

汽车周刊



新民汽车频道
http://auto.xinmin.cn

本报专刊部主编 | 总第834期 | 2020年8月20日 星期四 本版编辑:张云 视觉设计:窦云阳 编辑邮箱:xmqc@xmwb.com.cn

7月中国汽车市场延续回暖势头

7月,我国汽车产销总体稳定,环比虽仍有下降,同比已上了两位数增长,延续二季度来的回暖势头。当月生产220.1万辆,环比下降5.3%、同比增长21.9%;销售211.2万辆,环比下降8.2%,同比增长16.4%。1-7月累计产量1231.4万辆,同比下降11.8%;累计销量1236.5万辆,同比下降12.7%,降幅较上半年分别收窄5.0和4.2个百分点,保持较好的市场运行态势。

轿车SUV联袂增长

7月,乘用车产销分别为172.9万辆和166.5万辆,环比小幅下降3.9%和5.6%,同比增长13.2%和8.5%。除MPV销量8.5万辆-0.7%外,轿车和SUV联袂增长,轿车77.3万辆+4.6%、SUV/77.2万辆+14.0%,微客3.5万辆+8.5%。

1-7月,乘用车累计产销分别为948.3万辆和953.3万辆,同比下降17.8%和18.4%,降幅较上半年分别收窄4.7和4.0个百分点。四个大车型销量及同比:SUV/444.9万辆-11%、轿

车444.5万辆-22.1%、MPV/44.9万辆-40.6%、微客19.0万辆-15.8%。

卡车增长异常迅猛

受基建投资政策、排放标准切换、治超治限力度以及高速按轴收费等重大利好驱动,货车尤其重卡市场表现强劲,拉动商用车大幅增长,对汽车(总体)市场贡献十分明显。

7月,商用车产销47.2万辆、44.7万辆,环比分别下降10.4%、16.6%;同比大幅增长70.3%、59.4%。其中客车销量3.2万辆,环同比下滑23.8%、15.1%;货车销量41.5万辆,环比下跌16.0%,同比增幅高达71.1%,重卡增幅更是突破80%。

1-7月,商用车累计产销283.1万辆、283.2万辆,同比分别增长16.4%、14.3%,增幅较上半年分别扩大6.9、5.7个百分点。其中,客车销售21.7万辆,同比下降13%;货车销售261.5万辆,同比增长17.4%。

新能源车终止下滑

已连跌12个月的新能源车迎来

转机,产销月度同比终止下滑,由负转正。这与20多家车企参与新能源车下乡活动致乡村小微纯电动车市场好转密切相关。

7月,新能源车产销10万辆、9.8万辆,同比增长15.6%、19.3%。其中,乘用车销售8.9万辆,同比增长28.7%;商用车销售0.9万辆,同比下降30.1%。1-7月,新能源车累计产销49.6万辆、48.6万辆,同比下降31.7%、32.8%。其中,乘用车销售43.6万辆,同比下降33.4%;商用车销售5.0万辆,同比下降26.6%。

上汽集团新能源车跑赢国内市场大盘,1-7月销量7.9万辆,其中7月突破2万辆,同比大增52.8%。

中国品牌结束连跌

7月,中国品牌乘用车销售58.5万辆,同比增长4.5%;市占率由上月最低的33.6%升至35.1%,提升了1.7个百分点,结束了自3月起的连跌。中国品牌轿车、SUV和MPV的市占率分别为19.1%、45%、64.9%,与上

月相比均呈增长。

1-7月,中国品牌乘用车累计销售343.4万辆,同比下降25%;市占率36.0%,同比下降3.2个百分点,较上半年收窄0.2个百分点。中国品牌轿车、SUV和MPV市占率依次为18.3%、47.9%和66.7%,同比依然下降。

中国品牌乘用车销量和市占率结束连跌,其中有长安汽车和一汽等的贡献,1-7月,长安汽车销售48万辆+8.5%;一汽14万辆+27.1%,其中红旗8.75万辆+108.0%。

国产外系品牌乘用车1-7月市场表现,德日两系坚挺,市占率分别升至25.1%、24.1%,美、韩和法三系依次为9.3%、4.0%和0.3%。

汽车出口持续下滑

中汽协车企整车(含底盘)出口报交数,7月为6.2万辆,同比下降23.1%。其中,乘用车4.5万辆,同比下降25.9%;商用车1.8万辆,同比下降14.9%。1-7月累计44.8万辆,同比下降21.2%,降幅较上半年扩大0.3

个百分点。其中,乘用车33.3万辆,同比下降14.2%;商用车11.5万辆,同比下降36.3%。

上汽集团中国品牌乘用车出口独具亮点,同比增长15%,其中,7月的新能源汽车出口突破2万辆,同比增长53%。

重点车企集中度高

上汽、一汽、东风、北汽、广汽、长安、吉利、长城、华晨和奇瑞等十强车企(集团)1-7月整车销量合计1103.6万辆,同比下降12.3%,较上半年收窄4.2个百分点;市占率89.3%,既高于上半年0.2个百分点,也高于上年同期0.4个百分点。

新冠疫情在汽车业内的负面影响逐渐消退。上汽等17家重点车企(集团)上半年经营指标的变化趋势表明,已恢复至去年同期水平,其中,营收和利税降幅已经优于去年同期,上半年营收降幅7.8%(上年同期为-8.1%),利税总额跌幅25.4%(上年同期为-27.5%)。

张伯顺

新造车势力扎堆上市「求生」

哪咤汽车日前宣布,正式启动C轮融资,融资金额30亿元,并计划于2021年在科创板上市,这是继理想汽车之后,今年第二家官宣要IPO的造车新势力。

而7月中下旬,威马汽车也被爆出将于年内登陆科创板的消息,目标估值超过43亿美元。另外,小鹏汽车也宣布完成了近5亿美元的C+轮融资,已向SEC递交了招股文件。近期,新造车企业为何扎堆寻求上市?

