

# 汽车周刊



本报专刊部主编 | 总第946期 | 2023年5月17日 星期三 本版编辑:张云 视觉设计:竹建英 编辑邮箱: xmqc@xmwb.com.cn

## 前四月中国车市由负转正

中汽协出炉的《2023年4月新车报告》显示:4月汽车产量213.3万辆,环比下降17.5%、同比增长76.8%;销量215.9万辆,环比下降11.9%、同比增长82.7%。1—4月汽车累计产销835.5万辆、823.5万辆,同比均由负转正,分别增长8.6%、7.1%。4月车市有点特殊,一是上月“内卷”刺激,车价非理性跳水导致市场持币观望,汽车消费恢复节奏减慢,故4月市场不及3月;二是上年4月上海和吉林“疫情”,殃及全国车市,故今年4月车市增速乃低基数下的高增长。

### 新能源车延续增势

新能源车4月产销量为64万辆、63.6万辆,同比均增1.1倍;市场渗透率29.5%,较上月增

加2.9个百分点。其中,纯电动47.1万辆,插电混动16.5万辆。1—4月新能源车累计产销229.1万辆、222.2万辆,同比均增长42.8%,市场渗透率27%,较一季度提高0.9个百分点。

### 出口持续迅猛增长

海关总署数据显示:1—4月汽车出口149.4万辆,同比增长76.5%,出口值2045.3亿元,增长120.3%。中汽协车企出口报告数据显示,1—4月出口137万辆,增长89.2%。新能源车4月出口10万辆,环同比增长28.6%、8.4倍;1—4月出口34.8万辆,增长1.7倍。

### 乘用车消费升级猛

4月,乘用车产量177.8万辆,环比下降17.3%、同比增长

78.5%;销量181.1万辆,环比下降10.2%、同比增长87.7%。轿车、SUV和MPV在同比低基数基础上实现大幅增长。1—4月,乘用车累计产销705.2万辆、694.9万辆,同比增长8.6%、6.8%。

国产中高端品牌乘用车增长显著,消费升级明显。4月销售30.6万辆,同比增长1.8倍;1—4月累计销量124.9万辆,增长21.0%。

### 商用车市触底反弹

4月商用车产销35.5万辆、34.8万辆,环比仍有下降,但同比显著增长68.8%、60.5%。其中,卡车销售31万辆,增长20.4%;客车销售3.8万辆,大幅增长51.9%。1—4月商用车累计产销130.3万辆、128.6万辆,同比均增长8.8%。其中,卡车销

售114.8万辆,增长7.7%;客车销售13.8万辆,增长18.7%。

### 中外品牌差异分明

得益于中国品牌新能源乘用车的贡献,中国品牌乘用车4月销量99.9万辆,同比增长81.4%,市场份额升至55.2%。1—4月累计销量368.2万辆,增长18.8%;市场份额53%,同比提升5.4个百分点,在轿车、SUV、MPV细分市场的市占率分别为43.1%、60.2%、58.4%,均持续小幅增长。

国产中外合资车企品牌日新式微。1—4月6家合资车企销量同比均下滑:上汽大众-12.9%、上汽通用-10.9%、广汽本田-26.0%、广汽丰田-7.5%、东风日产-30.3%、东风本田-38.2%。

张伯顺

## 一季度车企业绩不容乐观

近日,国内各大车企陆续发布的一季度财报显示,多数企业预减或者亏损。另据国家统计局数据,2023年一季度,汽车制造业利润819.4亿元,同比下降24.2%;利润率3.8%,同比下降1.6个百分点。新能源汽车之间白热化竞争、新能源汽车对燃油车替代效应、价格战导致毛利率下降,均给车企带来不小冲击。

●**比亚迪**:一季度实现营业收入1201.73亿元,同比增长79.83%;净利润41.3亿元,同比增长410.89%;成为最大赢家。其一季度累计销量55.21万辆,同比增加89.47%。

●**上汽集团**:一季度营业收入1459.6亿元,同比下降20.43%,净利润27.83亿元,同比下降49.55%。“双降”原因是旗下合资公司业绩出现大幅萎缩,上汽大众销量同比下降31.67%;上汽通用同比下跌32.26%。集团自主板块增长有限,难以补上合资板块在销量和利润上的窟窿。

