

汽车周刊



新民网汽车频道
http://auto.xinmin.cn

本报专刊部主编 | 总第 815 期 | 2020 年 4 月 1 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

SUV销量超越轿车 中国品牌当领头功

突如其来的新冠肺炎疫情,让今年1、2月的车市沉重的打击,给汽车产销同比收窄的好态势踩了个急刹车,跌入前所未有的最低谷。不过数据显示,今年1~2月SUV产销78.54万辆、88.27万辆,分别超越轿车4.50万辆、4.88万辆。

在新冠肺炎疫情波涛汹涌中“裸泳”的中国车市,SUV车型1~2月的累计产销,居然均超过了轿车。这不能不说是冷寂市场中的一丝暖意、阴沉市场中带有的些许亮色。

SUV是近几年来我国乘用车市场中增长幅度极为显著的车型,虽然总量上一一直少于轿车,但显示出咄咄逼人的势头。2018、2019两年SUV销售增速小幅滑落,但落差远小于轿车,紧逼轿车的步伐不曾停止。

SUV超越轿车是世界性趋势,我国与时俱进边跟边追,不仅表现在新

车市场,在二手车和进口车两个市场也有反映。2019全年进口车中,SUV销售58.08万辆,同比微跌0.7%;比轿车多出13.82万辆,跌幅小3.8个百分点。今年1月,SUV进口5.33万辆,占进口乘用车60.7%,而轿车进口3.13万辆,占进口乘用车之比仅35.6%。2019全年二手车市场,SUV交易148.08万辆,同比增长30.40%,高过轿车增速25.63个百分点;今年1~2月,SUV交易11.87万辆,同比下降21.3%,下降幅度远低于轿车29个百分点。

SUV超越轿车并非偶然,有其市场增长和发展的空间。舒适的乘坐性、良好的通过性、大气美观的造型、安全强劲的动力、驾驶视野的开阔等,成为首购车主的极大诱惑,成为置换车主的不二选择。目前,SUV已由10万元以下的中低端市场需求带

动,转变为15万元以上的中高端市场需求带动,SUV超越轿车,是中国汽车市场格局深刻变化和我国汽车高质量发展的缩影之一。

SUV超越轿车,也是中国品牌车企崛起与发展的必然结果。今年1~2月,中国品牌SUV销量47.2万辆,在SUV市场的占有率达到53.4%,胜过国产欧美日韩系占有率。吉利、长安和长城三家车企包揽SUV车企前十的冠亚军,奇瑞、上汽和东风(柳汽和小康)分列SUV十强的第5、7、8位。吉利等6家中国品牌车企的SUV合计销量为32万辆,占SUV十强车企销量的58.28%。SUV十强车型中,哈弗H6、长安CS75和吉利博越销量依次为3.15万辆、2.96万辆和2.70万辆,位居十强车型前三名,传祺GS4和奇瑞捷途X70以1.80万辆和1.39万辆分列十强第6、10名。

去年2月以来,投入市场的中国品牌新车型,今年1、2月销量业绩不同反响,成为SUV市场上实实在在增量的“硬核”。上汽荣威RX5 MAX、比亚迪宋Pro 1.5T和长安CS75plus 2.0T等新车型,鹤立鸡群,销量依次为1.15万辆、1.24万辆和1.96万辆;吉利博越1.5T、星越和ICON三款新车型合计销量1.01万辆,一汽红旗HS5和HS7两款新车型销量1.27万辆。

另有一些中国品牌SUV老当益壮,在乘用车(总体)大幅下滑44%的背景下,1~2月销量不仅增长而且居然高涨。奇瑞新瑞虎5/9147辆+122.12%、瑞虎两驱2.0L/1130辆+370.83%、捷途X90两驱1.5T/2418辆+255.59%、一汽奔腾B30(BEV)7354辆+112.18%、江淮瑞风S5/483辆+260.45%。此外,广汽传祺GS4/18405辆+52.41%和东风柳汽风行T5两驱1.6T/7060辆+39.14%,其销量增幅也实属难能可贵。

正是由于那些中国品牌车企、中国品牌SUV新车型和SUV老车型的努力和作为,才有SUV车型2月份在整体市场中65.4%的市占率,这较上月提升15.1个百分点,同比增加了9.7个百分点。张伯顺

新冠肺炎疫情突然暴发,给中国汽车业带来极大冲击。国家统计局日前公布的今年1~2月规模以上工业企业利润总额下降38.3%,汽车制造业表现更惨,1~2月利润总额100.2亿元,同比下滑高达79.6%。

汽车制造业1~2月利润为何跌得如此之惨?一是春节假期延长天数和疫情导致的复工复产推迟,使得产销均创下近20年来最大跌幅。1~2月车企产销204.80万辆、223.76万辆,断崖式下滑45.8%、42.0%,其中新能源车产销同比下滑63.8%、59.5%。汽车制造业增加值下降31.8%,营业收入7489.4亿元,同比下降31.0%;限额以上汽车类商品零售额3654亿元,同比下降37.0%。