其一,今年上半年,疫情暴发让本就处于下行市场的新造车企业雪上加霜。博郡汽车、赛麟汽车、拜腾汽车等几家明星企业相继停摆,“骗钱”“亏损”的标签甚至波及行业内各家企业。资金短缺成为悬在新造车企业头顶的达摩克利斯之剑,“幸存”下来的新造车企业不得不将求生的目光瞄向股市。

其二,新造车企业之所以扎堆上市,一方面是因为在A股市场,科创板、创业板实施注册制之后,对新造车企业而言是一个上市融资的好机会;另一方面,由于汽车是技术密集型产业,资本的推动作用也较为显著。上市之后,造车新势力就有了拓宽融资规模、增加融资渠道的资本,从而保证后续的产品研发、产能爬坡、公司常规的开销和运营、营销推广等。

上市或将成为造车新势力的分水岭,但并不意味着上市就能高枕无忧。事实上,造车新势力第一次意欲扎堆上市还是在两年前,彼时蔚来汽车和北汽新能源相继在美股和A股上市,给了它们不小的信心。到了2019年,科创板开板消息传出后,一批造车新势力企业又欲搭上科创板的这趟“快车”,但这些曾经高调喊出上市的企业,或陷入销量困境、量产泥潭,或已然因为资金问题停摆。早在几年前,就有分析称,5年时间内,造车新势力可能只剩下三家。过去的判断可能有些武断,但自从特斯拉进来之后,这个时间无形当中还缩短了一年。

对于造车新势力而言,股票上市好看的时代已经过去。拼命上市后,若不能在产品上保持核心竞争力,尽快实现现金流转正,真正的痛苦才刚刚开始。

李永钧

三大超强实力 荣威R标旗舰ER6登场



上汽荣威高端纯电R标首款旗舰轿车ER6上周在沪高调上市。与此同时,荣威R标的旗舰展示空间——R SPACE城市异想空间也已迎客。此次上市的超长620km续航荣威R ER6共三款车,补贴后的价格为

16.28万-20.08万元。新车集结了上汽在三电技术、设计、智能等方面的优势,完美诠释荣威R标“科技兑现想象”的理念。

作为高端纯电专属,荣威R标“芯”霸王ER6具备三大超强实力,不仅实现了同级唯一

620km超长续航,还拥有15分钟充电200km的超快充电速度、12.2kWh同级最低百公里电耗。其搭载的高功率、高扭矩密度的8层Hair-pin电机,结合紧凑的创新同轴布置方案,功率密度超越市场上现有同级产品。

同时,新车电池还采用了完善的热失控防护,并达到了IP69K防水等级,提供安全可靠的出行保障。

造型方面,荣威R ER6堪称惊艳,新车采用自然纯粹的“驭光银”车身颜色,参数化主动进气格栅、矢量矩阵前大灯、天空之境全景天幕等设计,并通过流畅的车体线条与低阻力轮胎实现了0.24的超低风阻系数。

据介绍,荣威R标还在行业率先推出并落地以用户为中心的数字化新零售服务模式,将通过全新的渠道体验、直营交付、无忧服务等方式,为用户提供“购-用-养-换”的一站式服务。预计2020年底,荣威R标新零售网点将达到60家,覆盖全国40多座城市。

余音

马自达CX-4全面升级不升价

一汽马自达2021款全新MAZDA CX-4近日火热上市。新款产品实现了科技安全装备的全方位升级,平均增配8800元,售价14.88万-21.58万元,保持不变。升级后的2021款全新MAZDA CX-4,即便是入门车型,同样增配丰富,诚意十足。

如今,2021款全新MAZDA CX-4焕

新上市,赋予轿跑SUV更高标准的定义和更丰富的内涵。承袭MAZDA优良基因,基于马自达新一代魂动设计语言和创驰蓝天车辆构造技术,改款后,CX-4全系标配全车6个安全气囊。此外,2.0L 6AT两驱蓝天活力版车型新增了包含盲点监测系统、倒车预警系统、定速巡航系统、电动折叠+电加热后视镜等多项配置提升,起步即高端。

林夏



上汽通用汽车日前迎来了累计产销突破2000万辆的历史性时刻,再次刷新了中国汽车行业发展速度纪录。

作为国内最大的中美合资企业,上汽通用汽车成立23年来,依托母公司双方的支持,整合全球优势资源,扎实锻造覆盖全业务链的体系竞争力,为抵御风险挑战、保持健康稳健的可持续发展奠定了坚实基础。更为重要的是,上汽通用汽车与泛亚汽车技术中心已在国内率先形成了完整意义上的整车与动力总成开发能力,培养出国内首屈一指的研发能力,并在新能源和车联网等前瞻技术开发领域不断创新突破。

今天的上汽通用汽车已经拥有浦东金桥、烟台东岳、沈阳北盛和武汉分公司四大生产基地,共9个整车生产厂、4个动力总成厂的全国布局,旗下别克、雪佛兰和凯迪拉克三大品牌汇聚了20多个产品系列,覆盖从高端豪华车到经济型轿车各梯度市场,以及MPV、SUV、混合动力和电动车等细分市场。

吉姆

上汽通用累计产销破两千万