●**北京汽车**:一季度营收476.96亿元,同比增长4.29%;净利润14.55亿元,同比下降7.15%。营收上涨主要是由于旗下新车销量持续增长。然而,旗下自主品牌出现超过5亿元的亏损。

●**长安汽车**:一季度营业收入345.56亿元,同比下降0.06%;净利润69.7亿元,同比增长53.65%。长安汽车对于合资板块的依赖较少,呈现自主反哺合资的状态。营收下滑主要来自持续亏损的合资板块。

●**广汽集团**:一季度实现营收263.93亿元,同比增长14.03%;净利润15.38亿元,同比大跌48.89%。下跌主要来自旗下广汽本田一季度销量大降29.63%;广汽丰田下降10.93%;广汽三菱销量更是接近腰斩。旗下自主品牌销量却持续向上,但对于集团利润贡献极为有限。

●**长城汽车**:一季度实现营收290.4亿元,同比下降13.6%,净利润1.74亿元,同比下降89.4%;一季度销量22万辆,同比下降22.4%。

●**江淮汽车**:一季度营收107.69亿元,同比增长10.32%;净利润1.48亿元,实现扭亏为盈。一季度商用车和乘用车各品牌累计销售汽车13.84万辆,同比增长6.97%;其中出口4.62万辆,同比增长97.10%。

●**东风汽车**:一季度营业收入26.37亿元,同比下降26.49%;净利润9563万元,同比下降19.41%。作为3月份汽车降价潮的开启者,东风汽车旗下多款燃油车进行大幅度降价促销,但并没有让东风汽车销量出现明显增长。

●**力帆科技**:一季度营收10.94亿元,同比下降12.45%;净利润4068.49万元,同比下降19.99%。

●**理想汽车**:一季度营收187.9亿元人民币,同比增长96.5%;净利润14.1亿元,同比增长196.4%,赚到钱成为理想成为新势力们“眼红”的对象。盈利原因是费用的合理控制,公司一季度运营费用环比减少7.4%,研发费用环比减少10.5%,研发营收比也严格控制在10%以内。

●**江铃汽车**:一季度营收75.26亿元,同期上升4.06%,原因是销售71860辆,同比增长2.43%;净利润1.83亿元,同比下降5.79%。

另外,北汽蓝谷、赛力斯这两家“亏损大户”一季度继续亏损。其中北汽蓝谷净利润亏损8.92亿元,赛力斯净利润亏损6.25亿元,均有小幅减亏。此外,众泰亏损1.88亿元,零跑亏损11.33亿元,亏损均有扩大。海马汽车一季度亏损5210万元,小幅减亏。

一季度消费者需求并未得到全部释放,汽车市场回暖也尚需一定时间。不过从供给端看,各大车企已做好充分准备,二季度将有多款全新且颇具竞争力产品上市,将极大程度刺激市场需求,二季度车企生存状况将得到有效缓解。

雍君

## 中国汽车出口有望世界第一

中汽协整理的海关总署数据,2023年一季度,我国汽车整车出口同比增长1.5倍;我国整车出口金额同比增长2.4倍。

2023年3月,我国汽车整车出口量环比快速增长,同比依旧保持快速增长。其中,整车出口环比增长19.4%,同比增长1.6倍;出口金额环比增长7.9%,同比增长2.5倍。2012年,中国汽车整车出口量首次超过100万辆,但此后多年一直在百万辆左右徘徊。直到2021年,中国汽车出口全年总量首次突破200万辆,2022年更是一举突破300万辆。

我国汽车出口总量用一年的时间就完成了过往九十年才达成的目标。乘联会预测,今年国内汽车出口量将达到400万辆。也有业内人士预测,如果今年日本汽车出口还是保持去年的350万辆,再加上今年日本汽车出口数据接连下滑的事实,其仅在前两个月就已经落后中国11万余辆。那么,中国有望在今年实现对日本的超越,成为世界第一大汽车出口国。

