用车品牌2015年上半年总计在中国市场交付了1,739,904辆,去年同期1,811,195辆,同比下跌3.9%。而大众旗下商用车上半年在华交付销量为3,088辆,去年同期2,871辆,同比增长7.6%。

合资车企中,一汽-大众上半年销量跌幅甚至高达近30%,速腾、迈腾等畅销车均出现大幅下降的情况。

(石劭)

奇瑞上半年出口量稳居中国品牌第一



奇瑞汽车批量出口南美

据中汽协数据,2015年上半年奇瑞乘用车出口50130辆,占中国品牌乘用车总出口量26.7%,以绝对优势继续保持国内汽车出口第一位置。

进入2015年以来,已连续12年位列中国出口榜首的奇瑞抓住自身优势市场与国家“一带一路”战略高度契合的契机,进一步

加快东欧、西亚、中东北非等国家的市场体系建设,取得明显成效。在伊朗,奇瑞汽车的市占率已达5%,跻身第三位,成为当地市场主流品牌之一。同时,今年6月份,在李克强总理见证下,奇瑞汽车完成巴西工业园项目签约,成为继巴西工厂投产后的奇瑞在海外实施深度本土化战略的又一重大举措。工业园项目将大

幅度提升奇瑞车型本土化生产的比例,加快完善奇瑞在巴西市场汽车产业链的建设,以增强奇瑞产品在巴西市场的竞争力,同时辐射整个中南美市场。在南美市场,今年上半年在阿根廷汽车市场整体下滑的形势下,奇瑞汽车却逆势增长44%,显示出强劲的增长势头。

在稳步推进本土化战略的同时,在产品方面,自转型以来,奇瑞的产品质量也实现了质的飞跃。在18年技术积累及沉淀的基础上,奇瑞汽车通过打造国际标准的产品开发体系和流程,打造出媲美合资品牌的产品品质,根据法国益普索咨询公司和汽车之家网站进行联合调研结果,奇瑞艾瑞泽7、瑞虎3和瑞虎5的产品质量在各自细分市场均名列前茅,同时在海外也为中国品牌赢得了良好的口碑,并在多个国际市场开创了中国品牌的市场口碑先例。其中,全新体系下的奇瑞5入围智利“2015年最佳SUV车型”,新QQ(智利名为“iQ”)当选“2015年年度最具价值车型”,获得俄罗斯“最受欢迎的中国汽车品牌”的殊荣。

虽然全球汽车市场需求在进一步放缓,但奇瑞凭借10多年在海外市场积累形成的口碑,以及本土化战略的进一步实施,加之产品力的进一步提升,奇瑞产品在全球市场的竞争力将进一步增强,奇瑞在国内汽车出口的地位也将愈加稳固。

(钟敏)

精心呵护 全线出击

锡柴制定磕碰伤专项整治攻略

为了进一步提升产品质量,彻底消除小毛病,锡柴自5月起在全厂范围内开展零部件磕碰伤的专项整治活动。截止至6月底,已完成零部件磕碰伤专项整治前期宣传教育与摸底排查工作。

专项整治活动前期,锡柴积极开展零部件防磕碰全员宣贯教育,落实活动精神,并组织采购、生产等相关部门成立专项整治活动工作小组,严抓产品制造过程、零部件包装、配送等多个环节,从宣传教育、自查自纠、活动实施、标准建立、严格考核等方面有序推进实施。

专项整治活动工作小组每日组织磕碰伤问题现场巡查,深入一线摸底现生产磕碰伤质量状况,并形成每日零部件磕碰伤检查报告,对各类影响外观与使用的磕碰伤问题进行通报。如缸罩平板工位架完好但不合理,气缸盖罩长度大于工位架平面长度,铲车铲运不当后,两个工位架一起铲挤压气缸盖罩,导致磕碰伤;排气歧管平板工位架,虽然垫有油

脂防磕碰,但是两两之间没有隔开摆放,无法避免铸件表面的磕碰伤等。截止6月底,锡柴已排查零部件1038件,涵盖机体、缸盖、曲轴、凸轮轴、连杆、活塞等32种零部件。其中连杆瓦、主轴承瓦以及凸轮轴外观质量普遍较好,排查过程中未发现磕碰伤;而摇臂、气缸盖罩、气缸盖罩下框架等7种零部件磕碰比例较高。

根据摸底排查结果,现已初步确定零部件磕碰伤优先整改顺序。锡柴将从工位器具合理性改进,推行上线拆包减少翻盘,规范零散发料,强化零部件包装质量,装架铲运操作质量、装配过程质量等多个方面落实改进提升。

(吴自强 姜林)

商务部:新常态下汽车产业投资要提质

日前,商务部发布了最新《中国汽车产业投资促进报告》。据了解,近年外资企业在华投资规模、布局等发生了新的变化。新常态下的汽车产业投资正由增量向提质转变。《中国制造2025》、一带一路等政策将为汽车行业带来新的投资机会,经过市场发酵之后这些政策的利好作用将会逐步释放。

业内专家表示,我国消费市场的巨大潜力和相对较低的生产成本曾是拉动外商在华汽车产业投资迅速增长的主要因素。然而数据显示,近三年,外资在我国整车制造业的投资项目数量呈现递减趋势,但投资总额保持高水平。造成项目数量减少的原因,一是近年来我国汽车行业发展总体增速放缓,二是国家政策不鼓励外商投资整车项目。《报告》认为,虽然目前国内汽车市场增速明显放缓,投资项目减少,但市场需求和消费能力仍不断增长,外资车企对我国车市的预期较高,投资扩产的热情不减。但这也在一定程度上导致我国汽车产业出现产能利用率降低,产业集群集中度偏低等问题。

专家指出,我国汽车行业当前的产能过剩反映出长期粗放式经济发展方式导致的供需脱节矛盾。面对近年汽车产销量持续增长,各地政府将汽车产业作为支柱产业,给予投资建厂政策优惠,鼓励车企扩大产能。政府应当尽量减少政策对企业投资决策的影响,让企业自主决策投资的时机和地区。

(江文)

图片新闻

更方便 比亚迪携手百度/高德推新云服务

近日,比亚迪官方宣布,比亚迪将携手百度、高德推出比亚迪云服务新功能,其将支持手机“遥控”车载导航。在装有比亚迪云服务的车辆中,用户可通过百度或高德地图手机App查找目的地,并推送至车载导航。

目前,比亚迪云服务配备在包括比亚迪秦、比亚迪S7(选装)等车型上,目前该系统能够提供资讯服务、大数据服务以及实现手机对整车的远程控制及车况监测。此次比亚迪云服务中新增的目的地发送功能,是指用户可通过百度和高德地图手

机App查找目的地,推送至车载导航,实现车内一键接收、导航。(据汽车之家)