二是运营成本持续上升。新能源车补贴(几十亿元)资金尚未完全到位,增加了企业融资成本;疫情期间企业复工复产尚未恢复正常,可用工、折旧等成本及各项费用刚性支出不减,而防疫成本却在大幅增加。规模以上工业企业1~2月每百元营业收入中的成本费用为94.19元,同比增加0.85元,汽车制造业也不例外。

三是产品出厂价格下降。汽车出厂价格(PPI)2月同比下降0.5%、1~2月下降0.6%。

面对眼下汽车市场严峻的困难局面,以筹划降薪和减员等方案让企业生存下去的,不在个别。不过随着复工复产逐日加快,疫情造成的短期冲击将逐步缓解,汽车需求在诸多新政支持下终将释放出来,汽车业效益会得到有效改善。张伯顺

汽车业利润断崖式下滑

我国汽车产业逐步恢复正轨

3月以来,由于新冠肺炎疫情控制迅速,汽车产业正逐步恢复正轨,国内车市复工情况显著好转。

在3月初,国内汽车企业综合复工率84.1%,如今随着疫情进一步控制,预计复工率能够达到九成,恢复经济正常运转。随着疫情好转,位于武汉的东风本田、神龙、东风雷诺、东风乘用车等多家整车企业和零部件企业纷纷开始有序复工复产,因供应商未复工造成的供应链风险已基本解除。

随着疫情被逐步控制,各地车企和零部件企业的复工复产,对带动汽车产业经济来说有着促进作用。另外,国家有关部门及各地近日纷纷出台鼓励促进汽车消费,开展以旧换新等措施振兴市场。

此外,3月31日国内油价新一轮下调,低油价也将对车市起一定积极影响。商务部日前发布的数据显示,当前汽车销售反弹较为明显,环比增幅达14.8%。乘联会预计,按照正常的4月末解除疫情判断,2月车市低迷已超预期,3~4月的车市回暖速度较慢,5月后预计市场恢复正常。李永钧

畅销全球 哈弗H6率先突破300万



“神车H6 300万 哈弗十冠嘉年华”的首场盛典日前举行。当天,厂家还推出来包括6.6折幸运秒杀车、支付宝万元口令红包等多重福

利,为大家呈现了一场惊喜不断的直播盛宴。

哈弗H6于2011年上市,目前实现全球累计销量超300万辆,成

为中国汽车品牌第一款累计销量突破300万辆的“国民神车”。

十年来,长城汽车旗下哈弗品牌畅销全球60多个国家,创下销售近600万辆的战绩,让中国哈弗成为世界哈弗。哈弗在俄罗斯图拉州,打造了首个全工艺海外整车工厂,与马来西亚、厄瓜多尔、突尼斯等地的KD工厂,以及国内九大生产基地形成了“9+5”的全球化生产体系。此外,长城汽车更在年初收购了通用印度塔里冈工厂和泰国罗勇府工厂,向世界宣告了进军南亚和东盟市场的决心。林夏

拒燃爆 比亚迪“刀片电池”威震武林

电池的同等级水平。

“针刺穿透测试”是行业内公认的对电池电芯安全性最为严苛的检测手段。比亚迪“刀片电池”在穿透后无明火,无烟,电池表面的温度仅有30~60℃,表明“刀片电池”彻底摆脱了传统动力电池可能会发生的“热失控”的噩梦。中国科学院院士欧阳明高分析指出刀片电池的设计使得它在短路时产热少、散热快,评价刀片电池的表现“非常优异”。余音



比亚迪汉



备受关注的吉利博越PRO智能四驱版近日正式上市,售价14.88万元。博越PRO智能四驱版配备1.5TD+7DCT+BSG高性能动力组合,整车动力性能大幅提升,油耗降低15%,百公里综合工况油耗仅6.4L。

新车搭载美国进口的博格华纳第五代电液式适时四驱系统,可根据路况不同,适时对扭矩的前后轴分配比例进行调整。前后轮最大扭矩分配比可达50:50,后轴可获得1050Nm的最大扭矩。由于BSG高性能动力电机的加成,博越PRO智能四驱版功率提升8%、扭矩提升18%,综合功率达到140kW,综合扭矩达到300Nm,百公里加速提升5%。江美

上汽名爵中东斩获多项大奖

百年英国运动汽车品牌名爵再传喜报,于近日斩获中东地区最具权威性和影响力的中东年度汽车大奖MECOTY多项殊荣,包括名爵HS拿下的“最高荣誉”——“年度最佳汽车大奖”和“最佳紧凑型跨界SUV”等3项大奖,此外,名爵6也以“6秒级破百、36米级刹停”性能表现提名“最佳紧凑型轿车”。

此次名爵HS击败了29个不同类别的最新车型,摘得MECOTY大

奖,是最大赢家,力证自己的不俗实力以及在中东地区的影响力。这也是“中国造”车首获此项殊荣,含金量和重要性不言而喻。

拥有全球品质的名爵,2019年全球热销近30万辆,其中海外销量13.9万辆,位列中国海外销量品牌榜第一,远销全球60多个国家。今年1~2月,名爵海外零售超过2.5万辆,同比猛增150%,品牌形象和影响力在全球市场不断提升。晨阳