

今年小目标如何定? 车企这样回答

每年初,都是汽车企业集中发布新一年的产销目标的时候。一方面,年度产销目标与生产制造、资源配给、新车投放数量、经销商网络等相互关联,直接决定企业的运行节奏和发展速度;另一方面,年度产销目标还体现着品牌力、对用户的承诺、企业的可持续性发展以及对合作伙伴的负责。今年,车企境遇不同,选择发布的信息也有不同。

多数车企:零增长或微增长

这是多数传统车企的选择。吉利汽车将2019年产销目标锁定为151万辆,同比微增0.6%。长城汽车闭口不谈集团销量目标,转而强调旗下欧拉品牌在2019年会挑战10万辆。广汽本田在2018年实现742万辆销量,顺利完成年初制定的产销规划。在被问及2019年销量目标时,广汽本田副总经理袁小华表示,仍会是742万辆,不再苛求同比正增长。

这可以理解,2019年“双积分”、国六排

放等政策的实施,增加了传统车企的运行成本。以自动驾驶为首,汽车“新四化”的全面提速,也对传统汽车提出了新要求。

中国汽车销量榜单前四,常年是上海大众、一汽大众、上汽通用和上汽通用五菱。目前,这四家企业仍没有正式对外公布2019年的产销目标数字。“SUV红利耗尽,轿车又没有如期成为新的热点,2019年,传统汽车企业需要更好的营销手段。”一位汽车业内人士表示。

少数车企:两位数增长或翻倍

目前,对于2019年汽车市场走势有着不同的预判,行业存在微增长、零增长或者微下滑三种观点。总体来看,市场的波动不会很大,但比较统一的观点是,2019年,新能源汽车仍将保持高速增长。

与传统车企形成鲜明对比,新造车企业将在2019年密集交付,但由于基数低甚至为零,这些新造车企业的年度目标没有参考价值。能够对车市造成影响的唯有传

统车企的新能源汽车项目。比亚迪2018年实现销量50.2万辆,同比增长22.5%。其中,新能源汽车占比接近50%。比亚迪方面表示,2019年,销量增幅不会低于20%,换算下来,2019年销量要“60万辆+”。2019年要实现同比大幅增长还有广汽新能源,新的一年要挑战5万辆,是2018年2万辆销量的2.5倍。

这些车企的底气在于,2019年,新能源汽车会全面迎来窗口期,拥有一大批能够大批走量的车型,比如比亚迪唐、广汽新能源GE3 530和北汽新能源EX。这些车型的热销,除获得高额的补贴之外,还与其产品竞争力的提升有关。

在中国汽车工业协会副秘书长师建华看来,中国车市仍有增长空间,不过会更倾向于“头部”车企和中高端车型。他预测,2019年,中国车市竞争会更加激烈,产销集中度会进一步加剧。在2019年,前十名的汽车企业集团市场占比可能会超过90%。(周伟力)

导读

十部委发布六项措施 促汽车消费

持续优化新能源车补贴结构

[B2]

道路交通违法一周播报 市区机动车 闯红灯1308起

违反禁止标线指示4990起

[B3]

车窗“被糊了” 该如何处理

[B4]

“千里有缘”单身聚会 本周六继续举行

[B7]



鹰城微健康



平顶山金融圈

