

汽车周刊



新民网汽车频道
http://auto.xinmin.cn

本报专刊部主编 | 总第808期 | 2020年1月8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

给2020年中国车市把把脉

增长平均水平,近几年豪华车市场的市占率一直都在加速增长。2020年的豪华车实现300万辆的预测目标并不是没有可能。

二是取消二手车限迁等新政使二手车市场蓬勃发展,2019年二手车市场的表现好于新车市场,出现交易量和交易额双增长的态势。预计2020年国内二手车交易量将继续增长,达到1680万辆,同比增长15%。在二手车销售不利的情况下,市场需要盘活存量来拉动增量,通过提高置换率来拉动新车销售。另外,二手车出口市场也将在国家政策的支持下逐步打开。

三是继2009年之后,去年政府出台的新一轮“汽车下乡”政策,三四五线城市和乡村有望成为车市的新增长点。与十年前相比,这次“汽车下乡”所处的环境发生了翻天覆地的变化。汽车市场开始进入普及后期,主力市场从一、二线城市逐步转移到三、四、五线城市,以及广大乡镇和农村;因此,新一轮“汽车下乡”不仅是普及汽车使用,更是更新汽车产品,尤其要加强新能源汽车在新农村的推广落地。新能源汽车企业应通过整合政策、技术、资源等各方优势,向乡镇市场全力下沉,担当起拉动行业增长的重任。 雍君

新年伊始,汽车界人士最为关心及广泛议论的问题是,2019年车市低迷态势是否会延续到2020年,能否出现正增长拐点?如何把脉今年车市走向,从不同角度做出准确的分析与判断,至关重要。

业内多数唱衰

对于2020年中国车市走势,多数机构及专家预期负增长。中汽协负责人表示,未来3年中国汽车消费曲线依然维持“L”形态,难以出现“V”形反转。2020年车市降幅将比上年有所收窄,预计销量2531万辆,同比降幅2%左右,正增长拐点或将出现在2023年。中国汽车流通协会副秘书长郎学红预测,虽然年末经销商库存预警指数有所下降,但2020年车市将继续下行探底,预计销量2250万辆左右,同比下滑10%,调整力度超过去年,还将出现补偿性下跌。谷歌大中华区资深预测算法顾问丁思涵通过基于80个变量的数学模型预测,2020年我国车市降幅为6.6%。

多数机构和人士对今年车市之所以唱衰,主要存在三大负面因素影响,一是宏观经济稳中有降;二是底层消费者就业及消费受损;三是中美经贸摩擦持续发酵。短期内,影响2020年车市的这三大负面因素并不会消失,还将在“十四五”期间持续影响汽车市场。宏观经济迟迟没有探底,汽车市场探底也非常困难,目前还没有看到市场回暖的信号。

另外,还有多个叠加因素影响2020年汽车市场走势。包括“汽车领域的消费刺激政策”因落地时滞或效果不及预期引发消费者观望,一定程度上延缓购车需求;国六排放标准提前实施和增值税下调,对消费者心理、厂家排产和经销商都带来巨大影响。

或有回暖希望

当然,也有一些机构和人士预估市场将有回暖趋势,或呈V字形走势。乘联会秘书长崔东树认为,2020年车市预计增长1%,乘用车增长1%;新能源汽车销量挑战目标是

200万辆,中性判断约为160万辆。中国汽车技术中心数据资源中心预测将实现1.2%的同比增长,终端零售量将达2584万辆;乘用车和商用车预计为2202万辆和382万辆,实现同比增长。中信证券汽车行业分析师陈俊斌预测,汽车行业最差的时间已经过去,开始触底上行,预计2020年行业销量有望增速转正。

从消费者层面看,市场从增量转向存量增长,今年增购换购数量将有所增加,2018年的汽车保有量数据显示,车龄为5-9年的累计置换比例为54.9%,此区间有超过7000万辆乘用车,而中国市场的平均换购周期为7.3年,这部分消费者的换购需求有望在2020年释放。从购买力层面看,目前国家多项财政和货币政策的有力支持,汽车业盈利有望进一步修复。此外,房地产行业进行调控,对汽车消费的挤压效应相对减弱,有利于释放消费潜能。

从购买意愿层面看,一系列减税降费和促进消费政策出台,着力放宽限购,在一定程度上提振了市

场消费信心并起到示范作用。

对于中国车市长远的发展,业内人士仍抱有很高的期待。国务院发展研究中心市场经济研究所副所长王青预测,中长期来看,汽车消费将从中高速增长阶段转向中低速阶段,增速有望维持在4%-5%,到2028年市场规模将达到3300万辆,保有量为4.1亿辆,千人汽车保有量接近290辆。天津大学汽车战略发展研究中心主任郭焱认为,未来几年中国车市将呈恢复性增长,2025年有望回升至2700万辆,其中乘用车2230万辆,商用车470万辆。中国车市未来3000万、4000万辆的年销量是完全可行的。

三大亮点凸现

其实,即使车市寒冬中也有亮色。一是去年豪华车市场逆势而上,显示出消费升级的趋势,是汽车行业向高质量发展的信号。2014年,普华永道曾预测,中国豪华车市场在2020年将逾300万辆。多年来,豪华车市场的增长一直高于乘用车市场

上汽MAXUS年销量逆市增长逾四成

2019年上汽MAXUS总销量再创新高,达到120017台,同比增长42.85%,其中,国内销量共计98382台,同比劲增45.27%,且1-12月均实现同比增长,达成销量12连涨的亮眼成绩;海外销量达到21635台,同比大涨32.77%。成立九年间,上汽MAXUS保持着60%的年复合增长率,成为行业关注的后起之秀。

