

汽车周刊



新民网汽车频道
http://auto.xinmin.cn

本报专刊部主编 | 总第 804 期 | 2019 年 12 月 11 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

汽车再制造业希望与压力并存

不久前举行的“中国汽车零部件再制造产业发展研讨会”,使汽车零部件再制造又一次成为行业关注焦点。汽车零部件再制造作为循环经济一部分,符合可持续发展理念,正在得到关注和重视。但这个产业的发展之路面临众多坎坷,亟待破局。

市场前景可期

汽车零部件再制造是指批量化使用废旧汽车零部件,进行专业改造修复,使其拥有与新品一样的规格和品质。一般而言,与新品相比,再制造零部件可节约成本 50%,节能 60%,节材 70%,大气污染物排放量降低 80%以上。这不是翻新和维修,而是延长产品生命周期的重要方式。部分再制造汽车零部件的质量,售后服务能够达到新品的标准,但终端价格约是新品的一半。

近几年来,我国汽车再制造行业在不断探索中快速发展,目前已进入以国家政策推动和市场机制拉动为中心的新阶段。截至 2018 年底,我国的汽车保有量达到 2 亿 4 千万辆,后市场产值超万亿规模,我

国具备再制造产业基础的企业已超过 2000 家。另据估算,2018 年再制造发动机 10 万台、自动变速箱 20 万台、转向机 2000 万只,整个汽车零部件再制造行业交易额或超过 300 亿元。

决定汽车零部件再制造水平的一个重要因素,是汽车及部件的使用年限,欧洲的平均车龄是 9 年,美国 10-12 年,欧美的零部件再制造占到汽车后市场 50%的份额。相比之下,中国的平均车龄是 4.5 年,再制造份额只占 2%-3%。与欧美国家之间的巨大差距,正是我国汽车再制造行业的蓝海机会。

据麦肯锡发布的全球后市场统计数据显示,2019-2035 年,我国汽车后市场将保持在 10%-15%的增速,预计到 2035 年将达到 4.4 万亿元左右,汽车再制造业发展行业市场空间巨大,未来可期。

政策逐渐完善

我国汽车再制造产业的发展离不开政策上的大力支持。早在 2005 年,国务院就颁布了《关于加快发展

循环经济的若干意见》,明确表示支持废旧电机产品再制造。另外,发改委和工信部确立建设 8 个再制造产业基地,以促进产业的规模化发展。

随后十多年中,政府先后制定和出台了一系列支持再制造产业发展的法规政策,为我国汽车再制造产业的快速发展创造了良好的政策环境。2008 年 3 月,发改委发布《关于组织开展汽车零部件再制造试点工作的通知》,14 家汽车整车和零部件企业成为首批汽车零部件再制造试点企业,标志着我国汽车再制造产业化工作正式启动。2009 年 1 月,《循环经济促进法》正式实施,为推进再制造产业发展提供了法律依据。2010 年 2 月,发改委和工商管理总局确定启用汽车零部件再制造产品标志,加强对再制造产品的监管力度,进一步推进汽车零部件再制造产业的健康发展。同年 5 月,发改委等 11 个部委联合发布了《关于推进再制造产业发展的意见》,将汽车零部件、工程机械和机床作为再制造产业发展的重点领域。两个月后,国务院法制办公布了《报废机动

车回收拆解管理条例(征求意见稿)》向社会公开征求意见。

2011 年,全国人大审议通过的“十二五”规划,把“再制造产业化”列入循环经济重点工程。2012 年,国家发改委完成了对第一批再制造试点的 13 家企业的验收,并公布了第二批 33 家再制造试点企业名单及实施方案。2013 年,发改委、财政部等部门联合颁发《再制造产品“以旧换再”试点实施方案》。今年 5 月 6 日,中国政府网正式公布《报废机动车回收管理办法》,自 2019 年 6 月 1 日起施行,发动机、变速箱、前桥、后桥、车架等“五大总成”再制造解禁,这对目前仍然处在寒冬中的中国汽车制造业是巨大利好,为汽车再制造产业发展注入新的动力。

亟待破茧成蝶

虽然汽车再制造目前在我国已有良好开端,但仍处起步探索阶段,与发达国家相比存在很大差距。

一是汽车再制造与维护保养和大修有着本质区别。修复产品往往比生产新品所需的技术水平还要

高,再制造建立在高端技术和先进装备的基础上,目前我国汽车零部件修复、改造的水平还远远不够。

二是汽车再制造作为一个新的理念还没有被人们广泛认识,各方对发展汽车再制造产业的重要意义尚缺乏足够的认识,汽车再制造对消费者仍是一个陌生概念,亟须打破“认知”。

三是我国汽车再制造还处于试点探索阶段。一方面,销售渠道与消费者之间还不能满足良好的供需关系;另一方面,旧件回收体系不健全,使再制造企业在原材料获得方面存在障碍;还有是现行法规政策在某些方面制约了汽车零部件再制造产业的发展,有关管理制度亟须健全,技术标准还不完善,监管体制、产品和再制造对象的市场机制还没有形成。

业内人士表示,面对未来汽车再制造业任重道远,更需业界戮力同心。相信随着产业深度发展,汽车再制造业以产业技术为支撑,集聚发展,市场必将破茧成蝶,迈入蓝海时代。

雍君

造车新势力东风难借

就在上周,工信部发布了《新能源汽车产业发展规划(2021-2035年)》(征求意见稿),具体目标为,到2025年,新能源汽车新车销量占比达到25%左右,智能网联汽车新车销量占比达到30%。假设2025年新车销量为3000万辆,25%的销量占比意味着新能源汽车新车销量将达到750万辆。

顿时,在资本市场上,汽车板块盘中直线拉升,多只个股涨停,中信汽车行业指数也是直线拉升。一时间,人心大振,行业的萎靡似乎即将一扫而空。在新能源汽车领域嗓门最大、画饼最圆的造车新势力们,能否借这一东风,安枕无忧地迈入2020年?

