

棋局过半 自主车企调整策略应对“新常态”

下半年已经过去一个多月,汽车业依然没有“回暖”的态势,虽然 7 月的产销数据还未“出炉”,但市场仍是一片“凉 意”。根据中国汽车工业协会数据显示,上半年乘用车产销分别为 1032.78 万辆和 1009.56 万辆,同比增长 6.38%和 4.8%,比去年同期回落 5.67 个百分点和 6.38 个百分点。特别是今年 6 月,乘用车的销量为 151.14 万辆,环比下降 6.08%,同比下降 3.36%,这也是自 2008 年 12 月以来乘用车市场首次出现“双降”的情况。

对于中国汽车产业来说,上半年的亮点来自于自主品牌企业,整体市场份额有所提升。下半年,自主品牌该如何保持住这种势头,面对合资品牌的打压,自主品牌能否抗住,成为下半年汽车行业的一大看点。

增速放缓成为车市“新常态”

汽车业在经历了上半年的低迷以及激烈竞争后,下半年的市场走势和产品趋势牵动各大车企的心。当前车企压力普遍较大,如果库存依旧居高不下,为了争取市场份额,更多车企或将展开“官降”拉锯战,而猛烈的价格战会让整个车市的动荡更加严重。不过按照往年情况,车市下半年比上半年的销量会有所提升。同时根据上半年乘用车市场的产销情况和宏观经济环境来判断,2015 年全年的

车市增速将有所下降,但是由于股市投资有所降温,资金流入车市会成为大概率事件。

为了深入了解自主品牌车企是如何看待下半年市场行情,记者采访了几家企业。从采访中能够看出,自主品牌对于下半年市场走势抱有信心。上半年自主品牌销量逆势上扬,一扫去年“十二连降”的颓势,将乘用车市场份额提升到 41.45%,表现十分抢眼。这在一定程度上增强了自主品牌下半年继续发力的动力,同时也给下半年的销售奠定了良好的基础,伴随着上半年众多自主品牌新品的上市,很多车企都认为下半年的整体表现会好于上半年。在利好因素的作用下,车市的走势仍然是被看好的,但多数企业也认为,增速放缓将成为车市的“新常态”。

细分市场多点开花

上半年乘用车市场累计销售 953 万辆,同比增长 7.4%。其中 SUV 累计销售 270.53 万辆,同比增长 45.94%,增幅远超市场整体水平,可谓独领风骚。自主品牌企业的抢眼表现,多数得益于在 SUV 市场上的销量突破。下半年,自主品牌如何手握 SUV 这把“好牌”成为了至关重要的课题。

近期,长城汽车举办的《哈弗品质蓝皮书》发布会上,长城汽车董事长魏建军表示,

未来长城汽车要力争做 SUV 的 领导者,而且要做得更加专注,企业会将有限的资源全部投入到 SUV 车型中去,研发资源、技术资源、整个产业链资源都向 SUV 倾斜,力争在 SUV 车型上获得更多的优势。

长安汽车品牌公关部部长杨大勇表示,今年下半年,SUV 市场将是长安汽车的主要发力点,在预计上市或亮相的新款车中,有三款都是 SUV 车型。

上半年 MPV 车型累计销售 101.6 万辆,同比增长 15.26%,在车市低增长的环境下,表现还算中规中矩。在众多车企纷纷抢占 SUV 市场的热潮中,MPV 是否会成为下一个增长点也很值得自主品牌企业去思考。

长安汽车、广汽传祺等自主品牌企业的相关负责人表示,MPV 广阔的成长空间将会成为乘用车市场的下一个增长点,从 2015 年上半年的汽车销售数据来看,MPV 产销增速超过 15%,增长势头很猛。为此,多家自主品牌企业已经开始了行动:长安汽车作出了商用车向多功能车的战略转型规划,并将在未来 3 年内推出多款 MPV 多功能车型,不断丰富其产品谱系,以提高竞争力。广汽传祺也力图抓住机遇,据悉企业正在研发 7 座 MPV 车型,预计 2017 年投放市场,同时也在着手小型 MPV 的布局,尽快完善产品线。

