

车市半年考放榜 本土品牌表现很争气



资料图片

经历2015年和2016年的狂飙突进,伴随着购置税优惠幅度减少,中国汽车市场开始回归理性发展轨道。7月11日,中国汽车工业协会公布今年上半年产销统计。数据显示,1—6月,全国共销售汽车13354万辆,同比增长3.8%。其中,乘用车销量1125万辆,同比增长1.6%。中国汽车全面告别“高歌猛进”的时代,“微增长”重出江湖。不过,今年上半年,中国仍然是全球最大的新车市场,3.8%的同比增速虽不及年初预期的5%,但相较于美国和欧洲多国的负增长,中国仍旧是世界汽车的一股“清流”。广州日报记者梳理发现,车市半年考呈现以下特点。

特点一： 中国车市一枝独秀

今年上半年,中国汽车市场面临的挑战并不少。在全行业产业链上下游努力下,中国车市能做到稳中有升已属不易。形成鲜明对比的是,美国、韩国、法国、德国等汽车大国遭遇新的“寒流”,美国更是出现同比负增长。

今年上半年中国车市走势跌宕起伏:开年便是低迷走势,前四个月总体表现较差,远远低于上年同期水平。当时市场预期普遍悲观,认为上半年业绩可能负增长或零增长。

从5月开始,车市开始回暖,乘用车销量呈现正增长,划出一条前低后高的上行曲线。

特点二： 价格战不太灵光了

原本集中在下半年出现的

“花式降价”,在今年上半年便陆续上演,其中,又以长城和长安的“官降”最引人关注。最大的降价幅度出现在豪华车领域,只要消费者敢买,汽车主机厂就敢送,送的可不是油卡和海外旅游,直接就是10万元级的优惠。

然而,今年上半年,“以价换量”的效果大不如前。取得“时间过半,任务过半”业绩的反而是那些不怎么降价的汽车主机厂,比如奔驰和雷克萨斯,还比如吉利、传祺和上汽乘用车。归根结底还是消费升级,日渐理性的中国消费者正在追求高品质的新车,而不只是关注价格战。

同时也有部分经销商反馈,消费者对7月1日实施的《汽车销售管理办法》抱有期待,持币观望情绪浓厚;同时,楼市政策也影响了消费者对汽车购买的决策。部分主机厂为完成上半年目标,没有同步减产,反而加大了经销商提车任务量,经销商迫于库存压力,降价销售,利润降低,经营压力加大。

特点三： 新一轮兼并重组潮启动

近年来,国内汽车主机厂的扩产步伐一直没有停止,尤其是新能源车更是进入发展新热潮。今年上半年,共有15家新能源车企获批,按每家10万产能计算,新增产能高达150万辆。据媒体统计,至2020年,中国新能源汽车产能将达到500万辆。汽车主机厂跑马圈地的资金来源有许多,但主要是银行贷款。然而,对于产能过剩行业,银行会严格把控其融资风险,促进汽车行业间的优势资源整合与并

购。业内人士预测,未来一年之内将会由此启动新一轮重组兼并潮。

一句话点评细分市场

SUV市场:保持增长

今年上半年,乘用车产销分别完成1148.3万辆和1125.3万辆,比上年同期分别增长3.2%和1.6%,低于汽车总体1.4和2.2个百分点。从乘用车车型产销情况看,除SUV产销保持增长外,轿车、MPV、交叉型乘用车产销继续呈现下降。即便是SUV,增速与上年同期比明显回落,“现象级”表现继续维持。

点评:SUV市场的钱越来越难赚了!

新能源车市场: 仅完成三分之一

上半年,新能源汽车产销分别完成21.2万辆和19.5万辆,比上年同期分别增长19.7%和14.4%。今年初,新能源车定下全年70万辆目标,目前完成率不足三分之一。

点评:过去两年,新能源车销量主要集中在下半年,再加上各个地方的补贴陆续出炉,全年挑战70万辆还是有希望的。

豪华车市场:德系竞争激烈

上半年,奔驰以30.4万辆的业绩排名第一。宝马以29.3万辆排名第二,增幅18.4%。奥迪今年上半年销量下滑明显,排名第三。不过,三者之间的差距并不大。

点评:今年上半年,雷克萨斯、凯迪拉克、林肯以及沃尔沃均取得有史以来最好的半年业绩,下半年,随着众多新车的投放和降价幅度的加大,豪华车市场竞争将更加激烈。

本土品牌:表现很争气

今年上半年,中国品牌乘用车共销售493.95万辆,同比增长4.33%;占乘用车销售总量的43.9%,占有率比上年同期提升1.1个百分点。6月出口汽车8.1万辆,创下三年来月度出口量新高。

点评:好的产品加上合适的价格,本土品牌将继续开疆辟土。

下半年车市预测: 部分车企产销目标或下调

目前来看,由于高温酷暑,7月和8月车市惨淡可见,9月份一个月亦很难挽回颓势,因此整个三季度可能成为今年触底的一个季度。但是,第三季度又不能够放弃,因为后面紧接着的是全年销量最高的第四季度。25%购置税优惠加上大额度的优惠,会将车市压抑5个月之久的能量释放出来,来一场“最后的疯狂”。坏消息则在于,即使四季度反弹力度再大,亦无力改变全年车市“微增长”的整体大势。