李永钧

## 家族的新成员 朗逸新锐亮相



上汽大众“新国民品质家轿”朗逸新锐近日亮相,同时全面解密众多焕新亮点。作为朗逸家族的新成员,朗逸新锐在当下细分市场力求新意,用新造型、新平台、高品质及

高性价比配置,提供“国民家轿”的新选择”。

继帕萨特、新朗逸之后,朗逸新锐同样采取潮流星空前脸设计,提升品牌辨识度,全系标配全LED前大灯。内

饰提供静谧蓝、烟雨青、迷雾灰三种主题,车内全系标配8英寸全液晶数字仪表+8英寸多点触控屏,还配备了三幅式运动方向盘、倒车影像、数字泊车雷达、无钥匙进入&一键启动等功能,以及无线CarPlay & CarLife。

动力上,朗逸新锐全系采用大众经典的EA211 1.5L发动机,搭配爱信6AT自动变速箱,成熟可靠。新车全系标配6个安全气囊与AEB自动刹车系统,此外还装备IQ. Drive智驾管家,用丰富的智能配置来保障用户的安全。

宝龙

## 沃尔沃全新设计中心落地上海

沃尔沃汽车全新设计中心上周在上海正式揭幕,它将与哥德堡和卡马里的现有设计中心共同构成强大的设计体系。同哥德堡总部的设计中心一样,上海设计中心拥有从概念到量产的全流程汽车设计能力,能够为量产的全

尺寸车型提供内饰、外观、色彩材质以及用户体验等各方面的设计。

上海设计中心的工作室配备齐全,配有铣床、3D打印机等设备,设计师还可以利用VR技术,进入虚拟世界进行设计创作。上海设计团队成

立于2010年,沃尔沃EX90 Excellence就是上海设计团队主导的首批设计项目之一。2023年4月,EX90 Excellence迎来中国首秀。这款车是全新纯电旗舰沃尔沃EX90的四座版本,是沃尔沃汽车有史以来最豪华的车型。

林夏

## 百万召回能解“刹车失灵”?

上周五,国家市场监督管理总局发布消息:特斯拉汽车自2023年5月29日起,召回生产日期在2019年1月12日至2023年4月24日期间的部分进口Model S、Model X、Model 3及国产Model 3、Model Y汽车,共计1104622辆。

消息说明此次召回的原因,是特斯拉没有允许驾驶员选择能量回收制动策略;同时,对驾驶员长时间深度踩下加速踏板的情况可能没有提供足够提醒。以上因素叠加可能增加车

主长时间误踩加速踏板的概率,可能增加车辆碰撞的风险,存在安全隐患。对此,特斯拉中国于上周六表示,为提升消费者用车体验和用车安全,特斯拉将通过汽车远程升级(OTA)技术,让特斯拉车辆可以选择能量回收制动力度;在驾驶员长时间深度踩下加速踏板时发出提醒。

选择能量回收强度不等于彻底关闭能量回收功能。说到底,特斯拉还是继续坚持备受争议的单踏板模式,“刹车失灵”的幽灵依然存在。对于特斯拉而

言,踩油门是加速,而松油门就等于踩刹车,这是它的强制设定,不可更改。换言之,无论是加速还是减速,司机的脚都必须在油门踏板上,刹车踏板确实不太能用得到了。这就彻底改变了车主的驾驶习惯,增大了误操作概率。

近年来,关于特斯拉车主称特斯拉“刹车失灵”的事件时有发生,在此之前,美国车主也对于车辆失控等问题屡屡提出质疑。对此,美国高速公路安全管理局(NHTSA)进行了一场历时近一

年的调查给出了结论:“凡有数据的事都有证据表明,意外加速是由误踩加速踏板引起的。”

有业内人士指出,只有当特斯拉能提供“关闭能量回收”这一选项,才能让用户回归原有的驾驶方式,才能从根本上解决“反人类”的问题。但由于对成本的精准把控,目前特斯拉旗下的车型都没有配备可以让车辆的刹车动作和动能回收同步进行的CRBS制动系统,不“反人类”对于现阶段特斯拉来说有点难。

不可否认,特斯拉为汽车界带来了制造与科技上的突破创新,但无论怎样,都须以尊重生命为前提。

白诚