上半年,相比 SUV 和 MPV 的增长,轿车

的表现则相形见绌。但轿车的操控性和舒适性与 SUV 相比仍然有着不可替代的优势,因此大多数自主品牌企业表示不能放弃轿车业务。而且要想突破重围,赢得更多的市场份额,就必须抓紧轿车研发改进,逐步向高端化发展,强化产品质感,提升品牌力。

加速新能源乘用车发展

目前中国经济进入换挡期,汽车市场也迎来了“新常态”。在谈及企业下半年要在哪些方面做出努力的时候,接受采 访的自主品牌车企都把发力新能源汽车作为重点工作。诸多自主品牌纷纷在新能源技术方面加大研发。今年 3 月长安汽车就发布了新能源“518 战略”将在未来 10 年投资 180 亿元打造新能源产品、渠道和售后服务的全面布局。上汽乘用车也以“芯动战略”进行对传统与新能源汽车领域的双布局。广汽乘用车总经理吴松也表示“广汽传祺新能源车已经进入快车道”。

随着国务院《中国制造 2025》战略的发布,确定了我国未来 10 年汽车产业将主要突破新能源汽车领域,包括整车以及配套技术,实现与国际先进水平接轨,新能源汽车将成为一个新的增长亮点。因此自主品牌抓住新能源方面的战略布局,也成为了抢占更多市场份额的有效方法。

(韩志楠)

人民币闪贬给汽车业带来了哪些影响？

既在意料之中,又在意料之外。继 8 月 11 日、12 日人民币兑美元汇率中间价分别下跌 1136 点和 1108 点后,8 月 13 日,人民币兑美元汇率再次下跌 704 点。至此,人民币已经连续 3 天大幅贬值,累计 4.66%。

自 2005 年 7 月实行有管理的浮动汇率制度以来,人民币经历了三次贬值,分别是 2012 年 5 月至 8 月、2014 年上半年以及 2014 年底至 2015 年初。这三次贬值的背景均为经济基本面下行,工业增加值和 PPI 同比增速下行。

作为国民经济重要组成部分的汽车业,显然无法独善其身。8 月 11 日,中国汽车工业协会公布最新数据显示:7 月份,汽车生产 151.8 万辆,环比和同比分别下降 18.0%和 11.8%;销售 150.3 万辆,环比和同比的降幅为 16.6%和 7.1%。今年 7 月份的这一销量不仅低于去年同期水平,甚至低于 2013 年的同期水平。这也是中国汽车产销量连续第三个月下降,且降幅十分明显,而上一次出现这种情况是在 2008 年 11 月-2009 年 1 月。

天津爆炸事故汽车行业损失一览

8 月 12 日晚 11 时许,天津塘沽开发区一带发生剧烈爆炸事故,根据统计,已有上万辆汽车在事故中被焚毁报废。如果以平均单价 35 万元的货值计算,直接经济损失可达 40 亿元左右。

1、丰田 丰田在声明中表示:“我们当前获悉,超过 50 名居住在公司宿舍在厂内临近爆炸区域的员工受伤。”爆炸造成一家广汽丰田经销商和一家一汽丰田经销商玻璃震碎,随即两家门店暂时关停。一汽丰田位于天津的研发中心受爆炸破坏。

2、现代-起亚 美国全国广播公司 NBC 称,此次现代-起亚在爆炸事故中损失了超

过 4000 辆汽车。而有消息指出,在天津一家汽车堆场中,总计有近 5000 辆汽车全部被毁,每辆轿车大约价值人民币 30 万元,不过所幸没有人员伤亡。

3、大众 进口大众汽车也在此次爆炸中损失严重。国内消息显示,此次被毁的大众车型包括:甲壳虫 391 辆、迈特威 770 辆、UP!84 辆、高尔夫旅行车 114 辆、迈腾旅行版 28 辆、Sports Van39 辆、Tiguan(进口版途观中文名为途威)257 辆、途锐 1065 辆,总计约 2748 辆。