车企今年的产销目标多数是在去年底和今年1月车市达到顶峰时制定的,不可避免受到当时产销形势的影响而偏于乐观。从第二季度车市连续下滑后,此前目标过高的厂家下调成为必然趋势,开始以更加谨慎的态度去看待车市。(周伟力)

上半年汽车召回盘点: 四成高档车存隐患

汽车召回已经成为车市常态,却分分钟影响各位车主的行车安全 and 质量。广州日报全媒体记者从国家质检总局留意到,2017年上半年,中国乘用车市场共38个汽车品牌发布了118次召回公告,累计召回4861998辆汽车,召回量相比去年同期,数量大幅减少22%,次数却增加了49次,增幅达到67%。随着高田气囊破产,相关群发性召回案例减少。与此同时,德系品牌召回数量却远超其他国家品牌,四成高档车屡屡被召回。

第一季度召回量高:3·15效应

记者留意到,今年上半年国内乘用车召回数量在3月份达到上半年高峰的2609294辆后,进入第二季度直线下降,第二季度共召回乘用车1121859辆,比去年同期下降多达72.85%。仅在3月,奥迪就有两批次共计召回汽车1253347辆,而丰田和奔驰则以654902辆和403813辆的召回量,分列召回榜二、三位,三者合计召回量超过200万辆,这也使得今年3月成为上半年召回最高峰。

全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树分析表示,部分车企为避免在3·15期间被“曝光”,选择了提前主动召回。同时,去年大面积爆发的高田气囊事件,今年随着高田气囊申请破产保护,虽然影响并未完全消退,但大规模群发性召回案例锐减。

召回车型:德日系占八成

全媒体记者根据国家质检总局发布的召回数量统计发现,今年上半年,不仅奥迪、奔驰、宝马、捷豹、路虎、雷克萨斯、沃尔沃、特斯拉、林肯、英菲尼迪等高档车品牌,甚至玛莎拉蒂、保时捷、兰博基尼、阿斯顿马丁、劳斯莱斯等超豪华品牌都曾发布召回公告,累计召回汽车的数量为2014218辆,占比高达41.43%。

事实上,宝马、奔驰和奥迪等全球高档车市场已迈入200万辆时代,光鲜的销量和保有量背后,必然也面临市场回馈的各种车型品质和使用问题。

此外,从车型级别来看,2017年上半年,德系品牌召回数量远超其他国家品牌。德系共6个品牌召回车辆2473858辆,占召回总量的50.88%;日系共9个品牌召回汽车1455592辆,占比29.94%。仅德系与日系车型的召回量,就超过了今年上半年总召回量的八成。

自主品牌:上半年召回超去年全年

今年1月3日,长安汽车宣布召回185299辆CX20和欧力威汽车,不仅成为当月召回数量最多的品牌,这一单次召回数量也超过自主品牌在去年全年的召回总量,同时也拉开了自主品牌今年召回的序幕。

质检总局发布的召回公告显示,今年上半年我国自主品牌共实施9次召回,涉及汽车236万辆。相比于去年全年的12万辆,今年上半年就接近去年全年总量的两倍。

业内分析认为,在《缺陷汽车产品召回管理条例》颁布以后,自主品牌一度在国内汽车召回数量井喷之时却“按兵不动”,相比合资品牌召回数量很低。如今召回量的增加在一定程度上说明自主品牌对召回更加坦然了。

高田气囊“余震”不断

国家质检总局执法督查司7月初在一份声明中表示,要求通用、奔驰和大众尽快履行相关义务,召回配备有缺陷的高田安全气囊的汽车。

质检总局预计,中国有超过2000万辆汽车配备有高田安全气囊,此种安全气囊存在爆炸隐患。

中国受到高田安全气囊影响的有37家汽车制造商,截至今年6月底,已有24家厂商召回了共计1059万辆汽车,另有5家计划召回126万辆汽车。也就是说,仍有近千万辆受高田安全气囊影响的车辆并未实施召回。(邓莉)

我国汽车经销商库存和经营压力持续高企

据新华社长春7月18日电(记者张建)中国汽车流通协会最新调查显示,中国汽车经销商今年以来库存和经营压力持续高企,汽车销售形势严峻。

中国汽车流通协会秘书长肖政三在举办中的第十四届中国长春国际汽车博览会上说,受

去年提前消费透支和国家车辆购置税优惠政策减少等因素影响,今年上半年各月汽车经销商库存系数均位于警戒线以上,上半年经销商经营压力加剧。

肖政三透露,目前中国一些汽车经销商的实际库存超过世界通用的合理库存指标1.5

个月,有的甚至达到两个月,其中不乏斯柯达、东风悦达起亚、英菲尼迪等合资品牌。

中国汽车流通协会最新“汽车经销商库存调查结果”还显示,6月份汽车经销商综合库存系数为1.75,同比上升13%,环比上升11%,经销商库存压力上升,

库存水平位于警戒线以上。

肖政三认为,二线到五线城市将成为未来中国汽车销售主战场,二手车市场成交量也在持续壮大,政策推动下的新能源汽车需求持续增长,中外车企和经销商都要盯住并开拓好这些市场。