

上月汽车工业增加值跑赢全国大盘

11月汽车市场好于上月,形势得以改善。厂家销售汽车245.7万辆,环比增长7.6%,同比跌幅收窄至3.6%。其中乘用车205.7万辆,环比增长6.7%,同比跌幅收窄为5.4%,11月份销售创今年以来月度最高水平。市场改善刺激生产,11月汽车产量由负转正,汽车生产量259.3万辆,同比增长3.8%,其中SUV达到100万辆,增长11.9%。汽车工业增加值由负转正、汽车零售降幅波动中进一步收窄、车辆购置税迎来微增态势、汽车出口增速胜过货物贸易出口等,成为11月汽车工业和汽车市场运行的几大亮点。

工业增加值由负转正

国家统计局数据显示,11月份高技术制造业、装备制造业工业增加值增速明显加快,其中汽车制造业增加值同比增长7.7%,较10月加快2.8个百分点。汽车工业增加值月度增速,今年首次跑赢全国规模以上工业增加值(增速6.2%)大盘,这是一个令人喜悦的信息。

受11月份增加值拉动,前11月汽车制造业工业增加值累计增速实现正增长0.7%,终止了年内10个月累计负增长的被动状况,终于由负转正。较前10月、三季度和上半年,分别高出0.9、1.5和2.1个百分点,呈现新超好转的走势。

汽车零售额减速收窄

今年5月,汽车零售额一度出现2.1%的增长,这是自2018年4月以来首次显现增长;6月,受“国五”“国六”转换因素影响,市场疯狂甩卖“国五”车,致零售额迅速蹿升至17.2%的增长。而后的7、8两月,汽车零售又复归低迷,增速分别下滑2.6%、8.1%,至11月份销势有点转圆,零售额(3465亿元)跌幅同比收窄到1.8%。

国家统计局报告称:“11月份,社会消费品零售总额38094亿元,同比增长8.0%。其中,除汽车以外的消费品零售额34629亿元,增长9.1%。”就是说,11月份汽车零售拖累社会消费品零售额增速1.1个百分点。不过,相对于6、7、8三个月份汽车零售拖累全社会消费品零售增速1.4、1.2和1.8个百分点而言,11月份拖累力度最小,这是消费品市场见好的迹象之一。

车辆购置税现微增长

车购税与汽车零售呈正相关,几乎同频共振。6月汽车零售增速迅即升至17.2%时,该月车购税同比飙升30%以上,使1-6月同比负转正,增长3.1%,后几个月零售又陷低迷,车购税随之再度失速。前11月车购税收入3201亿元,同比微跌0.3%,较前10月收窄0.1个百分点,车购税走出负增泥潭初现曙光。纵观财政部今年《财政收支情况》推算,8月车购税250亿元-17.8%,这是年内最低谷月度,而后的9、10两月车购税分别为282亿元-5.4%、253亿元-0.8%,两个月跌幅较大收窄,至11月份,车购税274亿元,终迎来单月微增长0.7%,是9、10和11三个月的较大幅度收窄,致前11月才有3201亿元的车购税微跌0.3%。

汽车出口量高于进口

海关总署数据显示:前11个月,我国货物贸易进出口总额增长2.4%,其中出口增长4.5%。汽车出口无论是出口量还是出口额增幅,都高于货物贸易(总体)出口增幅。前11月汽车出口110.9万辆,增长5.1%;出口额9.51亿元,增长6.4%。

张伯顺

严谨造走向世界的优等新汽车

——访爱驰汽车联合创始人兼总裁付强



爱驰汽车旗下首款A+级中高端纯电动SUV——爱驰U5上周在海南宣布上市,并在全球范围内启动交付。4款车型补贴后售价为19.79万-29.21万元。

在汽车行业面临变革、向“新四化”转型已成必然趋势的大背景下诞生的爱驰汽车,其首款量产车U5集核心科技于一身,是将运动性与实用性完美结合的新势代品质SUV。在爱驰U5高达503公里基础续航里程之上,厂家还提供提供一个车载移动充电宝,以扩展120公里的续航里程。

