

车企利润跌幅收窄 研发费用不减反增

国家统计局日前发布的《规模以上工业企业主要财务指标》显示,我国汽车制造业前三季度实现利润总额3734.6亿元,同比下降16.6%。相对上半年降幅(-24.9%),收窄8.3个百分点。中汽协的《产销快讯》也披露了上汽等17家重点车企(集团)前三季度完成的《主要经济指标快报》,快报称重点车企(集团)前三季度实现利润总额2359.4亿元,同比下降23.6%,较年初(-35.4%)和上半年(-30.9%),分别收窄11.8和7.3个百分点。

重点车企(集团)在中汽协统计的上汽等17家重点车企(集团),只占全行业(76家车企集团)的两成(22.4%),实现的利润总额,占到全行业利润总额的六成(63.2%)。可见利润的集中度还是很高的。前三季度重点车企(集团)利润总额等各项经济指标的增长率轨迹,表明我国汽车制造业正一点点一步步从最困难的泥潭中走出来,近年来我国汽车市场运行的大致趋势,可见一斑。

前三季度重点车企(集团)利润的表现,其增速与年初比高于上年同期的,由年初的4家增加为5家,利润总额1043.9亿元;低于上年同期(即负增长)的,由年初的8家减少为7家,利润总额1375.0亿元;由负转正的1家,实现利润总额2.3亿元;亏损的由年初的5家减少为4家,亏损额61.7亿元。这个难得的进步,十分可观,可能是汽车行业将反转的预兆。

重点车企(集团)利润总额累计跌幅,下半年起逐月收窄,与汽车销量的增加、管理费用的下降、降库存减资金占用等因素密不可分。10月以及前10月重点车企(集团)乃至全行业的转型升级、经营和市场,均出现改善迹象,利润总额的降幅,将会有进一步收窄,这是大趋势。

销量增长,也拉动营收和工业增加值好转。重点车企(集团)前三季度营收28911.9亿元,下降6.2%,相较于年初和年中降幅,分别收窄3.8和1.9个百分点。前三季度工业增加值5496.7亿元,同比下降7.2%,较年初(-12.9%)收窄5.7个百分点。

市场低迷,经营困难,车企普遍采取管控措施,减少销售费用和管理费用。不过为了更好地“生存”下去,提高企业产品吸引力、提升市场竞争力,研发费用不减反增。17家车企(集团)普遍加大研发投入,增加研发经费,研发费用增长率同比,一季度增长34.2%,上半年增长29.8%,前三季度增长31.8%,虽有点起伏,但仍保持在30%左右。前三季度发生的研发费用498.4亿元,同比增加120.2亿元。

张伯顺

预演未来出行 荣威Vision-iM概念车全球首秀

广州车展上,上汽首款“电动化x智能座舱”战略车型荣威RX5 eMAX正式上市。3款车型补贴后全国统一售价19.58万-23.58万元,即日起,用户还可享8000-12000元置换补贴。

作为上汽“新四化”战略的最新成果,荣威RX5 eMAX高度集成了多项世界领先技术,代表了插电混动技术的最高水平。同时,荣威首款MPV概念车Vision-iM Concept同台首秀,是荣威品牌对未来出行方向的又一探索成果,预演下一代荣威品牌全新车型、全新设计的大范围革新。

在动力总成方面,荣威RX5 eMAX是搭载上汽“蓝芯”与“绿芯”

科技的最先进产品,最大功率209kW,百公里加速仅7.8s,其搭载的10速EDU二代智能电驱变速箱,采用独家新能源科技,在紧凑空间内实现了发动机6挡和电机4挡变速,将动力系统高度集成,并带来更平顺、更高效、

更节能的驾驶体验。

上汽荣威推出的整舱数字跨界MPV概念车荣威Vision-iM Concept,实现了颠覆传统MPV的绝妙设计,预演未来智能出行产品,探

索年轻一代的出行方式。

荣威Vision-iM Concept首次采用全计算设计开发,实现产品序列、设计手法、设计语言的三大突破。这是荣威品牌首款MPV概念车型,同时也是对智能座舱2.0的预演。Vision-iM首次采用了全计算化、编程化的设计手法,设计流程,展现了荣威品牌在数字化时代拥抱未来的决心;在设计语言上,概念车在律动设计基础上,融入“涌现”美学与数字律动,其涟漪贯穿大灯、涵道立体尾灯、棱镜轮毂,无不凸显自信向上的强大气场。据悉,荣威Vision-iM Concept的量产版本将于明年上市。

余音



BEIJING品牌广州车展亮相开启新未来

在2019广州车展上, BEIJING品牌开启了在国内大型车展上的首次亮相,这也是BEIJING品牌旗下纯电动车、燃油车产品的首度联袂参展。在车展首日的发布会上, BEIJING品牌系统解读了新品牌的战略布局, 阐述了全新的创新前瞻技术, 并正式推出了“55度服务”BEIJING品牌全新服务理念。

作为北汽集团整合旗下北汽新能源和北京汽车的产品与技术资源全力打造的核心品牌, BEIJING品牌展出了8款车型, 包括北汽新能源纯电动车, 以及北京汽车款燃油车。BEIJING品牌的创新技术, 将使得车辆智能不断进化, 将智能驾驶和智能互联高度融入到智能座舱中, 未来的产品具有主被动智能融合的安全新高度。据悉, 品牌将在5年内投入200亿的研发费用, 全力打造高端纯电专属的BE22平台和油电混领域深度融合的BMFA平台。