宽体轻客V80、V80 PLUS及V90全年完成了32488台的销量,同比增长6.53%,1-11月细分市场市占率预计超过19.7%,直逼行业第一。大大的互联网MPV G10 PLUS与全新旗舰MPV G20共同达成了24238台的销量成



绩,1-11月市占率达到16.1%。全能家旅MPV G50上市仅9个月就销售28657台,平均月销量达到3000台左右。

上汽MAXUS旗下皮卡销量成绩同样喜人,总销量达到26495台,累计同比增长17.54%。

其中划时代皮卡T60表现尤其出色,上市仅两年就已成为澳新及智利市场销量排名第一的中国皮卡,总销量超过24000台。国内首款柴油国6皮卡上汽MAXUS T70自上市后,与T60形成了强合力,共同征战国内外皮卡市场。

此外,上汽MAXUS立足C2B智能定制模式,推出了全民定制D60,定制模式购车的比例达到了65%以上,市场前景可期。于11月广州车展发布的专业级SUV标杆D90 Pro则为用户带来卓尔不群的越野体验。 余音

奥迪在华销量再创历史新高

2019年,一汽-大众奥迪累计完成销量688888辆,同比增长4.2%,再次刷新年度销量纪录。其中,国产车型交付630800辆,同比增长5%;进口车型交付58088辆,持续收获稳定表现。

国产车型方面,全新奥迪A6L、全新奥迪Q5L、奥迪A4L等主力车型表现强劲,带动国产车型全年交付首次超过63万辆。其中,全新奥迪A6L完成销量131185辆;全新奥迪Q5L完成销量138970辆,同比增长16.8%;奥迪A4L完成销量168473辆,同比增长2.3%。此外,三款A级车型——奥迪A3、全新奥迪Q2L、全新奥迪Q3合计完成销量191971辆。

进口车型方面,全新奥迪Q8上市仅2个月,销量即突破了1500辆。即将迎来焕新的奥迪Q7,全年斩获销量15578辆;全新奥迪A8L全年销量为12428辆,同比增长21.6%;奥迪开启电动化时代的宣言式车型——奥迪e-tron,虽然上市仅1个月,已展现出不俗的市场潜力。

2019年,一汽-大众奥迪二手车业务更赢得了销量100888台,同比增长9.8%的荣耀战绩。 宝龙

马自达中国市场年销近23万辆

马自达(中国)企业管理有限公司日前发布了2019年12月及全年马自达品牌在中国市场的销售业绩(零售)。2019年12月,马自达品牌在中国的销量为24492辆。两大渠道2019年12月销量情况分别为:一汽马自达销售10418辆,长安马自达销售14074辆。

此外,2019年全年,马自达品牌在中

国市场的累计销量为227750辆。其中,一汽马自达销量为91416辆,长安马自达销量为136334辆。

从主要车型销量来看,马自达3 AX-ELA昂克赛拉的全年销量为98218辆,马自达CX-4的销量为49419辆,马自达6 ATENZA阿特兹的销量为41950辆,马自达CX-5的销量为35620辆。 林夏

库存预警指数仍位于警戒线之上

据中汽流通协会最新发布的数据显示,2019年12月汽车经销商库存预警指数为59.0%,环比下降3.5个百分点,同比下降7.1个百分点,库存预警指数位于警戒线之上。至此,经销商库存预警指数已连续2年高于50%。

临近年底,经销商为冲量纷

纷通过降价促销等措施加大清库力度。这在一定程度上刺激了消费者购车,但是市场整体还是没有太大的改善,消费者进店看车以及购买意愿相比往年较弱。从经销商运营状况来看,市场需求量降低,新车价格不断下探,促销力度加大等因素导致其盈

利能力不断下降。

从区域指数情况看,12月份全国总指数为59.0%,表现最好的是西区为55.4%,南区压力最大,指数为60.8%,北区指数为58.1%,东区指数为57.3%。从分品牌类型指数看,12月进口&豪华品牌

指数56.5%,环比上升1.6个百分点,主流合资品牌指数、自主品牌指数较上月下降。自主和豪华品牌之间的差距较去年有所收窄。

中汽流通协会相关负责人表示,春节期间工作日减少,且大部分消费者回家探亲或旅游度假,新车成交会进一步降低,预期2020年1月销量相比上月会有大幅度下降。 李永钧

玩数字游戏的特斯拉

特斯拉总爱玩一些出其不意的招数来证明自己的不简单,例如发射火箭、在德国建厂,以及1月3日宣布正式国产Model 3起售价为29.905万元。

初听消息的人大都吓了一跳,要知道,之前宣布的预售价是35.58万元起,自我降价幅度不可谓不大,国内造车新势力们尤为紧张。但看清特斯拉官网的各类备注后,总算明白这不过又是它玩的一次数字游戏。

回顾国产特斯拉价格的屡屡调整,给人一种没有上市胜利上市的感觉。去年5月底,Model 3的起售价是32.8万元,加价2.78万元可以选配基础版辅助驾驶功能;去年10月下旬,特斯拉宣布国产Model 3标准续航升级版标配基础版辅助驾驶,起售价为人民币35.58万元。选配变标配,价格这么一算,谁也没吃亏谁也没占便宜。

此次调价的备注,特斯拉官网也将私人购车享受2.475万元的国家补贴写了进去,也就是说29.905万元是国家补贴后价格,其实际售价为32.38万元。与此同时,调价后的特斯拉取消了免费赠送和安装家用充电桩的服务,这一服务价值5000元。换言之,1月3日的价格“下调”后,国产Model 3的实际起售价约为32.88万,这个数字和去年5月底公布的起售价几乎相同,只不过多了一个基础版辅助驾驶功能。

算来算去的确绕。作为汽车圈的流量担当,特斯拉不折腾不足以证明其野心,但此类数字游戏玩多了,也会变成炒冷饭的。 白诚