以“德”服人、机“智”过人、“体”能超人、勤“劳”护人,爱驰U5上市之际打出这样的口号,底气十足。在接受记者采访时,爱驰汽车联合创始人兼总裁付强表示:“汽车‘新四化’已经在中国率先

实践。爱驰汽车的目光不止于欧洲,生于中国,走向世界,把国际品质的产品带到全球,是爱驰汽车梦想。”

然而,在当下整体汽车市场不太景气,一批“汽车新势力”市场表现差强人意未能起到表率作用的情况下,爱驰纯电动汽车可以说是在一个不太有利的时刻加入了车市鏖战。那么,爱驰汽车有着怎样的新思路、握有怎样的实力,来迎接这一场挑战,抓住汽车驶向“新四化”时代的机遇呢?

很多新能源汽车强调互联网,你们为什么强调德系基因比较多?

其实爱驰U5并不是“不互联网”,大家有机会去接触一下爱驰汽车的智能化程度,在目前整个新能源车制造范围内肯定是优等生之一。我们看到,新能源车在补贴

退坡之后经历的销量增长率的滑坡,可能跟早期进入市场的新能源车没有太注重消费者在品质方面的追求,没有按照交通工具的标准来要求是有关联的。我们最终还是给消费者提供一个出行工具或者交通工具以及出行相关的服务,汽车本身的特性还是必须要坚持的。

爱驰为什么能对外讲是德系基因、德系品质?

我们汇聚了一众来自全球汽车领域的专业工程师和核心技术团队,实现爱驰U5从供应链端、造型设计、技术研发、到生产制造的每一道工序都有德系工程师团队的匠心加持。爱驰汽车自诞生之初,就秉承德系基因,拥有德系研发、制造的豪华阵容;对标德系车的严苛验证标准,建造德国工业4.0智慧工厂制造体系;结合全球

化顶级供应链,打造出可媲美德系标准的高端品质。中国改革开放这40年,我们确实是在用市场换技术,但确实也换到了。

爱驰和其他造车新势力相比,差异化在哪?

新势力定义本身就没有标准答案。初创企业出发时候的基因是不一样的,有的互联网基因强一些,有的造车基因强一些。汽车行业在发生变化,“新四化”会改变整个行业格局,甚至未来行业的行态都会改变,这个认知大家是一致的。我们核心团队汽车人的背景强,我们还是要走汽车人应该走或者能走的路,我们应该从长板出发,把自己的短板补上来。

爱驰汽车的最强项是否是营销?

营销不能作为最强项,我们的强项是造车。我们了解百年造车的规律、造车产业链的复杂,因此严谨造车是爱驰汽车始终坚持的理念。爱驰汽车在一些领域的创新甚至达到世界领先水平。比如,我们的人工智能视觉引导装配系统业内首创、世界领先;国内首创双轨双驱激光雷达测量系统,测量效率已经达到了国际领先水平。所以应该说我们是按照造车规矩造车,我们是一群懂车的人。 余音

SUV成上海市民最爱家用车

上海市信息中心11月沪籍牌照汽车上牌情况报告》日前出炉,纵观前11月沪籍牌照汽车上牌量及其增速,全年新上沪籍牌照汽车走势,显现的新特点可见一斑。

上海市公安车管所将MPV、SUV和一般小客车列为小型客车,前11月小型客车上牌量最高,达179927辆,其中SUV上牌148322辆,同比微增长0.78%,是所有上

牌车型中唯一没有负增长的一类车型,SUV成为上海市民最青睐的家用车。MPV和一般小型客车前11月上牌量分别为26632辆、4973辆,依次下滑17.63%、12.45%。