在天津港暂停服务之后,大众将通过上海和广州交运进口车辆。大众官方宣布,已经开始评估事故造成的损失,所有损毁的车辆

都不会流入市场;大众还表示,最重视灾区员工的安危而非经济损失。

4、克莱斯勒 克莱斯勒旗下 Jeep 品牌本次有大约 3000 辆大切诺基被毁,几乎占据 Jeep 在华月销量的一半。克莱斯勒方面表示,由于无法进入现场,具体损失还不能确定,但保证不会让质损车进入市场。由于这部分车辆属于公司库存,所以不会影响现车交付,公司将会尽快组织货源满足中国市场需求。

5、雷诺 天津港雷诺汽车仓储场当时现场停放了 6000 多辆汽车,其中大约 1500 辆被毁。目前涉及的车型和具体数量不明,据信有科雷傲、风朗等。

Garthwaite 在给客户的报告中指出。

与人民币贬值对进口车带来的利空相比,对自主品牌的出口则为利好。“海外业务收入占比较大的企业将更加受益于人民币贬值。”光大证券分析报告显示,以万丰奥威 2014 年营收为例,若人民币相对美元贬值 5%,则能够直接增加公司利润总额约 1900 万元;若再考虑市场份额提升,则对公司的正面影响会更大。

2014 年,我国汽车和汽车零部件上市公司海外收入 915 亿元,占同期总收入比重约 5.75%;但是,汽车零部件上市公司 2014 年海外收入 513 亿元,占同期总收入比重约 15.9%,且大多是以美元计价为主的出口比重。

显然,相比整车,海外出口收入比重更大的汽车零部件公司的收益更大。正在图谋由汽车大国向汽车强国转型的中国汽车业,能否借此轮人民币贬值之际以更具价格优势的产品抢占更多海外市场份额,从而提升企业的盈利水平,这是对中国汽车业、尤其是零部件业的又一次考验。

(寇建东)

根据雷诺方面的电子邮件,此次该公司经济损失超过人民币 2.1 亿元。雷诺通过微信公号宣布:“将杜绝任何一辆因过火而受损的车辆进入市场流通渠道”。

6、斯巴鲁 富士重工旗下斯巴鲁品牌表示,在天津特大爆炸灾难中有超过 100 辆进口车被毁,主要原因是玻璃窗因爆炸而碎裂,造成车辆受损。

7、宝马 宝马表示,在天津港爆炸中心附近设有两家汽车分销中心,只是当前尚未得知损失情况。

8、马自达 在这次天津爆炸中,马自达损失了 50 辆汽车,均运自日本。8 月 13 日,一家附近的马自达经销店因爆炸而临时关停。

(石劼)



每公里一毛钱,在没有电量的情况下,它也可以通过燃油发电,总续航可以达到 680 公里。”吴松说。

据悉,传祺 GA5 REV 搭载高能锂电池组技术、永磁同步电机技术和智能控制技术,采用增程式电力驱动技术,最大扭矩 225Nm,峰值功率 94Kw,从 0 加速到 50 公里/小时仅需要 4.6 秒。

纯电动状态下,GA5 REV 可行驶 80 公里,每公里花费仅需 0.1 元,减少约 150 克二氧化碳排放,实现“零油耗,零排放”,家用 220V 充满电仅需 4-5 小时。当电池电量消耗至 15%时发动机启动发电,综合工况百公里

油耗 2.4L,节油效果显著。

吴松预计这款车今年能销量 2000 辆,计划明年在全球销售 5000 辆,“今年的量之所以不大,主要是考虑成本。现在每卖一台 GA5 REV,我们还要倒贴 4 万,而这次为了支持百家企业建充电桩活动,我们又拿出将近 2 万的补贴,同时还支持充电桩建设。”