林夏



新成果领潮 长城明星阵容尽显实力担当

长城汽车携旗下哈弗、WEY、欧拉、长城皮卡四大品牌登陆广州车展。本届车展, 长城汽车展台上, 哈弗H9罗伦士极星版、全新哈弗H6 GT版、长城炮越野皮卡豪华限量版等新车亮相, WEY VV7 PHEV和VV7GT PHEV新车全球上市, 长城汽车四大品牌的新理念、新战略也成为本届车展的亮点。

作为WEY品牌在新能源领域

的全新技术旗舰, VV7 PHEV和VV7GT PHEV凝聚了WEY品牌最先进的混动技术。车展当天, 2款新车迎来了全球同步上市, 其中WEY VV7 PHEV豪华型、旗舰型和WEY VV7GT PHEV旗舰型补贴后全国统一售价分别为21.98万元、23.98万元和25.68万元。同时, WEY品牌还带来了代表品牌最强研发实力的WEY-X概念车, 通过超前卫的科技造型和全副武装的

顶尖智能科技, 进一步预见WEY品牌的未来发展方向。

为深度聚焦用户体验, 长城汽车旗下哈弗、欧拉、长城皮卡三大品牌联合打造了基于“新四化”理念的“长城汽车新四化体验乐园”, 深度展示了面向未来的前瞻科技成果和“新四化”蜕变。其中, 基于哈弗H9车型, 由德国著名改装厂商罗伦士亲自操刀推出的哈弗H9罗伦士极星版正式开启预

售, 预售价格为36.88万元; 全新哈弗H6 GT版也同步开启预售, 其中冠军版、豪华版、劲擎版预售价格分别为13万元、13.7万元和14.1万元。

致力于打造“全球第一精品电动小车”的欧拉品牌, 携多款炫酷改装车精彩亮相。这些改装车基于欧拉品牌当红花旦——欧拉R1打造, 造型前卫时尚, 成为车展一道靓丽的风景。

余音



首推“包牌价” 傲跑换代上市

再次刷新智能化、年轻化的品牌形象。东风悦达起亚全新一代傲跑在广州车展上市, 4款车型售价为10.88万-12.58万元。针对年轻用户多元化用车场景需求, 新一代傲跑在设计、空间、配置三大维度实现全面突破, 还同步推出当“燃”享购三重礼遇。其中, “三包礼遇”更是打破行业规则, 全国首推“包牌价”购车政策。用户购车即可享受全额购置税补贴、全额保险补贴福利, 加上3年免费保养、7天品质无忧承诺等新车服务。

全新一代傲跑高度还原了起亚SP概念车时尚前卫的流线美学设计, 极具层次感的前脸搭配高辨识度的耀目晶体式LED灯组, 彰显傲然气势。在实用性配置上, 全新起亚傲跑全系标配发动机智能启停、车身稳定控制、上坡辅助、胎压监测、电子助力转向系统等配置, 以高于同级车型的技术水准, 呈现出独特的产品魅力。

雨林



广本七百万粉丝“躁”梦同欢

逐梦21载, 广汽本田通过领先的产品、技术和服务为消费者圆梦。当造车人与700万粉丝的梦想在一场大型狂欢派对上交织, 又会碰撞出怎样的火花? 11月23日, 广汽本田首届粉丝共创盛典——躁梦节在广州举行, 自全国各地的广汽本田车主和粉丝相聚一处, 共享共创彼此的“躁”梦时刻。

作为广汽本田与700万车主和粉丝共同创建的盛大节日, 躁梦节活动现场设置了Honda品牌专区、Acura品牌专区、潮改车专区、荣耀图腾区、车主典藏座驾区等, 超半数区域由粉丝参与打造。广汽本田希望为车主及粉丝提供展示个性和梦想的舞台, 和大家一起享受和释放心中的热爱。

江美

上汽通用41款展车震撼亮相羊城

2019广州车展上, 上汽通用率旗下别克、雪佛兰和凯迪拉克三大品牌41款全新上市、首发亮相、市场热销车型以及概念车震撼登场。其中, 7座SUV别克昂科旗、7座中大型SUV 雪佛兰开拓者以及雪佛兰首款纯电城际轿跑畅巡、凯迪拉克CT5、凯迪拉克XT6成为展台明星。

本届车展, 别克品牌由新近上市的全新昂科旗和昂科旗Avenir艾维亚坐镇, 带来全系16款车型组成的全“新”星阵容。纯电动MAV别克微蓝410KM版也一同亮相。展台上, 别克昂科旗Avenir



艾维亚携手GL8 Avenir艾维亚以及君越Avenir艾维亚联袂登台, 标志着别克Avenir艾维亚高端子品牌在别克旗舰车型上全面落地。雪佛兰旗下新作7座开拓者

纯电城际轿跑畅巡联袂登场。作为同步引入中国的7座中大型SUV, 雪佛兰开拓者完美结合“高性能”和“全功能”二元设计内涵, 展现家族的未来趋势。

姚琼