国产轿车前11月上牌159387辆,同比下降13.59%。其中,中级轿车56898辆,同比下降11.18%,但上牌量在轿车中仍最高;中高级轿车48248辆,同比微降1.66%,

是轿车中降幅最小车型。中级轿车和中高级轿车合计105146辆,在轿车中占比65.97%。

普及型轿车和微轿,不被沪上消费者看好,前11月上牌分别为30884辆、1278辆,同比下跌高达30.01%、41.16%,这与上海私家小客车牌照高价竞拍环境相关。

大型客车、小型货车以及大型货车前11月上牌量,依次为

4224辆、8003辆、11258辆,同比下降均在20%以上。在国产轿车、大型客车、小型货车以及大型货车上牌量同比大幅缩水的大背景下,进口车上牌量同比跌幅最小,上牌56772辆,微跌0.41%。

进口车中,上牌量之冠仍为德国车,上牌26834辆,同比下滑9.18%;日本车上牌13004辆,同比低增1.70%;美国车逆势而上,上牌8869辆,同比增长36.85%。法国车和韩国车分别为3个月和4个月的持续零进口。 川页

现代起亚启动VR虚拟研发



现代·起亚汽车近日宣布虚拟研发程序正式启动,该研发程序可实现汽车研发流程创新化。

现代·起亚汽车于今年7月全新设立虚拟研发室并准

备虚拟研发程序。虚拟研发是以多种数字化数据为基础,构建车辆虚拟模型和行驶环境,来完成实际零部件的试组装和车辆研发。设计师可以迅速更换设计并进行

评估,及时调整测试中的偏差,有效提高车辆的完成度。

在这个全球规模最大VR设计品评现场,可实现20人同时利用VR进行评估。评估人员可以鉴赏车辆外观设计,还可以身临其境般地进入到车内欣赏车辆内饰,只需简单的按钮操作,即可任意变更车辆的零部件、材质及颜色等。

现代·起亚计划从商品企划到生产研发全面引进虚拟研发程序,新车研发时间有望缩短约20%,年均研发费用将节省约15%。 宝龙



2019马自达“取美人生”品牌全系车型试驾之旅近日在上海再次启程,在山水江南间开启了一场关乎技与艺的“取美之旅”。来自全国的30余家媒体组成“取美”车队,驾驶包括全新MAZDA CX-4、次世代MAZDA3昂克赛拉在内的马自达全系车型,在所经过的山野弯路、城市道路与高速公路上,感受马自达汽车“人车一体”的驾乘愉悦,并在秀美清奇的江南风物与人文体验中,探索马自达品牌所传递的生活美学。 潇潮



为满足市场对斯柯达KAROQ车型持续增长的需求,斯柯达本月开始在俄罗斯下诺夫哥罗德工厂生产这款紧凑型SUV。此前,斯柯达KAROQ车型的产地已经包括宁波、捷克科瓦斯基和姆拉达·博莱斯拉夫。从2020年秋季开始,斯柯达KAROQ还将在斯洛伐克的布拉迪斯拉发工厂进行组装生产。 宝龙

上汽MG名爵进军新加坡市场

近日,上汽集团与新加坡Eurokars EV Pte Ltd公司签署合作协议,意味着MG名爵高品质新能源产品继英国、荷兰、挪威之后又“打入”新的高端市场,这也是名爵在远销60多个国家和地区之后开拓的又一个重要新市

场。MG名爵在新加坡的旗舰展厅正在积极建设中,将于2020年第一季度向公众开放,很快,“欧洲严选”名爵eHS插电混动、“首款满足欧洲标准的纯电动SUV”名爵EZS等车型也将陆续登陆。新加坡对汽车产品有着

相当高的准入门槛,近几年对新能源汽车的需求快速增长。上汽名爵以世界级的新能源技术、高标准的欧标品质,新能源产品不但远销全球多个国家,多款产品更是被竞争激烈、要求严苛的成熟国际市场争购。 林夏