目前看来,新能源汽车并不是一盘可以马上盈利的生意,而且牵涉众多,比如充电桩、电网以及消费者的观念。

在吴松看来,随着批量的增长和技术的进步,成本会进一步降低,“今后 5 年,我们还会推出五款新能源车,包括一款 A0 级电动轿

车 A 级车、一款 GA3S 电动版(在明年上半年将会推出);GS4 车型也准备配两款,一款是充电的,另一款是 PHEV(插电进行充电的混合动力汽车);也会推出一款 PHEV 版本的 GA6;虽然 C 级车本身重量比较大,但我们也会推出 GA8 的混动车型。”

除了有产品的企划之外,吴松表示广汽已把新能源战略提升为集团的核心战略,“未来,我们将投入 20 亿元重点发展新能源汽车,计划到 2020 年,产销达到 20 万辆,其中广汽传祺为 10 万辆。”

据了解,为了快速运转、决策明晰,目前,广汽集团还专门为新能源汽车成立了专项小组,其中领导小组的组长为集团董事长张房有,副组长是集团总经理曾庆洪;而担当新能源车工作组组长的是研究院院长黄向东,副组长是广汽乘用车总经理吴松。如此豪车的阵营,足见广汽对新能源车的重视。

对于广汽传祺新能源汽车的发展路径,吴松表示,公司将结合汽车发展“低碳化、网联化、智能化”的发展趋势,在新能源汽车领域实施“153”发展战略:即构建 1 个国家级试验室,掌握电池系统、电机系统、整车控制、机电耦合系统和系统集成 5 大核心技术,形成混动、增程、纯电 3 大产品系列。

企业战略上的高瞻远瞩打的是“未来牌”,但新能源汽车落在现实中仍存在很大的桎梏。吴松表示,迫在眉睫的最大的难关是充电设施的不健全。

有分析人士认为,对于政府而言,需要做的是尽快统一充电桩建设的标准,打破限制

全球汽车行业四分之一专利来自丰田

丰田汽车气团不仅是全球最大的汽车制造商,拥有的专利数量也是最多的。日前,据德国机动车管理中心 (CAM) 的最新数据显示,全球汽车行业四分之一的专利项目来自于丰田。

据该研究统计,自 2014 年以来,丰田在汽车领域拥有了逾 57000 项专利技术。专利数量不仅再次显著提高,所占汽车行业专利总数比例也提升到了四分之一。本田和福特在此次专利数量研究位居第二位与第三位,大众位列第四,也是德国汽车制造商的最佳成绩。这样一来,似乎又拉大了丰田与大众之间的竞争差距。

据该研究统计,自 2014 年以来,丰田在汽车领域拥有了逾 57000 项专利技术。专利数量不仅再次显著提高,所占汽车行业专利总数比例也提升到了四分之一。本田和福特在此次专利数量研究位居第二位与第三位,大众位列第四,也是德国汽车制造商的最佳成绩。这样一来,似乎又拉大了丰田与大众之间的竞争差距。

在汽车行业大约有四分之一的专利技术是在车辆驱动方面的。其中 85%的专利项目是可替代驱动系统,而在传统内燃机领域的专利数字却仍然停滞不前。当然,一个汽车企业所拥有的专利数量并不能全面地体现其在汽车制造方面的创新能力。因为并不是所有的专利技术都会应用到批量生产车型上。

(据凤凰网汽车网)



