

新冠疫情摁下车市刚抬起的头

今年1月有春节长假,有效工作日仅17天,这个季节性因素影响,使得1月车市状况与去年不具有可比性。不过碰上新冠肺炎疫情暴发,去年下半年起市场跌幅逐月收窄的态势被终止。

中汽协统计显示,1月汽车产销176.7万辆、192.7万辆,环比下降重回两位数。其中,乘用车产销143.6万辆、160.7万辆,除SUV外,轿车、MPV和微客环比降幅均高过汽车(总体)水平。商用车产销33.1万辆、32.0万辆,销量环比下降10.5%、7.5%。

新能源汽车1月环比更是断崖式跳水,产销4.0万辆、4.4万辆,只是去年12月的四分之一,同比也是腰斩。其中,乘用车同比下跌54.5%,商用车同比大跌51.7%。

新冠肺炎疫情的大暴发,主要是春节前后,2月份降幅可能更甚于1月份。中汽协在新冠肺炎疫情发生后的第一时间,开展了疫情影响调研,来自300多家整车和零部件企业的反馈信息显示,面对本次疫情,车企面临诸多新挑战:

消费能力明显下降。疫情暴发以来,中低收入群体收入情况恶化,消费能力削弱;极大减少消费者外出,影响一至三线城市的换购需求,影响四线及其以下城乡等农村的首购需求。

巨大减产不可小觑。按照企业少开工10天计算,以及复工后人员、产业链供应无法满足生产节奏,预计影响汽车产量超过百万辆。湖北是汽车制造大省和零部件制造大省,汽车年产220万辆,占全

国汽车产量市场近10%,对全国汽车及其零部件行业的影响不言而喻。

平添汽车出口难度。原先的汽车及其零部件出口订单,将难以及时交付,后续订单又难以签订。新冠肺炎疫情构成国际关注的突发公共卫生事件,据不完全统计,有几十个国家和地区对我国入境管制措施,平添汽车出口市场难度。

资金链断裂隐患。汽车制造商和销售商运行停摆,延迟复工复产,时间越长,体量较小、抗风险能力较弱的中小汽车销售商、零部件生产商越面临资金链可能断裂的风险,还会连累国内整车厂生产节奏,甚至波及全球。

习近平总书记日前在中央政治局常委会会议研究应对新冠肺炎

疫情工作时指出“要积极稳定汽车等传统大宗消费,鼓励汽车限购地区适当增加汽车号牌配额,带动汽车及相关产品消费”。国家商务部迅即跟进表态,将鼓励各地出台促进新能源汽车消费,增加传统汽车限购指标。

清华大学汽车发展研究中心主任李显君认为,那些地方政府实施“限购”的逻辑和初衷,是治理交通拥堵和降低空气污染,其逻辑和初衷貌似成立,其实反映的是这些城市不高的治理能力和水平。

李显君算了一笔账,实施“限购”的北上广深津杭石(家庄)七城和海南一省,“如果解禁,至少能释放250万辆左右汽车销量,约占我国汽车年销量的10%”。

张伯顺

大众汽车集团上财年表现强劲

大众汽车集团近日公布,2019财年销售收入达2526亿欧元,较上年增长168亿欧元;未计入特殊项目支出的营业利润达193亿欧元,高于2018财年的171亿欧元;未计入特殊项目支出的营业销售回报率为7.6%,略高于2019财年设定的目标区间。营业利润也增至170亿欧元(2018财年为139亿欧元)。汽车业务的净现金流显著增长至108亿欧元,净流动资产增至213亿欧元。

大众汽车集团2019财年营业利润增长的驱动力之一源于客户交付量的小幅增长,达1097万辆(同比增长1.3%)。欧洲和南美市场的客户交付量增长尤为显著,北美和亚太区域市场则因整体市场下行趋势而略有下滑。同时,集团在几乎所有地区的市场份额均有所扩大。销量攀升、产品组合优化以及金融服务部门的良好表现为销售收入带来积极影响,并抵消了汇率因素所带来的消极影响。尽管中国市场面临挑战,但集团从中国获得的营业利润仍基本达到上一财年水平,为44亿欧元(上一财年为46亿欧元)。

大众预期2020年汽车交付量将与去年保持一致,预计销售收入将同比增长4%,乘用车业务领域的销售收入将略高于去年水平。宝龙

广丰全新SUV威兰达登场

广汽丰田旗下全新TNGA中型SUV威兰达2月28日起全面发售,售价为17.18万-24.18万元。新车全系自动挡,共推出2.0L和2.5L双擎两种动力系列、三套四驱系统、四大车型等级、十二款车型。

威兰达定位于“TNGA领势新驱动SUV”,拥有“亦刚亦雅的外形、至美至能的座舱、游刃有余的驾控、全时响应的智联”四大优势。四驱车型20.68万元起,双擎混动车型20.58万元起。新车还提供“DTV动态矢量四驱”和E-FOUR电子四驱两种全新系统。此外,威兰达还配备能实现准L2级自动驾驶的丰田全新2.0智行安全系统、车联网系统和三屏联动智能显示。

威兰达2.0L发动机热效率达40%,综合工况百公里油耗低至5.7L;2.5L双擎车型采用热效率达到41%的2.5L发动机以及最新THS II混合动力系统,百公里油耗低至4.6L,续航里程可达1000公里。江美