从它们今年的销量来看,难度系数有点高。中国保监会公布的数据显示,2019年10月,我国新能源乘用车上险量为4.92万辆,1-10月新能源乘用车累计上险量为71.3万辆。其中,造车新势力企业10月上险量为6459辆,2019年前10个月累计上险量为50218辆。据此估算,全部造车新势力们加在一起也仅占据了7%的市场份额,毫不夸张地说,疯狂这么多年,新势力们仍在边缘徘徊。

细细一算,年初造车新势力们立下销量目标没有一家完成。截止到2019年10月31日,所谓的头部车企蔚来汽车,只完成2019年度销量目标的37.17%,小鹏汽车则尚不足30%。而其他将销量目标截止到2020年的车企,如合众新能源、前途汽车,其2019年的完成率仅为8.23%和0.02%,要想在2020这一年全面突破达成目标,几乎是一项不可能完成的任务。至于其他的新势力们,也许不被淘汰出局才是最理想的目标。

当然,份额小也可以说潜力大,但更多的也许是机会稍纵即逝。眼下传统车企已经用产品布局新能源领域,它们既没有造车资质的困扰,还拥有丰富的管理、研发、生产经验,以及完善的售后服务体系,对消费者而言,购买传统车企的新能源车或许更放心。而在不远的地方,享受国内车企新能源消费政策的特斯拉正整装待发。

发展规划里提到的目标,也许是可行的,但造车新势力们迫在眉睫要解决的,或许是生存问题,然后才是跟着风口追涨问题。

白诚

为新生代量身打造 一汽大众探影上市

为新生代年轻消费者量身打造精品 SUV。12 月 4 日,一汽-大众 TACQUA 探影在杭州燃情上市,售价 11.49 万-15.99 万元。新车提供 1.5L、280TSI 两种动力选择,包括两款 R-Line 车型及一款星耀限量版车型,共计 7 款车型。

作为新成员,TACQUA 探影是继探岳和探歌之后一汽-大众 SUV 车型在 A0 级市场的“开拓者”,它能够适用于各种路况,兼容各种生活场景,拥有绝佳的操控和越野性能、越级的配置和舒适的空间。

探影“短悬长轴”的空

间设计理念,打破了“车长定空间”的传统观念。长 4194mm,宽 1760mm,高 1601mm,加上得益于 MQB 平台灵活的拓展性,使得探影的轴距达到 2651mm。



全系标配的车顶行李架,使其装载空间更为丰富多变。最小离地间隙 176mm、底盘悬挂系统和带液压缓冲系统的减振器、以及大面积底

部防护,让探影的越野素质同级领先。

在配置方面,TACQUA 探影拥有多项领先细分市场的越级配置,成为一款集现代科技与精致生活于一体的高品质 SUV。包括泊车后视影像、顶棚 USB、后排双充 USB、多功能后视镜电动调节加热等众多全系标配装备,堪称 12 万元级极具诚意的精品 SUV。

动力方面,探影采用全新 EA211 系列发动机,提供 1.5L 与 1.4T 两种动力选择,并匹配 5 速手动、6 速手自一体以及 7 速 DSG 双离合变速器。全面满足国六 b 排放标准。

捷升

上汽MAXUS 月销突破1.2万

虽然整体汽车市场形势依旧严峻,却不乏逆流而上的亮点选手。上汽 MAXUS 进入 2019 年以来始终保持畅销态势,在 11 月又交出单月销量 12439 台、同比劲增 72.5%的强势成绩单,实现了 1-11 月单月销量 11 连涨。不仅如此,上汽 MAXUS 前 11 个月累计销量达到 104585 台,同比增长 38.97%,逆势跑赢市场大盘。

上汽 MAXUS 旗下 G10 PLUS、G20 组成的中大型 MPV 车型组合,11 月销量达到 2946 台,同比增长高达 50%。家用 MPV G50 在 11 月取得了销量 2903 台的成绩。国内首款柴油国 6 皮卡 T70 与划时代皮卡 T60 合力,取得了 1-11 月销量 22943 台,同比增长 13.24%的佳绩。

宝龙

11月车商库存预警仍亮“红灯”

中国汽车流通协会日前发布的最新一期“中国汽车经销商库存预警指数调查”显示,11 月汽车经销商库存预警指数为 62.5%,环比上升 0.1 个百分点,同比下降 12.6 个百分点,库存预警指数位于警戒线之上。从分指数情况看:本月库存指数

75.6%,环比上升 13.4 个百分点,市场需求小幅下降,平均日销量指数、从业人员指数、经营状况指数环比小幅上升。从区域指数情况看:11 月份全国总指数为 62.5%,北区指数为 63.5%,东区指数为 58.2%,南区指数为 69.7%,西区指数为 63.5%。从分

品牌类型指数看:11 月进口 & 豪华品牌指数 54.9%,环比下降 8.8 个百分点,主流合资品牌指数、自主品牌指数较上月上升。

调查显示,11 月份市场表现略好于 10 月,但市场压力依旧很大,整体需求量降低,来自于厂家的压库使得经销商库存

压力进一步增加。临近年底,传统旺季到来,多数经销商预计 12 月市场需求将好于 11 月,各类促销活动带动客流,增加销量;北方部分地区举办大型秋季车展,秋收结束后农村消费者收入增加,到店量上升,购车需求增加。为了达成全年任务目标拿到年终返利,经销商降价促销,新车价格不断下探,盈利能力下降。

李永钧