力帆俄罗斯工厂破土动工 产能 6 万辆 / 年

据《欧洲汽车新闻》报道,重庆力帆汽车位于俄罗斯利佩茨克州(Lipetsk Oblast)的工厂近日开始破土动工。

据力帆表示,通过从中国向俄罗斯进口 CKD 散件,其俄罗斯工厂每年能够组装 6 万辆力帆汽车,生产计划 2017 年底或 2018 年初开始。

本次建厂总投资预计为 3 亿美元(约合 19 亿元人民币),并且随着时间的推移,力帆还将实现零部件的本土化生产,并逐渐将产能提升至 20 万辆/年。新工厂将同时生产电动车以及传统的汽油动力车,不过力帆并未透露具体的车型信息。

目前力帆在俄罗斯通过半散件组装的方式,由当地德爾维斯(Derways)汽车公司为其生产新车,力帆并未表示新工厂投产后将与该公司的合作是否会持续。

俄罗斯对于中国车企一个重要的出口市场,长城、吉利以及奇瑞都在向俄罗斯出口汽车。去年以来俄罗斯车市虽然遭遇大幅下滑,但从长远来看,恢复增长也是必然之事,力帆在此时进行产能布局,未来恢复增长时更能及时占据有利地位。

(梁薇)



广汽传祺斥巨资布局新能源将推 5 款新车

之前一直“闷着做事”的吴松,开始要为广汽传祺的新能源车发声了——这源于这家在传统汽车领域成长颇快的公司,正加速布局新能源,且推出了中国首款 B 级增程式新能源产品 GA5 REV,并受到市场充分肯定与追捧。

近日,谈及为什么在这个时间节点上推出首款新能源车型及发展战略,广汽集团执行董事、广汽乘用车董事总经理吴松表示,从今年全国增长态势看,新能源汽车到了发展期。

从数据来看,去年新能源汽车市场就开始快速升温了,2014 年,我国新能源车销量 7.4 万辆,同比增长 3.2 倍,跃居全球第二大新能源汽车消费市场。

今年上半年,销量达到 7.27 万辆,同比增长 2.7 倍,仅半年时间就几乎完成去年一年的量。

政府显然是这次上涨的主要推手,今年 5 月,国务院发布了《中国制造 2025》规划,明确将节能与新能源汽车列为重点发展的十大产业之一。

吴松显然嗅到到其中孕育的大势及商机,即使是后起之秀,也不愿过多失去先机。除了大势喜人,吴松还透露,直到去年才发布首款新能源车 GA5 REV 的一大原因是:在技术上取得了阶段性成功,同时具备下一步发展的实力。

“经过一年多的测试,GA5 REV 既具备传统车的安全性和品质,同时又有新能源车的节能特点。在有充电桩的地方成本很便宜,

充电设施建设的各种行政约束,支持他们和电动汽车的相关行业 and 用户一起去根据充电需求投资充电设施建设,而不是根据自己的想象去完成充电设施的布局。政府只要通过财税政策让充电设施建设能成为有合理回报的投资,自然会有大量的社会投资去自行寻找城市里未被满足的充电需求。

或许,充分市场化的充电设施,才能带来更多的充电桩,包括传祺一类的新能源汽车也才能最终赢得消费者的心。

不管怎么样,在当下政府多重多个政策的刺激下,新能源汽车在上半年有了显著的增长。但不到 10 万辆的总量,对于中国这么大的市场而言,仍是微不足道。

“随着新能源汽车的环保理念逐渐得到推广,相信这个市场会被逐步引爆的。”吴松如是说。

他们最近已经启动第一波的推广计划,与优步合作,一批传祺 GA5 REV 增程式电动车已投入到 Uber 所属专车平台,以专车的方式提供最先进新能源轿车的高端用车服务;同时也分批次向广州交通、白云出租等 6 家出租车公司交付了 150 辆传祺 GA5 REV,顺利投入广州出租车市场运营,另有 100 辆作为约租车即将投放市场。

出租车一直是地方政府和车企推广新能源汽车的主要渠道之一,除了市民购买,“乘坐体验、租赁约车的方式,也将是传祺推广流新能源汽车的关键入口,这是一场持续战。”吴松说。

(据网易汽车)