斯柯达全新昕锐、昕动上市

上汽大众斯柯达全新昕锐、昕动日前上市,两款新车外观内饰焕然一新,并新增斯柯达斑马智行互联系统等智能装备。

全新昕锐共推出4款车型,售价7.84万-10.24万元。新车外形更加年轻动感,新增的斯柯达斑马智行互联系统采用8英寸TFT液晶显示屏。新车搭载1.5L全铝发动机,匹配5挡手动变速箱与6挡自动变速箱,百公里综合油耗仅为5.6L。

全新昕动共推出4款车型,售价8.14万-11.14万元。作为一款时尚灵动大两厢,其有三种车身色彩四种内饰风格可选,还提供包括透黑超广角后窗玻璃、炫黑车顶、双C型熏黑尾灯、时尚黑化后视镜等在内的炫酷潮流黑选装包。全新昕动动力与全新昕锐相同,配置上除了斑马智行互联系统、170°广角倒车影像,还全系标配带Clean Air净化功能的空调系统,以及ESP电子车身稳定系统、TPMS智能胎压监测系统等。江美



宝马推出5系插混里程升级版

一辆宝马5系插电式混合动力里程升级版日前驶下生产线,这是华晨宝马下线的第300万辆国产BMW,同时华晨宝马也宣布该款车型正式在中国上市。

BMW 5系插电式混合动力此次推出的里程升级版为消费者带来长达95公里的纯电动续航里程,同时49.99万-53.69万元的零售价保持不变。新车型搭载了宝马集团最新的eDrive技术,系统最大输出功率达185千瓦,综合输出扭矩高达420牛米,从静止加速到100公里/小时仅需6.9秒。雨林

2019年汽车类投诉量增长25%

中消协日前发布的《2019年全国消协组织受理投诉情况分析》显示,汽车及零部件高居商品类投诉榜第一名,总量34335件,占总投诉的42%,同比增长25.1%。汽车类投诉涉及汽车销售各个环节:

一是产品质量问题多。投诉大部分反映在汽车零部件上,如发动机、变速箱等主要部件屡现故障。

二是购车合同争议大。经

营者签订合同明显有利于经营者,甚至是违反法律规定,排除消费者主要权利,在合同条款中对于消费者和销售商在权利义务约定上不明确、不对等,违约后承担的赔偿责任不清,消费者不能按照合同有效维权。

三是售后服务问题。故障不能一次性修好,出现返修状况,或故障多次维修却不能彻底解除,维修不出具明细等。

四是检测举证维权难。汽车出现质量问题,消费者举证难、鉴定难、求偿难。

五是捆绑销售车险和诱导消费者贷款。消费者购买优惠车辆过程中,部分经营者要求必须在4S店购买车辆保险和办理贷款,在指定的保险公司投保,有时还要消费者交几千元到上万元不等的保险押金。

六是二手车消费信息不

实,经营者隐瞒实情销售。为了收益最大化,无论是线上还是线下,二手车交易经营都存在不履行真实告知义务,甚至私改里程、隐瞒车辆真实情况的现象,将水淹车说成是无水淹、将出过大事故的汽车说成是小碰小碰。

中消协表示,未来将探索建立健全汽车消费领域信用公示机制,强化企业信用约束。李永钧

上汽MAXUS去年海外销量同比大涨

在2019年中国汽车出口同比下降的逆市环境下,上汽MAXUS海外销量却同比大涨32.77%,达21635台,而其中的55.5%更是销往发达国家。上汽MAXUS以对国际基准的产品开发水平,以及新能源等前瞻性技术实力为优势,树立起差异化的海

外战略,率先与主流国际品牌展开竞争,抢占国际市场。

上汽MAXUS每一款车型均对标发达国家的严苛标准进行开发,不仅实现了欧六技术储备和全球领先的新能源技术,在设计制造理念上也以国际基准和品质打造,旗下车型通过了澳大利

亚ADR认证、欧盟ECE认证、WVTA认证、海湾GCC认证等国际高标准认证,经受了海外市场的严苛考验。

作为唯一进入欧洲大型电动轻客市场的中国品牌,上汽MAXUS凭借领先的新能源技术与出色的产品实力,销量超6000台,成为欧洲

绿色物流领域的引领者。

截至2019年底,上汽MAXUS海外累计销量超过6.4万台,占总累计销量的16.2%,且主要来自澳大利亚、新西兰、英国等发达国家,在欧洲、澳新、美洲、东盟、中东五大海外核心市场全面开花。宝龙

捷达VS7低价“尝鲜”上市

2月26日周岁生日之际,捷达品牌推出中型SUV捷达VS7,结合目前资源和物流的情况,捷达VS7推出了尝鲜上市模式,在3月20日正式上市前,用“尝鲜价”交付2020台现车给首批优先紧急客户,并针对医护人员及直系家属推出了5大特殊关爱礼遇。此次捷达VS7共推出四款车型,尝鲜价10.68万-13.68万元。

捷达VS7诞生于大众先进的MQB平台,带给用户纯正的德系

品质。新车搭载大众EA211 1.4T高功率涡轮增压发动机,匹配爱信第三代AQ250六速手自一体变速箱,保证燃油经济性的同时更兼顾可靠性。前麦弗逊后多连杆的四轮独立悬架配合大众专业调校,保证了用户的驾驶乐趣。江美

